



TABİAT TURİZMİ BÖLGESEL KALKINMA STRATEJİK PLANI

2026/2030

REKTÖR SUNUŞU



Üniversiteler, yalnızca bilgi üreten kurumlar değil, aynı zamanda toplumsal kalkınmanın öncüleridir. Yükseköğretim Kurulu tarafından yürütülen "*Bölgesel Kalkınma Odaklı Misyon Farklılaşması ve İhtisaslaşması*" programı çerçevesinde, Kastamonu Üniversitesi'nin "Ormancılık ve Tabiat Turizmi" alanında ihtisaslaşmaya layık görülmesi, üniversitemiz için hem büyük bir sorumluluk hem de önemli bir fırsattır.

Bu bağlamda hazırlanan "Tabiat Turizmi Alanında Bölgesel Kalkınma Stratejik Planı (2026–2030)", yalnızca bölgesel turizm dinamiklerini dikkate alan bir rehber değil; aynı zamanda ulusal turizm stratejileriyle uyumlu, bilim temelli ve çok paydaşlı bir yol haritası niteliği taşımaktadır. Plan, tabiat turizmi potansiyelinin sürdürülebilir şekilde değerlendirilmesine, katma değerli turizm ürünlerinin geliştirilmesine ve üniversitemizin araştırma, eğitim ve toplumsal katkı misyonlarının bütüncül biçimde desteklenmesine katkı sağlayacaktır.

TR81 ve TR82 bölgelerini kapsayan bu stratejik belge; tabiat turizminin dört mevsime yayılması, bölgesel destinasyon markalaşması, ekoturizm altyapısının güçlendirilmesi, kültürel ve doğal mirasın korunarak turizme kazandırılması gibi alanlarda yenilikçi çözümler sunmaktadır. Üniversitemizin bilimsel kapasitesini yerel ve ulusal turizm politikalarıyla entegre eden bu yaklaşım, sadece bölgesel kalkınmaya değil; aynı zamanda çevresel sürdürülebilirlik ve ekonomik dirençliliğin artırılmasına da hizmet etmektedir.

Stratejik planın hazırlanmasında emeği geçen koordinatörlük ekibimize, akademik ve idari tüm paydaşlarımıza teşekkür eder; bu çalışmanın ülkemize ve bölgemize değerli katkılar sunmasını temenni ederim.

Prof. Dr. Ahmet Hamdi TOPAL
Rektör

KOORDİNATÖR SUNUŞU



Kastamonu Üniversitesi olarak, “Ormancılık ve Tabiat Turizmi” alanında yürüttüğümüz ihtisaslaşma çalışmaları ile yalnızca akademik üretkenliği değil, aynı zamanda bölgesel kalkınmayı önceleyen bir vizyonu temsil etmekteyiz. Bu vizyonun en somut çıktılarından biri olan “Tabiat Turizmi Alanında Bölgesel Kalkınma Stratejik Planı (2026–2030)”, tabiat turizmi potansiyelinin etkin şekilde değerlendirilmesi, sürdürülebilir turizm modellerinin yaygınlaştırılması ve çözüm odaklı politika önerilerinin geliştirilmesi amacıyla kapsamlı bir sürecin sonunda hazırlanmıştır.

Planın oluşturulmasında, TR81 ve TR82 bölgelerinde gerçekleştirilen saha araştırmaları, sektör temsilcileriyle yapılan odak grup görüşmeleri, literatür taramaları ve GZFT analizlerinden elde edilen veriler ışığında; sürdürülebilirlik, yenilikçilik, kamu-üniversite-özel sektör iş birliği ve toplumsal etki temelinde stratejik hedefler belirlenmiştir.

Bu belge yalnızca bir yol haritası değil; aynı zamanda tabiat turizmi alanında bölgesel ve ulusal ölçekte rekabet gücünü artıracak, marka değeri yüksek destinasyonların geliştirilmesine yönelik ortak bir vizyonun ifadesidir. Üniversitemizin araştırma merkezleri, uygulama alanları, akademik bilgi birikimi ve insan kaynağı kapasitesi; bu vizyonun hayata geçirilmesinde en önemli yapı taşlarıdır.

Stratejik planlama sürecine katkı sunan tüm paydaşlara, özellikle Rektörlüğümüze ve Strateji Geliştirme Kurulu üyelerine teşekkür eder; bu çalışmanın uygulamaya geçirilecek somut projelerle hem bölgesel kalkınmaya hem de ülkemizin sürdürülebilir turizm hedeflerine güçlü katkılar sağlamasını dilerim.

Doç. Dr. Emre BİRİNCİ
Koordinatör

Türkiye'de Ormancılık ve Tabiat Turizmi alanında

ihhtisaslaşan Tek Üniversite

Bu belge Kastamonu Üniversitesi, Ormancılık ve Tabiat Turizmi İhtisaslaşma Koordinatörlüğü tarafından hazırlanmış ve yayımlanmıştır.

Bu eserin her türlü yayın hakkı Kastamonu Üniversitesi'ne aittir. Yayının kısmen ya da tamamen yayınlanması ve çoğaltılmasının fikri mülkiyet hukukuna tabidir. Kaynak gösterilmek ve atıfta bulunmak kaydı ile Kastamonu Üniversitesi yayınları üçüncü kişilerce kullanılabilir.

**Kastamonu Üniversitesi
Ormancılık ve Tabiat Turizmi İhtisaslaşma Koordinatörlüğü**



0 (366) 280 17 61



ihhtisas@kastamonu.edu.tr



www.ihhtisas.kastamonu.edu.tr

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 2.1. TR81 ve TR82 Bölgelerinde Toplam Nüfus	8
Şekil 2.2. TR81-TR82 Bölgelerinde Konaklama ve Yiyecek Hizmeti Girişim Sayıları (2019-2023)....	9
Şekil 3.1. Desteklenen İhtisaslaşma Projelerinin Birimlere Dağılımı	12
Şekil 3.2. Turizm Fakültesi Öğretim Elemanı Sayıları 2025	14
Şekil 3.3. Orman Fakültesi Öğretim Elemanı Sayıları 2025	16
Şekil 4.1. Bartın İli'nde Sunulan Başlıca Hizmetler	22
Şekil 4.2. Bartın İli Turizm Altyapısı	23
Şekil 4.3. Bartın İli Turizm İşletme ve Kurumlarının İş Birlikleri ve Destekleri.....	24
Şekil 4.4. Bartın İli Turizm İşletme ve Kurumlarının Güçlü Yönleri.....	25
Şekil 4.5. Bartın İli Turizm İşletme ve Kurumlarının Teşvik Başvurusu ve Yararlanma Durumları	25
Şekil 4.6. Bartın İli Turizm İşletme ve Kurumlarının Sektörde Neyi Değiştirdiniz? Sorusuna Yanıtları	26
Şekil 4.7. Bartın İli Turizm İşletme ve Kurumlarının İş Gücü Eğitim İhtiyaçları.....	27
Şekil 4.8. Bartın İli Turizm İşletme ve Kurumlarında Tanıtımda Kullanılan Yöntemler	27
Şekil 4.9. Bartın İli Turizm İşletme ve Kurumların Sektörde Karşılaştığı Sorunlar	28
Şekil 4.10. Bartın İli Turizm İşletme ve Kurumlarının Sorunların Çözümünde Kastamonu Üniversitesi'nden Beklentileri	29
Şekil 4.11. Bartın İli Turizm İşletme ve Kurumlarına Göre Bölgesel Kalkınmayı Olumsuz Etkileyen Faktörler	30
Şekil 4.12. Bartın İli Turizm İşletme ve Kurumlarının Ar-Ge/İnovasyon Çalışmaları	30
Şekil 4.13. Karabük İl'inde Sunulan Başlıca Hizmetler	32
Şekil 4.14. Karabük İli Turizm Altyapısı	33
Şekil 4.15. Karabük İli Turizm İşletme ve Kurumlarının İş Birlikleri ve Destekleri	34
Şekil 4.16. Karabük İli Turizm İşletme ve Kurumlarının Güçlü Yönleri.....	35
Şekil 4.17. Karabük İli Turizm İşletme ve Kurumlarının Teşvik Başvurusu ve Yararlanma Durumları	35
Şekil 4.18. Karabük İli Turizm İşletme ve Kurumlarının Sektörde Neyi Değiştirdiniz? Sorusuna Yanıtları	36
Şekil 4.19. Karabük İli Turizm İşletme ve Kurumlarının İş Gücü Eğitim İhtiyaçları.....	37
Şekil 4.20. Karabük İli Turizm İşletme ve Kurumlarında Tanıtımda Kullanılan Yöntemler	38
Şekil 4.21. Karabük İli Turizm İşletme ve Kurumların Sektörde Karşılaştığı Sorunlar	39
Şekil 4.22. Karabük İli Turizm İşletme ve Kurumlarının Sorunların Çözümünde Kastamonu Üniversitesi'nden Beklentileri	40
Şekil 4.23. Karabük İli Turizm İşletme ve Kurumlarına Göre Bölgesel Kalkınmayı Olumsuz Etkileyen Faktörler	41
Şekil 4.24. Karabük İli Turizm İşletme ve Kurumlarının Bölgesel Kalkınmada Kastamonu Üniversitesi'nden Beklentileri	42

Şekil 4.25. Karabük İli Turizm İşletme ve Kurumlarının Ar-Ge/İnovasyon Çalışmaları.....	43
Şekil 4.26. Zonguldak İl’inde Sunulan Başlıca Hizmetler	45
Şekil 4.27. Zonguldak İli Turizm Altyapısı.....	46
Şekil 4.28. Zonguldak İli Turizm İşletme ve Kurumlarının İş Birlikleri ve Destekleri	47
Şekil 4.29. Zonguldak İli Turizm İşletme ve Kurumlarının Güçlü Yönleri	48
Şekil 4.30. Zonguldak İli Turizm İşletme ve Kurumlarının Teşvik Başvurusu ve Yararlanma Durumları	49
Şekil 4.31. Zonguldak İli Turizm İşletme ve Kurumlarının Sektörde Neyi Değiştirdiniz? Sorusuna Yanıtlar	50
Şekil 4.32. Zonguldak İli Turizm İşletme ve Kurumlarının İş Gücü Eğitim İhtiyaçları	51
Şekil 4.33. Zonguldak İli Turizm İşletme ve Kurumlarında Tanıtımda Kullanılan Yöntemler.....	52
Şekil 4.34. Zonguldak İli Turizm İşletme ve Kurumların Sektörde Karşılaştığı Sorunlar	53
Şekil 4.35. Zonguldak İli Turizm İşletme ve Kurumlarının Sorunların Çözümünde Kastamonu Üniversitesi'nden Beklentileri	54
Şekil 4.36. Zonguldak İli Turizm İşletme ve Kurumlarına Göre Bölgesel Kalkınmayı Olumsuz Etkileyen Faktörler	55
Şekil 4.37. Zonguldak İli Turizm İşletme ve Kurumlarının Bölgesel Kalkınmada Kastamonu Üniversitesi'nden Beklentileri	56
Şekil 4.38. Zonguldak İli Turizm İşletme ve Kurumlarının Ar-Ge/İnovasyon Çalışmaları	57
Şekil 5.1. Çankırı İl’inde Sunulan Başlıca Hizmetler	60
Şekil 5.2. Çankırı İli Turizm Altyapısı	61
Şekil 5.3. Çankırı İli Turizm İşletme ve Kurumlarının İş Birlikleri ve Destekleri.....	62
Şekil 5.4. Çankırı İli Turizm İşletme ve Kurumlarının Güçlü Yönleri.....	63
Şekil 5.5. Çankırı İli Turizm İşletme ve Kurumlarının Teşvik Başvurusu ve Yararlanma Durumları ..	64
Şekil 5.6. Çankırı İli Turizm İşletme ve Kurumlarının Sektörde Neyi Değiştirdiniz? Sorusuna Yanıtları	65
Şekil 5.7. Çankırı İli Turizm İşletme ve Kurumlarının İş Gücü Eğitim İhtiyaçları.....	66
Şekil 5.8. Çankırı İli Turizm İşletme ve Kurumlarında Tanıtımda Kullanılan Yöntemler	67
Şekil 5.9. Çankırı İli Turizm İşletme ve Kurumların Sektörde Karşılaştığı Sorunlar	68
Şekil 5.10. Çankırı İli Turizm İşletme ve Kurumlarının Sorunların Çözümünde Kastamonu Üniversitesi'nden Beklentileri	69
Şekil 5.11. Çankırı İli Turizm İşletme ve Kurumlarına Göre Bölgesel Kalkınmayı Olumsuz Etkileyen Faktörler	70
Şekil 5.12. Çankırı İli Turizm İşletme ve Kurumlarının Bölgesel Kalkınmada Kastamonu Üniversitesi'nden Beklentileri	71
Şekil 5.13. Çankırı İli Turizm İşletme ve Kurumlarının Ar-Ge/İnovasyon Çalışmaları	72
Şekil 5.14. Kastamonu İl’inde Sunulan Başlıca Hizmetler	74

Şekil 5.15. Kastamonu İli Turizm Altyapısı.....	75
Şekil 5.16. Kastamonu İli Turizm İşletme ve Kurumlarının İş Birlikleri.....	76
Şekil 5.17. Kastamonu İli Turizm İşletme ve Kurumlarının Destekleri.....	77
Şekil 5.18. Kastamonu İli Turizm İşletme ve Kurumlarının Güçlü Yönleri	78
Şekil 5.19. Kastamonu İli Turizm İşletme ve Kurumlarının Teşvik Başvurusu ve Yararlanma Durumları	79
Şekil 5.20. Kastamonu İli Turizm İşletme ve Kurumlarının Sektörde Neyi Değiştirdiniz? Sorusuna Yanıtları	80
Şekil 5.21. Kastamonu İli Turizm İşletme ve Kurumlarının İş Gücü Eğitim İhtiyaçları	81
Şekil 5.22. Kastamonu İli Turizm İşletme ve Kurumlarında Tanıtımda Kullanılan Yöntemler.....	82
Şekil 5.23. Kastamonu İli Turizm İşletme ve Kurumların Sektörde Karşılaştığı Sorunlar	83
Şekil 5.24. Kastamonu İli Turizm İşletme ve Kurumlarının Sorunların Çözümünde Kastamonu Üniversitesi'nden Beklentileri	84
Şekil 5.25. Kastamonu İli Turizm İşletme ve Kurumlarına Göre Bölgesel Kalkınmayı Olumsuz Etkileyen Faktörler	85
Şekil 5.26. Kastamonu İli Turizm İşletme ve Kurumlarının Bölgesel Kalkınmada Kastamonu Üniversitesi'nden Beklentileri	86
Şekil 5.27. Kastamonu İli Turizm İşletme ve Kurumlarının Ar-Ge/İnovasyon Çalışmaları	87
Şekil 5.28. Sinop İl'inde Sunulan Başlıca Hizmetler.....	89
Şekil 5.29. Sinop İli Turizm Altyapısı.....	90
Şekil 5.30. Sinop İli Turizm İşletme ve Kurumlarının İş Birlikleri ve Destekleri	91
Şekil 5.31. Sinop İli Turizm İşletme ve Kurumlarının Güçlü Yönleri	92
Şekil 5.32. Sinop İli Turizm İşletme ve Kurumlarının Teşvik Başvurusu ve Yararlanma Durumları ...	93
Şekil 5.33. Sinop İli Turizm İşletme ve Kurumlarının Sektörde Neyi Değiştirdiniz? Sorusuna Yanıtları	94
Şekil 5.34. Sinop İli Turizm İşletme ve Kurumlarının İş Gücü Eğitim İhtiyaçları	95
Şekil 5.35. Sinop İli Turizm İşletme ve Kurumlarında Tanıtımda Kullanılan Yöntemler.....	96
Şekil 5.36. Sinop İli Turizm İşletme ve Kurumların Sektörde Karşılaştığı Sorunlar	97
Şekil 5.37. Sinop İli Turizm İşletme ve Kurumlarının Sorunların Çözümünde Kastamonu Üniversitesi'nden Beklentileri	98
Şekil 5.38. Sinop İli Turizm İşletme ve Kurumlarına Göre Bölgesel Kalkınmayı Olumsuz Etkileyen Faktörler	99
Şekil 5.39. Sinop İli Turizm İşletme ve Kurumlarının Ar-Ge/İnovasyon Çalışmaları.....	100

TABLO LİSTESİ

Tablo 1.1. Strateji Planlama Ekibi	4
Tablo 1.2. Strateji Planlama Kurulu.....	5
Tablo 4.1. Bartın İli Tabiat Turizmi Güçlü Yönler, Zayıf Yönler, Fırsatlar ve Tehditler (GZFT) Analizi	31
Tablo 4.2. Karabük İli Tabiat Turizmi GZFT Analizi	44
Tablo 4.3. Zonguldak İli Tabiat Turizmi GZFT Analizi.....	58
Tablo 5.1. Çankırı İli Tabiat Turizmi GZFT Analizi	73
Tablo 5.2. Kastamonu İli Tabiat Turizmi GZFT Analizi.....	88
Tablo 5.3. Sinop İli Tabiat Turizmi GZFT Analizi.....	100
Tablo 6.1. Bölgesel Kalkınma İçin Amaçlar ve Hedefler	103
Tablo 7.1 Orman Köylerine Yönelik "Ekoturizm Girişimciliği Eğitim Programı" Geliştirmek Hedef Kartı.....	105
Tablo 7.2 Bölgedeki Korunan Alanlarda Turizm Taşıma Kapasitesi Çalışmaları Yürütmek Hedef Kartı	107
Tablo 7.3 Küre Dağları Milli Parkı Özelinde, Biyolojik Çeşitliliği Koruma Öncelikli Rotalar Oluşturularak Ziyaretçi Yönlendirme Sistemlerinin Doğa Temelli Çözümlerle Yeniden Düzenlenmesi Hedef Kartı	108
Tablo 7.4. Kastamonu Kırsalında, Yeşil Yol Güzergâhına Entegrasyona Uygun Altyapı ve Yönlendirme Sistemleri İçin Fizibilite Çalışmaları Yapmak Hedef Kartı	110
Tablo 7.5. Kültür Yolu Festivali'nin Kastamonu'da Gerçekleştirilebilmesi İçin Gerekli Fiziki, Kurumsal Ve Lojistik Altyapıya Yönelik Ön Hazırlık Çalışmalarını Yürütmek Hedef Kartı	111
Tablo 7.6. İklim Değişikliği ile Artan Yangın ve Aşırı Hava Olayları Riskine Karşı, Korunan Alanlarda Tabiat Turizmi Faaliyetleri İçin İklim Dirençli Yönetim Stratejileri Oluşturmak Hedef Kartı	113
Tablo 7.7. Sektör Odaklı Uygulamalı Eğitim Modelleri ve Simülasyon Ortamları Geliştirmek Hedef Kartı.....	115
Tablo 7.8. Öğrencilerin Sektörde Erken Deneyim Kazanmalarını Sağlamak İçin Uzun Süreli Staj ve Yerinde Uygulama Programları Oluşturmak Hedef Kartı	116
Tablo 7.9. Ulusal ve Uluslararası Sertifika Programlarıyla Mezunların Mesleki Yeterliliklerini Artırmak Hedef Kartı	117
Tablo 7.10. Tabiat Turizmi Rehberliği Sertifikasyon Programı Açmak Hedef Kartı.....	118
Tablo 7.11. Yöresel Orman Ürünlerini (örneğin, mantar, bal, şifalı bitkiler) Turistik Ürüne Dönüştürmek İçin Yerel İşletmelere Danışmanlık Sağlamak Hedef Kartı.....	119
Tablo 7.12. Kastamonu ve Çevresinin Kültürel, Doğal ve Gastronomik Değerlerine Yönelik Destinasyon Yönetimi Çalışmaları Yapmak	120
Tablo 7.13. Yerel Halkın Turizm Faaliyetlerine Katılımını Teşvik Eden Kırsal Turizm ve Eko-Turizm Projeleri Geliştirmek	122

Tablo 7.14. Kastamonu'nun Destinasyon Markalaşmasına Katkı Sunacak Stratejiler Üretmek ve Uygulamak	123
Tablo 7.15. Öğrencilere Yönelik Dijital Pazarlama, Veri Analitiği Ve Turizm Teknolojileri Eğitimleri Düzenlemek Hedef Kartı.....	124
Tablo 7.16. Sanal Turizm, Artırılmış Gerçeklik Ve Yapay Zekâ Gibi Dijital Araçları Eğitim Ve Tanıtım Amaçlı Kullanmak Hedef Kartı.....	125
Tablo 7.17. Dijital Turizm Girişimlerine Yönelik Mentörlük Desteklerini Sağlamak Hedef Kartı....	126
Tablo 7.18. Engelli Bireyler İçin Erişilebilir Tabiat Turizmi Rotaları Belirlemek Hedef Kartı.....	127
Tablo 7.19. Ağaç Dikim Kampanyaları ve Gönüllü Ekoturizm Rehberliği Programları Düzenlemek Hedef Kartı	129
Tablo 7.20. Yerel Halk, Gençlik Grupları ve Öğrencilerle Sürdürülebilir Turizm, Çevre Duyarlılığı Ve Kültürel Miras Odaklı Etkinlikler Düzenlemek Hedef Kartı	130
Tablo 7.21. Gönüllülük Temelli Sosyal Sorumluluk Projeleri (Örneğin Temizlik Kampanyaları, Engelli Dostu Turizm Etkinlikleri) Yürütmek Hedef Kartı	131
Tablo 7.22. Sürdürülebilirlik Temelli Akademik Çalışmalar Yapmak Hedef Kartı	132
Tablo 7.23. Atatürk ve İstiklal Yolu Yürüyüşü Kapsamında Araştırmalar Yapmak Hedef Kartı	133
Tablo 7.24. Uluslararası Üniversitelerle Çift Diploma, Ortak Ders ve Araştırma Projeleri Yürütmek Üzere Protokoller Oluşturmak Hedef Kartı.....	134
Tablo 7.25. Fakülteyi Ulusal ve Uluslararası Düzeyde Temsil Edecek Akademik Kongre, Fuar ve Çalıştaylara Aktif Katılım Sağlamak Hedef Kartı.....	135
Tablo 7.26. Bölgenin Coğrafi İşaretili Ürünlerini Turizm Paketlerine Entegre Etmek Hedef Kartı....	136
Tablo 7.27. Uluslararası Sıralamalarda Görünürlüğü Artırmak İçin Akreditasyon, Kalite Belgesi Ve Derecelendirme Süreçlerine Başvurmak Hedef Kartı	138
Tablo 7.28. Kastamonu'nun Destinasyon Markalaşmasını Desteklemek Amacıyla Tematik (Tabiat, Kültür, Tarih, Gastronomi) Alt Markaları Bütüncül Bir Marka Çatısı Altında Konumlandırmak Ve Tanıtım Stratejileri Geliştirmek Hedef Kartı	139
Tablo 8.1. Amaç (A1): Tabiat Turizmi Odaklı Sürdürülebilir Kalkınmayı Desteklemek.....	141
Tablo 8.2. Amaç (A2): Turizm Eğitiminde İhtisaslaşma ve Nitelikli İnsan Kaynağı Yetiştirmek Risk Planı ve Kontrol Faaliyetleri	145
Tablo 8.3. Amaç (A3): Bölgesel Turizmde Katma Değerli Ürün ve Hizmetler Geliştirmek	147
Tablo 8.4. Amaç (A4): Bilimsel Altyapı ve Teknoloji Entegrasyonunu Güçlendirmek.....	149
Tablo 8.5. Amaç (A5): Toplumsal Sorumluluk, Kültürel Miras ve Sürdürülebilir Turizm Bilincini Geliştirmek Risk Planı ve Kontrol Faaliyetleri	150
Tablo 8.6. Amaç (A6): Ulusal ve Uluslararası İş Birlikleri ile Markalaşma.....	153

İÇİNDEKİLER

REKTÖR SUNUŞU	i
KOORDİNATÖR SUNUŞU	ii
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	iv
TABLO LİSTESİ.....	vii
İÇİNDEKİLER.....	ix
GİRİŞ	1
1. STRATEJİK PLAN HAZIRLIK SÜRECİ	3
1.1. Strateji Planlama Ekibi.....	3
1.2. Strateji Geliştirme Kurulu	4
2. TR81 VE TR82 BÖLGELERİNDE TABİAT TURİZMİ SEKTÖRÜ DURUM ANALİZİ.....	7
3. KASTAMONU ÜNİVERSİTESİ DURUM ANALİZİ.....	11
3.1. Birimler ve Araştırma-Altyapı İmkanları	12
3.1.1. Turizm Fakültesi.....	13
3.1.3. Merkezi Araştırma Laboratuvarı (MERLAB)	16
3.1.4. Tabiat Turizmi Uygulama ve Araştırma Merkezi	17
3.1.5. Coğrafi Bilgi Sistemleri ve Uzaktan Algılama Uygulama ve Araştırma Merkezi.....	19
4. TR81 BÖLGESİ DURUM ANALİZİ	21
4.1. Bartın Durum Analizi	22
4.2.Karabük Durum Analiz	31
4.3. Zonguldak Durum Analizi.....	45
5. TR82 BÖLGESİ DURUM ANALİZİ	59
5.1. Çankırı Durum Analizi	59
5.2. Kastamonu Durum Analizi.....	74
5.3. Sinop Durum Analizi.....	88
6. STRATEJİK AMAÇLAR VE HEDEFLER	102
7. STRATEJİLERİN UYGULANMASI VE TAKİBİ.....	105
8. RİSK PLANLARI VE KONTROL FAALİYETLERİ.....	141
9. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME	157
KAYNAKÇA	159

GİRİŞ

Ülkelerin gelişme ve kalkınma odaklı stratejilerinde bölgesel gelişme her geçen gün daha önemli bir gündem başlığı haline gelmektedir. Bölgelerin rekabet gücünün geliştirilmesinde ise üniversitelerin bulundukları bölgelere sağlayacakları katkı oldukça önemlidir. Üniversitelerin, öncelikle bulundukları şehir ve bölgeyle bütünleşmeleri; kültürel, doğal ve beşerî sermaye unsurlarıyla desteklenmektedir. Yükseköğretim Kurulu (YÖK) koordinasyonunda Üniversitelerin bulundukları bölgeye olan katkılarını artırmak ve üniversiteleri belirli alanlarda ihtisaslaşmaya teşvik etmek amacıyla Eylül 2016 yılında uygulamaya konulan ve halen devam eden “Bölgesel Kalkınma Odaklı Misyon Farklılaşması ve İhtisaslaşması” projesi bu doğrultuda önemli bir gelişim aracı konumundadır.

Kastamonu Üniversitesi, 2018 yılında Yükseköğretim Kurulu tarafından “Ormancılık ve Tabiat Turizmi” alanlarında ihtisaslaşma programına dâhil edilmiş ve bu doğrultuda Ormancılık ve Turizm Fakülteleri başta olmak üzere birçok akademik birimin iş birliği ile ihtisaslaşma süreci yapılandırılmıştır. Üniversitemiz, bu misyona uygun olarak gerek bölgesel gerekse ulusal düzeyde tabiat turizmi alanındaki bilimsel üretim kapasitesini artırmayı ve bu alanlardaki stratejik öncelikleri desteklemeyi hedeflemektedir. 2020–2024 döneminde sağlanan desteklerle 48 ihtisas projesi yürütülmüş; Kastamonu merkezli olarak gerçekleştirilen bu projeler, bölgenin potansiyelini açığa çıkaran, sürdürülebilirliği önceleyen ve çok paydaşlı iş birliklerine dayalı uygulamaları içermiştir. Tabiat turizmi, Kastamonu Üniversitesi'nin ihtisaslaşma alanlarından biri olarak, yalnızca teorik bilgi üretimiyle değil aynı zamanda sahaya dayalı uygulama projeleriyle desteklenmekte; kamu, özel sektör ve sivil toplum kuruluşlarıyla güçlü bir eşgüdüm içinde yürütülmektedir. Bu kapsamda üniversitemiz bünyesinde kurulan Ormancılık ve Tabiat Turizmi İhtisaslaşma Koordinatörlüğü ve Tabiat Turizmi Uygulama ve Araştırma Merkezi, bölgenin doğal kaynaklarını koruyarak kullanmayı ve tabiat temelli turizmi sürdürülebilir bir kalkınma aracına dönüştürmeyi amaçlayan bilimsel ve uygulamalı çalışmalar yürütmektedir.

Kastamonu Üniversitesi Turizm Fakültesi, bu sürecin ana yürütücülerinden biri olarak tabiat turizmi odaklı akademik ve uygulamalı eğitimi bölge kalkınmasıyla entegre etmiştir. Fakülte bünyesinde sürdürülen lisans ve lisansüstü eğitim programlarında, tabiat temelli turizm, sürdürülebilir destinasyon planlaması, gastronomi ve kültürel miras yönetimi gibi alanlarda uzmanlaşmış insan kaynağı yetiştirilmektedir. Ayrıca Parlayan Yıldız Konukevi, gastronomi uygulama mutfağı, seyahat acentacılığı ve restoran simülörleri gibi modern uygulama alanları sayesinde öğrenciler, sektöre hazırlıklı bireyler olarak mezun olmaktadır. Fakülte tarafından yürütülen projelerle, yerel üreticilerin turizme entegre edilmesi, kırsal bölgelerde eko-turizm modellerinin geliştirilmesi, destinasyon bazlı marka stratejilerinin oluşturulması gibi birçok yenilikçi uygulama hayata geçirilmiştir.

Bu stratejik plan; TR81 (Bartın, Karabük, Zonguldak) ve TR82 (Çankırı, Kastamonu, Sinop) illerini kapsayan Batı Karadeniz ve Kuzey Anadolu Bölgeleri ölçeğinde hazırlanmış olup, tabiat turizmi özelinde bölgenin potansiyelini analiz eden, mevcut sorunları tespit eden ve çözüme yönelik somut

hedefler belirleyen bir politika belgesidir. Hazırlık sürecinde, saha araştırmaları, paydaş görüşmeleri, literatür taramaları ve mevcut politika belgelerinin değerlendirilmesi yoluyla çok boyutlu bir analiz yaklaşımı benimsenmiştir. Bu stratejik çerçeve, bölgesel farklılıkları dikkate alarak geliştirilmiş; tabiat turizmine uygun altyapı ve üstyapı ihtiyaçları, mevsimsellik, tanıtım eksiklikleri, kırsal katılımın sınırlılığı, akademik desteğin yaygınlaştırılması gibi çok sayıda yapısal sorunu bütüncül bir yaklaşımla ele almıştır. Aynı zamanda turizm faaliyetlerinin yalnızca ekonomik değil; aynı zamanda kültürel, çevresel ve sosyal sürdürülebilirliğe katkı sağlayacak şekilde yeniden düşünülmesi gerektiği vurgulanmıştır.

Stratejik plan kapsamında; Tabiat Turizmi Odaklı Sürdürülebilir Kalkınmayı Desteklemek, Turizm Eğitiminde İhtisaslaşma ve Nitelikli İnsan Kaynağı Yetiştirmek, Bölgesel Turizmde Katma Değerli Ürün ve Hizmetler Geliştirmek, Bilimsel Altyapı ve Teknoloji Entegrasyonunu Güçlendirmek, Toplumsal Sorumluluk, Kültürel Miras ve Sürdürülebilir Turizm Bilincini Geliştirmek ile Ulusal ve Uluslararası İş Birlikleri ile Markalaşma gibi birçok yapısal konuya yönelik stratejik amaç ve hedefler belirlenmiştir. Aynı zamanda, Kastamonu Üniversitesi özelinde, ihtisaslaşma programı çerçevesinde mevcut kapasitenin bölge turizmine ve ilgili sektörlerle nasıl entegre edileceğine dair önerilere de yer verilmiştir.

Stratejik plan kapsamında; tabiat turizmi odaklı sürdürülebilir kalkınmayı desteklemek, turizm eğitiminde ihtisaslaşma ve nitelikli insan kaynağı yetiştirmek, bölgesel turizmde katma değerli ürün ve hizmetler geliştirmek, bilimsel altyapı ve teknoloji entegrasyonunu güçlendirmek, toplumsal sorumluluk, kültürel miras ve sürdürülebilir turizm bilincini geliştirmek ile ulusal ve uluslararası iş birlikleri ile markalaşma gibi birçok yapısal konuya yönelik stratejik amaç ve hedefler belirlenmiştir. Aynı zamanda, Kastamonu Üniversitesi özelinde, ihtisaslaşma programı çerçevesinde mevcut kapasitenin bölge turizmine ve ilgili sektörlerle nasıl entegre edileceğine dair önerilere de yer verilmiştir.

Bu plan, yalnızca mevcut sorunları tespit etmekle kalmayıp, bölgeye özgü fırsat alanlarını da ortaya koymakta; güçlü yönlerin desteklenmesini, zayıflıkların bertaraf edilmesini ve tehditlere karşı dirençli bir sektörel yapı inşasını hedeflemektedir. Bilimsel temelli, uygulamaya dönük ve çok paydaşlı bir yaklaşımla hazırlanan bu stratejik planın, bölgesel ve ulusal düzeyde tabiat turizmi politikalarına katkı sağlaması hedeflenmektedir. Stratejik plan, Kastamonu Üniversitesi'nin ihtisaslaşma misyonunu güçlendirmekle kalmayıp aynı zamanda tabiat turizmi sektörünün bölgesel kalkınmadaki rolünü daha da etkin hale getirmeyi amaçlamaktadır. Bu bağlamda, hazırlanan stratejik plan yalnızca bir yönetsel rehber değil, aynı zamanda bölgesel ölçekte politika yapıcılara ve uygulayıcılara yol gösterici nitelikte bilimsel bir kaynaktır.

1. STRATEJİK PLAN HAZIRLIK SÜRECİ

Bölgesel kalkınmayı destekleme hedefi doğrultusunda geliştirilen strateji, katılımcı, veri temelli ve alan odaklı bir yaklaşımı esas almaktadır. Hazırlık sürecinde, tabiat turizmi alanında bölgenin mevcut potansiyeli kapsamlı biçimde analiz edilmiş, sektörel ve çevresel sorunlar çok boyutlu olarak ele alınmış ve çözüm odaklı stratejik politika önerileri geliştirilmiştir. Bu çerçevede, Kastamonu Üniversitesi Turizm Fakültesi'nin ihtisaslaşma alanlarından biri olan tabiat turizmi bağlamında, sürdürülebilir bölgesel kalkınmaya katkı sunabilecek somut hedefler ortaya konmuştur.

Stratejik plan yalnızca Kastamonu ili ile sınırlı kalmamış; TR81-Batı Karadeniz Bölgesi (Bartın, Karabük ve Zonguldak) ile TR82-Kuzey Anadolu Bölgesi (Çankırı, Kastamonu ve Sinop) illerini de kapsayacak şekilde, bölge ölçeğinde bir perspektifle tasarlanmıştır. Planın hazırlık süreci kapsamında ilgili illerde yapılan saha çalışmaları, tabiat turizmi aktörleriyle yürütülen derinlemesine görüşmeler, kamu kurumları, yerel yönetimler, sivil toplum kuruluşları ve sektör temsilcileriyle gerçekleştirilen istişare toplantıları, ayrıca literatür taramaları ve mevcut politika belgelerinin analizleri ile desteklenmiştir.

Her bir ilin özgün turistik değerleri, ekosistem özellikleri ve kalkınma öncelikleri dikkate alınarak GZFT analizleri yapılmış; bölge genelindeki ortak eğilimler ve yerel farklar stratejik hedeflerin belirlenmesinde temel alınmıştır. Hazırlık sürecinin tüm aşamalarında yerel paydaşların bilgi birikimi ve sahaya dair deneyimlerinden yararlanılmış, böylece gerçek ihtiyaçlara yanıt veren, uygulanabilirliği yüksek ve sürdürülebilir kalkınma ilkeleriyle uyumlu bir stratejik çerçeve oluşturulmuştur.

1.1. Strateji Planlama Ekibi

“Kastamonu Üniversitesi Bölgesel Kalkınma Stratejik Planı- Tabiat Turizmi” hazırlanması sürecinde, Kastamonu Üniversitesi İhtisas Üniversitesi İzleme, Değerlendirme ve Yürütme Kurulu tarafından Kastamonu Üniversitesi Ormancılık ve Tabiat Turizmi İhtisaslaşma Koordinatörlüğü ekibi görevlendirilmiştir. Görevlendirilen ekip, stratejik planlama sürecinin hazırlık programına uygun olarak yürütülmesi, tüm faaliyetlerin koordinasyonu ve kontrolü ile planın ana taslağının oluşturulup ilgili kurula sunulması süreçlerinde aktif sorumluluk üstlenmiştir.

Tablo 1.1. Strateji Planlama Ekibi

Görevi	Unvanı, Adı ve Soyadı
Başkan	Doç. Dr. Nagihan ÇAKMAKOĞLU ARICI
Üye	Prof. Dr. Burhan SEVİM
Üye	Prof. Dr. Canan TANRISEVER
Üye	Prof. Dr. Kutay OKTAY
Üye	Doç. Dr. Serkan ÇALIŞKAN
Üye	Doç. Dr. Aydoğan AYDOĞDU
Üye	Doç. Dr. Çağdaş AYDIN
Üye	Dr. Öğrt. Üyesi Emrah YAŞARSOY
Üye	Dr. Öğrt. Üyesi Dilara Eylül KOÇ
Üye	Arş. Gör. Dr. Selda YORDAN DAĞISTAN
Üye	Arş. Gör. Dr. Gürkan ÇALIŞKAN
Üye	Arş. Gör. Dr. İlker ŞAHİN
Üye	Arş. Gör. Özge ÇAYLAK DÖNMEZ
Üye	Arş. Gör. Ahmet Tuğrul KARAMUSTAFA
Üye	Arş. Gör. Yağız Batuhan ERASLAN
Üye	Arş. Gör. Aziz Mert SAYAN

Stratejik planlama ekibi, yalnızca akademik yeterlilikleriyle değil, aynı zamanda bölgenin turizm dinamiklerine olan hâkimiyetleriyle de sürece önemli katkılar sunmuştur. Planın oluşturulmasında yalnızca masa başı çalışmalara değil; aynı zamanda saha araştırmaları, yerinde gözlemler, paydaşlarla yapılan birebir görüşmeler ve nitel veri toplama yöntemlerine de yer verilmiştir. Süreç boyunca TR81 ve TR82 bölgelerinde faaliyet gösteren kamu kurumları, belediyeler, il müdürlükleri, turizm işletmeleri, meslek odaları ve sivil toplum kuruluşları ile odak grup görüşmeleri yapılmıştır. Böylece stratejik plan, katılımcı, yerel gerçekliklere dayalı ve sürdürülebilir bir anlayışla şekillendirilmiştir.

Hazırlık aşamasında elde edilen bulgular, Kastamonu Üniversitesi'nin ihtisaslaşma temalarından biri olan tabiat turizmi kapsamında, bölgenin sürdürülebilir kalkınmasına katkı sağlayacak stratejik müdahale alanlarının belirlenmesine imkân tanımıştır. Bu doğrultuda, Turizm Fakültesi bünyesindeki Ormancılık Tabiat Turizmi İhtisaslaşma Koordinatörlüğü, sektörün yapısal sorunlarını önceleyen, üniversite-kamu-özel sektör iş birliklerini merkeze alan ve bölgesel turizm değerlerinin korunarak geliştirilmesini esas alan bir yol haritası ortaya koymuştur.

1.2. Strateji Geliştirme Kurulu

Strateji Geliştirme Kurulu, Kastamonu Üniversitesi Rektörlüğü başkanlığında, İhtisas Üniversitesi İzleme, Değerlendirme ve Yürütme Kurulu'nda yer alan akademik personelden oluşturulmuştur. İhtisas Üniversitesi İzleme, Değerlendirme ve Yürütme Kurulu, Üniversitenin ihtisaslaşma alanında araştırma ve eğitim stratejilerini planlayan, akademik performansı izleyen, değerlendiren ve araştırma

performansının artırılmasına yönelik gerekli önlemleri alan, izleme/faaliyet raporlarını ve araştırma için performans göstergesi niteliğindeki verilerin izlenmesini sağlayan kuruldur.

Tablo 1.2. Strateji Planlama Kurulu

Görevi	Unvanı, Adı ve Soyadı
Rektör, Yürütme Kurulu Başkanı	Prof. Dr. Ahmet Hamdi TOPAL
Rektör Yardımcısı, Yürütme Kurulu Başkan Yardımcısı	Prof. Dr. Ömer KÜÇÜK
Ormancılık ve Tabiat Turizmi İhtisaslaşma Koordinatörü	Doç. Dr. Emre BİRİNCİ
Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinasyon Birimi Koordinatörü	Prof. Dr. Alperen KAYMAKCI
Turizm Fakültesi Dekanı	Prof. Dr. Burhan SEVİM
Orman Fakültesi Dekanı	Prof. Dr. Mahmut GÜR
Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölüm Başkanı	Prof. Dr. Burhan SEVİM(uhdesinde)
Turizm Rehberliği Bölüm Başkanı	Doç. Dr. Nagihan ÇAKMAKOĞLU ARICI
Turizm İşletmeciliği Bölüm Başkanı	Prof. Dr. Kutay OKTAY
Orman Mühendisliği Bölüm Başkanı	Prof. Dr. Fatih SİVRİKAYA
Orman Endüstri Mühendisliği Bölüm Başkanı	Prof. Dr. Saim ATEŞ
Yaban Hayatı Ekolojisi ve Yönetimi Bölüm Başkanı	Doç. Dr. Özkan EVCİN
Üye	Prof. Dr. Orhan KANDEMİR
Üye	Prof. Dr. Mehmet Cengiz BALOĞLU
Üye	Prof. Dr. Tolga ULUSOY
Üye	Prof. Dr. Osman Sabri KESBİÇ
Üye	Prof. Dr. Talip ÇETER
Sekreter	Öğr. Gör. Dr. Mehmet Fırat OLGUN

Tablo 1.2’de yer alan Strateji Geliştirme Kurulu, aynı zamanda stratejik planlama sürecinin üst düzey yönetim mekanizmasını oluşturmuş; hazırlanan stratejik belgelerin üniversitenin vizyonu ve ihtisaslaşma hedefleriyle uyumunu gözetmiş; gerektiğinde yönlendirici kararlar alarak planlama sürecine rehberlik etmiştir. Kurul, süreç boyunca yürütme ekibi tarafından geliştirilen hedef, faaliyet ve çıktıların değerlendirilmesi sürecinde; üniversitenin mevcut kapasitesi, bölgesel ihtiyaçlar ve ulusal kalkınma öncelikleri doğrultusunda stratejik amaçların bütüncül bir yaklaşımla oluşturulmasına katkı sunmuştur.

Strateji Geliştirme Kurulu’nun katkıları sayesinde, yalnızca akademik temelli değil, aynı zamanda uygulama odaklı, somut ve ölçülebilir hedeflere dayanan bir stratejik plan taslağı oluşturulmuş; tabiat turizmi temelli bölgesel kalkınma vizyonu kapsamında önemli bir kurumsal katkı sağlanmıştır.

Üniversitenin araştırma altyapısı, akademik insan kaynağı ve bölgesel iş birlikleri göz önünde bulundurularak geliştirilen bu plan, üniversitenin bölgesel aktörlerle kurduğu etkileşimi kurumsal bir çerçeveye oturarak, sürdürülebilir turizm anlayışı doğrultusunda tabiat temelli kalkınma için politika yapım sürecine daha güçlü bir akademik katkı sunmasına imkân sağlamıştır.

Strateji Geliştirme Kurulu'nun, sürecin ana aşamalarına dair stratejik yönlendirmeleri doğrultusunda oluşturulan plan, “ ” tarihinde yapılan ilk toplantıda ön değerlendirmeye sunulmuş, öneri ve katkılar alınarak revize edilmiştir. Sonrasında nihai taslak, “ ” tarihinde onaylanarak ilgili kurullara sunulmuş ve yürürlüğe alınmıştır.

2. TR81 VE TR82 BÖLGELERİNDE TABİAT TURİZMİ SEKTÖRÜ DURUM ANALİZİ

TR81 (Bartın, Karabük, Zonguldak) ve TR82 (Çankırı, Kastamonu, Sinop) bölgeleri, Türkiye'nin doğal peyzaj zenginliği açısından en değerli bölgeleri arasında yer almaktadır. Sahip olduğu milli parklar, tabiat parkları, doğal sit alanları, yaylalar, kanyonlar, mağaralar, göller ve kıyı ekosistemleri ile bu bölgeler, tabiat turizmi bakımından sürdürülebilir turizm politikaları açısından büyük bir potansiyel taşımaktadır. Bölgedeki coğrafi çeşitlilik, dört mevsim boyunca tabiat turizmine olanak tanıyan iklimsel koşullarla birleştiğinde, turizm faaliyetlerinin çeşitlendirilmesi açısından benzersiz bir fırsat sunmaktadır.

Doğal zenginliklerin büyük bir kısmı hâlâ kitlesel turizm baskısından uzak, bozulmamış alanlardan oluşmaktadır. Örneğin Küre Dağları Milli Parkı, Yenice Ormanları, Ilgaz Dağı Milli Parkı, Erfelek Tatlıca Şelaleleri, Valla, Horma ve Çatak Kanyonları, Gideros Koyu, Amasra ve Hattuşa Yaylası gibi alanlar; doğa yürüyüşleri, fotoğrafçılık, kuş gözlemciliği, kamp-karavan, bisiklet rotaları, mağara keşifleri, kanyon geçişleri ve dağcılık gibi birçok tematik tabiat turizmi faaliyeti için doğal bir zemin sunmaktadır.

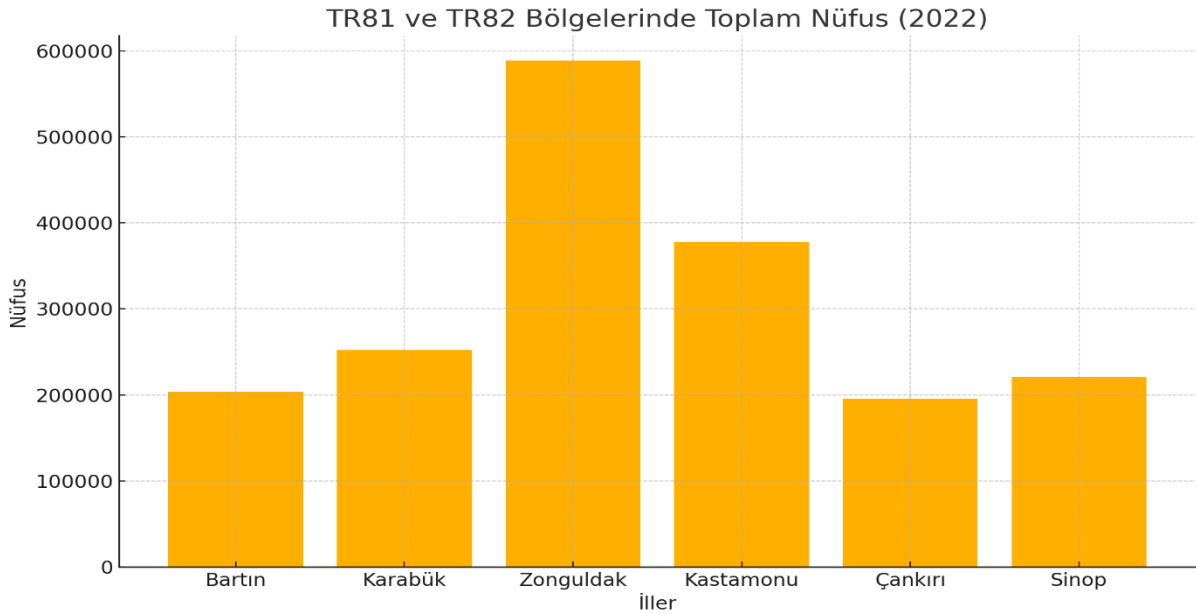
Ancak bu doğal varlıkların turizm ürününe dönüştürülmesi süreci, birçok yapısal ve kurumsal sorunla karşı karşıyadır. Öncelikle bölgedeki destinasyonlarda altyapı ve üstyapı eksiklikleri oldukça yaygındır. Milli park girişlerinin düzenlenmemiş olması, yönlendirme levhalarının yetersizliği, yürüyüş parkurlarının bakımsızlığı, konaklama alanlarının doğayla uyumsuzluğu, çevre temizliği ve atık yönetimi gibi konular doğa deneyimini olumsuz etkileyen başlıca faktörlerdir. Ayrıca acil müdahale ve sağlık altyapısının kırsal bölgelerde yetersiz olması, özellikle ekstrem doğa sporlarıyla uğraşan gruplar açısından ciddi bir güvenlik riski oluşturmaktadır.

Bölgenin kırsal yapısı, tabiat turizminin gelişmesinde hem avantaj hem de dezavantaj oluşturmaktadır. Kırsal bölgelerdeki düşük yapılaşma ve bozulmamış doğa, sürdürülebilir ekoturizm için uygun ortam sağlarken; ulaşım ağlarının yetersizliği, kent-merkez ile doğa alanları arasında yeterli bağlantının kurulamaması, toplu taşıma hizmetlerinin sınırlılığı ve dijital altyapı eksiklikleri, gelişimi sekteye uğratmaktadır. Özellikle Kastamonu-Sinop arasındaki dağlık bölgeler, Bartın-Küre güzergahları, Zonguldak-Gökçebey yaylaları gibi alanlara ulaşımında mevsimsel olarak zorluklar yaşanmaktadır. Karavan ve bireysel seyahat tercih eden tabiat turistleri için gerekli durak noktalarının olmaması, ziyaret sürelerini kısıtlamaktadır.

Tanıtım ve pazarlama konularında ise TR81 ve TR82 bölgelerinde tabiat turizmi destinasyonlarının ulusal ve uluslararası düzeyde yeterince bilinirlik kazanamadığı gözlemlenmektedir. Turizm markalaşmasının yalnızca şehir bazında yürütülmesi (örneğin sadece Amasra ya da Safranbolu özelinde), bölgesel destinasyon kimliğinin oluşmasına engel olmaktadır. Kurumsal web siteleri, sosyal medya kampanyaları, dijital rehberlik uygulamaları gibi çağdaş pazarlama araçlarının kullanılmaması, özellikle yabancı doğa turistleri açısından erişim ve planlama zorlukları yaratmaktadır.

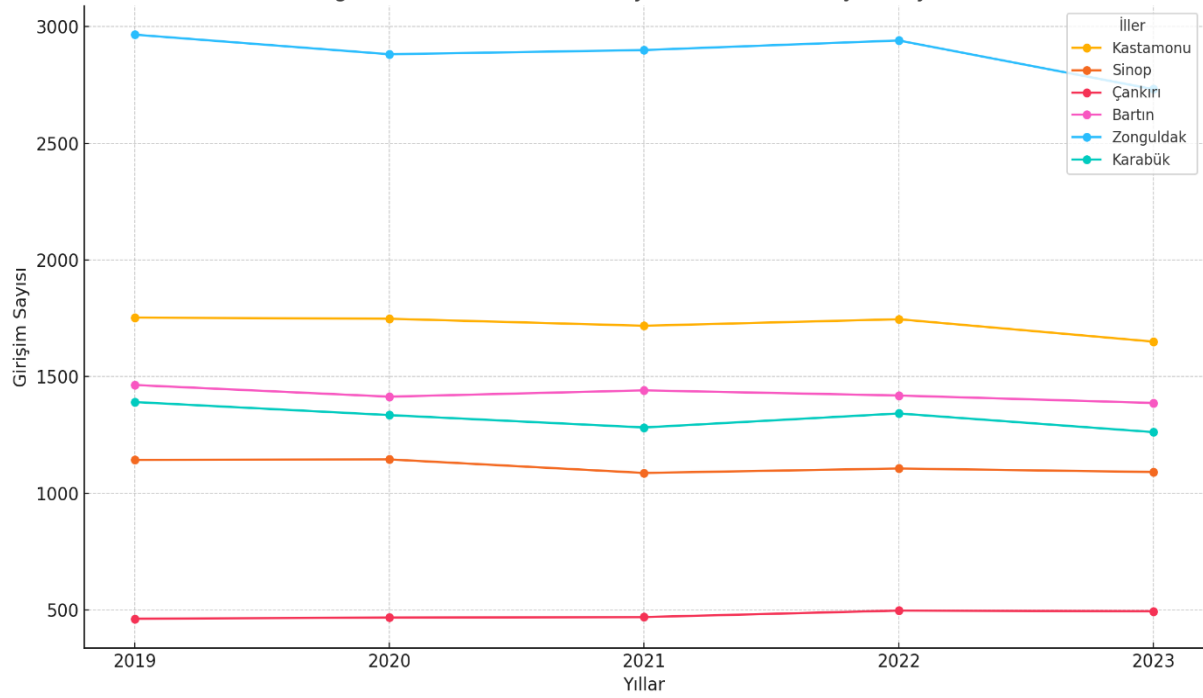
Tabiat turizmi faaliyetlerinin gelişimi, bölge ekonomisine doğrudan katkı sağlama potansiyeline sahiptir. Ancak bugüne kadar uygulanan kırsal kalkınma politikaları, yerel halkın bu süreçlere bütüncül biçimde dâhil edilmesini sağlayamamıştır. Bölgedeki birçok tabiat turizmi girişimi dışardan gelen özel sermayeye dayalıdır. Yerel halk çoğu zaman sadece yardımcı iş gücü ya da ürün tedarikçisi olarak sürece dâhil olabilmektedir. Kadın girişimciliği, kooperatifleşme ve yerel ürünlerin doğa turizmi ile entegre edilmesi gibi başlıklarda Kastamonu, Bartın ve Karabük illerinde olumlu örnekler bulunmakla birlikte; bu uygulamaların sürdürülebilirliği, kamu desteği ve eğitimle sınırlı kalmaktadır.

Şekil 2.1. TR81 ve TR82 Bölgelerinde Toplam Nüfus



Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), 2025

TR81 ve TR82 bölgelerinin toplam nüfuslarına bakıldığında, Zonguldak en kalabalık il olarak dikkat çekerken, Çankırı en düşük nüfusa sahip ildir. Bu durum, yüksek nüfuslu illerde (Zonguldak, Kastamonu gibi) tabiat turizmine olan talebin daha yoğun olabileceğini ve buna bağlı olarak altyapı, güvenlik ve yönlendirme yatırımlarının öncelikli hale gelmesi gerektiğini göstermektedir. Düşük nüfuslu iller (Sinop, Bartın, Çankırı) ise daha sakin ve sürdürülebilir turizm modelleri için elverişli alanlar sunmakta; ancak tanıtım ve dış kaynaklı turist çekme stratejileriyle desteklenmelidir. Nüfus büyüklüğü, planlamada hem iç pazar potansiyeli hem de yerel kalkınma hedeflerinin önceliklendirilmesi açısından belirleyici bir faktördür.

Şekil 2.2. TR81-TR82 Bölgelerinde Konaklama ve Yiyecek Hizmeti Girişim Sayıları (2019-2023)

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), 2025

TR81 ve TR82 bölgelerinde (Zonguldak, Karabük, Bartın, Kastamonu, Çankırı, Sinop) konaklama ve yiyecek hizmeti alanındaki girişim sayıları 2019–2023 döneminde genel olarak azalma eğilimi göstermiştir; bu durum, tabiat turizmi potansiyeli yüksek olan bölgede girişimcilik faaliyetlerinin istikrarsızlaştığını ve özel sektörün sektöre olan ilgisinin azaldığını göstermektedir. Özellikle Zonguldak, Kastamonu, Karabük ve Sinop gibi zengin doğal kaynaklara ve korunmuş alanlara sahip illerde işletme sayılarındaki düşüş, sürdürülebilir turizm gelişimi açısından risk oluşturmakta; bu da kırsal kalkınma, destinasyon markalaşması ve yerel istihdam açısından olumsuz bir tabloya işaret etmektedir. Girişim sayılarındaki bu durağan ya da gerileyen eğilim, tabiat temelli turizm alanında altyapı eksiklikleri, tanıtım yetersizlikleri ve yatırım teşviklerinin sınırlı kalmasından kaynaklanmakta olup, stratejik planda bu durumun iyileştirilmesine yönelik politikaların, özellikle ekoturizm girişimlerine destek, kırsal turizm kooperatiflerinin yaygınlaştırılması ve eğitim temelli kapasite geliştirme faaliyetlerinin önceliklendirilmesi gerektiğini göstermektedir.

TR81 ve TR82 bölgelerinde faaliyet gösteren üniversiteler (örneğin Kastamonu Üniversitesi, Karabük Üniversitesi, Bartın Üniversitesi), tabiat turizmi alanında gerek akademik bilgi üretimi, gerekse uygulama projeleri yoluyla önemli bir rol üstlenmektedir. Doğa temalı lisans ve lisansüstü programların açılması, yerel kalkınma odaklı proje geliştirme birimlerinin kurulması, öğrenci gruplarının saha uygulamaları ve kırsal turizm destek ofisleri ile üniversiteler, tabiat turizmi stratejilerinin bilimsel temellere dayalı biçimde inşa edilmesine katkı sunmaktadır.

Öte yandan mevsimsellik sorunu da doğa turizminin planlanmasında belirleyici bir faktördür. Bölgede kış aylarında karla kaplı yollar, tipi ve buzlanma gibi koşullar tabiat faaliyetlerini sınırlamakta; bahar ve

yaz aylarında ise aşırı yoğunluk, kapasite aşımı ve çevresel tahribat risklerini beraberinde getirmektedir. Bu nedenle ziyaretçi taşıma kapasitesine göre sezonluk planlamaların yapılması, mevsimsel alternatif ürünlerin geliştirilmesi (kış doğa yürüyüşleri, termal tabiat turizmi, sessiz av turizmi vb.) ve yıl boyunca sürdürülebilir bir faaliyet takvimi oluşturulması gereklidir.

Batı Karadeniz Kalkınma Ajansı (BAKKA) ve Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı (KUZKA)'nın, tabiat turizmine yönelik destekleri ise özellikle son yıllarda ivme kazanmıştır. Ajans destekleriyle yürütülen yürüyüş rotası projeleri, tanıtım kitapçıkları, destinasyon analiz raporları, yatırım rehberleri, destinasyon yönetim planları ve tematik festival destekleri bölgedeki tabiat turizmi farkındalığını artırmıştır. Ancak bu projeler çoğu zaman birbirinden kopuk, kısa süreli ve ölçek olarak sınırlı kalmaktadır. Destinasyon bazlı bir yönetim modeli kurulmadan, bu tür müdahalelerin kalıcı etkiler yaratması mümkün değildir.

TR81 ve TR82 bölgeleri tabiat turizmi açısından Türkiye'nin en güçlü alternatiflerinden birini sunmaktadır. Ancak bu potansiyelin bölgesel kalkınmaya dönüşmesi için; entegre altyapı yatırımları, kapsayıcı tanıtım stratejileri, doğa koruma planları, toplumsal katılım mekanizmaları, akademik bilgi desteği ve kurumsal eşgüdüm çerçevesinde bütüncül bir stratejiye ihtiyaç duyulmaktadır. Aksi takdirde, tabiat turizmi potansiyeli plansız kullanım nedeniyle kısa vadeli ekonomik kazançlara indirgenerek, hem çevresel hem de sosyo-kültürel açıdan telafisi güç zararlar doğuracaktır.

3. KASTAMONU ÜNİVERSİTESİ DURUM ANALİZİ

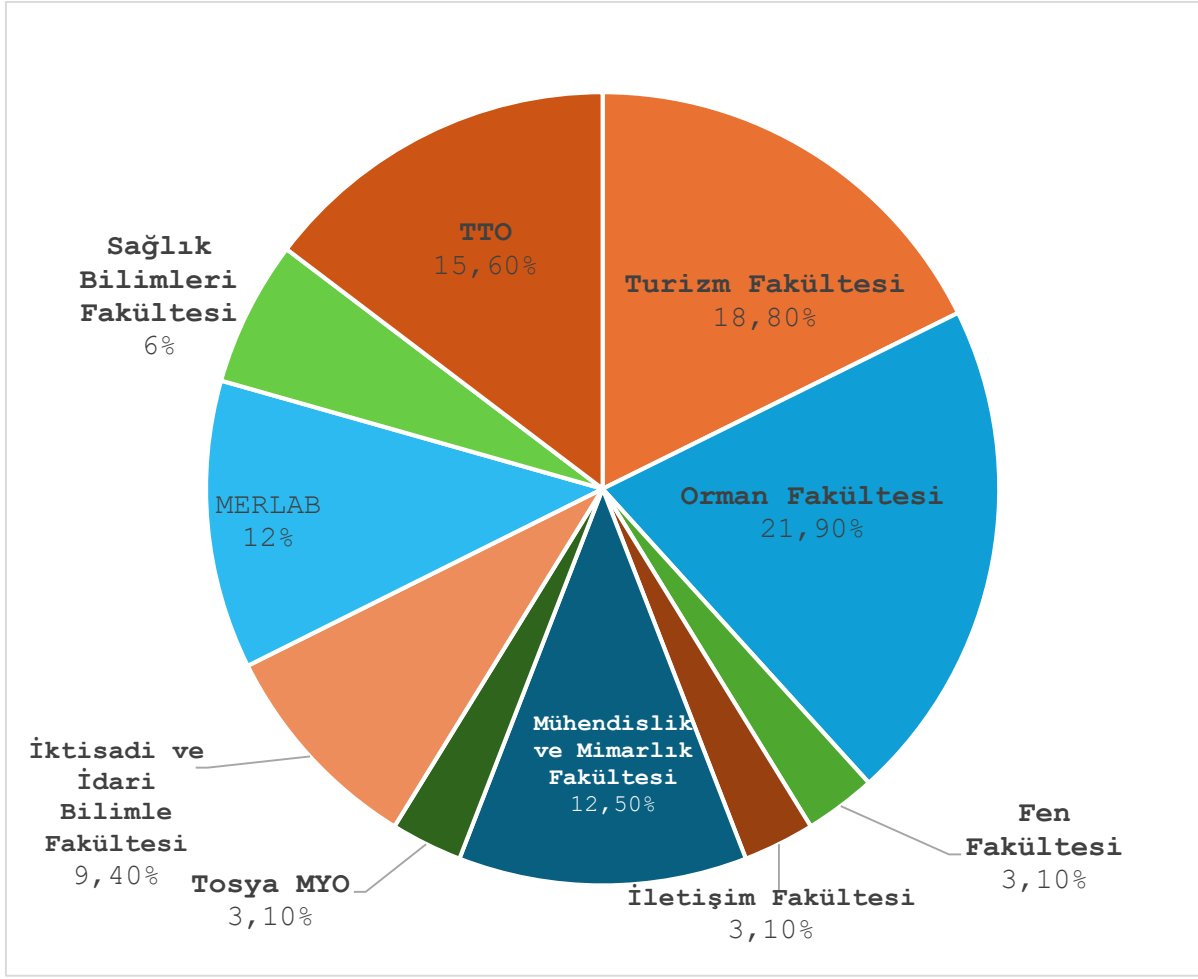
Kastamonu Üniversitesi, Yükseköğretim Kurulu tarafından yürütülen “Bölgesel Kalkınma Odaklı Misyon Farklılaşması ve İhtisaslaşması” programı çerçevesinde, “Ormancılık ve Tabiat Turizmi” alanlarında uzmanlaşmış bir yükseköğretim kurumu olarak belirlenmiştir. Bu kapsamda, üniversitenin bilimsel ve akademik üretimi sadece teorik bilgi üretimiyle sınırlı kalmamış; aynı zamanda bölgesel kalkınmaya yönelik uygulamalı ve çözüm odaklı projelerle genişletilmiştir. Kamusal sorumluluk bilinciyle geliştirilen bu stratejik yaklaşım, kamu, özel sektör ve sivil toplum kuruluşlarıyla çok paydaşlı iş birliklerinin kurulmasını sağlamıştır. Üniversitemizin bu misyon doğrultusunda yürüttüğü çalışmalarda, bölgenin ihtiyaçları, potansiyelleri ve öncelikleri dikkate alınarak geliştirilen projeler aracılığıyla, kalkınmanın tüm aktörlerini içeren bir yapı kurulmuştur. Bu bağlamda, yerel düzeyde kamuoyunu etkileyen ve dönüştüren katılımcı proje uygulamaları öne çıkmıştır. İhtisaslaşma ekseninde desteklenen tüm projelerde bölge dinamiklerinin paydaşlarla paylaşılması ve ortak akılla projelendirilmesi temel ilke olarak benimsenmiştir.

2020–2024 dönemi boyunca, üniversite kaynaklarından sağlanan bütçeler aracılığıyla toplam 48 stratejik ihtisas projesi desteklenmiştir. Bu projelerde kamusal kurumlar, özel sektör temsilcileri ve STK’larla iş birlikleri güçlendirilmiş; üniversitenin yalnızca bilgi üretiminde değil, aynı zamanda toplumsal kalkınma süreçlerinde aktif bir aktör olarak konumlanması hedeflenmiştir.

İhtisaslaşma vizyonu, üniversitenin farklı akademik birimleri arasında iş birliğini teşvik eden bütüncül bir anlayışla hayata geçirilmiştir. Özellikle Orman Fakültesi ve Turizm Fakültesi, tematik odaklanmanın merkezinde yer alırken; İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Mühendislik Fakültesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Fen Fakültesi, Veteriner Fakültesi, İletişim Fakültesi, Teknoloji Transfer Ofisi ve Tosya MYO gibi birimler de disiplinler arası projelerde etkin biçimde rol almıştır.

Aşağıda yer alan Şekil 3.1, yürütülen projelerin üniversitenin ilgili akademik ve idari birimlerine göre dağılımını yüzdesel olarak göstermekte; bu dağılım aynı zamanda ihtisaslaşma misyonunun üniversite genelinde sahiplenildiğini ve benimsendiğini ortaya koymaktadır.

Şekil 3.1. Desteklenen İhtisaslaşma Projelerinin Birimlere Dağılımı



3.1. Birimler ve Araştırma-Altyapı İmkânları

İhtisaslaşma çalışmalarının yürütülmesinde lokomotif olan Orman ve Turizm fakültelerine ilişkin genel bilgilendirme ve bu birimlerin sahip olduğu altyapı ve araştırma imkânlarına yer verilmiştir. Bunun yanı sıra, Turizm Fakültesi bünyesinde ihtisaslaşma sürecini destekleyecek nitelikte donanımlı uygulama alanları ve modern eğitim altyapıları bulunmaktadır. Fakültenin ilk akredite olan Turizm Rehberliği Bölümü ve tam akredite edilen Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, uygulamalı eğitimin temelini oluşturan Tabiat Turizmi alan gezileri gastronomi uygulama mutfağı ile öne çıkmakta; öğrencilerin mesleki becerilerini gerçekçi ortamlarda geliştirmelerine olanak tanımaktadır. Ayrıca fakülte içerisinde yer alan, bir tanesi 14 kız, diğeri 16 erkek öğrenci kapasiteli iki ayrı bloktan oluşan Yatakhana (konaklama birimi), turizm eğitiminin konaklama hizmetleri boyutunda uygulama temelli deneyim kazandırmaktadır. Öğrencilerin sektörel süreçlere aktif katılımını artırmaya yönelik olarak yapılandırılan Parlayan Yıldız Konukevi, konuk ağırlama ve yönetim becerilerinin geliştirilmesine hizmet ederken; seyahat acentacılığı uygulama simülâtörü ve restoran hizmetleri simülâtörü ise hizmet senaryoları içerisinde gerçek zamanlı öğrenme ortamları sunmaktadır. Bu kapsamlı altyapı olanakları,

Turizm Fakültesi'ni hem akademik hem de uygulamalı düzeyde bölgesel kalkınma misyonuna katkı sağlayan stratejik bir eğitim ve araştırma birimi haline getirmiştir.

3.1.1. Turizm Fakültesi

Üniversitemizin ihtisaslaşma sürecinde önemli bir akademik paydaş olan Kastamonu Üniversitesi Turizm Fakültesi, kuruluşundan bu yana sürdürdüğü eğitim-öğretim faaliyetleriyle, özellikle tabiat temelli turizm, gastronomi, kültürel miras yönetimi ve sürdürülebilir destinasyon planlaması alanlarında bölgesel kalkınmaya katkı sağlamaktadır. Fakülte bünyesinde lisans düzeyinde eğitim veren, Turizm Rehberliği, Gastronomi ve Mutfak Sanatları ve Turizm İşletmeciliği (İngilizce Programı) bölümleri aktif olarak öğretim faaliyetlerini sürdürmektedir.

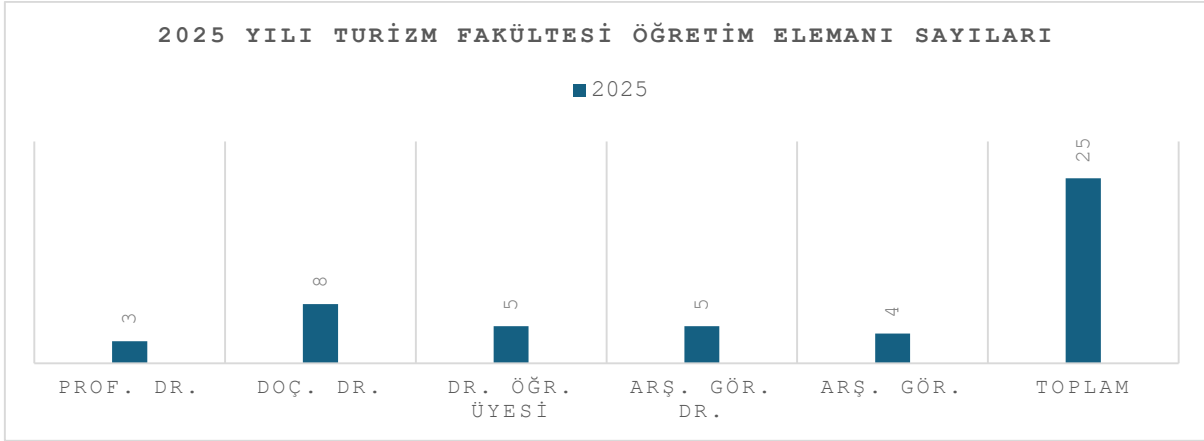
Bununla birlikte, lisansüstü düzeyde yürütülen programlar sayesinde Turizm Fakültesi, nitelikli akademik kadrosuyla bilimsel araştırma ve uzmanlık alanlarının geliştirilmesine olanak tanımaktadır. Kastamonu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü çatısı altında yürütülen lisansüstü programlar şunlardır:

- Gastronomi ve Mutfak Sanatları Ana Bilim Dalı
 - Gastronomi ve Mutfak Sanatları Yüksek Lisans Programı (Türkçe)
 - Gastronomi ve Mutfak Sanatları Doktora Programı (Türkçe)
- Turizm Rehberliği Ana Bilim Dalı
 - Tabiat Turizmi ve Turizm Rehberliği Yüksek Lisans Programı (Türkçe)
- Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı
 - Turizm İşletmeciliği Yüksek Lisans Programı (Türkçe)
 - Turizm İşletmeciliği Yüksek Lisans Programı (İngilizce)
 - İnanç Turizmi Yüksek Lisans Programı (Türkçe)
 - Turizm İşletmeciliği Doktora Programı (Türkçe)

Toplamda beş yüksek lisans ve iki doktora programı ile eğitim-öğretim faaliyetlerini sürdüren fakülte, bölgenin turizm sektöründe ihtiyaç duyduğu uzman insan kaynağının yetiştirilmesinde kilit rol oynamaktadır. Aynı zamanda, teorik eğitimi uygulamalı modellerle destekleyen fakülte yapısı, öğrencilerin sektöre hazır bireyler olarak mezun olmasını sağlamaktadır.

Kastamonu Üniversitesi'nin Yükseköğretim Kurulu tarafından "Üniversitelerde Bölgesel Kalkınma Odaklı Misyon Farklılaşması" kapsamında "Ormancılık ve Tabiat Turizmi" alanında ihtisaslaşan üniversiteler arasında yer alması, Turizm Fakültesi'nin bu süreçteki stratejik önemini pekiştirmektedir. Fakültenin yıllara göre akademik personel dağılımı Şekil 3.2'de sunulmuştur.

Şekil 3.2. Turizm Fakültesi Öğretim Elemanı Sayıları 2025



Gastronomi ve Mutfak Sanatları Uygulama Laboratuvarı: Fakülte binasında yer alan bu kapsamlı laboratuvar, modern gastronomi eğitiminin gerektirdiği tüm fiziksel olanaklara sahiptir. Laboratuvar toplamda beş ana birimden oluşmakta olup; genel mutfak alanı, pastane bölümü, bulaşıkhanesi, yemek sunum odası ve soğuk hava depoları şeklinde yapılandırılmıştır. Laboratuvar içerisinde kız ve erkek öğrenciler için ayrı soyunma alanları bulunmakta, eş zamanlı olarak 30 öğrencinin uygulamalı eğitim almasına olanak sağlayacak biçimde planlanmıştır. Ayrıca 30 kişilik yemek restoran simülasyon odası, uygulamalı servis eğitimleri için tasarlanmıştır. Uygulama dersleri kapsamında; Türk Mutfağı, Dünya Mutfağı, Soğuk Mutfak, Pastacılık ve Tatlı Yapımı gibi konularda eğitimler yürütülmektedir.

Yemek Stilizasyonu ve Fotoğrafçılık Uygulama Bölümü: Gastronomi eğitimine görsel estetik ve iletişim boyutu kazandırmak amacıyla kurulan bu alanda, öğrenciler hazırladıkları yemekleri profesyonel stüdyoda fotoğrafçılık eğitimi almaktadır. Bu bölümde aydınlatma sistemleri, stilistik ekipmanları, profesyonel fotoğraf makineleri ve sergileme panoları yer almaktadır. Öğrenciler, yemek stilizasyonu ve gastronomik sunum teknikleri konusunda uygulamalı deneyim kazanmaktadır.

Seyahat Acentacılığı Uygulama Simülasyonu: Turizm Rehberliği ve Turizm İşletmeciliği bölümleri için özel olarak hazırlanan bu simülasyon laboratuvarı, öğrencilere gerçek bir acenta operasyonunu deneyimleme olanağı sağlamaktadır. Rezervasyon sistemleri, müşteri ilişkileri yönetimi ve biletleme süreçlerine ilişkin yazılımlarla donatılan bu laboratuvar, 30 kişilik kapasitesiyle lisans ve yüksek lisans öğrencilerine hizmet vermektedir.

Restoran Simülasyonu Uygulama Alanı: Turizm İşletmeciliği öğrencilerinin hizmet sektörü yönetimini deneyimleyebileceği şekilde tasarlanmış bu alanda, restoran işletmeciliğine yönelik masa düzeni, servis teknikleri ve müşteri karşılama gibi konularda uygulamalı eğitimler gerçekleştirilmektedir.

Bostan ve Bahçe Uygulama Alanı: Fakülte bahçesinde yer alan ve ata tohumları kullanılarak oluşturulan uygulamalı bostanda öğrenciler; sürdürülebilir tarım, yerel ürün yetiştiriciliği ve mutfakta kullanılacak taze otların yetiştirilmesi gibi konularda deneyim kazanmaktadır. Bu alan aynı zamanda yerel gastronomiyle tarımsal üretim ilişkisini kavramsal ve pratik düzeyde ele almak için önemli bir öğrenme sahasıdır.

Parlayan Yıldız Konukevi ve Uygulama Oteli: Fakülteye bağlı olarak hizmet veren bu tesis; konaklama, yiyecek-içecek hizmetleri ve ön büro alanlarında öğrencilerin uygulamalı eğitim alabileceği bir ortam sunmaktadır. Konukevi; 6 oda ve 14 yatak kapasitesine, restoran bölümü ise 50 kişilik servis kapasitesine sahiptir. Öğrenciler, bu alanda hem staj hem de kısmi zamanlı çalışma imkânı ile profesyonel deneyim edinmektedir.

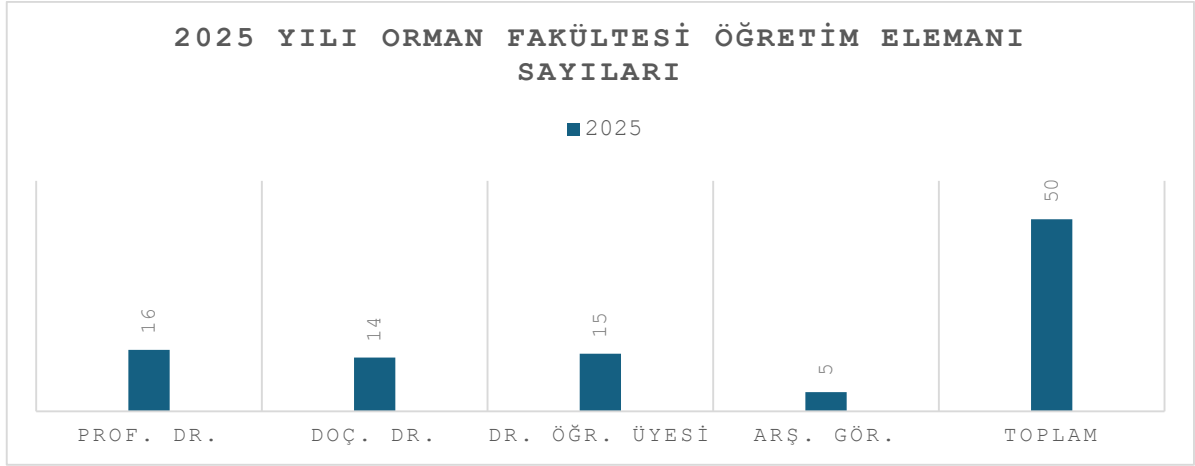
3.1.2. Orman Fakültesi

Kastamonu Üniversitesi Orman Fakültesi, lisans düzeyinde Orman Mühendisliği ve Orman Endüstri Mühendisliği bölümleri ile eğitim-öğretim faaliyetlerini sürdürmekte olup, Yaban Hayatı Ekolojisi ve Yönetimi bölümü henüz öğrenci kabulüne başlamamıştır. Fen Bilimleri Enstitüsü'ne bağlı olarak Orman Mühendisliği, Orman Endüstri Mühendisliği ve Yaban Hayatı Ekolojisi ve Yönetimi Ana Bilim Dallarında lisansüstü eğitim programları mevcuttur.

- Orman Mühendisliği Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Programı (Türkçe)
- Orman Mühendisliği Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Programı (İngilizce)
- Orman Mühendisliği Ana Bilim Dalı Doktora Programı (Türkçe)
- Orman Endüstri Mühendisliği Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Programı (Türkçe)
- Orman Endüstri Mühendisliği Ana Bilim Dalı Doktora Programı (Türkçe)
- Yaban Hayatı Ekolojisi ve Yönetimi Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Programı (Türkçe)

Kastamonu Üniversitesi'nin Yükseköğretim Kurulu tarafından "Üniversitelerde Bölgesel Kalkınma Odaklı Misyon Farklılaşması" kapsamında "Ormancılık ve Tabiat Turizmi" alanında ihtisaslaşan üniversiteler arasında belirlenmesi, Orman Fakültesi'nin hem akademik hem de uygulama alanlarındaki kapasitesini güçlendirmiştir. Fakülteye ait yıllara göre akademisyen sayısı Şekil 3.3'te sunulmuştur.

Şekil 3.3. Orman Fakültesi Öğretim Elemanı Sayıları 2025



Kastamonu Üniversitesi Orman Fakültesi, ormancılık alanındaki eğitim-öğretim ve araştırma faaliyetlerini desteklemek amacıyla çok yönlü laboratuvar altyapısına sahiptir. Fakülte bünyesinde; arazi ölçüm ve analizlerinin yapıldığı Orman İnşaatı ve Transportu Laboratuvarı, mikroskobik çalışmaların yürütüldüğü Öğrenci Laboratuvarı, tohum çimlenmesi ve fidan gelişimi üzerine deneylerin gerçekleştirildiği Silvikültür Laboratuvarı, ahşap koruma tekniklerinin uygulandığı Emprenye Laboratuvarı, malzeme dengeleme süreçlerinin yürütüldüğü İklimlendirme Laboratuvarı, uçucu yağ ve biyolojik aktivite analizlerinin yapıldığı Odun Dışı Orman Ürünleri Laboratuvarı ve ahşap malzemelerin dayanım testlerinin gerçekleştirildiği Odun Mekaniği ve Teknolojisi Laboratuvarı yer almaktadır. Ayrıca, kimyasal bileşen analizlerinin yapıldığı Orman Ürünleri Kimyası Laboratuvarı ile lignoselülozik hammaddelerden lif üretiminin sağlandığı Termomekanik Lif Üretimi Pilot Tesisi de fakültenin bilimsel kapasitesini güçlendiren önemli birimler arasında yer almaktadır. Bu altyapı, hem öğrencilere uygulamalı öğrenme fırsatı sunmakta hem de akademik araştırmalara güçlü bir zemin hazırlamaktadır.

3.1.3. Merkezi Araştırma Laboratuvarı (MERLAB)

Kastamonu Üniversitesi bünyesinde faaliyet gösteren Merkezi Araştırma Laboratuvarı (MERLAB), bilimsel araştırma ve analiz faaliyetlerini destekleyecek nitelikte güçlü bir teknik ve fiziksel altyapıya sahiptir. Yaklaşık 4.789 m² kapalı kullanım alanına sahip merkezde, 26 adet donanımlı laboratuvar, 3 toplantı salonu, çeşitli çalışma ofisleri, elektrik-mekanik atölyeler, soğuk hava depoları ve özel olarak tasarlanmış kimyasal malzeme saklama odaları yer almaktadır.

MERLAB çatısı altında, çok disiplinli araştırmaları mümkün kılan farklı uzmanlık birimleri bulunmaktadır. Bunlar arasında; görüntüleme, kromatografi, nükleer analiz, termal analiz, spektroskopi, mekanik karakterizasyon, biyomalzeme mühendisliği, dokusal analiz, manyetik malzeme karakterizasyonu, çevre-su-atık su analizleri gibi alanlara yönelik toplam on temel araştırma birimi yer

almaktadır. Ayrıca üniversitemiz ve bölgedeki kamu-özel sektör kuruluşlarının ihtiyaç duyduğu sıvı azot üretimini karşılamak üzere hizmet veren Sıvı Azot Üretim Ünitesi de aktif olarak çalışmaktadır.

Laboratuvarlarda kullanılan cihaz ve ekipmanlar; fizik, kimya, biyoloji gibi temel bilimlerden malzeme, çevre, gıda ve makine mühendislikleri başta olmak üzere eczacılık, diş hekimliği ve adli tıp gibi sağlık bilimleri alanlarındaki araştırmalara katkı sunabilecek yeterlilikte ve kalitededir. Bu kapsamda MERLAB, hem üniversite içinde yürütülen akademik araştırmaları desteklemekte hem de bölge kalkınmasına katkı sağlayacak şekilde dış paydaşlara hizmet sunmaktadır.

MERLAB, TÜRKAK (Türk Akreditasyon Kurumu) tarafından yetkilendirilmiş ve 19 Ağustos 2022 tarihinde gerçekleştirilen gözetim ve kapsam genişletme denetimini başarıyla tamamlayarak 2025 yılına kadar geçerli yeni akreditasyon sertifikasını almaya hak kazanmıştır. Daha önce yalnızca 2 analiz parametresi için geçerli olan akreditasyon kapsamı; pH tayini, serbest asitlik, diastaz sayısı, elektriksel iletkenlik, nem, prolin ve maltoz tayini gibi ölçümlerin eklenmesiyle toplamda 9 parametreye çıkarılmıştır. Bu gelişmeyle birlikte, özellikle Türk Gıda Kodeksi Bal Tebliği'nde yer alan kriterlerin büyük bölümü MERLAB bünyesinde analiz edilebilir hâle gelmiştir.

Akreditasyon kapsamında gerçekleştirilen bu teknik gelişmelerle birlikte, bal ürünlerinin kalite sınıflandırması, tazelik ve olgunluk dereceleri, ısı işlemi ve depolama koşullarının etkileri, antioksidan aktivite düzeyleri, bitki kaynaklarının tayini ve kül miktarı analizleri gibi pek çok parametrede güvenilir ölçümler yapılabilmektedir. Bu durum, gıda sahteciliği ve bal taşıması gibi sorunların önlenmesinde etkin bir araç sunarken, aynı zamanda akademik literatüre katkı sağlayacak bilimsel çalışmaların da altyapısını oluşturmayı hedeflemektedir.

3.1.4. Tabiat Turizmi Uygulama ve Araştırma Merkezi

Kastamonu Üniversitesi bünyesinde kurulan Tabiat Turizmi Uygulama ve Araştırma Merkezi, 11 Nisan 2021 tarihli ve 31451 sayılı Resmî Gazete' de yayımlanan karar doğrultusunda Rektörlüğe bağlı olarak faaliyet göstermeye başlamıştır.

Merkezin kuruluşundaki temel amaç; Kastamonu ili ve çevresinde yer alan doğal alanların tabiat turizmine kazandırılmasına yönelik bilimsel araştırmalar yürütmek, bu alanlarda uygulanabilir turizm faaliyetlerini teşvik etmek ve üniversitenin ihtisaslaşma misyonuna katkı sunmaktır. Bu bağlamda, tabiat turizmi potansiyelinin bilimsel temellerle değerlendirilmesi, bölgenin tanıtımı, altyapı kapasitesinin geliştirilmesi, yerel ekonomiye katkının artırılması ve konuya ilişkin nitelikli insan gücünün yetiştirilmesi merkez faaliyetlerinin odağını oluşturmaktadır. Ayrıca, ulusal ve uluslararası ölçekte kurumsal iş birliklerinin geliştirilmesi, çevre duyarlılığının yaygınlaştırılması ve sürdürülebilir turizme yönelik toplumsal farkındalığın artırılması da merkezin öncelikleri arasında yer almaktadır.

Merkezin faaliyet alanları, ilgili mevzuat çerçevesinde aşağıdaki şekilde sıralanabilir:

- Üniversitenin ihtisaslaşma alanlarından biri olan tabiat turizmi konusunda akademik ve uygulamalı çalışmaları destekleyerek bu alandaki bilimsel etkinliği artırmak,
- Tabiat turizmine yönelik Ar-Ge, tasarım ve uygulama projelerinin gelişimini desteklemek ve bu projelerin yaygınlaştırılması için gerekli koordinasyonu sağlamak,
- Yerel, ulusal ve uluslararası düzeyde tabiat turizmi projelerinde paydaşlık, danışmanlık ve uygulama sorumluluğu üstlenmek; organizasyonlar düzenlemek ve bunlara katkı sağlamak,
- Mevzuat kapsamında, öğrenci ve araştırmacılara yönelik konferanslar, çalıştaylar, eğitim programları, sergiler, sempozyumlar, yaz/kış okulları gibi bilimsel ve kültürel etkinlikler düzenlemek, bu etkinliklerde belge, sertifika verilmesini sağlamak ve ilgili yayınları hazırlamak,
- Öğrenciler ile araştırmacıların bilimsel projelerini yürütebilecekleri altyapı ve olanakların oluşturulmasına öncülük etmek, bu kapsamda kamu ve özel sektör ile iş birliği geliştirmek,
- Lisans ve lisansüstü düzeyde yürütülecek öğrenci projelerine uygulama desteği sağlamak,
- Yurt içi ve yurt dışındaki benzer kuruluşlarla iş birliği yaparak bilgi ve deneyim alışverişi temelinde ortak projeler geliştirmek,
- Merkezin görev alanına giren konularda fiziki ve teknik kapasitenin güçlendirilmesine yönelik çalışmalar gerçekleştirmek,
- Tabiat turizminin bölgesel, ulusal ve uluslararası kalkınmaya olan katkısını artıracak stratejik yaklaşımlar geliştirmek,
- Alanında uzman ve sertifikalı bireyler yetiştirerek kalifiye insan gücü ihtiyacına cevap vermek ve istihdamı desteklemek,
- Üniversitenin kaynaklarını verimli ve etkin kullanarak akademik kapasiteyi geliştirmek,
- Tabiat turizmi sektöründe yatırım ortamını canlandırmak ve bölgeye yatırımcı çekilmesine aracılık etmek,
- Kastamonu ili ve ilçelerinin sahip olduğu doğal zenginlikleri tespit ederek bu değerlerin bilimsel, ekonomik ve uygulama açısından değerlendirilmesine katkı sağlamak.

Bu kapsamda Merkez, sadece üniversite bünyesindeki akademik çalışmalara değil; aynı zamanda Kastamonu'nun sürdürülebilir turizm politikalarına da katkı sağlayacak çok yönlü bir uzmanlık platformu olma niteliği taşımaktadır.

3.1.5. Coğrafi Bilgi Sistemleri ve Uzaktan Algılama Uygulama ve Araştırma Merkezi

Kastamonu Üniversitesi Coğrafi Bilgi Sistemleri ve Uzaktan Algılama Uygulama ve Araştırma Merkezi, 20.09.2021 tarihli ve 31604 sayılı T.C. Resmî Gazetesi'nde yayımlanan karar doğrultusunda, Kastamonu Üniversitesi Rektörlüğü'ne bağlı olarak kurulmuştur.

Merkezin temel amaçları şunlardır:

- Ulusal ve yerel ölçekte coğrafi verilerin tanımlanması, üretilmesi ve paylaşılması süreçlerini destekleyerek bu verilerin etkin şekilde kullanılmasını sağlamak.
- Yükseköğretim Kurulu'nun Bölgesel Kalkınma Odaklı Misyon Farklılaşması ve İhtisaslaşma Projesi kapsamında, ormancılık ve tabiat turizmi alanında uzmanlaşmayı hedefleyen; coğrafi bilgi sistemleri (CBS) ve uzaktan algılama teknolojilerinde öncü bir araştırma ve uygulama merkezi konumuna ulaşmak.
- CBS ve uzaktan algılama teknolojilerinin zaman, iş gücü ve maliyet açısından sağladığı avantajları geniş kitlelere tanıtmak, farklı disiplinlerde kullanımını teşvik etmek.
- Konu ile ilgili güncel bilimsel çalışmalar aracılığıyla kamu kurumlarına, yerel yönetimlere ve eğitim kurumlarına teknik ve eğitim desteği sunmak.
- Lisans ve lisansüstü düzeyde yürütülecek bilimsel faaliyetler ile projelere alt yapı sağlamak.
- Ulusal ve uluslararası düzeyde ilgili kurum ve kuruluşlarla iş birlikleri geliştirmek.
- Seminer, konferans ve benzeri etkinlikler düzenleyerek söz konusu teknolojilerin önemini ve kullanım alanlarını kamuoyuna aktarmak.
- CBS ve uzaktan algılama alanında kitap, dergi ve akademik yayınlar hazırlamak.

Merkezin faaliyet alanları şu şekilde belirlenmiştir:

- Yüksek hassasiyetli coğrafi veri setleri oluşturmak amacıyla yurt içi ve yurt dışında araştırmalar yapmak; ilgili kitap, makale ve akademik dokümanları temin ederek dokümantasyon sağlamak.
- Küresel iklim değişikliğiyle mücadelede kritik öneme sahip ormanlık alanların korunması ve geliştirilmesi için küresel ve yerel ölçekli orman varlığı veri setlerini hazırlamak ve uygun koşullarda çevrim içi erişime sunmak.
- Arazi örtüsü ve arazi kullanımı durumunu, geçmişten günümüze yaşanan değişimlerle birlikte incelemek.
- Sulak alanların korunmasına yönelik ileri düzey uzaktan algılama teknolojileri ile akademik çalışmalar yürütmek.
- Çevre sorunlarıyla mücadelede, şehir ve bölge planlamada, peyzaj çalışmalarında CBS ve uzaktan algılama teknolojilerinin kullanımını desteklemek.
- Üniversite bünyesindeki akademisyenlerin ilgili alanlardaki projelerine teknik destek sağlamak.
- Mevzuat çerçevesinde kurum ve kuruluşlara CBS, uzaktan algılama, yeni teknolojiler ve yazılımlar üzerine eğitim programları düzenlemek.

- h) Okul öncesinden lise düzeyine kadar fen, teknoloji, mühendislik ve matematik (STEM) yaklaşımı ile gençlerde CBS ve uzaktan algılama farkındalığı oluşturmak üzere iş birlikleri yapmak.
- i) Ulusal ve uluslararası düzeyde kongre, sempozyum, panel, çalıştay ve sergiler düzenlemek; alanında uzman bilim insanlarını bu etkinliklere davet etmek.
- j) Kastamonu ve çevre illerde yürütülen faaliyetleri izleyerek gerektiğinde teknik destek sağlamak; paydaşlarla birlikte akademik değeri yüksek, katma değerli projeler geliştirmek.
- k) CBS, uzaktan algılama, yazılım ve teknolojiler üzerine sertifika programları oluşturmak.
- l) Merkezin misyon ve vizyonuna uygun diğer çalışmaları yürütmek.

4. TR81 BÖLGESİ DURUM ANALİZİ

TR81 Bölgesi (Zonguldak, Karabük, Bartın), sahip olduğu doğal kaynak zenginliği, coğrafi çeşitlilik ve ekosistem bütünlüğüyle tabiat turizminin gelişimi açısından önemli bir potansiyele sahiptir. Özellikle bölgenin dağlık alanları, orman ekosistemleri, kıyı şeritleri, kanyon ve mağaraları gibi doğal varlıkları, dört mevsim boyunca farklı temalarda turistik faaliyetlerin yapılmasına olanak tanımaktadır. Ancak bu potansiyele rağmen bölge turizminin sürdürülebilir kalkınma hedefleri doğrultusunda istenilen seviyeye ulaşmadığı görülmektedir. Bartın ve Karabük illerinde yıllara dayanan üretim kültürü ve sektörel deneyim, doğal turizm ürünlerinin çeşitlendirilmesi ve yerel kalkınma temelli destinasyon stratejilerinin uygulanması açısından önemli bir altlık oluşturmaktadır. Zonguldak ilinde özgün ürünlere dayalı üretim (örneğin baston, temizlik kâğıdı gibi) ise yerel kimliğin korunması ve turizmle ilişkilendirilmesi bakımından değerlidir. Bu ürünlerin hikâyeleştirilerek turizm rotalarına entegre edilmesi mümkündür. Üç ilde de gözlenen organize sanayi bölgelerinde kümelenme eğilimi, doğaya dayalı turizmde hizmet ve ürün çeşitliliğini destekleyecek yerel üretim kapasitelerinin mevcudiyetine işaret etmektedir. Ancak firmaların Ar-Ge ve inovasyon faaliyetlerinde yetersiz kalması, tabiat turizmine entegre edilebilecek yenilikçi ürünlerin (örneğin tabiat temalı dijital rehberlik sistemleri, sürdürülebilir konaklama çözümleri vb.) geliştirilmesini sınırlamaktadır.

Bölgedeki en temel ortak sorunlardan biri olan nitelikli iş gücü eksikliği, tabiat turizmi alanında da önemli bir engel teşkil etmektedir. Ziyaretçi yönetimi, çevre eğitimi, açık alan rehberliği, doğa yürüyüşü rotalarının planlanması ve uygulanması gibi alanlarda uzman personel eksikliği, sunulan hizmetlerin kalitesini ve güvenliğini olumsuz yönde etkilemektedir. Üniversite-sanayi iş birliği beklentisinin yüksekliği, tabiat turizmi projelerinde akademik bilgi, uygulamalı eğitim ve yerel aktörlerin iş birliğiyle geliştirilecek modellerin gerekliliğini ortaya koymaktadır. Üretim planlaması, proje yazma, tasarım ve belgelendirme gibi teknik alanlarda üniversitelerden destek beklendiği gibi; bu iş birliği süreci tabiat turizmine yönelik ürün geliştirme, bölgesel marka stratejileri ve eğitim programları açısından da stratejik değer taşımaktadır. Ancak bölge genelinde test ve sertifikasyon altyapısının yetersiz olması, doğaya duyarlı konaklama tesislerinin veya eko-rehberlik hizmetlerinin belgelendirilmesinde sorunlar doğurmakta, sürdürülebilirlik iddiası taşıyan turizm işletmelerinin rekabet gücünü azaltmaktadır. Ayrıca fonlara erişim ve proje geliştirme kapasitesinin sınırlı olması, TR81 Bölgesi'nin tabiat turizmi temelli kalkınma projelerine yeterince kaynak aktaramamasına yol açmaktadır.

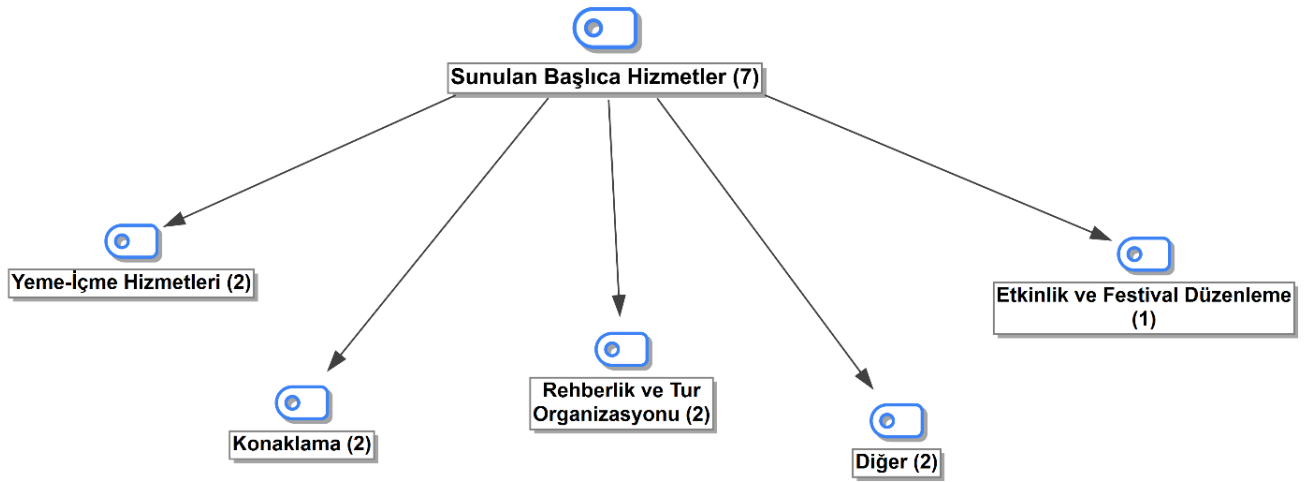
Altyapı eksiklikleri (lojistik, liman, demiryolu ve dijital altyapı gibi) ise tabiat turizmi açısından bakıldığında erişilebilirliği kısıtlamakta ve destinasyonların cazibesini azaltmaktadır. Doğal alanlara ulaşımı kolaylaştıracak bütüncül bir ulaşım ağı planlaması yapılmadığı sürece, bölgeye gelen ziyaretçi

sayısının artması ve doğal destinasyonların bilinirliğinin yükselmesi zorlaşacaktır. Tüm bu veriler, TR81 Bölgesi'nin tabiat turizmi açısından güçlü bir potansiyele sahip olduğunu; ancak bu potansiyelin etkin şekilde değerlendirilebilmesi için nitelikli insan kaynağının yetiştirilmesi, üniversitelerle stratejik iş birliklerinin güçlendirilmesi, proje geliştirme kapasitesinin artırılması ve altyapı yatırımlarının hızlandırılması gerektiğini ortaya koymaktadır.

4.1. Bartın Durum Analizi

Bartın ili, Karadeniz Bölgesi'nin batı kesiminde yer alan, kıyı ve orman ekosistemlerinin iç içe geçtiği bir coğrafyada konumlanmaktadır. İlde yaylalar, kanyonlar, milli parklar, akarsular ve kıyı şeridi gibi tabiat temelli turizm unsurları bulunmaktadır. tabiat turizmi açısından değerlendirildiğinde, Bartın'ın sahip olduğu doğal kaynakların planlı, sürdürülebilir ve yerel kalkınmayı destekleyecek şekilde kullanılması gerekmektedir. Bu kapsamda, ilin mevcut potansiyelinin analiz edilmesi, stratejik hedeflerin belirlenmesi ve uygulanabilir projelerin geliştirilmesi önem taşımaktadır. Aşağıda yer alan analizler, Bartın ilinin tabiat turizmi stratejik planı kapsamında değerlendirilmesini amaçlamaktadır.

Şekil 4.1. Bartın İli'nde Sunulan Başlıca Hizmetler

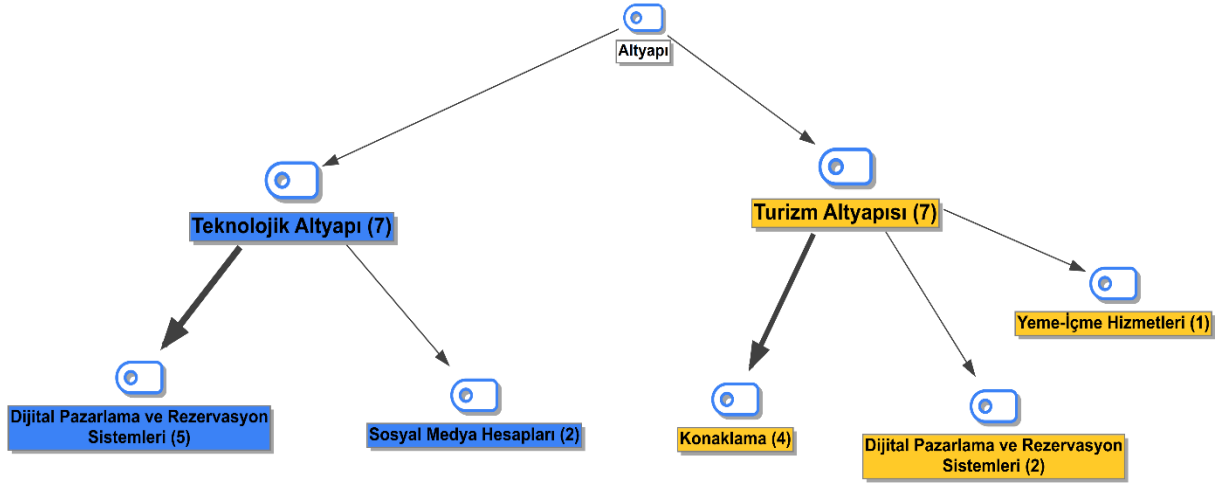


Şekil 4.1. Bartın ilinde turizm sektöründe faaliyet gösteren şirket ve kurumların Sunulan Başlıca Hizmetler konusundaki durumlarını analiz etmektedir. Bu analiz, toplam 7 şirket ve kurumun görüşlerine dayanmaktadır.

Bu alanda en çok odaklanılan konular Yeme-İçme Hizmetleri (2), Konaklama (2), Rehberlik ve Tur Organizasyonu (2) ve Diğer (2) olarak belirlenmiştir. Bu durum, sektördeki şirket ve kurumların bu alanlara eşit derecede önem verdiğini ve bu hizmetleri sunduğunu göstermektedir. İkinci en önemli hizmet alanı ise Etkinlik ve Festival Düzenleme (1) olmuştur. Bu bulgu, işletmelerin Bartın'da turizm çeşitliliğini artırmaya yönelik etkinlik ve festival organizasyonlarına da önem verdiğini ancak daha az sayıda şirket veya kurumun bu hizmeti sunduğunu göstermektedir.

Şekil 4.1. Bartın turizm sektöründe faaliyet gösteren şirket ve kurumların en çok yeme-içme, konaklama, rehberlik ve tur organizasyonu gibi hizmetlere odaklandığını, bunu etkinlik ve festival düzenleme hizmetlerinin takip ettiğini göstermektedir. Bu bulgular, Bartın'da turizm sektörünün birden fazla alanda hizmet verdiğini, ancak etkinlik ve festival organizasyonlarının daha az sayıda şirket veya kurum tarafından sunulduğunu ortaya koymaktadır.

Şekil 4.2. Bartın İli Turizm Altyapısı



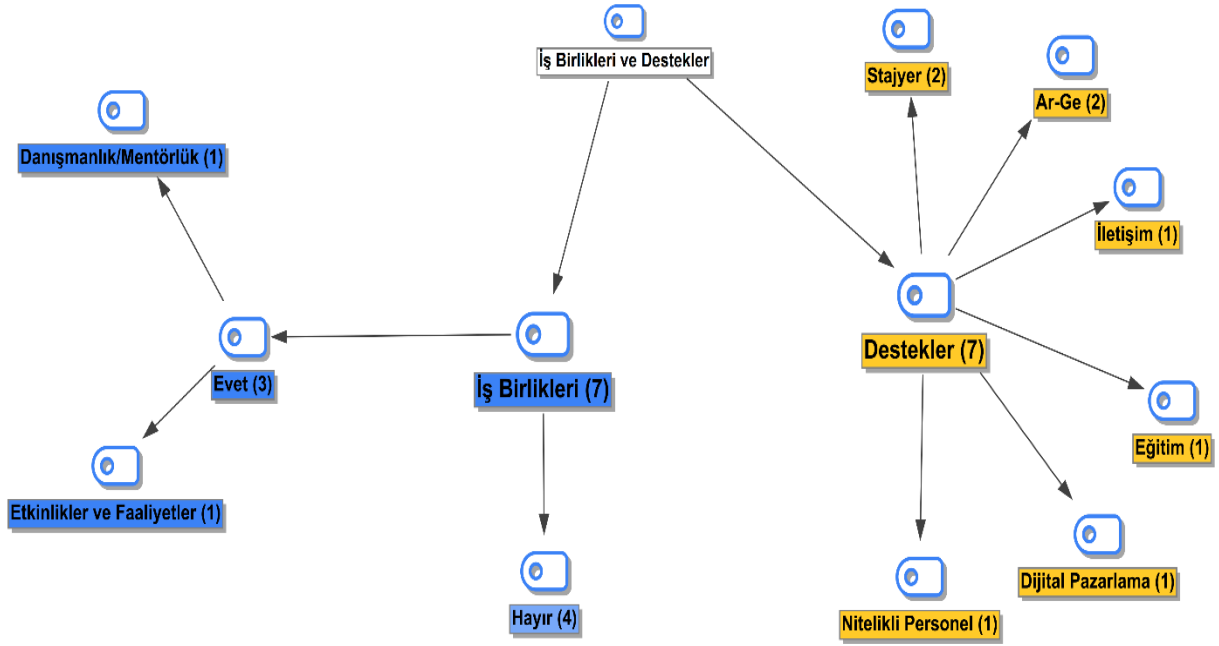
Şekil 4.2. Şekil, Bartın ilinde turizm sektöründe faaliyet gösteren şirket ve kurumların Altyapı konusundaki durumlarını analiz etmektedir. Bu analiz, toplam 7 şirket ve kurumun görüşlerine dayanmaktadır.

Teknolojik Altyapı başlığı altında en çok odaklanılan konu Dijital Pazarlama ve Rezervasyon Sistemleri (5) olarak belirlenmiştir. Bu durum, sektördeki şirket ve kurumların dijitalleşmeye ve online erişilebilirliğe büyük önem verdiğini göstermektedir. İkinci önemli konu Sosyal Medya Hesapları (2) olmuştur. Bu bulgu, işletmelerin sosyal medya varlığını da önemseydiğini, ancak dijital pazarlama sistemlerine daha fazla yatırım yaptığını göstermektedir.

Turizm Altyapısı başlığı altında ise en çok önem verilen konu Konaklama (4) olarak öne çıkmaktadır. Bu, turizm sektörünün temel hizmetlerinden olan konaklamanın şirket ve kurumlar tarafından güçlü bir şekilde sunulduğunu göstermektedir. Bunu Dijital Pazarlama ve Rezervasyon Sistemleri (2) ve Yeme-içme Hizmetleri (1) takip etmektedir. Bu durum, işletmelerin teknolojik altyapı hizmetlerini aynı zamanda turizm altyapısının bir parçası olarak da değerlendirdiğini ortaya koymaktadır.

Şekil 4.2. Bartın turizm sektöründe faaliyet gösteren şirket ve kurumların teknolojik altyapıda en çok dijital pazarlama ve rezervasyon sistemlerine, turizm altyapısında ise konaklamaya odaklandığını göstermektedir. Bu bulgular, Bartın turizm sektörünün hem fiziki konaklama altyapısını hem de dijital pazarlama araçlarını güçlü bir şekilde kullandığını, sosyal medya ve yeme-içme hizmetlerinin ise daha az sayıda işletme tarafından sunulduğunu ortaya koymaktadır.

Şekil 4.3. Bartın İli Turizm İşletme ve Kurumlarının İş Birlikleri ve Destekleri

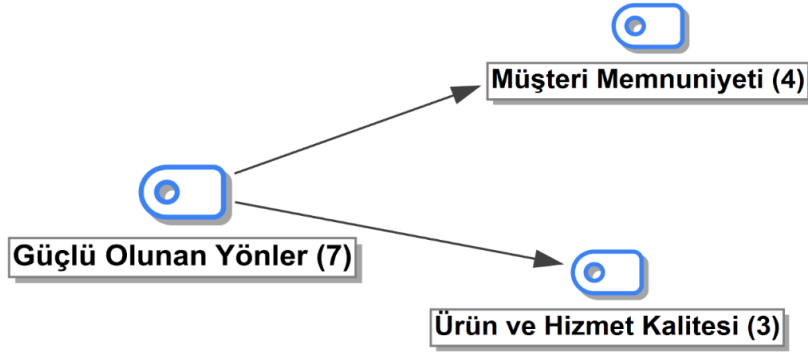


Şekil 4.3. Bartın ilinde turizm sektöründe faaliyet gösteren şirket ve kurumların İş Birlikleri ve Destekler konusundaki durumlarını analiz etmektedir. Bu analiz, toplam 7 şirket ve kurumun görüşlerine dayanmaktadır.

İş Birlikleri başlığı altında, şirket ve kurumların çoğunluğunun iş birliği yapmadığı (Hayır: 4) belirlenmiştir. İş birliği yaptığını belirten 3 şirket veya kurum ise bu iş birliklerini Danışmanlık/Mentörlük (1) ve Etkinlikler ve Faaliyetler (1) alanlarında gerçekleştirmektedir. Bu bulgu, sektörde iş birliği potansiyelinin yüksek olduğunu ancak henüz tam olarak değerlendirilmediğini göstermektedir. Destekler başlığı altında ise şirket ve kurumların en çok Stajyer (2) ve Ar-Ge (2) alanında destek aldıkları görülmektedir. Bu durum, işletmelerin genç yeteneklere ve inovasyona önem verdiğini göstermektedir. Diğer önemli destek alanları ise sırasıyla İletişim (1), Eğitim (1), Dijital Pazarlama (1) ve Nitelikli Personel (1) olarak belirtilmiştir.

Şekil 4.3. Bartın turizm sektöründe faaliyet gösteren şirket ve kurumların iş birliği oranının düşük olduğunu, ancak destekler konusunda çeşitli alanlara odaklandığını göstermektedir. Bu bulgular, sektördeki işletmelerin özellikle stajyer ve Ar-Ge konularında destek arayışında olduğunu, ancak iletişim, eğitim, dijital pazarlama ve nitelikli personel gibi alanlarda alınan desteklerin sınırlı olduğunu ortaya koymaktadır.

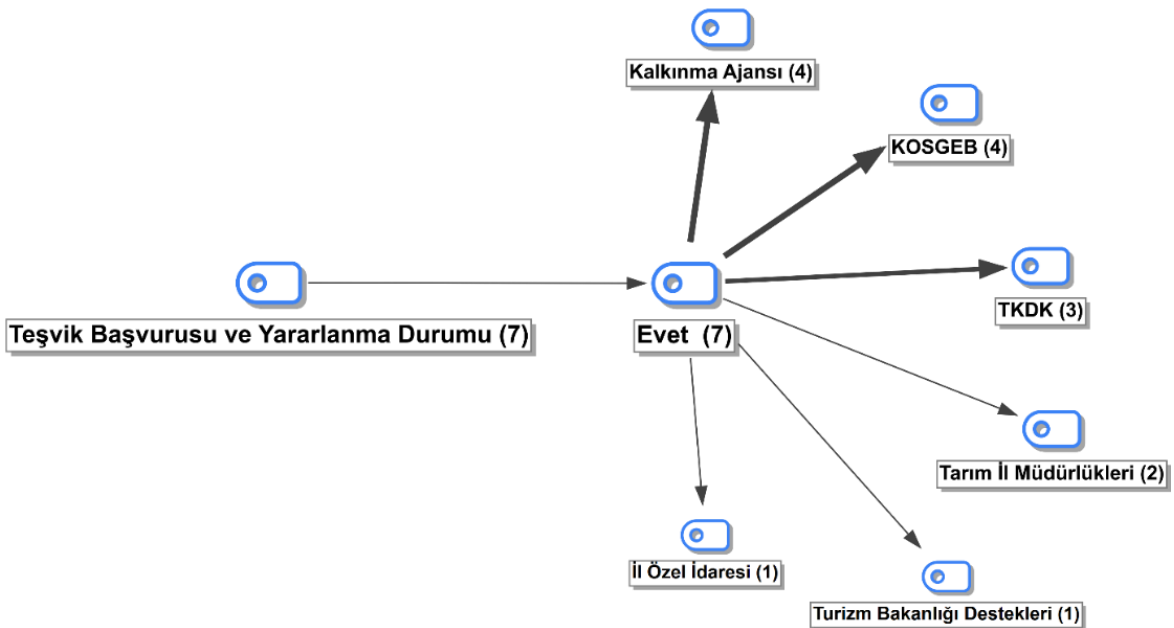
Şekil 4.4. Bartın İli Turizm İşletme ve Kurumlarının Güçlü Yönleri



Şekil 4.4., Bartın ilinde turizm sektöründe faaliyet gösteren şirket ve kurumların Güçlü Olunan Yönler konusundaki durumlarını analiz etmektedir. Bu analiz, toplam 7 şirket ve kurumun görüşlerine dayanmaktadır.

Bu alanda en çok vurgulanan güçlü yön Müşteri Memnuniyeti (4) olarak belirlenmiştir. Bu durum, sektördeki şirket ve kurumların müşteri ilişkilerine ve müşteri memnuniyetini sağlamaya büyük önem verdiğini göstermektedir. İkinci en önemli güçlü yön ise Ürün ve Hizmet Kalitesi (3) olmuştur. Bu bulgu, işletmelerin sundukları ürün ve hizmetlerin kalitesini de önemsediklerini ortaya koymaktadır. Şekil, Bartın turizm sektöründe faaliyet gösteren şirket ve kurumların kendilerini en çok müşteri memnuniyeti konusunda güçlü gördüğünü, bunu ürün ve hizmet kalitesinin takip ettiğini göstermektedir. Bu bulgular, sektörün müşteri odaklı bir yaklaşım benimsediğini ve kaliteli hizmet sunma çabasında olduğunu ortaya koymaktadır.

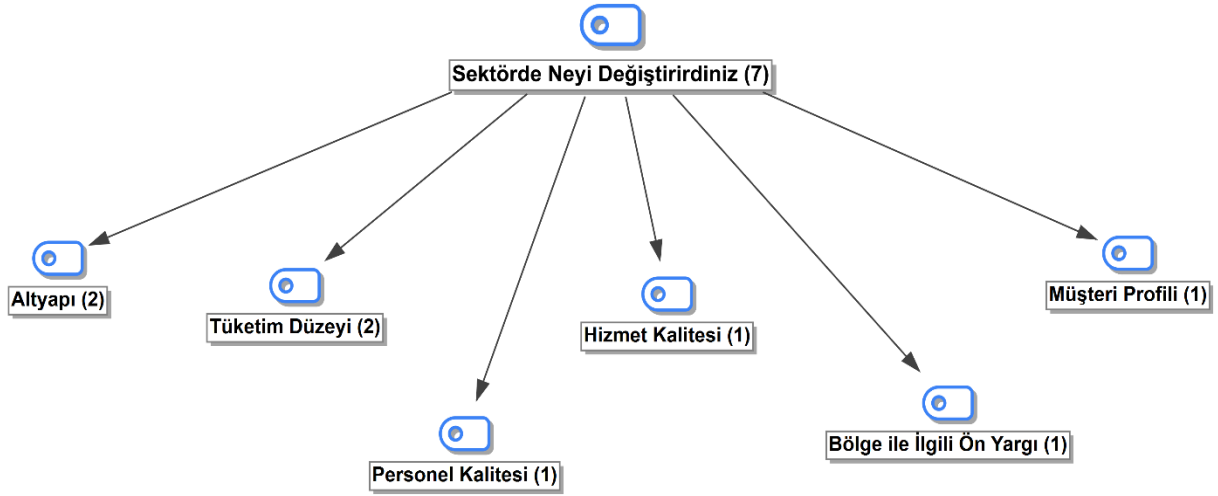
Şekil 4.5. Bartın İli Turizm İşletme ve Kurumlarının Teşvik Başvurusu ve Yararlanma Durumları



Şekil 4.5., Bartın ilinde turizm sektöründe faaliyet gösteren şirket ve kurumların Teşvik Başvurusu ve Yararlanma Durumu konusundaki durumlarını analiz etmektedir. Bu analiz, toplam 7 şirket ve kurumun görüşlerine dayanmaktadır. Bu alanda öne çıkan en önemli bulgu, anket katılımcısı olan 7 şirket ve kurumun tamamının (Evet: 7) teşvik başvurusunda bulunduğu ve bu teşviklerden yararlandığıdır. Bu durum, sektördeki işletmelerin devlet ve yerel kurumların sunduğu destekleri aktif bir şekilde takip ettiğini ve kullandığını göstermektedir.

Teşviklerin en çok alındığı kaynaklar Kalkınma Ajansı (4) ve KOSGEB (4) olarak belirlenmiştir. Bu bulgu, bu iki kurumun bölgedeki turizm sektörünün gelişiminde kritik rol oynadığını göstermektedir. Diğer önemli teşvik kaynakları ise sırasıyla TKDK (3), Tarım İl Müdürlükleri (2), İl Özel İdaresi (1) ve Turizm Bakanlığı Destekleri (1) olarak belirtilmiştir. Şekil 4.5., Bartın turizm sektöründe faaliyet gösteren şirket ve kurumların teşviklerden yararlanma oranının oldukça yüksek olduğunu göstermektedir. Bu bulgular, sektörün Kalkınma Ajansı ve KOSGEB gibi kurumların sağladığı desteklerle gelişimini sürdürdüğünü, diğer kamu kurumlarının da bu sürece katkı sağladığını ortaya koymaktadır.

Şekil 4.6. Bartın İli Turizm İşletme ve Kurumlarının Sektörde Neyi Değiştirdiniz? Sorusuna Yanıtları

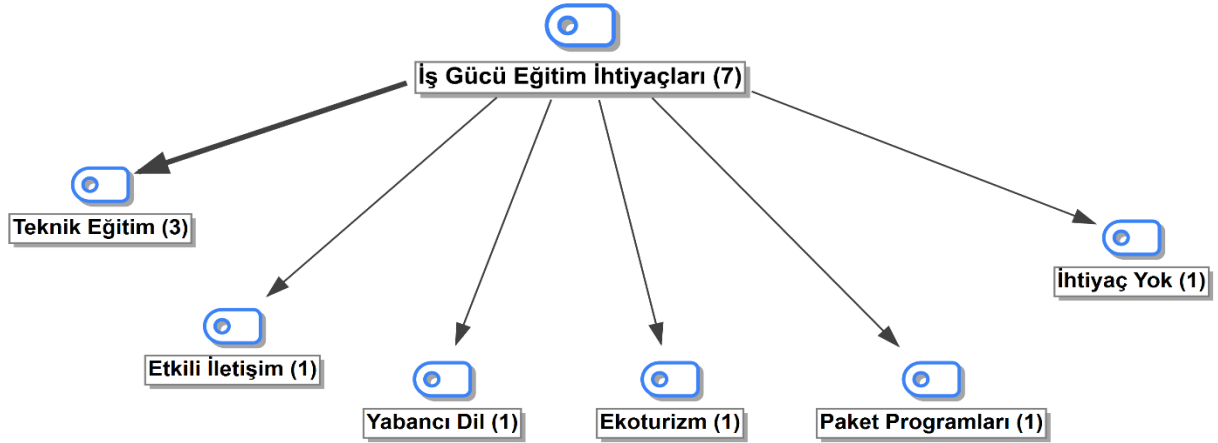


Şekil 4.6., Bartın ilinde turizm sektöründe faaliyet gösteren şirket ve kurumların Sektörde Neyi Değiştirdiniz konusundaki görüşlerini analiz etmektedir. Bu analiz, toplam 7 şirket ve kurumun görüşlerine dayanmaktadır. Sektörde değiştirilmesi istenen en önemli konular Altyapı (2) ve Tüketim Düzeyi (2) olarak belirlenmiştir. Bu durum, işletmelerin mevcut fiziki altyapıdan ve turistlerin bölgedeki harcama seviyesinden memnun olmadıklarını, bu alanlarda iyileştirme ihtiyacı gördüklerini göstermektedir.

Diğer önemli değişiklik alanları ise sırasıyla Hizmet Kalitesi (1), Personel Kalitesi (1), Bölge ile İlgili Ön Yargı (1) ve Müşteri Profili (1) olarak belirtilmiştir. Bu bulgular, sektörde hizmet ve personel kalitesinin artırılması, bölgenin olumsuz imajını değiştirmeye yönelik çalışmalar yapılması ve daha

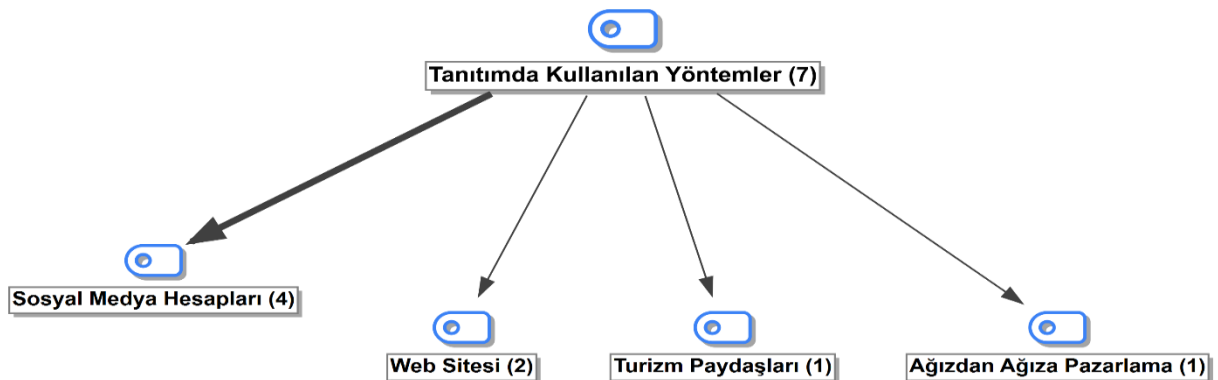
çeşitli bir müşteri kitlesine ulaşılması gibi konularda da beklentiler olduğunu ortaya koymaktadır. Şekil, Bartın turizm sektöründe faaliyet gösteren şirket ve kurumların en çok altyapı ve tüketim düzeyi gibi temel konularda değişiklik istediğini göstermektedir. Bu bulgular, sektörün sadece fiziki ve ekonomik sorunlara değil, aynı zamanda hizmet kalitesi, insan kaynağı ve algı yönetimi gibi daha geniş kapsamlı konulara da odaklandığını ortaya koymaktadır.

Şekil 4.7. Bartın İli Turizm İşletme ve Kurumlarının İş Gücü Eğitim İhtiyaçları



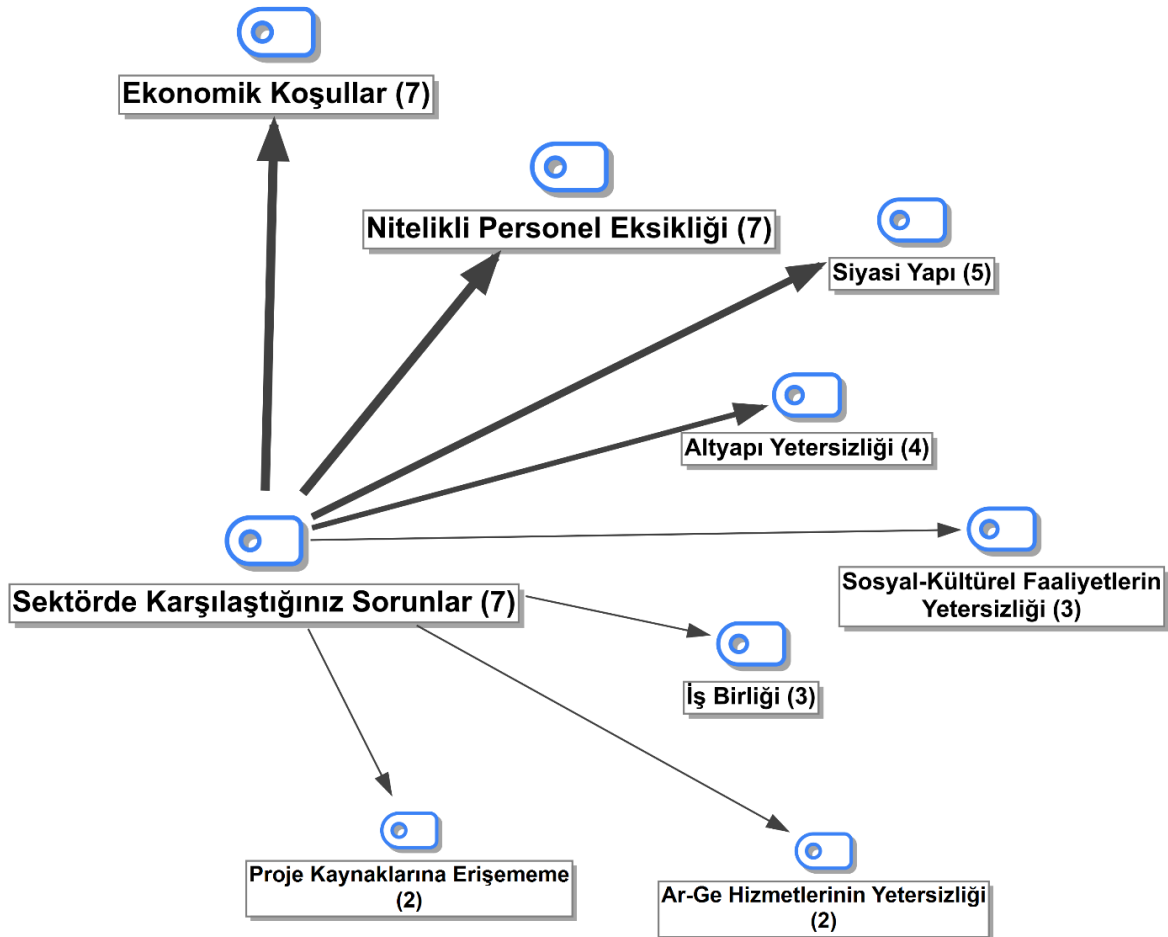
Şekil 4.7., Bartın ilinde turizm sektöründe faaliyet gösteren şirket ve kurumların İş Gücü Eğitim İhtiyaçları konusundaki görüşlerini analiz etmektedir. Bu analiz, toplam 7 şirket ve kurumun görüşlerine dayanmaktadır. Bu alanda en çok öne çıkan eğitim ihtiyacı Teknik Eğitim (3) olarak belirlenmiştir. Bu durum, sektördeki şirket ve kurumların operasyonel ve teknik becerilere yönelik eğitimleri önceliklendirdiğini göstermektedir. Diğer önemli eğitim ihtiyaçları ise sırasıyla Etkili İletişim (1), Yabancı Dil (1), Ekoturizm (1) ve Paket Programları (1) olarak belirtilmiştir. Ayrıca, 1 şirket veya kurumun bu konuda bir ihtiyacı olmadığını (İhtiyaç Yok: 1) belirtmesi de dikkat çekmektedir. Şekil, Bartın turizm sektöründe faaliyet gösteren şirket ve kurumların iş gücü eğitiminde en çok teknik becerilere odaklandığını göstermektedir. Bu bulgular, sektörün temel operasyonel yetkinlikleri artırmayı hedeflediğini, bunun yanı sıra iletişim, yabancı dil ve yeni turizm konseptleri gibi alanlardaki eğitim ihtiyaçlarının da az sayıda işletme tarafından dile getirildiğini ortaya koymaktadır.

Şekil 4.8. Bartın İli Turizm İşletme ve Kurumlarında Tanıtımda Kullanılan Yöntemler



Şekil 4.8., Bartın ilinde turizm sektöründe faaliyet gösteren şirket ve kurumların Tanıtımda Kullanılan Yöntemler konusundaki görüşlerini analiz etmektedir. Bu analiz, toplam 7 şirket ve kurumun görüşlerine dayanmaktadır. Bu alanda en çok kullanılan tanıtım yöntemi Sosyal Medya Hesapları (4) olarak belirlenmiştir. Bu durum, sektördeki şirket ve kurumların hedef kitlelerine ulaşmada dijital ve sosyal medya platformlarını yoğun bir şekilde kullandığını göstermektedir. İkinci en önemli tanıtım yöntemi ise Web Sitesi (2) olmuştur. Bu bulgu, işletmelerin çevrimiçi varlıklarını sosyal medyanın yanı sıra kurumsal web siteleriyle de desteklediğini ortaya koymaktadır. Diğer kullanılan tanıtım yöntemleri ise Turizm Paydaşları (1) ve Ağızdan Ağıza Pazarlama (1) olarak belirtilmiştir. Şekil, Bartın turizm sektöründe faaliyet gösteren şirket ve kurumların tanıtım faaliyetlerinde ağırlıklı olarak sosyal medya ve web sitelerine odaklandığını göstermektedir. Bu bulgular, sektörün dijital pazarlamaya büyük önem verdiğini, ancak turizm paydaşlarıyla iş birliği ve geleneksel ağızdan ağıza pazarlama gibi yöntemleri de sınırlı sayıda işletmenin kullandığını ortaya koymaktadır.

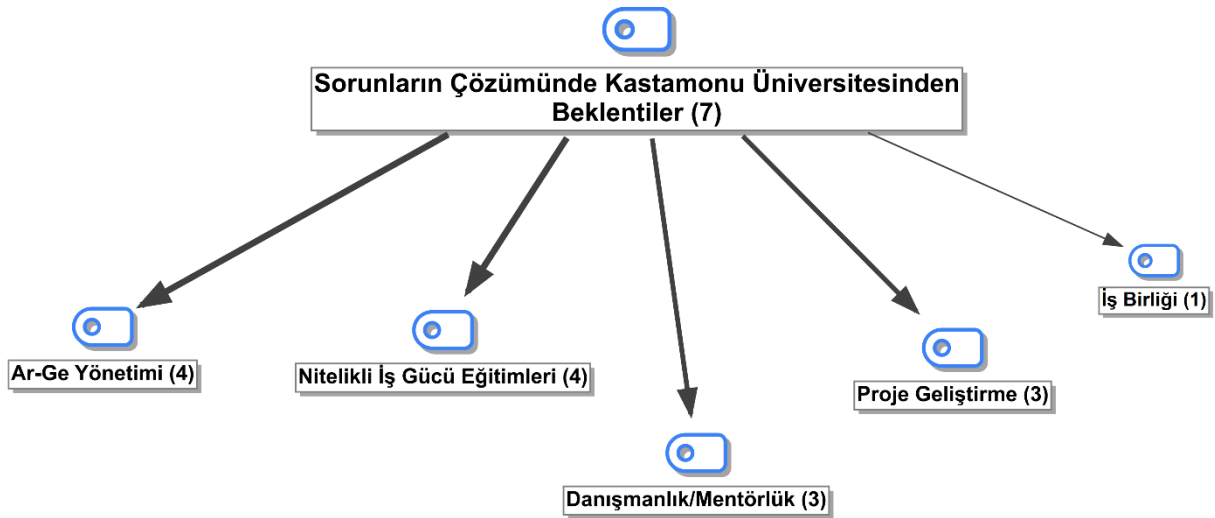
Şekil 4.9. Bartın İli Turizm İşletme ve Kurumların Sektörde Karşılaştığı Sorunlar



Şekil 4.9., Bartın ilinde turizm sektöründe faaliyet gösteren şirket ve kurumların Sektörde Karşılaştığınız Sorunlar konusundaki görüşlerini analiz etmektedir. Bu analiz, toplam 7 şirket ve kurumun görüşlerine dayanmaktadır. Bu alanda en çok karşılaşılan sorunlar Ekonomik Koşullar (7) ve Nitelikli Personel Eksikliği (7) olarak belirlenmiştir. Bu durum, anket katılımcısı tüm şirket ve kurumların bu iki konuyu

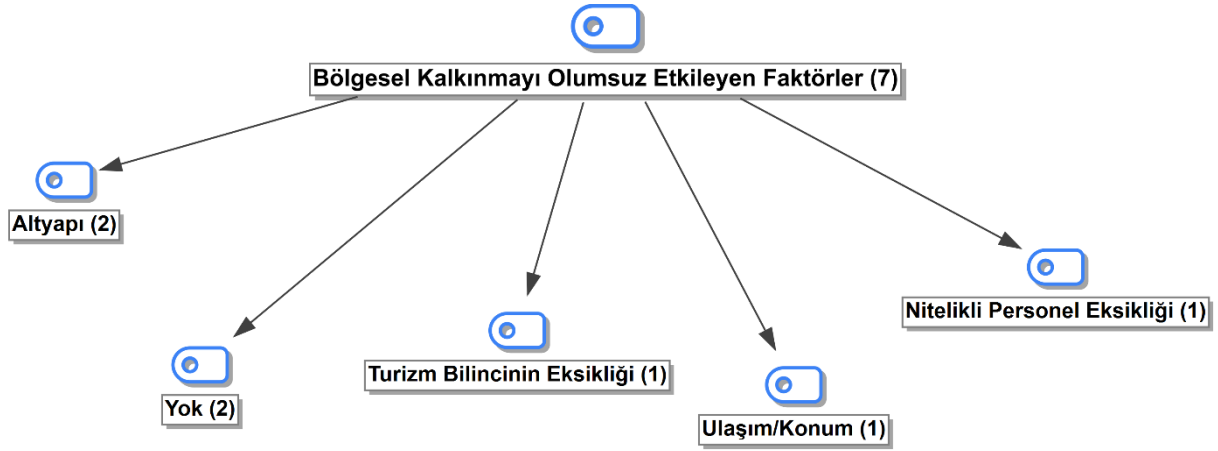
sektörün en önemli problemleri olarak gördüğünü göstermektedir. Üçüncü en önemli sorun Siyasi Yapı (5) olarak belirtilirken, bunu Altyapı Yetersizliği (4) takip etmiştir. Diğer önemli sorunlar ise sırasıyla Sosyal-Kültürel Faaliyetlerin Yetersizliği (3), İş Birliği (3), Proje Kaynaklarına Erişememe (2) ve Ar-Ge Hizmetlerinin Yetersizliği (2) olarak ifade edilmiştir. Şekil, Bartın turizm sektöründe faaliyet gösteren şirket ve kurumların temel olarak ekonomik koşullar ve nitelikli personel eksikliği gibi kritik sorunlarla karşı karşıya olduğunu göstermektedir. Bu bulgular, sektörün siyasi yapı, altyapı ve iş birliği eksikliği gibi konularda da ciddi sıkıntılar yaşadığını, ayrıca kültürel faaliyetler, proje kaynakları ve Ar-Ge gibi alanlardaki eksikliklerin de bir sorun teşkil ettiğini ortaya koymaktadır.

Şekil 4.10. Bartın İli Turizm İşletme ve Kurumlarının Sorunların Çözümünde Kastamonu Üniversitesi'nden Beklentileri



Şekil 4.10., Kastamonu ilinde turizm sektöründe faaliyet gösteren şirket ve kurumların Sorunların Çözümünde Kastamonu Üniversitesinden Beklentiler konusundaki görüşlerini analiz etmektedir. Bu analiz, toplam 7 şirket ve kurumun görüşlerine dayanmaktadır. Bu alanda Kastamonu Üniversitesinden en çok beklenen hizmetler Ar-Ge Yönetimi (4) ve Nitelikli İş Gücü Eğitimleri (4) olarak belirlenmiştir. Bu durum, sektördeki şirket ve kurumların üniversiteyi inovasyon ve insan kaynağının geliştirilmesi konularında bir çözüm ortağı olarak gördüğünü göstermektedir. İkinci en önemli beklentiler ise Proje Geliştirme (3) ve Danışmanlık/Mentörlük (3) olarak öne çıkmaktadır. Diğer önemli beklenti ise İş Birliği (1) olarak belirtilmiştir. Şekil, Bartın turizm sektöründe faaliyet gösteren şirket ve kurumların sorunlarının çözümünde Kastamonu Üniversitesinden en çok Ar-Ge yönetimi ve nitelikli personel eğitimi konularında destek beklediğini göstermektedir. Bu bulgular, sektörün üniversitenin bilgi birikiminden proje geliştirme ve danışmanlık gibi konularda da yararlanmak istediğini ortaya koymaktadır.

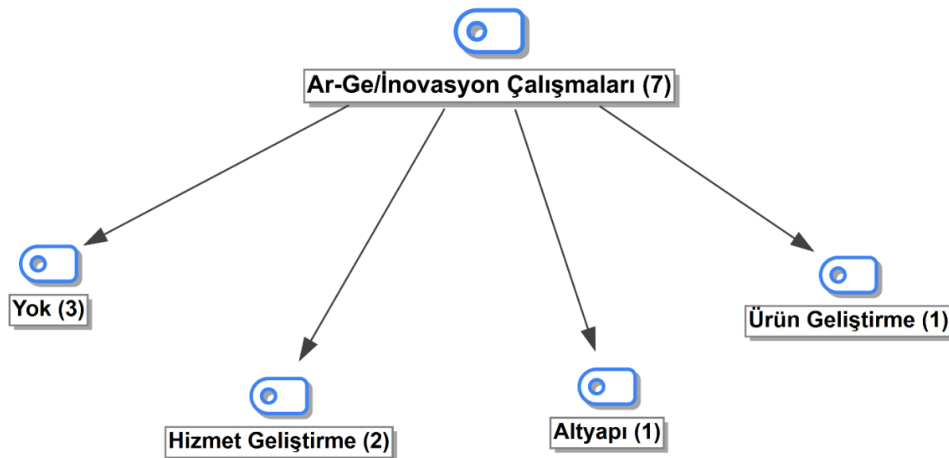
Şekil 4.11. Bartın İli Turizm İşletme ve Kurumlarına Göre Bölgesel Kalkınmayı Olumsuz Etkileyen Faktörler



Şekil 4.11., Bartın ilinde turizm sektöründe faaliyet gösteren şirket ve kurumların Bölgesel Kalkınmayı Olumsuz Etkileyen Faktörler konusundaki görüşlerini analiz etmektedir. Bu analiz, toplam 7 şirket ve kurumun görüşlerine dayanmaktadır. Bu alanda en çok vurgulanan olumsuz etken Altyapı (2) olarak belirlenmiştir. Bu durum, anket katılımcılarının bir kısmının bölgesel kalkınmanın önündeki en büyük engelin altyapı eksikliği olduğunu düşündüğünü göstermektedir. Dikkat çekici bir diğer bulgu ise, iki şirket veya kurumun olumsuz bir faktör belirtmemesi (Yok: 2) olmuştur.

Diğer önemli olumsuz etkenler ise sırasıyla Turizm Bilincinin Eksikliği (1), Ulaşım/Konum (1) ve Nitelikli Personel Eksikliği (1) olarak belirtilmiştir. Şekil 4.11., Bartın turizm sektöründe faaliyet gösteren şirket ve kurumların bölgesel kalkınmayı olumsuz etkileyen en önemli faktör olarak altyapı sorunlarını gördüğünü göstermektedir. Bu bulgular, altyapının yanı sıra turizm bilinci, ulaşım ve nitelikli personel gibi konuların da sektör için önemli sorunlar teşkil ettiğini, ancak katılımcıların bir kısmının belirgin bir olumsuzluk görmediğini ortaya koymaktadır.

Şekil 4.12. Bartın İli Turizm İşletme ve Kurumlarının Ar-Ge/İnovasyon Çalışmaları



Şekil 4.12., Bartın ilinde turizm sektöründe faaliyet gösteren şirket ve kurumların Ar-Ge/İnovasyon Çalışmaları konusundaki durumlarını analiz etmektedir. Bu analiz, toplam 7 şirket ve kurumun

görüşlerine dayanmaktadır. Bu alanda öne çıkan en önemli bulgu, şirket ve kurumların üçünün Ar-Ge ve inovasyon çalışması yapmadığını (Yok: 3) belirtmesidir. Çalışma yapan işletmeler arasında ise en çok odaklanılan konu Hizmet Geliştirme (2) olmuştur. Bu durum, sektörde Ar-Ge ve inovasyon faaliyetlerinin yaygın olmadığını, ancak yapanların hizmetlerini geliştirmeye öncelik verdiğini göstermektedir. Diğer önemli çalışmalar ise Ürün Geliştirme (1) ve Altyapı (1) olarak belirtilmiştir. Şekil 4.12., Bartın turizm sektöründe faaliyet gösteren şirket ve kurumların Ar-Ge ve inovasyon faaliyetlerine katılımının düşük olduğunu göstermektedir. Bu bulgular, sektörün mevcut durumda daha çok hizmet geliştirme üzerine odaklandığını, ürün ve altyapı geliştirme çalışmalarının ise sınırlı sayıda işletme tarafından yapıldığını ortaya koymaktadır.

Tablo 4.1. Bartın İli Tabiat Turizmi Güçlü Yönler, Zayıf Yönler, Fırsatlar ve Tehditler (GZFT) Analizi

Güçlü Yönler	Zayıf Yönler
- Müşteri Odaklılık ve Hizmet Kalitesi - Hizmet Sunumunda Çeşitlilik - Dijital Erişilebilirlik - Destek ve Teşviklerden Yararlanma - Doğal Sermaye	- İş Birliği Eksikliği - Altyapı Yetersizliği - Nitelikli Personel Eksikliği - Düşük Ar-Ge ve İnovasyon Faaliyetleri - Sınırlı Etkinlik ve Festival Organizasyonu
Fırsatlar	Tehditler
- İş Birliği Potansiyeli - Üniversite İş Birliği - Dijitalleşme Olanakları - Kamu Kurumları Desteği	- Ekonomik Koşullar - Siyasi Yapı - Düşük Talep Düzeyi - Olumsuz Bölgesel Algı

Bartın turizm sektörünün güçlü yönleri, müşteri odaklılık ve hizmet kalitesi ile birlikte çeşitli hizmet sunumudur. İşletmeler, dijital pazarlama ve web sitelerine önem vererek çevrimiçi varlıklarını güçlendirmişlerdir. Ayrıca, Bartın'daki turizm işletmeleri, Kalkınma Ajansı ve KOSGEB gibi kurumlardan destek ve teşvik almaktadır. Ancak sektör, işletmeler arasında iş birliği eksikliği ve altyapı yetersizliği gibi zayıf yönlerle sahiptir. Nitelikli personel eksikliği, sektördeki en önemli sorunlardan biri olarak gösterilirken, Ar-Ge ve inovasyon faaliyetleri de düşüktür.

Sektör için önemli fırsatlar bulunmaktadır. İşletmeler arasındaki düşük iş birliği oranı, bu alanda büyük bir potansiyel olduğunu gösterir. Bartın turizm sektörü, nitelikli iş gücü eğitimi ve proje geliştirme gibi konularda Kastamonu Üniversitesi'nden destek beklemektedir. Dijitalleşme olanakları ve kamu kurumlarının sağladığı teşvikler de sektörün gelişimini sürdürmesi için fırsatlar yaratmaktadır. Öte yandan, ekonomik koşullar ve düşük tüketim düzeyi gibi tehditler de mevcuttur. İşletmeler, bölgeyle ilgili olumsuz algıların değiştirilmesi gerektiğini belirtmektedir.

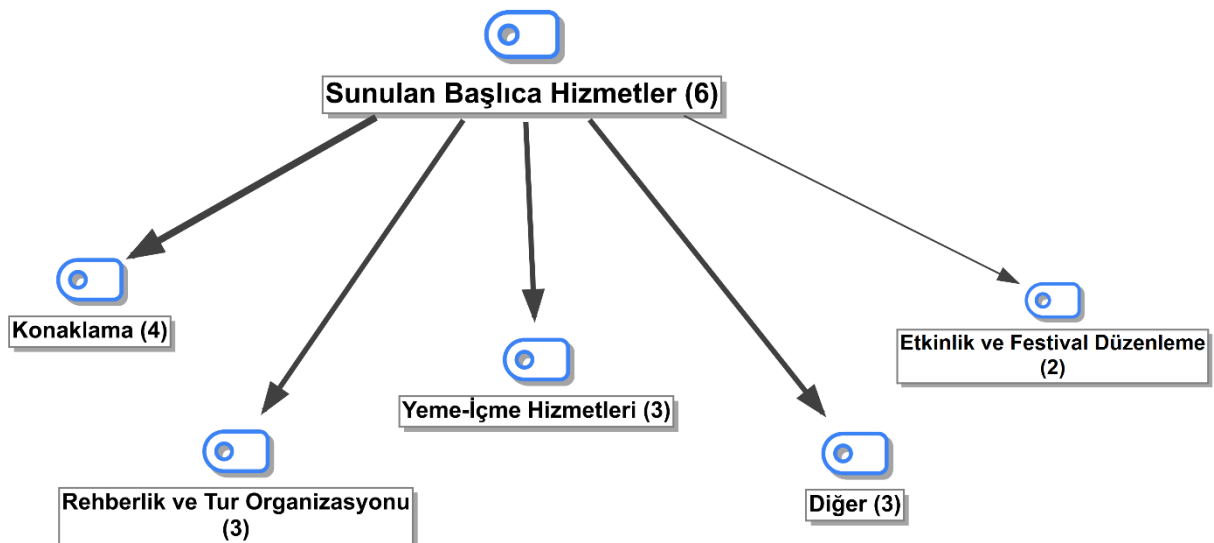
4.2. Karabük Durum Analiz

Karabük, turizm sektöründe konaklama ve yeme-içme hizmetleriyle öne çıkmakta; etkinlik düzenleme ve tur organizasyonları ile bu hizmetleri çeşitlendirme yönünde bir eğilim göstermektedir. Ancak güçlü yönlerin vurgulandığı bölümde “tabiat temelli turizm” (ör. trekking, doğa yürüyüşleri, eko-turizm) gibi

Batı Karadeniz'e özgü potansiyellerin yeterince gündeme gelmediği görülmektedir. Özellikle Safranbolu gibi UNESCO mirasına sahip bir destinasyonun bulunduğu bu ilde, tarih, kültür ve miras turizmine yönelik özel vurguların eksikliği dikkat çekmektedir. Öte yandan işletmelerin önemli bir kısmının iş birliği yaptığı, ancak bu iş birliklerinin sürekliliği, niteliği ve ölçeklenebilirliği noktasında bazı sorunların olduğu gözlenmiştir. Üniversite beklentilerinde nitelikli iş gücü vurgusu ağır basmakta, ancak bu ihtiyaçla birlikte staj imkanlarının güçlendirilmesi, sektör-akademi iş birliklerinin kalıcı hale getirilmesi gibi stratejik çözüm alanları eksik kalmaktadır. Ar-Ge ve inovasyon konusunda ciddi eksiklikler gözlenmiştir. Bu durum sektörün gelişimi için bir uyarı niteliğindedir. Sonuç olarak Karabük'te turizmin temel hizmetler etrafında şekillendiği, ancak sektördeki sürdürülebilirlik, tabiat temelli turizm ve dijital dönüşüm konularında henüz yeterli derinlik oluşmadığı anlaşılmaktadır.

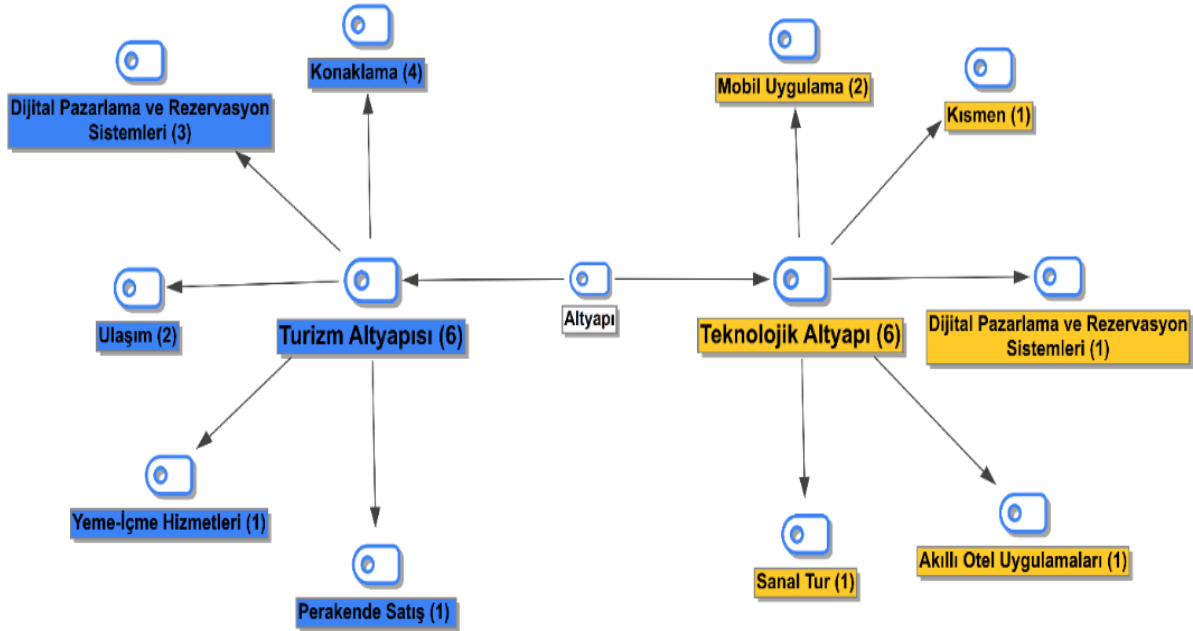
Karabük iline yönelik yapılan analizler, ilin turizm sektöründe gelişmeye açık ancak belirli yapısal engellerle karşı karşıya olan bir profil çizdiğini ortaya koymaktadır. Şekil yorumlarına göre Karabük, güçlü konaklama ve yeme-içme altyapısının yanı sıra etkinlik organizasyonu ve tur düzenlemeleriyle sektörel çeşitlilik göstermektedir. Ancak bu potansiyel, nitelikli iş gücü eksikliği, teknolojik altyapının sınırlılığı, tanıtım faaliyetlerinin yetersizliği ve bölgesel turizm bilincinin zayıflığı gibi faktörlerle gölgelenmektedir. İşletmelerin eğitim, danışmanlık ve proje geliştirme konularında üniversite ile iş birliğine açık olması, Kastamonu Üniversitesi'nin bölgesel kalkınmada stratejik bir aktör olabileceğini göstermektedir. Ayrıca Ar-Ge ve inovasyon faaliyetlerinin yaygın olmaması, üniversitenin bu alandaki uzmanlık birimleriyle sahaya rehberlik etmesi gerektiğini ortaya koymaktadır. Tanıtımda sosyal medya araçlarının öne çıkması, dijitalleşmeye dair farkındalık olduğunu gösterse de, altyapı eksiklikleri bu dönüşümün önünde engel teşkil etmektedir. Sonuç olarak Karabük, kültürel zenginlikleri ve gastronomi potansiyeliyle öne çıkarken, hizmet kalitesi, iş birliği ve insan kaynağı açısından üniversite destekli kapsayıcı bir kalkınma vizyonuna ihtiyaç duymaktadır.

Şekil 4.13. Karabük İl'inde Sunulan Başlıca Hizmetler



Şekil 4.13., Karabük ilindeki turizm işletme ve kurumlarında sunulan başlıca hizmetlerini analiz etmektedir. Toplam 6 işletme ve kurumdan elde edilen bu veriler, sektörün genel hizmet yapısını ve hizmetlerin yoğunluğunu sayısal verilerle göstermektedir. Bu şekle göre, Karabük turizm sektörünün temelini konaklama (4) ve yeme-içme (3) hizmetleri oluşturmaktadır. Bu iki alan, sayısal olarak en çok sunulan hizmetlerdir ve bu da Karabük'te turizmin bu iki temel hizmet etrafında şekillendiğini göstermektedir. Etkinlik ve Festival Düzenleme (2) ile Rehberlik ve Tur Organizasyonu (3) hizmetleri de sektörde önemli bir yere sahiptir. Bu sayılar, Karabük'ün sadece konaklama ve yeme-içme hizmetleri sunmakla kalmayıp, aynı zamanda ziyaretçilere yönelik organize turlar ve çeşitli etkinlikler de düzenlediğini göstermektedir. Diğer (3) kategorisi, daha az yaygın olan ancak yine de sektörde var olan farklı hizmetleri kapsamaktadır. Genel olarak şekil, Karabük turizm sektörünün güçlü bir konaklama ve yeme-içme altyapısına sahip olduğunu ve bu temel hizmetlerin yanı sıra etkinlikler ve tur organizasyonları gibi tamamlayıcı hizmetlerle de zenginleştiğini ortaya koymaktadır.

Şekil 4.14. Karabük İli Turizm Altyapısı

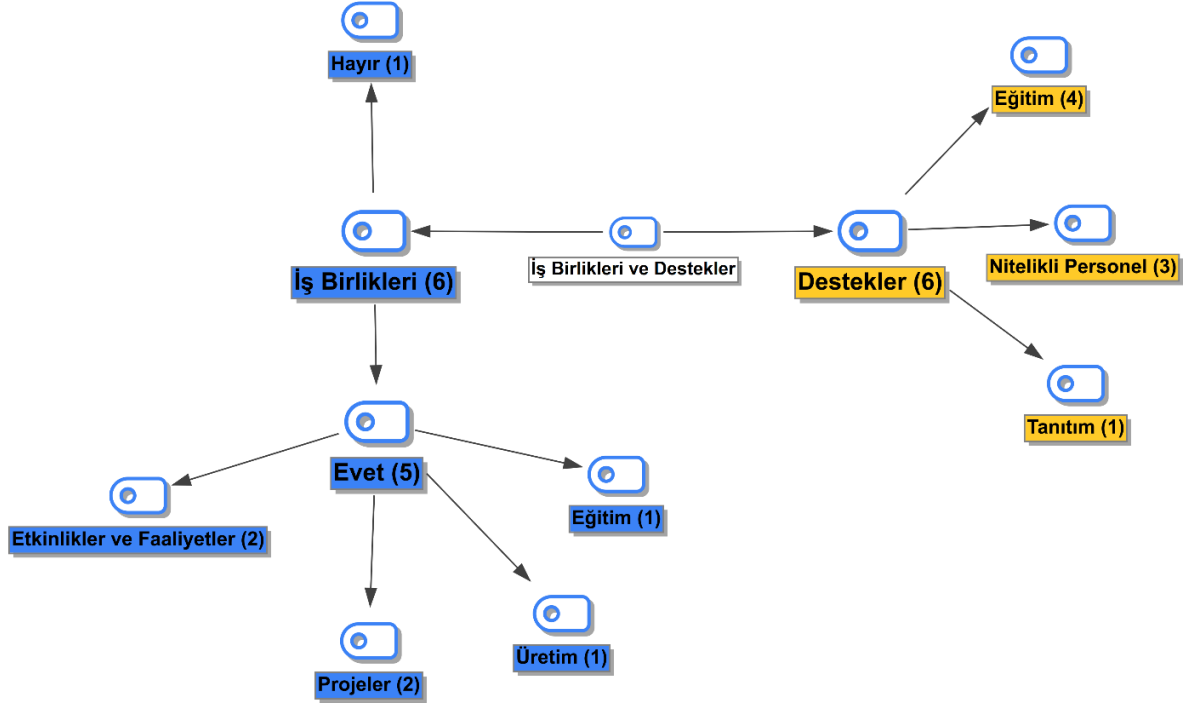


Şekil 4.14., turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin Altyapı konusundaki durumlarını, 12 işletme ve kurumun görüşleri üzerinden analiz etmektedir. Şekil, altyapı çalışmalarını Turizm Altyapısı (6) ve Teknolojik Altyapı (6) olmak üzere iki ana başlık altında ele almaktadır.

Turizm altyapısı alanında en çok odaklanılan konuların başında Konaklama (4) gelmektedir. Bunu Dijital Pazarlama ve Rezervasyon Sistemleri (3) takip etmektedir. Ulaşım (2) ise üçüncü sırada yer almaktadır. Yeme-içme Hizmetleri (1) ve Perakende Satış (1) gibi konular ise daha az yoğunlukta çalışma yapılan alanlardır. Bu bulgular, sektörün fiziksel altyapısını geliştirirken aynı zamanda dijitalleşmeye de önem verdiğini göstermektedir. Teknolojik altyapı alanında ise en çok çalışma yapılan konu Mobil Uygulama (2) olarak öne çıkmaktadır. Sanal Tur (1), Akıllı Otel Uygulamaları (1) ve Dijital Pazarlama ve Rezervasyon Sistemleri (1) gibi konular ise daha az sayıda işletme tarafından dile

getirilmiştir. Kısmen (1) cevabı, bir işletmenin teknolojik altyapı çalışmalarının tam olarak tamamlanmadığını işaret etmektedir. Bu durum, sektörün teknolojik altyapı konusunda daha çok mobil çözümlere yöneldiğini, ancak diğer yenilikçi teknolojilerin henüz yeterli seviyede benimsenmediğini ortaya koymaktadır. Sonuç olarak, şekil, Karabük turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin altyapı çalışmalarında temel olarak konaklama ve dijitalleşmeye odaklandığını, ancak teknolojik altyapı çalışmalarının henüz belirli alanlarla sınırlı kaldığını göstermektedir.

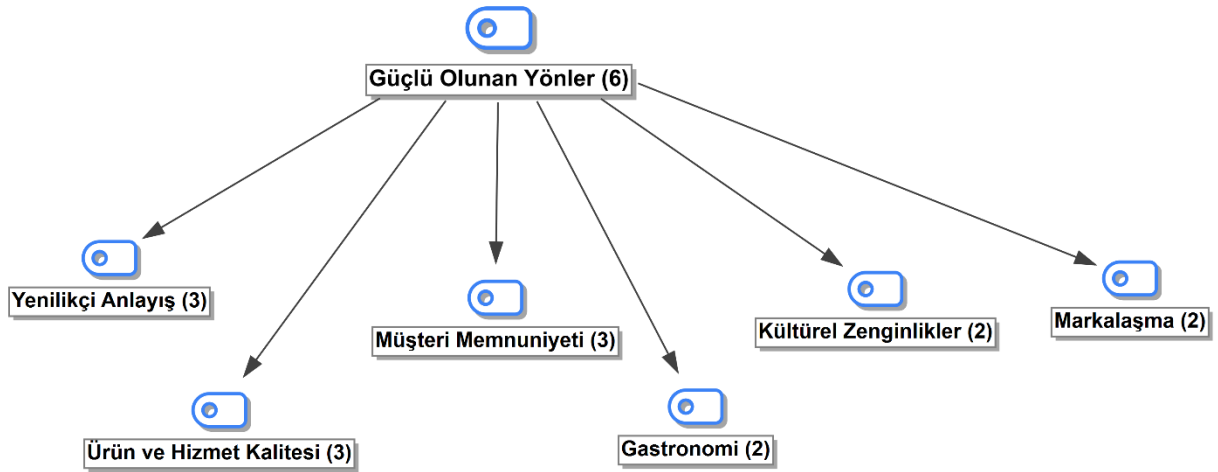
Şekil 4.15. Karabük İli Turizm İşletme ve Kurumlarının İş Birlikleri ve Destekleri



Şekil 4.15., turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin İş Birlikleri ve Destekler konusundaki durumlarını 12 işletme ve kurumun görüşleri üzerinden analiz etmektedir. Analiz, İş Birlikleri (6) ve Destekler (6) olmak üzere iki ana başlık altında toplanmıştır.

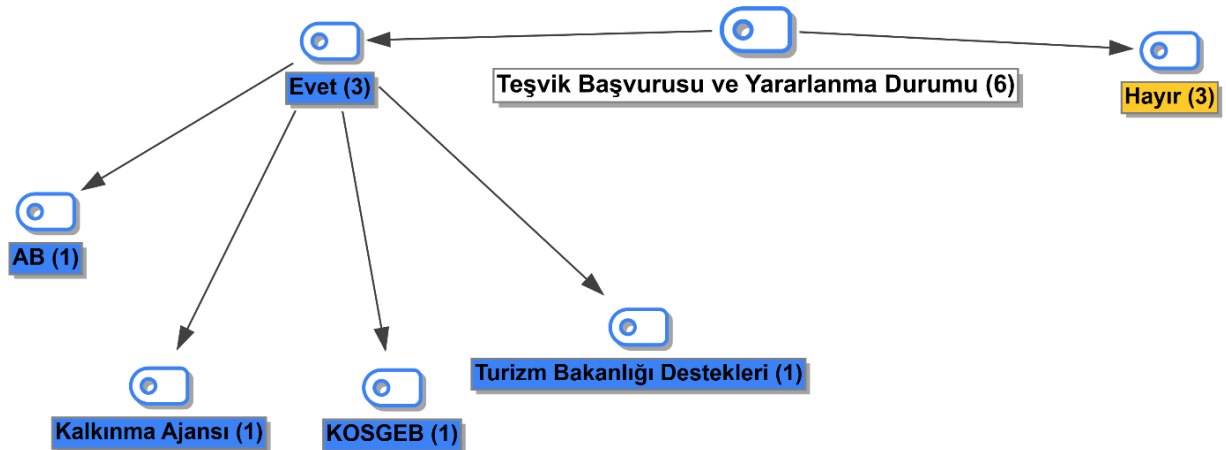
İş birlikleri konusunda, işletme ve kurumların büyük çoğunluğu Evet (5) yanıtını vermiştir. Bu iş birlikleri en çok Etkinlikler ve Faaliyetler (2) ile Projeler (2) alanlarında yoğunlaşmaktadır. Eğitim (1) ve Üretim (1) alanlarındaki iş birlikleri ise daha az sayıdadır. Hayır (1) cevabı ise, bir işletmenin herhangi bir iş birliği içinde olmadığını göstermektedir. Destekler konusunda ise en çok talep edilen destek alanı Eğitim (4) olmuştur. Bu, sektördeki işletmelerin personel eğitimine büyük önem verdiğini veya bu konuda eksiklik yaşadığını göstermektedir. Nitelikli Personel (3) ikinci en önemli destek alanı olarak belirlenmiştir. Tanıtım (1) ise, işletmelerin pazarlama ve tanıtım faaliyetleri için de desteğe ihtiyaç duyduğunu ortaya koymaktadır. Sonuç olarak, şekil Karabük turizm sektöründeki işletmelerin iş birliğine açık olduğunu ve bu iş birliklerinin genellikle ortak etkinlik ve projelerle gerçekleştiğini göstermektedir. Ayrıca, en büyük destek ihtiyacının eğitim ve nitelikli personel temini gibi insan kaynakları alanlarında olduğu sonucuna varılmaktadır.

Şekil 4.16. Karabük İli Turizm İşletme ve Kurumlarının Güçlü Yönleri



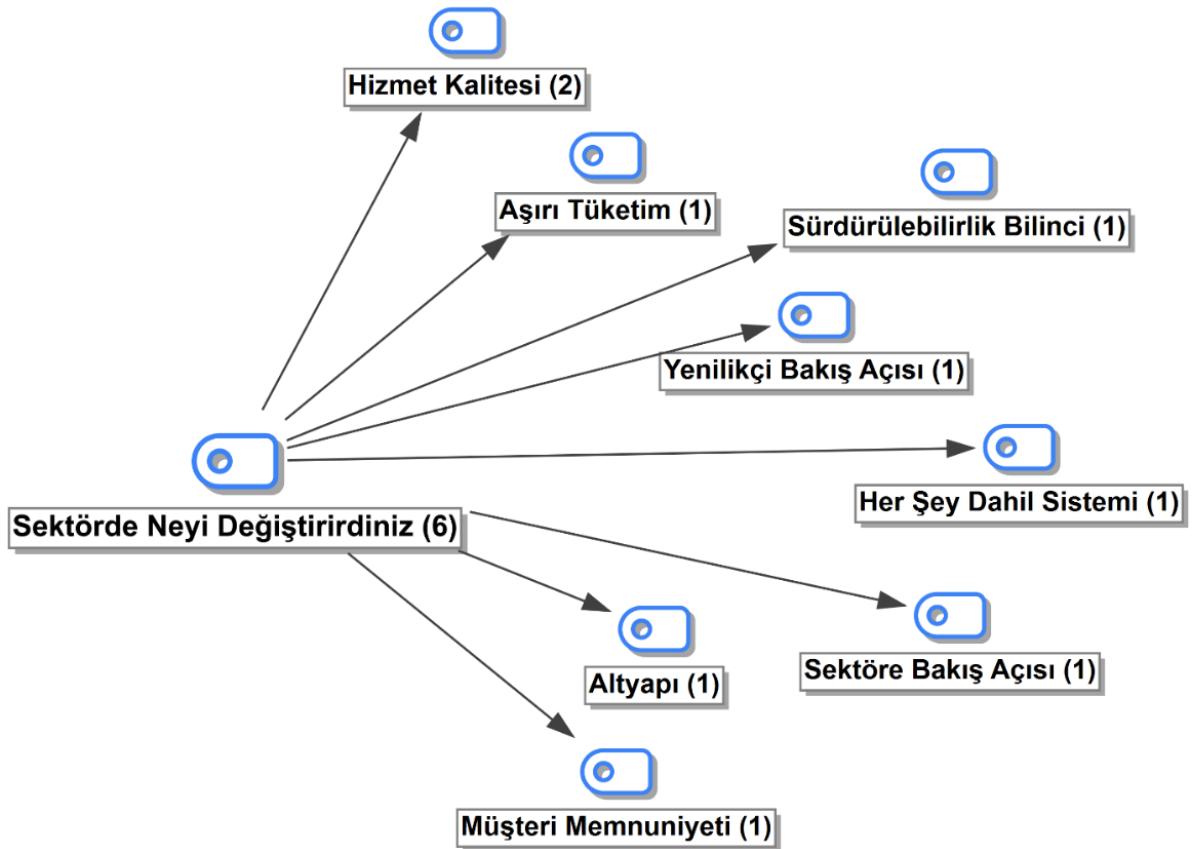
Şekil 4.16., turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin Güçlü Olunan Yönler konusundaki görüşlerini, toplam 6 işletme ve kurumun değerlendirmeleri üzerinden analiz etmektedir. Bu şekil, sektördeki işletmelerin kendilerini hangi alanlarda daha yetkin ve başarılı gördüğünü ortaya koymaktadır. Şekle göre, Karabük turizm sektöründe işletmelerin kendilerini en güçlü gördükleri alanlar, eşit sayıda işletme ve kurum tarafından belirtilen Yenilikçi Anlayış (3), Müşteri Memnuniyeti (3) ve Ürün ve Hizmet Kalitesi (3) olarak öne çıkmaktadır. Bu bulgu, sektördeki işletmelerin sürekli gelişime açık olduklarını, müşteri odaklı bir yaklaşıma sahip olduklarını ve sundukları ürün ve hizmetlerin kalitesine güvendiklerini göstermektedir. İkinci en güçlü yönler ise eşit sayıda işletme ve kurum tarafından belirtilen Kültürel Zenginlikler (2), Gastronomi (2) ve Markalaşma (2) olarak sıralanmaktadır. Kültürel zenginlikler ve gastronomi, bölgenin sahip olduğu doğal ve kültürel değerlerin turizm açısından birer güç kaynağı olarak görüldüğünü işaret etmektedir. Markalaşma ise, işletmelerin kendi kimliklerini oluşturma ve tanınırlıklarını artırma konusunda başarılı olduklarını düşündüklerini göstermektedir. Genel olarak şekil, Karabük turizm sektöründeki işletmelerin kendilerini yenilikçi, müşteri odaklı ve kaliteli hizmet sunan işletmeler olarak tanımladığını ortaya koymaktadır. Ayrıca, bölgenin kültürel ve gastronomik zenginliklerini birer rekabet avantajı olarak gördükleri ve markalaşma konusunda da başarılı olduklarına inandıkları sonucuna varılabilir.

Şekil 4.17. Karabük İli Turizm İşletme ve Kurumlarının Teşvik Başvurusu ve Yararlanma Durumları



Şekil 4.17., Karabük turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin Teşvik Başvurusu ve Yararlanma Durumu konusundaki görüşlerini, toplam 6 işletme ve kurumun değerlendirmeleri üzerinden analiz etmektedir. Şekle göre, işletme ve kurumların yarısı Evet (3) diyerek herhangi bir teşvik programına başvurduğunu ve yararlandığını belirtirken, diğer yarısı ise Hayır (3) diyerek bu tür teşviklerden yararlanmadığını ifade etmektedir. Bu durum, sektördeki teşviklere yönelik katılımın eşit derecede olduğunu veya teşvikler konusunda henüz tam bir yaygınlığın sağlanamadığını göstermektedir. Teşviklerden yararlanan Evet (3) grubunun hangi kurumlardan destek aldığı incelendiğinde, her bir işletme ve kurumun farklı bir kaynaktan yararlandığı görülmektedir. Bu kurumlar AB (1), Kalkınma Ajansı (1), KOSGEB (1) ve Turizm Bakanlığı Destekleri (1) olarak sıralanmaktadır. Bu bulgu, sektördeki teşvik sisteminin çeşitli kurumlar aracılığıyla işlediğini ve işletmelerin farklı ihtiyaçlarına yönelik çeşitli destek programlarının mevcut olduğunu göstermektedir. Bir işletmenin birden fazla teşvikten yararlanmadığı, her birinin tek bir kaynaktan destek aldığı anlaşılmaktadır. Genel olarak, şekil Karabük turizm sektöründe teşvik başvurusu ve yararlanma durumunun işletmeler arasında eşit bir dağılım gösterdiğini ortaya koymaktadır. Teşvik alan işletmelerin ise çeşitlilik gösteren farklı programlardan yararlandığı ve bu konuda tek bir baskın kaynağın olmadığı sonucuna varılabilir.

Şekil 4.18. Karabük İli Turizm İşletme ve Kurumlarının Sektörde Neyi Değiştirdiniz? Sorusuna Yanıtları



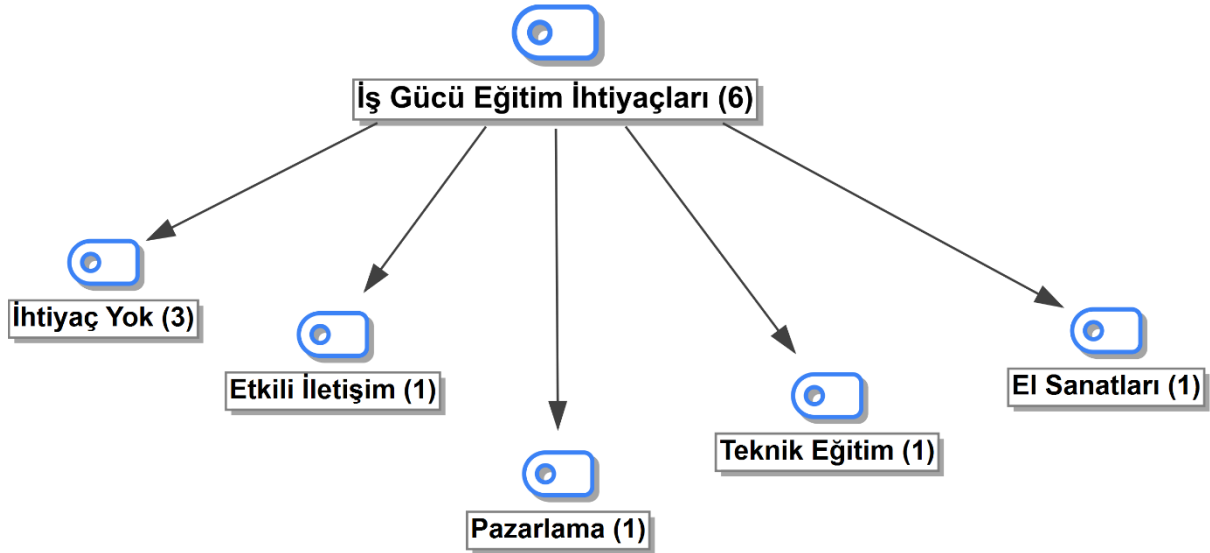
Şekil 4.18., turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin Sektörde Neyi Değiştirdiniz? Sorusuna verdikleri yanıtları, toplam 6 işletme ve kurumun görüşleri üzerinden analiz etmektedir. Bu şekil,

sektördeki işletmelerin en çok hangi alanlarda değişiklik ve iyileştirme ihtiyacı hissettiğini ortaya koymaktadır.

Şekil 4.18.'e göre, en çok değişiklik yapılması istenen alan Hizmet Kalitesi (2) olarak belirlenmiştir. Bu bulgu, sektördeki işletmelerin hizmet kalitesini artırmanın, müşteri deneyimini iyileştirmenin ve rekabetçiliği güçlendirmenin önemini farkında olduğunu göstermektedir. Diğer tüm konular ise tek bir işletme tarafından dile getirilmiştir. Bu konular şunlardır: Aşırı Tüketim (1), Sürdürülebilirlik Bilinci (1), Yenilikçi Bakış Açısı (1), Her Şey Dahil Sistemi (1), Altyapı (1), Sektöre Bakış Açısı (1) ve Müşteri Memnuniyeti (1). Bu cevapların her biri, sektörde farklı bir iyileştirme alanına işaret etmektedir. Aşırı Tüketim ve Sürdürülebilirlik Bilinci gibi konular, sektörün çevreye duyarlı ve sorumlu turizm uygulamalarına yönelmesi gerektiğini düşünen işletmelerin varlığını göstermektedir. Yenilikçi Bakış Açısı ve Sektöre Bakış Açısı ise, sektördeki genel düşünce yapısının ve yaklaşım biçimlerinin değişmesi gerektiğine yönelik bir ihtiyacı ifade etmektedir. Her Şey Dahil Sistemi, Altyapı ve Müşteri Memnuniyeti gibi cevaplar ise, daha somut ve spesifik iyileştirme alanlarına işaret etmektedir.

Genel olarak, şekil Karabük turizm sektöründeki işletmelerin en büyük odak noktasının hizmet kalitesini artırmak olduğunu, ancak bunun yanı sıra sürdürülebilirlik, yenilikçilik ve altyapı gibi çeşitli konularda da iyileştirme potansiyeli gördüklerini ortaya koymaktadır.

Şekil 4.19. Karabük İli Turizm İşletme ve Kurumlarının İş Gücü Eğitim İhtiyaçları



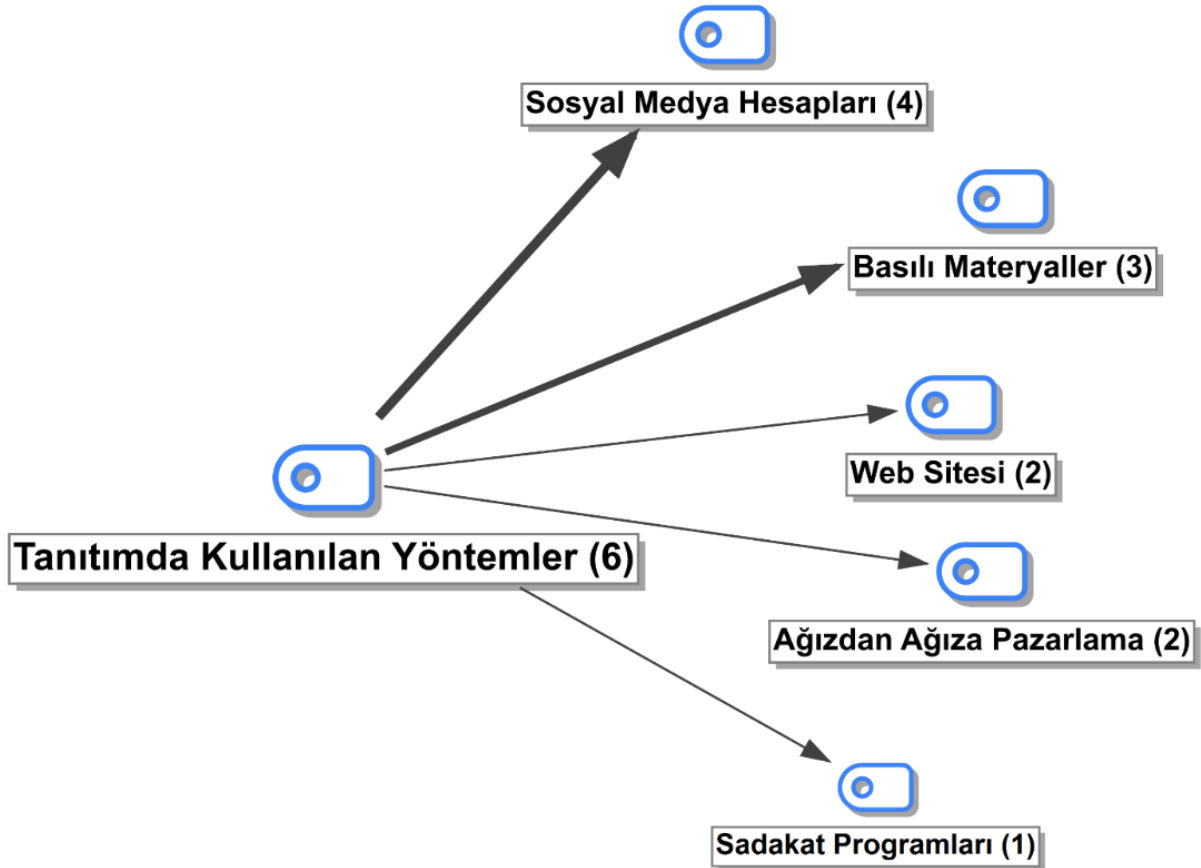
Karabük ilinde turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin İş Gücü Eğitim İhtiyaçları konusundaki görüşlerini, toplam 6 işletme ve kurumun değerlendirmeleri üzerinden analiz etmektedir.

Şekle göre, işletme ve kurumların yarısı, yani 3 işletme, herhangi bir İhtiyaç Yok cevabını vermiştir. Bu durum, anket yapılan işletmelerin önemli bir kısmının mevcut personelinin eğitim seviyesini yeterli gördüğünü veya bu konuda bir eksiklik hissetmediğini göstermektedir. Diğer yandan, geri kalan işletmeler farklı alanlarda eğitim ihtiyaçları olduğunu belirtmiştir. Belirtilen eğitim ihtiyaçları, her bir

işletme tarafından tek bir alanda dile getirilmiştir. Bu alanlar şunlardır: Etkili İletişim (1), Pazarlama (1), Teknik Eğitim (1) ve El Sanatları (1). Bu bulgular, sektördeki işletmelerin farklı ve spesifik konularda eğitim ihtiyacı duyduğunu göstermektedir. Etkili İletişim, müşteri ilişkilerinin geliştirilmesi ihtiyacına işaret ederken, Pazarlama eğitimi ihtiyacı, işletmelerin kendilerini daha iyi tanıtmaya ve pazarlama becerilerini artırma isteğini yansıtmaktadır. Teknik Eğitim, sektördeki operasyonel süreçlere yönelik bilgi ve beceri eksikliğini, El Sanatları ise bölgenin kültürel zenginliklerini turizme entegre etme potansiyelini göstermektedir.

Şekil 4.19., Karabük turizm sektöründe iş gücü eğitim ihtiyaçlarının farklı alanlara yayıldığını, ancak işletme ve kurumların yarısının bu konuda bir ihtiyaç hissetmediğini ortaya koymaktadır. Bu durum, sektördeki eğitim seviyesinin genel olarak yeterli görüldüğünü veya işletmelerin bu konuya henüz yeterince odaklanmadığını işaret etmektedir.

Şekil 4.20. Karabük İli Turizm İşletme ve Kurumlarında Tanıtımda Kullanılan Yöntemler



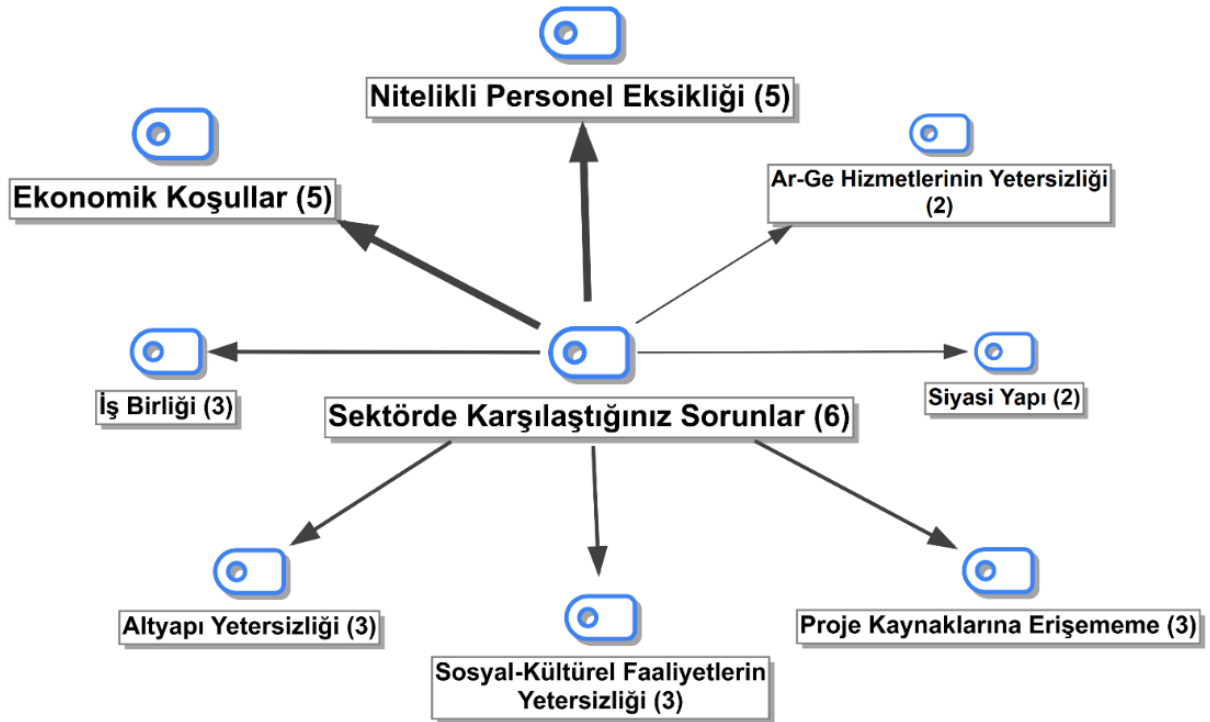
Şekil 4.20., Karabük ilinde turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin Tanıtımda Kullanılan Yöntemler konusundaki görüşlerini, toplam 6 işletme ve kurumun değerlendirmeleri üzerinden analiz etmektedir.

Şekle göre, Karabük turizm sektöründe tanıtım faaliyetlerinde en çok kullanılan yöntem Sosyal Medya Hesapları (4) olarak öne çıkmaktadır. Bu bulgu, sektördeki işletmelerin dijital pazarlamaya ve sosyal

medya platformlarını kullanarak geniş kitlelere ulaşmaya büyük önem verdiğini göstermektedir. İkinci en çok kullanılan yöntem ise Basılı Materyaller (3) olmuştur. Bu durum, işletmelerin dijital kanalların yanı sıra geleneksel tanıtım yöntemlerini de kullanmaya devam ettiğini, broşür, katalog gibi basılı malzemelerin halen etkili bir araç olarak görüldüğünü işaret etmektedir.

Web Sitesi (2) ve Ağızdan Ağıza Pazarlama (2) gibi yöntemler de tanıtım faaliyetlerinde önemli bir yere sahiptir. Web sitesi, işletmelerin çevrimiçi varlığını sürdürme ve potansiyel müşterilere detaylı bilgi sunma çabasını yansıtmaktadır. Ağızdan ağıza pazarlama ise, müşteri memnuniyetinin ve olumlu deneyimlerin yeni müşterilere ulaşmada ne kadar etkili olduğunun bir göstergesidir. Sadakat Programları (1) ise, tek bir işletme tarafından dile getirilmiş olup, bu yöntemin sektörde henüz yaygınlaşmadığını göstermektedir. Genel olarak, şekil Karabük turizm sektöründeki işletmelerin tanıtım faaliyetlerinde dijital ve geleneksel yöntemleri bir arada kullandığını ortaya koymaktadır. En etkili araç olarak sosyal medya ve basılı materyaller öne çıkarken, müşteri memnuniyetine dayalı ağızdan ağıza pazarlama ve web sitesi gibi diğer yöntemler de aktif olarak kullanılmaktadır.

Şekil 4.21. Karabük İli Turizm İşletme ve Kurumların Sektörde Karşılaştığı Sorunlar



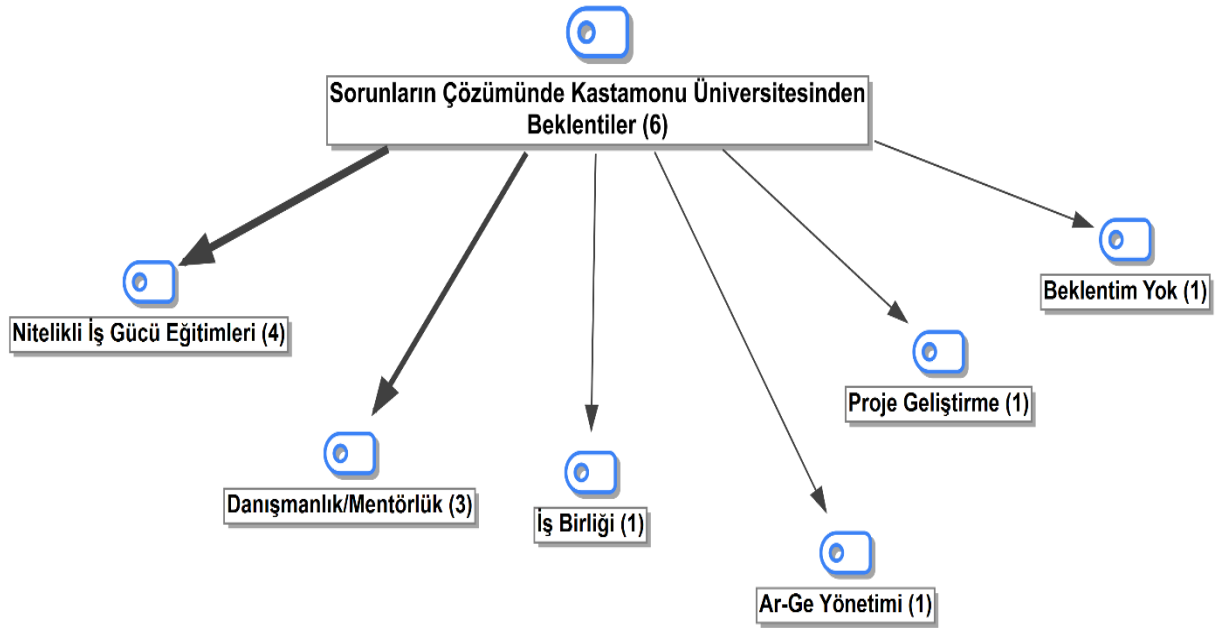
Şekil 4.21., Karabük ilinde turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin Sektörde Karşılaştığınız Sorunlar konusundaki görüşlerini, toplam 6 işletme ve kurumun değerlendirmeleri üzerinden analiz etmektedir.

Şekle göre, sektördeki işletmelerin en çok karşılaştığı sorunlar eşit sayıda işletme ve kurum tarafından belirtilen Nitelikli Personel Eksikliği (5) ve Ekonomik Koşullar (5) olarak öne çıkmaktadır. Bu bulgu, sektörün en temel problemlerinin insan kaynağı ve ekonomik belirsizlikler olduğunu göstermektedir.

İşletmelerin nitelikli ve yetişmiş eleman bulmakta zorlandığı, aynı zamanda ekonomik faktörlerin (maliyetler, talep düşüklüğü vb.) faaliyetlerini olumsuz etkilediği anlaşılmaktadır. Üçüncü en önemli sorunlar ise eşit sayıda işletme ve kurum tarafından dile getirilen İş Birliği (3), Altyapı Yetersizliği (3), Sosyal-Kültürel Faaliyetlerin Yetersizliği(3) ve Proje Kaynaklarına Erişememe(3) olarak sıralanmaktadır. Bu bulgular, sektördeki işletmelerin ortak hareket etme konusunda zorlandığını, fiziki ve teknolojik altyapı eksiklikleri yaşadığını, bölgedeki sosyal ve kültürel etkinliklerin yetersiz olduğunu ve finansman sağlamak için proje kaynaklarına erişimde sıkıntı çektiğini göstermektedir.

Daha az yoğunlukta dile getirilen sorunlar ise Ar-Ge Hizmetlerinin Yetersizliği(2) ve Siyasi Yapı(2) olarak belirtilmiştir. Bu, Ar-Ge ve inovasyon çalışmalarına yönelik desteklerin yetersiz olduğunu düşünen işletmelerin varlığını, siyasi istikrarsızlık veya politikaların sektöre etkisinden endişe duyan işletmelerin olduğunu işaret etmektedir. Genel olarak, şekil Karabük turizm sektörünün geniş bir yelpazede sorunlarla karşılaştığını ortaya koymaktadır. En acil ve yaygın problemler nitelikli personel eksikliği ve ekonomik koşullar iken, iş birliği eksikliği, altyapı yetersizliği ve proje finansmanı gibi yapısal sorunlar da sektörün gelişimini engelleyen önemli faktörler olarak öne çıkmaktadır.

Şekil 4.22. Karabük İli Turizm İşletme ve Kurumlarının Sorunların Çözümünde Kastamonu Üniversitesi'nden Beklentileri



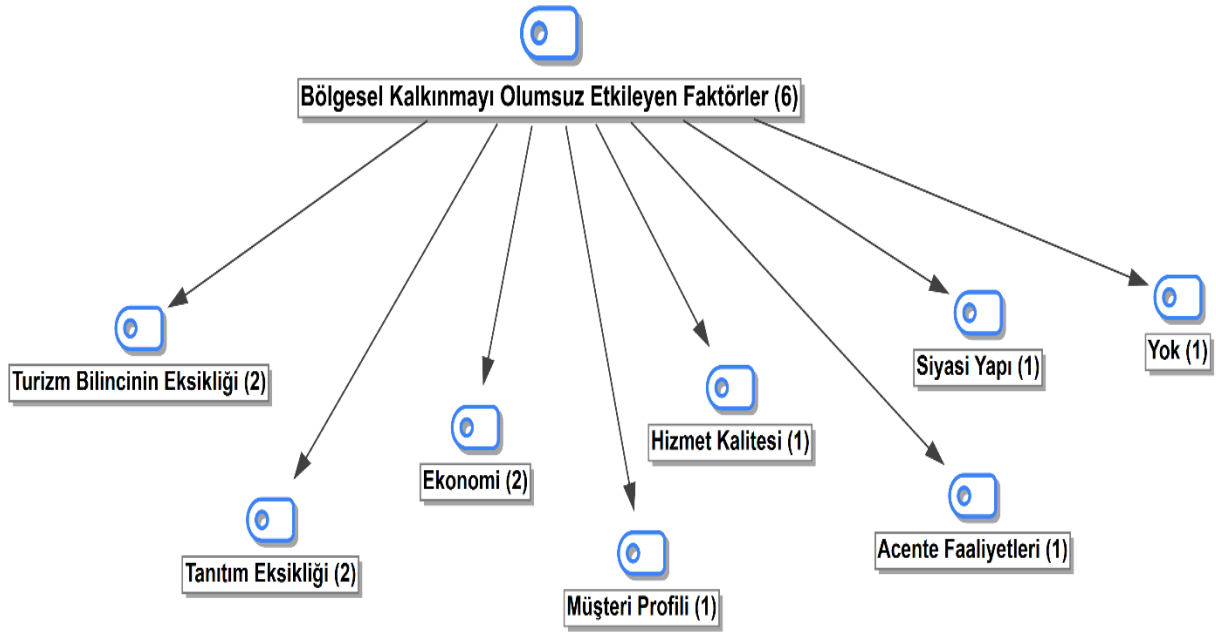
Şekil 4.22., Karabük turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin Sorunların Çözümünde Kastamonu Üniversitesi'nden Beklentiler konusundaki görüşlerini, toplam 6 işletme ve kurumun değerlendirmeleri üzerinden analiz etmektedir.

Şekle göre, işletmelerin Kastamonu Üniversitesi'nden en büyük beklentisi Nitelikli İş Gücü Eğitimleri (4) olarak öne çıkmaktadır. Bu bulgu, sektörün en temel sorunlarından biri olan nitelikli personel eksikliğini giderme konusunda üniversiteden büyük bir destek beklentisi içinde olduğunu

göstermektedir. İşletmeler, üniversitenin bu alandaki bilgi birikimini ve kaynaklarını kullanarak personel yetiştirmeye yönelik eğitim programları düzenlemesini talep etmektedir. İkinci en önemli beklenti ise Danışmanlık/Mentörlük (3) olarak belirtilmiştir. Bu durum, sektördeki işletmelerin iş süreçlerini, yönetim stratejilerini veya projelerini geliştirme konusunda üniversitenin akademik kadrosundan uzman desteği alma ihtiyacı hissettiğini göstermektedir.

Diğer beklentiler ise tek bir işletme tarafından dile getirilmiştir. Bunlar İş Birliği (1), Ar-Ge Yönetimi (1) ve Proje Geliştirme (1) olarak sıralanmaktadır. Bu bulgular, işletmelerin üniversite ile ortak projeler yürütme, Ar-Ge süreçlerini yönetme ve yeni projeler geliştirme konularında da iş birliği yapma potansiyeli gördüğünü işaret etmektedir. Beklentim Yok (1) cevabı ise, tek bir işletmenin üniversiteden herhangi bir beklentisinin olmadığını göstermektedir. Genel olarak, şekil Karabük turizm sektöründeki işletmelerin sorunlarının çözümü için üniversiteyi önemli bir paydaş olarak gördüğünü ortaya koymaktadır. En büyük beklenti, nitelikli iş gücü yetiştirme ve danışmanlık hizmetleri iken, üniversitenin Ar-Ge ve proje geliştirme alanlarında da bir potansiyel sunduğu düşünülmektedir.

Şekil 4.23. Karabük İli Turizm İşletme ve Kurumlarına Göre Bölgesel Kalkınmayı Olumsuz Etkileyen Faktörler



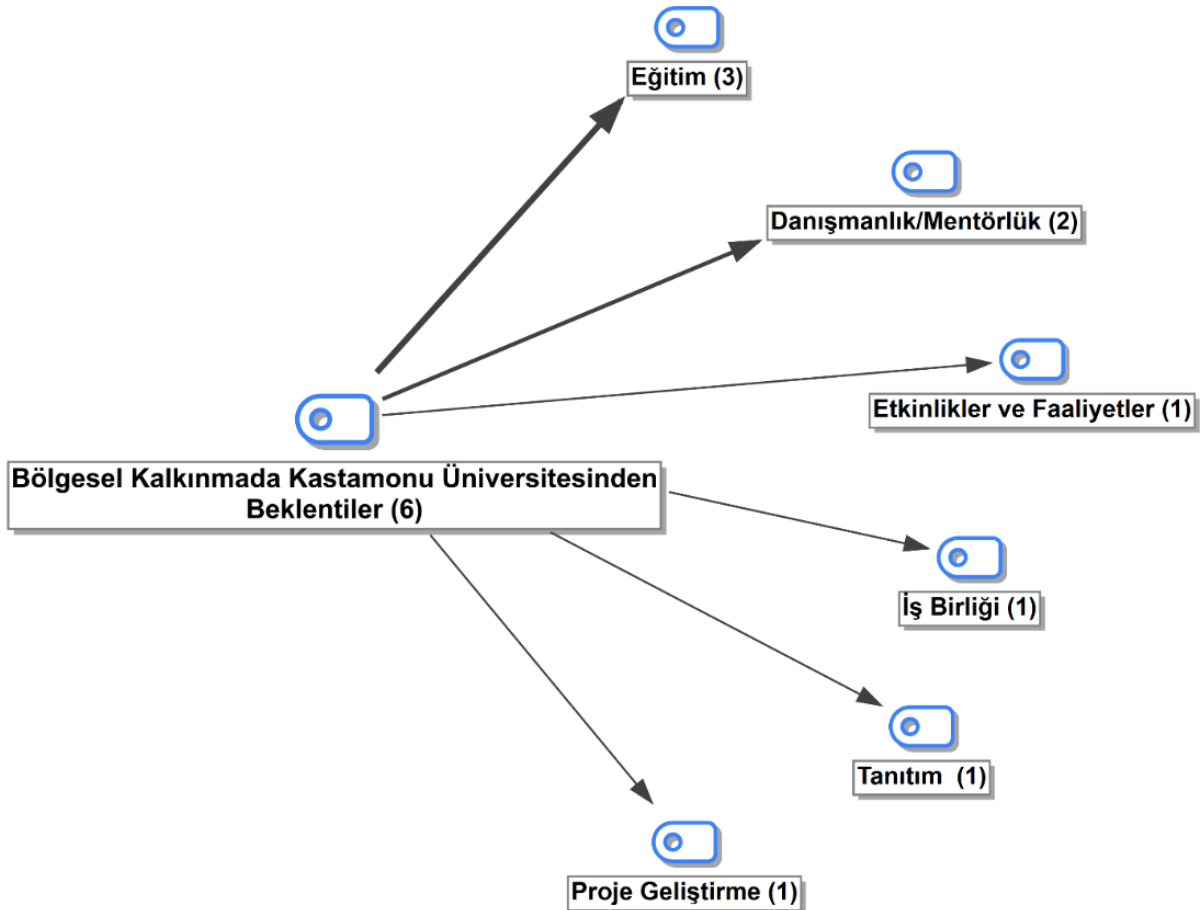
Şekil 4.23., Karabük ilinde turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin Bölgesel Kalkınmayı Olumsuz Etkileyen Faktörler konusundaki görüşlerini, toplam 6 işletme ve kurumun değerlendirmeleri üzerinden analiz etmektedir.

Şekle göre, bölgesel kalkınmayı olumsuz etkilediği düşünülen en önemli faktörler, eşit sayıda işletme ve kurum tarafından belirtilen Turizm Bilincinin Eksikliği (2), Ekonomi (2) ve Tanıtım Eksikliği (2) olarak öne çıkmaktadır. Bu bulgular, bölgedeki turizm potansiyelinin yeterince anlaşılamadığını, ekonomik koşulların olumsuz etkilediğini ve etkili bir tanıtım stratejisinin eksik olduğunu

göstermektedir. Bu üç faktör, Karabük'teki turizm sektörünün gelişimini engelleyen en temel problemler olarak görülmektedir.

Diğer faktörler ise tek bir işletme tarafından dile getirilmiştir. Bu faktörler şunlardır: Siyasi Yapı (1), Hizmet Kalitesi (1), Acente Faaliyetleri (1) ve Müşteri Profili (1). Hizmet kalitesinin yeterli olmaması, acentelerin yetersiz faaliyetleri ve mevcut müşteri profilinin beklentilere uymaması gibi spesifik sorunların da bölgesel kalkınmayı olumsuz etkilediği düşünülmektedir. Yok (1) cevabı ise, tek bir işletmenin bölgesel kalkınmayı olumsuz etkileyen herhangi bir faktör görmediğini veya bu konuda bir fikri olmadığını göstermektedir. Genel olarak, şekil Karabük turizm sektörünün bölgesel kalkınmada yaşadığı engellerin çok yönlü olduğunu ortaya koymaktadır. En önemli sorunlar turizm bilinci, ekonomi ve tanıtım eksikliği iken, siyasi yapıdan müşteri profiline kadar uzanan daha spesifik sorunlar da sektörün gelişimini yavaşlatan faktörler olarak belirtilmektedir.

Şekil 4.24. Karabük İli Turizm İşletme ve Kurumlarının Bölgesel Kalkınmada Kastamonu Üniversitesi'nden Beklentileri

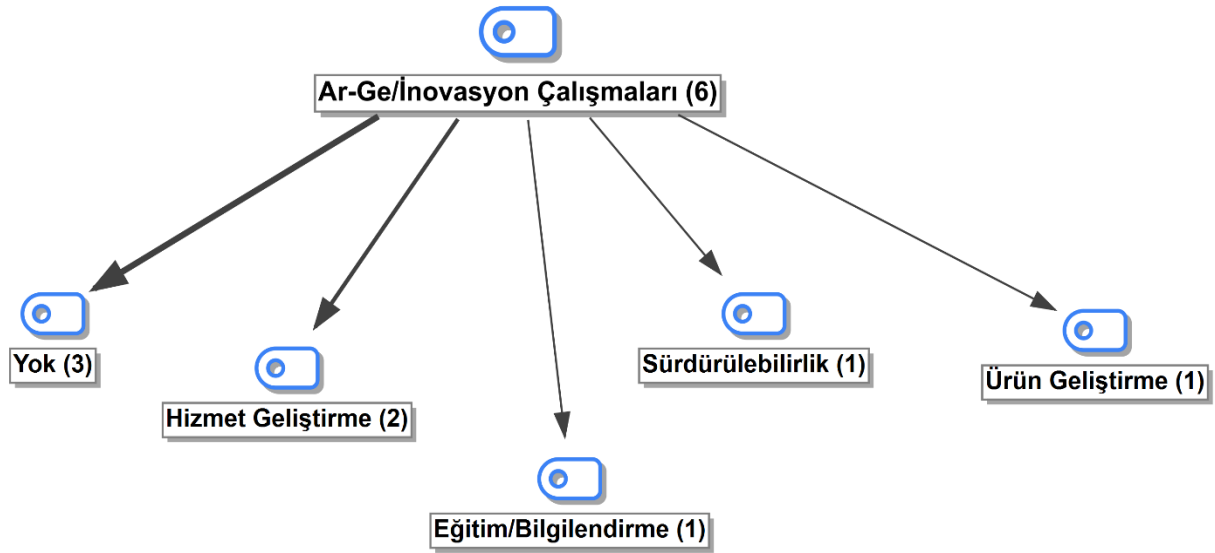


Şekil 4.24., Karabük turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin Bölgesel Kalkınmada Kastamonu Üniversitesi'nden Beklentiler konusundaki görüşlerini, toplam 6 işletme ve kurumun değerlendirmeleri üzerinden analiz etmektedir.

Şekle göre, işletmelerin Kastamonu Üniversitesi'nden bölgesel kalkınma için en büyük beklentisi Eğitim (3) olarak öne çıkmaktadır. Bu bulgu, sektördeki işletmelerin, üniversitenin bilgi birikimi ve kaynaklarını kullanarak personel eğitimi ve mesleki gelişim gibi konularda destek sağlamasını talep ettiğini göstermektedir. Bu, bölgesel kalkınmanın temel bir unsuru olan insan kaynağının geliştirilmesine verilen önemi ortaya koymaktadır. İkinci en önemli beklenti ise Danışmanlık/Mentörlük (2) olarak belirtilmiştir. Bu durum, işletmelerin iş süreçlerini, stratejilerini ve projelerini geliştirme konusunda üniversitenin akademik kadrosundan uzman desteği alma ihtiyacı hissettiğini göstermektedir.

Diğer beklentiler ise tek bir işletme tarafından dile getirilmiştir. Bunlar Etkinlikler ve Faaliyetler (1), İş Birliği (1), Tanıtım (1) ve Proje Geliştirme (1) olarak sıralanmaktadır. Bu bulgular, işletmelerin üniversite ile ortak etkinlikler düzenleme, iş birliği yapma, bölgenin tanıtımına katkı sağlama ve yeni projeler geliştirme konularında da iş birliği potansiyeli gördüğünü işaret etmektedir. Genel olarak, şekil Karabük turizm sektöründeki işletmelerin bölgesel kalkınma için üniversiteyi önemli bir stratejik ortak olarak gördüğünü ortaya koymaktadır. En büyük beklenti, eğitim ve danışmanlık hizmetleri iken, üniversitenin ortak etkinlikler ve projelerle bölgesel kalkınmaya daha geniş kapsamlı katkılar sunması da beklenmektedir.

Şekil 4.25. Karabük İli Turizm İşletme ve Kurumlarının Ar-Ge/İnovasyon Çalışmaları



Şekil 4.25., Karabük ilinde turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin Ar-Ge/İnovasyon Çalışmaları konusundaki durumlarını, toplam 6 işletme ve kurumun değerlendirmeleri üzerinden analiz etmektedir. Şekle göre, işletme ve kurumların yarısı, yani 3 işletme, Yok cevabını vermiştir. Bu durum, Karabük turizm sektöründeki işletmelerin önemli bir bölümünün herhangi bir araştırma-geliştirme veya inovasyon faaliyeti yürütmediğini göstermektedir. Bu, sektörün yenilikçilik konusunda henüz istenen seviyede olmadığını ve bu alanda daha fazla bilinçlendirme ve teşvike ihtiyaç duyduğunu işaret etmektedir.

Ar-Ge/inovasyon çalışması yapan işletmelerin odaklandığı alanlara bakıldığında, Hizmet Geliştirme (2) öne çıkmaktadır. Bu, işletmelerin mevcut hizmetlerini iyileştirmeye, müşteri deneyimini zenginleştirmeye veya yeni hizmet modelleri oluşturmaya yönelik çabalarını göstermektedir. Diğer Ar-Ge ve inovasyon çalışmaları ise tek bir işletme tarafından dile getirilmiştir. Bunlar Sürdürülebilirlik (1), Ürün Geliştirme (1) ve Eğitim/Bilgilendirme (1) olarak sıralanmaktadır. Sürdürülebilirlik, işletmelerin çevre dostu ve sorumlu turizm uygulamalarına yönelik yenilikler araştırdığını; Ürün Geliştirme, yeni turistik ürünler oluşturmaya yönelik çabaları; Eğitim/Bilgilendirme ise, personel veya ziyaretçilere yönelik yeni eğitim veya bilgilendirme yöntemleri geliştirme çalışmalarını göstermektedir. Genel olarak, şekil Karabük turizm sektöründe Ar-Ge ve inovasyon çalışmalarının sınırlı olduğunu ve işletmelerin yarısının bu tür faaliyetleri yürütmediğini ortaya koymaktadır. İnovasyon yapan işletmelerin ise daha çok hizmet geliştirme alanına odaklandığı, sürdürülebilirlik ve ürün geliştirme gibi diğer alanların henüz yeterince ilgi görmediği anlaşılmaktadır.

Güçlü Yönler	Zayıf Yönler
- Hizmet ve Ürün Kalitesi - Konaklama ve Yeme-İçme Altyapısı - Kültürel ve Gastronomik Zenginlikler - Markalaşma - İş Birliğine Açıklık	- Sınırlı Teknolojik Altyapı - Eğitim ve Nitelikli Personel Eksikliği: - Sınırlı Teşvik Kullanımı - Hizmet Kalitesini Artırma İhtiyacı
Fırsatlar	Tehditler
- İş Birliği Potansiyeli - Eğitim ve Personel Gelişimi - Dijitalleşme Olanakları - Teşviklerden Yararlanma	- Düşük Sürdürülebilirlik Bilinci - Altyapı Sorunları - Yenilikçi Bakış Açısı Eksikliği

Tablo 4.2. Karabük İli Tabiat Turizmi GZFT Analizi

Karabük'ün turizm sektörü, hizmet ve ürün kalitesi ile öne çıkmaktadır. Konaklama ve yeme-içme altyapısının güçlü olduğu belirtilirken, bölgenin kültürel ve gastronomik zenginlikleri de sektörün güç kaynakları arasındadır. İşletmeler, markalaşma konusunda başarılı olduklarını düşünmekte ve iş birliğine açık bir yaklaşım sergilemektedirler. Bununla birlikte, sektörün zayıf yönleri arasında sınırlı teknolojik altyapı dikkat çekmektedir; mobil uygulamalar benimsenmiş olsa da sanal turlar gibi yenilikçi teknolojiler yeterince kullanılmamaktadır. Eğitim ve nitelikli personel eksikliği, sektörün en büyük destek ihtiyacı olarak belirlenmiştir. İşletmelerin yarısı teşvik programlarından yararlanmamıştır ve hizmet kalitesini artırma ihtiyacı da vurgulanmıştır.

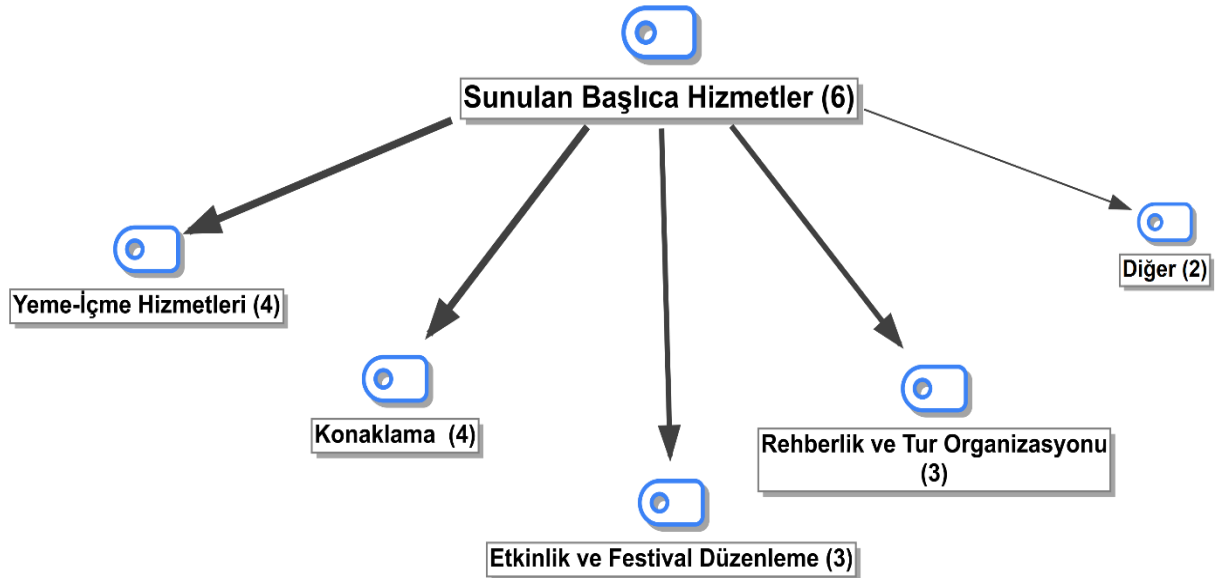
Sektör için önemli fırsatlar mevcuttur. İşletmelerin iş birliğine açık olması, ortak etkinlik ve projelerle sektörün gelişimine katkı sağlama potansiyeli sunmaktadır. Eğitim ve nitelikli personel temini konusundaki eksiklikler, bu alanda gelişim için bir fırsat yaratmaktadır. Dijitalleşme olanakları da, işletmelerin dijital pazarlama ve rezervasyon sistemlerine verdiği önemle birlikte sektörün daha da gelişme potansiyeli taşıdığını göstermektedir. Teşviklerden yararlanan işletmelerin farklı kaynaklardan destek alması, diğer işletmeler için de mevcut programların varlığını kanıtlamaktadır. Tehditler arasında

ise sürdürülebilirlik bilincinin düşük olması, altyapı sorunları ve bazı işletmelerin dile getirdiği yenilikçi bakış açısı eksikliği yer almaktadır.

4.3. Zonguldak Durum Analizi

Zonguldak'ta kooperatif olarak faaliyet gösteren bir işletme, nitelikli iş gücü ihtiyacına dikkat çekmiş ve bu ihtiyacın karşılanmasında üniversitelerin ilgili bölümleriyle iş birliğinin önemini vurgulamıştır. Özellikle personel eksikliğinin, ilde bulunan üniversitenin öğrencileri ve mezunları aracılığıyla giderilmesi gerektiği belirtilmiştir. Kooperatifleşme sürecinin çeşitli zorluklar barındırdığına değinilmiş, bu süreçte üniversitelerde görev yapan öğretim elemanlarının bilgi ve deneyim paylaşımında bulunmalarının yol gösterici olacağı ifade edilmiştir. Ayrıca, hibe ve destek programları hakkında yeterli bilgiye sahip olunmadığı ve bu konuda rehberlik edecek uzmanlara ihtiyaç duyulduğu belirtilmiştir. Kooperatif, üniversite öğrencilerine staj imkânı sunduğunu belirterek, bu uygulamanın hem öğrencilerin deneyim kazanmalarına hem de kooperatifin gelişimine katkı sağladığını vurgulamıştır. Öte yandan, Devrek bastonu üretimine gençlerin ilgisinin düşük olduğu ifade edilmiş; ancak bu geleneksel el sanatının sürdürülebilirliğinin sağlanması için gençlerin üretim sürecine aktif olarak katılımının teşvik edilmesi gerektiği belirtilmiştir. Devrek bastonunun uluslararası potansiyele sahip olduğu, turistlerin bu ürüne ilgi gösterdiği ve baston üretiminin ülke turizmine katkı sağlayabileceği öngörülmektedir.

Şekil 4.26. Zonguldak İl'inde Sunulan Başlıca Hizmetler



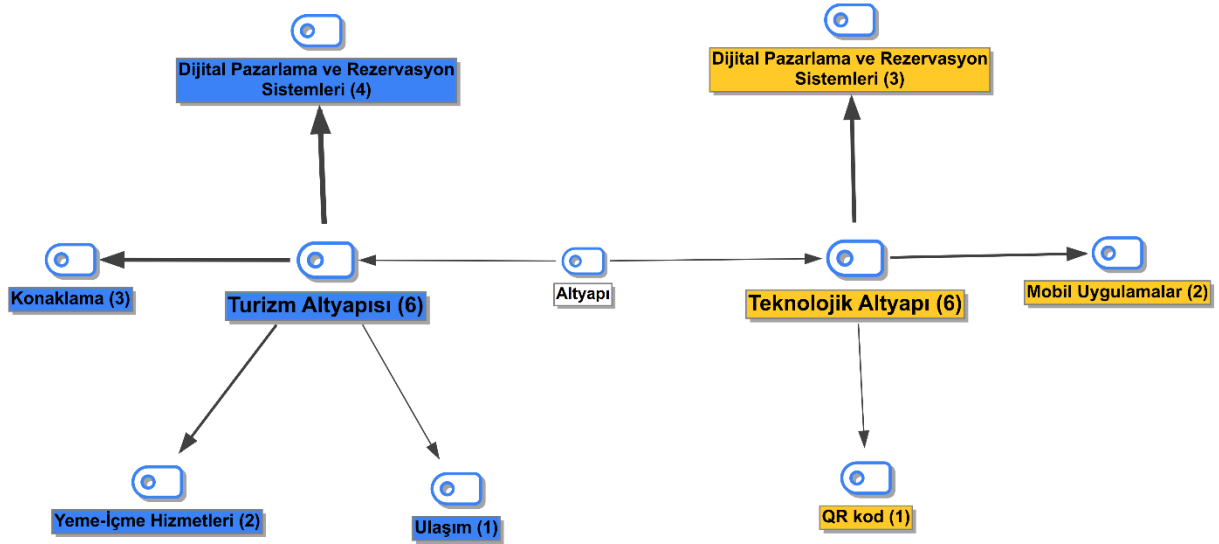
Şekil 4.26., Zonguldak turizm sektöründe sunulan başlıca hizmetler 6 ana kategori altında toplanmıştır. Toplam şirket ve kurum sayısı bu kategorilerdeki hizmetleri sunanların sayısını göstermektedir.

Şekle göre, Zonguldak turizm sektöründe en sık sunulan hizmet alanları eşit sayıda şirket ve kurum tarafından belirtilen Yeme-İçme Hizmetleri (4) ve Konaklama (4) olarak öne çıkmaktadır. Bu durum, anket yapılan şirket ve kurumlar arasında restoran, kafe, otel ve pansiyon gibi işletmelerin yoğunlukta olduğunu veya bu hizmetlerin sektörde baskın bir rol oynadığını göstermektedir. İkinci en çok sunulan

hizmet ise eşit sayıda şirket ve kurum tarafından belirtilen Rehberlik ve Tur Organizasyonu (3) ile Etkinlik ve Festival Düzenleme (3) olmuştur. Bu bulgu, sektördeki şirket ve kurumların konaklama ve yeme-içmenin yanı sıra, ziyaretçilere yönelik tur rehberliği, seyahat planlaması, kültürel etkinlikler ve festivaller gibi hizmetleri de sunmaya odaklandığını göstermektedir. Şekilde yer alan Diğer (2) kategorisi ise, belirtilen ana hizmet alanlarının dışında kalan, farklı ve çeşitli hizmetleri sunan şirket ve kurumların da bulunduğunu işaret etmektedir.

Genel olarak, şekil Zonguldak turizm sektöründe sunulan hizmetlerin çeşitliliğini ortaya koymaktadır. Sektördeki şirket ve kurumların büyük çoğunluğunun yeme-içme ve konaklama hizmetlerine odaklandığı, ancak rehberlik, tur organizasyonu ve etkinlik düzenleme gibi diğer hizmetlerin de sektörde önemli bir yer tuttuğu anlaşılmaktadır. Bu analiz, Zonguldak'taki turizm potansiyelinin farklı hizmet segmentleriyle değerlendirildiğini göstermektedir.

Şekil 4.27. Zonguldak İli Turizm Altyapısı



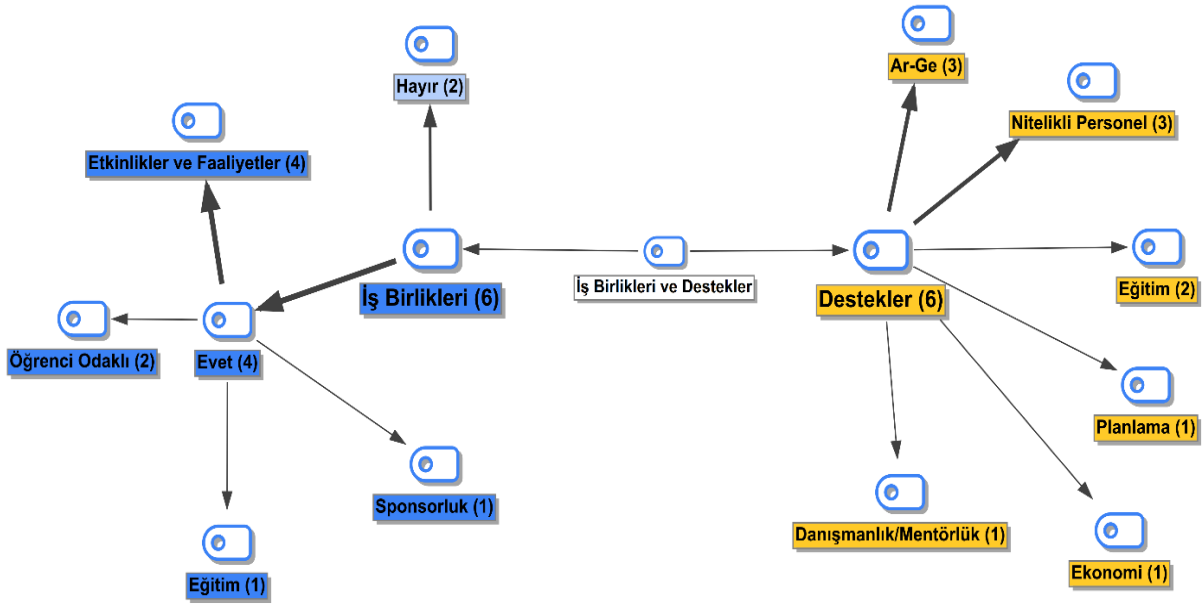
Şekil 4.27., Zonguldak ilinde turizm sektöründe faaliyet gösteren şirket ve kurumların Altyapı konusundaki durumlarını iki ana başlık altında analiz etmektedir: Turizm Altyapısı (6) ve Teknolojik Altyapı (6). Bu analiz, toplam 12 şirket ve kurumun görüşlerine dayanmaktadır.

Bu alanda en çok odaklanılan konu Dijital Pazarlama ve Rezervasyon Sistemleri (4) olarak belirlenmiştir. Bu durum, sektördeki şirket ve kurumların dijitalleşmeye büyük önem verdiğini ve çevrimiçi görünürlüklerini artırmaya yönelik çalışmalar yürüttüğünü göstermektedir. İkinci en önemli altyapı çalışması Konaklama (3) olmuştur. Bu bulgu, işletmelerin mevcut konaklama tesislerini geliştirmeye veya yeni tesisler kurmaya yönelik çalışmalar yaptığını göstermektedir. Yeme-içme Hizmetleri (2) ve Ulaşım (1) gibi konular ise daha az sayıda şirket veya kurum tarafından altyapı çalışması yapılan alanlar olarak belirtilmiştir.

Teknolojik altyapı alanında en çok çalışma yapılan konu Dijital Pazarlama ve Rezervasyon Sistemleri (3) olarak ortaya çıkmaktadır. Bu bulgu, teknolojik altyapı çalışmalarının da turizm altyapısı gibi en çok dijital pazarlama ve rezervasyon sistemlerine odaklandığını göstermektedir. Mobil Uygulamalar (2) ise ikinci en önemli teknolojik altyapı çalışması olarak belirlenmiştir. Bu, sektördeki şirket ve kurumların mobil platformlar üzerinden müşterilere ulaşmayı ve hizmet sunmayı hedeflediğini göstermektedir. QR Kod (1) gibi daha spesifik bir teknolojik uygulama ise tek bir şirket veya kurum tarafından dile getirilmiştir. Bu durum, bu tür yenilikçi teknolojilerin henüz yeterince yaygınlaşmadığını işaret etmektedir.

Şekil, Zonguldak turizm sektöründe faaliyet gösteren şirket ve kurumların hem fiziksel hem de teknolojik altyapı konularına önem verdiğini, ancak her iki alanda da dijitalleşmenin ve özellikle dijital pazarlama ve rezervasyon sistemlerinin en öncelikli konu olduğunu göstermektedir. Konaklama ve yeme-içme gibi temel turizm altyapısı çalışmaları da devam ederken, teknolojik altyapı kapsamında mobil uygulamalar ve diğer yenilikçi çözümlere yönelik çalışmaların henüz sınırlı kaldığı görülmektedir.

Şekil 4.28. Zonguldak İli Turizm İşletme ve Kurumlarının İş Birlikleri ve Destekleri



Zonguldak ilinde turizm sektöründe faaliyet gösteren şirket ve kurumların İş Birlikleri ve Destekler konusundaki durumlarını, toplam 6 şirket ve kurumun değerlendirmeleri üzerinden analiz etmektedir.

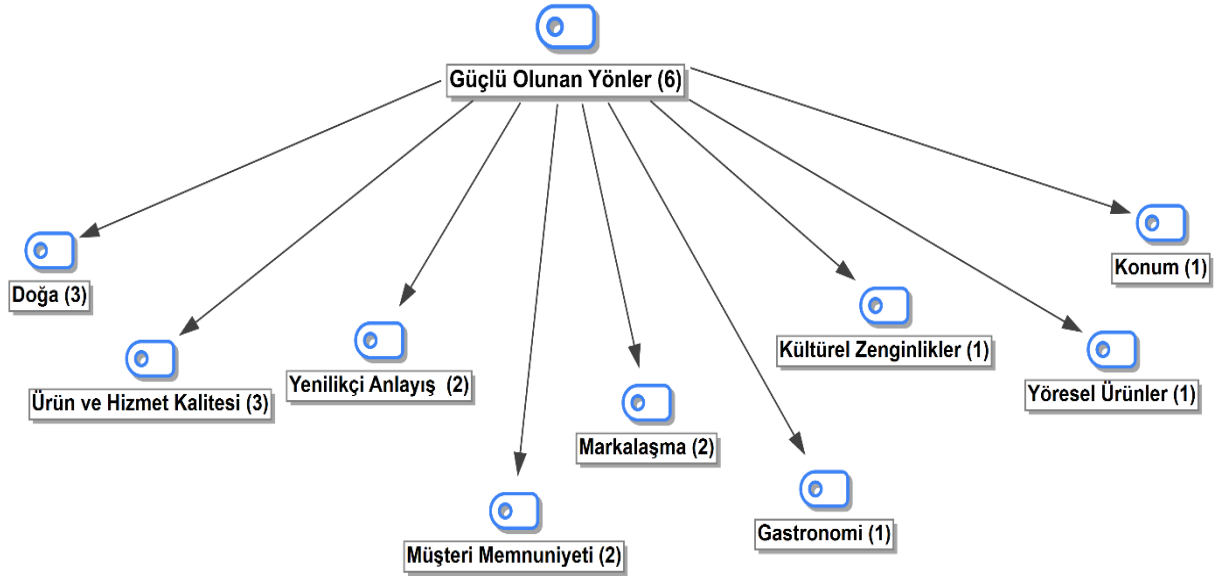
İş birlikleri konusunda, şirket ve kurumların büyük çoğunluğu Evet (4) cevabını vermiştir. Bu, sektördeki şirket ve kurumların birbiriyle veya diğer kurumlarla iş birliği içinde olduğunu göstermektedir. Bu iş birliklerinin en yoğun olduğu alan Etkinlikler ve Faaliyetler (4) olarak belirtilmiştir. Bu durum, şirket ve kurumların ortak etkinlikler düzenleyerek veya ortak faaliyetler yürüterek sinerji yaratmaya çalıştığını göstermektedir. Öğrenci Odaklı (2) iş birlikleri de önemli bir yer

tutarken, Eğitim (1) ve Sponsorluk (1) gibi alanlardaki iş birlikleri daha az sayıda şirket ve kurum tarafından dile getirilmiştir. Hayır (2) cevabını veren iki şirket veya kurum ise, sektördeki bazı şirket ve kurumların iş birliği faaliyetlerine katılmadığını işaret etmektedir.

Şirket ve kurumların ihtiyaç duyduğu veya aldığı destekler konusunda ise en önemli alanlar eşit sayıda şirket ve kurum tarafından belirtilen Ar-Ge (3) ve Nitelikli Personel (3) olarak öne çıkmaktadır. Bu bulgu, sektörün araştırma-geliştirme ve nitelikli eleman bulma konularında desteğe büyük ihtiyaç duyduğunu göstermektedir. Eğitim (2) konusu da önemli bir destek alanı olarak belirtilirken, Planlama (1), Danışmanlık/Mentörlük (1) ve Ekonomi (1) gibi konular ise daha az sayıda şirket ve kurum tarafından dile getirilmiştir.

Şekil, Zonguldak turizm sektöründe şirket ve kurumların iş birliği yapmaya istekli olduğunu ve bu iş birliklerinin genellikle ortak etkinlikler ve faaliyetler etrafında şekillendiğini göstermektedir. Destekler konusunda ise en büyük ihtiyaç ve beklentinin Ar-Ge ve nitelikli personel temini alanlarında olduğu görülmektedir. Bu durum, sektörün insan kaynakları, yenilikçilik ve mesleki gelişim konularına öncelik verdiğini ortaya koymaktadır.

Şekil 4.29. Zonguldak İli Turizm İşletme ve Kurumlarının Güçlü Yönleri

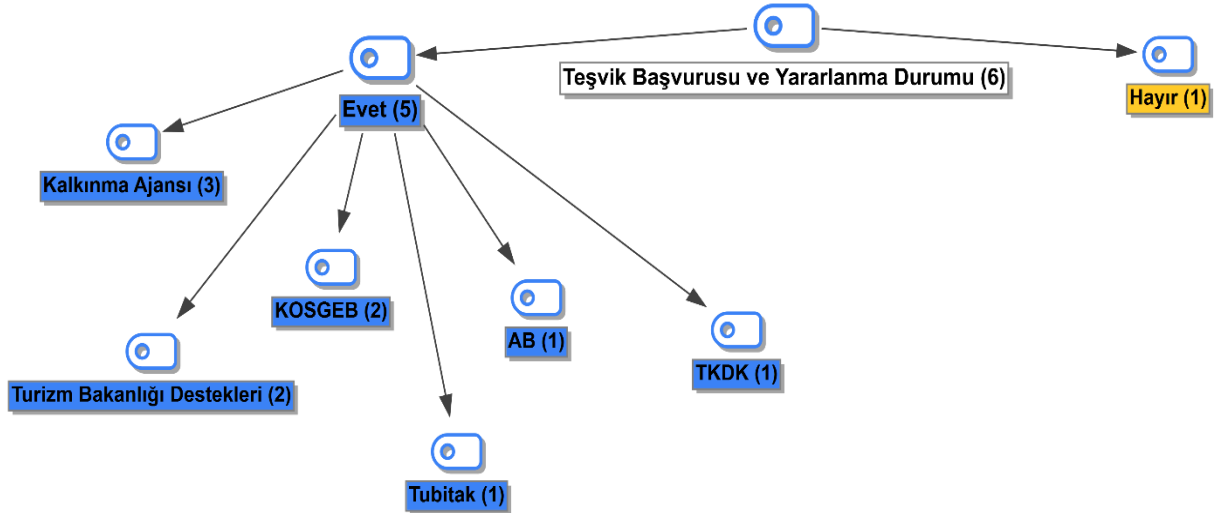


Şekil 4.29.'da, Zonguldak ilindeki işletme ve kurumların sektörde güçlü olduklarını belirttikleri alanlar görsel olarak aktarılmıştır. En yüksek oranda vurgulanan güçlü yönler, Doğa (3) ve Ürün ve Hizmet Kalitesi (3) başlıkları altında toplanmıştır. Bu sonuçlar, bölge ekonomisinin rekabet avantajını hem doğal kaynaklarından hem de sunduğu ürün ve hizmetlerin kalitesinden elde ettiğini göstermektedir. Bu alanların öne çıkması, Zonguldak'ın sürdürülebilir büyüme potansiyelinin hem coğrafi değerler hem de operasyonel mükemmellik üzerine kurulduğunu düşündürmektedir.

İşletmeler tarafından güçlü yön olarak belirtilen diğer başlıklar ise Yenilikçi Anlayış (2), Markalaşma (2) ve Müşteri Memnuniyeti (2) olarak sıralanmaktadır. Bu veriler, kurumların sadece mevcut

varlıklarına dayanmakla kalmayıp, aynı zamanda stratejik yönetim ve müşteri ilişkileri gibi modern iş pratiklerine de önem verdiğini göstermektedir. Kültürel Zenginlikler (1), Yöresel Ürünler (1), Gastronomi (1) ve Konum (1) gibi daha spesifik alanlar ise, bazı işletmeler için önemli niş avantajlar sunduğunu ortaya koymaktadır. Bu dağılım, Zonguldak'taki sektörün gücünün çeşitli alanlara yayıldığını, ancak en yoğunlaşan noktaların doğal ve hizmet kalitesi temelli olduğunu net bir şekilde göstermektedir.

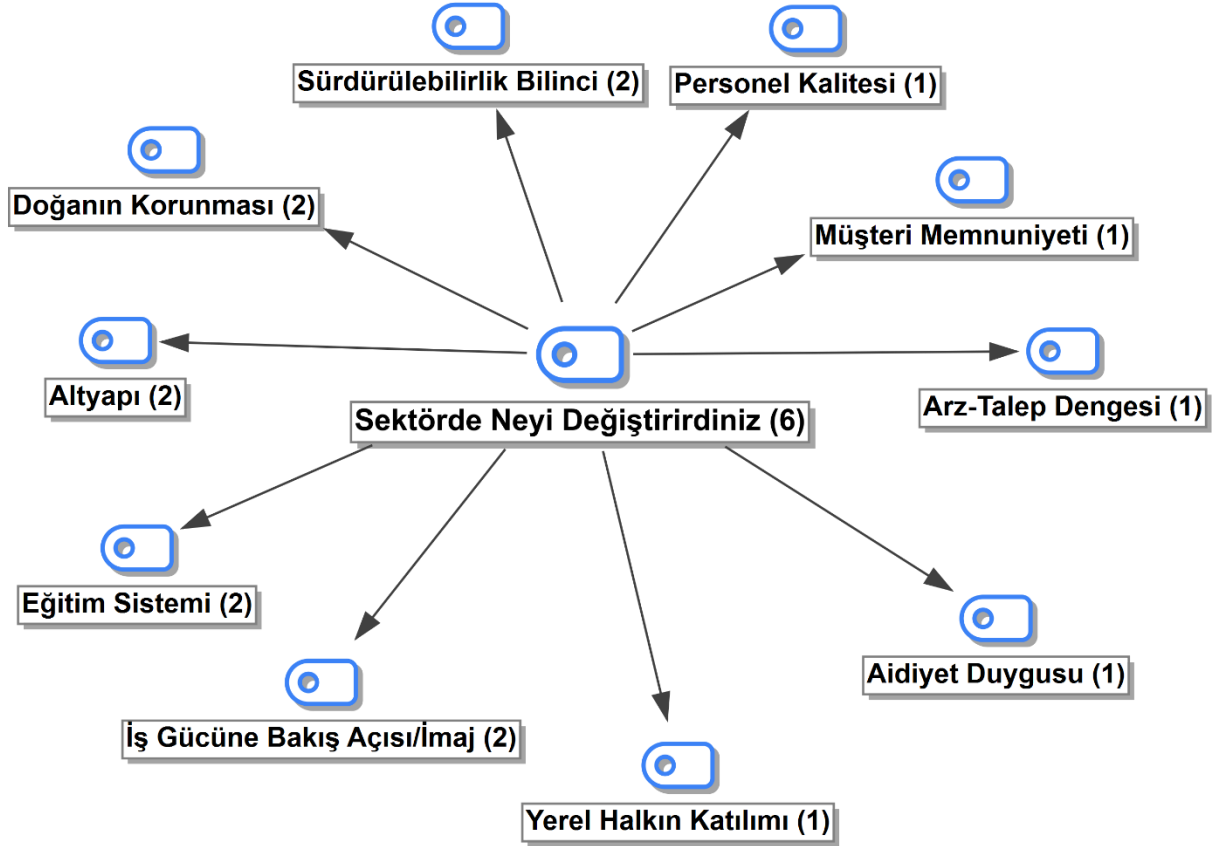
Şekil 4.30. Zonguldak İli Turizm İşletme ve Kurumlarının Teşvik Başvurusu ve Yararlanma Durumları



Şekil 4.30., Zonguldak ilindeki işletme ve kurumların teşvik başvurusu ve yararlanma durumlarına ilişkin cevaplarını analiz etmektedir. Toplam 6 işletmeden 5'i (%83,3) teşvik başvurusunda bulunduğunu ve yararlandığını belirtirken, yalnızca 1'i (%16,7) teşviklerden yararlanmadığını ifade etmiştir. Bu durum, Zonguldak'taki işletmelerin teşvik mekanizmalarına yüksek düzeyde ilgi gösterdiğini ve bu kaynaklardan aktif olarak faydalanmaya çalıştığını ortaya koymaktadır. Teşviklerden yararlanan 5 işletmenin farklı kurum ve kuruluşlardan destek aldığı görülmekte olup, bu durum işletmelerin tek bir teşvik kaynağına bağlı kalmayıp çeşitli destek olanaklarını değerlendirme eğiliminde olduklarını göstermektedir. En çok başvuru ve yararlanılan kurum, 3 işletme ile Kalkınma Ajansı olmuş; bu durum, ajansın bölgedeki işletmeler için önemli bir finansman ve destek kaynağı olduğunu ve yerel projeleri teşvik etme konusunda etkili bir rol üstlendiğini ortaya koymuştur. İkişer işletme tarafından KOSGEB ve Turizm Bakanlığı desteklerinden yararlanıldığı belirtilmiş; KOSGEB'in küçük ve orta ölçekli işletmeler için önemli bir kaynak, Turizm Bakanlığı desteklerinin ise turizm potansiyeline sahip Zonguldak'ta turizm sektöründeki işletmeler için değerli bir fırsat olduğu anlaşılmıştır. AB, TÜBİTAK ve TKDK desteklerinden ise yalnızca birer işletmenin yararlandığı görülmektedir. AB fonlarının kullanılması, işletmelerin uluslararası projelere ve işbirliklerine açık olduğunu; TÜBİTAK desteği, Ar-Ge ve yenilik odaklı çalışmalara verilen önemi; TKDK desteği ise tarım ve kırsal kalkınma alanındaki faaliyetlerin ve bu alandaki potansiyelin değerlendirildiğini göstermektedir. Genel olarak, Zonguldak'taki işletmelerin büyük çoğunluğunun teşvik sistemlerini yaygın ve önemli bir araç olarak

gördüğü, farklı kaynaklara yönelerek girişimcilik ekosistemini çeşitlendirme ve farklı sektörlerde büyüme arayışında olduğu anlaşılmaktadır.

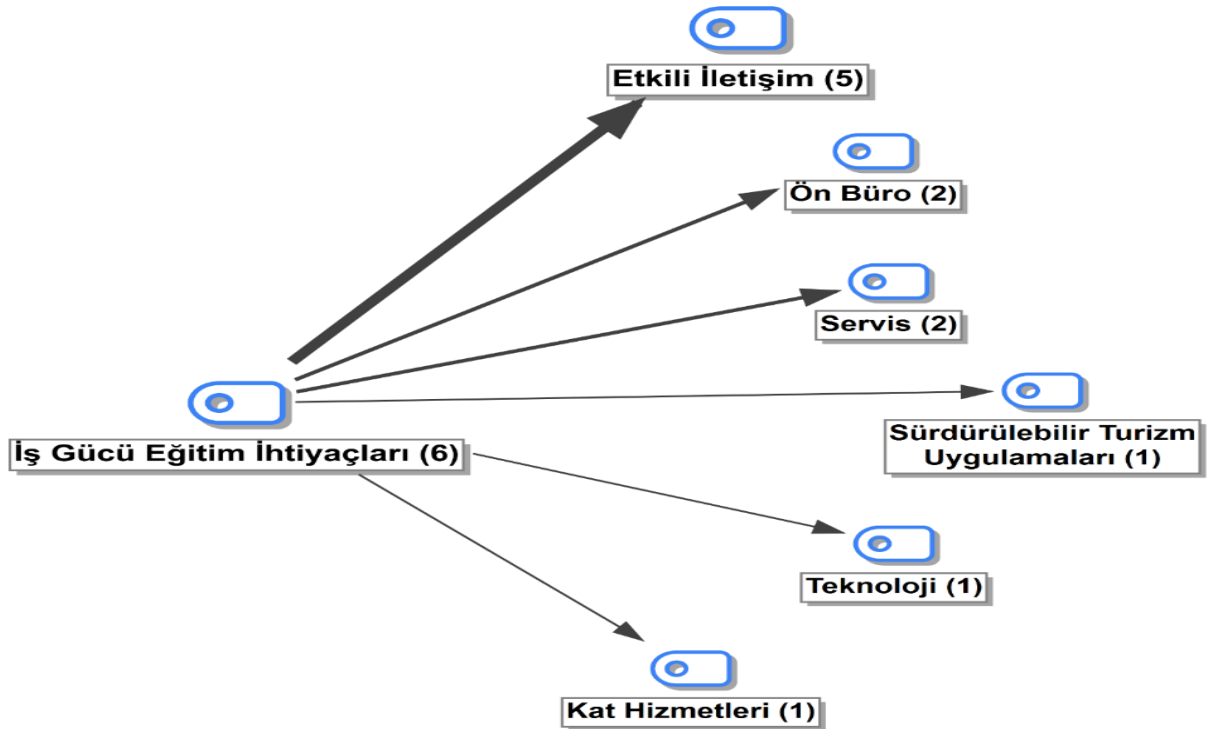
Şekil 4.31. Zonguldak İli Turizm İşletme ve Kurumlarının Sektörde Neyi Değiştirdiniz? Sorusuna Yanıtlar



Şekil 4.31., Zonguldak ilindeki işletme ve kurumların “Sektörde Neyi Değiştirdiniz?” sorusuna verdikleri cevapları göstermektedir. Toplamda 6 cevabın 10 farklı başlık altında toplanmış olması, Zonguldak’taki işletmelerin sektörde tek bir ana sorun yerine, çok çeşitli alanlarda değişim ve gelişim ihtiyacı hissettiklerini ortaya koymaktadır. En çok vurgu yapılan alanlar; sürdürülebilirlik bilincinin artırılması, doğanın korunması, altyapı eksikliklerinin giderilmesi, eğitim sisteminde değişiklik yapılması ve iş gücüne yönelik algının iyileştirilmesi olmuştur. Bu durum, sektörün hem çevresel hem de yapısal temelli sorunlarının öncelikli olarak ele alınması gerektiğini göstermektedir. Sürdürülebilirlik ve doğanın korunmasına yapılan vurgu, bölgenin doğal kaynaklarının sorumlu bir şekilde korunması gerektiğine yönelik farkındalığın yükseldiğini yansıtırken; altyapı, eğitim ve iş gücü konularındaki öneriler, sektörün uzun vadeli gelişimi için temel ve yapısal adımların atılması gerektiğini ortaya koymaktadır. Bunun yanı sıra, personel kalitesi, müşteri memnuniyeti, arz-talep dengesi, aidiyet duygusu ve yerel halkın katılımı gibi tek cevap alan başlıklar, daha spesifik ve bireysel düzeydeki sorunlara işaret etmektedir. Genel olarak, elde edilen bulgular Zonguldak turizm sektörünün yüksek bir gelişim potansiyeline sahip olduğunu, ancak bu potansiyelin değerlendirilebilmesi için öncelikli olarak altyapı, eğitim, iş gücü ve çevresel sürdürülebilirlik alanlarında kapsamlı iyileştirmelere ihtiyaç

duyulduğunu ortaya koymaktadır. Zonguldak'taki işletmeler, sektördeki değişiklik ihtiyacını birden fazla alanda hissetmektedir. En çok vurgulanan ortak sorunlar altyapı, eğitim ve iş gücü konularıdır. Bu, sektörün temel ve yapısal sorunları olarak öne çıkmaktadır. Ayrıca, sürdürülebilirlik ve doğanın korunması gibi çevresel konulara da ciddi bir farkındalık olduğu görülmektedir. Diğer tek cevaplı konular ise, daha spesifik operasyonel ve sosyal iyileştirme alanlarına işaret etmektedir. Genel olarak, bu şekil Zonguldak turizm sektörünün gelişim potansiyelini ortaya koymakla birlikte, bu potansiyelin önündeki en büyük engelleri de ortaya çıkarmaktadır.

Şekil 4.32. Zonguldak İli Turizm İşletme ve Kurumlarının İş Gücü Eğitim İhtiyaçları



Şekil 4.32., Zonguldak turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin İş Gücü Eğitim İhtiyaçları konusundaki durumunu 6 işletme ve kurumun görüşleri üzerinden analiz etmektedir. Analiz, en çok ihtiyaç duyulan eğitim alanlarını gözler önüne sermektedir.

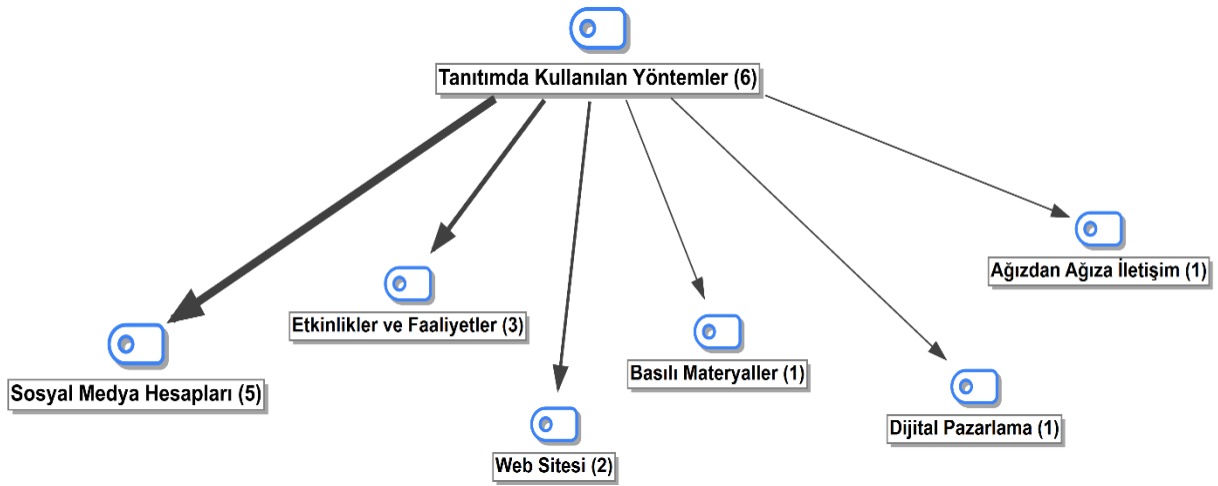
İşletmelerin en çok eğitim ihtiyacı duyduğu alan Etkili İletişim (5) olmuştur. Bu veri, sektörde müşteri ilişkileri ve iç iletişim becerilerinin kritik öneme sahip olduğunu ve bu konuda ciddi bir gelişim ihtiyacı bulunduğunu göstermektedir. Etkili iletişimin bu kadar öne çıkması, turizm sektöründeki hizmet kalitesinin doğrudan insan etkileşimine bağlı olduğu gerçeğini vurgulamaktadır.

İkinci en önemli eğitim ihtiyaçları Ön Büro (2) ve Servis (2) alanlarıdır. Bu, işletmelerin misafirlerin ilk karşılaştığı noktalar olan ön büro hizmetleri ile yiyecek ve içecek servis kalitesini artırma konusunda eksiklikler yaşadığını veya bu alanlara yatırım yapma gereği duyduğunu belirtmektedir. Bu iki alan, müşteri deneyimini doğrudan etkileyen operasyonel süreçlerdir.

Daha az sayıda işletmenin belirttiği diğer eğitim ihtiyaçları ise Sürdürülebilir Turizm Uygulamaları (1), Teknoloji (1) ve Kat Hizmetleri (1) olarak belirlenmiştir. Sürdürülebilir Turizm Uygulamalarına olan talep, çevresel ve sosyal sorumluluk bilincinin giderek arttığını göstermektedir. Teknolojiye olan ihtiyaç, sektörün dijitalleşme sürecine ayak uydurma isteğini yansıtırken, Kat Hizmetlerine olan ihtiyaç ise temizlik ve konaklama standartlarının iyileştirilmesi gerektiğini ortaya koymaktadır.

Sonuç olarak, bu şekil Zonguldak turizm sektöründeki işletmelerin en büyük eğitim ihtiyacının, müşteri memnuniyetini doğrudan etkileyen iletişim becerileri, ön büro ve servis hizmetleri gibi temel operasyonel alanlarda olduğunu göstermektedir. Ayrıca, sürdürülebilirlik ve teknoloji gibi geleceğe yönelik konulara dair de bir farkındalığın oluşmaya başladığı sonucuna varılmaktadır.

Şekil 4.33. Zonguldak İli Turizm İşletme ve Kurumlarında Tanıtımda Kullanılan Yöntemler



Şekil 4.33., Zonguldak'taki işletme ve kurumların Tanıtımda Kullanılan Yöntemler konusundaki durumunu 6 işletme ve kurumun görüşleri üzerinden analiz etmektedir. Analiz, en çok tercih edilen tanıtım yöntemlerini ve bu yöntemlerin kullanım sıklığını ortaya koymaktadır.

İşletmelerin en çok kullandığı tanıtım yöntemi Sosyal Medya Hesapları (5) olmuştur. Bu veri, Zonguldak'taki işletmelerin dijital pazarlamanın gücünün farkında olduğunu ve hedef kitlelerine ulaşmak için sosyal medya platformlarını aktif olarak kullandığını göstermektedir. Bu kadar yüksek bir oranda sosyal medyanın tercih edilmesi, günümüzdeki pazarlama trendlerinin yakından takip edildiğini ve bu yöntemin en etkili araç olarak görüldüğünü ortaya koymaktadır.

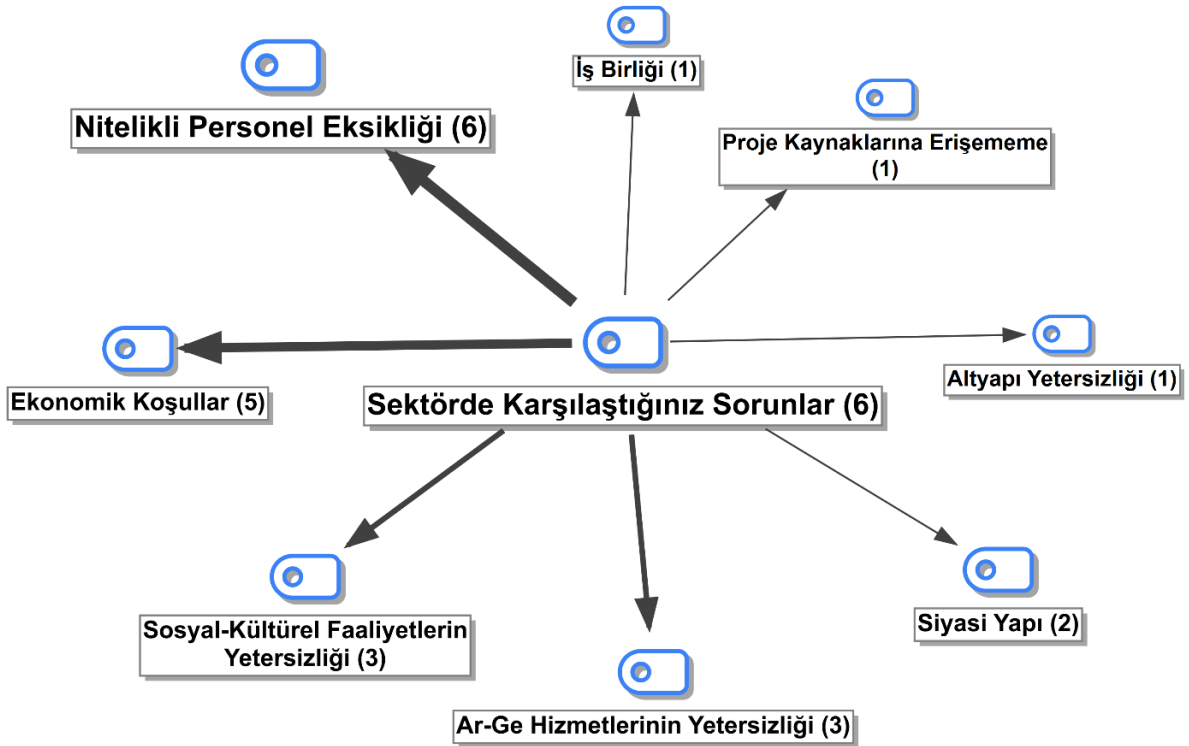
İkinci sırada Etkinlikler ve Faaliyetler (3) yer almaktadır. Bu durum, işletmelerin marka bilinirliğini artırmak ve potansiyel müşterilerle doğrudan etkileşim kurmak için çeşitli etkinlik ve faaliyetlere katıldığını veya bu tür organizasyonlar düzenlediğini göstermektedir. Etkinlikler, sosyal medya ile birlikte kullanıldığında güçlü bir tanıtım stratejisi oluşturmaktadır.

Daha az sayıda işletmenin kullandığı diğer yöntemler ise Web Sitesi (2) ve Basılı Materyaller (1), Dijital Pazarlama (1) ve Ağızdan Ağıza İletişim (1) olarak belirlenmiştir. Web Sitesi kullanımının 2 olması,

bazı işletmelerin dijital varlıklarını oluşturduğunu ancak sosyal medya kadar yaygın bir araç olmadığını göstermektedir. Basılı Materyaller, Dijital Pazarlama (sosyal medyadan bağımsız olarak düşünüldüğünde) ve Ağızdan Ağıza İletişim gibi geleneksel veya daha spesifik yöntemlerin ise sadece birer işletme tarafından kullanılması, bu yöntemlerin genel tanıtım stratejilerinde daha az yer tuttuğunu ortaya koymaktadır.

Sonuç olarak, bu şekil Zonguldak'taki işletmelerin tanıtım stratejilerinde açık ara en çok sosyal medya ve etkinliklere odaklandığını göstermektedir. Bu, dinamik ve etkileşimi yüksek tanıtım yöntemlerinin benimsendiğini, ancak web sitesi, basılı materyal ve diğer dijital pazarlama yöntemlerinin kullanımının daha düşük seviyede kaldığını ortaya koymaktadır.

Şekil 4.34. Zonguldak İli Turizm İşletme ve Kurumların Sektörde Karşılaştığı Sorunlar



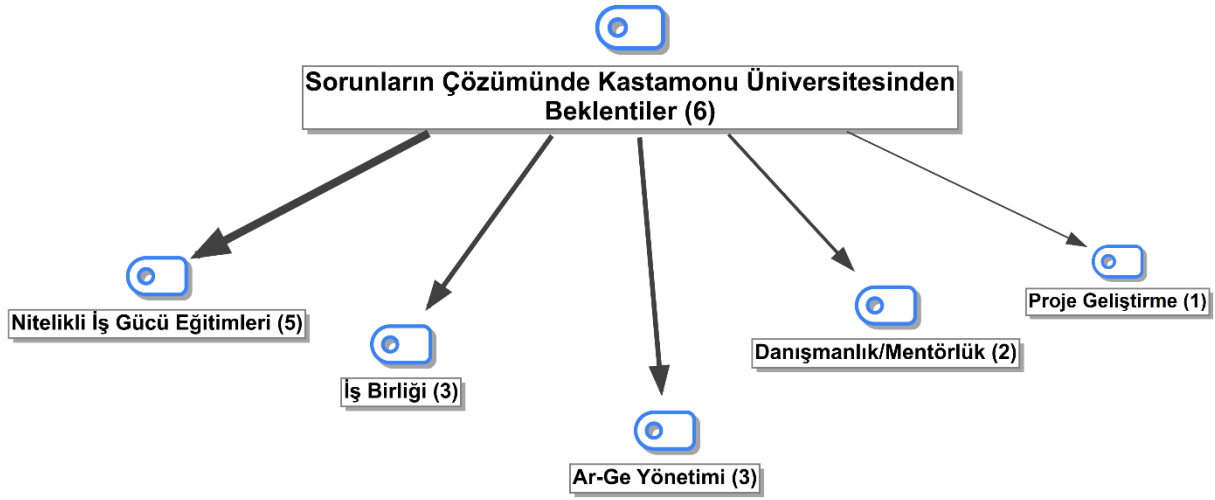
Şekil 4.34., Zonguldak ilinde turizm sektöründe faaliyet gösteren şirket ve kurumların Sektörde Karşılaştığınız Sorunlar konusundaki görüşlerini analiz etmektedir. Bu analiz, toplam 6 şirket ve kurumun görüşlerine dayanmaktadır.

Bu alanda en çok karşılaşılan sorun Nitelikli Personel Eksikliği (6) olarak belirlenmiştir. Bu durum, tüm şirket ve kurumların bu konuyu sektörün en önemli problemi olarak gördüğünü göstermektedir. İkinci en önemli sorun Ekonomik Koşullar (5) olarak belirtilirken, bunu Sosyal-Kültürel Faaliyetlerin Yetersizliği (3) ve Ar-Ge Hizmetlerinin Yetersizliği (3) takip etmiştir.

Diğer önemli sorunlar ise sırasıyla Siyasi Yapı (2), İş Birliği (1), Proje Kaynaklarına Erişememe (1) ve Altyapı Yetersizliği (1) olarak ifade edilmiştir.

Şekil, Zonguldak turizm sektöründe faaliyet gösteren şirket ve kurumların en çok nitelikli personel eksikliği ve ekonomik koşullar gibi temel sorunlarla karşı karşıya olduğunu göstermektedir. Bu bulgular, sektörün sosyal-kültürel faaliyetler ve Ar-Ge hizmetleri gibi konularda da ciddi eksiklikler yaşadığını, siyasi yapı, iş birliği ve altyapı gibi konuların da birer sorun teşkil ettiğini ortaya koymaktadır.

Şekil 4.35. Zonguldak İli Turizm İşletme ve Kurumlarının Sorunların Çözümünde Kastamonu Üniversitesi'nden Beklentileri



Şekil 4.35., Zonguldak ilindeki işletme ve kurumların, sektördeki sorunların çözümü için Kastamonu Üniversitesi'nden beklentilerini analiz etmektedir. Analize göre, Zonguldak'taki işletme ve kurumların en önemli beklentisi, Nitelikli İş Gücü Eğitimleridir (5). Bu bulgu, bölgenin iş gücü kalitesini artırma ihtiyacının yoğun olduğunu ve bu konuda Kastamonu Üniversitesi'nin sunduğu eğitimlere büyük önem verildiğini göstermektedir.

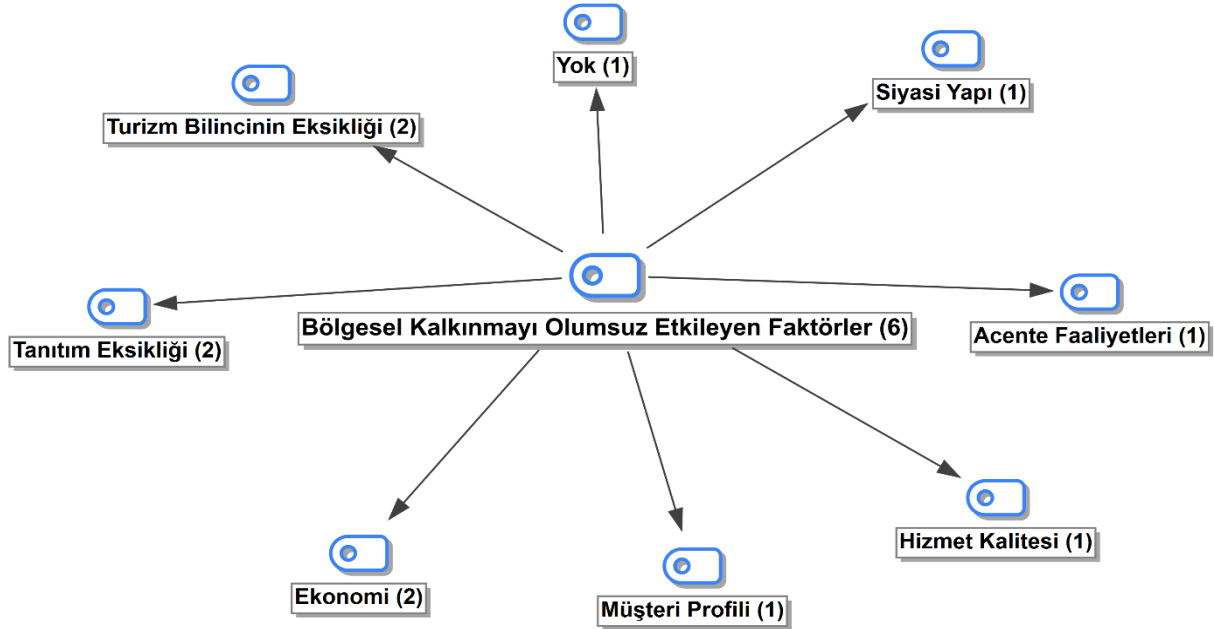
İkinci en önemli beklentiler ise 3'er adetle belirtilen İş Birliği ve Ar-Ge Yönetimi'dir. Bu durum, Zonguldak'taki işletmelerin sadece personel eğitimi değil, aynı zamanda üniversite ile ortak projeler geliştirme, bilgi ve tecrübe paylaşımı yapma ve araştırma-geliştirme faaliyetlerini yönetme konularında da destek aradığını ortaya koymaktadır.

Diğer beklentiler ise 2 adetle Danışmanlık/Mentörlük ve 1 adetle Proje Geliştirme olarak belirtilmiştir. Bu bulgular, Zonguldak'taki işletme ve kurumların, Kastamonu Üniversitesi'nin akademik bilgi birikiminden danışmanlık hizmeti almayı ve proje geliştirme süreçlerinde de destek beklediklerini göstermektedir.

Şekil, Zonguldak'taki sektör paydaşlarının, sorunlarının çözümü için Kastamonu Üniversitesi'nden en çok nitelikli iş gücü eğitimi, iş birliği ve Ar-Ge yönetimi konularında destek beklediğini göstermektedir. Bu durum, Zonguldak'taki işletmelerin, Kastamonu Üniversitesi'nin bölgesel kalkınmada önemli bir rol

oynamasını beklediğini ve üniversitenin sunduğu uzmanlıktan çeşitli alanlarda faydalanmak istediğini ortaya koymaktadır.

Şekil 4.36. Zonguldak İli Turizm İşletme ve Kurumlarına Göre Bölgesel Kalkınmayı Olumsuz Etkileyen Faktörler



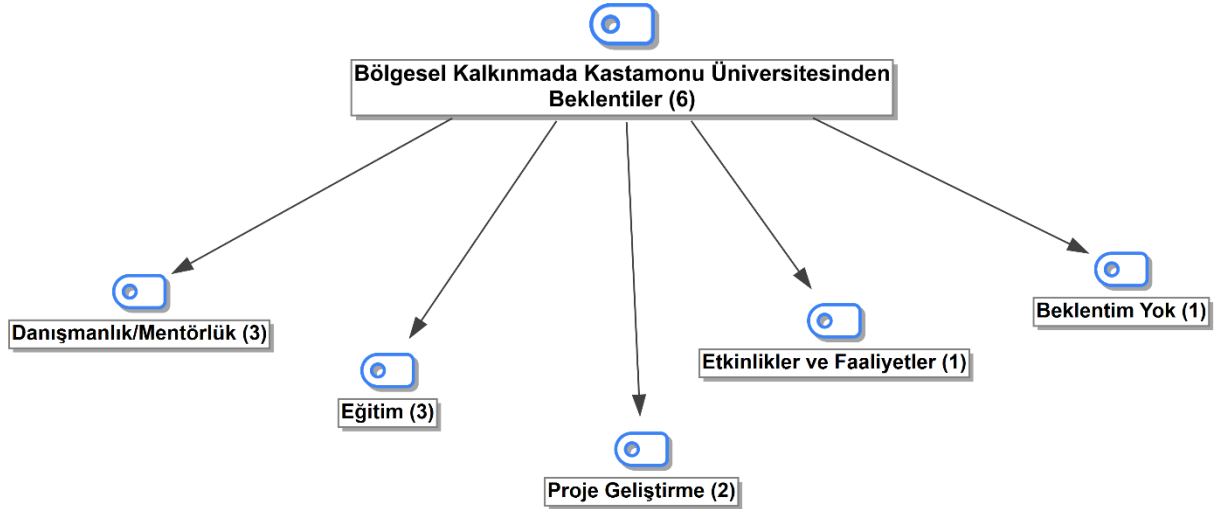
Şekil 4.36., Zonguldak'taki işletme ve kurumların Bölgesel Kalkınmayı Olumsuz Etkileyen Faktörler konusundaki durumunu 6 işletme ve kurumun görüşleri üzerinden analiz etmektedir. Analiz, bölgesel kalkınmanın önündeki en önemli engelleri ve bunların öncelik sıralamasını ortaya koymaktadır.

Görüşlere göre, bölgesel kalkınmayı olumsuz etkileyen en önemli faktörler, 2'şer cevapla Turizm Bilincinin Eksikliği (2), Tanıtım Eksikliği (2) ve Ekonomi (2) olarak belirtilmiştir. Turizm Bilincinin Eksikliği ifadesi, bölge halkı ve işletmeler arasında turizmin potansiyeli ve önemi konusunda yeterli farkındalığın olmadığını göstermektedir. Tanıtım Eksikliği ise, Zonguldak'ın sahip olduğu değerlerin yeterince pazarlanamadığını ve hedef kitleye ulaştırılamadığını işaret etmektedir. Ekonomi faktörü ise, işletmelerin karşılaştığı genel ekonomik zorlukların bölgesel kalkınmayı doğrudan olumsuz etkilediğini ortaya koymaktadır.

Geri kalan faktörler ise birer cevapla daha spesifik sorunlara işaret etmektedir. Siyasi Yapı (1), Acente Faaliyetleri (1), Hizmet Kalitesi (1), Müşteri Profili (1) ve Yok (1) başlıkları, daha niş veya bireysel düzeyde karşılaşılan sorunları yansıtmaktadır. Siyasi Yapı ve Acente Faaliyetlerindeki eksiklikler, kurumsal veya sektörel işleyişteki sorunları gösterirken, Hizmet Kalitesi ve Müşteri Profilineki sorunlar ise operasyonel ve pazar odaklı zorlukları ifade etmektedir. Bir işletmenin herhangi bir olumsuz faktör belirtmemesi (Yok cevabı), sektördeki tüm paydaşların aynı sorunları yaşamadığını veya bazı işletmelerin mevcut koşullardan daha az etkilendiğini düşündürmektedir.

Sonuç olarak, bu şekil Zonguldak'taki bölgesel kalkınmanın önündeki en büyük engellerin turizm bilincinin ve tanıtımın yetersizliği ile genel ekonomik koşullar olduğunu göstermektedir. Bu temel sorunların çözümü, bölgenin turizm potansiyelini harekete geçirmek ve sürdürülebilir bir ekonomik büyüme sağlamak için kritik öneme sahiptir. Diğer faktörler ise daha spesifik müdahaleler gerektiren ikincil sorunlar olarak öne çıkmaktadır.

Şekil 4.37. Zonguldak İli Turizm İşletme ve Kurumlarının Bölgesel Kalkınmada Kastamonu Üniversitesi'nden Beklentileri



Şekil 4.37., bölgesel kalkınmada Kastamonu Üniversitesi'nden beklenenleri 6 işletme ve kurum görüşleri üzerinden analiz etmektedir. Analiz, üniversite-sektör iş birliğinin hangi alanlarda yoğunlaşması gerektiğini ortaya koymaktadır.

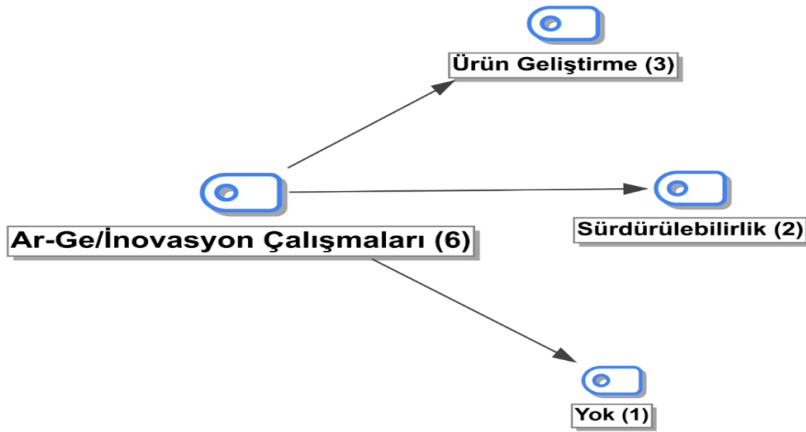
Görüşlere göre, Kastamonu Üniversitesi'nden en çok beklenenler 3'er cevapla Danışmanlık/Mentörlük (3) ve Eğitim (3) başlıkları altında toplanmıştır. Bu, işletme ve kurumların üniversiteyi sadece bir eğitim kurumu olarak değil, aynı zamanda iş süreçlerinde rehberlik edecek ve profesyonel destek sağlayacak bir danışmanlık merkezi olarak gördüğünü göstermektedir. Eğitim beklentisi, sektörün nitelikli iş gücü ihtiyacını karşılama konusunda üniversitenin kilit bir rol oynamasını beklediğini işaret etmektedir.

İkinci en önemli beklenti ise 2 cevapla Proje Geliştirme (2) olarak belirtilmiştir. Bu, işletmelerin, bölgesel kalkınma için ortak projeler oluşturmada ve bu projelere akademik destek sağlamada üniversitenin aktif bir rol almasını beklediğini göstermektedir. Bu beklenti, teorik bilgi ile pratik uygulamaların birleştirilmesine yönelik bir ihtiyacın olduğunu ortaya koymaktadır.

Daha az sayıda işletmenin belirttiği diğer beklentiler ise Etkinlikler ve Faaliyetler (1) ve Beklentim Yok (1) olarak sıralanmaktadır. Etkinlikler ve Faaliyetler beklentisi, üniversitenin sektörü bir araya getiren veya sektöre yönelik farkındalık oluşturan etkinlikler düzenlemesini istediklerini göstermektedir. Bir işletmenin Beklentim Yok cevabı, tüm işletmelerin üniversiteyle iş birliği potansiyelini aynı düzeyde görmediğini veya mevcut durumdan memnun olduğunu düşündürmektedir.

Sonuç olarak, bu şekil Kastamonu Üniversitesi'nin bölgesel kalkınma sürecindeki en önemli rollerinin eğitim ve danışmanlık/mentörlük sağlamak olduğunu göstermektedir. Ayrıca, ortak proje geliştirme konusunda da üniversiteye önemli görevler düşmektedir. Bu veriler, üniversitenin bölgenin sosyo-ekonomik gelişimine doğrudan katkıda bulunma potansiyelini ve bu potansiyelin hangi alanlarda yoğunlaştığını net bir şekilde ortaya koymaktadır.

Şekil 4.38. Zonguldak İli Turizm İşletme ve Kurumlarının Ar-Ge/İnovasyon Çalışmaları



Şekil 4.38., Zonguldak ilindeki işletme ve kurumların Ar-Ge/İnovasyon Çalışmaları hakkındaki görüşlerini 6 işletme ve kurumun görüşleri üzerinden analiz etmektedir. Analiz, işletmelerin inovasyon ve araştırma faaliyetlerine ne kadar önem verdiğini ve bu çalışmaların hangi alanlarda yoğunlaştığını göstermektedir. Görüşlere göre, Ar-Ge ve inovasyon çalışmalarında en çok üzerinde durulan konu, 3 cevapla Ürün Geliştirme (3) olmuştur. Bu veri, işletmelerin rekabet güçlerini artırmak için mevcut ürünlerini iyileştirmeye veya yeni ürünler ortaya çıkarmaya odaklandığını göstermektedir. Bu yaklaşım, pazarın taleplerine daha iyi cevap vermek ve pazarda farklılaşmak için önemli bir strateji olarak öne çıkmaktadır.

İkinci en önemli konu ise Sürdürülebilirlik (2) olarak belirlenmiştir. Bu, işletmelerin inovasyon çalışmalarını sadece ticari kazanç için değil, aynı zamanda çevresel ve sosyal sorumluluklarını yerine getirmek amacıyla da kullandığını göstermektedir. Sürdürülebilirlik, artık inovasyon süreçlerinin ayrılmaz bir parçası olarak görülmektedir.

Yok (1) cevabı ise, 1 işletmenin herhangi bir Ar-Ge veya inovasyon çalışması yapmadığını ortaya koymaktadır. Bu durum, sektördeki tüm işletmelerin inovasyon faaliyetlerine aynı düzeyde katılmadığını ve bazı işletmelerin bu konuya henüz yatırım yapmadığını düşündürmektedir.

Zonguldak'daki işletmelerin Ar-Ge ve inovasyon çalışmalarında en çok ürün geliştirme ve sürdürülebilirlik konularına odaklandığını göstermektedir. Bu, sektörün hem pazar odaklı hem de çevresel sorumluluk taşıyan bir gelişim anlayışına sahip olduğunu ortaya koymaktadır. İnovasyon faaliyetlerinin yaygınlığı, Zonguldak ekonomisinin geleceği için olumlu bir sinyal olarak değerlendirilebilir.

Tablo 4.3. Zonguldak İli Tabiat Turizmi GZFT Analizi

Güçlü Yönler	Zayıf Yönler
- Doğal Güzellikler ve Ürün Kalitesi - Müşteri Odaklı Yaklaşım - Hizmet Sunumlarında Çeşitlilik - Dijital İmkanlar - Destek ve Teşviklerden Yararlanma	- Nitelikli Personel Eksikliği: - Altyapı Yetersizliği - Sınırlı Teknolojik Altyapı - Ar-Ge ve İnovasyon Eksikliği - Sosyal-Kültürel Faaliyetlerin Yetersizliği
Fırsatlar	Tehditler
- Eğitim ve İş Birliği - Üniversite İş Birliği - Sürdürülebilirlik - Ortak Çalışma Potansiyeli	- Ekonomik Koşullar - Turizm Bilincinin ve Tanıtımın Eksikliği - Yönetimsel ve Yapısal Sorunlar - Çok Boyutlu Sorunlar

Zonguldak turizm sektörü, doğal güzellikler ve sunduğu ürün ve hizmetlerin kalitesinden rekabet avantajı elde etmektedir. Sektördeki işletmeler, müşteri memnuniyetine ve markalaşmaya önem veren yenilikçi bir yaklaşıma sahiptir. Yeme-içme ve konaklama hizmetlerinin yanı sıra rehberlik, tur organizasyonu, etkinlik ve festival düzenleme gibi çeşitli hizmetler de sunulmaktadır. İşletmeler, dijital pazarlamayı etkin bir şekilde kullanarak ve sosyal medya hesaplarını aktif olarak kullanarak güçlü bir dijital varlık oluşturmuştur. Ayrıca, işletmelerin büyük çoğunluğu teşvik ve desteklerden aktif olarak faydalanmaktadır.

Ancak, sektörün en yaygın ve en önemli sorunu nitelikli personel eksikliğidir. Turizm altyapısı, ulaşım, enerji ve internet gibi alanlarda önemli eksiklikler bulunmaktadır. Teknolojik altyapı sınırlı olup, mobil uygulamalar ve QR kod gibi yenilikçi teknolojiler henüz yaygınlaşmamıştır. İşletmelerin bir kısmı Ar-Ge veya inovasyon çalışması yapmamakta ve sektör Ar-Ge hizmetlerinin yetersizliğiyle karşı karşıyadır. Sosyal ve kültürel faaliyetlerin yetersizliği de turizm potansiyelini kısıtlamaktadır.

Sektör için önemli fırsatlar mevcuttur. Nitelikli personel temini ve eğitimi konusunda büyük bir ihtiyaç bulunmaktadır ve bu durum gelişim için bir potansiyel sunmaktadır. İşletmeler, sorunlarının çözümü için Kastamonu Üniversitesi'nden danışmanlık, mentörlük, eğitim ve ortak projeler konularında destek beklemektedir. Sürdürülebilirlik bilincinin bulunması, sürdürülebilir turizm uygulamalarının Ar-Ge ve inovasyon çalışmaları için bir fırsat yaratmaktadır. İşletmeler, ortak etkinlikler ve faaliyetler düzenleyerek iş birliği yapmaya isteklidir. Tehditler arasında ise ekonomik koşullar, sektörün karşılaştığı en önemli sorun olarak görülmektedir. Bölge halkı ve işletmeler arasında turizm bilincinin ve tanıtımın eksikliği de önemli bir sorundur. Siyasi yapı, iş birliği ve proje kaynaklarına erişim gibi yönetimsel ve yapısal sorunlar sektörün gelişimini engellemektedir. Ayrıca, altyapı, eğitim sistemi ve iş gücüne yönelik olumsuz algı gibi çok boyutlu sorunlar bulunmaktadır.

5. TR82 BÖLGESİ DURUM ANALİZİ

Kastamonu, Sinop ve Çankırı illeri, benzer demografik ve ekonomik profillere sahip olmakla birlikte; tabiat turizmi potansiyelinin etkinleştirilmesinde kritik rol oynayan kurumsal kapasite, üniversite-yerel aktör iş birlikleri, nitelikli insan kaynağı ve yenilikçilik düzeyleri bakımından farklılaşan yapılar sergilemektedir. Bu farklılıklar, tabiat temelli kalkınma politikalarının her il için özgün stratejilerle ele alınmasını gerektirmektedir. Üç ilde de üniversitelerin, bilgiyi sadece akademik düzeyde üretmekten çıkıp, yerel sektörle paylaşan ve işlevsel çözümler üreten yapılar haline dönüşüm süreçlerini tam anlamıyla tamamlayamadığı görülmektedir.

Kastamonu, tabiat turizmi alanında bölgesel liderlik gösterebilecek bir konumda olup; üniversite ile yerel aktörler arasında kurulan iş birlikleri, sektörel güven ve karşılıklı etkileşim açısından olumlu bir zemin oluşturmuştur. Sinop ve Çankırı’da ise bu iş birlikleri zayıf düzeyde kalmakta, potansiyel sinerji çeşitli nedenlerle hayata geçirilememektedir. Nitelikli iş gücü eksikliği her üç ilde ortak bir sorun olarak öne çıkarken; bu sorunun çözümünde üniversitelere ve mesleki eğitim kurumlarına atfedilen rol algısı iller arasında belirgin biçimde farklılaşmaktadır.

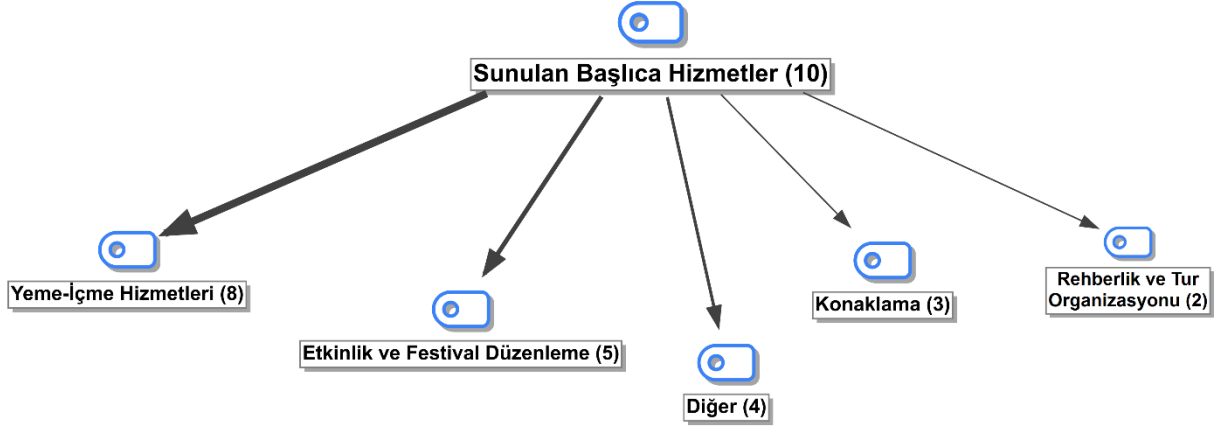
Ayrıca bölgede test, analiz, belgelendirme ve proje geliştirme gibi hizmetlerde yaşanan yetersizlikler; tabiat turizmine yönelik sürdürülebilir ve yenilikçi girişimlerin gelişimini sınırlamaktadır. Altyapı eksiklikleri, dış pazara erişim sorunları, yerelde uygulanan teşvik mekanizmalarının zayıflığı ve kamu-özel sektör koordinasyonundaki boşluklar, tabiat turizminin çok aktörlü ve planlı gelişimini zorlaştırmaktadır. Bu durum, TR82 Bölgesi’nin sahip olduğu doğal zenginliklerin ekonomik, sosyal ve çevresel açıdan değerlendirilebilmesi için yerel özgünlükleri esas alan, katılımcı ve bütüncül bir planlamaya duyulan ihtiyacı açık biçimde ortaya koymaktadır.

5.1. Çankırı Durum Analizi

Çankırı’da turizm hizmetlerinin ağırlıklı olarak yeme-içme ve etkinlik organizasyonlarına odaklandığı, bunun yanında ürün çeşitliliğinin güçlü bir yön olarak değerlendirildiği görülmektedir. İlin doğal termal kaynakları, mağaraları ve kırsal turizm potansiyelleri öne çıkmaktadır. Turistik Tuz Ekspresi’nin seferlere başlamasıyla hızlı bir atılım gerçekleştiren il, özellikle sağlık turizmi ve/ya termal turizm alanında gelişen bir destinasyondur. Teknolojik altyapı alanında sosyal medya kullanımı ön planda olsa da, mobil uygulama, sanal tur gibi ileri dijital araçların sınırlı düzeyde kullanılması sektörel dijital dönüşümün yavaş ilerlediğini göstermektedir. İş gücü eğitim ihtiyaçlarında teknik eğitim öne çıkmakla birlikte, rehberlik, yabancı dil ve sürdürülebilir turizm konularında farkındalığın düşük olduğu anlaşılmaktadır. Ar-Ge ve inovasyon faaliyetleri büyük ölçüde ürün geliştirmeye odaklanmış, hizmet inovasyonu ve yeni deneyim tasarımları henüz gündeme gelmemiştir. Üniversite ile olan ilişkilerde iş gücü eğitimleri, laboratuvar desteği ve proje iş birlikleri temel beklentilerdir; ancak sektör-üniversite bağının sürekliliği, geri bildirim mekanizmaları ve karşılıklı kazanımlar gibi yönler henüz

derinleşmemiştir. Çankırı özelinde, turizm destinasyon yönetimi yaklaşımının benimsenmesi, termal ve tabiat turizminin profesyonelce geliştirilmesi ve dijital kapasitenin artırılması kritik bir ihtiyaç olarak değerlendirilmektedir.

Şekil 4.39. Çankırı İl’inde Sunulan Başlıca Hizmetler

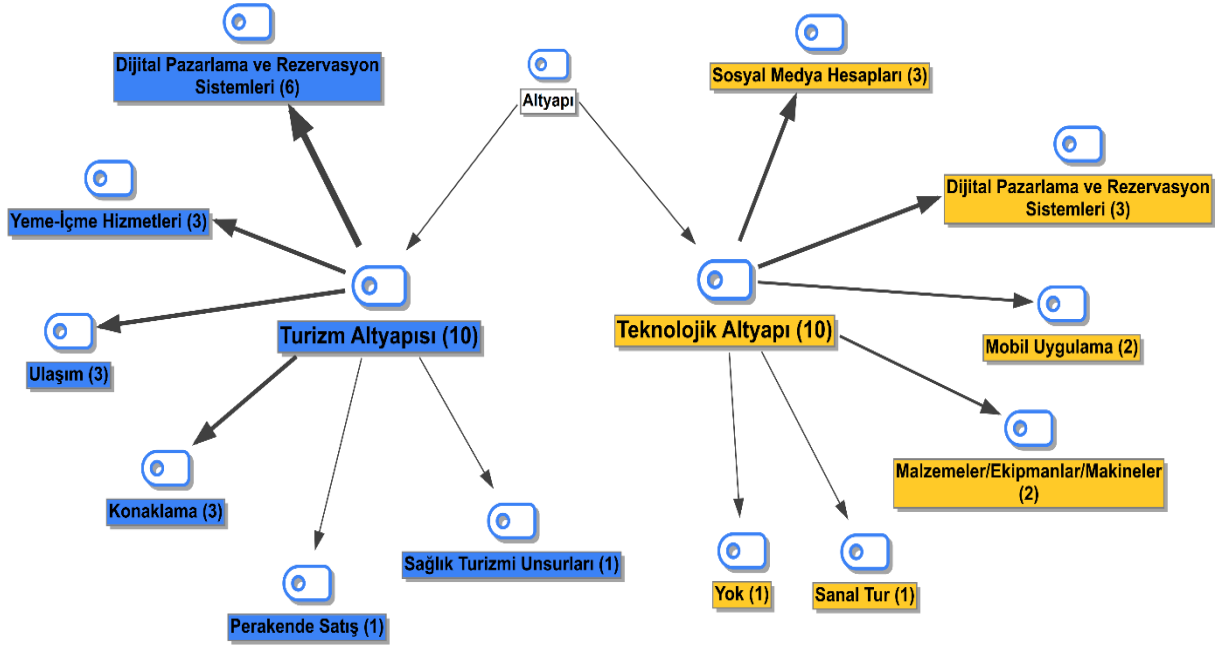


Şekil 5.1., Çankırı ilinde turizm sektöründe faaliyet gösteren şirket ve kurumların Sunulan Başlıca Hizmetler konusundaki durumlarını analiz etmektedir. Bu analiz, toplam 10 şirket ve kurumun görüşlerine dayanmaktadır.

Bu alanda en çok odaklanılan konu Yeme-İçme Hizmetleri (8) olarak belirlenmiştir. Bu durum, sektördeki şirket ve kurumların yeme-içme hizmetlerine büyük önem verdiğini ve bu alanda yoğun çalışmalar yürüttüğünü göstermektedir. İkinci en önemli hizmet alanı Etkinlik ve Festival Düzenleme (5) olmuştur. Bu bulgu, işletmelerin Çankırı'da turizm çeşitliliğini artırmaya yönelik etkinlik ve festival organizasyonlarına önem verdiğini göstermektedir. Diğer önemli hizmetler ise sırasıyla Diğer (4), Konaklama (3) ve Rehberlik ve Tur Organizasyonu (2) olarak belirtilmiştir.

Çankırı turizm sektöründe faaliyet gösteren şirket ve kurumların en çok yeme-içme hizmetlerine odaklandığını, bunu etkinlik ve festival düzenleme, konaklama ve rehberlik hizmetlerinin takip ettiğini göstermektedir. Bu bulgular, Çankırı'da turizm sektörünün yeme-içme ve etkinlikler gibi alanlarda güçlü olduğunu, konaklama ve rehberlik hizmetlerinin ise daha az sayıda şirket veya kurum tarafından sunulduğunu ortaya koymaktadır.

Şekil 4.40. Çankırı İli Turizm Altyapısı



Şekil 5.2., Çankırı ilinde turizm sektöründe faaliyet gösteren şirket ve kurumların Altyapı konusundaki durumlarını iki ana başlık altında analiz etmektedir: Turizm Altyapısı (10) ve Teknolojik Altyapı (10). Bu analiz, toplam 10 şirket ve kurumun görüşlerine dayanmaktadır.

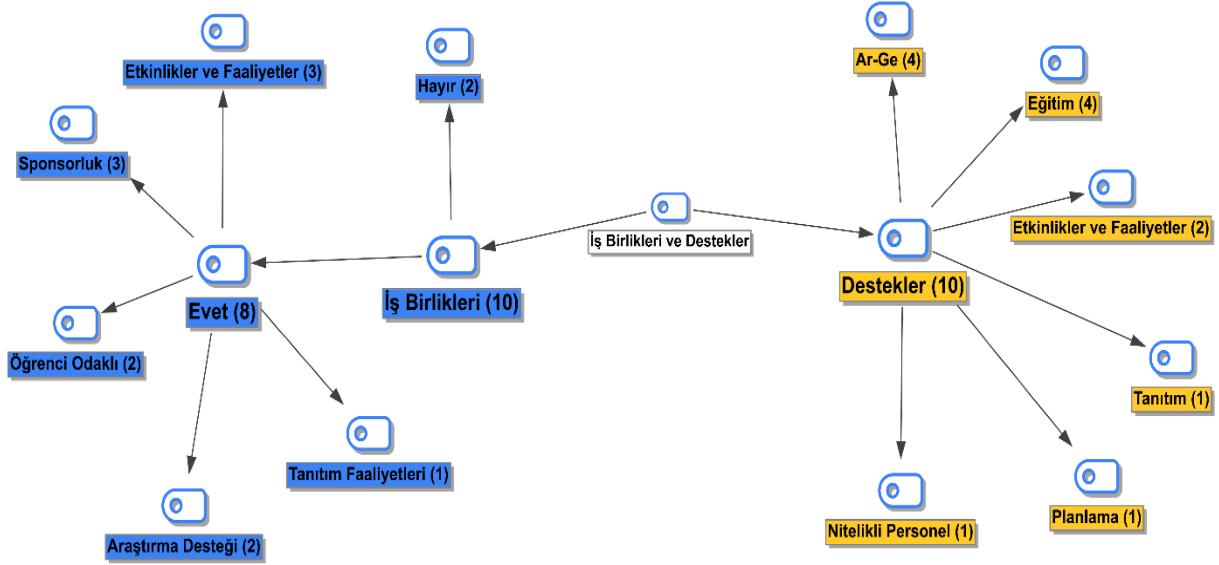
Turizm altyapısı alanında en çok odaklanılan konu Dijital Pazarlama ve Rezervasyon Sistemleri (6) olarak belirlenmiştir. Bu durum, sektördeki şirket ve kurumların dijitalleşmeye büyük önem verdiğini ve çevrimiçi görünürlüklerini artırmaya yönelik çalışmalar yürüttüğünü göstermektedir. Konaklama (3), Yeme-İçme Hizmetleri (3) ve Ulaşım (3) ise en çok üzerinde durulan diğer temel altyapı çalışmalarıdır. Bu bulgu, işletmelerin mevcut tesislerini geliştirmeye veya yeni tesisler kurmaya yönelik çalışmalar yaptığını göstermektedir. Sağlık Turizmi Unsurları (1) ve Perakende Satış (1) gibi konular ise daha az sayıda şirket veya kurum tarafından altyapı çalışması yapılan alanlar olarak belirtilmiştir.

Teknolojik altyapı alanında en çok çalışma yapılan konular Sosyal Medya Hesapları (3) ve Dijital Pazarlama ve Rezervasyon Sistemleri (3) olarak ortaya çıkmaktadır. Bu bulgular, teknolojik altyapı çalışmalarının sosyal medya yönetimi ve dijital pazarlama üzerine yoğunlaştığını göstermektedir. Mobil Uygulama (2) ve Malzemeler/Ekipmanlar/Makineler (2) ise ikinci en önemli teknolojik altyapı çalışmaları olarak belirlenmiştir. Bu, sektördeki şirket ve kurumların mobil platformlar üzerinden müşterilere ulaşmayı ve hizmet sunmayı hedeflediğini, aynı zamanda teknolojik ekipmanlara yatırım yaptığını göstermektedir. Sanal Tur (1) gibi yenilikçi bir uygulama ise tek bir şirket veya kurum tarafından dile getirilmiştir. Bu durum, bu tür teknolojilerin henüz yeterince yaygınlaşmadığını işaret etmektedir.

Şekil 5.2, Çankırı turizm sektöründe faaliyet gösteren şirket ve kurumların hem fiziksel hem de teknolojik altyapı konularına önem verdiğini, ancak her iki alanda da dijitalleşmenin ve özellikle dijital

pazarlama, rezervasyon sistemleri ve sosyal medya yönetiminin en öncelikli konular olduğunu göstermektedir. Konaklama, yeme-içme ve ulaşım gibi temel turizm altyapısı çalışmaları da devam ederken, teknolojik altyapı kapsamında mobil uygulamalar, sanal turlar ve diğer yenilikçi çözümlere yönelik çalışmaların henüz sınırlı kaldığı görülmektedir.

Şekil 4.41. Çankırı İli Turizm İşletme ve Kurumlarının İş Birlikleri ve Destekleri



Şekil 5.3., Çankırı ilinde turizm sektöründe faaliyet gösteren şirket ve kurumların İş Birlikleri ve Destekler konusundaki durumlarını iki ana başlık altında analiz etmektedir: İş Birlikleri (10) ve Destekler (10). Bu analiz, toplam 10 şirket ve kurumun görüşlerine dayanmaktadır.

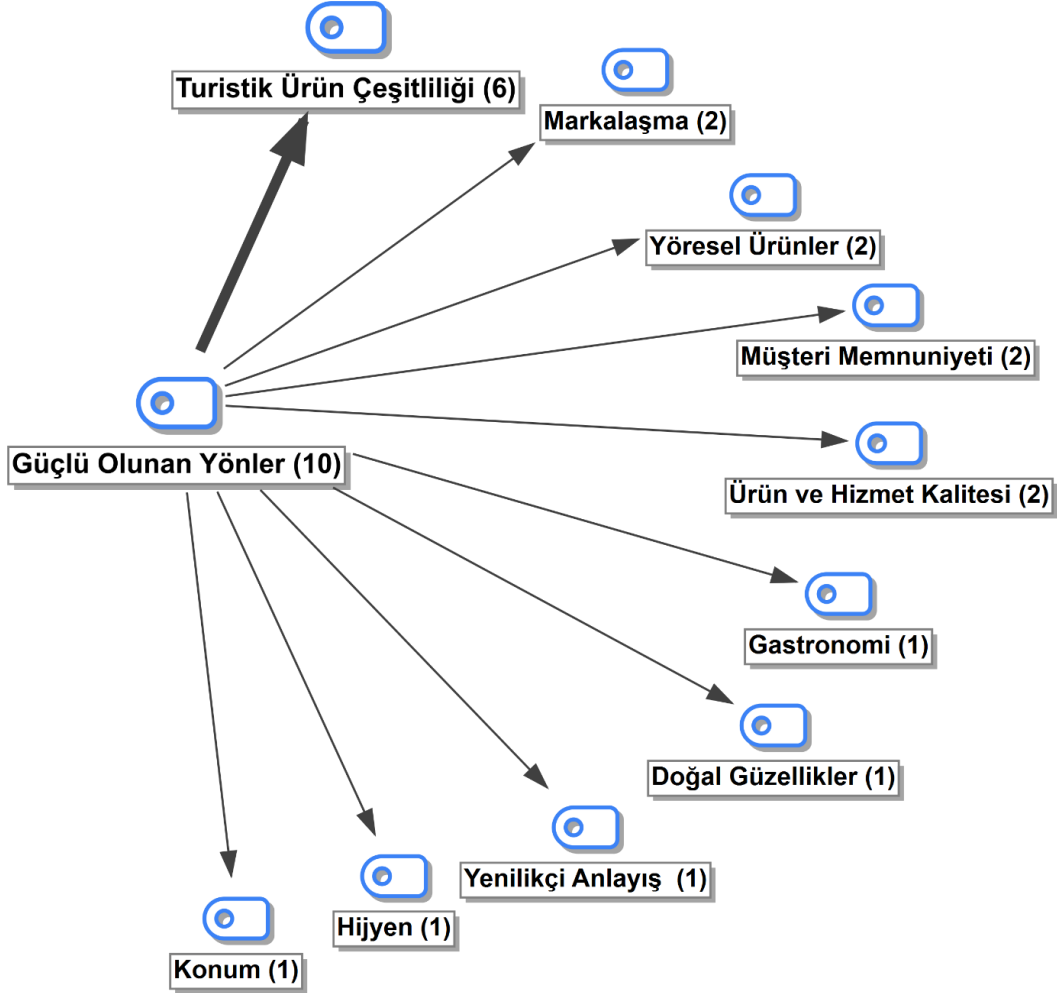
İş birlikleri alanında, anket katılımcılarının büyük bir çoğunluğu, yani 8 şirket veya kurum, iş birliklerine katıldığını belirtmiştir (Evet). Sadece 2 şirket veya kurum iş birliği yapmadığını belirtmiştir (Hayır). İş birliği yapan şirket ve kurumlar, en çok Etkinlikler ve Faaliyetler (3) ve Sponsorluk (3) alanlarında iş birliği gerçekleştirdiklerini ifade etmiştir. Bu durum, sektörün ortak etkinlikler düzenlemeye ve sponsorluklarla bu etkinlikleri desteklemeye önem verdiğini göstermektedir. Öğrenci Odaklı (2) ve Araştırma Desteği (2) de iş birliği yapılan diğer önemli alanlardır. Tanıtım Faaliyetleri (1) ise daha az sayıda şirket veya kurum tarafından dile getirilmiştir.

Destekler alanında en çok alınan destekler Ar-Ge (4) ve Eğitim (4) olarak ortaya çıkmaktadır. Bu bulgular, sektördeki şirket ve kurumların kendilerini geliştirmeye ve çalışanlarının eğitimine yatırım yapmaya yönelik destekler aldığını göstermektedir. Etkinlikler ve Faaliyetler (2) ikinci en önemli destek alanı olarak belirlenmiştir. Bu, işletmelerin organizasyonlar için finansal veya diğer türden destekler aldığını göstermektedir. Tanıtım (1), Nitelikli Personel (1) ve Planlama (1) gibi destekler ise daha az sayıda şirket veya kurum tarafından dile getirilmiştir.

Şekil 5.3., Çankırı turizm sektöründe faaliyet gösteren şirket ve kurumların büyük bir kısmının iş birliklerine açık olduğunu ve bu iş birliklerinin özellikle etkinlikler ve sponsorluklar üzerinden

gerçekleştiğini göstermektedir. Destekler konusunda ise en çok Ar-Ge ve eğitim alanında destek alındığı görülmektedir. Bu durum, sektörün gelişimini ve kalitesini artırmaya yönelik çabalara öncelik verdiğini ortaya koymaktadır.

Şekil 4.42. Çankırı İli Turizm İşletme ve Kurumlarının Güçlü Yönleri



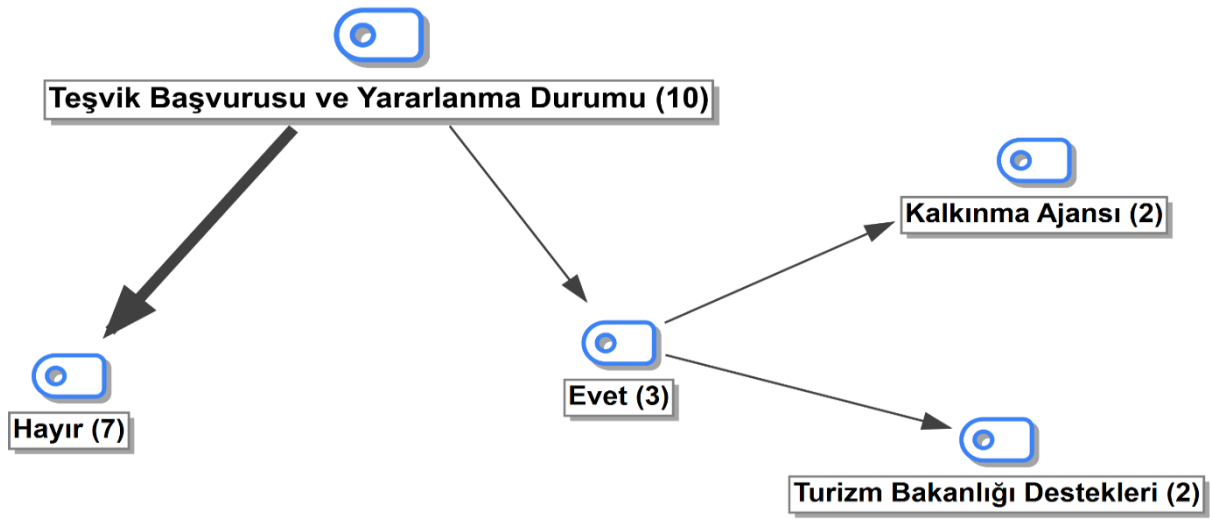
Şekil 5.4., Çankırı ilinde turizm sektöründe faaliyet gösteren şirket ve kurumların Güçlü Olunan Yönler konusundaki durumlarını analiz etmektedir. Bu analiz, toplam 10 şirket ve kurumun görüşlerine dayanmaktadır.

Bu alanda en çok vurgulanan güçlü yön Turistik Ürün Çeşitliliği (6) olarak belirlenmiştir. Bu durum, sektördeki şirket ve kurumların Çankırı' nın turistik cazibesini artırmak için farklı ürün ve hizmetler sunduğunu ve bu çeşitliliğin güçlü bir yön olarak algılandığını göstermektedir. İkinci en önemli güçlü yönler ise Markalaşma (2), Yöresel Ürünler (2), Müşteri Memnuniyeti (2) ve Ürün ve Hizmet Kalitesi (2) olarak belirtilmiştir. Bu bulgular, işletmelerin marka bilinirliğini artırmaya, yöresel ürünleri öne çıkarmaya, müşteri memnuniyetini sağlamaya ve sundukları hizmetlerin kalitesini korumaya önem verdiğini göstermektedir.

Daha az sayıda şirket veya kurum tarafından güçlü yön olarak dile getirilen konular ise Gastronomi (1), Doğal Güzellikler (1), Yenilikçi Anlayış (1), Hijyen (1) ve Konum (1) olarak sıralanmıştır. Bu durum, bu konuların da bazı işletmeler için önemli olduğunu, ancak henüz genel bir güçlü yön olarak öne çıkmadığını göstermektedir.

Şekil 5.4, Çankırı turizm sektöründe faaliyet gösteren şirket ve kurumların en güçlü yönlerinin turistik ürün çeşitliliği olduğunu göstermektedir. Markalaşma, yöresel ürünler, müşteri memnuniyeti ve hizmet kalitesi de sektörün güçlü olduğu diğer önemli alanlardır. Gastronomi, doğal güzellikler ve konum gibi konular ise henüz tüm şirket ve kurumlar tarafından ortak bir güçlü yön olarak benimsenmemiştir.

Şekil 4.43. Çankırı İli Turizm İşletme ve Kurumlarının Teşvik Başvurusu ve Yararlanma Durumları



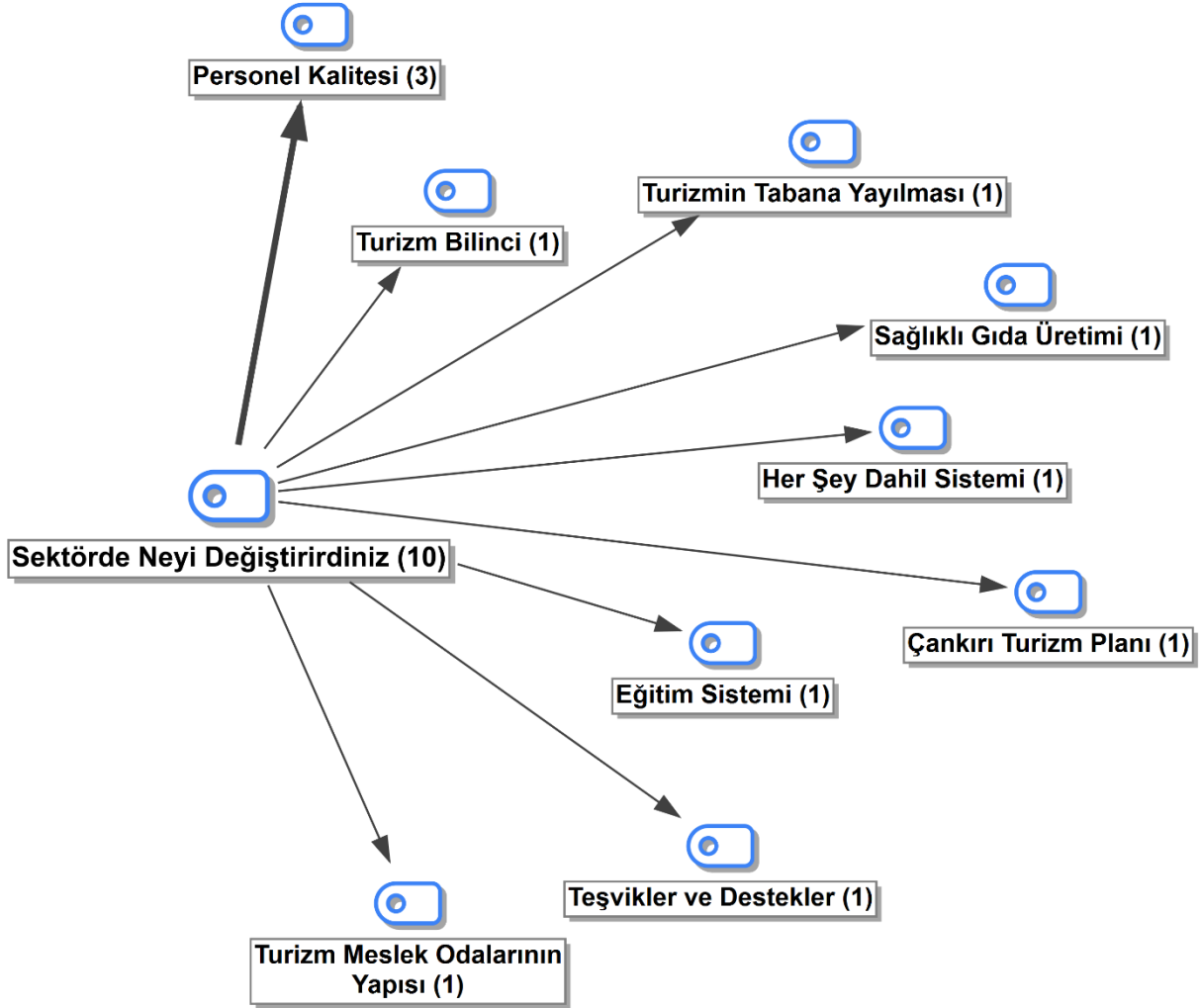
Şekil 5.5., Çankırı ilinde turizm sektöründe faaliyet gösteren şirket ve kurumların Teşvik Başvurusu ve Yararlanma Durumu konusundaki durumunu analiz etmektedir. Bu analiz, toplam 10 şirket ve kurum görüşlerine dayanmaktadır.

Bu alanda, anket katılımcılarının büyük bir çoğunluğu, yani 7 şirket veya kurum, herhangi bir teşvik başvurusunda bulunmadığını ve yararlanmadığını belirtmiştir (Hayır). Sadece 3 şirket veya kurum teşvik başvurusu yaptığını ve bu teşviklerden yararlandığını ifade etmiştir (Evet).

Teşvik başvurusunda bulunan ve yararlanan şirket ve kurumlar, en çok Kalkınma Ajansı (2) ve Turizm Bakanlığı Destekleri (2) olmak üzere her iki kaynaktan da destek aldıklarını belirtmişlerdir. Bu durum, teşviklerden faydalanan işletmelerin en çok bu iki kuruma yöneldiğini göstermektedir.

Şekil 5.5, Çankırı turizm sektöründe faaliyet gösteren şirket ve kurumların büyük bir kısmının henüz teşviklerden yararlanmadığını ortaya koymaktadır. Teşviklerden faydalanan sınırlı sayıdaki işletme ise daha çok Kalkınma Ajansı ve Turizm Bakanlığı gibi kurumlardan destek almıştır. Bu durum, sektördeki işletmelerin teşvikler konusunda daha fazla bilgilendirilmesi ve yönlendirilmesi gerektiğini işaret etmektedir.

Şekil 4.44. Çankırı İli Turizm İşletme ve Kurumlarının Sektörde Neyi Değiştirdiniz? Sorusuna Yanıtları



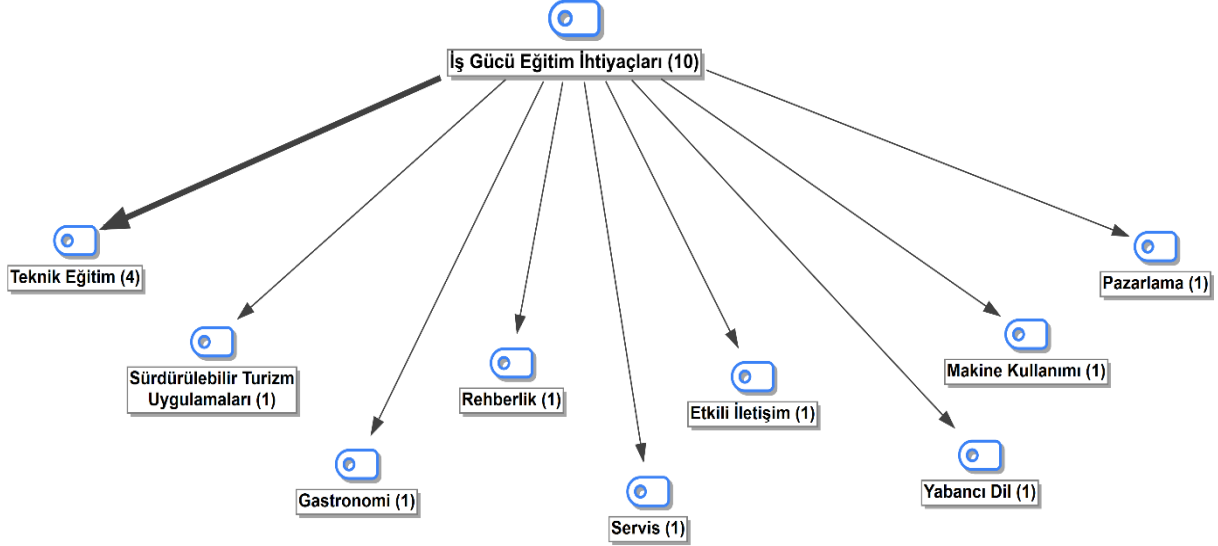
Şekil 5.6., Çankırı ilinde turizm sektöründe faaliyet gösteren şirket ve kurumların Sektörde Neyi Değiştirdiniz? konusundaki görüşlerini analiz etmektedir. Bu analiz, toplam 10 şirket ve kurumun önerilerine dayanmaktadır.

Bu alanda en çok vurgulanan değişiklik önerisi Personel Kalitesi (3) olmuştur. Bu durum, sektördeki şirket ve kurumların turizm hizmetlerinin kalitesini artırmak için personel niteliğinin geliştirilmesi gerektiğini düşündüğünü göstermektedir. Personel kalitesinin iyileştirilmesi, genel hizmet kalitesinin ve müşteri memnuniyetinin artırılmasına yönelik önemli bir adım olarak görülmektedir.

Diğer değişiklik önerileri ise daha az sayıda şirket veya kurum tarafından dile getirilmiştir ve çeşitlilik göstermektedir. Bu öneriler şunlardır: Turizm Bilinci (1), Turizmin Tabana Yayılması (1), Sağlıklı Gıda Üretimi (1), Her Şey Dahil Sistemi (1), Çankırı Turizm Planı (1), Eğitim Sistemi (1), Teşvikler ve Destekler (1) ve Turizm Meslek Odalarının Yapısı (1). Bu bulgular, sektördeki aktörlerin turizm bilincini artırmaktan sağlıklı gıda üretimine, mevcut sistemleri değiştirmekten teşvik mekanizmalarını geliştirmeye kadar geniş bir yelpazede sorunlar ve çözüm önerileri gördüğünü göstermektedir.

Şekil 5.6, Çankırı turizm sektöründe faaliyet gösteren şirket ve kurumların ortak olarak en çok personel kalitesi konusunun iyileştirilmesi gerektiğini düşündüğünü ortaya koymaktadır. Bunun yanı sıra, sektördeki farklı paydaşlar, mevcut yapı, bilinç düzeyi, eğitim, destek mekanizmaları ve planlama gibi konularda da çeşitli değişiklikler yapılmasına yönelik ihtiyaçlar dile getirmiştir.

Şekil 4.45. Çankırı İli Turizm İşletme ve Kurumlarının İş Gücü Eğitim İhtiyaçları



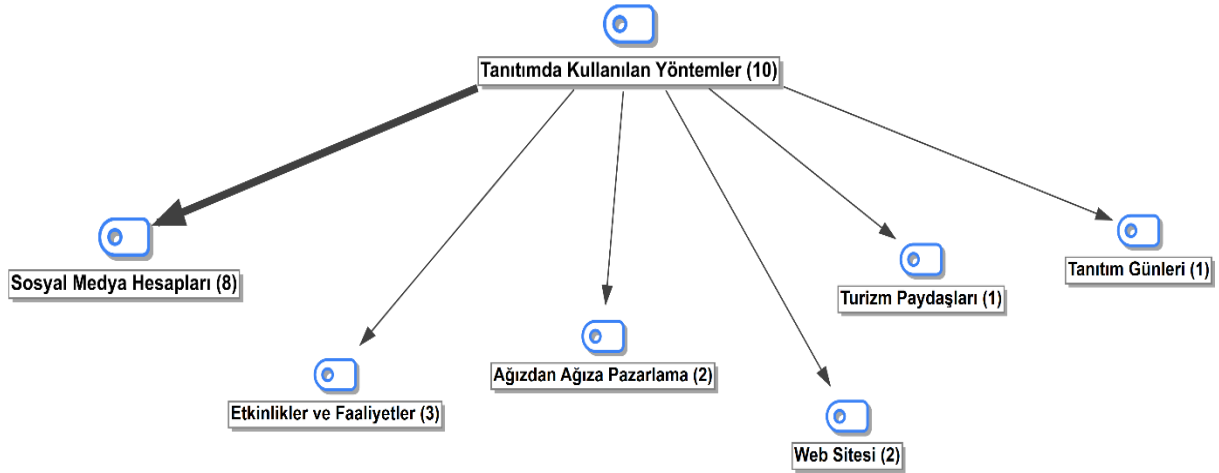
Şekil 5.7., Çankırı ilinde turizm sektöründe faaliyet gösteren şirket ve kurumların İş Gücü Eğitim İhtiyaçları konusundaki görüşlerini analiz etmektedir. Bu analiz, toplam 10 şirket ve kurum önerilerine dayanmaktadır.

Bu alanda en çok vurgulanan eğitim ihtiyacı Teknik Eğitim (4) olmuştur. Bu durum, sektördeki şirket ve kurumların operasyonel ve teknik becerilerin geliştirilmesine büyük önem verdiğini, personelinin iş süreçlerine yönelik pratik bilgi ve yetkinliklerini artırmayı hedeflediğini göstermektedir.

Diğer eğitim ihtiyaçları ise daha az sayıda şirket veya kurum tarafından dile getirilmiştir ve çeşitlilik göstermektedir. Bu ihtiyaçlar şunlardır: Pazarlama (1), Makine Kullanımı (1), Yabancı Dil (1), Servis (1), Etkili İletişim (1), Rehberlik (1), Gastronomi (1) ve Sürdürülebilir Turizm Uygulamaları (1). Bu bulgular, sektördeki aktörlerin pazarlama becerilerinden yabancı dil bilgisine, müşteri ilişkilerinden rehberlik yetkinliğine kadar geniş bir yelpazede eğitim ihtiyaçları olduğunu ortaya koymaktadır.

Şekil 5.7, Çankırı turizm sektöründe faaliyet gösteren şirket ve kurumların ortak olarak en çok teknik eğitim konusuna odaklandığını göstermektedir. Bunun yanı sıra, her ne kadar daha az sayıda kurum tarafından dile getirilse de, pazarlama, yabancı dil, servis, iletişim ve sürdürülebilirlik gibi alanlarda da eğitim ihtiyacının mevcut olduğu görülmektedir. Bu durum, sektörün hem operasyonel hem de stratejik becerilerini geliştirmeye yönelik bir yaklaşım içinde olduğunu işaret etmektedir.

Şekil 4.46. Çankırı İli Turizm İşletme ve Kurumlarında Tanıtımda Kullanılan Yöntemler



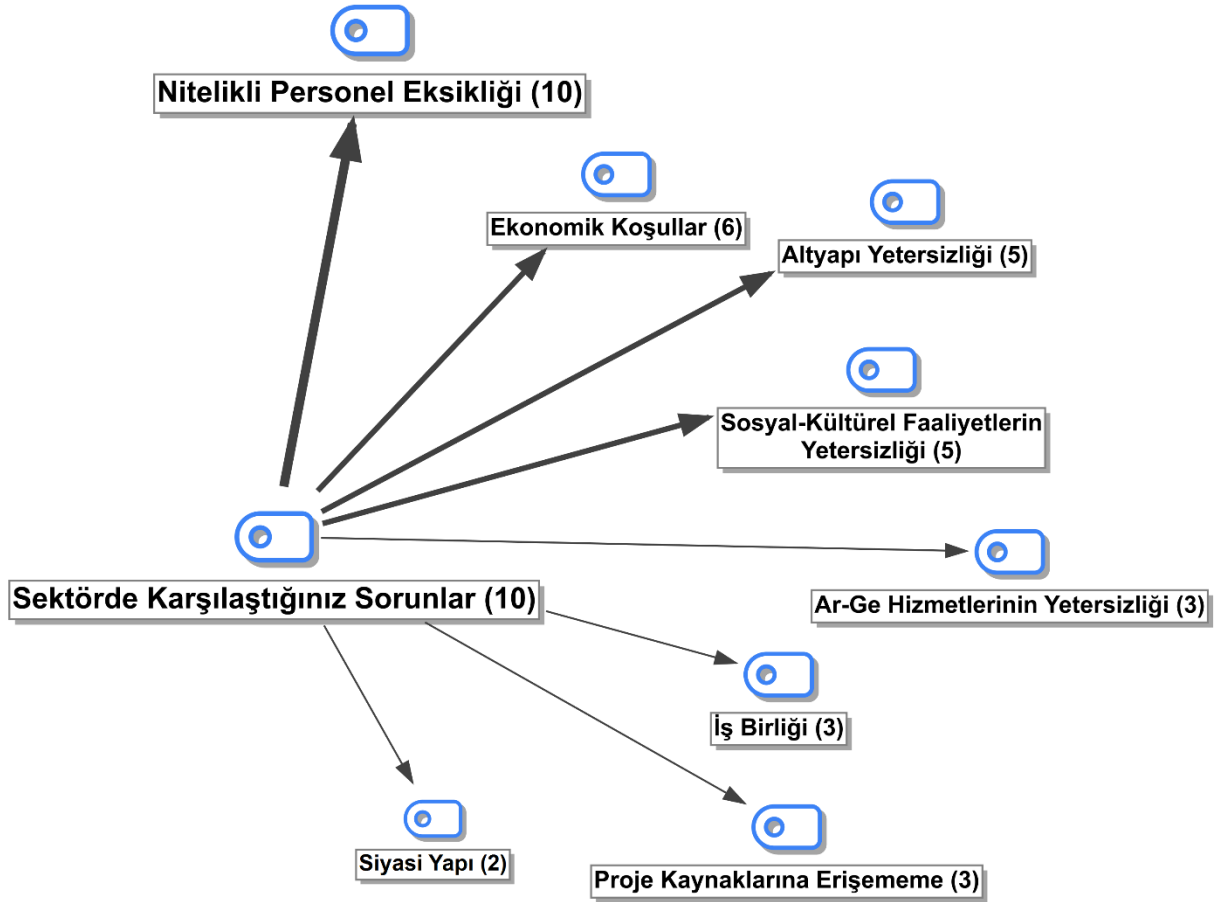
Şekil 5.8., Çankırı ilinde turizm sektöründe faaliyet gösteren şirket ve kurumların Tanıtımda Kullanılan Yöntemler konusundaki görüşlerini analiz etmektedir. Bu analiz, toplam 10 şirket ve kurumun önerilerine dayanmaktadır.

Bu alanda en çok kullanılan tanıtım yöntemi Sosyal Medya Hesapları (8) olarak belirlenmiştir. Bu durum, sektördeki şirket ve kurumların büyük bir çoğunluğunun dijital pazarlama ve sosyal medya platformları üzerinden hedef kitlelerine ulaşmaya büyük önem verdiğini göstermektedir. Sosyal medya, Çankırı turizm sektöründe en öncelikli tanıtım aracı olarak öne çıkmaktadır.

İkinci en çok kullanılan tanıtım yöntemleri ise Etkinlikler ve Faaliyetler (3), Ağızdan Ağıza Pazarlama (2) ve Web Sitesi (2) olarak belirtilmiştir. Bu bulgular, işletmelerin sosyal medyanın yanı sıra, fiziksel etkinlikler düzenleyerek, müşteri memnuniyeti üzerinden tavsiye yoluyla ve kendi web siteleri üzerinden de tanıtım faaliyetleri yürüttüğünü göstermektedir. Turizm Paydaşları (1) ve Tanıtım Günleri (1) gibi yöntemler ise daha az sayıda şirket veya kurum tarafından dile getirilmiştir.

Şekil 5.8, Çankırı turizm sektöründe faaliyet gösteren şirket ve kurumların tanıtım çalışmalarında ağırlıklı olarak sosyal medya hesaplarını kullandığını göstermektedir. Sosyal medyanın yanı sıra etkinlikler, ağızdan ağıza pazarlama ve web siteleri de önemli tanıtım kanallarıdır. Bu durum, sektörün dijital tanıtım yöntemlerine odaklandığını, ancak geleneksel yöntemleri de tamamen göz ardı etmediğini ortaya koymaktadır.

Şekil 4.47. Çankırı İli Turizm İşletme ve Kurumların Sektörde Karşılaştığı Sorunlar



Şekil 5.9., Çankırı ilinde turizm sektöründe faaliyet gösteren şirket ve kurumların Sektörde Karşılaştığınız Sorunlar konusundaki görüşlerini analiz etmektedir. Bu analiz, toplam 10 şirket ve kurumun önerilerine dayanmaktadır.

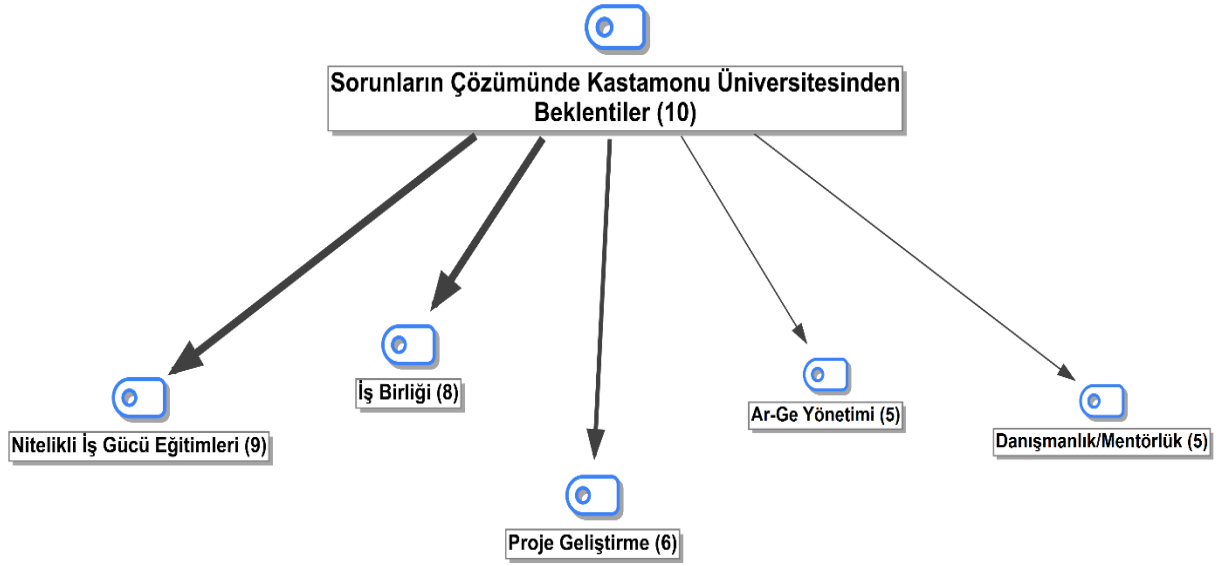
Bu alanda en çok vurgulanan sorun, Nitelikli Personel Eksikliği (10) olarak belirlenmiştir. Bu durum, sektördeki tüm şirket ve kurumların, turizm hizmetlerinin kalitesini olumsuz etkileyen nitelikli eleman bulma ve elde tutma konusunda ciddi sıkıntılar yaşadığını göstermektedir.

İkinci en önemli sorun Ekonomik Koşullar (6) olarak ortaya çıkmaktadır. Bu bulgu, sektördeki şirket ve kurumların ekonomik zorluklarla ve maliyetlerle mücadele ettiğini göstermektedir. Altyapı Yetersizliği (5) ve Sosyal-Kültürel Faaliyetlerin Yetersizliği (5) ise diğer önemli sorunlar olarak belirtilmiştir. Bu durum, Çankırı turizm sektörünün hem fiziksel altyapı eksikliklerinden hem de sosyal ve kültürel etkinliklerin sınırlı olmasından etkilendiğini göstermektedir.

Daha az sayıda şirket veya kurum tarafından dile getirilen diğer sorunlar ise Ar-Ge Hizmetlerinin Yetersizliği (3), İş Birliği (3) ve Proje Kaynaklarına Erişememe (3) olarak sıralanmıştır. Siyasi Yapı (2) ise daha az sayıda kurum tarafından dile getirilmiştir. Bu bulgular, sektörün Ar-Ge ve inovasyon eksikliği, iş birliği yapma zorlukları ve proje finansmanına ulaşma konusunda da sıkıntılar yaşadığını göstermektedir.

Şekil 5.9., Çankırı turizm sektöründe faaliyet gösteren şirket ve kurumların en büyük sorununun nitelikli personel eksikliği olduğunu açıkça ortaya koymaktadır. Bunun yanı sıra, ekonomik koşullar, altyapı yetersizliği ve sosyal-kültürel faaliyetlerin sınırlı olması da sektörün karşılaştığı diğer önemli sorunlardır. Bu durum, sektörün sürdürülebilir gelişimi için insan kaynakları, ekonomik destekler, altyapı ve kültürel etkinlikler gibi temel konulara odaklanması gerektiğini işaret etmektedir.

Şekil 4.48. Çankırı İli Turizm İşletme ve Kurumlarının Sorunların Çözümünde Kastamonu Üniversitesi'nden Beklentileri



Şekil 5.10., Çankırı ilinde turizm sektöründe faaliyet gösteren şirket ve kurumların Sorunların Çözümünde Kastamonu Üniversitesi'nden Beklentiler konusundaki görüşlerini analiz etmektedir. Bu analiz, toplam 10 şirket ve kurumun önerilerine dayanmaktadır.

Bu alanda en çok vurgulanan beklenti Nitelikli İş Gücü Eğitimleri (9) olmuştur. Bu durum, sektördeki şirket ve kurumların, üniversitenin sunduğu eğitimlerle nitelikli personel eksikliği sorununu çözebileceğine dair yüksek bir beklenti içinde olduğunu göstermektedir. Personel kalitesinin artırılması, sektörün en önemli sorunlarından biri olduğu için bu beklenti oldukça anlamlıdır.

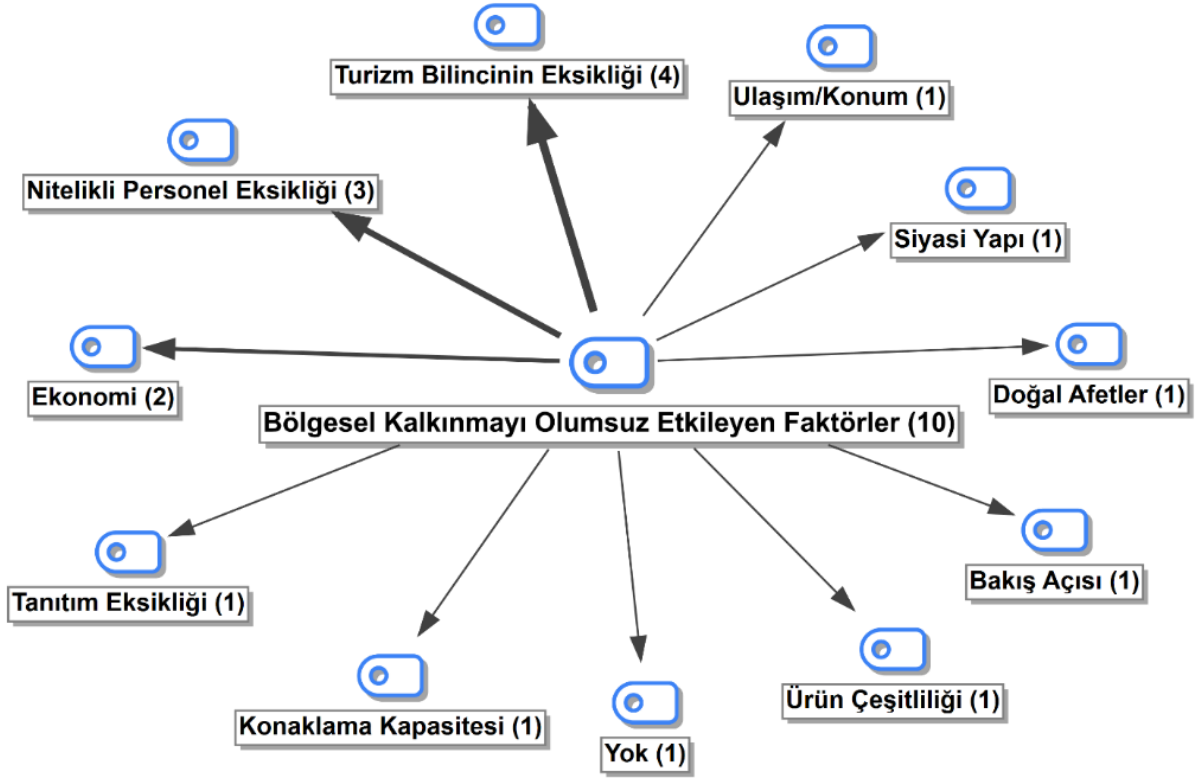
İkinci en önemli beklenti İş Birliği (8) olarak ortaya çıkmaktadır. Bu bulgu, sektördeki aktörlerin üniversite ile ortak projeler ve iş birlikleri yaparak sorunlara çözüm bulmayı hedeflediğini göstermektedir. Proje Geliştirme (6) ise diğer önemli beklentidir. Bu, üniversitenin rehberliğinde yeni projeler geliştirerek sektörün gelişimine katkı sağlanmasını amaçlamaktadır.

Diğer önemli beklentiler ise Ar-Ge Yönetimi (5) ve Danışmanlık/Mentörlük (5) olarak belirtilmiştir. Bu bulgular, sektördeki şirket ve kurumların üniversiteden araştırma-geliştirme süreçlerinin yönetimi ve profesyonel danışmanlık hizmetleri alma konusunda da beklentileri olduğunu göstermektedir.

Şekil 5.10, Çankırı turizm sektöründe faaliyet gösteren şirket ve kurumların sorunlarının çözümünde Kastamonu Üniversitesi'nden büyük beklentiler içinde olduğunu açıkça ortaya koymaktadır. Bu

beklentilerin başında nitelikli iş gücü eğitimi gelmekle birlikte, iş birliği, proje geliştirme, Ar-Ge yönetimi ve danışmanlık gibi alanlarda da üniversitenin aktif bir rol oynaması gerektiği düşünülmektedir. Bu durum, üniversite-sanayi iş birliğinin Çankırı turizm sektörünün gelişimi için kritik bir öneme sahip olduğunu işaret etmektedir.

Şekil 4.49. Çankırı İli Turizm İşletme ve Kurumlarına Göre Bölgesel Kalkınmayı Olumsuz Etkileyen Faktörler



Şekil 5.11., Çankırı ilinde turizm sektöründe faaliyet gösteren şirket ve kurumların Bölgesel Kalkınmayı Olumsuz Etkileyen Faktörler konusundaki görüşlerini analiz etmektedir. Bu analiz, toplam 10 şirket ve kurumun önerilerine dayanmaktadır.

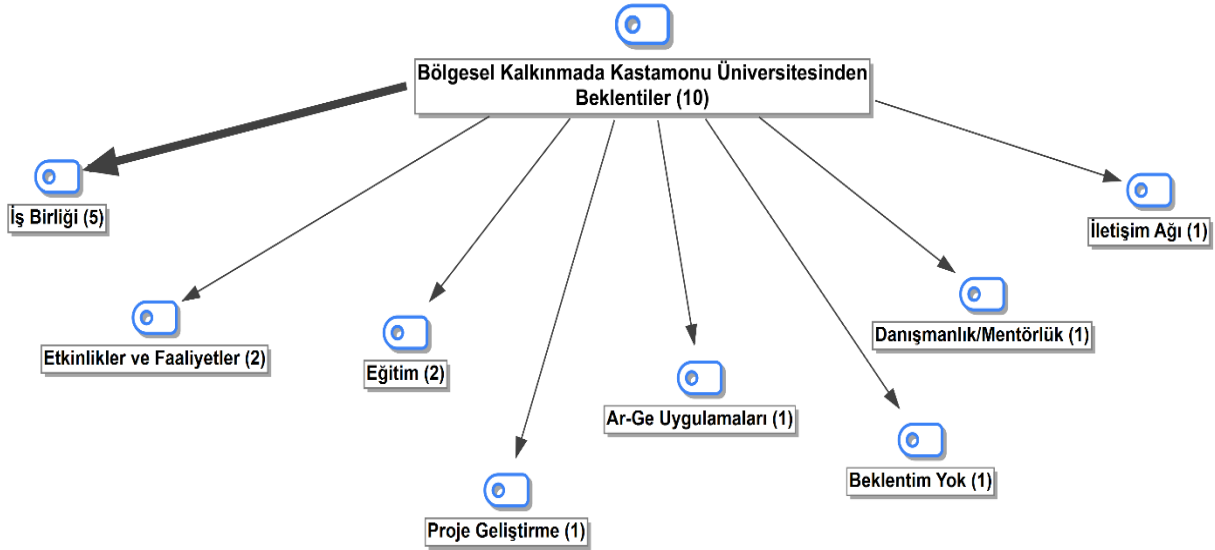
Bu alanda en çok vurgulanan olumsuz faktör Turizm Bilincinin Eksikliği (4) olarak belirlenmiştir. Bu durum, sektördeki aktörlerin turizmin potansiyelinin ve önemi konusunda yeterli bilincin olmadığını düşündüğünü göstermektedir. Bu eksikliğin, bölgesel kalkınmayı yavaşlattığına inanılmaktadır. İkinci en önemli olumsuz faktör Nitelikli Personel Eksikliği (3) olarak belirtilmiştir. Bu bulgu, sektördeki hizmet kalitesini doğrudan etkileyen personel niteliği konusundaki sorunların, bölgesel kalkınmanın önünde bir engel olarak görüldüğünü göstermektedir. Ekonomi (2) ise üçüncü en önemli olumsuz faktördür.

Diğer olumsuz faktörler ise daha az sayıda şirket veya kurum tarafından dile getirilmiştir ve çeşitlilik göstermektedir. Bu faktörler şunlardır: Ulaşım/Konum (1), Siyasi Yapı (1), Doğal Afetler (1), Bakış Açısı (1), Ürün Çeşitliliği (1), Konaklama Kapasitesi (1) ve Tanıtım Eksikliği (1). Bir katılımcı ise

bölgesel kalkınmayı olumsuz etkileyen bir faktör olmadığını belirtmiştir (Yok). Bu bulgular, ulaşım, konum, siyasi istikrar, doğal olaylar, tanıtım ve turistik ürün çeşitliliği gibi konuların da bazı işletmeler tarafından bölgesel kalkınmanın önündeki engeller olarak görüldüğünü göstermektedir.

Şekil 5.11, Çankırı turizm sektöründe faaliyet gösteren şirket ve kurumların bölgesel kalkınmayı olumsuz etkileyen en önemli faktörler olarak turizm bilinci eksikliği ve nitelikli personel yetersizliğini gördüğünü ortaya koymaktadır. Bu durum, eğitim ve farkındalık yaratma çalışmalarının bölgesel kalkınma için kritik olduğunu işaret etmektedir. Ayrıca, ekonomik koşullar, ulaşım, tanıtım ve konaklama kapasitesi gibi çeşitli faktörlerin de bölgesel kalkınmayı sınırladığı görülmektedir.

Şekil 4.50. Çankırı İli Turizm İşletme ve Kurumlarının Bölgesel Kalkınmada Kastamonu Üniversitesi'nden Beklentileri



Şekil 5.12., Çankırı ilinde turizm sektöründe faaliyet gösteren şirket ve kurumların Bölgesel Kalkınmada Kastamonu Üniversitesi'nden Beklentiler konusundaki görüşlerini analiz etmektedir. Bu analiz, toplam 10 şirket ve kurumun önerilerine dayanmaktadır.

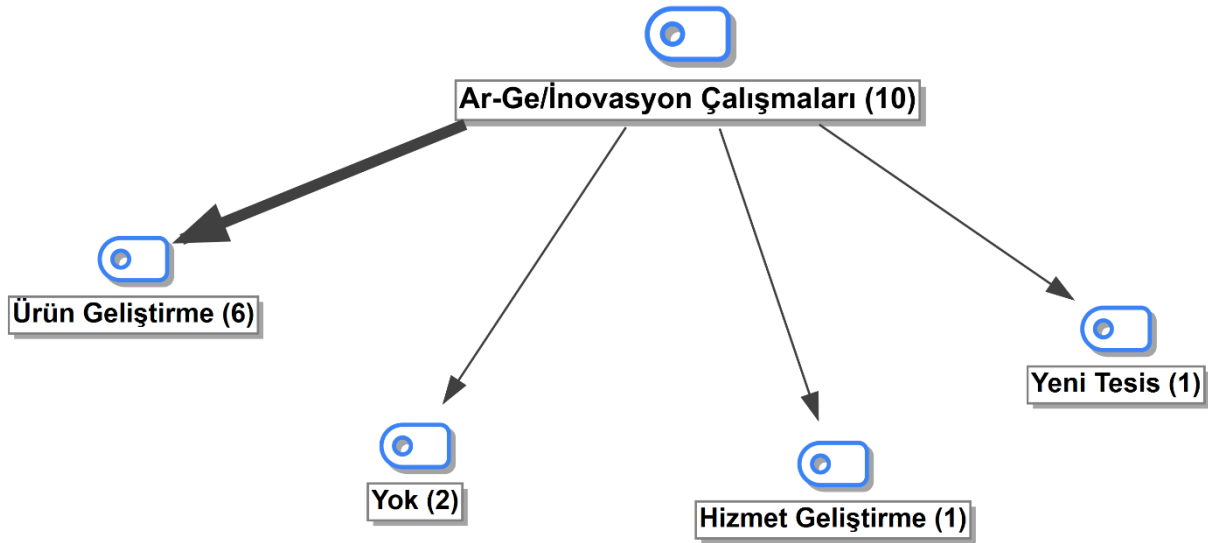
Bu alanda en çok vurgulanan beklenti İş Birliği (5) olmuştur. Bu durum, sektördeki şirket ve kurumların, üniversite ile ortak çalışmalar ve iş birlikleri yaparak bölgesel kalkınmaya katkı sağlanmasını beklediğini göstermektedir. Bu beklenti, üniversite-sanayi iş birliğinin bölge için ne kadar önemli olduğunun bir göstergesidir. İkinci en önemli beklentiler Etkinlikler ve Faaliyetler (2) ile Eğitim (2) olarak belirtilmiştir. Bu bulgular, üniversiteden hem ortak etkinlikler düzenleyerek hem de nitelikli eğitimler vererek bölgesel kalkınmaya destek olması beklentisinin olduğunu göstermektedir.

Diğer beklentiler ise daha az sayıda şirket veya kurum tarafından dile getirilmiştir ve şunlardır: İletişim Ağı (1), Danışmanlık/Mentörlük (1), Ar-Ge Uygulamaları (1) ve Proje Geliştirme (1). Bir katılımcı ise herhangi bir beklentisinin olmadığını belirtmiştir (Beklentim Yok). Bu bulgular, üniversiteden iletişim

ağlarının güçlendirilmesi, danışmanlık hizmetleri sunulması, Ar-Ge uygulamaları ve proje geliştirme konularında da destek beklentisi olduğunu göstermektedir.

Şekil 5.12, Çankırı turizm sektöründe faaliyet gösteren şirket ve kurumların bölgesel kalkınmada Kastamonu Üniversitesi'nden en çok iş birliği, etkinlikler ve eğitim konularında beklentileri olduğunu ortaya koymaktadır. Bu durum, üniversitenin bölgenin gelişiminde aktif bir rol üstlenmesi gerektiği yönündeki genel kanıyı işaret etmektedir. Ayrıca, iletişim ağı, danışmanlık, Ar-Ge ve proje geliştirme gibi alanlarda da üniversitenin katkı sunması beklentisi mevcuttur.

Şekil 4.51. Çankırı İli Turizm İşletme ve Kurumlarının Ar-Ge/İnovasyon Çalışmaları



Şekil 5.13., Çankırı ilinde turizm sektöründe faaliyet gösteren şirket ve kurumların Ar-Ge/İnovasyon Çalışmaları konusundaki görüşlerini analiz etmektedir. Bu analiz, toplam 10 şirket ve kurumun önerilerine dayanmaktadır.

Bu alanda en çok vurgulanan Ar-Ge ve inovasyon çalışması Ürün Geliştirme (6) olmuştur. Bu durum, sektördeki şirket ve kurumların turistik ürünleri çeşitlendirme, mevcut ürünleri iyileştirme ve yeni ürünler ortaya koyma konularına odaklandığını göstermektedir. Bu, sektörün güçlü yönlerinden biri olarak görülen turistik ürün çeşitliliğini artırma çabasıyla da paralellik göstermektedir.

Diğer Ar-Ge ve inovasyon çalışmaları ise daha az sayıda şirket veya kurum tarafından dile getirilmiştir. Bunlar Yeni Tesis (1) ve Hizmet Geliştirme (1) olarak belirtilmiştir. İki katılımcı ise Ar-Ge veya inovasyon çalışması yapmadığını belirtmiştir (Yok). Bu bulgular, bazı işletmelerin yeni tesisler kurarak veya mevcut hizmetlerini geliştirerek inovasyon yaptığını, ancak bu çalışmaların yaygın olmadığını göstermektedir.

Şekil 5.13., Çankırı turizm sektöründe Ar-Ge ve inovasyon çalışmalarının ağırlıklı olarak ürün geliştirme üzerine yoğunlaştığını göstermektedir. Hizmet geliştirme ve yeni tesis kurulumu gibi diğer

inovasyon türleri ise daha sınırlı kalmıştır. Bu durum, sektördeki inovasyon çabalarının daha çok mevcut ürün portföyünü genişletme ve iyileştirme odaklı olduğunu ortaya koymaktadır.

Tablo 4.4. Çankırı İli Tabiat Turizmi GZFT Analizi

Güçlü Yönler	Zayıf Yönler
- Turistik Ürün Çeşitliliği - Markalaşma ve Yöresel Ürünler - Müşteri Memnuniyeti ve Hizmet Kalitesi - Dijital Varlık - Yeme-İçme Hizmetleri	- Nitelikli Personel Eksikliği - Altyapı Yetersizliği - Düşük Teşvik Kullanımı - Sınırlı Konaklama ve Rehberlik Hizmetleri
Fırsatlar	Tehditler
- İş Birliği Potansiyeli - Üniversite İş Birliği - Teşviklerden Yararlanma - Eğitim İhtiyaçları	- Ekonomik Koşullar - Proje Kaynaklarına Erişim Zorluğu - Ar-Ge ve İnovasyon Eksikliği - İşgücü Yetersizliği

Zonguldak turizm sektörü, doğal güzellikler ve sunduğu ürün ve hizmetlerin kalitesinden rekabet avantajı elde etmektedir. Sektördeki işletmeler, müşteri memnuniyetine ve markalaşmaya önem veren yenilikçi bir yaklaşıma sahiptir. Yeme-içme ve konaklama hizmetlerinin yanı sıra rehberlik, tur organizasyonu, etkinlik ve festival düzenleme gibi çeşitli hizmetler de sunulmaktadır. İşletmeler, dijital pazarlamayı etkin bir şekilde kullanarak ve sosyal medya hesaplarını aktif olarak kullanarak güçlü bir dijital varlık oluşturmuştur. Ayrıca, işletmelerin büyük çoğunluğu teşvik ve desteklerden aktif olarak faydalanmaktadır.

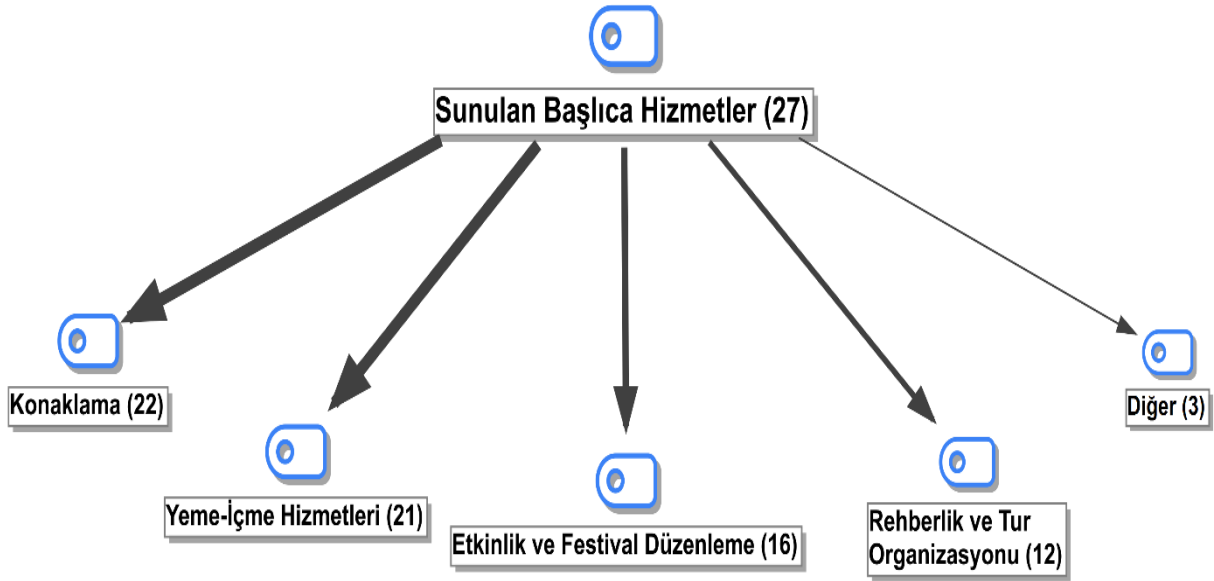
Ancak, sektörün en yaygın ve en önemli sorunu nitelikli personel eksikliğidir. Turizm altyapısı, ulaşım, enerji ve internet gibi alanlarda önemli eksiklikler bulunmaktadır. Teknolojik altyapı sınırlı olup, mobil uygulamalar ve QR kod gibi yenilikçi teknolojiler henüz yaygınlaşmamıştır. İşletmelerin bir kısmı Ar-Ge veya inovasyon çalışması yapmamakta ve sektör Ar-Ge hizmetlerinin yetersizliğiyle karşı karşıyadır. Sosyal ve kültürel faaliyetlerin yetersizliği de turizm potansiyelini kısıtlamaktadır.

Sektör için önemli fırsatlar mevcuttur. Nitelikli personel temini ve eğitimi konusunda büyük bir ihtiyaç bulunmaktadır ve bu durum gelişim için bir potansiyel sunmaktadır. İşletmeler, sorunlarının çözümü için Kastamonu Üniversitesi'nden danışmanlık, mentörlük, eğitim ve ortak projeler konularında destek beklemektedir. Sürdürülebilirlik bilincinin bulunması, sürdürülebilir turizm uygulamalarının Ar-Ge ve inovasyon çalışmaları için bir fırsat yaratmaktadır. İşletmeler, ortak etkinlikler ve faaliyetler düzenleyerek iş birliği yapmaya isteklidir. Tehditler arasında ise ekonomik koşullar, sektörün karşılaştığı en önemli sorun olarak görülmektedir. Bölge halkı ve işletmeler arasında turizm bilincinin ve tanıtımın eksikliği de önemli bir sorundur. Siyasi yapı, iş birliği ve proje kaynaklarına erişim gibi yönetsel ve yapısal sorunlar sektörün gelişimini engellemektedir. Ayrıca, altyapı, eğitim sistemi ve iş gücüne yönelik olumsuz algı gibi çok boyutlu sorunlar bulunmaktadır.

5.2. Kastamonu Durum Analizi

Kastamonu, doğal güzellikleri ve tarihi dokusunun yanı sıra gastronomisiyle de öne çıkan bir turizm destinasyonudur. Bölgenin yöresel mutfağı, özellikle etli ekmek, çekme helva ve banduma gibi lezzetleri, turistlerin ilgisini çeken önemli bir unsurdur. Ayrıca, Kastamonu'nun her yıl düzenlediği çeşitli festivaller ve etkinlikler, kültürel zenginliklerini tanıtarak bölge turizmini desteklemekte ve destinasyonun cazibesini artırmaktadır.

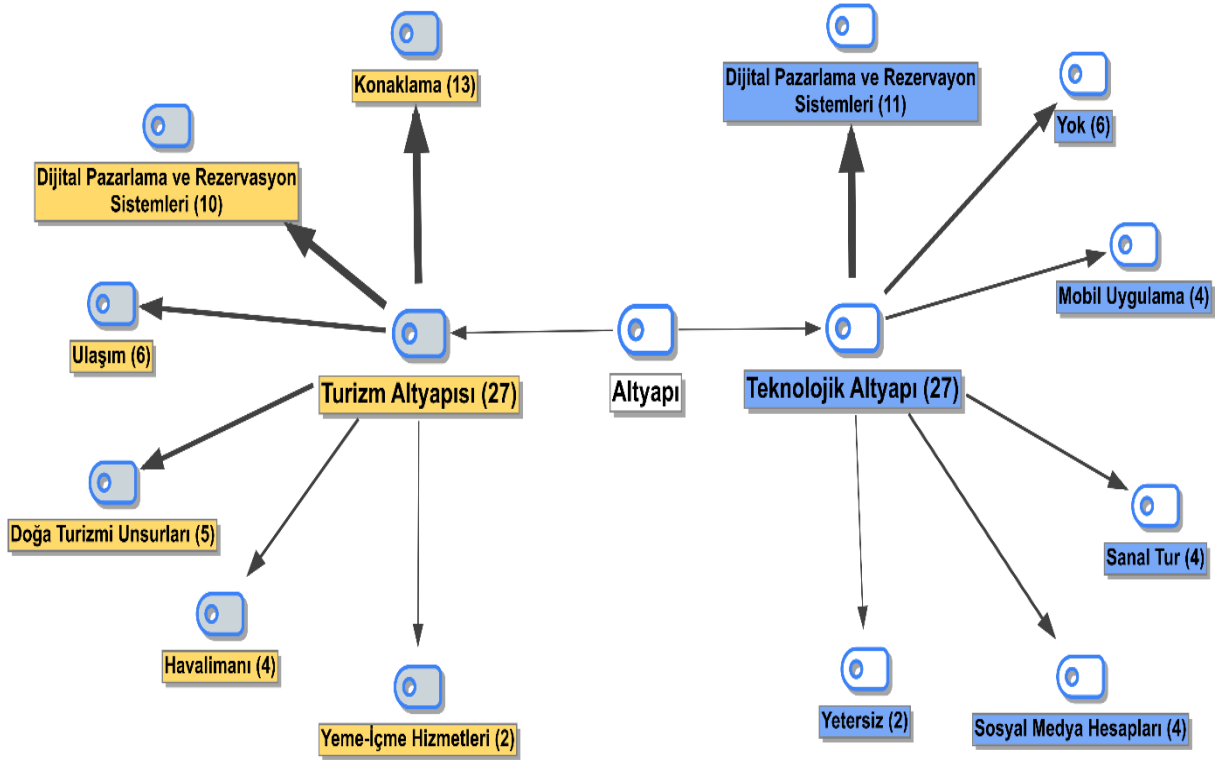
Şekil 4.52. Kastamonu İl'inde Sunulan Başlıca Hizmetler



Şekil 5.14., Kastamonu'daki turizm işletmelerinin sunduğu başlıca hizmetleri ve bu hizmeti sunan işletme ve kurum sayılarını parantez içinde belirtmektedir. Bu sayılar, ilgili hizmetin yoğunluğunu ve önemini vurgulamaktadır.

Bu şekle göre, Kastamonu turizmi ağırlıklı olarak konaklama (22) ve yeme-içme hizmetleri (21) üzerine kuruludur. Ayrıca, etkinlikler ve festivaller (16) turizmi destekleyen önemli unsurlardır. Rehberlik ve tur organizasyonları (12) da mevcuttur ancak diğerlerine kıyasla daha sınırlı kalmaktadır. Diğer (3) kategorisi ise turizm sektöründe daha az yaygın olan hizmetleri kapsamaktadır. Özellikle konaklama ve yeme-içme alanındaki yoğunluk ve çeşitlilik, bölgenin turistik çekim gücünün temel direkleri olarak öne çıkmaktadır.

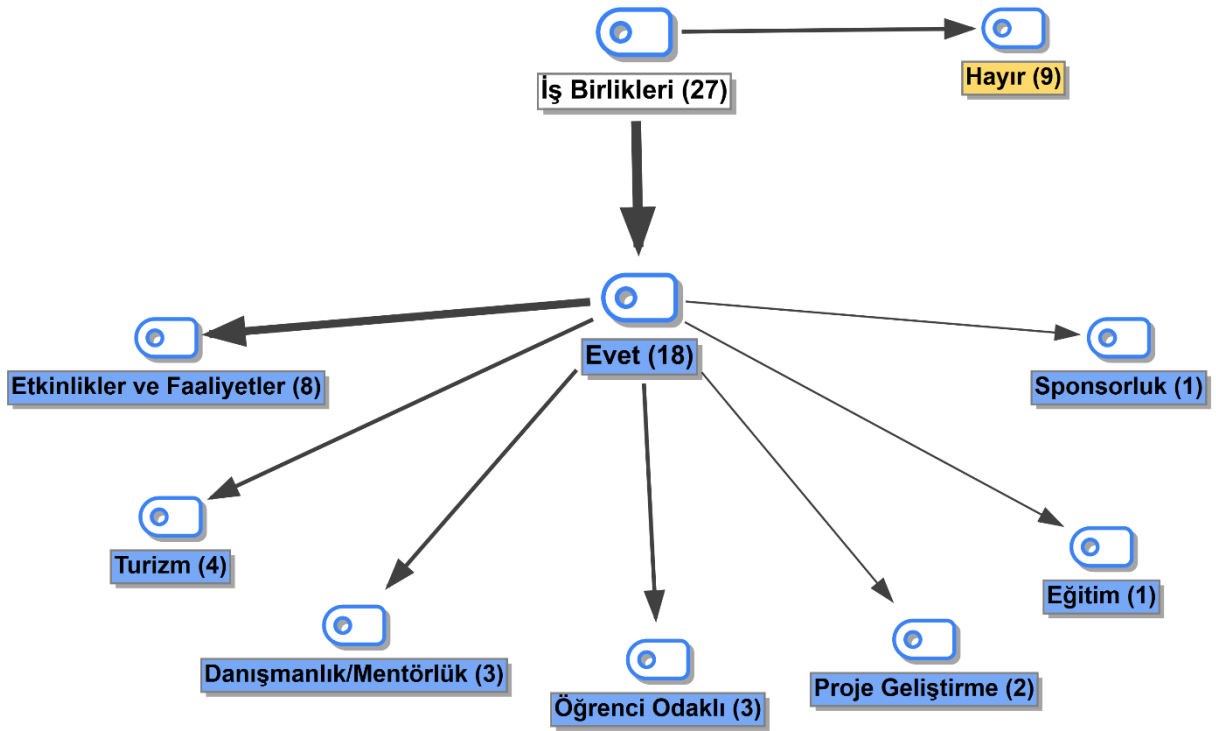
Şekil 4.53. Kastamonu İli Turizm Altyapısı



Şekil 5.15. Kastamonu'daki turizm sektörünün Altyapı ve Teknolojik Altyapı açısından durumunu 27 işletme ve kurumun görüşleri üzerinden analiz etmektedir. Parantez içindeki sayılar, ilgili altyapı unsurunun veya teknolojik hizmetin yoğunluğunu ve önemini vurgulamaktadır.

Şekle göre, Kastamonu turizminde altyapı konusunda en güçlü yönler konaklama (13) ve dijital pazarlama (10) olarak öne çıkmaktadır. Ulaşım (6) ve tabiat turizmi (5) gibi diğer altyapı unsurları da mevcuttur ancak potansiyelleri daha da geliştirilebilir. Teknolojik altyapı alanında ise, işletmelerin büyük çoğunluğu dijital pazarlama (11) ve rezervasyon sistemlerini benimsemiştir. Ancak, mobil uygulamalar (4), sanal turlar (4) ve sosyal medya hesapları (4) gibi diğer teknolojik imkanlar henüz yaygın değildir. Özellikle Yok (6) ve Yetersiz (2) cevapları, dijitalleşme ve teknolojik altyapı konularında sektörün bir kısmında önemli eksiklikler olduğunu ve bu alanın gelişim için açık bir potansiyel barındırdığını göstermektedir.

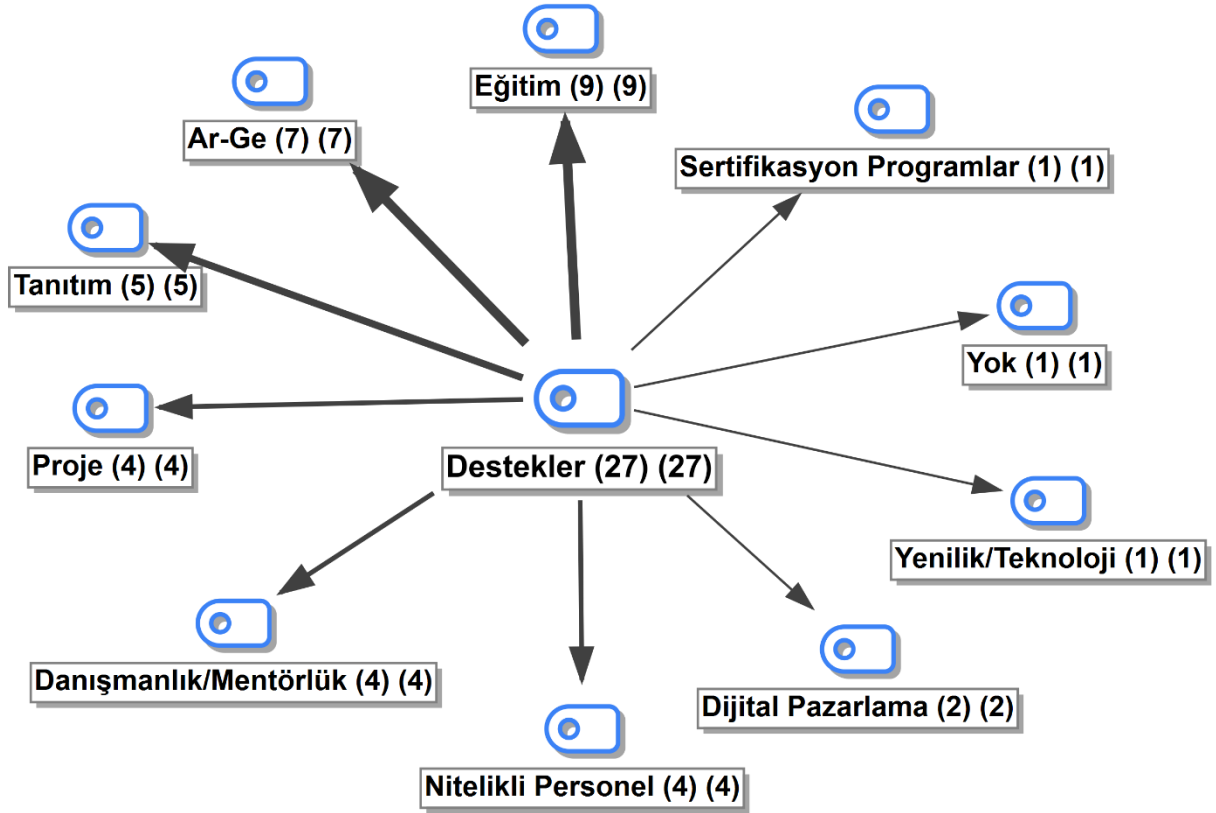
Şekil 4.54. Kastamonu İli Turizm İşletme ve Kurumlarının İş Birlikleri



Şekil 5.16., Kastamonu turizm sektöründe İş Birliklerinin (toplam 27 işletme ve kurum) varlığını ve türlerini analiz etmektedir. Şekil, Evet (18) ve Hayır (9) olmak üzere iki ana kola ayrılmıştır. Evet kolunun altında, yapılan iş birliklerinin türleri ve bunlara ait sayılar yer almaktadır.

Bu şekle göre, Kastamonu turizm sektörü iş birlikleri konusunda oldukça güçlü bir yapıya sahiptir (Evet: 18, Hayır: 9). İş birliğinin en yoğun olduğu alanlar, ortak etkinlikler ve faaliyetler (8) ile turizm (4) faaliyetleridir. Bu durum, sektördeki aktörlerin turizmi canlandırmak ve tanıtım yapmak için bir araya geldiğini göstermektedir. Danışmanlık/mentörlük (3), öğrenci odaklı çalışmalar (3) ve proje geliştirme (2) gibi alanlardaki iş birlikleri ise sektörel gelişimi destekleyen unsurlardır. Sponsorluk (1) ve eğitim (1) gibi alanlardaki düşük sayılar ise, bu konuların geliştirilmesi için fırsatlar sunduğunu göstermektedir. Genel olarak, şekil Kastamonu turizm sektöründe kolektif hareket etme bilincinin yüksek olduğunu ve bu durumun sektörün gelişimine olumlu katkılar sağladığını ortaya koymaktadır.

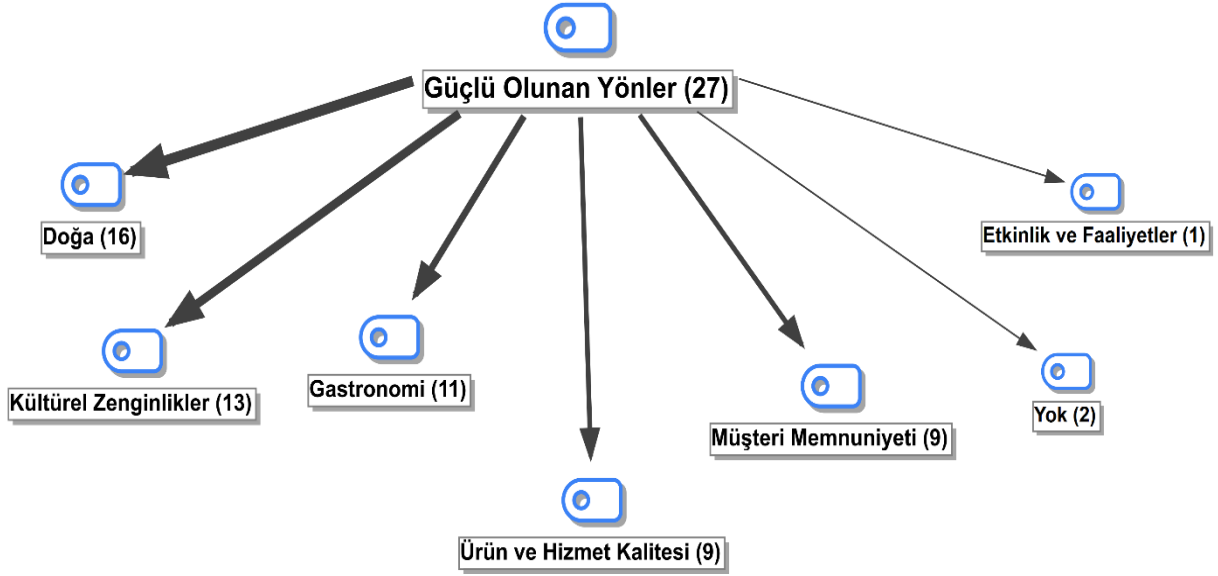
Şekil 4.55. Kastamonu İli Turizm İşletme ve Kurumlarının Destekleri



Şekil 5.17., Kastamonu turizm sektörüne yönelik destekler konusunu, toplam 27 işletme ve kurumun görüşleri üzerinden analiz etmektedir. Şekil, sektörün hangi konularda destek aldığını veya ihtiyaç duyduğunu sayısal verilerle ortaya koymaktadır. Bu, sektörün hangi desteklere daha fazla yöneldiğini veya hangi desteklerin daha yaygın olduğunu vurgulamaktadır.

Bu şekle göre, Kastamonu turizm sektörü eğitim (9) ve Ar-Ge (7) konularında en yoğun desteği almaktadır. Bu durum, sektörün insan kaynağını güçlendirmeye ve araştırma-geliştirme faaliyetlerine önem verdiğini göstermektedir. Tanıtım (5), Proje (4), Danışmanlık/Mentörlük (4) ve Nitelikli Personel (4) gibi destekler de önemli bir yer tutmaktadır. Bu, işletmelerin tanıtım, finansal kaynak bulma, uzman desteği alma ve kalifiye eleman temini gibi konularda da destek arayışında olduğunu göstermektedir. Öte yandan, Sertifikasyon Programları (1), Yenilik/Teknoloji (1) ve Dijital Pazarlama (2) gibi konularda alınan desteklerin sınırlı olması, bu alanların gelişim için önemli fırsatlar sunduğunu ortaya koymaktadır. Ayrıca, Yok (1) cevabının varlığı, bazı işletmelerin herhangi bir destek mekanizmasından yararlanamadığını göstermektedir. Genel olarak şekil, sektörün çeşitli desteklere ihtiyaç duyduğunu ancak özellikle eğitim ve Ar-Ge gibi alanlara odaklandığını ortaya koymaktadır.

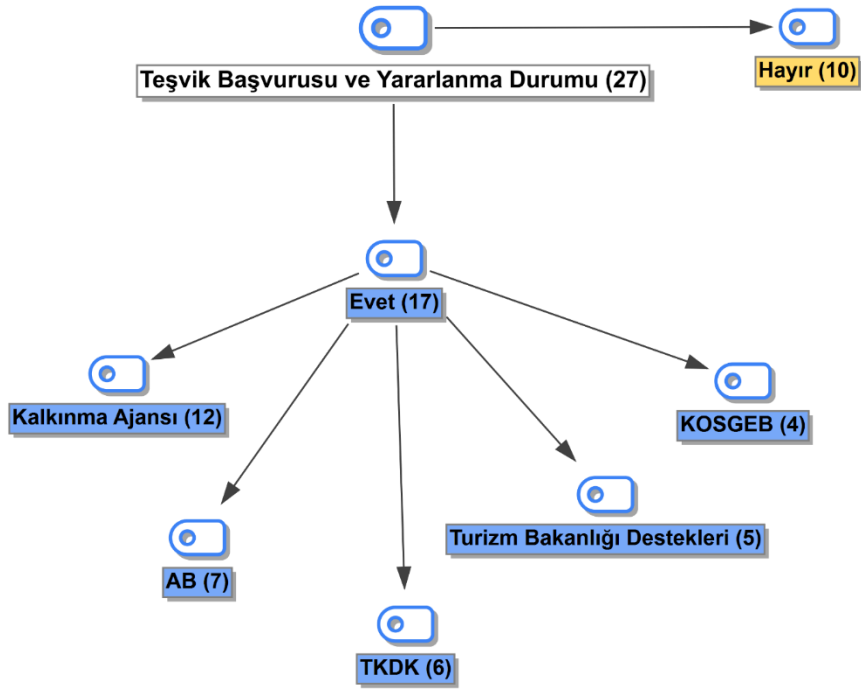
Şekil 4.56. Kastamonu İli Turizm İşletme ve Kurumlarının Güçlü Yönleri



Şekil 5.18., Kastamonu turizm sektörünün güçlü olunan yönlerini, toplam 27 işletme ve kurumun görüşleri üzerinden analiz etmektedir. Bu şekil, sektördeki işletmelerin kendi algılarına göre hangi alanlarda güçlü olduklarını ortaya koymaktadır.

Bu şekle göre, Kastamonu turizm sektörünün en güçlü yönü Doğa (16) olarak öne çıkmaktadır. Bu sayı, bölgenin doğal güzelliklerinin ve doğal turizm potansiyelinin sektör tarafından en büyük avantaj olarak görüldüğünü göstermektedir. İkinci en güçlü yön ise Kültürel Zenginlikler (13) olarak belirtilmiştir. Bu, Kastamonu'nun zengin tarihi ve kültürel mirasının turizm için önemli bir çekim gücü oluşturduğunu göstermektedir. Gastronomi (11) de sektörün önemli güçlü yönlerinden biridir. Bu durum, yöresel lezzetlerin ve mutfak kültürünün turistler için cazip bir unsur olduğunu ortaya koymaktadır. Müşteri Memnuniyeti (9) ve Ürün ve Hizmet Kalitesi (9) gibi unsurların da yüksek sayılara sahip olması, sektörün hizmet kalitesine ve ziyaretçi deneyimine önem verdiğini göstermektedir. Öte yandan, Etkinlik ve Faaliyetler (1) gibi bir alanın düşük bir sayıyla temsil edilmesi, bu konunun güçlü bir yön olarak algılanmadığını veya henüz yeterince geliştirilemediğini göstermektedir. Ayrıca, Yok (2) cevabının varlığı, bazı işletmelerin güçlü bir yön belirleyemediğini veya kendilerini bu konuda yetersiz gördüğünü işaret etmektedir. Genel olarak şekil, Kastamonu turizminin temelini tabiat, kültür ve gastronomi gibi unsurların oluşturduğunu, hizmet kalitesi ve müşteri memnuniyetinin de bu yapıyı desteklediğini ortaya koymaktadır.

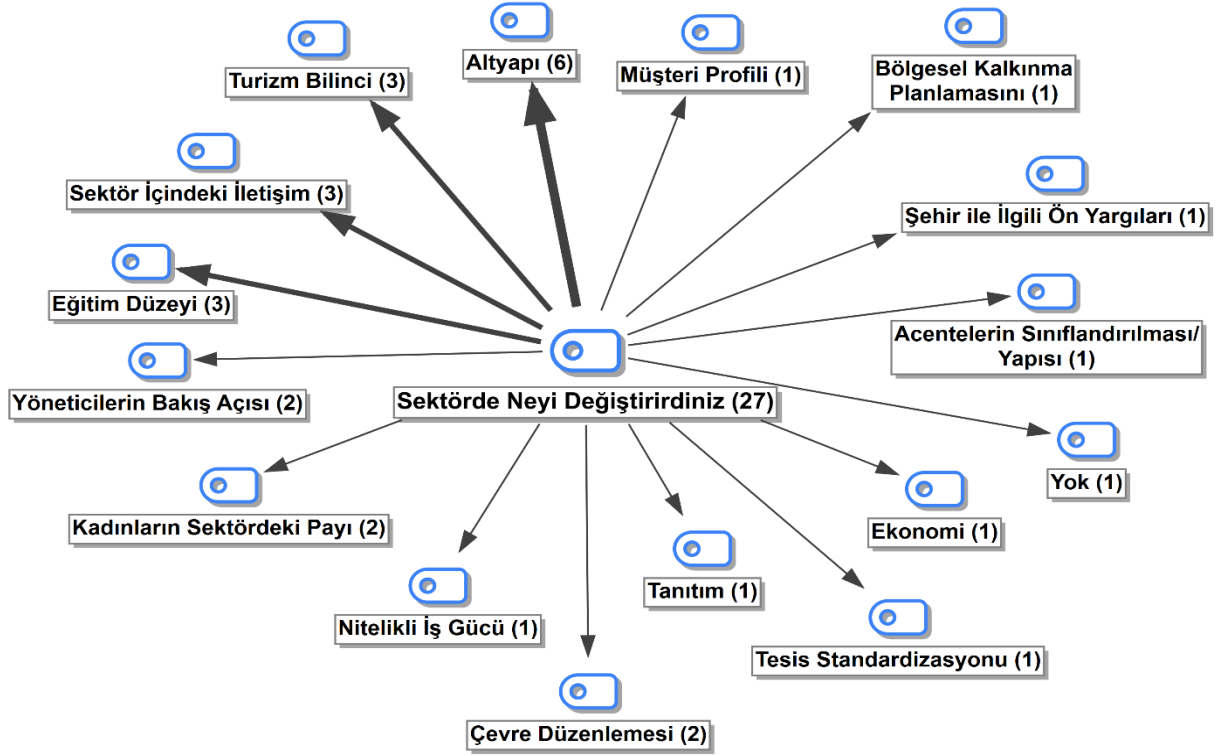
Şekil 4.57. Kastamonu İli Turizm İşletme ve Kurumlarının Teşvik Başvurusu ve Yararlanma Durumları



Şekil 5.19., Kastamonu turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin Teşvik Başvurusu ve Yararlanma Durumunu, toplam 27 işletme ve kurumun görüşleri üzerinden analiz etmektedir.

Bu şekle göre, Kastamonu turizm sektöründeki işletmelerin büyük bir çoğunluğu teşvik başvurusu yapmış ve yararlanmıştır (Evet: 17, Hayır: 10). Bu durum, sektördeki aktörlerin finansal desteklere aktif olarak başvurduğunu ve bu desteklerin sektörün gelişiminde önemli bir rol oynadığını göstermektedir. Teşvik alan işletmelerin en çok yararlandığı kurum Kalkınma Ajansı (12) olarak öne çıkmaktadır. Bu, yerel ve bölgesel kalkınma ajanslarının sektör için en önemli finansman kaynaklarından biri olduğunu ortaya koymaktadır. Bunun yanı sıra, AB (7), TKDK (6) ve Turizm Bakanlığı Destekleri (5) gibi kaynaklardan da faydalandığı görülmektedir. KOSGEB (4) ise, küçük ve orta ölçekli işletmeler için önemli bir destek kaynağı olmasına rağmen, bu ankette diğer kurumlara göre daha az sayıda temsil edilmiştir. Hayır (10) cevabının varlığı, bazı işletmelerin teşvik süreçlerine dahil olmadığını veya bu süreçlerden yararlanamadığını göstermektedir. Genel olarak şekil, Kastamonu turizm sektörünün finansal desteklere açık olduğunu ve özellikle Kalkınma Ajansı, AB ve Tarım ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumu gibi kurumların teşviklerinden aktif olarak yararlandığını ortaya koymaktadır.

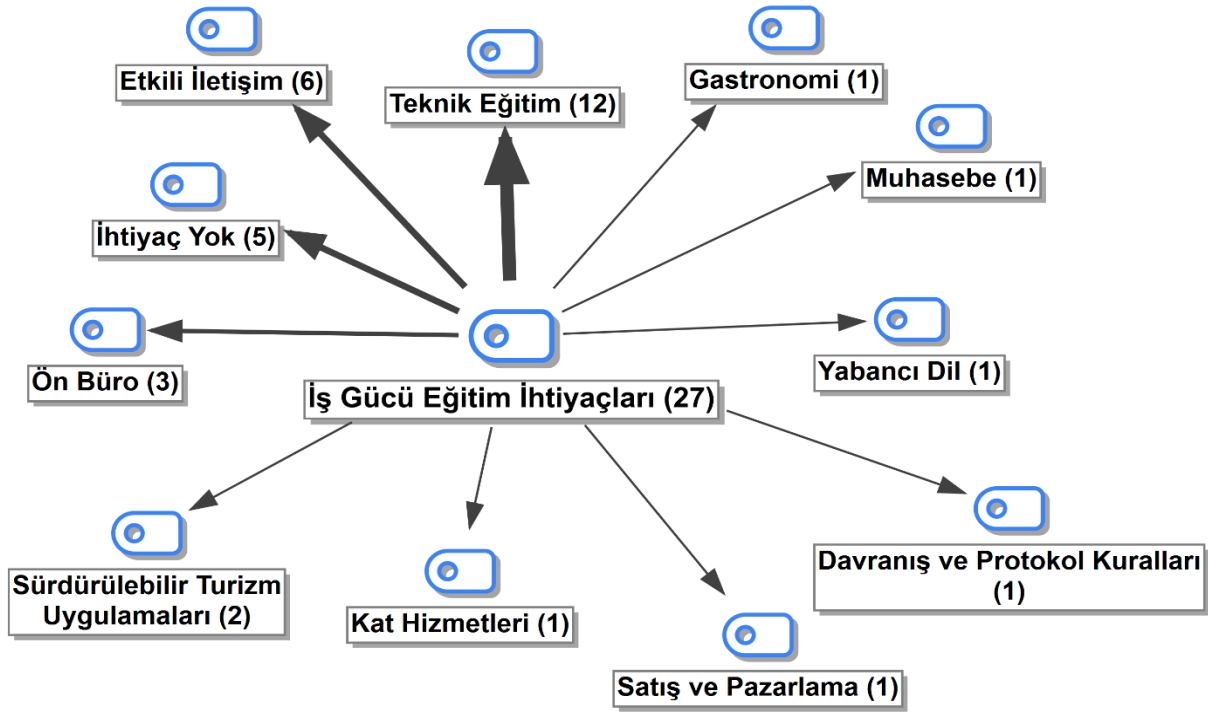
Şekil 4.58. Kastamonu İli Turizm İşletme ve Kurumlarının Sektörde Neyi Değiştirdiniz? Sorusuna Yanıtları



Şekil 5.20., Kastamonu turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin sektörde neyi değiştirdiniz? sorusuna verdikleri cevapları, toplam 27 işletme ve kurumun görüşleri üzerinden analiz etmektedir. Bu şekil, sektördeki işletmelerin mevcut durumu nasıl algıladıklarını ve hangi alanlarda iyileştirme veya değişim talep ettiklerini ortaya koymaktadır.

Bu şekle göre, Kastamonu turizm sektöründeki işletmelerin en çok değiştirmek istediği alan altyapı (6) olarak öne çıkmaktadır. Bu durum, ulaşım, konaklama veya genel turizm altyapısı gibi konularda eksiklikler veya iyileştirme ihtiyacı hissedildiğini göstermektedir. İkinci en çok talep edilen değişim alanları ise eşit sayıyla Turizm Bilinci (3), Sektör İçindeki İletişim (3) ve Eğitim Düzeyi (3) olarak sıralanmaktadır. Bu, sektördeki profesyonel farkındalığın, iş birliğinin ve nitelikli insan kaynağının artırılmasına yönelik güçlü bir istek olduğunu ortaya koymaktadır. Yöneticilerin Bakış Açısı (2), Kadınların Sektördeki Payı (2) ve Çevre Düzenlemesi (2) gibi konular da işletmeler tarafından önemli görülen ve değiştirilmesi istenen diğer alanlardır. Şekilde, Müşteri Profili (1), Bölgesel Kalkınma Planlaması (1), Şehir ile İlgili Ön Yargılar (1), Tanıtım (1), Ekonomi (1) ve Tesis Standardizasyonu (1) gibi birçok konunun tek bir işletme tarafından dile getirilmesi, sektörün sorunlarının oldukça çeşitli ve çok boyutlu olduğunu göstermektedir. Ayrıca, Yok (1) cevabı, bir işletmenin mevcut durumdan memnun olduğunu veya herhangi bir değişim ihtiyacı görmediğini belirtmektedir. Genel olarak şekil, Kastamonu turizm sektörünün en büyük sorununun altyapı olduğunu, ancak kurumsal yapı, iletişim ve eğitim gibi daha yumuşak konuların da değişim talebiyle öne çıktığını ortaya koymaktadır.

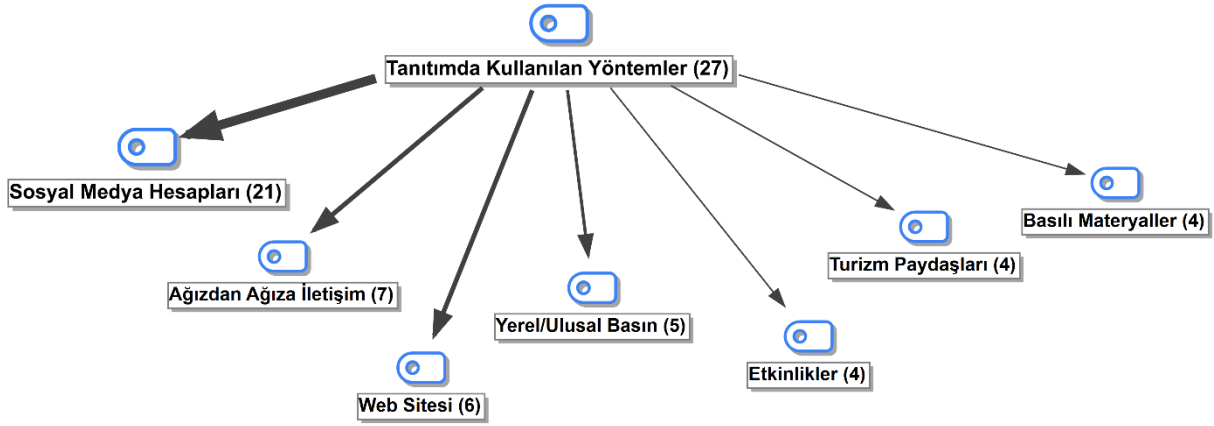
Şekil 4.59. Kastamonu İli Turizm İşletme ve Kurumlarının İş Gücü Eğitim İhtiyaçları



Şekil 5.21., Kastamonu turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin iş gücü eğitim ihtiyaçlarını, toplam 27 işletme ve kurumun görüşleri üzerinden analiz etmektedir. Bu şekil, sektördeki işletmelerin personelinin hangi konularda eğitime ihtiyacı olduğunu ve bu ihtiyacın öncelik sıralamasını ortaya koymaktadır.

Bu şekle göre, Kastamonu turizm sektörünün iş gücü eğitim ihtiyaçları arasında en öncelikli olanı Teknik Eğitim (12) olarak öne çıkmaktadır. Bu, işletmelerin personelinin mesleki bilgi ve becerilerini artırmaya yönelik eğitimlere en çok ihtiyaç duyduğunu göstermektedir. İkinci en önemli eğitim ihtiyacı ise Etkili İletişim (6) olarak belirtilmiştir. Bu durum, müşteri ilişkileri ve ekip içi iletişimin sektörde ne kadar önemli olduğunu ortaya koymaktadır. Ön Büro (3) ve Sürdürülebilir Turizm Uygulamaları (2) gibi alanlar da eğitim ihtiyacı hissedilen diğer konular arasındadır. Ön Büro eğitimi, özellikle konaklama tesisleri için temel bir ihtiyaçken, Sürdürülebilir Turizm uygulamaları ise sektörün çevre ve sosyal sorumluluk konularına olan ilgisini göstermektedir. Şekilde, Gastronomi (1), Muhasebe (1), Yabancı Dil (1), Kat Hizmetleri (1), Davranış ve Protokol Kuralları (1) ve Satış ve Pazarlama (1) gibi birçok konunun tek bir işletme tarafından dile getirilmesi, sektörün çok çeşitli ve spesifik eğitim ihtiyaçlarının olduğunu işaret etmektedir. Ayrıca, İhtiyaç Yok (5) cevabının varlığı, bazı işletmelerin personelinin eğitim düzeyinden memnun olduğunu veya herhangi bir eğitim ihtiyacı hissetmediğini göstermektedir. Genel olarak şekil, Kastamonu turizm sektöründe iş gücünün en çok teknik bilgi ve iletişim becerileri konusunda eğitime ihtiyaç duyduğunu, ancak sürdürülebilirlik, ön büro ve diğer spesifik alanlarda da eğitim taleplerinin bulunduğunu ortaya koymaktadır.

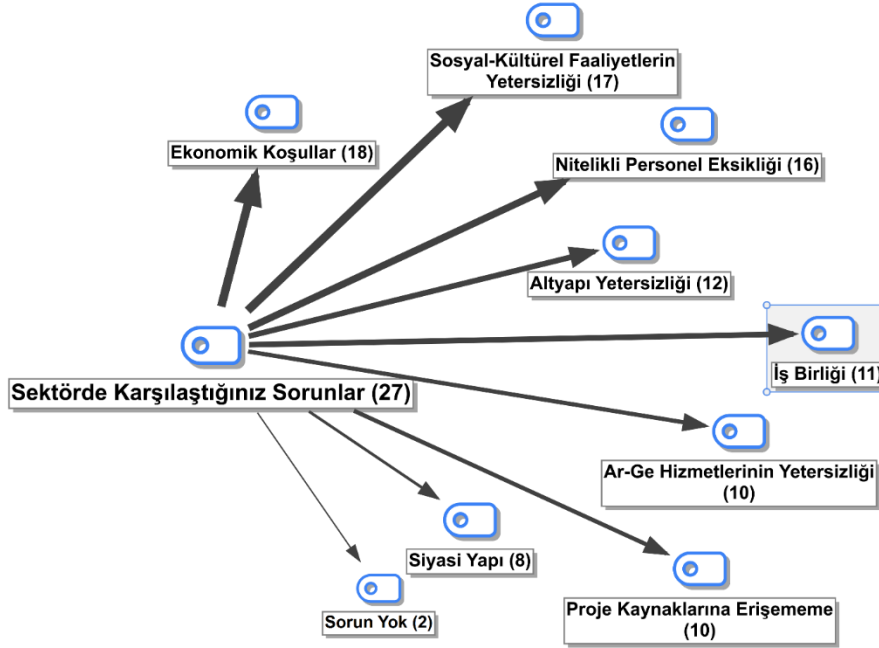
Şekil 4.60. Kastamonu İli Turizm İşletme ve Kurumlarında Tanıtımda Kullanılan Yöntemler



Şekil 5.22., Kastamonu turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin tanıtımda kullanılan yöntemlerini, toplam 27 işletme ve kurumun görüşleri üzerinden analiz etmektedir. Bu şekil, sektördeki işletmelerin kendilerini ve hizmetlerini tanıtmak için hangi kanalları ve yöntemleri kullandığını ortaya koymaktadır.

Bu şekle göre, Kastamonu turizm sektöründeki işletmelerin tanıtım için en çok kullandığı yöntem Sosyal Medya Hesapları (21) olarak açık ara öne çıkmaktadır. Bu, sektörün dijital pazarlamaya büyük önem verdiğini ve sosyal medyanın en etkili tanıtım aracı olarak görüldüğünü göstermektedir. İkinci en çok kullanılan yöntem ise Ağızdan Ağıza İletişim (7) olmuştur. Bu durum, müşteri memnuniyetinin ve olumlu deneyimlerin yeni müşteriler kazanmada hala çok önemli bir rol oynadığını göstermektedir. Web Sitesi (6) de tanıtım için yaygın olarak kullanılan bir diğer araçtır. Bu, işletmelerin dijital varlık oluşturmaya ve çevrimiçi bilgi sağlamaya önem verdiğini ortaya koymaktadır. Yerel/Ulusal Basın (5), Turizm Paydaşları (4), Basılı Materyaller (4) ve Etkinlikler (4) gibi yöntemler de kullanılmaktadır, ancak dijital ve kişisel iletişim kanallarına göre daha düşük sayılarla temsil edilmiştir. Bu, geleneksel tanıtım yöntemlerinin hala geçerli olduğunu ancak dijital kanalların öncelik kazandığını göstermektedir. Genel olarak şekil, Kastamonu turizm sektöründe tanıtımın temelini sosyal medya ve ağızdan ağıza iletişimin oluşturduğunu, geleneksel ve diğer dijital kanalların da bu yapıyı desteklediğini ortaya koymaktadır.

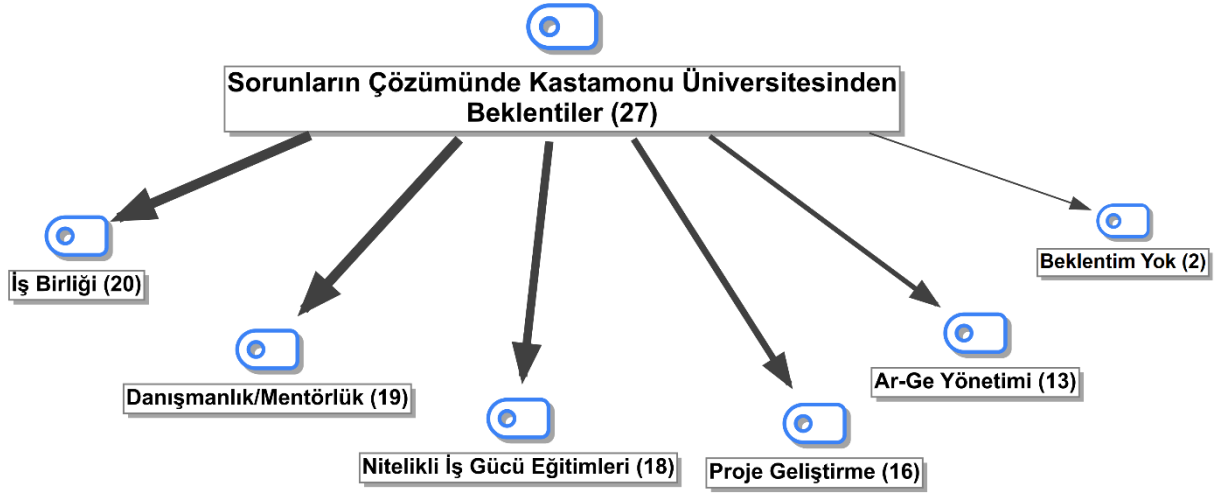
Şekil 4.61. Kastamonu İli Turizm İşletme ve Kurumların Sektörde Karşılaştığı Sorunlar



Şekil 5.23., Kastamonu turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin sektörde karşılaştığınız sorunlar sorusuna verdikleri cevapları, toplam 27 işletme ve kurumun görüşleri üzerinden analiz etmektedir.

Bu şekle göre, Kastamonu turizm sektörünün en büyük sorunu Ekonomik Koşullar (18) olarak öne çıkmaktadır. Bu sayı, sektördeki işletmelerin ekonomik istikrarsızlık, maliyetler veya genel ekonomik durumdan olumsuz etkilendiğini göstermektedir. İkinci en büyük sorun ise Sosyal-Kültürel Faaliyetlerin Yetersizliği (17) olarak belirtilmiştir. Bu durum, turizm potansiyelini artıracak sosyal ve kültürel etkinliklerin veya altyapının yetersiz olduğunu düşündürmektedir. Nitelikli Personel Eksikliği (16) de sektörün en önemli sorunlarından biridir. Bu, kalifiye iş gücüne olan ihtiyacın yüksek olduğunu ve bu eksikliğin hizmet kalitesini olumsuz etkilediğini göstermektedir. Altyapı Yetersizliği (12), bir önceki analizde de görüldüğü gibi, sektördeki diğer bir önemli sorundur. İş Birliği (11) sayısının yüksek olması, işletmelerin ortak hareket etme ve iş birliği yapma konusunda sorunlar yaşadığını veya bu konuda daha fazla destek istediğini göstermektedir. Ar-Ge Hizmetlerinin Yetersizliği (10) ve Proje Kaynaklarına Erişememe (10) gibi sorunlar da finansal kaynaklara ve yenilikçi projelere erişimde yaşanan zorlukları ortaya koymaktadır. Siyasi Yapı (8) ile ilgili sorunlar da, sektörün politik istikrardan ve yönetsel kararlardan etkilendiğini göstermektedir. Sadece Sorun Yok (2) cevabının olması, işletmelerin çok küçük bir kısmının mevcut durumdan memnun olduğunu veya sorun yaşamadığını ifade etmektedir. Genel olarak şekil, Kastamonu turizm sektörünün çok çeşitli ve karmaşık sorunlarla karşı karşıya olduğunu, ancak ekonomik koşullar, sosyal-kültürel yetersizlikler ve nitelikli personel eksikliğinin en öncelikli sorunlar olduğunu ortaya koymaktadır.

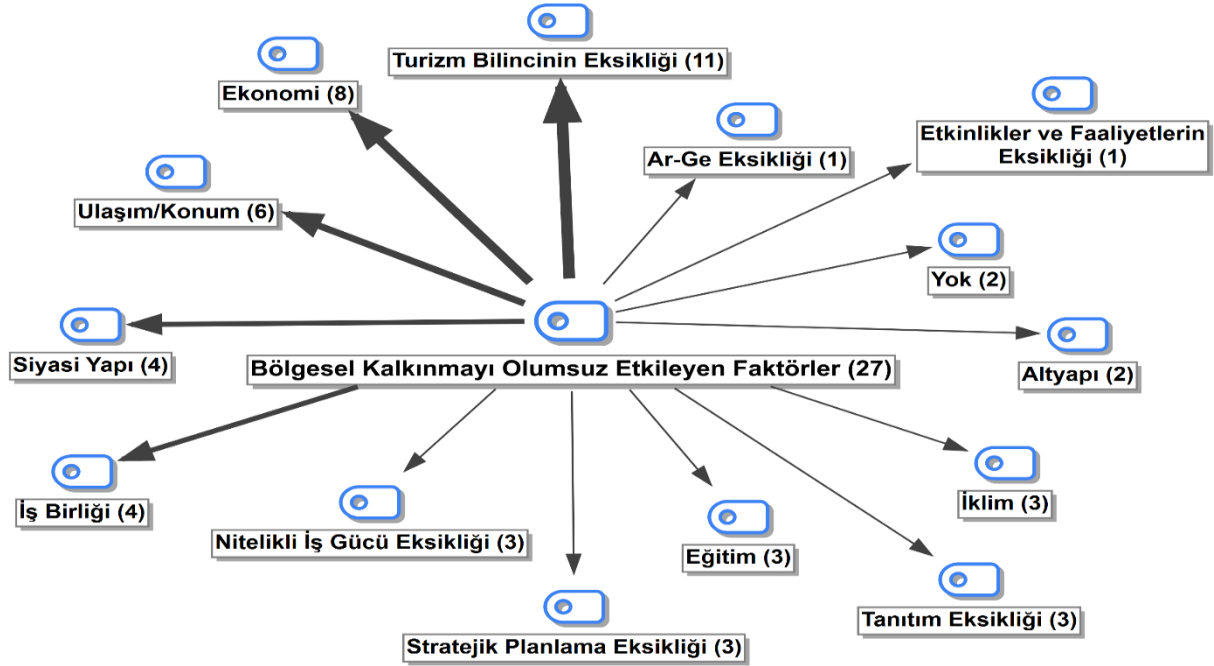
Şekil 4.62. Kastamonu İli Turizm İşletme ve Kurumlarının Sorunların Çözümünde Kastamonu Üniversitesi'nden Beklentileri



Şekil 5.24., Kastamonu turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin sorunların çözümünde kastamonu üniversitesinden beklentiler sorusuna verdikleri cevapları, toplam 27 işletme ve kurumun görüşleri üzerinden analiz etmektedir. Bu şekil, sektör ve üniversite arasındaki potansiyel iş birliği alanlarını ve üniversitenin sektörün gelişimine nasıl katkı sağlayabileceğimize dair beklentileri ortaya koymaktadır.

Bu şekle göre, Kastamonu turizm sektörünün sorunlarının çözümünde Kastamonu Üniversitesi'nden en büyük beklentisi İş Birliği (20) olarak öne çıkmaktadır. Bu sayı, sektörün üniversite ile ortak projeler yürütme, bilgi ve kaynak paylaşımı gibi konularda güçlü bir istek içinde olduğunu göstermektedir. İkinci en büyük beklenti ise Danışmanlık/Mentörlük (19) hizmetleridir. Bu durum, işletmelerin uzmanlık gerektiren konularda üniversitenin akademik kadrosundan destek almak istediğini ortaya koymaktadır. Nitelikli İş Gücü Eğitimleri (18) de önemli bir beklentidir. Bu, sektörün, üniversitenin sunduğu eğitim programları aracılığıyla personelinin bilgi ve becerilerini geliştirmeyi hedeflediğini göstermektedir. Proje Geliştirme (16) ve Ar-Ge Yönetimi (13) gibi beklentiler ise, üniversitenin yenilikçi projeler üretme ve bu projeleri yönetme konusundaki potansiyelinden yararlanma isteğini ifade etmektedir. Sadece Beklentim Yok (2) cevabının olması, işletmelerin büyük çoğunluğunun (%90'ın üzerinde) üniversiteden beklentileri olduğunu göstermektedir. Genel olarak şekil, Kastamonu turizm sektörü ile Kastamonu Üniversitesi arasında iş birliği, danışmanlık, eğitim ve Ar-Ge gibi konularda güçlü bir potansiyelin olduğunu ve sektörün, üniversiteyi sorunlarının çözümünde önemli bir paydaş olarak gördüğünü ortaya koymaktadır.

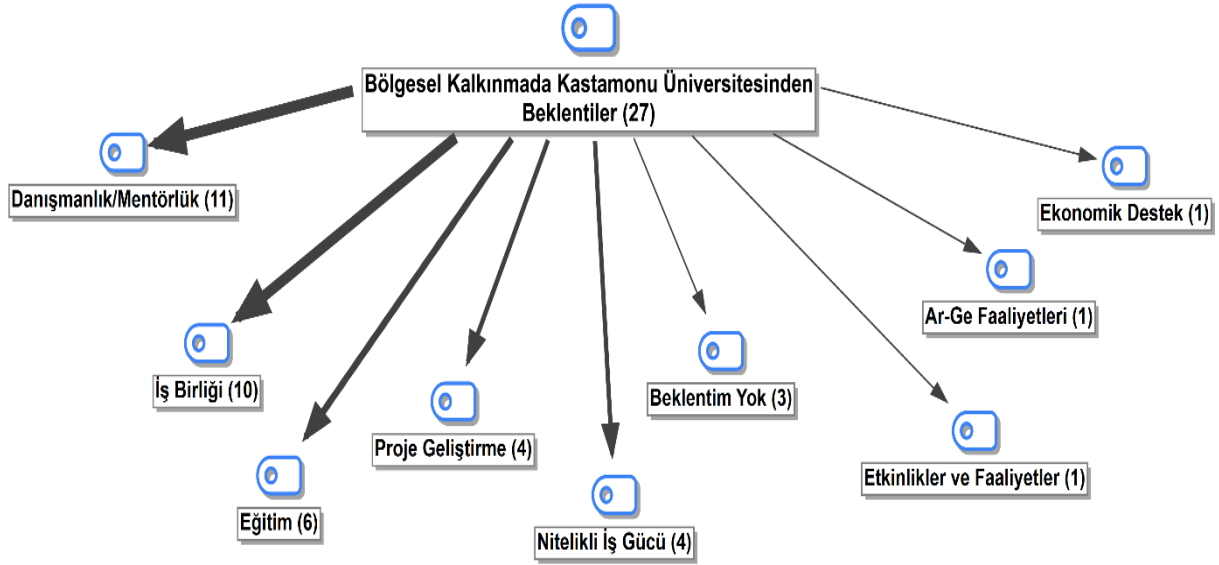
Şekil 4.63. Kastamonu İli Turizm İşletme ve Kurumlarına Göre Bölgesel Kalkınmayı Olumsuz Etkileyen Faktörler



Şekil 5.25., Kastamonu turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin bölgesel kalkınmayı olumsuz etkileyen faktörler konusundaki görüşlerini, toplam 27 işletme ve kurumun cevapları üzerinden analiz etmektedir.

Bu şekle göre, Kastamonu'da bölgesel kalkınmayı olumsuz etkileyen en önemli faktör Turizm Bilincinin Eksikliği (11) olarak öne çıkmaktadır. Bu, sektördeki profesyonel farkındalığın ve turizme yönelik genel bilincin yetersiz olduğunun altını çizmektedir. İkinci en önemli faktör ise Ekonomi (8) olarak belirtilmiştir. Bu durum, ekonomik istikrarsızlığın veya finansal zorlukların bölgesel kalkınmayı engellediğini düşündürmektedir. Ulaşım/Konum (6), bölgesel kalkınmayı olumsuz etkileyen diğer bir önemli faktördür. Bu sayı, Kastamonu'nun ulaşım imkanlarının veya coğrafi konumunun turizm için bir dezavantaj olarak görüldüğünü göstermektedir. Siyasi Yapı (4) ve İş Birliği (4) gibi konular da bölgesel kalkınmanın önündeki engeller olarak gösterilmektedir. Bu, yönetsel süreçlerin ve sektör içi dayanışmanın eksikliklerinin hissedildiğini ifade etmektedir. Nitelikli İş Gücü Eksikliği (3), Eğitim (3), Stratejik Planlama Eksikliği (3) ve Tanıtım Eksikliği (3) gibi faktörler, insan kaynağı, planlama ve pazarlama konularındaki eksikliklerin de bölgesel kalkınmayı yavaşlattığını ortaya koymaktadır. Altyapı (2), Etkinlikler ve Faaliyetlerin Eksikliği (1), Ar-Ge Eksikliği (1) gibi diğer faktörler de daha düşük sayılarla temsil edilse de, bölgenin gelişimi için önemli engeller olarak görülmektedir. Yok (2) cevabının varlığı, bazı işletmelerin bölgesel kalkınmayı olumsuz etkileyen önemli bir faktör görmediğini belirtmektedir. Kastamonu turizm sektöründe bölgesel kalkınmanın önündeki en büyük engellerin turizm bilincinin eksikliği ve ekonomik faktörler olduğunu, ancak ulaşım, iş gücü, siyasi yapı ve iş birliği gibi konuların da bu süreçte önemli sorunlar olarak algılandığını ortaya koymaktadır.

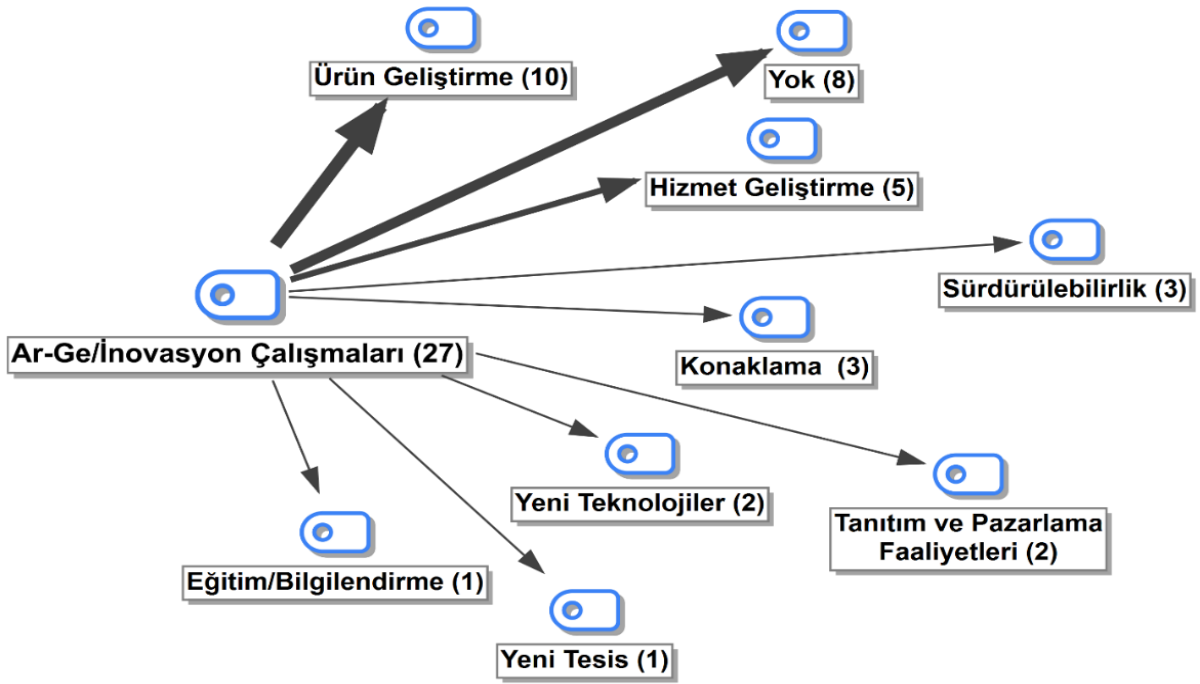
Şekil 4.64. Kastamonu İli Turizm İşletme ve Kurumlarının Bölgesel Kalkınmada Kastamonu Üniversitesi'nden Beklentileri



Şekil 5.26., Kastamonu turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin bölgesel kalkınmada kastamonu üniversitesinden beklentiler konusundaki görüşlerini, toplam 27 işletme ve kurumun cevapları üzerinden analiz etmektedir. Bu şekil, üniversitenin bölgesel kalkınma sürecinde hangi alanlarda etkin bir rol oynamasının beklendiğini ortaya koymaktadır.

Bu şekle göre, Kastamonu'da bölgesel kalkınma sürecinde Kastamonu Üniversitesinden en büyük beklenti Danışmanlık/Mentörlük (11) hizmetleridir. Bu, sektörün üniversitenin akademik birikiminden ve uzmanlığından faydalanarak stratejik rehberlik almak istediğini göstermektedir. İkinci en önemli beklenti ise İş Birliği (10) olarak belirtilmiştir. Bu durum, sektörün ve üniversitenin ortak projeler, araştırmalar veya etkinlikler düzenleyerek bölgesel kalkınma için birlikte hareket etme arzusunda olduğunu ortaya koymaktadır. Eğitim (6), bölgesel kalkınma için üniversiteden beklenen diğer bir önemli destektir. Bu, nitelikli iş gücü yetiştirme ve mevcut personelin gelişimine katkı sağlama beklentisini ifade etmektedir. Proje Geliştirme (4) ve Nitelikli İş Gücü (4) gibi beklentiler, üniversitenin hem yeni projeler üretme kapasitesini kullanması hem de sektöre kalifiye eleman sağlaması yönündeki talepleri göstermektedir. Ekonomik Destek (1), Ar-Ge Faaliyetleri (1) ve Etkinlikler ve Faaliyetler (1) gibi beklentilerin daha düşük sayılarla temsil edilmesi, bu alanlarda da beklentilerin olduğunu ancak Danışmanlık ve İş Birliği kadar öncelikli görülmediğini işaret etmektedir. Beklentim Yok (3) cevabının varlığı, küçük bir kısmın üniversitenin bu süreçteki rolüne dair bir beklentisi olmadığını veya bu rolü yetersiz gördüğünü belirtmektedir. Genel olarak şekil, Kastamonu turizm sektörünün bölgesel kalkınma sürecinde üniversiteyi aktif bir paydaş olarak gördüğünü ve özellikle danışmanlık, iş birliği ve eğitim gibi konularda güçlü beklentilere sahip olduğunu ortaya koymaktadır.

Şekil 4.65. Kastamonu İli Turizm İşletme ve Kurumlarının Ar-Ge/İnovasyon Çalışmaları



Şekil 5.27., Kastamonu turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin Ar-Ge/İnovasyon Çalışmaları konusundaki durumlarını, toplam 27 işletme ve kurumun görüşleri üzerinden analiz etmektedir. Bu şekil, sektördeki işletmelerin hangi alanlarda araştırma, geliştirme ve yenilik faaliyetleri yürüttüğünü veya hangi konularda bu tür çalışmalara ihtiyaç duyduğunu ortaya koymaktadır.

Bu şekle göre, Kastamonu turizm sektöründe en çok Ar-Ge ve inovasyon çalışması yapılan alan Ürün Geliştirme (10) olarak öne çıkmaktadır. Bu, işletmelerin mevcut ürünlerini iyileştirmeye veya yeni turistik ürünler oluşturmaya yönelik çabalarını göstermektedir. İkinci en çok odaklanılan alan ise Hizmet Geliştirme (5) olmuştur. Bu durum, işletmelerin hizmet kalitesini artırmaya ve ziyaretçi deneyimini zenginleştirmeye yönelik yenilikçi yaklaşımlar benimsediğini göstermektedir. Sürdürülebilirlik (3) ve Konaklama (3) gibi konular da Ar-Ge ve inovasyon çalışmaları için önemli alanlar olarak belirtilmiştir. Sürdürülebilirlik, çevre dostu ve sorumlu turizm uygulamalarına yönelik yeniliklerin araştırıldığını, konaklama ise bu alandaki hizmetlerin veya tesislerin iyileştirilmesine yönelik çalışmaların yapıldığını göstermektedir. Yeni Teknolojiler (2), Tanıtım ve Pazarlama Faaliyetleri (2) gibi alanlar da Ar-Ge için potansiyel olarak görülmektedir. Eğitim/Bilgilendirme (1) ve Yeni Tesis (1) gibi konuların tek bir işletme tarafından dile getirilmesi, bu alanlarda daha az yoğunlukta Ar-Ge faaliyeti yürütüldüğünü işaret etmektedir. Önemli bir bulgu ise Yok (8) cevabının yüksek olmasıdır. Bu, işletme ve kurumların neredeyse üçte birinin herhangi bir Ar-Ge veya inovasyon çalışması yapmadığını göstermektedir. Bu durum, sektörün bu alandaki potansiyelini tam olarak kullanamadığını ve yenilikçilik konusunda daha fazla destek ve bilinçlendirmeye ihtiyaç duyduğunu ortaya koymaktadır. Genel olarak şekil, Kastamonu turizm sektöründe Ar-Ge ve inovasyonun daha çok ürün ve hizmet geliştirme alanlarına odaklandığını, ancak sektörün önemli bir kısmının bu tür faaliyetleri yürütmediğini göstermektedir.

Tablo 4.5. Kastamonu İli Tabiat Turizmi GZFT Analizi

Güçlü Yönler	Zayıf Yönler
- Müşteri Odaklılık ve Hizmet Kalitesi - Doğal ve Kültürel Çekicilik - Kolektif Hareket Bilinci - Finansal Desteklere Erişim - Dijital Tanıtım Yöntemleri	- Altyapı Yetersizliği - Personel ve Eğitim Eksikliği - Sınırlı Teknolojik Altyapı - Yetersiz Ar-Ge ve İnovasyon Çalışmaları - Sınırlı Hizmet Gelişimi
Fırsatlar	Tehditler
- Eğitim ve İş Birliği - Geliştirilebilir Hizmet Alanları - Sürdürülebilirlik - Çeşitli İş Birlikleri	- Ekonomik Koşullar - Ulaşım ve Konum - Proje Kaynaklarına Erişememe - Diğer Sorunlar

Kastamonu turizm sektörünün güçlü yönleri arasında, işletmelerin müşteri memnuniyetine ve hizmet kalitesine odaklanması yer almaktadır. Sektörün temelini oluşturan doğal ve kültürel zenginlikler, bölgenin turizm için önemli bir çekim gücü olmasını sağlamaktadır. Kastamonu'daki turizm işletmeleri kolektif hareket bilincine sahip olup, ortak etkinlikler ve faaliyetler düzenlemektedir. Ayrıca, işletmelerin büyük bir çoğunluğu teşviklerden yararlanmıştır. Tanıtım için en çok kullanılan yöntem, sosyal medya hesaplarıdır ve ağızdan ağıza iletişim de yeni müşteriler kazanmada önemli bir rol oynamaktadır.

Ancak, sektörde altyapı yetersizliği ve nitelikli personel eksikliği gibi önemli zayıf yönler bulunmaktadır. Teknolojik altyapı sınırlı olup, mobil uygulamalar ve sanal turlar yaygın değildir. İşletmelerin yaklaşık üçte biri Ar-Ge veya inovasyon çalışması yapmamaktadır. Rehberlik ve tur organizasyonları diğer hizmetlere kıyasla daha sınırlı kalmaktadır ve sosyal-kültürel faaliyetler yetersizdir.

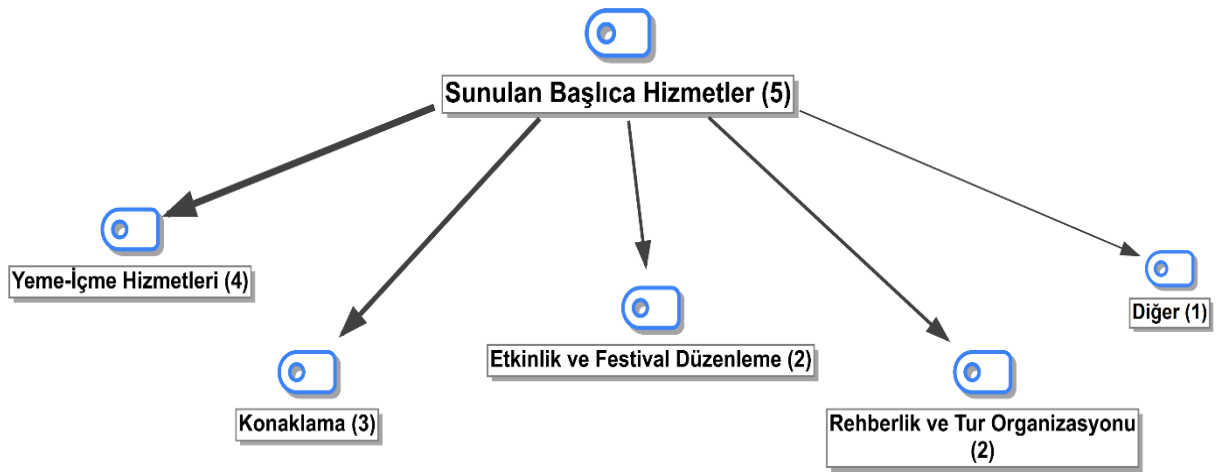
Sektör için önemli fırsatlar da mevcuttur. Kastamonu Üniversitesi'nden beklenen iş birliği, danışmanlık/mentörlük ve nitelikli iş gücü eğitimleri, üniversite-sektör iş birliği için güçlü bir potansiyel olduğunu göstermektedir. Sertifikasyon programları, yenilik/teknoloji ve dijital pazarlama gibi konularda alınan desteklerin sınırlı olması, bu alanların geliştirilmesi için fırsatlar sunmaktadır. Tehditler arasında ise ekonomik koşullar, ulaşım ve konum sorunları yer almaktadır. Sektör, proje kaynaklarına erişimde zorluklar yaşamakta ve yönetsel ve yapısal sorunlarla da karşı karşıyadır. Ayrıca, altyapı, iletişim, eğitim, tanıtım ve tesis standardizasyonu gibi birçok konuda çeşitli ve karmaşık sorunlar bulunmaktadır.

5.3. Sinop Durum Analizi

Sinop'ta yeme-içme ve konaklama hizmetlerinin ön planda olduğu bir turizm yapısı gözlenmektedir fakat doğal güzellikleri ve tarihi dokusu ile öne çıkan bu ilin raporunda “kıyı turizmi”, “deniz sporları”, “bot turları” veya “kamp-karavan turizmi” gibi şehrin potansiyeli olan faaliyet alanlarına dair herhangi bir veri bulunmamaktadır. Dijital pazarlama altyapısının yetersizliği hem turizm hem de teknolojik

altyapı başlıklarında ortak sorun olarak vurgulanmıştır. İş birliği ve destekler başlığında, işletmelerin girişimci ruhlarının düşük, iş birliklerinin ise büyük oranda geleneksel etkinliklerle sınırlı olduğu izlenimi edinilmektedir. Güçlü yönler arasında gastronomi ve ürün çeşitliliği gibi konuların düşük görünmesi, aslında var olan potansiyelin yeterince kullanılmadığını düşündürmektedir. Üniversiteyle ilişkilerde proje geliştirme beklentisi öne çıkarken, Sinop özelinde, turizmin çeşitlendirilmesi, dijitalleşmenin hızlandırılması ve kıyı-doğa temelli turizm fırsatlarının somut projelerle desteklenmesi önem arz etmektedir. Nitelikli iş gücü yetersizliği, turizm hizmetlerinin kalitesini olumsuz etkilerken; yerel halkın turizme katılım konusundaki isteksizliği ise hem toplumsal sahiplenme hem de ekonomik faydanın tabana yayılmasına engel teşkil edildiği söylenebilir.

Şekil 4.66. Sinop İl’inde Sunulan Başlıca Hizmetler



Şekil 5.28., Sinop ilindeki işletmelerin sunduğu başlıca hizmetleri 5 işletme ve kurumun görüşleri üzerinden analiz etmektedir. Analiz, sektördeki hizmet çeşitliliğini ve hangi alanların daha yaygın olduğunu ortaya koymaktadır.

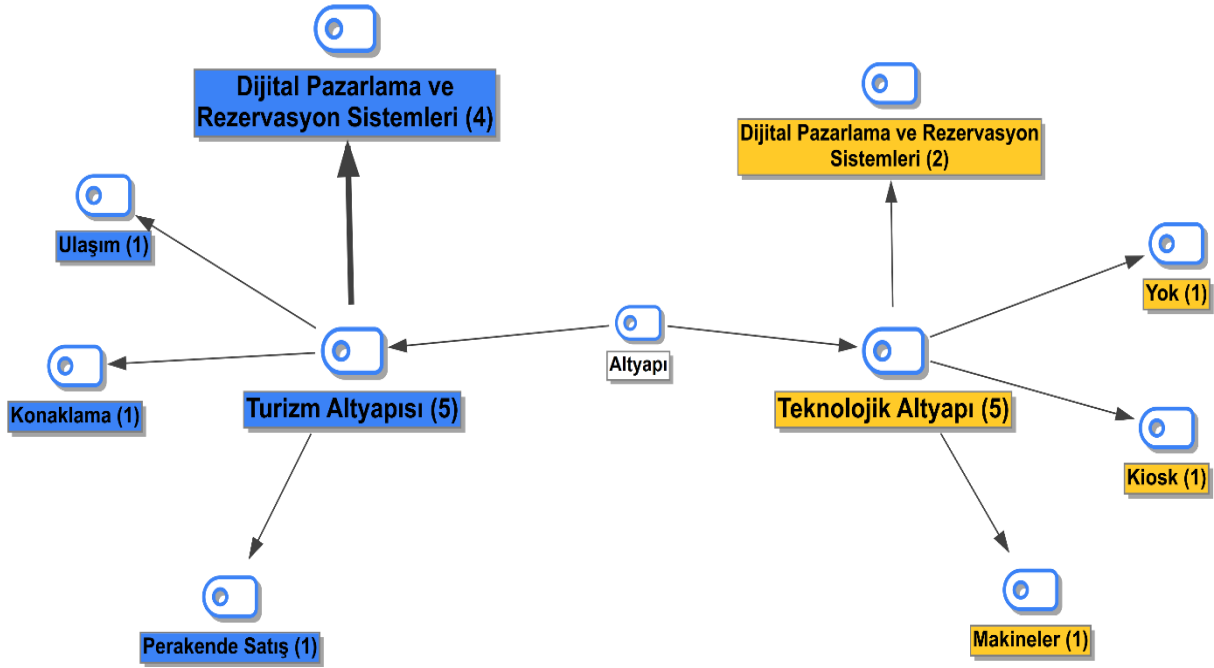
İşletmelerin en yaygın olarak sunduğu hizmet, 4 cevapla Yeme-İçme Hizmetleri (4) olarak belirtilmiştir. Bu durum, Sinop'ta yiyecek ve içecek sektörünün en baskın hizmet alanı olduğunu ve işletmelerin büyük çoğunluğunun bu alanda faaliyet gösterdiğini göstermektedir. Bu, hem yerel halk hem de turistler için önemli bir hizmet segmentidir.

İkinci sırada Konaklama (3), Etkinlik ve Festival Düzenleme (2) ve Rehberlik ve Tur Organizasyonu (2) gibi hizmetler yer almaktadır. Konaklama hizmetlerinin 3 cevapla öne çıkması, Sinop'un turizm potansiyelini destekleyen temel altyapının önemli bir parçası olduğunu göstermektedir. Etkinlik ve Festival Düzenleme ile Rehberlik ve Tur Organizasyonu hizmetlerinin de 2'şer cevapla belirtilmesi, Sinop'ta turizmin sadece temel hizmetlerle sınırlı kalmadığını, aynı zamanda deneyim odaklı ve organize edilmiş faaliyetlere de yatırım yapıldığını işaret etmektedir.

Son olarak, Diğer (1) cevabı ise bir işletmenin belirtilen ana hizmet alanlarının dışında farklı bir hizmet sunduğunu göstermektedir.

Sonuç olarak, bu şekil Sinop'taki işletmelerin hizmetlerini en yoğun şekilde yeme-içme ve konaklama gibi temel turizm alanlarında sunduğunu ortaya koymaktadır. Bununla birlikte, etkinlik ve tur organizasyonu gibi deneyim odaklı hizmetlerin de önemli bir yer tutması, Sinop'un turizm sektörünün gelişimine ve çeşitliliğine yönelik olumlu bir sinyal vermektedir.

Şekil 4.67. Sinop İli Turizm Altyapısı



Şekil 5.29., Sinop ilindeki işletme ve kurumların Altyapı konusundaki görüşlerini 5 işletme ve kurumun görüşleri üzerinden analiz etmektedir. Analiz, altyapı sorunlarını Turizm Altyapısı ve Teknolojik Altyapı olmak üzere iki ana başlık altında ele almaktadır.

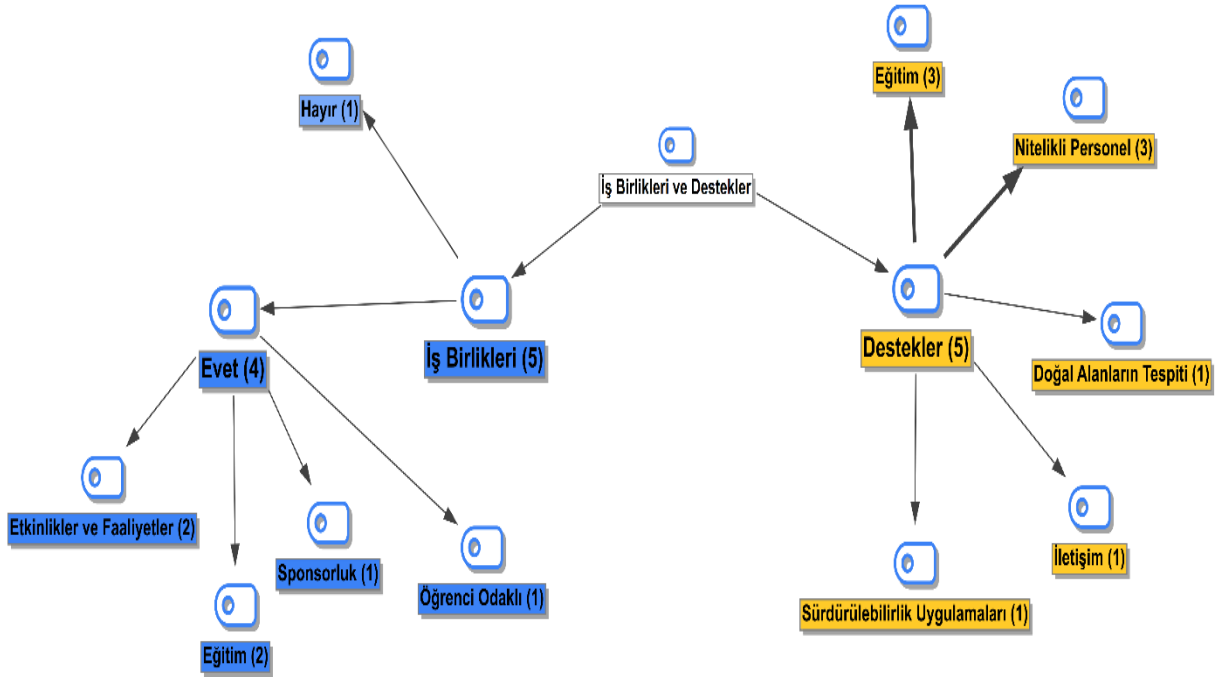
Turizm Altyapısı başlığı altında, 5 işletmenin görüşü yer almaktadır. Bu alandaki en önemli eksiklik 4 cevapla Dijital Pazarlama ve Rezervasyon Sistemleri (4) olarak belirtilmiştir. Bu durum, Sinop turizm sektörünün en büyük eksiklerinden birinin, dijital platformlarda yeterince var olamaması ve modern rezervasyon sistemlerini kullanamaması olduğunu göstermektedir. Diğer eksiklikler Ulaşım (1), Konaklama (1) ve Perakende Satış (1) olarak belirtilmiştir. Bu, ulaşım, konaklama ve perakende gibi temel turizm altyapı unsurlarının da bazı işletmeler için sorun teşkil ettiğini ortaya koymaktadır.

Teknolojik Altyapı başlığı altında da 5 işletmenin görüşü yer almaktadır. Bu alandaki en önemli eksiklik Dijital Pazarlama ve Rezervasyon Sistemleri (2) olarak belirtilmiştir. Bu verinin her iki ana başlık altında da yer alması, işletmelerin teknolojik altyapı eksikliklerini en çok dijital pazarlama ve rezervasyon sistemleri alanında hissettiğini teyit etmektedir. Makineler (1), Kiosk (1) ve Yok (1) gibi diğer başlıklar

ise daha spesifik teknolojik ihtiyaçları veya eksiklikleri ifade etmektedir. Yok cevabı, bir işletmenin teknolojik altyapı konusunda bir sorun görmediğini göstermektedir.

Sonuç olarak, bu şekil Sinop turizm sektörünün en büyük altyapı sorununun dijitalleşme alanında olduğunu, özellikle dijital pazarlama ve rezervasyon sistemleri eksikliğinin hem turizm altyapısı hem de teknolojik altyapı başlıkları altında en çok vurgulanan sorun olduğunu göstermektedir. Bu, sektörün pazarlama ve tanıtım faaliyetlerini günümüz koşullarına adapte etme konusunda ciddi bir gelişim ihtiyacı duyduğunu ortaya koymaktadır.

Şekil 4.68. Sinop İli Turizm İşletme ve Kurumlarının İş Birlikleri ve Destekleri



Şekil 5.30., Sinop turizm sektöründeki 5 işletme ve kurumun İş Birlikleri ve Destekler konusundaki görüşlerini analiz etmektedir. Analiz, İş Birlikleri (5) ve Destekler (5) olmak üzere iki ana başlık altında toplanmıştır.

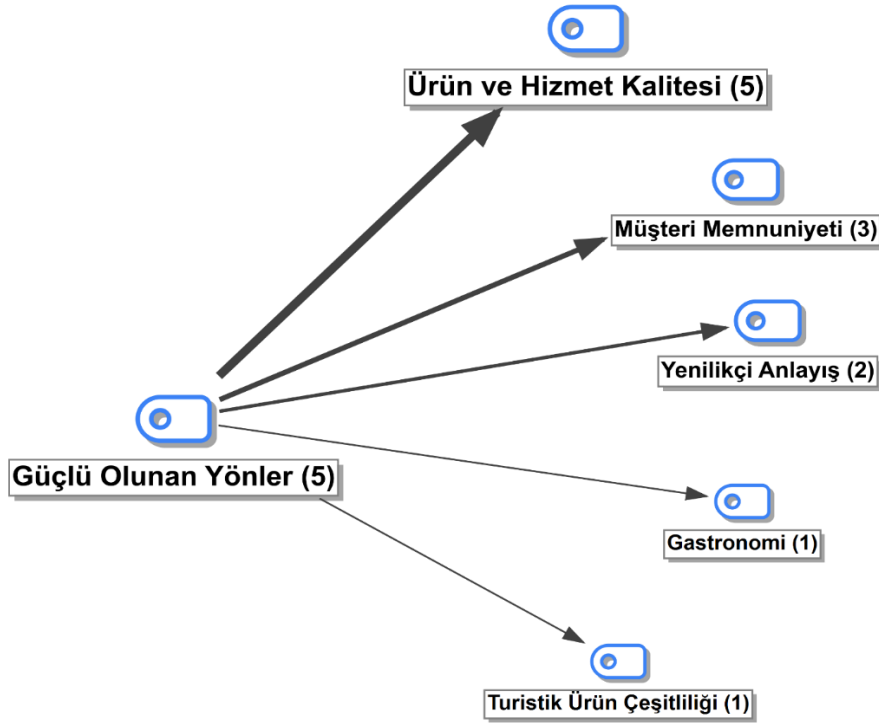
İş Birlikleri başlığı altında, 5 işletmenin 4'ü (%80) ortak çalışmalara katıldığını Evet (4) yanıtı ile belirtmiştir. Bu iş birlikleri en çok Etkinlikler ve Faaliyetler (2) ve Eğitim (2) alanlarında yoğunlaşmaktadır. Bu durum, sektördeki işletmelerin iş birliğini genellikle ortak etkinlik ve eğitim faaliyetleri aracılığıyla artırmaya çalıştığını göstermektedir. Ayrıca, Sponsorluk (1) ve Öğrenci Odaklı (1) iş birliklerinin de mevcut olduğu belirtilmiştir. Bir işletmenin Hayır (1) yanıtı vermesi, tüm işletmelerin iş birliği süreçlerine dahil olmadığını ortaya koymaktadır.

Destekler başlığı altında ise, en çok talep edilen destek alanları 3'er cevapla Eğitim (3) ve Nitelikli Personel (3) olmuştur. Bu veri, Sinop turizm sektörünün en büyük ihtiyacının insan kaynağının geliştirilmesi ve niteliğinin artırılması olduğunu açıkça göstermektedir. Diğer destek alanları ise birer

cevapla Doğal Alanların Tespiti (1), İletişim (1) ve Sürdürülebilirlik Uygulamaları (1) gibi daha spesifik konuları kapsamaktadır.

Sonuç olarak, bu şekil Sinop turizm sektöründeki işletmelerin iş birliğine açık olduğunu, bu iş birliklerinin genellikle ortak etkinlik ve eğitimler üzerinden gerçekleştiğini göstermektedir. Aynı zamanda, en büyük destek ihtiyacının eğitim ve nitelikli personel temini gibi insan kaynakları alanlarında olduğu sonucuna varılmaktadır.

Şekil 4.69. Sinop İli Turizm İşletme ve Kurumlarının Güçlü Yönleri



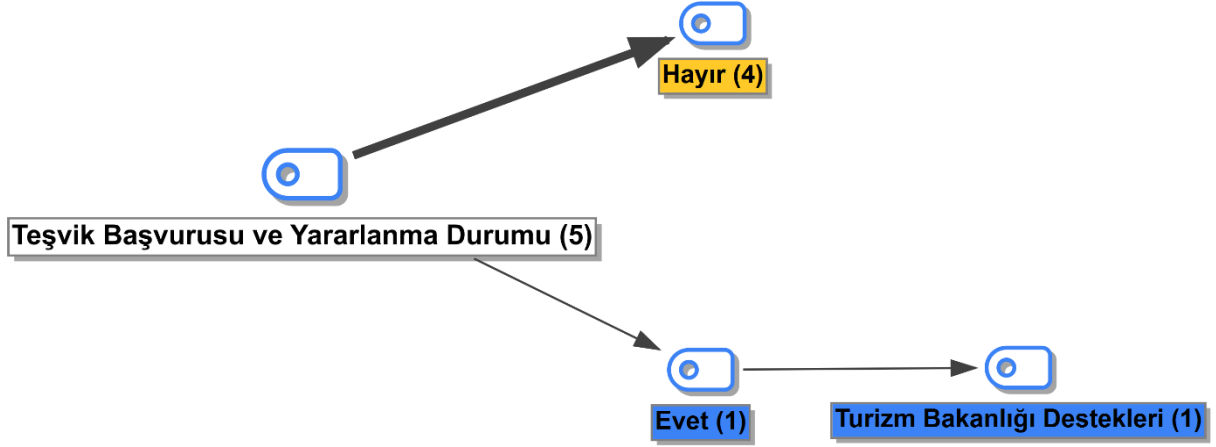
Şekil 5.31., Sinop iline dair turizm sektöründeki güçlü yönleri ve bu yönlerin önem derecesini analiz etmektedir. Analiz, Güçlü Olunan Yönler (5) ana başlığı altında, 5 farklı işletme veya kurumun görüşlerini yansıtmaktadır.

Bu alanda en çok öne çıkan konular Ürün ve Hizmet Kalitesi (5) olarak belirlenmiştir. Bu durum, sektördeki şirket ve kurumların tamamının bu konuyu güçlü bir yön olarak gördüğünü ve bu alanda önemli bir başarı elde ettiğini göstermektedir. İkinci en önemli güçlü yönler ise Müşteri Memnuniyeti (3) ve Yenilikçi Anlayış (2) olmuştur. Müşteri Memnuniyeti, şirketlerin çoğunluğu tarafından güçlü bir yön olarak görülürken, Yenilikçi Anlayış daha az sayıda şirket tarafından belirtilmiştir. En az vurgulanan güçlü yönler ise Gastronomi (1) ve Turistik Ürün Çeşitliliği (1) olmuştur. Bu bulgu, bu alanların henüz tam olarak gelişmediğini veya sadece sınırlı sayıda şirket tarafından öne çıkarıldığını göstermektedir.

Şekil, Sinop turizm sektöründe faaliyet gösteren şirket ve kurumların en çok ürün ve hizmet kalitesine odaklandığını, bunu müşteri memnuniyeti ve yenilikçi anlayışın takip ettiğini göstermektedir.

Gastronomi ve turistik ürün çeşitliliği ise henüz yeterli gelişimi gösterememiştir. Bu bulgular, Sinop'ta turizm sektörünün birden fazla alanda güçlü olduğunu, ancak özellikle gastronomi ve turistik ürün çeşitliliğinin daha az sayıda şirket veya kurum tarafından güçlü bir yön olarak belirtildiğini ortaya koymaktadır.

Şekil 4.70. Sinop İli Turizm İşletme ve Kurumlarının Teşvik Başvurusu ve Yararlanma Durumları

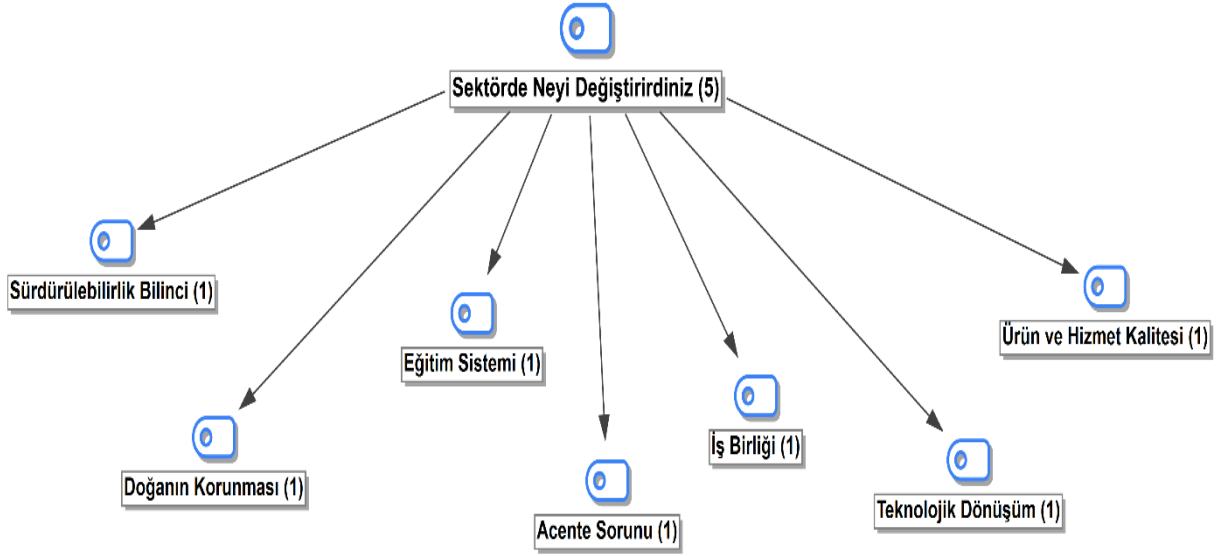


Şekil 5.32., Sinop iline dair turizm sektöründeki işletmelerin Teşvik Başvurusu ve Yararlanma Durumunu 5 farklı işletme veya kurumun görüşleri doğrultusunda analiz etmektedir.

Bu analize göre, Sinop'taki turizm sektöründe faaliyet gösteren şirket ve kurumların büyük çoğunluğu, yani 4'ü (%80) teşvik başvurusunda bulunmamış veya teşviklerden yararlanmamıştır. Sadece 1 şirket veya kurum (%20) teşvik başvurusunda bulunduğunu ve yararlandığını belirtmiştir. Yararlanan bu tek şirket veya kurumun ise Kültür ve Turizm Bakanlığı desteklerinden faydalandığı görülmektedir.

Bu bulgular, Sinop turizm sektöründeki şirket ve kurumların büyük bir kısmının teşvik başvurusu yapma veya teşviklerden yararlanma konusunda pasif kaldığını göstermektedir. Teşviklerden yararlanan az sayıdaki şirket veya kurumun ise özellikle Turizm Bakanlığı'nın sunduğu desteklere yöneldiği anlaşılmaktadır. Bu durum, Sinop'taki turizm işletmelerinin teşvikler konusunda yeterince bilgi sahibi olmayabileceğini, başvuru süreçlerini karmaşık bulabileceğini veya sunulan teşviklerin kendi ihtiyaçlarına uygun olmadığını düşünebileceğini işaret etmektedir. Ayrıca, teşviklerden yararlanmak için öncelikle Turizm Bakanlığı'nın desteklerinin tercih edildiği de bu şekilden çıkarılabilecek bir diğer sonuçtur.

Şekil 4.71. Sinop İli Turizm İşletme ve Kurumlarının Sektörde Neyi Değiştirdiniz? Sorusuna Yanıtları

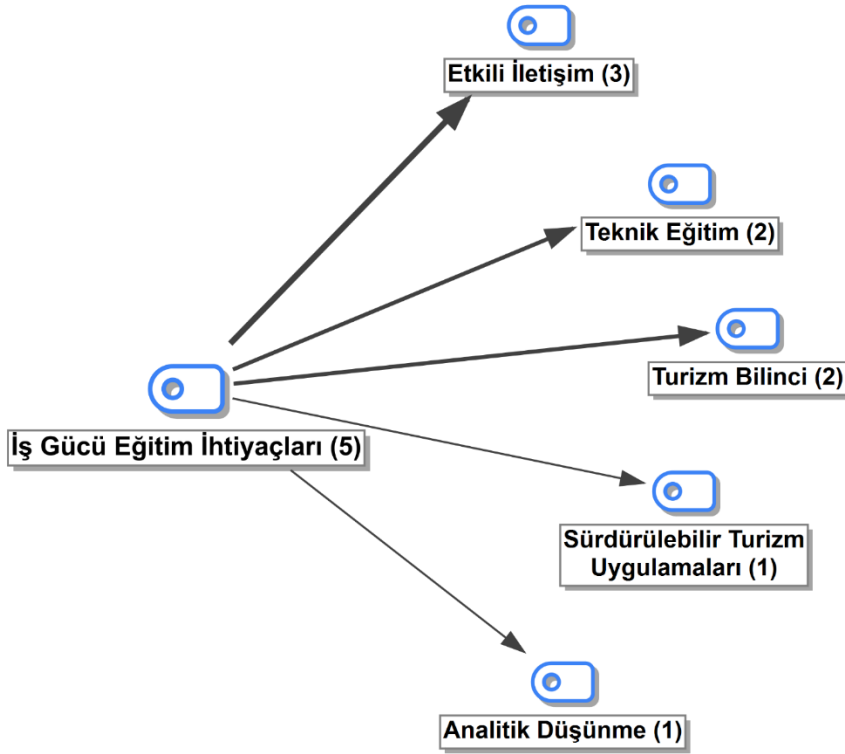


Şekil 5.33., Sinop iline dair turizm sektöründeki 5 farklı işletme veya kurumun Sektörde Neyi Değiştirdiniz? sorusuna verdikleri yanıtları analiz etmektedir.

Bu analize göre, sektördeki şirket ve kurumlar Sürdürülebilirlik Bilinci, Doğanın Korunması, Eğitim Sistemi, Acente Sorunu, İş Birliği, Teknolojik Dönüşüm ve Ürün ve Hizmet Kalitesi gibi pek çok farklı alanda değişiklik talep etmektedir. Şekilde görüldüğü üzere, belirtilen her bir değişiklik önerisi sadece 1 şirket veya kurum tarafından dile getirilmiştir. Bu durum, incelenen şirket ve kurumların farklı problemlere ve çözüm önerilerine odaklandığını göstermektedir. Ortak bir paydada buluşulamaması, sektördeki sorunların çeşitliliğini veya her bir işletmenin kendi özel deneyimlerinden yola çıkarak farklı öncelikler belirlediğini ortaya koymaktadır.

Şekil, Sinop turizm sektöründe faaliyet gösteren şirket ve kurumların sektördeki değişiklik taleplerinin oldukça dağınık olduğunu göstermektedir. Bu bulgular, sektörde çözüm bekleyen pek çok farklı konunun bulunduğunu ve her bir işletmenin kendi perspektifinden farklı bir sorunu önceliklendirdiğini ortaya koymaktadır. Sektördeki sorunların çözümüne yönelik ortak bir strateji oluşturulabilmesi için bu farklı bakış açılarının bir araya getirilmesi gerektiği anlaşılmaktadır.

Şekil 4.72. Sinop İli Turizm İşletme ve Kurumlarının İş Gücü Eğitim İhtiyaçları

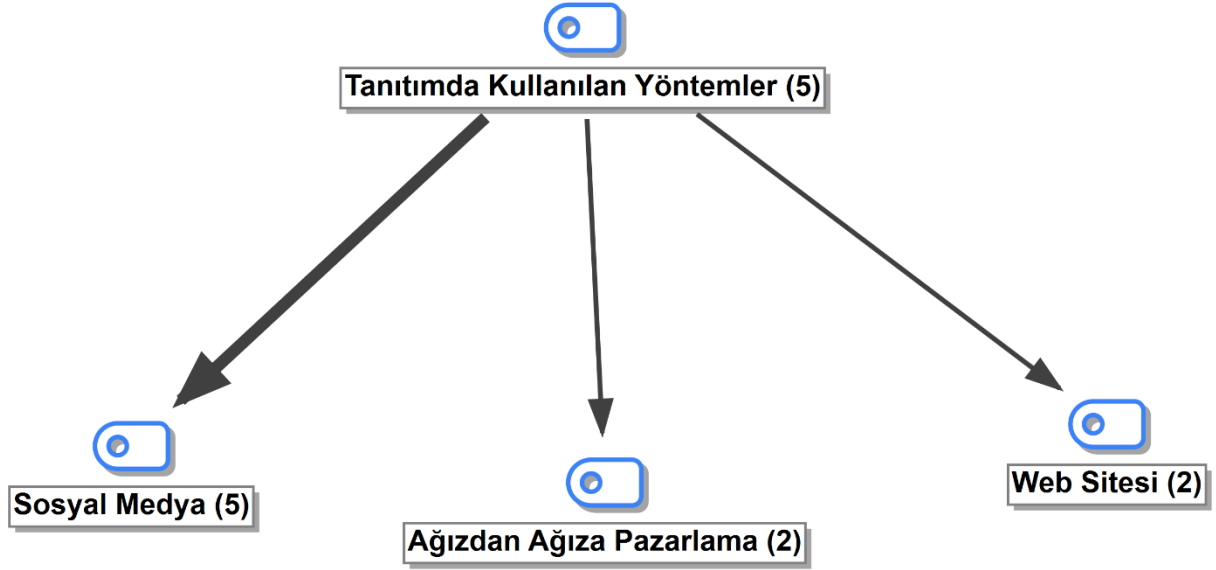


Şekil 5.34., Sinop iline dair turizm sektöründeki 5 farklı işletme veya kurumun İş Gücü Eğitim İhtiyaçları hakkındaki görüşlerini analiz etmektedir.

Bu analize göre, Sinop'taki şirket ve kurumlar en çok Etkili İletişim (3) konusunda eğitim ihtiyacı duymaktadır. Bu bulgu, işletmelerin çalışanlarının misafirlerle veya diğer paydaşlarla olan iletişim becerilerini geliştirmeyi oldukça önemsendiğini ve bu alanda bir eksiklik gördüğünü göstermektedir. İkinci en önemli eğitim ihtiyaçları ise Teknik Eğitim (2) ve Turizm Bilinci (2) olarak belirlenmiştir. Bu durum, sektördeki işletmelerin hem çalışanlarının mesleki ve teknik bilgi/becerilerini artırmaya hem de turizmin önemi ve temel prensipleri konusunda farkındalık yaratmaya yönelik bir çaba içinde olduğunu ortaya koymaktadır. En az belirtilen eğitim ihtiyaçları ise Sürdürülebilir Turizm Uygulamaları (1) ve Analitik Düşünme (1) olmuştur. Bu bulgular, sürdürülebilirlik ve analitik düşünme gibi konuların henüz sektörde geniş bir kesim tarafından öncelikli bir eğitim ihtiyacı olarak görülmediğini veya sadece sınırlı sayıda işletme tarafından vurgulandığını göstermektedir.

Şekil, Sinop turizm sektöründe faaliyet gösteren şirket ve kurumların iş gücü eğitim ihtiyaçlarının başında etkili iletişimin geldiğini, bunu teknik eğitim ve turizm bilincinin takip ettiğini göstermektedir. Sürdürülebilirlik ve analitik düşünme gibi daha spesifik konular ise henüz sektörün genelinde öncelikli birer eğitim ihtiyacı olarak benimsenmemiştir. Bu bulgular, sektörün öncelikle temel becerilere odaklandığını, daha yenilikçi ve stratejik konuların ise henüz tam olarak gündeme gelmediğini ortaya koymaktadır.

Şekil 4.73. Sinop İli Turizm İşletme ve Kurumlarında Tanıtımda Kullanılan Yöntemler

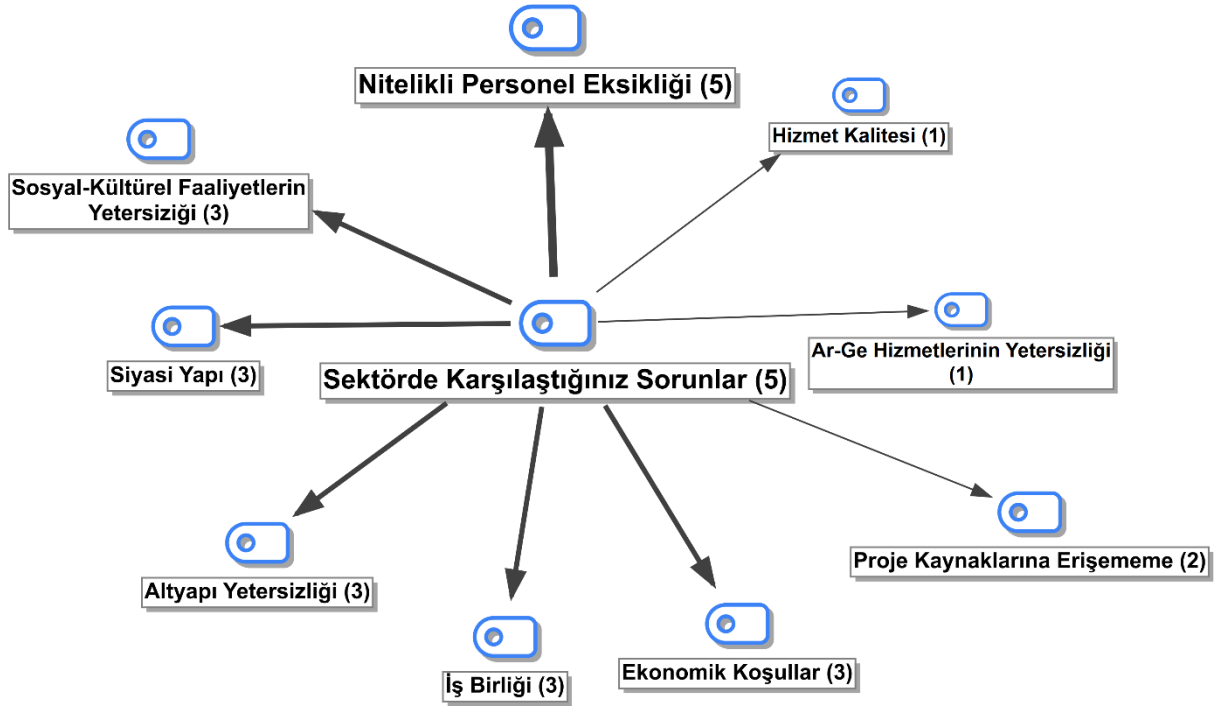


Şekil 5.35., Sinop ilindeki işletme ve kurumların tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinde kullandığı yöntemleri 5 işletme ve kurumun görüşleri üzerinden analiz etmektedir.

Bu analize göre, Sinop'taki şirket ve kurumların tamamı, yani 5'i (%100) Sosyal Medya'yı tanıtım yöntemi olarak kullanmaktadır. Bu bulgu, sosyal medyanın bölgedeki turizm işletmeleri için en önemli ve yaygın tanıtım aracı olduğunu açıkça göstermektedir. Sosyal medya platformlarının, hedef kitleye ulaşma ve ürün/hizmetleri tanıtmada konusunda vazgeçilmez bir role sahip olduğu anlaşılmaktadır. İkinci en çok kullanılan tanıtım yöntemleri ise Ağızdan Ağıza Pazarlama (2) ve Web Sitesi (2) olmuştur. Bu durum, işletmelerin müşterilerinin deneyimlerinden yola çıkarak doğal bir pazarlama süreci oluşturmaya önem verdiğini ve aynı zamanda kendi web siteleri üzerinden de tanıtım faaliyetlerini yürüttüğünü göstermektedir.

Şekil, Sinop turizm sektöründe faaliyet gösteren şirket ve kurumların tanıtım stratejilerinin merkezine sosyal medyayı koyduğunu, bunun yanı sıra ağızdan ağıza pazarlama ve web sitelerini de kullandığını göstermektedir. Bu bulgular, sektördeki işletmelerin hem modern dijital pazarlama araçlarını aktif olarak kullandığını hem de geleneksel pazarlama yöntemlerinin etkisinden faydalanmaya devam ettiğini ortaya koymaktadır.

Şekil 4.74. Sinop İli Turizm İşletme ve Kurumların Sektörde Karşılaştığı Sorunlar

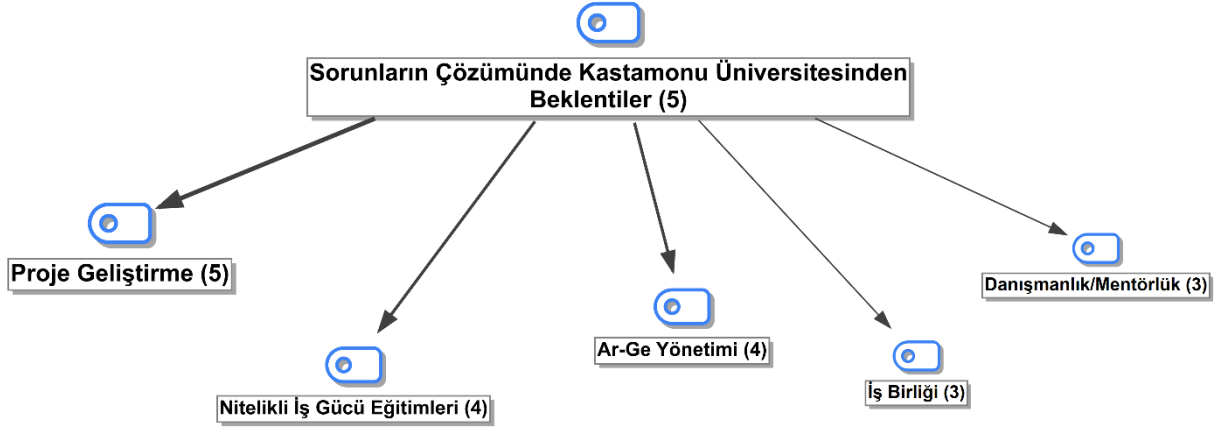


Şekil 5.36., Sinop ilindeki turizm sektöründe faaliyet gösteren 5 işletme ve kurumun karşılaştığı sorunları analiz etmektedir.

Bu analize göre, Sinop turizm sektöründeki işletmelerin tamamı, yani 5'i (%100) Nitelikli Personel Eksikliği sorununu yaşamaktadır. Bu bulgu, sektörün en temel ve en yaygın sorununun kalifiye iş gücü eksikliği olduğunu açıkça göstermektedir. Bu sorunun, hizmet kalitesinden sektörün gelişimine kadar pek çok alanda olumsuz etki yarattığı anlaşılmaktadır. İkinci en yaygın sorunlar ise 3'er şirket ve kurum tarafından belirtilen Sosyal-Kültürel Faaliyetlerin Yetersizliği, Siyasi Yapı, Altyapı Yetersizliği, İş Birliği ve Ekonomik Koşullar olarak sıralanmaktadır. Bu durum, sektörün sadece personel eksikliği gibi içsel bir sorunla değil, aynı zamanda dışsal faktörlerle (sosyal, kültürel, politik, ekonomik ve altyapısal) da mücadele ettiğini ortaya koymaktadır. Daha az sayıda işletme tarafından belirtilen sorunlar ise Proje Kaynaklarına Erişememe (2), Hizmet Kalitesi (1) ve Ar-Ge Hizmetlerinin Yetersizliği (1) olmuştur.

Şekil, Sinop turizm sektöründe faaliyet gösteren şirket ve kurumların en önemli sorununun nitelikli personel eksikliği olduğunu göstermektedir. Bunun yanı sıra, sosyal-kültürel faaliyetler, siyasi yapı, altyapı, iş birliği ve ekonomik koşullar gibi alanlarda da önemli sorunlar yaşandığı görülmektedir. Bu bulgular, sektörün çok yönlü ve karmaşık sorunlarla karşı karşıya olduğunu ve bu sorunların çözümü için bütüncül bir yaklaşıma ihtiyaç duyulduğunu ortaya koymaktadır.

Şekil 4.75. Sinop İli Turizm İşletme ve Kurumlarının Sorunların Çözümünde Kastamonu Üniversitesi'nden Beklentileri

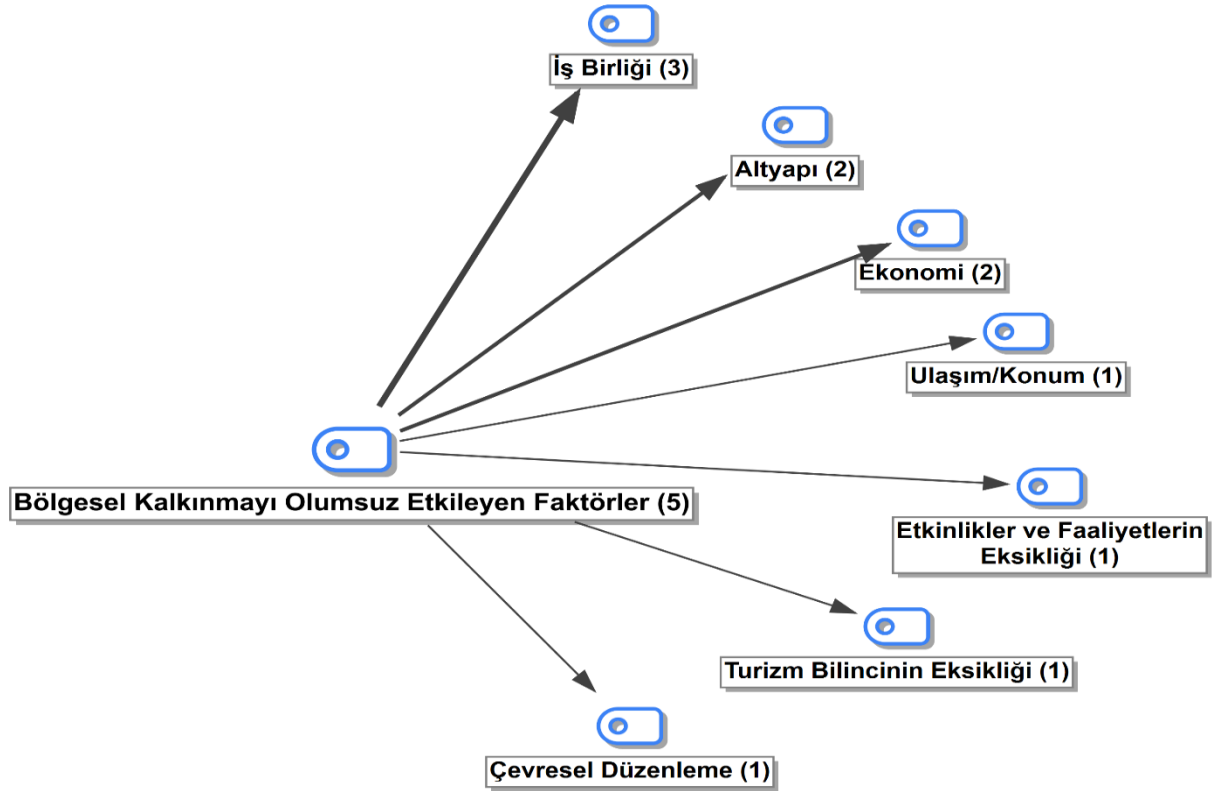


Şekil 5.37., Sinop ilindeki turizm sektöründe faaliyet gösteren 5 işletme ve kurumun, sektördeki sorunların çözümü için Kastamonu Üniversitesi'nden Beklentilerini analiz etmektedir.

Bu analize göre, Sinop'taki turizm işletmelerinin tamamı, yani 5'i (%100) Kastamonu Üniversitesi'nden Proje Geliştirme konusunda destek beklemektedir. Bu bulgu, işletmelerin üniversitenin proje hazırlama ve yönetme becerilerinden faydalanmak istediklerini açıkça göstermektedir. İkinci en önemli beklentiler ise 4'er şirket ve kurum tarafından belirtilen Nitelikli İş Gücü Eğitimleri ve Ar-Ge Yönetimi'dir. Bu durum, işletmelerin hem üniversite aracılığıyla nitelikli personel yetiştirme hem de araştırma-geliştirme faaliyetlerini yürütme konusunda üniversite desteğine ihtiyaç duyduğunu ortaya koymaktadır. 3'er şirket ve kurum tarafından belirtilen beklentiler ise İş Birliği ve Danışmanlık/Mentörlük hizmetleridir. Bu bulgular, işletmelerin üniversite ile daha yakın bir iş birliği içinde olmayı ve profesyonel danışmanlık hizmeti almayı önemseydiğini göstermektedir.

Şekil, Sinop turizm sektöründe faaliyet gösteren şirket ve kurumların, karşılaştıkları sorunların çözümü için Kastamonu Üniversitesi'nden en çok proje geliştirme konusunda destek beklediğini göstermektedir. Bunun yanı sıra, nitelikli iş gücü eğitimi, Ar-Ge yönetimi, iş birliği ve danışmanlık gibi konularda da beklentiler bulunmaktadır. Bu bulgular, sektördeki işletmelerin, Kastamonu Üniversitesi'nin akademik bilgi birikimi ve uzmanlığından faydalanarak hem operasyonel hem de stratejik sorunlarını çözme arayışında olduğunu ortaya koymaktadır.

Şekil 4.76. Sinop İli Turizm İşletme ve Kurumlarına Göre Bölgesel Kalkınmayı Olumsuz Etkileyen Faktörler

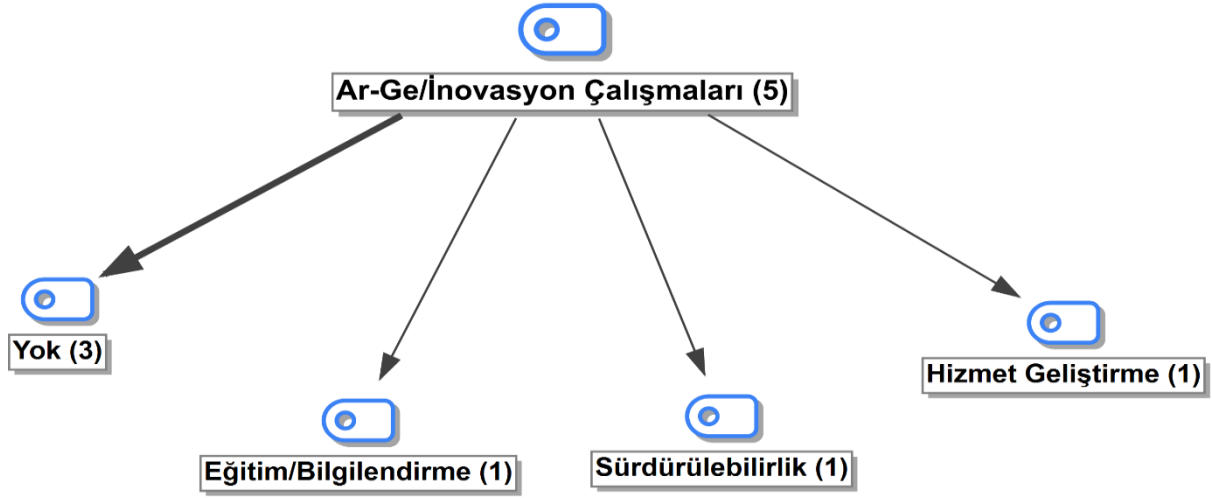


Şekil 5.38., Sinop ilindeki turizm sektöründe faaliyet gösteren 5 işletme ve kurumun, Bölgesel Kalkınmayı Olumsuz Etkileyen Faktörler hakkındaki görüşlerini analiz etmektedir.

Bu analize göre, Sinop'taki işletmelerin 3'ü (%60) İş Birliği eksikliğini bölgesel kalkınmayı olumsuz etkileyen en önemli faktör olarak görmektedir. Bu bulgu, sektördeki paydaşlar arasında yeterli düzeyde koordinasyon ve iş birliğinin sağlanamadığını ve bunun da bölgesel kalkınmanın önünde ciddi bir engel teşkil ettiğini göstermektedir. İkinci en önemli faktörler ise 2'şer işletme tarafından belirtilen Altyapı ve Ekonomi'dir. Bu durum, bölgenin altyapı yetersizlikleri ve ekonomik koşullarının da turizm sektörünün gelişimini ve dolayısıyla bölgesel kalkınmayı olumsuz etkilediğini ortaya koymaktadır. Diğer tüm faktörler (Ulaşım/Konum, Etkinlikler ve Faaliyetlerin Eksikliği, Turizm Bilincinin Eksikliği, Çevresel Düzenleme) ise sadece 1'er işletme tarafından dile getirilmiştir.

Şekil, Sinop turizm sektöründe faaliyet gösteren şirket ve kurumların bölgesel kalkınmanın önündeki en büyük engel olarak iş birliği eksikliğini gördüğünü göstermektedir. Bunun yanı sıra, altyapı ve ekonomik sorunlar da önemli faktörler olarak belirtilmektedir. Ulaşım, etkinlikler, turizm bilinci ve çevresel düzenleme gibi konular ise daha az sayıda işletme tarafından vurgulanmıştır. Bu bulgular, Sinop'ta bölgesel kalkınmanın sağlanabilmesi için öncelikle sektör içi iş birliğinin güçlendirilmesi, altyapı ve ekonomik sorunların giderilmesi gerektiğini ortaya koymaktadır.

Şekil 4.77. Sinop İli Turizm İşletme ve Kurumlarının Ar-Ge/İnovasyon Çalışmaları



Şekil 5.39., Sinop ilindeki turizm sektöründe faaliyet gösteren 5 işletme ve kurumun, Ar-Ge/İnovasyon Çalışmaları hakkındaki görüşlerini analiz etmektedir.

Bu analize göre, Sinop'taki turizm işletmelerinin büyük çoğunluğu, yani 3'ü (%60) herhangi bir Ar-Ge veya inovasyon çalışması yapmadığını belirtmiştir. Bu bulgu, sektördeki işletmelerin yenilikçilik ve araştırma-geliştirme konularında yetersiz olduğunu veya bu tür çalışmalara yeterli kaynak ayırmadığını göstermektedir. Diğer taraftan, 1'er işletme (%20) Eğitim/Bilgilendirme, Sürdürülebilirlik ve Hizmet Geliştirme alanlarında Ar-Ge veya inovasyon çalışmaları yürüttüğünü ifade etmiştir. Bu durum, sektörde az sayıda da olsa yenilikçi yaklaşımları benimseyen ve farklı alanlarda (eğitim, sürdürülebilirlik, hizmet geliştirme) çalışmalar yapan işletmelerin bulunduğunu göstermektedir.

Şekil, Sinop turizm sektöründe faaliyet gösteren şirket ve kurumların büyük bir kısmının Ar-Ge ve inovasyon çalışmalarına mesafeli olduğunu göstermektedir. Ancak, küçük bir kesim ise yenilikçi yaklaşımlar benimseyerek eğitim, sürdürülebilirlik ve hizmet geliştirme gibi alanlarda çalışmalar yapmaktadır. Bu bulgular, sektörde inovasyon kültürünün henüz tam olarak yerleşmediğini ve yenilikçilik konusunda daha fazla farkındalık ve teşvik ihtiyacı olduğunu ortaya koymaktadır.

Tablo 4.6. Sinop İli Tabiat Turizmi GZFT Analizi

Güçlü Yönler	Zayıf Yönler
• Ürün ve Hizmet Kalitesi • Müşteri Memnuniyeti ve Yenilikçi Anlayış • Dijital Tanıtım • Hizmet Sunumlarında Çeşitlilik	• Nitelikli Personel Eksikliği • Altyapı Yetersizliği • Teşviklerden Yararlanamama • Ar-Ge ve İnovasyon Eksikliği • Sınırlı Hizmet Çeşitliliği
Fırsatlar	Tehditler
• Eğitim ve İş Birliği • Kurumsal Destek • Personel Gelişimi • İş Birliği Potansiyeli	• Ekonomik Koşullar • Bölgesel Kalkınma Sorunları • Çözüm Odaklı Yaklaşım Eksikliği

Sinop turizm sektörü, ürün ve hizmet kalitesini en güçlü yönü olarak görmektedir. İşletmelerin büyük çoğunluğu müşteri memnuniyetini güçlü bir yön olarak belirtmiştir. Yenilikçi bir anlayışa sahip olan sektör, sosyal medyayı tanıtım için en önemli araç olarak kullanmaktadır. Ayrıca, sektörde yeme-içme ve konaklama gibi çeşitli hizmetler sunulmaktadır. Ancak, sektörün en temel ve en yaygın sorunu nitelikli personel eksikliğidir ve bu durum tüm işletmeleri etkilemektedir. Turizm ve teknolojik altyapı yetersizliği de önemli eksiklikler arasındadır; özellikle dijital pazarlama ve rezervasyon sistemleri en büyük eksiklik olarak öne çıkmaktadır. İşletmelerin büyük çoğunluğu (%80) teşviklerden yararlanmamıştır. Ar-Ge ve inovasyon çalışmaları yetersizdir ve gastronomi ile turistik ürün çeşitliliği sınırlı kalmaktadır.

Sektör için fırsatlar da mevcuttur. Sektör, eğitim ve nitelikli personel desteğine ihtiyaç duymaktadır. Kastamonu Üniversitesi'nden en büyük beklentiler proje geliştirme, nitelikli iş gücü eğitimleri ve Ar-Ge yönetimi alanlarındadır. Sektör, Kastamonu Üniversitesi'nden danışmanlık/mentörlük ve iş birliği gibi konularda beklentilere sahiptir. İş gücü eğitim ihtiyaçlarının başında etkili iletişim gelmektedir. İşletmelerin çoğunluğu ortak çalışmalara katıldığını belirtmiştir. Tehditler arasında ise ekonomik koşullar, sektörün karşılaştığı en önemli sorun olarak görülmektedir. İş birliği eksikliği ve altyapı sorunları da bölgesel kalkınmayı olumsuz etkilemektedir. Siyasi yapı ve iş birliği eksikliği gibi yönetimsel ve yapısal sorunlar da önemli zorluklardandır. Sektördeki sorunlara yönelik ortak bir strateji oluşturulamaması da çözüm odaklı yaklaşım eksikliği olarak değerlendirilmektedir.

6. STRATEJİK AMAÇLAR VE HEDEFLER

Tabiat Turizmi sektörüne yönelik, TR81 (Zonguldak, Karabük, Bartın) ve TR82 (Kastamonu, Sinop, Çankırı) bölgelerinde gerçekleştirilen saha görüşmeleri, literatür taramaları ve mevcut durum analizleri doğrultusunda, bölgelerin doğal değerlerini koruyarak kalkınmasını sağlayacak, bölgesel özgünlükleri temel alan stratejik amaçlar ve bu amaçlara bağlı hedefler oluşturulmuştur. Tabiat turizmi alanında yapılan değerlendirmeler; kurumsal kapasite eksiklikleri, nitelikli insan kaynağı ihtiyacı, teknik altyapı yetersizlikleri, tanıtım ve pazarlama sorunları, kamu destek mekanizmalarına erişimde yaşanan güçlükler ve paydaşlar arası koordinasyon eksiklikleri gibi temel yapısal sorunlara işaret etmektedir. Bu doğrultuda, tabiat turizmi alanında rekabetçi, sürdürülebilir ve yerel kalkınmayı destekleyen bir ekosistemin inşa edilmesi gerekliliği öne çıkmaktadır. Bölgesel ölçekte güçlü bir destinasyon yapısının kurulması, yerel ürünlerin turizme entegre edilmesi, hizmet kalitesinin artırılması, akademik bilgi ile yerel uygulamaların bütünleştirilmesi ve üniversite merkezli uzmanlaşmanın saha ile buluşturulması temel öncelikler arasında yer almaktadır.

Kastamonu Üniversitesi'nin "Ormancılık ve Tabiat Turizmi" alanındaki ihtisaslaşma süreci, tabiat turizmi perspektifinden değerlendirildiğinde, bölge için stratejik bir fırsat sunmaktadır. Üniversitenin ilgili merkez ve birimlerinin, tasarım, eğitim, rehberlik, yerel ürünlerin ticarileştirilmesi ve deneyim odaklı turizm ürünlerinin geliştirilmesi gibi konularda aktif rol üstlenmesi beklenmektedir. Bu yapı yalnızca akademik üretimi değil, aynı zamanda yerel kalkınma hedeflerini destekleyen uygulamalı modelleri de kapsamaktadır.

Bölgeden toplanan saha verileri, ziyaretçi deneyimini zenginleştirecek yeni ürün ve hizmetlerin geliştirilebilmesi için teknik altyapının güçlendirilmesine, eğitim programlarının yaygınlaştırılmasına ve genç nüfusun tabiat temelli meslek alanlarına yönlendirilmesine yönelik çok aktörlü müdahalelere ihtiyaç olduğunu ortaya koymaktadır. Ayrıca tanıtım, dijital pazarlama, destinasyon markalaşması ve uluslararası görünürlük gibi alanlarda eksiklikler sürmektedir. Bu bağlamda belirlenen stratejik amaç ve hedefler, üniversitelerin araştırma, eğitim, uygulama ve toplumsal katkı fonksiyonlarını tabiat turizmi ekseninde harekete geçirmeyi; aynı zamanda yerel yönetimler, kamu kurumları, özel sektör ve sivil toplum kuruluşları arasında iş birliği ve eşgüdümün artırılmasını hedeflemektedir.

Tablo 6.1. Bölgesel Kalkınma İçin Amaçlar ve Hedefler

Amaç 1	Tabiat Turizmi Odaklı Sürdürülebilir Kalkınmayı Desteklemek
Hedef 1.1	Orman köylerine yönelik Ekoturizm Girişimciliği Eğitim Programı geliştirmek.
Hedef 1.2	Bölgedeki korunan alanlarda turizm taşıma kapasitesi çalışmaları yürütmek.
Hedef 1.3	Küre Dağları Milli Parkı özelinde biyolojik çeşitliliği koruma, öncelikli rotalar oluşturularak, ziyaretçi yönlendirme sistemlerinin tabiat temelli çözümlerle yeniden düzenlenmesi.
Hedef 1.4	Kastamonu kırsalında, “Yeşil Yol” güzergâhına entegrasyona uygunluğu için fizibilite çalışmaları yapmak.
Hedef 1.5	Kültür Yolu Festivali’nin Kastamonu’da gerçekleştirilebilmesi için gerekli fiziki, kurumsal ve lojistik altyapıya yönelik ön hazırlık çalışmalarını yürütmek.
Hedef 1.6	İklim değişikliği ile artan yangın ve aşırı hava olayları riskine karşı, korunan alanlarda tabiat turizmi faaliyetleri için iklim dirençli yönetim stratejileri oluşturmak.
Amaç 2	Turizm Eğitiminde İhtisaslaşma ve Nitelikli İnsan Kaynağı Yetiştirmek
Hedef 2.1	Sektör odaklı uygulamalı eğitim modelleri ve simülasyon ortamları geliştirmek.
Hedef 2.2	Öğrencilerin sektörde erken deneyim kazanmalarını sağlamak için uzun süreli staj ve yerinde uygulama programları oluşturmak.
Hedef 2.3	Ulusal ve uluslararası sertifika programları ile mezunların mesleki yeterliliklerini arttırmak.
Hedef 2.4	Tabiat Turizmi Rehberliği Uzmanlaşma Sertifikasyon Programı açmak.
Amaç 3	Bölgesel Turizmde Katma Değerli Ürün ve Hizmetler Geliştirmek
Hedef 3.1	Yöresel tabiat ürünlerini (örneğin, mantar, bal, şifalı bitkiler) turistik ürüne dönüştürmek için yerel işletmelere danışmanlık sağlamak
Hedef 3.2	Kastamonu ve çevresinin kültürel, doğal ve gastronomik değerlerine yönelik destinasyon yönetimi çalışmaları yapmak
Hedef 3.3	Yerel halkın turizm faaliyetlerine katılımını teşvik eden kırsal turizm ve eko-turizm projeleri geliştirmek
Hedef 3.4	Kastamonu’nun destinasyon markalaşmasına katkı sunacak stratejiler üretmek ve uygulamak
Amaç 4	Bilimsel Alt Yapı ve Teknoloji Entegrasyonunu Güçlendirmek
Hedef 4.1	Sektör paydaşlarına yönelik, dijital pazarlama, veri analitiği ve turizm teknolojileri eğitimleri düzenlemek.
Hedef 4.2	Sanal turizm, artırılmış gerçeklik ve yapay zeka gibi dijital araçları eğitim ve tanıtım olarak kullanmak.
Hedef 4.3	Dijital turizm girişimlerine yönelik mentörlük desteklerini sağlamak.

Amaç 5	Toplumsal Sorumluluk, Kültürel Miras ve Sürdürülebilir Turizm Bilincini Geliştirmek
Hedef 5.1	Engelli bireyler için erişilebilir tabiat rotaları belirlemek.
Hedef 5.2	Ağaç dikim kampanyaları ve gönüllü ekoturizm rehberliği programları düzenlemek.
Hedef 5.3	Yerel halk, gençlik grupları ve öğrencilerle sürdürülebilir turizm, çevre duyarlılığı ve kültürel miras odaklı etkinlikler düzenlemek.
Hedef 5.4	Gönüllülük temelli sosyal sorumluluk projeleri (örn. temizlik kampanyaları, engelli dostu turizm etkinlikleri) yürütmek.
Hedef 5.5	Sürdürülebilir temelli akademik çalışmalar yapmak.
Hedef 5.6	Atatürk ve İstiklal Yolu kapsamında yürüyüşler düzenlemek.
Amaç 6	Ulusal ve Uluslararası İş Birlikleri ile Markalaşma
Hedef 6.1	Uluslararası üniversitelerle çift diploma, ortak ders ve araştırma projeleri yürütmek üzere protokoller oluşturmak.
Hedef 6.2	Kastamonu Üniversitesi'ni ulusal ve uluslararası düzeyde temsil edecek akademik kongre, fuar ve çalıştaylara aktif katılım sağlamak.
Hedef 6.3	Bölgenin coğrafi işaretli ürünlerini turizm paketlerine entegre etmek.
Hedef 6.4	Uluslararası sıralamalarda görünürlüğü artırmak için akreditasyon, kalite belgesi ve derecelendirme süreçlerine başvurmak.
Hedef 6.5	Kastamonu'nun destinasyon markalaşmasını desteklemek amacıyla tematik (tabiat, kültür, tarih, gastronomi) alt markaları bütüncül bir marka çatısı altında konumlandırmak ve tanıtım stratejileri geliştirmek.

7. STRATEJİLERİN UYGULANMASI VE TAKİBİ

Kurumların uzun vadeli vizyonlarına ulaşmalarını sağlayan temel araçlardan biri olan stratejik planlama süreci, yalnızca amaç ve hedeflerin tanımlanmasıyla sınırlı kalmayıp, bu hedeflerin somut faaliyetlerle hayata geçirilmesi ve sürecin düzenli olarak izlenmesiyle gerçek anlamda değer üretir. Kastamonu Üniversitesi'nin 2025-2029 dönemine ilişkin kurumsal stratejik hedeflerine katkı sunmak amacıyla, ilgili birim tarafından TR81 ve TR82 bölgelerindeki paydaşlarla yapılan saha görüşmeleri doğrultusunda 2026-2030 dönemini kapsayan tematik bir stratejik plan hazırlanmıştır. Bu plan, Üniversitemizin misyon, vizyon ve temel değerleriyle tam uyum içinde oluşturulmuştur.

Hazırlanan stratejik plan, özellikle tabiat turizmi alanında uzmanlaşma hedefi çerçevesinde, üniversitenin yerel kalkınmadaki rolünü daha da görünür kılmayı, katma değerli bilgi üretimini saha ile buluşturmayı ve bölgeye özgü sürdürülebilir turizm modellerini teşvik etmeyi amaçlamaktadır. Planın izleme ve değerlendirme sürecinden sorumlu ana yapı, Kastamonu Üniversitesi İhtisas Üniversitesi İzleme, Değerlendirme ve Yürütme Kurulu'dur. Belirlenen amaç ve hedeflere ilişkin performans göstergelerinin düzenli takibi, süreçte ortaya çıkabilecek risklerin yönetilmesi ve gelişmelerin raporlanması ise Ormancılık ve Tabiat Turizmi İhtisaslaşma Koordinatörlüğü tarafından yürütülecektir.

Stratejik planın başarısı; yalnızca hedeflerin belirlenmesine değil, bu hedeflerin sistematik, şeffaf ve izlenebilir biçimde uygulanmasına bağlıdır. Bu doğrultuda, performans göstergeleri altı aylık periyotlarla değerlendirilecek; elde edilen sonuçlar ışığında gerekli revizyonlar yapılacaktır. Sürekli iyileşmeyi esas alan bu yapı, tüm iç ve dış paydaşların aktif katılımını ve kurumsal iş birliğini temel alan bir anlayışla işletilecektir.

Tablo 7.1 Orman Köylerine Yönelik "Ekoturizm Girişimciliği Eğitim Programı" Geliştirmek Hedef Kartı

Amaç (A1)	Tabiat Turizmi Odaklı Sürdürülebilir Kalkınmayı Desteklemek						
Hedef (H 1.1)	Orman köylerine yönelik "Ekoturizm Girişimciliği Eğitim Programı" geliştirmek						
Performans Göstergeleri	Hedefe Etkisi (%)	Plan Dönemi Başlangıç Değer	2026	2027	2028	2029	2030
PG1.1.1 Katılımcı orman köyü sayısı	30	0	3	5	7	9	10
PG1.1.2 Eğitime katılan girişimci adayları (kişi)	30	0	30	50	70	90	100

PG1.1.3 Girişimcilik eğitimi sonrası kurulan ekoturizm girişimi sayısı	20	0	2	4	6	8	10
PG1.1.4 Düzenlenen Ekoturizm Eğitimi Sayısı	20	0	1	2	3	4	5
Sorumlu Birim	Turizm Fakültesi						
İş Birliği Yapılacak Birimler	- Kastamonu Üniversitesi Ormancılık ve Tabiat Turizmi İhtisaslaşma Koordinatörlüğü - İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü - Tarım ve Orman Bakanlığı - Kastamonu Üniversitesi Sürekli Eğitim Araştırma ve Uygulama Merkezi (KASÜSEM) - Kalkınma Ajansları (KUZA, BAKKA) - Orman Genel Müdürlüğü - Kastamonu Üniversitesi Orman Fakültesi - Doğa Koruma ve Milli Parklar Bölge Müdürlükleri - Belediyeler/ Köy Muhtarlıkları						
Riskler	- Orman köylerinde eğitime erişimde coğrafi ve iletişim engelleri - Katılımcıların düşük motivasyonu veya eğitim sonrası uygulamaya geçememesi - Girişimlerin sürdürülebilirliğini tehdit eden finansal destek eksikliği - İlgili kurumlar arası koordinasyon eksikliği						
Stratejiler	- Programın modüler ve çevrim içi erişilebilir formatta tasarlanması - Köylerde yerel liderlerle iş birliği yapılarak bilgilendirme toplantıları düzenlenmesi - Eğitim sonrası mentorluk ve mikro-kredi destek modellerinin geliştirilmesi - Eğitim programının uygulamalı sahalarla desteklenmesi - Üniversite-Kamu-STK iş birliğiyle sürdürülebilir ekoturizm modellerinin tanıtılması						
Tespitler	- Orman köylerinde ekoturizm potansiyeli yüksek olmasına rağmen yeterince değerlendirilememektedir - Yerel halkta girişimcilik bilinci sınırlıdır - Üniversitenin bilgi ve eğitim altyapısı bu ihtiyacı karşılayacak düzeydedir - Ekoturizmin bölgesel kalkınma için bir kaldıraç etkisi yaratabileceği anlaşılmıştır						
İhtiyaçlar	- Ekoturizm konusunda yerel halkın bilgi ve becerilerinin artırılması - Eğitim içeriklerinin kırsal bağlama uygun şekilde tasarlanması - Girişimciliği teşvik edecek finansal ve yönetsel destek mekanizmalarının oluşturulması - Program çıktılarının izlenmesi ve sürdürülebilirliğinin sağlanması için izleme-değerlendirme sistemi kurulması						

Tablo 7.2 Bölgedeki Korunan Alanlarda Turizm Taşıma Kapasitesi Çalışmaları Yürütmek Hedef Kartı

Amaç (A1)	Tabiat Turizmi Odaklı Sürdürülebilir Kalkınmayı Desteklemek						
Hedef (H 1.2)	Bölgedeki korunan alanlarda turizm taşıma kapasitesi çalışmaları yürütmek.						
Performans Göstergeleri	Hedefe Etkisi (%)	Plan Dönemi Başlangıç Değer	2026	2027	2028	2029	2030
PG1.2.1 Taşıma kapasitesi analiz çalışması yapılan korunan alan sayısı	30	0	1	2	3	4	5
PG1.2.2 Hazırlanan teknik rapor sayısı	25	0	1	1	1	1	1
PG1.2.3 Taşıma kapasitesine dayalı ziyaretçi yönetimi öneri seti hazırlanması	20	0	1	1	2	2	2
PG1.2.4 İlgili kurumlarla yapılan iş birliği protokolü sayısı	25	0	1	1	2	2	3
Sorumlu Birim	Turizm Fakültesi						
İş Birliği Yapılacak Birimler	- Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü - İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü - Orman Fakültesi - Kastamonu Üniversitesi Tabiat Turizmi Uygulama ve Araştırma Merkezi - Tabiat Turizmi İhtisaslaşma Koordinatörlüğü - Belediyeler ve Yerel Yönetimler - STK'lar ve Yerel Rehberler						
Riskler	- Korunan alanlara giriş verilerinin ve çevresel verilerin eksik olması - Taşıma kapasitesi önerilerinin uygulanmasında kurumsal direnç - Mevzuat ile akademik çalışmalar arasında uyumsuzluk - Alan yöneticileriyle koordinasyon eksikliği						
Stratejiler	- Akademik analizlerin ilgili idarelerle birlikte yürütülmesi - Taşıma kapasitesi hesaplamalarında CBS ve uzaktan algılama tekniklerinden yararlanılması - Yerel halkın ve turizm işletmecilerinin sürece dahil edilmesi - Öneri setlerinin yönetilebilir, sade ve uygulanabilir olması için danışmanlık desteği verilmesi - Korunan alanlarda pilot uygulamalarla kapasite sınırlarının test edilmesi						

Tespitler	- Bazı korunan alanlarda aşırı ziyaret nedeniyle çevresel tahribat yaşanmaktadır - Alan yöneticilerinin taşıma kapasitesi hakkında bilimsel verilere erişimi sınırlıdır - Akademik çalışmalar çoğunlukla teorik düzeyde kalmakta, uygulamaya yansımamaktadır - Taşıma kapasitesi, sürdürülebilir turizm yönetiminin kritik bir unsuru olarak öne çıkmaktadır
İhtiyaçlar	- Korunan alanların güncel ziyaretçi verilerine erişim - Ziyaretçi akışlarını yönetecek veri temelli modeller - Taşıma kapasitesine duyarlı altyapı planlaması - Akademi-kamu iş birliğini kalıcı hale getirecek yapılar - Farklı alan türlerine göre özelleştirilmiş kapasite ölçüm yöntemleri

Tablo 7.3 Küre Dağları Milli Parkı Özelinde, Biyolojik Çeşitliliği Koruma Öncelikli Rotalar Oluşturularak Ziyaretçi Yönlendirme Sistemlerinin Doğa Temelli Çözümlerle Yeniden Düzenlenmesi Hedef Kartı

Amaç (A1)	Tabiat Turizmi Odaklı Sürdürülebilir Kalkınmayı Desteklemek						
Hedef (H 1.3)	Küre Dağları Milli Parkı özelinde, biyolojik çeşitliliği koruma öncelikli rotalar oluşturularak ziyaretçi yönlendirme sistemlerinin doğa temelli çözümlerle yeniden düzenlenmesi.						
Performans Göstergeleri	Hedefe Etkisi (%)	Plan Dönemi Başlangıç Değer	2026	2027	2028	2029	2030
PG1.3.1 Biyoçeşitlilik temelli rota tanıtım etkinliği sayısı	20	0	1	2	3	4	5
PG1.3.2 Saha inceleme gezisi sayısı	40	0	1	2	3	4	5
PG1.3.3 Ziyaretçilere dağıtılan harita sayısı/adet	25	0	50	100	150	200	250
PG1.3.4 Koruma tabelası sayısı	15	0	5	10	15	20	25
Sorumlu Birim	Turizm Fakültesi						
İş Birliği Yapılacak Birimler	- Kastamonu Üniversitesi Ormancılık ve Tabiat Turizmi İhtisaslaşma Koordinatörlüğü - Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü - Bartın Üniversitesi - Sivil Toplum Kuruluşları (Doğa Derneği, TEMA vb.)						

	- Kastamonu Belediyesi ve İl Özel İdaresi - Tabiat Turizmi Uygulama ve Araştırma Merkezleri
Riskler	- Alanın hassas biyolojik yapısının ziyaretçi etkisiyle zarar görmesi - Yerel halkın ve işletmelerin yönlendirme sistemlerine uyum sağlamaması - Malzeme tedarikinde ekolojik ve ekonomik sürdürülebilirlik sorunları - Yetersiz tanıtım nedeniyle rotaların beklenen etkiyi yaratamaması
Stratejiler	- Ziyaretçi yönlendirme sistemlerinin yerel malzeme ve geleneksel bilgiyle tasarlanması - Alan kılavuzları ve doğa rehberleriyle birlikte rota belirleme atölyeleri yapılması - Dijital yönlendirme sistemlerinin (QR, GPS, mobil rehber) geliştirilmesi - Yönlendirme altyapısının ziyaretçi merkezli ve eğitim amaçlı düzenlenmesi - Rotaların hem ziyaretçiyi yönlendiren hem de hassas alanları koruyan yapıda olması
Tespitler	- Küre Dağları Milli Parkı, Türkiye'nin ilk PAN Park sertifikalı alanı olup yüksek biyoçeşitliliğe sahiptir - Mevcut yürüyüş rotalarının büyük kısmı plansız ve koruma önceliği gözetilmeden oluşturulmuştur - Alanın bazı bölümlerinde ziyaretçi baskısı biyolojik çeşitlilik üzerinde tehdit oluşturmaktadır - Ziyaretçi yönlendirme sistemleri ya yetersiz ya da doğayla uyumsuz şekilde tasarlanmıştır
İhtiyaçlar	- Koruma öncelikli alanların haritalanması ve ziyaretçi akış planının buna göre yapılması - Doğa temelli altyapı ve yönlendirme sistemlerine yatırım - Rota planlamasında ekolojik, estetik ve yerel kültürel değerlere uygunluk - Tanıtım materyalleri ve eğitim içerikleriyle ziyaretçi bilincinin artırılması - Yönlendirme sistemlerinin sürekli güncellenmesini sağlayacak izleme mekanizmaları

Tablo 7.4. Kastamonu Kırsalında, Yeşil Yol Güzergâhına Entegrasyona Uygun Altyapı ve Yönlendirme Sistemleri İçin Fizibilite Çalışmaları Yapmak Hedef Kartı

Amaç (A1)	Tabiat Turizmi Odaklı Sürdürülebilir Kalkınmayı Desteklemek						
Hedef (H 1.4)	Kastamonu kırsalında, “Yeşil Yol” güzergâhına entegrasyona uygunluğu için fizibilite çalışmaları yapmak.						
Performans Göstergeleri	Hedefe Etkisi (%)	Plan Dönemi Başlangıç Değer	2026	2027	2028	2029	2030
PG1.4.1 Fizibilite için görüşülecek kişi, uzman, kurum sayısı	30	0	10	10	10	10	10
PG1.4.2 Paydaşlarla düzenlenen toplantı sayısı	20	0	2	2	2	2	2
PG1.4.3 Yapılan nicel/nitel analiz sayısı	25	0	2	2	3	4	4
PG1.4.4 Hazırlanan dijital fizibilite rapor sayısı	25	0	1	1	1	1	1
Sorumlu Birim	Turizm Fakültesi,						
İş Birliği Yapılacak Birimler	- İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü - İl Özel İdaresi - Kastamonu Belediyesi ve İlçe Belediyeleri - Doğa Koruma ve Milli Parklar Şube Müdürlüğü - Köy muhtarlıkları ve yerel dernekler - Kastamonu Üniversitesi Mühendislik ve Mimarlık Fakültesi - Kastamonu Üniversitesi Orman Fakültesi - Kastamonu Üniversitesi Ormancılık ve Tabiat Turizmi İhtisaslaşma Koordinatörlüğü - Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı (KUZKA) - Batı Karadeniz Kalkınma Ajansı (BAKKA) - Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansı (DOKA) - Karayolları Genel Müdürlüğü						
Riskler	- Fizibilite çalışması için gerekli veri ve istatistiklerin eksik veya güncel olmaması. - Paydaşların (belediyeler, il özel idareleri, STK'lar) sürece zamanında ve yeterli düzeyde katılım sağlamaması. - Arazi etütleri sırasında hava koşullarının saha çalışmalarını engellemesi. - İlgili kurumlar arasında koordinasyon eksikliği nedeniyle bilgi paylaşımında gecikmeler yaşanması.						

	Fizibilite sonucunda teknik/ekonomik uygulanabilirlik düşük çıkarsa yatırımcı ilgisinin azalması.
Stratejiler	- Başlangıçta tüm paydaşlarla bir “koordinasyon toplantısı” yaparak veri paylaşımı ve görev dağılımını netleştirmek. - Yerel ve ulusal düzeyde mevcut rapor, plan ve haritaları toplayarak ön analiz yapmak. - Saha ziyaretlerini mevsimsel koşullara göre planlamak ve gerektiğinde uydu/veri tabanlı analizlerle desteklemek. - Farklı finansman senaryolarını fizibilite raporuna entegre ederek yatırım cazibesini artırmak. - Çalışma boyunca düzenli ilerleme raporları ile paydaş bilgilendirmesi yapmak
Tespitler	- Yeşil Yol Projesi, bölge illerinde tabiat turizmi potansiyelini artırabilecek önemli bir altyapı yatırımdır. - Bölgedeki yönlendirme sistemleri ve turizm altyapısı mevcut fakat bütüncül rota entegrasyonu zayıftır. - Kastamonu Üniversitesi, bölgesel turizm araştırmaları ve saha analizleri konusunda akademik uzmanlığa sahiptir. - Fizibilite çalışması yapılmadan yatırım kararları alınmasının, kaynak israfına yol açma riski yüksektir.
İhtiyaçlar	- CBS (Coğrafi Bilgi Sistemleri) tabanlı mevcut rota ve potansiyel güzergâh haritaları. - Bölgedeki mevcut turizm altyapısına ilişkin güncel envanter bilgileri. - Paydaşlarla yapılacak anket ve görüşme formları. - Fizibilite rapor formatı ve değerlendirme kriterleri için standart metodoloji. - Analizleri yürütecek uzman ekip ve teknik donanım desteği.

Tablo 7.5. Kültür Yolu Festivali’nin Kastamonu’da Gerçekleştirilebilmesi İçin Gerekli Fiziki, Kurumsal Ve Lojistik Altyapıya Yönelik Ön Hazırlık Çalışmalarını Yürütmek Hedef Kartı

Amaç (A1)	Tabiat Turizmi Odaklı Sürdürülebilir Kalkınmayı Desteklemek							
Hedef (H 1.5)	Kültür Yolu Festivali’nin Kastamonu’da gerçekleştirilebilmesi için gerekli fiziki, kurumsal ve lojistik altyapıya yönelik ön hazırlık çalışmalarını yürütmek.							
Performans Göstergeleri	Hedefe Etkisi (%)	Plan Dönemi Başlangıç Değer	2026	2027	2028	2029	2030	
PG1.5.1: Festival organizasyonu için gerekli	40	0	1	1	1	1	1	

fiziki ve lojistik alanların (sahne, oturma alanı, sergi alanı vb.) envanter çalışmasının tamamlanma oranı.							
PG1.5.2: Paydaş kurumlarla yapılan koordinasyon toplantısı sayısı.	20	0	3	4	5	6	7
PG1.5.3: Hazırlanan ön fizibilite/uygunluk raporu sayısı.	40	0	1	1	1	1	1
Sorumlu Birim	Turizm Fakültesi						
İş Birliği Yapılacak Birimler	• İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü • Kastamonu Belediyesi • Tabiat Turizmi İhtisaslaşma Koordinatörlüğü • Yerel rehberler dernekleri • Köy muhtarlıkları ve kültürel dernekler • Sivil toplum kuruluşları (örneğin folklor, zanaat, ekoturizm alanında) • Festival organizasyon komitesi • Kastamonu Belediyesi • İl Özel İdaresi • Kastamonu Valiliği • Yerel sanat ve kültür dernekleri • Kastamonu Ticaret ve Sanayi Odası • Kastamonu Üniversitesi Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesi • Özel sektör sponsorluk ve lojistik firmaları • Emniyet Müdürlüğü ve AFAD (güvenlik ve acil durum planlaması)						
Riskler	• Gerekli fiziki alanların yetersiz veya standartlara uygun olmaması. • Kurumlar arası yetki ve sorumluluk çatışmaları. • Yerel halkın veya esnafın festivalin etkilerine karşı olumsuz tutum göstermesi. • Sponsorluk ve finansman kaynaklarının sınırlı kalması. • Festival tarihine yakın dönemde beklenmedik hava koşullarının planlamayı olumsuz etkilemesi.						
Stratejiler	• Mevcut alan ve tesislerin kapsamlı bir envanterini çıkararak eksikleri belirlemek. • Tüm paydaşlarla erken aşamada koordinasyon toplantıları yaparak görev dağılımını netleştirmek. • Yerel halkın bilgilendirilmesi ve sürece dahil edilmesi için tanıtım ve bilgilendirme çalışmaları yürütmek.						

	- Farklı finansman kaynaklarını (sponsorluk, kamu destekleri, AB fonları) devreye sokmak. - Alternatif etkinlik mekânları ve tarih seçenekleri belirleyerek olası risklere karşı esnek planlama yapmak.
Tespitler	- Kastamonu, zengin kültürel mirası ve tarihi mekânları ile festival için güçlü bir tematik altyapıya sahip. - Benzer büyük ölçekli etkinliklerde lojistik ve güvenlik yönetimi deneyimi sınırlı. - Üniversitenin etkinlik planlama, turizm yönetimi ve kültürel miras konularında uzman insan kaynağı mevcut. - Yerel yönetim, üniversite ve sivil toplum arasında iş birliği potansiyeli yüksek.
İhtiyaçlar	- Festival alanları ve etkinlik mekânlarının fiziki iyileştirme planı. - Lojistik destek (ulaşım, sahne ekipmanları, ses-ışık sistemleri vb.). - Kurumsal koordinasyon için proje yürütme ekibi ve iletişim planı. - Güvenlik, sağlık ve acil durum müdahale planları. - Tanıtım, medya ve halkla ilişkiler stratejisi.

Tablo 7.6. İklim Değişikliği ile Artan Yangın ve Aşırı Hava Olayları Riskine Karşı, Korunan Alanlarda Tabiat Turizmi Faaliyetleri İçin İklim Dirençli Yönetim Stratejileri Oluşturmak Hedef Kartı

Amaç (A1)	Tabiat Turizmi Odaklı Sürdürülebilir Kalkınmayı Desteklemek						
Hedef (H 1.6)	İklim değişikliği ile artan yangın ve aşırı hava olayları riskine karşı, korunan alanlarda tabiat turizmi faaliyetleri için iklim dirençli yönetim stratejileri oluşturmak.						
Performans Göstergeleri	Hedefe Etkisi (%)	Plan Dönemi Başlangıç Değer	2026	2027	2028	2029	2030
PG2.1.1 Tabiat turizmine özel iklim uyumlu önlem listesi hazırlanması	20	0	1	1	1	2	2
PG2.1.2 Eğitim veya bilgilendirme toplantısı düzenlenen alan sayısı	20	0	1	2	3	4	5
PG2.1.3 Yerel rehber ve alan yöneticilerine	40	0	1	2	3	4	5

verilen afet-hazırlık eğitimi sayısı							
PG2.1.4 Ziyaretçilere yönelik iklim riski uyarı panosu, afiş, QR içerik sayısı	20	0	2	4	6	8	10
Sorumlu Birim	Turizm Fakültesi, Orman Fakültesi						
İş Birliği Yapılacak Birimler	• Meteoroloji Genel Müdürlüğü • Tarım ve Orman Bakanlığı – Orman Genel Müdürlüğü • Doğa Koruma ve Milli Parklar Şube Müdürlüğü • İl Afet ve Acil Durum Müdürlüğü (AFAD) • Kastamonu Üniversitesi Afet Yönetimi Uygulama ve Araştırma Merkezi • Köy muhtarlıkları ve rehber dernekleri • Kastamonu Üniversitesi Ormancılık ve Tabiat Turizmi İhtisaslaşma Koordinatörlüğü						
Riskler	• Aşırı hava olaylarının öngörülemezliği ve artan sıklığı • Uygulanabilir afet eylem planlarının eksikliği • Rehberler ve işletmelerin iklim farkındalığının yetersiz olması • Uyarı sistemlerinin altyapısal ve dijital yetersizlikleri						
Stratejiler	• Korunan alanlara yönelik iklim riski değerlendirme raporları hazırlanması • Açık hava uyarı sistemleri (QR kod, tabela, renkli uyarı sistemi) kurulması • Yerel rehberlere ve işletmelere afet farkındalık eğitimleri verilmesi • Yangın ve aşırı hava koşullarına karşı rehberlik protokollerinin geliştirilmesi • Mevsimsel değişimlere göre ziyaretçi yoğunluğu planlamasının yapılması						
Tespitler	• Kastamonu’da orman yangını riski artmakta, bazı bölgelerde ani sel ve dolu olayları gözlemlenmektedir • Korunan alanlarda mevcut turizm altyapısı bu risklere karşı hazırlıklı değildir • Rehberlik faaliyetleri çoğunlukla sabit anlatıma dayalı, acil durum farkındalığı düşüktür • Alanda dijital veya fiziki uyarı sistemlerinin eksik olduğu belirlenmiştir						
İhtiyaçlar	• İklim odaklı afet eylem planlarının korunan alanlara özgü hale getirilmesi • Eğitim, yönlendirme ve bilgilendirme sistemlerinin görsel ve sade şekilde hazırlanması • Tabiat turizmi rotaları ve aktiviteleri için iklim risk yönetimi standartları oluşturulması • Kurumlar arası veri paylaşımının güçlendirilmesi (örneğin meteorolojik erken uyarılar) • Ziyaretçilerin katılımını artıracak bilinçlendirme kampanyalarının hazırlanması						

Tablo 7.7. Sektör Odaklı Uygulamalı Eğitim Modelleri ve Simülasyon Ortamları Geliştirmek Hedef Kartı

Amaç (A2)	Turizm Eğitiminde İhtisaslaşma ve Nitelikli İnsan Kaynağı Yetiştirmek						
Hedef (H2.1)	Sektör odaklı uygulamalı eğitim modelleri ve simülasyon ortamları geliştirmek						
Performans Göstergeleri	Hedefe Etkisi (%)	Plan Dönemi Başlangıç Değer	2026	2027	2028	2029	2030
PG2.1.1 Uygulamalı eğitim programlarına katılan öğrenci sayısı	30	50	150	200	200	250	250
PG2.1.2 Çevrimiçi ortamda gerçekleştirilen eğitim oturumu sayısı	20	1	3	4	4	5	5
PG2.1.3 Sektörle iş birliği içinde düzenlenen uygulamalı eğitim projelerinin sayısı	50	1	3	4	4	5	5
Sorumlu Birim	Turizm Fakültesi						
İş Birliği Yapılacak Birimler	- Kastamonu Üniversitesi Turizm Fakültesi - Kastamonu Üniversitesi Orman Fakültesi - Kastamonu Üniversitesi Eğitim Fakültesi - Kastamonu Üniversitesi Daday Nafi ve Ümit Çeri Meslek Yüksekokulu						
Riskler	- Eğitilere öğrencilerin ilgi göstermemesi - Simülasyon ortamlarının kurulumu için yeterli fon bulunamaması						
Stratejiler	- Öğrencilere yönelik uygulamalı eğitimler düzenlenecektir. - Simülasyon ortamlarının etkin kullanımı için tüm birimlerle iş birliği yapılacaktır. - Eğitim duyuruları tüm öğrenci kulüpleriyle paylaşılıp öğrencilerin eğitimlere etkin katılımı sağlanmaya çalışılacaktır. - Girişimcilik programlarında uygulamalı eğitimler verilecektir.						
Tespitler	- Öğrencilerin uygulamalı eğitim konusunda yeterince bilgi sahibi olmaması - Uygulamalı eğitimlere yeterince başvuru alınamaması						

İhtiyaçlar	• Uygulamalı eğitim konusunda bilinirliğin artırılması • Öğrencilerin eğitimlere katılması için ilgisini çekecek ödüllerin belirlenmesi • Eğitim ortamlarının kurulumu için sponsorlar bulunması
-------------------	--

Tablo 7.8. Öğrencilerin Sektörde Erken Deneyim Kazanmalarını Sağlamak İçin Uzun Süreli Staj ve Yerinde Uygulama Programları Oluşturmak Hedef Kartı

Amaç (A2)	Turizm Eğitiminde İhtisaslaşma ve Nitelikli İnsan Kaynağı Yetiştirmek						
Hedef (H2.2)	Öğrencilerin sektörde erken deneyim kazanmalarını sağlamak için uzun süreli staj ve yerinde uygulama programları oluşturmak						
Performans Göstergeleri	Hedefe Etkisi (%)	Plan Dönemi Başlangıç Değer	2026	2027	2028	2029	2030
PG2.2.1 Uzun süreli staj programlarına katılan öğrenci sayısı	35	-	70	100	120	130	150
PG2.2.2 Yerinde uygulama programlarına katılan öğrenci sayısı	35	-	40	60	90	100	120
PG2.2.3 Sektörle iş birliği içinde düzenlenen staj ve uygulama programlarının sayısı	30	-	3	5	6	6	7
Sorumlu Birim	Turizm Fakültesi						
İş Birliği Yapılacak Birimler	• Kastamonu Üniversitesi Turizm Fakültesi • Kastamonu Üniversitesi Daday Nafi ve Ümit Çeri Meslek Yüksekokulu • Kastamonu Üniversitesi Cide Konukevi • Turizm sektöründeki yiyecek – içecek işletmeleri • Turizm sektöründeki otel işletmeleri • Turizm sektöründeki seyahat acenteleri						
Riskler	• Öğrencilerin uzun süreli staj programlarına ilgi göstermemesi • Sektörle iş birliği yapılacak kurumların yetersiz kalması • Yerinde uygulama programlarının finansal desteğinin sağlanamaması						
Stratejiler	• Öğrencilere yönelik staj ve uygulama programlarının avantajlarını tanıtan seminerler düzenlenecektir.						

	- Sektörle iş birliği yapılacak kurumlarla protokoller imzalanacaktır. - Yerinde uygulama programlarının finansmanı için sponsorluk anlaşmaları yapılacaktır.
Tespitler	- Öğrencilerin sektörde deneyim kazanma konusunda yeterince bilgi sahibi olmaması - Uzun süreli staj programlarına katılım oranlarının düşük olması durumunda staj yönetmeliğinin değiştirilmesi
İhtiyaçlar	- Staj ve uygulama programlarının tanıtımı için bilgilendirme kampanyaları düzenlenmesi - Öğrencilerin ilgisini çekecek teşviklerin (örneğin, burs veya ödüller) belirlenmesi - Sektörle iş birliği yapılacak kurumların artırılması

Tablo 7.9. Ulusal ve Uluslararası Sertifika Programlarıyla Mezunların Mesleki Yeterliliklerini Artırmak Hedef Kartı

Amaç (A2)	Turizm Eğitiminde İhtisaslaşma ve Nitelikli İnsan Kaynağı Yetiştirmek						
Hedef (H2.3)	Ulusal ve uluslararası sertifika programlarıyla mezunların mesleki yeterliliklerini artırmak						
Performans Göstergeleri	Hedefe Etkisi (%)	Plan Dönemi Başlangıç Değer	2026	2027	2028	2029	2030
PG2.3.1 Ulusal sertifika programlarına katılan öğrenci sayısı	25	-	60	60	60	90	100
PG2.3.2 Uluslararası sertifika programlarına katılan öğrenci sayısı	25	-	-	25	25	45	50
PG2.3.3 Sertifika programları kapsamında düzenlenen eğitim oturumlarının sayısı	20	-	2	3	3	4	5
PG2.3.4 Sertifika programlarını başarıyla tamamlayan mezun sayısı	30	-	20	30	30	50	60
Sorumlu Birim	Turizm Fakültesi						

İş Birliği Yapılacak Birimler	- Kastamonu Üniversitesi Turizm Fakültesi - Kastamonu Üniversitesi Yabancı Diller Yüksekokulu - Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi - Ulusal ve uluslararası sertifika sağlayıcı kuruluşlar - Turizm sektöründeki otel ve seyahat acenteleri
Riskler	- Sertifika programlarının global standartlara uyum sağlayamaması - Teknolojik değişimlere paralel olarak sertifikaların eskimesi - Sektörde dijital dönüşümün sertifika gereksinimlerini değiştirmesi - Sertifika programlarına öğrencilerin ilgi göstermemesi - Uluslararası sertifika sağlayıcı kuruluşlarla iş birliği yapılamaması
Stratejiler	- Karma öğrenme modelleri ile çevrimiçi ve yüz yüze eğitim seçenekleri sunulacaktır. - Sertifika programlarının avantajlarını tanıtan seminerler düzenlenecektir. - Ulusal ve uluslararası sertifika sağlayıcı kuruluşlarla iş birliği yapılacaktır.
Tespitler	- Mevcut sertifika programlarının dünya standartlarında güncelliği sorgulanmaktadır - Dijital turizm alanında sertifika seçeneklerinin sınırlı olduğu görülmektedir - Öğrencilerin ulusal ve uluslararası sertifika programları hakkında yeterince bilgi sahibi olmaması - Sertifika programlarına katılım oranlarının düşük olması
İhtiyaçlar	- Teknoloji tabanlı sertifika programları için donanım ve yazılım altyapısının kurulması - Sertifika değerlendirme süreçlerinde objektif ölçme araçlarının geliştirilmesi - Mezun takip sistemi ile sertifika programlarının etkinliğinin izlenmesi

Tablo 7.10. Tabiat Turizmi Rehberliği Sertifikasyon Programı Açmak Hedef Kartı

Amaç (A2)	Turizm Eğitiminde İhtisaslaşma ve Nitelikli İnsan Kaynağı Yetiştirmek						
Hedef (H2.4)	Tabiat Turizmi Rehberliği Uzmanlaşma Sertifikasyon Programı açmak						
Performans Göstergeleri	Hedefe Etkisi (%)	Plan Dönemi Başlangıç Değer	2026	2027	2028	2029	2030

PG2.4.1 Tabiat turizmi rehberliği sertifikası programına katılan kişi sayısı	40	-	10	15	15	15	15
PG2.4.2 Tabiat turizmi rehberliği alanında verilen teorik eğitim saati	25	-	50	50	50	50	50
PG2.4.3 Doğal alanlarda gerçekleştirilen uygulamalı eğitim sayısı	35	-	5	5	5	5	5
Sorumlu Birim	Turizm Fakültesi - Tabiat Turizmi Uygulama ve Araştırma Merkezi						
İş Birliği Yapılacak Birimler	- Kastamonu Üniversitesi Turizm Fakültesi - Kastamonu Üniversitesi Tabiat Turizmi Uygulama ve Araştırma Merkezi - Kastamonu Üniversitesi Orman Fakültesi - Kastamonu Üniversitesi Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesi - T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı - Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü - Yerel turizmi işletmeleri						
Riskler	- Doğal alanlarda eğitim izinlerinin alınamaması - İklim koşullarının uygulamalı eğitimleri engellemesi - Tabiat turizmi sektöründe sertifika talebinin yetersiz kalması						
Stratejiler	- Milli park ve tabiat parkları ile protokol anlaşmaları imzalanacaktır. - Mevsimsel eğitim takvimi oluşturularak farklı doğal ortamlarda deneyim sağlanacaktır. - Sürdürülebilir turizm sertifikasyonu ile entegre programlar geliştirilecektir						
Tespitler	- Kastamonu bölgesinin zengin doğal varlıkları eğitim için uygun ortam sunmaktadır - Tabiat turizmi rehberliği konusunda uzmanlaşmış eğitmen sayısı sınırlıdır						
İhtiyaçlar	- Tabiat turizmi konusunda uzman eğitmen kadrosunun oluşturulması - Arazi çalışmaları için güvenlik ekipmanlarının temin edilmesi - Tabiat turizmi işletmeleri ile iş birliği ağının genişletilmesi						

Tablo 7.11. Yöresel Orman Ürünlerini (örneğin, mantar, bal, şifalı bitkiler) Turistik Ürüne Dönüştürmek İçin Yerel İşletmelere Danışmanlık Sağlamak Hedef Kartı

Amaç (A3)	Bölgesel Turizmde Katma Değerli Ürün ve Hizmetler Geliştirmek
------------------	--

Hedef (H3.1)	Yöresel tabiat ürünlerini (örneğin, mantar, bal, şifalı bitkiler) turistik ürüne dönüştürmek için yerel işletmelere danışmanlık sağlamak						
Performans Göstergeleri	Hedef Etkisi (%)	Plan Dönemi Başlangıç Değer	2026	2027	2028	2029	2030
PG3.1.1 Yıllık verilen danışmanlık hizmeti sayısı	30	3	2	3	4	5	5
PG3.1.2 Ticarileştirilen yöresel ürün sayısı	30	2	1	2	3	4	5
PG3.1.3 Katılan yerel üretici sayısı	40	10	5	7	10	13	16
Sorumlu Birim	Turizm Fakültesi						
İş Birliği Yapılacak Birimler	- Orman Fakültesi - İl Tarım ve Orman Müdürlüğü - Orman Bölge Müdürlüğü - Halk Eğitim Merkezi - Kastamonu Üniversitesi Merkezi Araştırma Laboratuvarı						
Riskler	- Üreticilerin geleneksel yöntemlere bağlı kalması nedeniyle danışmanlık önerilerine direnç göstermesi. - Üniversite kaynaklı danışmanlık faaliyetlerinin yeterince tanıtılamaması ve talep eksikliği. - Bilimsel bilgi ile yerel pratiklerin uyumlaştırılmasında yaşanabilecek teknik uyumsuzluklar.						
Stratejiler	- Uygulamalı atölye çalışmaları ve yerinde teknik geziler ile danışmanlık sürecinin somutlaştırılması. - Orman ürünlerinin katma değerli forma dönüştürülmesine yönelik ürün geliştirme prototipleri hazırlanması. - Üniversite öğrencilerinin saha uygulamalarında aktif görev alarak yerel üreticilerle doğrudan etkileşim kurmasının teşvik edilmesi.						
Tespitler	- Yerel üreticilerin çoğunluğu ürünlerini hammadde olarak satmakta, katma değerli ürün üretim bilgisine sahip değiller. - Orman ürünlerinin turizmde kullanımına yönelik hem pazarlama hem de hijyen standartları konusunda bilgi eksikliği mevcut.						
İhtiyaçlar	- Danışmanlık birimi içinde görev alacak nitelikli akademik ve teknik personele ihtiyaç duyulmakta. - Laboratuvar ortamında ürün işleme ve ambalaj prototipleme altyapısının geliştirilmesi. - Girişimcilik ve kooperatifçilik odaklı eğitim programlarının yaygınlaştırılması.						

Tablo 7.12. Kastamonu ve Çevresinin Kültürel, Doğal ve Gastronomik Değerlerine Yönelik Destinasyon Yönetimi Çalışmaları Yapmak

Amaç (A2)	Bölgesel Turizmde Katma Değerli Ürün ve Hizmetler Geliştirmek						
Hedef (H3.2)	Kastamonu ve çevresinin kültürel, doğal ve gastronomik değerlerine yönelik destinasyon yönetimi çalışmaları yapmak						
Performans Göstergeleri	Hedefe Etkisi (%)	Plan Dönemi Başlangıç Değer	2026	2027	2028	2029	2030
PG3.2.1 Hazırlanan destinasyon yönetimi planı sayısı	40	0	1	2	2	3	4
PG3.2.2 Yayımlanan tanıtım materyali/belgesel sayısı	40	1	1	2	4	6	7
PG3.2.3 Düzenlenen çalıştay/forum/seminer sayısı	20	0	1	2	2	2	2
Sorumlu Birim	Turizm Fakültesi						
İş Birliği Yapılacak Birimler	- Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi - Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesi - Orman Fakültesi - Turizm sektöründeki yiyecek – içecek işletmeleri - Turizm sektöründeki otel işletmeleri						
Riskler	- Farklı disiplinlerin entegre çalışmasında koordinasyon eksikliği yaşanması. - Destinasyon yönetimi kavramının yerel paydaşlar tarafından yeterince anlaşılmaması. - Sürekliliği olmayan tanıtım faaliyetlerinin etkisinin kısa vadeli kalması.						
Stratejiler	- Disiplinlerarası öğrenci projeleriyle tanıtım materyali ve destinasyon içerik üretimi yapılması. - Bölgesel destinasyon profili çıkarmaya yönelik araştırma temelli saha çalışmaları yürütülmesi. - Üniversite bünyesinde "Destinasyon Yönetimi Danışma Kurulu" kurulması.						
Tespitler	- Kastamonu'nun turistik değerleri farklı kurumlarca dağınık biçimde tanıtılmakta. - Kültürel miras unsurları yeterince hikayeleştirilmemiş ve bütüncül tanıtım planı eksik.						
İhtiyaçlar	- Tanıtım videoları ve dijital rehber materyallerin hazırlanmasına yönelik teknik ekipmana yatırım yapılması. - Bilimsel içeriklerin kamuya aktarımı için sosyal medya içerik üretimi ve yönetimi becerilerine sahip ekip oluşturulması.						

- Gastronomi değerlerinin destinasyon kimliğine entegre edilmesi için yemek mirası envanteri çıkarılması.

Tablo 7.13. Yerel Halkın Turizm Faaliyetlerine Katılımını Teşvik Eden Kırsal Turizm ve Eko-Turizm Projeleri Geliştirmek

Amaç (A3)	Bölgesel Turizmde Katma Değerli Ürün ve Hizmetler Geliştirmek						
Hedef (H3.3)	Yerel halkın turizm faaliyetlerine katılımını teşvik eden kırsal turizm ve eko-turizm projeleri geliştirmek						
Performans Göstergeleri	Hedefe Etkisi (%)	Plan Dönemi Başlangıç Değer	2026	2027	2028	2029	2030
PG3.3.1 Uygulanan kırsal turizm proje sayısı	25	1	2	2	2	2	2
PG3.3.2 Kadın/Genç girişimcilere verilen eğitim sayısı	45	0	2	3	4	4	5
PG3.3.3 Katılan yerel hane sayısı	30	3	10	15	20	25	30
Sorumlu Birim	Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Turizm Fakültesi						
İş Birliği Yapılacak Birimler	- Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi - Meslek Yüksekokulları - Orman Fakültesi - Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü						
Riskler	- Kırsal bölgelerde turizm konusunda bilgi ve deneyim eksikliği. - Geleneksel yapıların turizme uyarlanmasında maddi yetersizlikler. - Katılımcı ailelerin sürdürülebilirliğe dair bilgi eksikliği.						
Stratejiler	- Örnek çiftlik/konak uygulamalarıyla kırsal ev dönüşüm modelleri oluşturulması. - Kadın girişimcilere özel eko-turizm ve gastronomi eğitimleri düzenlenmesi. - Üniversite öğrenci projeleri ile kırsal bölgelerde ürün-hizmet tasarımı geliştirilmesi.						
Tespitler	- Kırsal alanlarda göç nedeniyle genç nüfus az, ancak potansiyel turizm ürünleri fazla. - Konaklama tesislerinin çoğu amatör şekilde işletilmekte.						
İhtiyaçlar	- Uygulamalı saha eğitimi için üniversite-yerel işbirliklerinin artırılması. - Kırsal turizm içerikleri için afiş, broşür, rota haritalarının hazırlanması.						

- Kooperatif yapılarının kurulması için danışmanlık ve hibe kaynaklarına erişim.

Tablo 7.14. Kastamonu'nun Destinasyon Markalaşmasına Katkı Sunacak Stratejiler Üretmek ve Uygulamak

Amaç (A3)	Bölgesel Turizmde Katma Değerli Ürün ve Hizmetler Geliştirmek						
Hedef (H3.4)	Kastamonu'nun Destinasyon Markalaşmasına Katkı Sunacak Stratejiler Üretmek ve Uygulamak						
Performans Göstergeleri	Hedefe Etkisi (%)	Plan Dönemi Başlangıç Değer	2026	2027	2028	2029	2030
PG3.4.1 Marka strateji planı hazırlanması	35	0	1	1	1	1	2
PG3.4.2 Sosyal medya kampanya sayısı	25	2	4	6	8	10	12
PG3.4.3 Üniversite destekli marka tanıtım etkinliği sayısı	40	1	2	3	4	4	5
Sorumlu Birim	Kastamonu Üniversitesi Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesi						
İş Birliği Yapılacak Birimler	• Kastamonu Üniversitesi Turizm Fakültesi • Kastamonu Üniversitesi İletişim Fakültesi • Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi • İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü • Orman Fakültesi • Kastamonu Üniversitesi Tabiat Turizmi Uygulama ve Araştırma Merkezi						
Riskler	• Tanıtım faaliyetlerinin profesyonellikten uzak, düzensiz yapılması. • Marka algısının hedef kitlenin zihninde netleşmemesi. • Üniversitenin tanıtım bütçesinin kısıtlı olması.						
Stratejiler	• Dijital mecralara özel olarak hazırlanmış kampanya ve reklam setlerinin üniversite öğrencileri ile ortak tasarlanması. • Marka kimliği oluşturmak üzere Kastamonu'ya özgü simge, slogan ve görsel materyallerin geliştirilmesi. • Ulusal basın ve dijital medya ile işbirlikleri kurularak geniş kitleye ulaşılması.						
Tespitler	• Kastamonu'nun tanıtım faaliyetlerinde bütüncül ve stratejik bir yaklaşım eksikliği var. • Gastronomi, doğa, kültür, tarih unsurları ayrı ayrı öne çıkartılıyor, markalaşma çatısı eksik.						
İhtiyaçlar	• Marka strateji belgesi hazırlanması için uzman danışman desteği.						

	- Sosyal medya yönetimi konusunda öğrenci eğitimi ve kampanya içerik üretimi. - Tanıtım ve markalaşma için kurumsal görsel kimlik kılavuzu hazırlanması.
--	---

Tablo 7.15. Öğrencilere Yönelik Dijital Pazarlama, Veri Analitiği Ve Turizm Teknolojileri Eğitimleri Düzenlemek Hedef Kartı

Amaç (A4)	Bilimsel Altyapı ve Teknoloji Entegrasyonunu Güçlendirmek						
Hedef (H4.1)	Öğrencilere yönelik dijital pazarlama, veri analitiği ve turizm teknolojileri eğitimleri düzenlemek						
Performans Göstergeleri	Hedefe Etkisi (%)	Plan Dönemi Başlangıç Değeri	2026	2027	2028	2029	2030
PG4.1.1 Öğrencilerin ihtiyaç duyduğu teknolojilerin belirlenmesi	25	-	3	2	1	1	1
PG4.1.2 Sektördeki güncel kullanılan teknolojileri belirlenmesi	40	3	3	2	1	1	1
PG4.1.3 Sektördeki güncel teknolojilerin ders içeriklerine uyarlanması	35	3	2	2	1	1	1
Sorumlu Birim	Turizm Fakültesi						
İş Birliği Yapılacak Birimler	- Kastamonu Üniversitesi Turizm Fakültesi - Kastamonu Üniversitesi İletişim Fakültesi - Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi - İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü - Tabiat Turizmi Uygulama ve Araştırma Merkezi						
Riskler	- Eğitim süreçlerinde öğrencilerin ilgisizliği, - Öğrencilerin teknoloji bilincinin düşük olması, - Üniversite personelinin teknoloji bilincinin düşük olması, - Üniversite altyapısının ders süreçleri için yeterli olmaması.						
Stratejiler	- Teknolojinin gelişimine ve değişimine ders müfredatlarında yer vermek, - Öğrencilere güncel teknolojiler hakkında eğitim ve seminerler vermek, - Üniversite personeline güncel teknolojiler hakkında eğitim ve seminerler vermek, - Üniversite altyapısında yetersiz olacağı düşünülen yönlerin tespitini yapmak ve gelişimini sağlamak.						

Tespitler	• Öğrencilerin yeni nesil teknolojilere yönelik ilgileri bulunmaktadır. • Fakülte personelinin yeni nesil teknolojilere ilgileri bulunmakta ve bu konuda gelişime açık oldukları gözlemlenmektedir. • Fakülte altyapısının ve bilgisayar laboratuvarının güncellenmesi ve yeni nesil teknoloji altyapısını desteklemesi gerekmektedir.
İhtiyaçlar	• Yeni teknolojilere ilişkin eğitim ve seminerler düzenlenmesi, • Ders içeriklerinde yeni teknolojilere yer verilmesi, • Fakülte altyapısının güncellenmesi ve yenilenmesi.

Tablo 7.16. Sanal Turizm, Artırılmış Gerçeklik Ve Yapay Zekâ Gibi Dijital Araçları Eğitim Ve Tanıtım Amaçlı Kullanmak Hedef Kartı

Amaç (A4)	Bilimsel Altyapı ve Teknoloji Entegrasyonunu Güçlendirmek						
Hedef (H4.2)	Sanal turizm, artırılmış gerçeklik ve yapay zekâ gibi dijital araçları eğitim ve tanıtım amaçlı kullanmak						
Performans Göstergeleri	Hedefe Etkisi (%)	Plan Dönemi Başlangıç Değeri	2026	2027	2028	2029	2030
PG4.2.1 Sektörde kullanılan yeni nesil teknolojilerin belirlenmesi	20	-	3	2	1	1	1
PG4.2.2 Fakülte altyapısının güncellenmesi	40	2	3	2	1	1	1
PG4.2.3 Ders içerikleri ve faaliyetlerde yeni nesil teknolojiye yer verilmesi	40	2	2	2	1	1	1
Sorumlu Birim	Turizm Fakültesi						
İş Birliği Yapılacak Birimler	• Kastamonu Üniversitesi Turizm Fakültesi • Kastamonu Üniversitesi İletişim Fakültesi • Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi • İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü						
Riskler	• Yeni nesil teknolojilerin maliyetli oluşu, • Öğrencilerin teknoloji bilincinin düşük olması, • Üniversite personelinin teknoloji bilincinin düşük olması,						

	• Üniversite altyapısının ders ve tanıtım süreçleri için yeterli olmaması.
Stratejiler	• Fakülte altyapısının gelişimine yönelik, • Öğrencilere sanal gerçeklik, artırılmış gerçeklik ve yapay zekâ gibi dijital araçlar hakkında eğitim ve seminerler vermek, • Üniversite personeline sanal gerçeklik, artırılmış gerçeklik ve yapay zekâ gibi teknolojiler hakkında eğitim ve seminerler vermek, • Sanal gerçeklik, artırılmış gerçeklik ve yapay zekâ gibi dijital araçlara etkinliklerde yer vererek tanıtıma katkı sağlamak.
Tespitler	• Öğrencilerin yeni nesil teknolojilere yönelik ilgileri bulunmaktadır. Öğrenciler öğrenmeye açıktır. • Fakülte personelinin yeni nesil teknolojilere ilgileri bulunmakta ve bu konuda gelişime açık oldukları gözlemlenmektedir. Fakülte personeli kendini geliştirmeye isteklidir. • Fakülte altyapısının ve bilgisayar laboratuvarının güncellenmesi gerekmektedir. Fakülteye sanal, artırılmış gerçeklik ve yapay zekâ teknolojilerinin kazandırılması gerekmektedir. Bunun için gerekli finansmana erişim sağlanmalıdır.
İhtiyaçlar	• Yeni teknolojilere ilişkin eğitim ve seminerler düzenlenmesi, • Ders içeriklerinde yeni teknolojilere yer verilmesi, • Fakülte altyapısının güncellenmesi ve yenilenmesi, • Fakülte etkinliklerinde bu tarz yeni nesil teknolojilerin kullanılması ve tanıtıma katkı sağlanması.

Tablo 7.17. Dijital Turizm Girişimlerine Yönelik Mentörlük Desteklerini Sağlamak Hedef Kartı

Amaç (A4)		Bilimsel Altyapı ve Teknoloji Entegrasyonunu Güçlendirmek						
Hedef (H4.3)		Dijital turizm girişimlerine yönelik mentörlük desteklerini sağlamak.						
Performans Göstergeleri		Hedef Etkisi (%)	Plan Dönemi Başlangıç Değeri	2026	2027	2028	2029	2030
PG4.3.1	Sektörün ihtiyaç duyduğu teknolojilerin belirlenmesi	30	-	3	2	1	1	1
PG2.3.2	Sektördeki güncel kullanılan teknolojileri belirlenmesi	30	-	3	2	1	1	1
PG4.3.3	Sektörü dijital turizm noktasında	40	-	2	2	1	1	1

eğitim ve mentörlük desteklerinin sağlanması							
Sorumlu Birim	Turizm Fakültesi, Orman Fakültesi, Kastamonu Üniversitesi Coğrafi Bilgi Sistemleri ve Uzaktan Algılama Uygulama ve Araştırma Merkezi						
İş Birliği Yapılacak Birimler	- Turizm Fakültesi - Orman Fakültesi - İletişim Fakültesi - İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi - Kastamonu Üniversitesi Coğrafi Bilgi Sistemleri ve Uzaktan Algılama Uygulama ve Araştırma Merkezi Enstitüler - Sektör Paydaşları						
Riskler	- Sektörün dijital turizme yönelik ilgisizliği, - Sektör temsilcilerinin teknoloji bilincinin düşük olması, - Sektör altyapısının dijital turizm için yeterli olmaması.						
Stratejiler	- Teknolojinin gelişimine ve değişimine yönelik eğitimler vermek, - Sektör temsilcileri ile güncel teknolojiler hakkında seminerler ve etkinlikler düzenlemek, - Üniversite personeline güncel teknolojiler hakkında eğitim ve seminerler vermek,						
Tespitler	- Sektör temsilcilerinin yeni nesil teknolojilerine yönelik eğitime ihtiyaçları bulunmaktadır. - Sektör temsilcilerinin bu konuda gelişime açık oldukları gözlemlenmektedir. - Sektörün yeni nesil teknoloji altyapısını desteklemesi gerekmektedir.						
İhtiyaçlar	- Yeni teknolojilere ilişkin eğitim ve seminerler düzenlenmesi, - Sektörde yeni nesil teknolojilere yer verilmesi, - Sektör altyapısının güncellenmesi ve yenilenmesi.						

Tablo 7.18. Engelli Bireyler İçin Erişilebilir Tabiat Turizmi Rotaları Belirlemek Hedef Kartı

Amaç (A5)	Toplumsal Sorumluluk, Kültürel Miras ve Sürdürülebilir Turizm Bilincini Geliştirmek						
Hedef (H5.1)	Engelli bireyler için erişilebilir tabiat turizmi rotaları belirlemek						
Performans Göstergeleri	Hedefe Etkisi (%)	Plan Dönemi Başlangıç Değer	2026	2027	2028	2029	2030
PG5.1.1 Engelli bireyler için düzenlenen erişilebilir tabiat turizmi rotası sayısı	30	-	-	1	1	2	2

PG5.1.2 Erişilebilirlik standartlarına uygun tabiat turizmi tesisi sayısı	25	-	-	2	2	3	3
PG5.1.3 Engelli turist rehberliği konusunda eğitim alan personel sayısı	25	-	-	5	5	8	8
PG5.1.4 Erişilebilir rotaları kullanan engelli ziyaretçi sayısı	20	-	-	5	5	15	25
Sorumlu Birim	Turizm Fakültesi						
İş Birliği Yapılacak Birimler	• Kastamonu Üniversitesi Turizm Fakültesi • Kastamonu Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi • Kastamonu Üniversitesi Orman Fakültesi • Kastamonu Üniversitesi İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi • T.C. Kastamonu Valiliği • T.C. Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı • Engelliler Konfederasyonu • Yerel engelli dernekleri						
Riskler	• Tabiat alanlarının coğrafi yapısının erişilebilirlik açısından uygun olmaması • Erişilebilir altyapı yatırımlarının yüksek maliyetli olması • Engelli bireylerin güvenlik endişeleri nedeniyle tabiat turizminden kaçınması						
Stratejiler	• Coğrafi bilgi sistemleri kullanılarak erişilebilirlik haritaları oluşturulacaktır • Evrensel tasarım ilkeleri doğrultusunda tabiat turizmi altyapısı geliştirilecektir • Engelli bireylerle birlikte pilot testler yapılarak rotalar optimize edilecektir						
Tespitler	• Kastamonu'nun tabiat alanlarında engelli erişimine yönelik mevcut altyapının yetersizliği • Turizm personelinin engelli misafir ağırlama konusunda deneyim eksikliği						
İhtiyaçlar	• Rampa, korkuluk ve işaret sistemi gibi fiziksel erişilebilirlik donanımlarının kurulması • Görme ve işitme engelli bireyler için özel rehberlik malzemelerinin hazırlanması • Acil durum prosedürlerinin engelli ziyaretçiler için özelleştirilmesi						

Tablo 7.19. Ağaç Dikim Kampanyaları ve Gönüllü Ekoturizm Rehberliği Programları Düzenlemek Hedef Kartı

Amaç (A5)	Toplumsal Sorumluluk, Kültürel Miras ve Sürdürülebilir Turizm Bilincini Geliştirmek						
Hedef (H5.2)	Ağaç dikim kampanyaları ve gönüllü ekoturizm rehberliği programları düzenlemek						
Performans Göstergeleri	Hedefe Etkisi (%)	Plan Dönemi Başlangıç Değer	2026	2027	2028	2029	2030
PG5.2.1 Düzenlenen ağaç dikim kampanyası sayısı	50	-	1	2	2	3	3
PG5.2.2 Ağaç dikim kampanyalarına katılan gönüllü sayısı	50	-	40	60	70	80	100
Sorumlu Birim	Turizm Fakültesi						
İş Birliği Yapılacak Birimler	- Kastamonu Üniversitesi Turizm Fakültesi - Kastamonu Üniversitesi Orman Fakültesi - T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı - TEMA Vakfı - Yerel çevre gönüllü kuruluşları - Kastamonu Belediyesi/Belediyeler ve Muhtarlıklar						
Riskler	- Ağaç dikim faaliyetleri için uygun arazilerin bulunamaması - Gönüllü katılımcıların sürdürülebilir motivasyonunun sağlanamaması - Dikilen ağaçların bakım ve korunmasında süreklilik sorunu yaşanması						
Stratejiler	- Yerel halk ile ortak çalışarak geleneksel ekolojik bilgiden yararlanılacaktır. - Öğrencilere yönelik bilinçlendirme seminerleri düzenlenecektir. - Ağaç dikim sonrası uzun vadeli bakım sorumluluğu üstlenilecektir.						
Tespitler	- Kastamonu'nun orman varlığının korunması ve artırılması ihtiyacının bulunması - Genç nesilde çevre bilincinin uygulamalı aktivitelerle pekiştirilmesi gerekliliği						
İhtiyaçlar	- Fidanlık kurulumu ve bakım araçlarının temin edilmesi - Gönüllü koordinasyon merkezi oluşturulması ve dijital platform geliştirilmesi - Ekoturizm rotalarının işaretlenmesi ve tanıtım materyallerinin hazırlanması						

Tablo 7.20. Yerel Halk, Gençlik Grupları ve Öğrencilerle Sürdürülebilir Turizm, Çevre Duyarlılığı Ve Kültürel Miras Odaklı Etkinlikler Düzenlemek Hedef Kartı

Amaç (A5)	Toplumsal Sorumluluk, Kültürel Miras ve Sürdürülebilir Turizm Bilincini Geliştirmek							
Hedef (H5.3)	Yerel halk, gençlik grupları ve öğrencilerle sürdürülebilir turizm, çevre duyarlılığı ve kültürel miras odaklı etkinlikler düzenlemek							
Performans Göstergeleri	Hedefe Etkisi (%)	Plan Dönemi Başlangıç Değer	2026	2027	2028	2029	2030	
PG5.3.1 Düzenlenen sürdürülebilir turizm farkındalık etkinliği sayısı	25	-	2	3	3	3	3	
PG5.3.2 Çevre duyarlılığı konulu etkinliklere katılan kişi sayısı	25	-	60	80	80	90	100	
PG5.3.3 Kültürel miras odaklı etkinlik sayısı	25	-	2	2	3	3	3	
PG5.3.4 Etkinliklere katılan gençlik grupları ve öğrenci sayısı	25	-	100	120	140	150	170	
Sorumlu Birim	Turizm Fakültesi							
İş Birliği Yapılacak Birimler	- Kastamonu Üniversitesi Turizm Fakültesi - Kastamonu Üniversitesi Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesi - T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı - Kastamonu Belediyesi - Yerel sivil toplum kuruluşları - Gençlik ve Spor İl Müdürlüğü							
Riskler	- Toplumsal katılımın beklenen düzeyde gerçekleşmemesi - Farklı yaş gruplarının ortak etkinliklerde uyum sorunu yaşaması - Kültürel miras alanlarına erişim izinlerinin alınamaması							
Stratejiler	- Yaş gruplarına göre özelleştirilmiş etkinlik formatları geliştirilecektir - Kültürel miras alanlarında rehberli geziler ve workshop'lar organize edilecektir - Çevre duyarlılığı konularında interaktif deneyim alanları oluşturulacaktır							

Tespitler	- Kastamonu'nun zengin kültürel mirası toplumsal farkındalık etkinlikleri için uygun zemini oluşturmaktadır - Genç nüfusun çevresel konulara olan ilgisinin yüksek düzeyde olduğu gözlemlenmektedir
İhtiyaçlar	- Kültürel miras alanlarında etkinlik düzenlemek için gerekli altyapının hazırlanması - Tanıtım materyalleri ve eğitim araçlarının geliştirilmesi - Katılımcı takip sistemi ve geri bildirim mekanizmalarının kurulması

Tablo 7.21. Gönüllülük Temelli Sosyal Sorumluluk Projeleri (Örneğin Temizlik Kampanyaları, Engelli Dostu Turizm Etkinlikleri) Yürütmek Hedef Kartı

Amaç (A5)	Toplumsal Sorumluluk, Kültürel Miras ve Sürdürülebilir Turizm Bilincini Geliştirmek						
Hedef (H5.4)	Gönüllülük temelli sosyal sorumluluk projeleri (örneğin temizlik kampanyaları, engelli dostu turizm etkinlikleri) yürütmek						
Performans Göstergeleri	Hedefe Etkisi (%)	Plan Dönemi Başlangıç Değer	2026	2027	2028	2029	2030
PG5.4.1 Düzenlenen gönüllülük temelli sosyal sorumluluk projesi sayısı	50	-	2	3	3	3	4
PG5.4.2 Sosyal sorumluluk projelerinde aktif görev alan öğrenci sayısı	50	-	25	40	50	60	75
Sorumlu Birim	Turizm Fakültesi						
İş Birliği Yapılacak Birimler	- Kastamonu Üniversitesi Turizm Fakültesi - Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi - Kastamonu Üniversitesi İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi - Kastamonu Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi - T.C. Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı - T.C. Kastamonu Valiliği - Kastamonu Belediyesi - Yerel sivil toplum kuruluşları - Engelli hakları dernekleri - Erasmus Ofisler						
Riskler	- Gönüllü katılımcıların projelere devamlılık sağlayamaması - Sosyal sorumluluk projelerinin toplumsal etkisinin ölçülememesi						

	Proje maliyetlerinin öngörülenden yüksek çıkması
Stratejiler	- Sürdürülebilir gönüllülük modeli ile katılımcı motivasyonu yüksek tutulacaktır - Başarılı proje örnekleri medya ve sosyal ağlarda paylaşılarak farkındalık artırılacaktır - Kurumsal sosyal sorumluluk anlayışı ile işletmeler projelere dahil edilecektir.
Tespitler	- Kastamonu'da gönüllülük kültürünün yaygınlaştırılması ihtiyacının bulunması - Sosyal sorumluluk projelerinin koordinasyonunda merkezi bir yapının eksikliği
İhtiyaçlar	- Gönüllü veri tabanı oluşturulması ve dijital koordinasyon sisteminin kurulması - Proje etkilerini ölçmek için değerlendirme metriklerinin geliştirilmesi - Sürdürülebilir finansman modeli için kaynak çeşitlendirmesi yapılması

Tablo 7.22. Sürdürülebilirlik Temelli Akademik Çalışmalar Yapmak Hedef Kartı

Amaç (A5)	Toplumsal Sorumluluk, Kültürel Miras ve Sürdürülebilir Turizm Bilincini Geliştirmek						
Hedef (H5.5)	Sürdürülebilirlik temelli akademik çalışmalar yapmak						
Performans Göstergeleri	Hedefe Etkisi (%)	Plan Dönemi Başlangıç Değer	2026	2027	2028	2029	2030
PG5.5.1 Sürdürülebilir turizm konusunda yayımlanan akademik makale sayısı	35	4	10	15	15	20	25
PG5.5.2 Sürdürülebilirlik temelli araştırma projesi sayısı	30	-	1	1	2	2	3
PG5.5.3 Uluslararası akademik kongrelerde sunulan bildiri sayısı	35	2	10	15	15	20	25
Sorumlu Birim	Turizm Fakültesi - Tabiat Turizmi Uygulama ve Araştırma Merkezi						
İş Birliği Yapılacak Birimler	- Kastamonu Üniversitesi Turizm Fakültesi - Tabiat Turizmi Uygulama ve Araştırma Merkezi - TÜBİTAK - Sürdürülebilir kalkınma araştırma merkezleri - UNESCO Türkiye Milli Komisyonu						

Riskler	- Akademik yayın süreçlerinin uzun zaman alması - Sürdürülebilirlik araştırmalarında interdisipliner yaklaşım eksikliği - Uluslararası fonlara erişimde yaşanan zorluklar
Stratejiler	- Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları çerçevesinde araştırma öncelikleri belirlenecektir - Uluslararası dergilerde yayın yapmak için akademik yazım atölyeleri düzenlenecektir - Çok disiplinli araştırma ekipleri kurulacaktır
Tespitler	- Küresel sürdürülebilir kalkınma hedeflerinde turizmin önemli rolü bulunmaktadır - Türkiye'nin sürdürülebilir turizm programı akademik çalışmalar için uygun zemin oluşturmaktadır
İhtiyaçlar	- Sürdürülebilirlik araştırmaları için özel laboratuvar ve araştırma merkezi kurulması - Uluslararası veri tabanlarına erişim imkanlarının genişletilmesi - Araştırma projelerinin finansmanı için sürdürülebilir fon kaynaklarının oluşturulması

Tablo 7.23. Atatürk ve İstiklal Yolu Yürüyüşü Kapsamında Araştırmalar Yapmak Hedef Kartı

Amaç (A5)	Toplumsal Sorumluluk, Kültürel Miras ve Sürdürülebilir Turizm Bilincini Geliştirmek						
Hedef (H5.6)	Atatürk ve İstiklal Yolu Yürüyüşü kapsamında araştırmalar yapmak						
Performans Göstergeleri	Hedefe Etkisi (%)	Plan Dönemi Başlangıç Değer	2026	2027	2028	2029	2030
PG5.6.1 Atatürk ve İstiklal Yolu konusunda yapılan akademik araştırma sayısı	50	-	1	2	3	4	4
PG5.6.2 İstiklal Yolu güzergahında gerçekleştirilen saha çalışması sayısı	50	-	1	2	2	3	3
Sorumlu Birim	Turizm Fakültesi						
İş Birliği Yapılacak Birimler	- Kastamonu Üniversitesi Turizm Fakültesi - Kastamonu Üniversitesi İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi - T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı - T.C. Kastamonu Valiliği - Atatürk Araştırma Merkezi						

	• Milli Savunma Bakanlığı Askeri Tarih ve Stratejik Etüt Daire Başkanlığı • Yerel tarih ve kültür dernekleri
Riskler	• Arşiv belgelerine ve tarihi kaynaklara erişimde yaşanan zorluklar • Saha çalışmalarında iklim koşullarının olumsuz etkisi • Tarihi araştırmalarda objektifliğin sağlanması konusundaki hassasiyetler
Stratejiler	• Dijital arşiv sistemleri kullanılarak tarihi belgelerin sistematik taraması yapılacaktır • İstiklal Yolu güzergahında GPS teknolojisi ile haritalama çalışmaları gerçekleştirilecektir. • Yerel halkın sözlü tarih anlatıları kayıt altına alınarak araştırmalara dahil edilecektir.
Tespitler	• Kastamonu'nun İstiklal Savaşı'ndaki stratejik konumunun yeterince araştırılmamış olması • Atatürk'ün Kastamonu ziyaretleri ve İstiklal Yolu güzergahının turizm potansiyelinin değerlendirilememesi
İhtiyaçlar	• Tarihi araştırmalar için özel arşiv ve dokümantasyon merkezinin kurulması • İstiklal Yolu rotasının işaretlenmesi ve tanıtım materyallerinin hazırlanması • Çok dilli rehber kitapları ve dijital içeriklerin geliştirilmesi

Tablo 7.24. Uluslararası Üniversitelerle Çift Diploma, Ortak Ders ve Araştırma Projeleri Yürütmek Üzere Protokoller Oluşturmak Hedef Kartı

Amaç (A6)	Ulusal ve Uluslararası İş Birlikleri ile Markalaşma						
Hedef (H6.1)	Uluslararası üniversitelerle çift diploma, ortak ders ve araştırma projeleri yürütmek üzere protokoller oluşturmak.						
Performans Göstergeleri	Hedefe Etkisi (%)	Plan Dönemi Başlangıç Değer	2026	2027	2028	2029	2030
PG6.1.1 İmzalanan uluslararası protokol sayısı	35	2	3	4	5	6	7
PG6.1.2 Çift diploma programı açılan bölüm sayısı	25	0	0	1	1	2	2
PG6.1.3 Ortak araştırma projesi sayısı	40	1	2	3	4	5	6

Sorumlu Birim	Kastamonu Üniversitesi Dış İlişkiler Koordinatörlüğü / Uluslararası İlişkiler Ofisi
İş Birliği Yapılacak Birimler	- İlgili fakülteler (Orman Fakültesi, Turizm Fakültesi vb.) - Teknoloji Transfer Ofisi (TTO) - Uluslararası partner üniversiteler - TÜBİTAK – COST – Erasmus+ konsorsiyumları
Riskler	- Uluslararası ortakların ilgisizliği veya prosedürel engeller - YÖK ve YÖKAK onay süreçlerinin uzunluğu - Dil yeterliliği ve akademik müfredat uyumsuzlukları - Uluslararası görünürlük eksikliği - Finansman yetersizliği
Stratejiler	- Uluslararası ofis tarafından hedef ülke ve üniversitelerin öncelikli listelenmesi - Erasmus+, Horizon Europe ve TÜBİTAK destekleriyle fonlanan projelere ortaklık yapılması - Küresel tanıtım için akademik kongrelere katılımın artırılması - Uluslararası kongre ve çalıştaylara ev sahipliği yapılması
Tespitler	- Kastamonu Üniversitesi'nin uluslararası görünürlüğü sınırlı - Çift diploma süreçleri için yeterli akademik altyapı bazı bölümlerde hazır - TTO ve akademisyenlerin araştırma projelerinde aktif olduğu görülmekte
İhtiyaçlar	- Protokol süreçlerini kolaylaştıracak hukuki danışmanlık - İngilizce eğitim altyapısının güçlendirilmesi - Uluslararası tanıtım ve marka bilinirliği kampanyaları - Fenomen, basın ve sosyal medya etkileyicileriyle iş birliği - Kültürel turlar: İstiklal Yolu, Mağara Köyü, Yerel Üretici Kooperatifleri ile deneyim odaklı içeriklerin oluşturulması

Tablo 7.25. Fakülteyi Ulusal ve Uluslararası Düzeyde Temsil Edecek Akademik Kongre, Fuar ve Çalıştaylara Aktif Katılım Sağlamak Hedef Kartı

Amaç (A6)	Ulusal ve Uluslararası İş Birlikleri ile Markalaşma						
Hedef (H6.2)	Fakülteyi ulusal ve uluslararası düzeyde temsil edecek akademik kongre, fuar ve çalıştaylara aktif katılım sağlamak.						
Performans Göstergeleri	Hedefe Etkisi (%)	Plan Dönemi Başlangıç Değer	2026	2027	2028	2029	2030
PG6.1.1 Ulusal akademik etkinliklerde (kongre, çalıştay vb.) sunulan bildiri sayısı	35	10	12	14	15	16	18

PG6.2.2 – Uluslararası akademik etkinliklere katılım sayısı	40	3	4	5	6	6	7
PG6.2.3 – Fakülte adına açılan tanıtım stantları ve etkinlik temsilleri sayısı	25	1	1	2	2	3	3
Sorumlu Birim İlgili Fakülte Dekanlığı (örneğin: Turizm Fakültesi, Orman Fakültesi)							
İlgili							
İş Birliği Yapılacak Birimler	- Dış İlişkiler Koordinatörlüğü - Teknoloji Transfer Ofisi (TTO) - Basın ve Halkla İlişkiler Birimi - TÜBİTAK, Kültür ve Turizm Bakanlığı, - T.C. Dışişleri Bakanlığı - Kültür ve Turizm Bakanlığı - İl Kültür Turizm Müdürlüğü						
Riskler	- Yeterli seyahat bütçesinin olmaması - Akademik personelin dil yeterliliği veya uluslararası başvuru süreçlerinde destek eksikliği - Uluslararası organizasyonların kabul süreçlerinin belirsizliği - Fakülte içinde katılım motivasyonunun düşük olması - Vize, pasaport ve bürokratik engeller						
Stratejiler	- Akademisyenlere yönelik “uluslararası sunum hazırlık” ve başvuru destek atölyeleri - Katılım sağlayacaklara seyahat destek burslarının (BAP, Erasmus+, TÜBİTAK vb.) oluşturulması - Fakülte tanıtımı için özel materyallerin hazırlanması (video, broşür, katalog) - Ulusal/uluslararası organizasyonlarda tanıtım stantlarına düzenli katılım						
Tespitler	- Fakülte personeli bireysel çaba ile katılıyor, kurumsal görünürlük yetersiz - Bazı bölümlerde etkinliğe katılım yüksek, ancak deneyimler paylaşılmıyor - Etkinliklerde üniversite markası belirgin şekilde temsil edilemiyor						
İhtiyaçlar	- Tanıtım materyali tasarımı ve çeviri desteği - Seyahat bursları ve sponsorluk mekanizmaları - Katılımcıların deneyimlerini paylaşacağı iç iletişim platformları						

Tablo 7.26. Bölgenin Coğrafi İşaretili Ürünlerini Turizm Paketlerine Entegre Etmek Hedef Kartı

Amaç (A6)	Ulusal ve Uluslararası İş Birlikleri ile Markalaşma						
Hedef (H6.3)	Bölgenin coğrafi işaretili ürünlerini turizm paketlerine entegre etmek.						
Performans Göstergeleri	Hedef Etkisi	Plan Dönemi	2026	2027	2028	2029	2030

	(%)	Başlangıç					
Değer							
PG6.3.1 – Turizm paketlerine entegre edilen coğrafi işaretli ürün sayısı	40	2	3	4	5	6	7
PG6.3.2 – Tanıtımı yapılan coğrafi işaretli ürün temalı etkinlik sayısı	35	1	2	2	3	3	4
PG6.3.3 – Yerel üretici/kooperatif ile kurumsal iş birliği sayısı	25	1	2	3	3	4	5
Sorumlu Birim	Turizm Fakültesi Dekanlığı / Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü İlgili Meslek Yüksekokulları						
İş Birliği Yapılacak Birimler	• İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü • Ticaret ve Sanayi Odası • Coğrafi İşaret Tescil Kurumu (TÜRK PATENT) • Yerel üretici kooperatifleri • Özel sektör turizm acenteleri						
Riskler	• Turizm paketlerinin içeriğine ürün entegrasyonunda lojistik zorluklar • Coğrafi işaretli ürün üreticilerinin kapasite/standart sorunları • Tescilli ürünlerin tanıtım materyali ve dijital varlık eksikliği						
Stratejiler	• Coğrafi işaretli ürünlerin yer aldığı tematik rotalar oluşturmak (gastronomi rotası, hediyelik eşya rotası vb.) • Tanıtım broşürü, kısa tanıtım videoları ve sosyal medya içerikleri üretmek • Yerel üreticilerle düzenli istişare toplantıları ve eğitimler yapmak • Festival, fuar ve destinasyon etkinliklerine ürün bazlı entegrasyon sağlamak						
Tespitler	• Kastamonu başta olmak üzere TR82 bölgesinde tescilli ürün sayısı yüksektir ancak tanıtımı yetersizdir • Bazı ürünler yalnızca yerel halk tarafından bilinmekte, turistin erişimi sınırlıdır • Turizm rotalarında coğrafi işaretli ürünler bütünsel bir planlamayla sunulmamaktadır						
İhtiyaçlar	• Yerel ürünlerin paketlenmesi, etiketlenmesi ve taşımaya uygun hale getirilmesi için danışmanlık • Ürün entegrasyonunun yapılacağı destinasyon rehberi/dijital harita geliştirilmesi • Turistlere yönelik deneyimsel satış noktaları kurulması (örnek: "Tat ve Sat" noktaları) • Ürün hikâyesini anlatacak rehber eğitimi ve basılı materyal desteği						

Tablo 7.27. Uluslararası Sıralamalarda Görünürlüğü Artırmak İçin Akreditasyon, Kalite Belgesi Ve Derecelendirme Süreçlerine Başvurmak Hedef Kartı

Amaç (A6)	Ulusal ve Uluslararası İş Birlikleri ile Markalaşma						
Hedef (H6.4)	Uluslararası sıralamalarda görünürlüğü artırmak için akreditasyon, kalite belgesi ve derecelendirme süreçlerine başvurmak.						
Performans Göstergeleri	Hedefe Etkisi (%)	Plan Dönemi Başlangıç Değer	2026	2027	2028	2029	2030
PG6.4.1 – Uluslararası derecelendirme endekslerine (QS, THE vb.) yapılan başvuru sayısı	30	0	1	1	2	2	3
PG6.4.2 – Fakülte/bölüm düzeyinde alınan kalite belgesi veya akreditasyon sayısı (ex: YÖKAK, EUR-ACE, TEDQUAL vb.)	45	1	1	2	2	3	3
PG6.4.3 – Uluslararası sıralamalarda raporlanan gösterge sayısı (yayın, öğrenci memnuniyeti, yabancı öğrenci sayısı vb.)	25	2	3	4	5	6	6
Sorumlu Birim	Kalite Koordinatörlüğü Kastamonu Üniversitesi Fakülte Dekanlıkları Dış İlişkiler Koordinatörlüğü						
İş Birliği Yapılacak Birimler	- YÖKAK (Yükseköğretim Kalite Kurulu) - Akreditasyon kuruluşları (EUR-ACE, TEDQUAL, ISO vb.) - Uluslararası sıralama kuruluşları (QS, THE, URAP, GreenMetric vb.) - Kalite Güvence Ofisleri / Kalite Komisyonları - Üniversite İstatistik ve Veri Yönetim Birimi						
Riskler	- Kalite belgeleri için gerekli altyapı ve insan kaynağı eksikliği - Başvuru kriterlerinin zorluğu, belge maliyetleri - Uluslararası görünürlüğe katkı sağlayacak yayın ve akademik faaliyet sayısının düşük olması						

Stratejiler	- Fakültelere yönelik akreditasyon rehberleri ve bilgilendirme oturumları düzenlemek - Pilot bölümler üzerinden akreditasyon sürecini başlatmak - Yayın ve akademik çıktı sayısını artıracak teşvikler sağlamak - Uluslararası sıralamalarda dikkate alınan göstergelere özel veri izleme sistemi kurmak - Akademik performans takibini stratejik plan göstergeleriyle entegre hale getirmek
Tespitler	- Bazı bölümlerde kalite çalışmaları yürütülüyor ancak sistematik değil - Uluslararası derecelendirme süreçlerine yönelik bilgi eksikliği mevcut - Tanıtım ve raporlama faaliyetleri dağınık yürütülmekte
İhtiyaçlar	- Bazı bölümlerde kalite çalışmaları yürütülüyor ancak sistematik değil - Uluslararası derecelendirme süreçlerine yönelik bilgi eksikliği mevcut - Tanıtım ve raporlama faaliyetleri dağınık yürütülmekte

Tablo 7.28. Kastamonu'nun Destinasyon Markalaşmasını Desteklemek Amacıyla Tematik (Tabiat, Kültür, Tarih, Gastronomi) Alt Markaları Bütüncül Bir Marka Çatısı Altında Konumlandırmak Ve Tanıtım Stratejileri Geliştirmek Hedef Kartı

Amaç (A6)	Ulusal ve Uluslararası İş Birlikleri ile Markalaşma						
Hedef (H6.5)	Kastamonu'nun destinasyon markalaşmasını desteklemek amacıyla tematik (tabiat, kültür, tarih, gastronomi) alt markaları bütüncül bir marka çatısı altında konumlandırmak ve tanıtım stratejileri geliştirmek.						
Performans Göstergeleri	Hedefe Etkisi (%)	Plan Dönemi Başlangıç Değer	2026	2027	2028	2029	2030
PG6.5.1 – Oluşturulan tematik marka/alt kimlik sayısı (örneğin: İstiklal Yolu, Mağara Rotaları)	%40	1	2	3	4	5	6
PG6.5.2 – Tematik markalara yönelik hazırlanan tanıtım materyali ve kampanya sayısı	%35	2	3	4	5	6	7

PG6.5.3 – Tematik markalar kapsamında düzenlenen ulusal/uluslararası tanıtım etkinliği sayısı	%25	1	2	2	3	4	4
Sorumlu Birim	Kastamonu Üniversitesi Turizm Fakültesi Basın, Yayın ve Halkla İlişkiler Dış İlişkiler Koordinatörlüğü						
İş Birliği Yapılacak Birimler	• İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü • Belediye Tanıtım Ofisleri • Yerel Kooperatifler • Turizm Acenteleri • Medya ve Dijital Ajanslar						
Riskler	• Alt markaların birbirinden kopuk tanıtılması • Yeterli bütçe ve görsel/dijital içerik üretim desteği eksikliği • Ulusal/uluslararası tanıtım kanallarına erişimde sınırlılık						
Stratejiler	• “Kastamonu Marka Platformu” başlığı altında tüm temaları bütünleştirici web/dijital altyapı oluşturmak • Her tema için ayrı tanıtım materyalleri (broşür, video, harita vb.) geliştirmek • Etkinlik ve kampanyaları tematik marka adlarıyla duyurmak • Kültür ve tabiat temelli deneyim rotaları oluşturmak (ör: “İstiklal Yolu Gastronomi Yürüyüşü”)						
Tespitler	• Kastamonu’nun zengin turistik öğeleri tek bir marka altında toplanmamış • Tematik değerler tanıtımda bütüncül sunulamıyor • Mevcut değerler tekil şekilde pazarlanmakta (örn. sadece İstiklal Yolu)						
İhtiyaçlar	• Profesyonel marka danışmanlığı • Görsel/dijital tanıtım materyalleri üretimi için kaynak • Tematik rota bazlı tanıtım standları ve saha uygulamaları • İçerik üretimi için üniversite-öğrenci iş birliği (film, tanıtım yazısı, sosyal medya vs.)						

8. RİSK PLANLARI VE KONTROL FAALİYETLERİ

Stratejik planlama süreci, yalnızca hedeflerin tanımlanmasıyla sınırlı kalmayıp, bu hedeflerin gerçekleşmesini engelleyebilecek potansiyel risklerin önceden öngörülmesini ve bu risklere karşı önleyici, azaltıcı ve dengeleyici mekanizmaların geliştirilmesini de içermektedir. Bu çerçevede, Kastamonu Üniversitesi'nin "Tabiat Turizmi" ihtisaslaşma alanı kapsamında hazırlanan stratejik plan doğrultusunda, her bir stratejik amaç ve hedef için muhtemel riskler belirlenmiş; bu risklerin etkilerini en aza indirmek, stratejik süreci kontrol altında tutmak ve hedeflere ulaşılabilirliği güvence altına almak amacıyla somut ve uygulanabilir kontrol faaliyetleri planlanmıştır. Benimsenen risk yönetimi yaklaşımı, esnek ve proaktif bir izleme-değerlendirme mekanizması ile desteklenmektedir. Bu yapı sayesinde, yalnızca risklerin bertaraf edilmesi değil, aynı zamanda ortaya çıkabilecek fırsatların da etkin bir şekilde değerlendirilmesi hedeflenmektedir. Stratejik yönetişimin sürdürülebilirliği açısından kritik öneme sahip olan bu yaklaşım, değişen iç ve dış koşullara uyum sağlayabilen dinamik bir karar alma sürecinin oluşturulmasına katkı sunmaktadır.

Bu bölümde, belirlenen stratejik riskler ile bunlara karşı geliştirilen kontrol faaliyetleri, sistematik ve izlenebilir bir biçimde sunulmuştur. Böylece planın başarısını tehdit edebilecek belirsizlikler minimize edilerek, tabiat turizmi alanındaki hedeflerin güvenli ve sürdürülebilir bir zeminde gerçekleştirilmesi amaçlanmaktadır.

Tablo 8.1. Amaç (A1): Tabiat Turizmi Odaklı Sürdürülebilir Kalkınmayı Desteklemek

Amaç (A1): Tabiat Turizmi Odaklı Sürdürülebilir Kalkınmayı Desteklemek		
Hedef (H1.1): Orman köylerine yönelik "Ekoturizm Girişimciliği Eğitim Programı" geliştirmek		
Riskler	Açıklama	Kontrol Faaliyetleri
Orman köylerinde eğitime erişimde coğrafi ve iletişim engelleri	Dağınık yerleşim yapısı, ulaşım altyapısının yetersizliği ve dijital erişim eksikliği gibi faktörler eğitime katılımı zorlaştırmaktadır.	Eğitimlerin köylere yakın merkezlerde ya da mobil eğitim birimleriyle yerinde düzenlenmesi; dijital içeriklerin radyo, köy kahvehaneleri gibi alternatif mecralarla yaygınlaştırılması.
Katılımcıların düşük motivasyonu veya eğitim sonrası uygulamaya geçememesi	Eğitimin faydalarına dair inanç eksikliği, geçmiş başarısızlık deneyimleri veya girişimcilik konusunda özgüven eksikliği motivasyonu düşürebilir.	Eğitim programına yerel başarı hikâyeleri, rol modeller ve uygulamalı atölyeler eklenerek katılımın artırılması; mentorluk mekanizmaları ile katılımcıların desteklenmesi.
Girişimlerin sürdürülebilirliğini tehdit eden finansal destek eksikliği	Ekoturizm girişimleri için gerekli olan sermaye, ekipman veya pazarlama faaliyetleri için finansal kaynaklara ulaşmak zor olabilir.	Yerel yönetimler, kalkınma ajansları ve kooperatiflerle iş birliği kurularak mikro finansman ve hibe programlarının tanıtılması; finansal okuryazarlık

İlgili kurumlar arası koordinasyon eksikliği	Eğitim programı kapsamında üniversiteler, yerel yönetimler, STK'lar ve kamu kurumları arasında bilgi paylaşımı ve görev dağılımında kopukluk yaşanabilir.	eğitimlerinin programa entegre edilmesi. Kurumlar arası koordinasyon toplantılarının düzenli yapılması; eğitim programının yürütülmesinde net sorumluluk paylaşımı yapılması ve paydaşlar arasında iletişim platformu kurulması.
Riskler	Açıklama	Kontrol Faaliyetleri
Korunan alanlara giriş verilerinin ve çevresel verilerin eksik olması	Alanlara yönelik ziyaretçi sayısı, ziyaret türleri, flora-fauna üzerindeki etkiler gibi verilerin düzenli toplanmaması bilimsel analizleri zorlaştırmaktadır.	Ziyaretçi sayaçları, mobil uygulamalar ve alan gözlem formları ile veri toplama sistemleri kurulması; geçmiş verilerin derlenmesi ve standart veri toplama protokollerinin uygulanması.
Taşıma kapasitesi önerilerinin uygulanmasında kurumsal direnç	Taşıma kapasitesine ilişkin önerilerin yerel yöneticiler, işletmeler veya kamu kurumları tarafından kısıtlayıcı görülmesi nedeniyle uygulamaya konulmasında isteksizlik yaşanabilir.	Taşıma kapasitesi analizlerinin paydaşlarla birlikte değerlendirilmesi, karar alma süreçlerine yerel aktörlerin dahil edilmesi; önerilerin yerel kalkınmaya katkısı üzerinden anlatılması.
Mevzuat ile akademik çalışmalar arasında uyumsuzluk	Akademik düzeyde geliştirilen yöntemlerin mevcut yasal düzenlemelerle örtüşmemesi veya mevzuatın güncel bilimsel gelişmeleri yansıtamaması uygulama sürecini aksatabilir.	Akademik kurumlar ve ilgili kamu otoriteleri arasında ortak çalıştaylar düzenlenerek önerilerin mevzuatla uyumu sağlanması; iyi uygulama örneklerinin referans alınarak mevzuat önerileri geliştirilmesi.
Alan yöneticileriyle koordinasyon eksikliği	Milli park, tabiat parkı veya özel çevre koruma alanı yöneticileriyle yeterli iletişim ve iş birliği kurulmadığında veri paylaşımı ve uygulama aşamaları sekteye uğrayabilir.	Düzenli koordinasyon toplantıları ve ortak izleme komiteleri aracılığıyla bilgi paylaşımının sağlanması; alan yöneticilerinin sürece aktif katılımını teşvik eden görev tanımları yapılması.
Hedef (H1.3): Küre Dağları Milli Parkı özelinde, biyolojik çeşitliliği koruma öncelikli rotalar oluşturularak ziyaretçi yönlendirme sistemlerinin doğa temelli çözümlerle yeniden düzenlenmesi		
Riskler	Açıklama	Kontrol Faaliyetleri
Alanın hassas biyolojik yapısının ziyaretçi etkisiyle zarar görme riski	Rota dışına çıkma, yoğun kullanım, çöpler ve gürültü gibi etmenler endemik türler ve habitatlar üzerinde baskı yaratabilir.	Rotaların hassas alanları dışlayacak şekilde planlanması, yönlendirme tabelaları ve sınır işaretlemeleriyle ziyaretçilerin kontrollü

Yerel halkın ve işletmelerin yönlendirme sistemlerine uyum sağlamaması	Ekonomik beklentiler nedeniyle bazı işletmeler veya rehberler resmi rotaların dışına çıkabilir; yönlendirmelere uymama yaygınlaşabilir.	alanlarda kalmasının sağlanması; ziyaretçi taşıma kapasitesi sınırlarının belirlenmesi. Yerel rehberlere eğitim verilmesi, yönlendirme sisteminin ekonomik faydayla bağlantılı olarak anlatılması; yerel işletmelerin ve rehberlerin sistemin tasarım sürecine katılımının sağlanması.
Malzeme tedarikinde ekolojik ve ekonomik sürdürülebilirlik sorunları	Doğa temelli yönlendirme sistemleri için gereken ahşap, taş gibi malzemelerin temini sırasında ekosistem zarar görebilir ya da maliyetler sürdürülemez olabilir.	Yerel, geri dönüştürülebilir ve doğa dostu malzemelerin kullanılmasına öncelik verilmesi; malzeme temininde kooperatiflerle işbirliği kurulması ve maliyet-etki analizleri yapılması.
Yetersiz tanıtım nedeniyle rotaların beklenen etkiyi yaratamaması	Rotaların görünürlüğünün düşük olması, bilgilendirme eksikliği ve erişim kanallarının sınırlı olması ziyaretçi yönlendirme sistemini işlevsiz hâle getirebilir.	Harita, broşür, mobil uygulama ve yönlendirme panoları gibi araçlarla kapsamlı tanıtım yapılması; sosyal medya ve yerel rehberler aracılığıyla rotaların öne çıkarılması; ziyaretçi merkezlerinde bilgilendirme yapılması.

Hedef (H1.4): Kastamonu kırsalında, “Yeşil Yol” güzergâhına entegrasyona uygunluğu için fizibilite çalışmaları yapmak.

Riskler	Açıklama	Kontrol Faaliyetleri
Veri eksikliği ve güncel olmayan bilgiler	Bölgedeki mevcut altyapı, yönlendirme sistemleri ve turizm verilerinin eksik veya eski olması, fizibilitenin doğruluğunu azaltabilir.	Çalışma öncesinde mevcut raporlar, haritalar ve istatistikler güncellenir; ilgili kurumlarla veri paylaşım protokolleri yapılır.
Paydaş katılımının yetersizliği	Yerel yönetimler, STK’lar veya kurum temsilcilerinin süreçte yeterli katkı sağlamaması analizlerin eksik kalmasına yol açabilir.	Başlangıçta paydaş toplantısı düzenlenir, görev ve sorumluluklar netleştirilir, düzenli bilgilendirme yapılır.
Saha çalışması engelleri	Olumsuz hava koşulları veya arazi erişim zorlukları, yerinde incelemelerin gecikmesine neden olabilir.	Çalışma takvimi mevsim koşullarına göre planlanır, alternatif tarih ve masa başı analiz yöntemleri (CBS, uydu görüntüleri) hazırlanır.
Kurumlar arasında koordinasyon eksikliği	Farklı kurumlar arasında bilgi akışının yavaş olması veya yetki çakışmaları projenin ilerlemesini yavaşlatabilir.	Proje için bir koordinasyon birimi belirlenir, iletişim ve raporlama prosedürleri standartlaştırılır.

Hedef (H1.5): Kültür Yolu Festivali'nin Kastamonu'da gerçekleştirilebilmesi için gerekli fiziki, kurumsal ve lojistik altyapıya yönelik ön hazırlık çalışmalarını yürütmek

Riskler	Açıklama	Kontrol Faaliyetleri
• Fiziki alan yetersizliği veya uygun olmaması	Festivalin yapılacağı alanların kapasite, güvenlik veya erişilebilirlik açısından yeterli olmaması.	Erken dönemde alan envanteri ve teknik inceleme yapılması; eksiklerin geçici/kalıcı çözümlerle giderilmesi.
• Kurumlar arasında koordinasyon eksikliği	Paydaşlar arasında görev, yetki ve sorumlulukların net olmaması nedeniyle planlama sürecinde gecikmeler yaşanması.	Başlangıçta protokol ve iş planı hazırlanması; düzenli koordinasyon toplantıları yapılması.
• Yerel halk ve esnafın olumsuz tepkisi	Festivalin trafik, gürültü veya ticaret düzeni üzerindeki etkilerine karşı olumsuz algı oluşması.	Bilgilendirme toplantıları ve anketlerle halkın görüşünün alınması; olumsuz etkilerin azaltılmasına yönelik önlemler alınması.
• Finansman yetersizliği	Sponsorluk, kamu desteği veya fon kaynaklarının planlanan bütçeyi karşılamaması.	Çeşitlendirilmiş finansman planı hazırlanması; alternatif bütçe senaryoları oluşturulması.
• Hava koşullarının olumsuzluğu	Festival döneminde aşırı yağış, fırtına veya soğuk hava gibi durumların organizasyonu etkilemesi.	Alternatif tarih, kapalı alan seçenekleri ve hava koşullarına uygun yedek plan oluşturulması.

Hedef (H1.6): İklim değişikliği ile artan yangın ve aşırı hava olayları riskine karşı, korunan alanlarda tabiat turizmi faaliyetleri için iklim dirençli yönetim stratejileri oluşturmak

Riskler	Açıklama	Kontrol Faaliyetleri
• Aşırı hava olaylarının öngörülemezliği ve artan sıklığı	Ani fırtına, dolu, aşırı sıcaklık ve orman yangını gibi olayların sayısındaki artış, turizm faaliyetlerini doğrudan tehdit etmektedir.	• Korunan alanlarda erken uyarı sistemleriyle hava olaylarının izlenmesi; mevsimsel risk haritalarının oluşturulması ve turizm takviminin bu doğrultuda planlanması.
• Uygulanabilir afet eylem planlarının eksikliği	Yangın, sel veya fırtına gibi durumlar için sahaya özel, test edilmiş ve uygulanabilir planların olmaması kriz yönetimini zorlaştırır.	• Alan bazlı afet eylem planlarının geliştirilmesi, tatbikatlarla test edilmesi; rehberler, işletmeler ve ziyaretçilerin bu planlar hakkında bilgilendirilmesi.
• Rehberler ve işletmelerin iklim farkındalığının yetersiz olması	Rehber ve işletme sahiplerinin iklim değişikliğinin etkileri ve alınacak önlemler konusunda bilgi eksikliği, yanlış yönlendirmelere neden olabilir.	• İklim değişikliği, afet riski ve kriz yönetimi konularında rehber ve turizm paydaşlarına yönelik eğitim programlarının düzenlenmesi.
• Uyarı sistemlerinin altyapısal ve dijital yetersizlikleri	GSM çekim problemleri, dijital panoların eksikliği ya da anlık bilgilendirme altyapısının	• Korunan alanlarda dijital ve analog uyarı sistemlerinin kurulması; cep telefonlarına yönelik acil durum bildirim

zayıflığı kriz anlarında iletişimi aksatabilir.

sistemlerinin geliştirilmesi; GSM sinyali zayıf alanlar için alternatif iletişim yöntemlerinin belirlenmesi.

Tablo 8.2. Amaç (A2): Turizm Eğitiminde İhtisaslaşma ve Nitelikli İnsan Kaynağı Yetiştirmek Risk Planı ve Kontrol Faaliyetleri

Amaç (A2): Turizm Eğitiminde İhtisaslaşma ve Nitelikli İnsan Kaynağı Yetiştirmek		
Hedef (H2.1): Sektör odaklı uygulamalı eğitim modelleri ve simülasyon ortamları geliştirmek		
Riskler	Açıklama	Kontrol Faaliyetleri
- Eğitime öğrencilerin ilgi göstermemesi - Simülasyon ortamlarının kurulumu için yeterli fon bulunamaması	Turizm sektörüne yönelik uygulamalı eğitimlerin teorik ağırlıklı olması, öğrencilerin gerçek sektör deneyimi yaşayamaması nedeniyle motivasyonlarının düşük kalabilir. Ayrıca eğitimlerin kariyer fırsatlarına olan katkısının yeterince anlatılamaması katılımı olumsuz etkileyebilir. Modern turizm eğitimi için gerekli simülasyon laboratuvarları, sanal gerçeklik sistemleri ve teknolojik donanımların yüksek maliyetli olması, üniversite bütçesi ile karşılanamaması durumunda eğitim kalitesinin düşük kalmasına neden olabilir.	- Turizm işletmeleri ile iş birliği protokolleri imzalanarak gerçek sektör deneyimi sunulması - Eğitimlerin faydalarını anlatan tanıtım toplantıları ve kariyer rehberliği seminerleri düzenlenmesi - Başarılı mezun örnekleri ile öğrenci motivasyonunun artırılması - Turizm sektörü temsilcileri ile sponsorluk anlaşmaları yapılması - Aşamalı yatırım planlaması ile öncelikli donanımların temin edilmesi - Farklı üniversiteler ile ortak kullanım protokolleri geliştirilmesi
Hedef (H2.2): Öğrencilerin sektörde erken deneyim kazanmalarını sağlamak için uzun süreli staj ve yerinde uygulama programları oluşturmak		
Riskler	Açıklama	Kontrol Faaliyetleri
- Öğrencilerin uzun süreli staj programlarına ilgi göstermemesi - Sektörle iş birliği yapılacak kurumların yetersiz kalması - Yerinde uygulama programlarının finansal desteğinin sağlanamaması	Öğrencilerin akademik takvim ile çakışma, finansal zorluklar, uzun süre iş hayatına katılma konusundaki tereddütler nedeniyle uzun süreli staj programlarından kaçınmaları, deneyim kazanma fırsatını kaçırmalarına neden olabilir. Bölgedeki turizm işletmelerinin sınırlı sayıda olması, işletmelerin öğrenci kabul konusundaki isteksizlikleri veya kapasitelerinin yetersizliği nedeniyle yeterli staj imkanı bulunamaması öğrencilerin deneyim kazanmasını	- Staj başarı sertifikaları ile mezuniyet sonrası iş imkanlarının artırılması - Öğrencilere staj öncesi hazırlık eğitimleri verilmesi - Bölge dışındaki turizm destinasyonları ile iş birliği ağının genişletilmesi - İşletmelere staj karşılığında danışmanlık ve eğitim hizmetleri sunulması - Sektör temsilcileri ile düzenli istişare toplantıları yapılması - Online staj ve uzaktan uygulama alternatiflerinin geliştirilmesi

	engelleyebilir. Öğrencilerin konaklama, ulaşım, beslenme gibi ihtiyaçları için gerekli finansal kaynakların bulunamaması, özellikle uzak destinasyonlarda yapılacak uygulamaların maliyetlerinin yüksek olması programların sürdürülebilirliğini tehdit edebilir.	• Erasmus+ ve diğer AB programları için başvuru yapılması • Turizm işletmeleri ile karşılıklı fayda sağlayan maliyet paylaşım modelleri geliştirilmesi • Burs ve sponsorluk imkanlarının çeşitlendirilmesi
--	---	--

Hedef (H2.3): Ulusal ve uluslararası sertifika programlarıyla mezunların mesleki yeterliliklerini artırmak

Riskler	Açıklama	Kontrol Faaliyetleri
• Sertifika programlarının global standartlara uyum sağlayamaması • Teknolojik değişimlere paralel olarak sertifikaların eskimesi • Sektörde dijital dönüşümün sertifika gereksinimlerini değiştirmesi • Sertifika programlarına öğrencilerin ilgi göstermemesi • Uluslararası sertifika sağlayıcı kuruluşlarla iş birliği yapılamaması	Hazırlanan sertifika programlarının uluslararası akreditasyon kuruluşlarının standartlarını karşılayamaması nedeniyle mezunların global düzeyde tanınırlık kazanamaması. Programların içerik, süre ve değerlendirme kriterleri açısından dünya standartlarından sapması sertifikaların geçerliliğini sınırlandırabilir. Turizm sektöründe hızla gelişen dijital teknolojiler, yapay zeka uygulamaları ve yeni hizmet modellerinin ortaya çıkması nedeniyle mevcut sertifika programlarının güncel kalamaması. Mezunların sektördeki teknolojik dönüşüme ayak uyduramaması. Turizm sektöründe yaşanan dijital dönüşüm sürecinde iş tanımlarının değişmesi, yeni mesleki yeterliliklerin ortaya çıkması ve geleneksel sertifikaların yetersiz hale gelmesi.	• Periyodik dış değerlendirme ve kalite kontrol süreçlerinin oluşturulması • Sektördeki teknolojik gelişmelerin düzenli takibi ve analizi yapılması • Yıllık müfredat güncellemeleri ile teknoloji entegrasyonu sağlanması • Sektör uzmanları ile teknoloji odaklı danışma komitelerinin kurulması • Dijital beceri geliştirme modüllerinin sertifika programlarına dahil edilmesi • Sektör temsilcileri ile düzenli ihtiyaç analizi toplantıları yapılması • Dijital turizm alanında yeni sertifika programlarının geliştirilmesi • Online ve hibrit öğrenme modellerinin sertifika süreçlerine entegre edilmesi • Sertifika programlarının faydalarını anlatan tanıtım kampanyaları düzenlenmesi • Başarılı mezun örnekleri ile kariyer hikayelerinin paylaşılması • Program sürelerinin optimize edilmesi ve esnek zaman dilimlerinin oluşturulması

Hedef (H2.4): Tabiat turizmi rehberliği sertifikasyon programı açmak

Riskler	Açıklama	Kontrol Faaliyetleri
• Doğal alanlarda eğitim izinlerinin alınamaması • İklim koşullarının uygulamalı eğitimleri engellemesi	Milli parklar, tabiat parkları ve korunan alanlar için gerekli resmi izinlerin alınamaması nedeniyle uygulamalı eğitimlerin gerçekleştirilememesi.	• Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü ile işbirliği geliştirilmesi • Eğitim takviminin koruma dönemlerini dikkate alacak şekilde planlanması

Tabiat turizmi sektöründe sertifika talebinin yetersiz kalması	Mevsimsel değişiklikler, aşırı hava koşulları ve beklenmedik iklim olaylarının arazi eğitimlerini aksatması. Özellikle kış aylarında ve yağışlı dönemlerde eğitimlerin güvenli şekilde yapılamaması riski. Bölgede tabiat turizmi işletmelerinin sınırlı sayıda olması, işletmelerin sertifikalı rehber ihtiyacının düşük olması veya maliyetli bulması nedeniyle mezunlara yeterli istihdam imkanının sağlanamaması.	- Alternatif eğitim alanlarının belirlenmesi - Mevsimsel eğitim takvimi oluşturulması - İç mekân alternatiflerinin geliştirilmesi - Güvenlik ekipmanları ve acil durum planlarının hazırlanması - Sektör temsilcileri ile düzenli istişare toplantıları yapılması - Tabiat turizmi işletmelerinin teşvik edilmesi için yerel yönetimlerle işbirliği yapılması - Sertifikalı rehberlerin katma değerini gösteren tanıtım çalışmaları yürütülmesi
--	--	---

Tablo 8.3. Amaç (A3): Bölgesel Turizmde Katma Değerli Ürün ve Hizmetler Geliştirmek

Amaç (A3): Bölgesel Turizmde Katma Değerli Ürün ve Hizmetler Geliştirmek		
Hedef (H3.1): Yöresel orman ürünlerini (örneğin, mantar, bal, şifalı bitkiler) turistik ürüne dönüştürmek için yerel işletmelere danışmanlık sağlamak		
Riskler	Açıklama	Kontrol Faaliyetleri
- Geleneksel üretim alışkanlıklarının değişime direnç göstermesi - Üniversite danışmanlık hizmetlerinin tanıtılamaması - Akademik bilgi ile yerel üretim pratiği arasında uyum zorluğu	Yerel üreticilerin uzun süredir uyguladıkları geleneksel yöntemlere bağlılık göstermeleri, akademik danışmanlık önerilerine şüpheyle yaklaşımları ve yenilikçi yaklaşımları benimsemekte isteksiz davranışları. Üniversite danışmanlık modellerinin yerel halk ve işletmeler nezdinde yeterince tanıtılamaması, talebin düşük olması ve bilgiye erişimde eşitsizlik yaşanması. Üniversite tabanlı teknik bilgilerin yerel üretim gerçeklikleriyle örtüşmemesi, önerilen modellerin maliyetli ya da teknik olarak uygulanamaz olması	- Üniversitenin danışmanlık hizmetlerini üreticiyle birlikte yerinde uygulamalı olarak yürütmesi; eğitim faaliyetlerinde örnek başarı hikâyelerinin paylaşılması; yöresel kanaat önderleriyle iş birliği kurularak güven ilişkisi geliştirilmesi. - Üniversitenin yerel basın, sosyal medya ve muhtarlar aracılığıyla danışmanlık hizmetlerini yaygın tanıtması; bilgi günleri ve tanıtım stantları düzenlenmesi, danışmanlık çıktılarının görsel örneklerle duyurulması - Akademik kadronun saha temelli çözüm önerileri üretmesi; yerel bilgi ve ihtiyaçlara duyarlı prototip çalışmaların geliştirilmesi; danışmanlık faaliyetlerine multidisipliner ekiplerin katılması
Hedef (H3.2): Kastamonu ve çevresinin kültürel, doğal ve gastronomik değerlerine yönelik destinasyon yönetimi çalışmaları yapmak		
Riskler	Açıklama	Kontrol Faaliyetleri

Kurumlar koordinasyon eksikliği	arası Destinasyon yönetimi farklı kurum ve disiplinlerin ortak çalışmasını gerektirdiğinden, üniversite ile belediyeler, STK'lar ve kamu kurumları arasında yeterli koordinasyonun sağlanamaması.	Üniversite bünyesinde "Destinasyon Yönetimi Kurulu" oluşturulması; paydaşlar arasında iş birliği protokolleri geliştirilmesi; düzenli toplantılar ve ortak eylem planları hazırlanması.
Destinasyon kavramının bilinmemesi	yönetimi yeterince Yerel düzeyde destinasyon yönetimi kavramı ve stratejik yaklaşımın yeni olması, özellikle paydaşların görev tanımlarında bu alanın yer almaması.	Eğitim seminerleri ve bilgilendirme toplantıları düzenlenerek kavramın içeriğinin yerel yönetimlere aktarılması; örnek vaka analizleriyle başarı hikayelerinin paylaşılması.
Üniversitenin çıktılarına dayalı planların uygulanabilirliğinin düşük olması	Hazırlanan yönetim planlarının yerel dinamikler, bütçe koşulları ve siyasi süreçlerle uyum sağlamaması durumunda uygulanma şansı düşmektedir.	Planların hazırlanmasında yerel aktörlerin görüşlerinin alınması, uygulanabilirlik analizlerinin yapılması ve öncelikli kısa vadeli hedeflere odaklanılması.

Hedef (H3.3): Yerel halkın turizm faaliyetlerine katılımını teşvik eden kırsal turizm ve ekoturizm projeleri geliştirmek

Riskler	Açıklama	Kontrol Faaliyetleri
Kırsal bölgelerde turizm bilgi ve deneyim eksikliği	Yerel halkın turizm faaliyetlerine katılım için gerekli bilgi, beceri ve deneyimden yoksun olması; misafir ağırlama kültürünün profesyonel hizmete dönüştürülebilmesi.	Üniversite tarafından kırsal turizm eğitimi müfredatları hazırlanması; Uygulamalı eğitim kampları ve öğrenci projeleri ile bilgi aktarımı sağlanması.
Maddi kaynak yetersizliği	Ev pansiyonculuğu, organik tarım veya kamp alanı gibi turizm uygulamalarını hayata geçirecek yerel halkın yeterli sermayeye sahip olmaması.	Üniversite rehberliğinde kırsal kalkınma projeleri hazırlanarak DOKAP, KOSGEB gibi kurumlardan hibe desteği alınması; örnek proje başvuru dosyalarının paylaşılması.
Katılımın sürdürülebilirliğinin sağlanamaması	Kırsal turizm projelerine katılanların, uzun vadede gelir elde edememesi veya motivasyonunun düşmesi sonucu projelerin yarım kalması.	Gelir modelleri içeren proje planlarının geliştirilmesi; üniversite tarafından yıllık izleme ve mentorluk programlarının oluşturulması; başarı ölçütlerinin takip edilmesi.

Hedef (H3.4): Kastamonu'nun destinasyon markalaşmasına katkı sunacak stratejiler üretmek ve uygulamak

Riskler	Açıklama	Kontrol Faaliyetleri
---------	----------	----------------------

• Marka algısının hedef kitlede net oluşmaması	Kastamonu'nun çok sayıda doğal, kültürel ve gastronomik değerinin tek bir destinasyon kimliği altında birleştirilmemesi; iletişimde parçalanmışlık oluşması.	• Üniversite tarafından "Destinasyon Marka Kimliği Çalıştayı" düzenlenmesi; halkın, öğrencilerin ve uzmanların katılımıyla ortak bir marka anlatısının geliştirilmesi
• Tanıtım faaliyetlerinin düzensiz ve amatör kalması	Sosyal medya, broşür, video gibi tanıtım araçlarının dağınık ve profesyonellikten uzak şekilde hazırlanması.	• Güzel Sanatlar Fakültesi iş birliğiyle içerik üretim ekiplerinin kurulması; profesyonel danışmanlık alınarak dijital içerik planlaması yapılması.
• Üniversitenin tanıtım bütçesinin yetersizliği	Tanıtım kampanyalarının sürdürülebilirliği için gerekli olan medya, yazılım, grafik ve baskı harcamalarına üniversite bütçesinden kaynak ayrılabilmesi.	• Dış fon kaynaklarına (TÜBİTAK, Kalkınma Ajansı, AB hibeleri) yönelik tanıtım temalı projeler hazırlanması; öğrenci destekli projelerin teşvik edilmesi.

Tablo 8.4. Amaç (A4): Bilimsel Altyapı ve Teknoloji Entegrasyonunu Güçlendirmek

Amaç (A4): Bilimsel Altyapı ve Teknoloji Entegrasyonunu Güçlendirmek		
Hedef (H4.1): Öğrencilere yönelik dijital pazarlama, veri analitiği ve turizm teknolojileri eğitimleri düzenlemek		
Riskler	Açıklama	Kontrol Faaliyetleri
• Eğitim süreçlerinde öğrencilerin ilgisizliği, • Öğrencilerin teknoloji bilincinin düşük olması, • Üniversite personelinin teknoloji bilincinin düşük olması, • Üniversite altyapısının ders süreçleri için yeterli olmaması.	Turizm sektörüne yönelik teknoloji eğitimlerinde yeterli altyapıya ihtiyaç duyması, öğrencilerin ve eğitimcilerin teknoloji okuryazarlığının yeterli olmaması nedeniyle öğrencilerin motivasyonları düşük kalabilir. Bu durum eğitimlerin kalitesini etkileyebilir. Yeni nesil teknoloji eğitimleri için gerekli altyapının sağlanması yüksek maliyetli olabilir. Bu durum üniversite bütçesinden karşılanamaması durumunda eğitim kalitesinin istenilen seviyede olmayabilir.	• Sektördeki teknoloji uzmanları aracılığı ile eğitim seminerleri düzenlenmesi, • Öğrencilere yeni nesil teknolojiler denetilmesi ve öğrenme deneyimlerinin güçlendirilmesi • Fakülte uygulama laboratuvarlarının yeterliliğinin kontrol edilmesi ve geliştirilmesi, • Fakülte altyapısının geliştirilmesi için üniversite bütçesinden faydalanılması ve gerekiyorsa sponsor bulunabilmesi • Eğitimcilerin eğitimi kapsamında üniversite personelinin teknoloji okuryazar seviyesinin artırılması
Hedef (H4.2): Sanal turizm, artırılmış gerçeklik ve yapay zekâ gibi dijital araçları eğitim ve tanıtım amaçlı kullanmak		
Riskler	Açıklama	Kontrol Faaliyetleri
• Yeni nesil teknolojilerin maliyetli oluşu, • Öğrencilerin teknoloji bilincinin düşük olması,	Dijital dönüşüm ile birlikte eğitim ve tanıtım faaliyetlerinde de yeni nesil teknolojilere yer verilmesi gerekmektedir. Bunun için öncelikle eğitimcilerin	• Bu teknolojilerin benimsenmesine ilişkin eğitici ve öğrencilere yönelik eğitimler, çalıştaylar ve seminerler gerçekleştirilmesi,

• Üniversite personelinin teknoloji bilincinin düşük olması, • Üniversite altyapısının ders ve tanıtım süreçleri için yeterli olmaması.	kendilerini yenilemeleri ve yeni nesil teknolojilerinin sektöre nasıl entegre edilebileceğinin farkına varmaları gerekmektedir. Öğrencilerin de öğrenmeye açık ve istekli olmaları eğitimin kalitesini artıracak unsurlardandır. Bu teknolojiler için en önemli sorun maliyetli olmalarıdır. Fakülte altyapısının bu teknolojilere uygun olarak geliştirilmesi ve gerekli ekonomik zeminin hazırlanması gereklidir.	• Fakülte uygulama laboratuvarlarının yeterliliğinin kontrol edilmesi ve geliştirilmesi, • Fakülte altyapısının geliştirilmesi için gerekli ekonomik bütçenin ve zeminin sağlanması, • Sektör temsilcilerinin de görüşleri alınarak bu teknolojilerin etkinliklerde ve tanıtım faaliyetlerinde kullanılması.
Hedef (H4.3): Dijital turizm girişimlerine yönelik mentörlük desteklerini sağlamak.		
Riskler	Açıklama	Kontrol Faaliyetleri
• Sektörün dijital turizme yönelik ilgisizliği, • Sektör temsilcilerinin teknoloji bilincinin düşük olması, • Sektör altyapısının dijital turizm için yeterli olmaması.	Dijital dönüşüm ile birlikte sektörde yeni nesil teknolojilere yer verilmesi gerekmektedir. Ancak bu şekilde güncel turizm değişimleri rahatlıkla takip edilebilir. Bunun için öncelikle sektör temsilcilerinin kendilerini yenilemeleri ve yeni nesil teknolojilerinin sektöre nasıl entegre edilebileceğinin farkına varmaları gerekmektedir. Bu teknolojiler için en önemli sorun maliyetli olmalarıdır. Sektör altyapısının bu teknolojilere uygun olarak geliştirilmesi ve gerekli ekonomik zeminin hazırlanması gereklidir. Gerekli ise projelendirme sayesinde sektörün bu teknoloji ile buluşması sağlanmalıdır.	• Bu teknolojilerin benimsenmesine ilişkin eğitici ve sektör temsilcilerine yönelik eğitimler, çalıştaylar ve seminerler gerçekleştirilmesi, • Sektörün bu teknolojileri uygulayabilmesi için finansman desteğinin oluşturulabilmesi, • Sektör altyapısının geliştirilmesi için zeminin sağlanması, • Sektör temsilcilerinin bu teknolojileri etkinliklerinde ve faaliyetlerinde kullanması.

Tablo 8.5. Amaç (A5): Toplumsal Sorumluluk, Kültürel Miras ve Sürdürülebilir Turizm Bilincini Geliştirmek Risk Planı ve Kontrol Faaliyetleri

Amaç (A5): Toplumsal Sorumluluk, Kültürel Miras ve Sürdürülebilir Turizm Bilincini Geliştirmek

Hedef (H5.1): Engelli bireyler için erişilebilir tabiat turizmi rotaları belirlemek

Riskler	Açıklama	Kontrol Faaliyetleri
- Tabiat alanlarının coğrafi yapısının erişilebilirlik açısından uygun olmaması - Erişilebilir altyapı yatırımlarının yüksek maliyetli olması - Engelli bireylerin güvenlik endişeleri nedeniyle tabiat turizminden kaçınması	Doğal alanların engebeli arazi yapısı, yüksek eğimli yollar, kayalık zeminler ve dar geçitler nedeniyle tekerlekli sandalye kullanıcıları ve hareket kısıtlılığı olan bireyler için güvenli erişim sağlanamaması. Mevcut tabiat rotalarının engelli bireyler için uygun olmayan fiziksel özelliklere sahip olması. Rampa yapımı, korkuluk kurulumu, özel zemin kaplamaları, işaret sistemleri ve acil durum ekipmanlarının yüksek maliyet gerektirmesi. Kamu bütçesi kısıtlılıkları nedeniyle gerekli yatırımların yapılamaması riski. Engelli bireylerin tabiat alanlarında yaralanma, kaybolma veya acil durumlarda yardım alamama korkusu yaşaması.	- Coğrafi bilgi sistemleri ve arazi analizleri ile erişilebilirlik haritalarının oluşturulması - Alternatif erişilebilir rotaların tespit edilmesi - Engelli bireylerle birlikte pilot testlerin yapılması ve geri bildirimlerinin alınması - Evrensel tasarım ilkeleri doğrultusunda rota planlamalarının yapılması - Çok kaynaklı finansman modelinin geliştirilmesi (kamu, özel sektör, AB fonları) - Yerel işletmelerle sponsorluk anlaşmalarının yapılması - Güvenlik protokollerinin geliştirilmesi ve acil durum planlarının hazırlanması - Uzman eğitmen ve sağlık personeli eşliğinde turların düzenlenmesi - İletişim araçları ve konumlandırma sistemlerinin sağlanması - Başarılı deneyim örneklerinin paylaşılması ve güven oluşturulması

Hedef (H5.2): Ağaç dikim kampanyaları ve gönüllü ekoturizm rehberliği programları düzenlemek

Riskler	Açıklama	Kontrol Faaliyetleri
- Ağaç dikim faaliyetleri için uygun arazilerin bulunamaması - Gönüllü katılımcıların sürdürülebilir motivasyonunun sağlanamaması - Dikilen ağaçların bakım ve korunmasında süreklilik sorunu yaşanması	Ağaç dikimi için gerekli toprak kalitesi, su kaynaklarına erişim, iklim koşulları ve yasal izinlerin bulunduğu arazilerin sınırlılığı. Özel mülkiyet ve kamu arazilerinde yasal engellerin yaşanması. Gönüllülerin ilk heyecanlarının zamanla azalması, uzun vadeli katılım sağlayamaması ve süreklilik gösterememesi. Motivasyon kaybı nedeniyle projelerin yarım kalması riski. Ağaç dikim sonrası sulama, budama, hastalık kontrolü ve çevre düzenlemesi gibi bakım işlemlerinin aksatılması. Uzun vadeli bakım sorumluluğunun	- Yerel yönetimlerle işbirliği protokollerinin geliştirilmesi - Alternatif dikim alanlarının belirlenmesi - Başarı sertifikaları, rozet sistemi ve ödüllendirme mekanizmalarının oluşturulması - Düzenli sosyal etkinlikler ve takım çalışmalarının organize edilmesi - Gönüllü deneyimlerinin sosyal medyada paylaşılması ve tanınırlığın artırılması - Mentorluk sistemleri ile deneyimli gönüllülerin yenilere rehberlik etmesi - Yerel halk ve sivil toplum kuruluşları ile bakım işbirliği protokollerinin yapılması - Bakım takvimi ve kontrol listelerinin oluşturulması

	üstlenilememesi nedeniyle ağaçların yaşayamaması.	Periyodik saha ziyaretleri ile ağaçların durumunun izlenmesi
Hedef (H5.3): Yerel halk, gençlik grupları ve öğrencilerle sürdürülebilir turizm, çevre duyarlılığı ve kültürel miras odaklı etkinlikler düzenlemek		
Riskler	Açıklama	Kontrol Faaliyetleri
- Toplumsal katılımın beklenen düzeyde gerçekleşmemesi - Farklı yaş gruplarının ortak etkinliklerde uyum sorunu yaşaması - Kültürel miras alanlarına erişim izinlerinin alınamaması	Yerel halkın etkinliklere olan ilgisizliği, zaman kısıtlılıkları veya konuya olan mesafeli yaklaşımı nedeniyle katılım oranlarının düşük kalması. Etkinliklerin toplumsal farkındalık yaratamaması riski. Gençlik grupları, öğrenciler ve yerel halkın farklı ilgi alanları, öğrenme hızları ve katılım beklentileri nedeniyle ortak etkinliklerde uyumsuzluk yaşanması. Yaş grupları arası iletişim zorluklarının ortaya çıkması. Tarihi yapılar, müzeler ve korunan kültürel alanlar için gerekli resmi izinlerin alınamaması. Bürokratik süreçlerin uzun zaman alması ve etkinlik takviminin aksatılması riski.	- Kapsamlı halkla ilişkiler ve tanıtım kampanyalarının düzenlenmesi - Teşvik edici ödüller ve katılım sertifikalarının sağlanması - Yaş gruplarına göre özelleştirilmiş etkinlik formatlarının geliştirilmesi - Karma gruplarla pilot etkinliklerin düzenlenmesi ve geri bildirimlerinin alınması - Yaş grupları arası iletişimi kolaylaştıracak aktivitelerin tasarlanması - Etkinlik takviminin izin süreçlerini dikkate alacak şekilde önceden planlanması - Alternatif etkinlik mekanlarının belirlenmesi - Yerel müze müdürlükleri ve kültür merkezleri ile iletişimde olunması
Hedef (H5.4): Gönüllülük temelli sosyal sorumluluk projeleri (örneğin temizlik kampanyaları, engelli dostu turizm etkinlikleri) yürütmek		
Riskler	Açıklama	Kontrol Faaliyetleri
- Gönüllü katılımcıların projelere devamlılık sağlayamaması - Sosyal sorumluluk projelerinin toplumsal etkisinin ölçülememesi - Proje maliyetlerinin öngörülenden yüksek çıkması	Gönüllülerin kişisel sorumlulukları, iş yoğunlukları veya motivasyon kaybı nedeniyle projelere sürekli katılım gösterememesi. Proje sürekliliğinin sağlanamaması ve hedeflere ulaşamaması riski. Yürütülen projelerin toplum üzerindeki olumlu etkilerinin somut verilerle kanıtlanamaması. Başarı göstergelerinin belirlenmemesi nedeniyle proje değerlendirmelerinin yapılamaması. Malzeme, ulaşım, ekipman ve organizasyon giderlerinin beklentilerin üzerinde gerçekleşmesi. Bütçe kısıtlılıkları nedeniyle projelerin yarım kalması veya kalitesinin düşmesi riski.	- Esnek katılım modelleri ve alternatif görev dağılımlarının oluşturulması - Gönüllü havuzunun genişletilmesi ve yedek katılımcı sisteminin kurulması - Motivasyon artırıcı sosyal etkinlikler ve takdir sistemlerinin geliştirilmesi - Proje öncesi ve sonrası durum analizlerinin yapılması - Nicel ve nitel değerlendirme metriklerinin geliştirilmesi - Faydalanıcı gruplar ile düzenli geri bildirim toplantılarının düzenlenmesi - Sosyal etki değerlendirmesi için akademik işbirliklerinin yapılması - Başarı hikayelerin dokümanite edilmesi ve medya ile paylaşılması

		• Çok kaynaklı finansman modelinin geliştirilmesi (bağış, sponsorluk, kamu desteği) • Gönüllü katkılar ve aynı desteklerin artırılması
--	--	---

Tablo 8.6. Amaç (A6): Ulusal ve Uluslararası İş Birlikleri ile Markalaşma

Amaç (A6): Ulusal ve Uluslararası İş Birlikleri ile Markalaşma		
Hedef (H6.1): Uluslararası üniversitelerle çift diploma, ortak ders ve araştırma projeleri yürütmek üzere protokoller oluşturmak.		
Riskler	Açıklama	Kontrol Faaliyetleri
• Uluslararası ortakların ilgisizliği ve prosedürel engeller	Protokol sürecinde muhatap üniversitelerin ilgisinin düşük olması, bürokratik süreçlerin yavaş işlemesi girişimlerin başarısını olumsuz etkileyebilir.	• Erken aşamada niyet mektupları temin edilmesi • Protokol süreçleri için danışmanlık alınması • Süreç takvimi ve sorumluların netleştirilmesi • Süreçlerin başında ilgili mercilere başvuru yapılması
• YÖK ve YÖKAK onay süreçlerinin uzunluğu	Akademik iş birliklerinin resmi olarak tanınması için gerekli onay süreçleri zaman alabilir.	• Yasal süreçlerle ilgili rehber doküman oluşturulması • Akademik kurul süreçlerinin takvime bağlanması • Öğretim elemanları için yabancı dil destek programlarının açılması
• Dil yeterliliği ve akademik müfredat uyumsuzlukları	Ortak ders yürütmede, öğretim üyelerinin yabancı dil yetersizliği veya ders içeriklerinin farklılığı iş birliğini zorlaştırabilir.	• Ortak ders içerikleri için eşgüdümlü müfredat çalışması yapılması • Hazırlık sınıfı içeren modellerin değerlendirilmesi • Üniversite tanıtım materyallerinin güncellenmesi
• Uluslararası görünürlük eksikliği	Üniversitenin akademik ağlarda görünürlüğünün düşük olması partner bulmayı zorlaştırabilir.	• Akademik personelin kongre ve çalıştaylara katılımının teşvik edilmesi • Web sayfalarının çok dilli hale getirilmesi • BAP, Erasmus+, TÜBİTAK vb. dış kaynaklı fonlara başvuru yapılması
• Finansman yetersizliği	Protokollerin uygulanabilirliği için gereken bütçenin olmaması projeleri duraksatabilir.	• Rektörlük düzeyinde destek mekanizmasının oluşturulması • Sürdürülebilir protokol modelleri geliştirilmesi
Hedef (H6.2): Fakülteyi ulusal ve uluslararası düzeyde temsil edecek akademik kongre, fuar ve çalıştaylara aktif katılım sağlamak.		
Riskler	Açıklama	Kontrol Faaliyetleri

- Yetersiz seyahat bütçesinin olması - Akademik personelin dil yeterliliği veya uluslararası başvuru sürecine dair deneyim eksikliği - Uluslararası organizasyonların kabul süreçlerinin belirsizliği - Fakülte içinde katılım motivasyonunun düşük olması - Vize, pasaport ve bürokratik engeller	Katılım için gerekli ulaşım, konaklama ve kayıt ücretlerinin karşılanamaması, etkin katılımı kısıtlayabilir. Bazı personelin yurt dışı organizasyonlara başvuru yaparken yaşadığı teknik ve dil bariyerleri nedeniyle başvuru sayısı sınırlı kalabilir. Yabancı etkinliklere kabul, kota, ön değerlendirme gibi belirsizlikler başarı oranını düşürebilir. Bazı akademik personelin kongre/çalıştay katılımına ilgi göstermemesi hedeflerin tutturulmasını engelleyebilir. Yurt dışı organizasyonlara katılımında yaşanan vize, davetiye ve resmi prosedürler zaman baskısı yaratabilir.	- Fakülte ve üniversite düzeyinde temsil fonu oluşturulması - BAP ve dış destekli projelerden seyahat desteği alınması - Sponsorluk mekanizmalarının geliştirilmesi - Akademik personele yönelik yabancı dil destek kursları düzenlenmesi - Kongre/çalıştay başvuru rehberinin hazırlanması - Mentorluk desteği ile başvuru sürecinin kolaylaştırılması - Öncelikli başvurulacak etkinliklerin yıllık listelenmesi - Etkinlik organizatörleriyle ön temas kurulması - Akademik başarı odaklı seçici katılım planı yapılması - Katılım sağlayanlara teşvik puanı/ödül verilmesi - Katılım sonrası deneyim paylaşım seminerleri yapılması - Başarı örneklerinin görünür kılınması - Önceden planlanmış başvuru takvimi oluşturulması - İlgili dış ilişkiler birimi ile koordinasyon kurulması - Kurumsal yazışma destekleri ve davetiye şablonlarının hazırlanması
Hedef (H6.3): Bölgenin coğrafi işaretli ürünlerini turizm paketlerine entegre etmek.		
Riskler	Açıklama	Kontrol Faaliyetleri
- Turizm paketlerinin içeriğine ürün entegrasyonunda lojistik zorluklar - Coğrafi işaretli ürün üreticilerinin kapasite/standart sorunları	Coğrafi işaretli ürünlerin çoğu kırsal alanlarda üretildiğinden, turizm rotalarına zamanında ve uygun koşullarda dahil edilmeleri lojistik açıdan sorun yaratabilir. Üreticilerin bir kısmı talep karşılayacak miktarda üretim yapamamakta ya da turizm	- Paket turların rotalarının üretim merkezlerine göre planlanması - Yerel lojistik iş birlikleriyle taşımacılık modellerinin geliştirilmesi - Entegre ürün kullanımı için rehber eğitimleri düzenlenmesi - Üreticilere yönelik kalite standardı ve hijyen eğitimleri

Tescilli ürünlerin tanıtım materyali ve dijital varlık eksikliği	sektörünün beklentilerine uygun standardizasyona sahip değildir. Tanıtım materyallerinin yetersizliği, ürünün anlam ve değerinin turistlere doğru aktarılmasını zorlaştırır.	- İş birliği yapılacak üreticilerin ön değerlendirme ile seçilmesi - Kooperatif temelli üretim modelinin teşvik edilmesi - Ürünler için dijital tanıtım videoları, broşürler hazırlanması - QR kodlu mobil erişim rehberlerinin oluşturulması - Ürünlerin öyküsünü anlatan içeriklerle gastronomik anlatım tekniklerinin entegrasyonu
Hedef (H6.4): Uluslararası sıralamalarda görünürlüğü artırmak için akreditasyon, kalite belgesi ve derecelendirme süreçlerine başvurmak.		
Riskler	Açıklama	Kontrol Faaliyetleri
Kalite belgeleri için gerekli altyapı ve insan kaynağı eksikliği	Kalite yönetim sistemlerinin kurulması ve sürdürülebilirliğinde deneyimli personel ve teknik altyapı eksikliği süreçleri geciktirmekte ve belge alınmasını zorlaştırmaktadır.	- Kalite yönetimi alanında eğitim programları ve hizmet içi kurslar düzenlenmesi - Mevcut personelin görev tanımlarının kalite süreçlerine uygun şekilde yeniden yapılandırılması - Süreçlere rehberlik edecek danışmanlık hizmetlerinin alınması - Ön değerlendirme ve hazırlık süreçleri için yol haritası oluşturulması
Başvuru kriterlerinin zorluğu, belge maliyetleri	Uluslararası akreditasyon süreçleri belirli kriterleri zorunlu kılmakta, bu da hem içerik hem de bütçe açısından zorluk yaratmaktadır.	- Gerekli bütçe planlamalarının stratejik planda yer alması - TÜBİTAK, Erasmus+ gibi fonlardan destek sağlanması
Uluslararası görünürlüğe katkı sağlayacak yayın ve akademik faaliyet sayısının düşük olması	Kurumun uluslararası tanınırlığını artıran akademik yayın ve faaliyetlerin yetersizliği, sıralamalarda geri planda kalınmasına neden olmaktadır.	- Uluslararası endeksli yayın sayısını artırmaya yönelik teşvik sistemleri kurulması - Ortak yayın ve proje yapabilecek uluslararası ağlara katılım sağlanması - Akademik performans kriterlerine görünürlük odaklı göstergelerin eklenmesi
Hedef (H6.5): Kastamonu'nun destinasyon markalaşmasını desteklemek amacıyla tematik (tabiat, kültür, tarih, gastronomi) alt markaları bütüncül bir marka çatısı altında konumlandırmak ve tanıtım stratejileri geliştirmek.		
Riskler	Açıklama	Kontrol Faaliyetleri
Alt markaların birbirinden kopuk tanıtılması	Tabiat, kültür, tarih ve gastronomi gibi farklı turizm unsurlarının ayrı ayrı	Tüm temaları birleştiren ana marka çatısı ve hikâye kurgusunun oluşturulması

Yeterli bütçe ve görsel/dijital içerik üretim desteği eksikliği	tanıtılması, Kastamonu'nun bütüncül bir destinasyon kimliği oluşturmalarını zorlaştırabilir. Tanıtım için gerekli olan profesyonel video, broşür, dijital içerik üretimi yeterli bütçe ve teknik destek olmadan yapılamamaktadır.	- Ortak görsel kimlik ve mesaj dili geliştirilmesi - Tanıtım materyallerinde tematik bütünlüğün gözetilmesi - Kurumsal tanıtım bütçesinin artırılması ve sürdürülebilirliği için sponsorluk modelleri oluşturulması - Yerel aktörlerle iş birliği içinde içerik üretim atölyeleri düzenlenmesi - Üniversite – yerel medya iş birliklerinin artırılması - Kültür ve Turizm Bakanlığı ve TGA (Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı) destek programlarına başvuru yapılması - Sosyal medya fenomenleri, seyahat yazarları ve vlog kanallarıyla içerik ortaklıkları kurulması - Fuarlar, tematik festivaller ve kongrelerde görünürlük sağlanması
Ulusal/uluslararası tanıtım kanallarına erişimde sınırlılık	Kastamonu'nun marka mesajlarının hedef kitlelere ulaşması için ulusal ve uluslararası mecralarda görünürlük sağlanamaması etkisini azaltmaktadır.	

9. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Bu stratejik plan, Kastamonu Üniversitesi'nin "Tabiat Turizmi" alanındaki ihtisaslaşma süreci doğrultusunda, TR81 ve TR82 bölgelerinin doğal kaynak potansiyelini sürdürülebilir kalkınma ekseninde değerlendiren kapsamlı bir yol haritası sunmaktadır. Planın hazırlanmasında çok paydaşlı bir yaklaşım benimsenmiş, bölgenin turizm değerleri, yapısal sorunları ve kurumsal dinamikleri saha verileriyle desteklenerek detaylı biçimde analiz edilmiştir. Yapılan değerlendirmeler, bölgenin tabiat turizmi açısından yüksek bir potansiyele sahip olduğunu, ancak bu potansiyelin etkin ve sürdürülebilir bir biçimde kullanılabilmesi için hem kurumsal hem de yerel düzeyde sistematik müdahalelere ihtiyaç duyulduğunu açık biçimde ortaya koymuştur.

Elde edilen bulgular, stratejik hedeflerin yalnızca belirlenmesiyle değil, aynı zamanda bu hedeflere ulaşılmasını sağlayacak bütüncül uygulama, izleme ve değerlendirme sistemlerinin kurulmasıyla değer kazanacağını göstermektedir. Bu kapsamda, tabiat turizminin bölgesel kalkınmadaki rolünü güçlendirmek amacıyla kurumsal kapasitenin artırılması, üniversite-kamu-özel sektör iş birliğinin kurumsallaştırılması ve üniversitenin proje geliştirme, danışmanlık ve eğitim alanlarındaki potansiyelinin sahaya etkin biçimde yansıtılması büyük önem taşımaktadır. Ayrıca, yerel yönetimler ve kalkınma ajansları ile koordineli yürütülecek altyapı ve tanıtım yatırımları, tabiat temelli destinasyonların erişilebilirliğini ve cazibesini artırarak bölgenin rekabet gücünü yükseltecektir.

Nitelikli insan kaynağı eksikliği, bölgedeki tüm paydaşlar tarafından dile getirilen temel sorunlardan bir tanesi olarak öne çıkmakta; bu nedenle tabiat turizmine özgü becerilere sahip personelin yetiştirilmesini amaçlayan uygulamalı ve modüler eğitim programlarının geliştirilmesi gerekmektedir. Üniversitenin sahip olduğu akademik altyapı, laboratuvar olanakları ve uygulama merkezleri bu süreci destekleyecek önemli araçlardır. Ayrıca, mevsimsellik gibi turizm faaliyetlerini sınırlayan yapısal sorunlara karşı alternatif tabiat turizmi ürünlerinin geliştirilmesi; örneğin kış turizmi, termal-doğa entegrasyonu ya da agro-ekoturizm gibi çeşitlendirme stratejilerinin uygulanması da önem arz etmektedir.

Tanıtım ve dijital pazarlama alanındaki eksikliklerin giderilmesi için sosyal medya, sanal turlar, dijital rehberlik ve çok dilli web platformları gibi çağdaş araçların daha etkin kullanılması, bölgenin ulusal ve uluslararası görünürlüğünü artıracaktır. Yerel halkın tabiat turizmi süreçlerine daha etkin katılımını sağlamak amacıyla kadın girişimciliği, kooperatifleşme ve yerel ürünlerin turizmle entegrasyonu gibi modellerin desteklenmesi önerilmektedir. Üniversitenin Ar-Ge ve tasarım kapasitesi, bu yerel üretim süreçlerine hem estetik hem de işlevsel katkılar sunarak katma değeri yüksek turistik ürünlerin geliştirilmesini mümkün kılacaktır.

Kastamonu Üniversitesi öncülüğünde hazırlanan bu stratejik plan, yalnızca bölgesel kalkınma hedeflerine yön veren bir belge değil; aynı zamanda tabiat turizmi temelli sürdürülebilir bir gelişim modeli için güçlü bir akademik ve kurumsal çerçeve sunmaktadır. Üniversitenin ihtisaslaşma vizyonu doğrultusunda, yerel paydaşlarla geliştirilecek iş birlikleri ve sürekli izleme-değerlendirme

mekanizmaları sayesinde, belirlenen stratejik amaçların somut çıktılara dönüşmesi ve uzun vadeli etki yaratması mümkün olacaktır. Bu süreçte tüm paydaşların aktif katılımı, kurumsal sorumluluk paylaşımı ve ortak vizyon oluşturma iradesi, planın başarısı açısından belirleyici olacaktır.

KAYNAKÇA**Basılı Kaynaklar**

Bartın Valiliği. (2012). Bartın İli Turizm Eylem Planı (2012–2016). Bartın İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü Yayınları.

Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı Yayınları. T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı (2022a). Bölgesel Gelişme Ulusal Stratejisi 2024-2028. Ankara: T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Yayınları.

Kalkınma Ajansları Genel Müdürlüğü. (2024). 2025 Yılı Çalışma Programı. T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Yayınları.

Kastamonu Üniversitesi. (2018). Kastamonu Üniversitesi Kurumsal Stratejik Planı 2019–2023. Kastamonu Üniversitesi Strateji Geliştirme Daire Başkanlığı.

Kastamonu Üniversitesi. (2025). Ormancılık ve Tabiat Turizmi İhtisaslaşma Stratejik Planı 2026–2030.

Kastamonu Valiliği. (2018). Kastamonu İl Turizm Eylem Planı (2018–2021). Kastamonu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü & KUZKA.

Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı. (2020). Kastamonu İl Turizm Eylem Planı (2020–2023).

Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı. (2023). TR82 Bölgesi Turizm Master Planı (2024–2028).

Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı. (2024). 2024–2028 Stratejik Planı.

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2023). Türkiye Turizm Stratejisi (2023–2028). T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları.

T.C. Zonguldak Valiliği. (2014). Zonguldak Ereğli Turizm Master Planı. Zonguldak İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü.

Türkiye İstatistik Kurumu. (2022). Kent-kır sınıflamasına göre yerleşim yerleri ve nüfus dağılımları [Veri seti]. TÜİK.

Türkiye İstatistik Kurumu. (2024). Kent-kır sınıflamasına ve cinsiyete göre il nüfusları.

Sözlü Kaynaklar**Bartın**

Bartın Batı Karadeniz Kalkınma Ajansı- Dr. Şahin Baş-Koordinatör

Bartın İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü-Burhan Bayram-Şube Müdürü

Bartın Küre Dağları Milli Park Müdürlüğü-Ahat Deliorman-Müdür

Bartın Küre Dağları Milli Park Müdürlüğü-Necati Kara-Müdür Yardımcısı

Kaf Konak Otel – Ömer Aman – İşletme Müdürü

Özkök Seyahat Acentası-Emel Atik-Acente Sahibi

Şanver Helva – Murat Alathı – Fabrika Müdürü

TÜRSAB Bartın Temsilciliği, Somaklı Tur- Yönetim kurulu üyesi, Acente Sahibi

Çankırı

Çankırı İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü-Muharrem Ovacıklı-Çankırı İl Kültür ve Turizm Müdürü

Çankırı Karatekin Üniversitesi Turizm Fakültesi- Dr. Öğr. Üyesi Mikail Kara- Çankırı Karatekin Üniversitesi Turizm Fakültesi Dekan Yardımcısı

Çankırı Turizm Derneği-Ethem Yenigülbüz-Başkan Yardımcısı

Çankırı Turizm Derneği-Nusret Acar-Başkan

Çankırı Yufka-Mesut Sarı-İşletme Sahibi

Hacı Ali Restoran-Servet Sevindim-İşletme Sahibi

Hazımiye Gazozcusu- Aybars Şentürk-İşletme Sahibi,

Helvacıoğlu Şekerleme-Sevgi Helvacıoğlu-İşletme Sahibi

İlgaz Yerel Eylem Grubu Derneği- Doç. Dr. Ayhan Dağdeviren-Başkan Yardımcısı

İlgaz Yerel Eylem Grubu Derneği-Nurcan Gök-Müdür

İmaret Kahvecisi – Hayrettin Karaoğlu – İşletme Sahibi

Joyana Otel-Şermin Erdoğan-Genel Müdür

Zümren Hediyeelik-Mehmet Serin-İşletme Sahibi

Sinop

Sinop Çevre Dostları Derneği, Sinop Üniversitesi Turizm Fakültesi, Dr. Öğr. Üyesi Alpay Tırlı-Yönetim Kurulu Üyesi

Sinop Çevre Dostları Derneği-Hale Oğuz-Yönetim Kurulu Başkanı

Sinop İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü-Fatih Güzel-Müdür

Sinop Kültür ve Turizm Derneği-Yılmaz Küçük-Yönetim Kurulu Başkanı

Sinope Tours Seyahat Acentası-Adem Tahtacı-Acente Sahibi

Teyzenin Yeri Mantı Salonu-Aylin Tok-İşletmeci

Ülgen Kotra Hediyeelik Eşya-Doğan Ülgen-İşletme Sahibi

Vira Otel-Burçin Saatoğlu-İşletme Müdürü

Karabük

Batuta Turizm Seyahat Acentesi-Burcu Sabcıoğlu-Acente Müdürü

Batuta Turizm Seyahat Acentesi-Timur Sabcıoğlu-Acente Sahibi

Fatma'nın Dünyası Hediyeelik Eşya-Fatma Özçetin-İşletme Sahibi

Hilton Garden Inn Safranbolu-Recep Taştepe-Operasyon Müdürü

Karabük İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü-Adnan Karataş-Şube Müdürü

Karabük İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü-Kamil Şen-Şube Müdürü

Karabük Üniversitesi Safranbolu Turizm Fakültesi- Prof. Dr. Taşkın Deniz-Turizm Rehberliği Bölüm Başkanı

Rest by Dedeman Karabük Oteli-Baki Özverdi-Gece Müdürü

Safranbolu Turizm İşletmeleri Derneği-Şebnem Urgancıoğlu-Dernek Başkanı

Taşev Restoran-Ergül Sönmez-İşletme Sahibi

TEMA Karabük-Doç. Dr. Murat Alan- İl Temsilcisi

Kastamonu

Abana Belediyesi- Musa Canbaz- Abana Belediye Başkanı

Ağlı, Küre ve Seydiler Yerel Eylem Grubu (YEG) Derneği-Bircan Pektaş- Ağlı Küre ve Seydiler YEG Temsilcisi

Araç Turizm Derneği- Aziz Özelci- Araç Turizm Derneği

Azdavay Belediyesi- Ekrem Aksoy- Azdavay Belediye Başkan Yardımcısı

Cide Belediyesi- Mehmet Can- Cide Belediye Temsilcisi

Cide Kent Konseyi- Serdar Kaptan- Cide Kent Konseyi Başkanı

Cide YEG Derneği- Atakan Akman- Cide YEG Derneği Müdürü

Çömlekçiler- Levent Bıyıklı- Yönetici Sahip

El ele Kadın Kooperatifi- Habibe Oral Sevimlioğlu- El ele Girişimci Kadınlar Kooperatif Başkanı

Ersizlerdere Ekoturizm Derneği- Mustafa Çağır- Dernek Başkanı

Gavi Gıda Ürünleri-Elif Avanoğlu-Yönetici Sahibi

Gideros YEG Derneği- Hakan Kaplan- YEG Başkanı

İhsangazi Belediyesi- Hayati Sağlık- İhsangazi Belediye Başkan

İksir Resort Town- Seçil Gencer- İksir Resort Town İşletme Müdürü

Kastamonu Belediyesi- Av. Eda Büyükdemirci-Belediye Başkan Yardımcısı

Kastamonu Belediyesi-Serkan Mütevelli-Belediye Meclis Üyesi

Kastamonu Ekoturizm ve Sürdürülebilir Turizm Derneği-Gülşen Kırbaş-Dernek Başkanı

Kastamonu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü-M. Kerem Seven- Kastamonu İl Kültür ve Turizm Müdürü

Kastamonu İl Özel İdaresi-Tuncay Sönmezışık-Sosyal İşler ve Kültür Müdürü

Kastamonu Sanat, İşleyen Eller Yöresel Lezzetler Kadın Girişimciler Kooperatifi, Yeşilay Kastamonu-Serpil Durgut- Şube ve Kooperatif Başkanı

Kastamonu Ticaret Borsası-Serdar İzbeli-Başkan

Kastamonu Turizm Seyahat Acentesi-Gökşen Gedik-Acente Sahibi

Kastamonu Turizm ve Otelciler Derneği (KASTOD)-Hüsnü Gül-Dernek Başkanı

Kurşunluhan Hotel-Cem Dilimel-Genel Müdür

Küre Girişimci Kadınlar Kooperatifi- Hayriye Yüce- Kooperatif Başkanı

Münire Sultan Sofrası Restoran-Yavuz Emen-Yönetici, İşletme Sahibi

Park Dedeman Kastamonu – Tamer Bektaş – Otel Müdürü

Şenpazar Belediyesi- Cem Çınar- Şenpazar Belediye Başkanı

Taşköprü Öğretmen Evi- Ercan Demir- Öğretmen Evi Müdür Yardımcısı

Taşköprü YEG- Ceyhun Çorbacı- Taşköprü YEG Başkanı

Taşköprü YEG Derneği- Selçuk Oğuz- YEG Müdürü

Tıbbi Kastamonu Tıbbi ve Aromatik ve Lavanta Üretimi Kadın Girişimciler- Huriye Yılmaz-

Kastamonu Tıbbi Aromatik ve Lavanta Üretimi Kadın Girişimciler Kooperatifi Yönetim Kurulu Üyesi

Tosya Dipsiz Göl Tesisi- İbrahim Cesur- Yönetici Ortağı

Uğurlu Konakları-Gülşen Kırbaş-İşletme Sahibi

Vedat Tek Kültür Merkezi-İlknur Aynan-Merkez Yöneticisi

Zonguldak

Akçay Kafe – Andaç Akçay – İşletme Sahibi

Dedeman Otel Zonguldak- Zümrüt Uzun Kozlu- Satış Müdürü

Devrek Güneşi Yöresel Ürünler – Saniye Ünsal- Kooperatif Başkanı, İşletme Sahibi

Devrek Güneşi Yöresel Ürünler-Cansu Cinköse-Muhasebe Müdürü

Devrek Güneşi Yöresel Ürünler-Hatice Bartu-Muhasebe Müdürü

Işık Bastonculuk-Tansel Işık-İşletme Sahibi

Zonguldak Çaycuma Çevre Koruma Derneği-Ahmet Öztürk-Başkan

Zonguldak İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü-Gülhan Yıldız-Özel Müdür

Zonguldak İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü-Rukiye Yaslıtaş-Şube Müdürü

EK1-KASTAMONU ZİYARETİ





EK2-ZONGULDAK ZİYARETİ



EK3-BARTIN ZİYARETİ



EK4-KARABÜK ZİYARETİ



EK5-ÇANKIRI ZİYARETİ



EK6-SİNOP ZİYARETİ

