

TURİZM MASTER PLANI ÖZET

2022

KOCAELİ



SÜRA
KENT POLİTİKALARI
VE ARAŞTIRMALARI MERKEZİ



GEBZE
TEKNİK ÜNİVERSİTESİ



KOCAELİ SANAYİ ODASI
KOCAELİ CHAMBER OF INDUSTRY

**KOCAELİ
TİCARET
ODASI** 1987
KOCAELİ CHAMBER OF COMMERCE

MARKA
DOĞU MARMARA
KALKINMA AJANSI



KOCAELİ BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ | CALIŞINCA OLUYOR

MART 16 2022, KOCAELİ

KOCAELİ TURİZM MASTER PLANI / ÖZET

Kozluk Mahallesi Mehmet Ali Kağıtçı Sokak No:71 İzmit / Kocaeli

T : 0262 271 01 00

www.surakocaeli.com.tr

surakocaeli@surakocaeli.com.tr

YAYIN SAHİBİ

Kocaeli Büyükşehir Belediyesi ŞÛRA Kent Politikaları ve Araştırmaları Merkezi

YÜRÜTME KURULU

Dr. Ali YEŞİLDAL	ŞÛRA Kent Politikaları ve Araştırmaları Merkezi
Raşit FİDAN	Kocaeli Büyükşehir Belediyesi Kültür ve Sosyal İşler Dairesi Başkanlığı
Fatih Taşdelen	Kocaeli İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü
Ayhan ZEREN	Kocaeli İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü
Doç.Dr. Bilsen BİLGİLİ	Kocaeli Üniversitesi
Dr. Murat YILDIZ	Gebze Teknik Üniversitesi
Sedat KÖSE	Kocaeli Kent Konseyi
Bekir SERİN	Kocaeli Kent Konseyi
Muhammet BAYRAK	MARKA Doğu Marmara Kalkınma Ajansı
Volkan ŞENEL	Kocaeli Büyükşehir Belediyesi Tarihi Mekânlar ve Kent Estetiği Şube Müdürlüğü
Atalay KAYA	Kocaeli Sanayi Odası
Hızır Fatih SARIOĞLU	Kocaeli Ticaret Odası

ÇALIŞMA GRUBU

Ayhan VAROL	ŞÛRA Kent Politikaları ve Araştırmaları Merkezi
Ömer Bahadır ÖZYILMAZ	Kocaeli Büyükşehir Belediyesi Kültür ve Sosyal İşler Dairesi Başkanlığı
Menekşe SÖZEN	ŞÛRA Kent Politikaları ve Araştırmaları Merkezi
Mine PİR KAZAN	ŞÛRA Kent Politikaları ve Araştırmaları Merkezi
Şeyma TEKİN	Kocaeli Büyükşehir Belediyesi Kültür ve Sosyal İşler Dairesi Başkanlığı
Aysun SABUR	ŞÛRA Kent Politikaları ve Araştırmaları Merkezi

PROJE AJANSI



Bu proje Kocaeli Büyükşehir Belediyesi öncülüğünde; ŞÛRA Kent Politikaları ve Araştırmaları Merkezi ve paydaş kurumlarla birlikte hazırlanmıştır.

KOCAELİ

TURİZM
MASTER PLANI

ÖZET



İZMİT



SAAT KULESİ

KOCAELİ

İÇİNDEKİLER

05 — GİRİŞ

07 — YÖNETİCİ MESAJLARI

17 — YÖNTEM

Gereğe ve Amaca Yönelik İş Planı Tasarımı

Temel İlkeler

Metodoloji

01. Envanter ve Durum Analizi

02. Katılımcı Planlama Süreci

03. Rekabet Analizi

04. Strateji Geliştirme

29 — KOCAELİ TURİZM VİZYONU VE HEDEFLERİ

Kocaeli'nin Turizm Vizyonu

Kocaeli'nin Turizm Hedefleri

31 — TURİZM STRATEJİLERİ

1. Destinasyon Yönetimi Stratejileri

2. Ürün ve Tema Geliştirme Stratejileri

3. Markalaşma ve Tanıtım Stratejileri

4. Toplum ve İnsan Kaynağı Stratejileri

5. Mekânsal Gelişim ve Yatırım Stratejileri

Samanlı Dağları Alt Destinasyonu Mekânsal Stratejileri

Gebze Alt Destinasyonu Mekânsal Stratejileri

İzmit Alt Destinasyonu Mekânsal Stratejileri

Kandıra Alt Destinasyonu Mekânsal Stratejileri



GİRİŞ

Kocaeli'nin turistik bir destinasyon olarak markalaşmasını sağlamak için yerleşmiş olan üretim kenti algısını ikame etmek üzerine kurgulanacak uzun soluklu bir planlama ve uygulama süreci gerekmektedir. Doğal gelişim süreci içinde ve yapılan yatırım ve işbirlikleriyle aslında bir turistik destinasyon niteliğine bürünmüş olan Kocaeli, bütünü itibarıyla bu durumunu yeterli şekilde yansıtamamaktadır. Bu ikilem bir potansiyeli ve bir zorluğu ortaya koymaktadır. Bu süreci planlı bir şekilde yönetmek üzere Kocaeli Büyükşehir Belediyesi öncülüğünde ve tüm kesimlerin katılımıyla kapsamlı bir hazırlık süreci yürütülmüştür.

Hazırlık süreci değerlerin analiz edilmesi, istatistikî verilerin yorumlanması, benzer özellik gösteren alt destinasyonların tespit edilmesi, geniş kitlelere yönelik algı ölçümleri yapılması, paydaşların değerlendirme ve önerilerinin alınması, turizm eğilimlerinin ve politikalarının iyi okunması, Kocaeli'nin tarihinin araştırılması, rakiplerle ve benzerlerle kıyaslama yapılması süreçlerini kapsayan uzun soluklu bir süreç olmuştur.

Çalışmaların yürütüldüğü 2021 yılı ilk yarısında süregelen Covid-19 pandemisi kaynaklı kısıtlamaların getirdiği olumsuzluklara rağmen süreç planlandığı şekilde ilerlemiş ve referans teşkil edecek detaylı bir çalışmalar bütünü ortaya konmuştur.

Farklı yöntemlerle ve farklı çalışmalarda elde edilen tespitlerden yola çıkılarak Kocaeli turizminin vizyonunu, bu vizyona yönelik hedeflerini, bu hedeflere ulaşmak için benimsenecek

stratejileri ve bu stratejileri gerçekleştirmek için uygulanacak eylemleri içeren “Kocaeli Turizm Master Planı Strateji Dokümanı” oluşturulmuştur.

Planın strateji kısmı 5 eksen altında 15 strateji paketinden oluşmaktadır. 5 eksenin 4 tanesi birbirini takip eden tematik alanlarda,

1 tanesi ise mekâna dayalı olarak hazırlanmıştır. 74 strateji ve bu stratejilerin uygulanmalarına yönelik 282 eylem tanımlanmıştır. Destinasyon yönetimi stratejileri kapsayıcı yönetim, dijitalleşme ve sürdürülebilirlik konularında strateji paketlerinden oluşmaktadır. Ürün ve tema geliştirme stratejileri turistik ürünler ve temalar ile yöresel ürün ve el sanatları için geliştirilen stratejileri kapsamaktadır. Markalaşma ve tanıtım

stratejileri “Gözlerinize İnanacaksınız” marka çerçevesi altında yapılacakları ve yurtiçi ile yurtdışına yönelik odaklanmış tanıtım faaliyetlerini içermektedir. Planın benimsenmesi ve sektörel insan kaynağı kapasitesinin geliştirilmesi için tanımlanan stratejiler toplum ve insan kaynağı başlığında ele alınmıştır. Altyapı ve yatırım kararlarını ve mekânsal bazda özelleşmiş stratejiler içeren mekânsal gelişim ve yatırım stratejileri, 4 alt destinasyon için 7’şer farklı turizm teması altında belirlenmiştir.

Markalaşma ve tanıtım stratejileri “Gözlerinize İnanacaksınız” marka çerçevesi altında yapılacakları ve yurtiçi ile yurtdışına yönelik odaklanmış tanıtım faaliyetlerini içermektedir.



YÖNETİCİ MESAJLARI

Turizm, ulusal ve uluslararası düzeyde kazandığı büyük boyutlarla yatırımları ve iş hacmini geliştiren, gelir oluşturan, döviz sağlayan, istihdam açan, sosyal ve kültürel hayatı etkileyen, siyasal bakımdan da önemli toplumsal ve insancıl fonksiyonları içeren bir hizmet sektörüdür. Günümüzde turizmin yararlarına inanmış ülkeler tanıtımlarını en iyi biçimde yaparak, var olan turizm çekiciliklerini değişik buluşlarla beslemekte ve turizm gelirlerini artırmanın yollarını bulmaktadır.

Her bölgesiyle, her yöresiyle dünya insanının ilgisini çeken Türkiyemiz üç tarafı denizlerle çevrili uzun kıyı bandıyla deniz turizminde önemli potansiyele sahiptir. Ayrıca arkeolojik, tarihi, kültürel zenginlikleri, doğal değerleri ve aynı anda 4 mevsimin bir arada yaşanmasını sağladığı iklimatik özellikleri ve görsel zenginlikleriyle alternatif turizm imkânları yönünden son derece zengin çeşitlilikler sunmaktadır.

Kocaeli ilimiz, Karadeniz ve Marmara Denizi sahilleri üzerinde yer alan, Bithynia Krallığı başta olmak üzere, Roma, Bizans, Selçuklu ve Osmanlı medeniyetlerine ev sahipliği yapan, bir dönem Roma, Antakya ve İskenderiye'den sonra dünyanın dördüncü büyük kenti olan ve İstanbul'a yakınlığı, Anadolu'yu Avrupa'ya bağlayan güzergâh üzerinde olması sebebiyle turizm açısından önemli cazibe merkezi, kültür ve tarihi turizm açısından büyük önem arz eden, doğal güzellikleri, yaylaları, sağlık, termal, kış, ekoturizm, kongre ve spor turizmi yanında, günübirlik turizm potansiyeli ile alternatif turizm çeşitlerine imkân

sunan; aynı zamanda, ticaret, sanayi, bilim ve sanat kenti olması açısından da ayrı bir öneme sahip, bölgede turistlerin ilgisini çekecek marka bir destinasyon olmak için her türlü doğal güzelliklere sahiptir.

Kocaeli ilinin, turizmde alacağı payın artırılması, sürdürülebilir turizm yaklaşımı, öncü bir sektör konumuna ulaştırılması, ulusal ve uluslararası turizm pazarında ilk sıralarda yer alması, turizm sektörünün uzun vadeli ve sağlıklı gelişiminin sağlanması, turizmde marka bir kent haline getirilmesi yönünde çalışmalar sürdürülmektedir.

Bu doğrultuda ilimizin doğal, tarihi ve kültürel değerlerinin gerek yurtiçi gerekse yurtdışında tanınırlığını artırarak şehrin uluslararası bir marka haline getirilmesinin sağlanması ve turizmde layık olduğu seviyeye ulaştırılmasını hedeflemekteyiz.

Son yıllarda ilimiz gerçekleştirilen atılımlarla turizmdeki payını ve önemini giderek arttırmakta ve sahip olduğu kültürel ve turizm değerleriyle her yıl daha fazla ziyaretçi ağırlayarak hedeflerine ilerlemektedir.

Kocaeli Turizm Master Planı'nın; Cumhurbaşkanımız Sayın Recep Tayyip ERDOĞAN liderliğinde belirlenen 2023 hedefleri çerçevesinde, büyüyen ve güçlenen Türkiye'nin en önemli unsurlarından turizmdeki hedeflerine ulaşma noktasında bölge ve ülke turizmine önemli katkılar sağlanmasını diliyor, planının hazırlanmasında emeği geçenleri kutluyor, teşekkürlerimi sunuyorum.



Seddar YAVUZ
Kocaeli Valisi



Doç. Dr. Tahir BÜYÜKAKIN

Marmara Belediyeler Birliği ve
Kocaeli Büyükşehir Belediye
Başkanı

Çok değerli hemşerilerim,

Yaşadığımız şehir Kocaeli; turizm, çevre ve doğa açısından adeta işlenmemiş bir cevher...

Bu şehirde bir yaz gününde hem yamaç paraşütü yapabilir, hem denize girebilir, hem İzmit Körfezinde yelken basabilir, hem de kaya tırmanışı yapabilirsiniz.

Yok eğer mevsimlerden kışsa eşsiz yaylalarımızda safariye çıkabilir veya Kartepe'de kayak keyfi yapabilirsiniz...

Şimdi tüm bu zenginliklerimizi sadece komşu illerimizle değil, tüm ülkemizle, Avrupa'yla, hatta dünyayla paylaşma zamanı geldi.

Uzun zamandır en ince detaylarına kadar ilmek ilmek işlediğimiz bir çalışmamızın sonuna geldik.

Artık Kocaeli'nin bir Turizm Master Planı var. Kocaeli Turizm Master Planı, bu alanda yapacağımız yatırımlarda ve atacağımız adımlarda yol haritamızı belirleyecek.

Turizm Master Planı'nın zeminini oluşturmak için çok önemli bir Şura gerçekleştirdik.

Ortak akılla hayata geçirdiğimiz Şura'da elde ettiğimiz veriler, bizim yolumuzu aydınlattı, önümüzü daha iyi görmemizi sağladı.

Kocaeli'nin sanayi kenti olduğu yönündeki yanlış algıyı ortadan kaldırmalıyız.

Kocaeli artık bir turizm kentidir.

Ve bu sektörde pastadan en büyük payı almaya taliptir.

Kocaeli, turizm sektöründe en önemli aktörlerden biri olunca şehir kazanacak, herkes kazanacak.

Turizm Master Planı, Kocaeli'nin yıldızını parlatacak, şehrin bilinmeyen gizli hazinelerini ortaya çıkaracak.

Bunu hayata geçirirken en büyük zenginliğimiz ise sevecen, misafirperver, güler yüzlü ve dost canlısı siz Kocaelili hemşerilerimiz olacak...

İnanıyorum ki; bu şehre turist olarak gelen herkes buradan Kocaeli sevdalısı olarak ayrılacak.

Turizm Master Planının hazırlanmasında katkı sunan tüm paydaşlarımıza teşekkür ediyorum.

Çok yakın zamanda sokaklarında yabancı turistlerin dolaştığı, otellerin en dolu kapasiteyle çalıştığı, lokantaların 2-3 farklı dilde menüler bastırıldığı turizm kenti Kocaeli'de yaşamak dileğiyle...



Prof. Dr. Sadettin HÜLAGÜ
Kocaeli Üniversitesi Rektörü

Kocaeli Üniversitesi'nin ilimizde ve bölgesindeki misyonu - vizyonu, yalnızca eğitim kurumu olmaktan öteye geçerek ülkemizin gelişimine katkı sağlayacak her unsura destek vermektir. Bu misyon ve vizyonun belirleyicisi ise şüphesiz ki çağımızın gereklidir. Kocaeli ilimizin ülkemiz sanayiinin %13'ünü gerçekleştirdiği düşünüldüğünde bir sanayii kenti olarak görülmesi alışıl gelmiş bir durumdur. Ancak kentimiz sadece sanayii değil, turizm, ticaret, geleneksel üretimin aynı anda harmanlandığı bir kesişme noktasıdır. Üniversite olarak bu gerçeği teşhis ederek Turizm Meslek Yüksekokulumuzu, fakülteye dönüştürerek bu alanda daha iyi bir eğitim vermeyi, üst düzey hizmet sunmayı hedefledik. Yaşanan gelişmeler neticesinde kentimizde turizm eğitim düzeyinin artması, nitelikli ve yetişmiş personelin artması ile turizme katkı sunulduğu gibi, uygulama hotelimiz ile de öğrencilerimize pratik yapma imkanı sunulmuştur.

Tarihi M.Ö 12. Yüzyıla kadar dayanan, Roma İmparatorluğu'nun 4 önemli kentinden biri olan Nikomedyaya dayanan böylesi bir kentin üzerinde, yaz ve kış sporlarına bir arada imkan tanıyan coğrafyada turizm, "bacasız sanayii" olarak üretime katkıda bulunmaktadır.

Karadeniz'e ait sahillerinde 7 adet mavi bayraklı plajı, su altı dalış ve su altı

arkeolojiye imkan veren alanları, kayak ve doğa turizmi imkanlarıyla, bacasız sanayii olabilme noktasında her koşulu sağlayan kentimiz, önemli bir turizm noktası haline gelmeye başlamaktadır.

Kentimizin bu özelliğinin ön plana çıkmasıyla birlikte özellikle Marmara Bölgesi'nden yoğun biçimde gerçekleştirmeye başlayan turist akını dikkat çekici olmakla beraber, artırılması ve geliştirilmesine ihtiyaç vardır. Bu artırma ve geliştirme; tesisleşme, imkanların artırılması, lojistik, eğitilmiş personel, turizm işletmeciliğinde yeni yönelimler gibi bir çok alanı kapsayan geniş ölçekli çalışmaları da zorunlu kılmaktadır. Bu tür çalışmaların yapılmasında temel bakış açısı da bilimsel bilgi ile güncel gerçekliği bir araya getiren ve her unsuru bir arada ele alan bir bakış açısıyla yapılmalıdır.

Kentimizin kültürel, turistik ve ekonomik gelişimine katkı sunacak bu tür çalışmaları üniversite olarak desteklemekle beraber, önemine inanıyor çok disiplinli bu tarz çalışmaların toplumsal anlamda büyük katkı sunacağını düşünüyoruz. Ortak bir çalışmanın ürünü olarak ortaya konan bu eser, ifade ettiğimiz bütüncül bir bakış açısıyla ele alınmış önemli bir veri ve yol haritası niteliği taşımaktadır. Kitabın hazırlanmasında emeği geçen herkese en kalbi teşekkürlerimi sunuyorum, başarılı çalışmaların devamını temenni ediyorum.



Prof. Dr. Muhammed Hasan ASLAN

Gebze Teknik Üniversitesi Rektörü

Kocaeli’de potansiyelin daha etkin değerlendirilmesine yönelik olarak Kocaeli Büyükşehir Belediyesi öncülüğü ve yürütücülüğünde “Kocaeli Turizm Master Planı” süreci kurgulanmıştır. Kocaeli Büyükşehir Belediyesi Başkanı Doç. Dr. Tahir Büyükakın tarafından duyurulan çalışma süreci 2021 yılı ocak ayında kurgulanmaya başlamış ve Kocaeli Büyükşehir Belediyesi ekipleri, Kocaeli Kültür ve Turizm Politikaları Kurulu üyeleri ve “I Mean It Creative” ekipleri iş birliğinde süreç kurgusu gerçekleştirilmiştir. Kocaeli Turizm Şurası ve Çalıştayı 25.06.2021 tarihinde gerçekleştirilmiştir. Süreç ön analiz ve durum tespiti yapılması, master planı stratejileri geliştirilmesi ve stratejilerle uyumlu marka kimliği çalışmalarının yapılmasını ve başlatılan sürecin sürdürülebilirliğinin sağlanması ve uygulanması aşamalarını kapsamaktadır. Ön analiz ve durum tespiti, strateji geliştirme ve marka kimliği oluşturulması çalışmaları yaklaşık bir yıllık bir sürecin ardından tamamlanmıştır. Kocaeli’nin turistik bir destinasyon olarak markalaşmasını sağlamak, yerleşmiş olan

üretim kenti algısını ikame etmek üzerine kurgulanacak uzun soluklu bir planlama ve uygulama süreci gerekmektedir. Doğal gelişim süreci içinde ve yapılan yatırım ve iş birlikleri ile aslında bir turistik destinasyon niteliğine bürünmüş olan Kocaeli, bütünü itibarıyla bu durumunu yeterli şekilde yansıtamamaktadır. Bu ikilem bir potansiyeli ve bir zorluğu ortaya koymaktadır. Bu süreci planlı bir şekilde yönetmek üzere Kocaeli Büyükşehir Belediyesi öncülüğünde ve tüm kesimlerin katılımı ile kapsamlı bir hazırlık süreci yürütülmüştür.

Hazırlık süreci değerlerin analiz edilmesi, istatistiki verilerin yorumlanması, benzer özellik gösteren alt destinasyonların tespit edilmesi, geniş kitlelere yönelik algı ölçümleri yapılması, paydaşların değerlendirme ve önerilerinin alınması, turizm eğilimlerinin ve politikalarının iyi okunması, Kocaeli’nin tarihinin araştırılması, rakiplerle ve benzerlerle kıyaslama yapılması süreçlerini kapsayan uzun soluklu bir süreç olmuştur.

Çalışmaların yürütüldüğü 2021 yılı ilk yarısında süregelen Covid-19 pandemisi kaynaklı kısıtlamaların getirdiği olumsuzluklara rağmen süreç planlandığı şekilde ilerlemiş ve referans teşkil edecek detaylı bir çalışmalar bütünü ortaya konmuştur.

Farklı yöntemlerle ve farklı çalışmalarda elde edilen tespitlerden yola çıkılarak Kocaeli turizminin vizyonunu, bu vizyona yönelik hedeflerini, bu hedeflere ulaşmak için benimsenecek stratejileri ve bu stratejileri gerçekleştirmek için uygulanacak eylemleri içeren Kocaeli Turizm Master Planı Strateji Dokümanı oluşturulmuştur.

16.03.2022 tarihinde ise bu sürecin kent kamuoyu ile paylaşılması ve tanıtılması amacıyla ‘Kocaeli Turizm Master Plan Lansmanı’ gerçekleştirilecektir.

Kültür, Sanat ve Turizm Politika Kurulu ;

- » Kocaeli Büyükşehir Belediyesi
- » Kocaeli Valiliği / İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü
- » Kocaeli Üniversitesi
- » Gebze Teknik Üniversitesi
- » MARKA

- » Kocaeli Ticaret Odası
- » Kocaeli Sanayi Odası
- » Kocaeli Kent Konseyi

temsilcilerinden oluşmaktadır.

Değerli hemşehrilerim,

Yaşadığımız yüzyılın en önemli ortak sorunlarından biri olarak kabul edilen Covid-19 pandemisi, tüm insanlığın dikkatini bir kez daha sahip olduğumuz kaynakların dengeli kullanımına yöneltmiştir. Kurulduğu günden itibaren; bilimsel düşünce üretme ve akademik eğitim gücüyle başta bulunduğu Kocaeli Bölgesi olmak üzere ülkemizdeki yaşam kalitesini artırmayı ve kaynakların dengeli kullanımı için akademik fikirler geliştirmeyi hedefleyen Üniversitemiz, yerel yönetimlerimiz önderliğinde bölgemizin sürdürülebilir geleceği için yürütülen araştırma ve geliştirme faaliyetlerine destek vermeyi temel hedeflerinden biri olarak kabul etmektedir.

Kocaeli Büyükşehir Belediyesi öncülüğünde başlatılan ve bölgemizdeki tüm paydaşların duygu ve düşüncelerini dikkate alarak geliştirilmekte olan ‘Kocaeli Turizm Master Planı’ çalışmaları, bölgemizdeki doğal ve kültürel değerlerin korunarak geliştirilmesi anlamında büyük önem taşımaktadır. Söz konusu çalışma, Kocaeli Bölgesi’nin sahip olduğu eşsiz tarihi, doğal ve kültürel özelliklerinin gelecek kuşaklara aktarılması açısından da son derece önemlidir.

Bu vesile ile çalışmalarını başlatan ve yaşadığımız coğrafyanın ‘turizm’ açısından taşıdığı özel değerleri, ülkemizin ve tüm dünyanın dikkatine yeniden sunmayı hedefleyen Kocaeli Büyükşehir Belediyesi başta olmak üzere, tüm paydaşlara ve katılımcılara teşekkür eder, ‘Kültür, Sanat ve Turizm Politika Kurulu’nda da yer alan Üniversitemiz’in yürütülen çalışmalara verdiği desteğin devam edeceğini bildirmekten de büyük mutluluk duyuyorum.

Sevgi ve saygılarımla...



Necmi BULUT

**Kocaeli Ticaret Odası
Yönetim Kurulu Başkanı**

Kocaeli Büyükşehir Belediyesi tarafından kentin ilgili paydaşlarıyla gerçekleştirilen Turizm Şurası sonucu Turizm Master Planı raporu hazırlandı. Artık sıra, çok çalışarak Kocaeli'nin turizm potansiyelini değerlendirmeye geldi...

Yaklaşık 3000 yıllık geçmişinde pek çok medeniyete ev sahipliği yapan, eski adı ile Nikomedia, bugünkü adını ise 1320 yılında İzmit ve çevresini fetheden Osman Gazi'nin silah arkadaşı Akça Koca'dan alan Kocaeli, Karadeniz, Marmara Denizi ve Sapanca Gölü'ne kıyıları, sahip olduğu doğal güzellikleri, tabiat parkları, mesire yerleri, mavi bayraklı plajları (6 adet), yaylaları, termal tesisleri, tarihi ve kültürel değerleri, fuarları, konaklama tesisleri ve Kartepe Kayak Merkezi'yle aynı zamanda bir kültür ve turizm kentidir.

SEKAPARK'dan yürüyüş parkurlarına, Kartacalı Komutan Hannibal izlerinden Macar kralı Tökeli (Thököly) İmre'nin mezarına ve bir çağı kapatıp yenisini başlatan İstanbul'un fatihi Sultan Mehmedin vefat ettiği otağından Mimar Sinan'ın tarihi camilerine kadar pek çok tarihi ve turistik öğeyi içinde barındıran bir şehirdir Kocaeli...

Özellikle doğa tutkunlarına dört mevsim ayrı fırsatlar sunan Kocaeli, İstanbul'a yakınlığı ve ulaşım imkânlarının çeşitliliğiyle kış sezonu için Kartepe ve yaz aylarında Kandıra'da oldukça yoğun bir hareketliliğe sahne olmaktadır. Marmara Bölgesi'nde Uludağ'dan sonra en çok ziyaretçi çeken Kartepe, kış turizminin yanı sıra sahip olduğu su kaynakları, orman alanları ve bitki örtüsü, yaylaları ve zirveye yakın kanyonlarıyla muhteşem bir görüntüye sahiptir.

Hereke İpek Halısı, Hereke Yün El Halısı, Hereke Yün İpek El Halısı, İzmit Pişmaniyesi, İzmit Simidi, Karamürsel Sepeti, Kandıra Bezi, Kandıra Karpuzu, Nüzhetiye/Döşeme Bebeği ve Gebze Bayram Çöreği coğrafi işareti alınmış; Kandıra Manda Yoğurdu ise, başvurusu yapılmış ve coğrafi işaret için onay beklenen ürünler arasındadır.

Kocaeli Ticaret Odası olarak, "kentin potansiyelini geliştirme" misyonu ve "ticari fırsatlar oluşturan dinamik bir kurum olma" vizyonuyla hareket ederken, ülkemizin iktisadi merkezlerinden olan kentimizin gölgede kalan değer ve iktisadi imkânlarını ortaya çıkarma odaklı çalışmalarımızı sürdürüyoruz. Bu çalışmalarla "sanayi ve ticaret kenti" olarak bilinen şehrimizin, fuar, kongre ve sağlık turizminde de kapasitesine ve potansiyeline dikkat çekmek istiyoruz.

Yıllardır savunduğumuz ve katıldığımız tüm platformlarda dile getirdiğimiz Kocaeli için bir master plan fikrinin hayata geçiriliyor olması çok değerli ve bizim için çok heyecan vericidir. Kocaeli'nin beklediği, ilgili taraflar ve bütün kurumların katkı sağlaması gereken, Kocaeli Büyükşehir Belediyesi tarafından 2026 vizyonu ile oluşturulan ve tamamlandığında kenti turizm alanında da öne çıkaracak, bilinirliğini artırarak kente değer katacak bir proje olan **Kocaeli Turizm Master Planı**'nın kentimize hayırlı olmasını temenni ediyor ve planın hazırlanmasında emeği geçen tüm paydaşlara teşekkürlerimi sunuyorum.



Ayhan ZEYTİNOĞLU

**Kocaeli Sanayi Odası
Yönetim Kurulu Başkanı**

A sya ve Avrupa'yı birleştiren ticaret yollarının kesiştiği noktada kurulmuş eşsiz bir şehir olan Kocaeli, yüzölçümü bakımından küçük ancak katma değeri bakımından Türkiye'nin en önemli illeri arasında başı çekmektedir.

Otomotiv, kimya ve metal sanayinin üretim üssü olan ve aynı zamanda ciddi bir istihdama ev sahipliği yapan Kocaeli, bundandır ki "sanayi" denilince akla gelen ilk şehirdir.

35 limanı ile Avrupa'nın 7'inci liman kenti olan Kocaeli, Türkiye'nin İstanbul'dan sonra en büyük sanayi ve liman kenti olmasıyla tanınmakta, konum olarak Avrupa pazarına olan yakınlığı ile Türkiye'nin büyümesine ciddi katkılar sunmaktadır.

TEM Otoyolu bağlantı yollarına, D100 Karayolu'na, demiryolu bağlantılarına, limanlara ve Sabiha Gökçen ile Cengiz Topel havalimanlarına olan yakınlığı sayesinde Kocaeli, sadece Türkiye'den değil dünyadan da ciddi yatırımlar çekmektedir. Avrasya üzerinde bilinen ticaret yollarının üzerinde yer alan ilimiz, lojistik bakımdan yatırımcılar için her zaman bir cazibe merkezi olmuştur. Bu nedenle bölgemiz; büyük ölçekli ve yabancı sermayeli firmaların ilgisini çekmektedir. Kocaeli Sanayi Odası üyesi sanayi kuruluşlarının 339'u yabancı sermayelidir. Üyelerimizin yüzde 10'unun üzerine denk gelen bu oran ile Kocaeli diğer illerden ayrılmaktadır. Diğer taraftan, Türkiye'nin en büyük 1000 büyük işletme içerisinde ise, Kocaeli'den 133 adet firma yer almaktadır.

Kocaeli; 14 organize sanayi bölgesi, Türkiye'nin tek bilimsel araştırma merkezi olan TÜBİTAK-MAM, ilk etabı tamamlanan Bilişim Vadisi ile 5 Teknopark, Ulusal Test Merkezi – TSE, 2 Teknoloji Transfer Ofisi ve 3 üniversitesi sayesinde bilgiye erişim noktasında da oldukça avantajlıdır. Kocaeli'de, OSB'lerin büyük bir kısmı ihtisaslaşmış durumdadır.

Ayrıca Kocaeli, sanayinin ihtiyaç duyduğu kalifiye insan kaynağını sağlayacak bir altyapıya da sahiptir. Ar-Ge merkezi olan toplam 1.250 adet şirketin 132 tanesi ilimizde yer almaktadır. 16 adet de Tasarım Merkezimiz bulunmaktadır.

Tüm bu üstünlükleriyle Türkiye'nin gözbebeği olan, dünyanın "yatırım ve üretim" denince akla gelen şehirleri arasında yer alan Kocaeli, "yaz ve kış turizmine" ev sahipliği yapan, bu anlamda da oldukça donanımlı ve güçlü argümanları olan bir şehirdir.

İlkçağlardan bu yana taşıdığı miras ile tarih ve kültür turizminin, mavi bayraklı plajlarında yaz turizminin, zirvesinde kış turizminin yaşandığı, ormanları ve dağlarıyla trekking severlerin uğrak noktası olan, havası, suyu ve toprağıyla Türkiye'nin nadide bir kenti olan Kocaeli; donanımlı insan kaynağı altyapısı, sağladığı iş fırsatları, bilgiye erişim noktasındaki kolaylıkları ve teknolojik altyapısıyla iş dünyasının da ilgisini çekmektedir.

Büyük bir üretim ve ihracat potansiyeline sahip olan Kocaeli, aynı zamanda yabancı firma temsilcilerinin ziyaretleri, iş gezileri, şirket toplantıları, ortaklık toplantıları, yeni iş temasları, iş dünyasına yönelik merak uyandıracak konferans, fuar, seminer, sergi ve sempozyumlarla iş dünyasının buluştuğu bir merkezdir.

Odamız öncülüğünde düzenlenen Şahabettin Bilgisu Çevre Ödül Töreni, Sektörel Performans Değerlendirme Ödül Organizasyonu, Proses Emniyeti Sergisi ve Sempozyumu, Sanayi ve Teknoloji Fuarı-SANTEK, Savunma Sanayii Buluşmaları ve Match4Industry İkili İş Görüşmeleri, bu iş buluşmaları için en değerli organizasyonlarımızdır.

İnanıyorum ki Kocaeli, ilerleyen dönemlerde yatırımlar ve yeni projelerle iş turizmine dair çitasını daha da yukarıya taşıyacaktır.



Doç. Dr. Mustafa ÇÖPOĞLU

Doğu Marmara Kalkınma Ajansı

Genel Sekreteri

Türkiye'nin en önemli coğrafi lokasyonlarını barındıran Kocaeli, dört mevsim turizm potansiyeline sahip illerimiz arasında yer almaktadır. Doğa, spor, sağlık, iş turizmi gibi çeşitli turizm olanaklarının mevcut olduğu ilimiz için turizmin planlanması ve ilimizin nitelikli bir turizm destinasyonu haline getirilmesi için uygulamaya yönelik gerçekçi stratejilerin belirlenerek tüm kurum ve kuruluşların istifade edebileceği stratejik bir dokümanın oluşturulması; kritik öneme haizdir.

İlimiz, hem ekonomik faaliyetler açısından gelişmiş hem de doğal değerler açısından zengin bir bölge olmasının avantajını, koruma-kullanma dengesini gözettiği sürece tecrübe edebilecektir. Bu açıdan bakıldığında bu dengeyi bozmayacak, hem bölgemize ekonomik açıdan fayda sağlayacak hem de bu kıymetli doğal ve kültürel değerlerin gelecek nesillere aktarılmasına izin verecek yatırımlara ihtiyaç duyulmaktadır. Kocaeli'nin sahip olduğu turizm potansiyelini planlı ve programlı bir şekilde kullanmak ve turizmi bölge insanının refahına katkı yapan bir sektör haline getirmek için Kocaeli Turizm Master Planı hazırlanmıştır. Master planı hazırlıkları aşamasında Kocaeli Büyükşehir Belediyesi ve Doğu Marmara Kalkınma Ajansı iş birliğinde 25 Haziran 2021 tarihinde "Kocaeli Turizminin Geleceğini Birlikte Planlıyoruz" mottosuyla gerçekleştirdiğimiz Turizm Şurasıyla, master planının ilk nüveleri şekillenmiştir. Doğa ve Ekoturizm, Kültür, Tarih, İnanç Turizmi, Spor ve Kış Turizmi, Sağlık Turizmi, Fuar ve Kongre Turizmi, Gastronomi Turizmi ve Deniz Turizmi gibi önemli tematik başlıkların masaya yatırıldığı şurada, Kocaeli turizminin geleceğinde söz sahibi olan tüm aktörler bir araya gelmiştir.

Binlerce yıllık tarihi geçmişi ve birikimini, bir sonraki nesle aktarmaya hazırlanan Kocaeli sahip olduğu dinamik ve genç nüfusa geçmişten gelen kültürel, tarihi değerlerini ve doğal zenginliklerini hazırlanan Turizm Master Planı'yla tanıtmaya hazırlanmaktadır. Katılımcılık ilkesi gözetilerek profesyonel bir ekiple hazırlanan Turizm Master Planı'nın uygulanmasıyla Kocaeli'nin turizm potansiyelinin kente ekonomik girdi olarak kaydedilmesi, Kocaeli Büyükşehir Belediyesi'nin en önemli kazanımlarından birisi olacaktır. Önümüzdeki dönemde, yoğun göç alan Kocaeli için kent kimliğinin belirlenmesi, ilimize gelen turist sayısının artırılması ve farklı tematik turizm türlerinin geliştirilmesiyle; turizm yerel nüfus için en az sanayi sektörü kadar gelir getirici bir aktivite türü haline dönüşmüş olacaktır.

Master planı hazırlık süreci COVID-19 pandemisinin getirdiği kısıtlamalara rağmen, planlandığı şekilde ilerleyerek ilimizdeki turizm türlerinin ayrıntılı bir şekilde projekte edildiği, alt destinasyonların tespit edildiği, yerel nüfusa yönelik algı araştırmalarının uygulandığı, turizmle ilgili olan tüm paydaşların dahil olduğu katılımcı süreçler gözetilerek hazırlanmış bir plandır. Kurulduğumuz yıldan bu yana turizmi, bölge kalkınmasında en önemli temalarından biri olarak sürekli gündeminde tutan Doğu Marmara Kalkınma Ajansı nezdinde, turizm master planının oluşturulması oldukça değerli bir kazanımdır. Kentimizin turizm kimliğini öne çıkaracak ve tarihi varlıkların bir sonraki nesle aktarılmasına yardımcı olacak Kocaeli Turizm Master Planı'nın hazırlanmasına katkı sunan tüm paydaşlarımıza ve Kocaeli Büyükşehir Belediyesi'ne şükranlarımı sunuyorum, hazırlanan planın hayırlara vesile olmasını temenni ediyorum.



Ali KORKMAZ

Kocaeli Kent Konseyi Başkanı

Tarihsel süreçte Bithynia'dan Cumhuriyet'e kadar birçok medeniyete ev sahipliği ve imparatorluklara iki kez başkentlik yapmış olan, tarihi ve coğrafi açıdan oldukça önemli olan şehrimiz Kocaeli, Anadolu'ya açılan kapı olma özelliği ile "Kral Yolu" ve "İpek Yolu" gibi dünya ticaretindeki önemli yollara ev sahipliği yapmış ve bu sayede uzun yıllar siyasi ve maddi güç elde etmiştir.

Güzel şehrimiz Kocaeli, Milli Mücadele'de göstermiş olduğu büyük çabaları ve gayretleri neticesinde çok önemli bir şehir olmuştur.

Milli kalkınma zamanında yapılan sanayi yatırımları sayesinde ülke kalkınmasında ve milli gelirin artmasında çok büyük paya sahip olan Kocaeli, bu sebeple sanayi kenti olarak anılmaktadır. Ardında kadim bir tarih, köklü bir miras, onlarca medeniyete yurt olan şehrimizin her bir köşesinde tarihimizin yaşayan tanıkları abideler, mimari eserler, anıtlar yükselmektedir. Son yıllarda Kocaeli'de turizmin gelişmesi için yapılan arkeolojik araştırmalar, restorasyon çalışmaları, fuar etkinlikleri, yeni yapılan ilave konaklama tesisleri ve tanıtım reklam filmleri sayesinde turistlerin kentimize olan ilgisi artmaktadır.

Şehrimizdeki eşsiz doğa güzellikleri ve iklim koşullarının elverişli olması nedeniyle, deniz kum güneş, rüzgâr sörfü, yamaç paraşütü, tarihi ören yerleri ziyaretleri, profesyonel tüplü deniz altı batık dalışları ve karda kayak keyfi gibi "DÖRT MEVSİM TURİZM" faaliyetlerin yapılabileceği bir cazibe merkezidir. Tüm bunlara ilave olarak hastahane ve

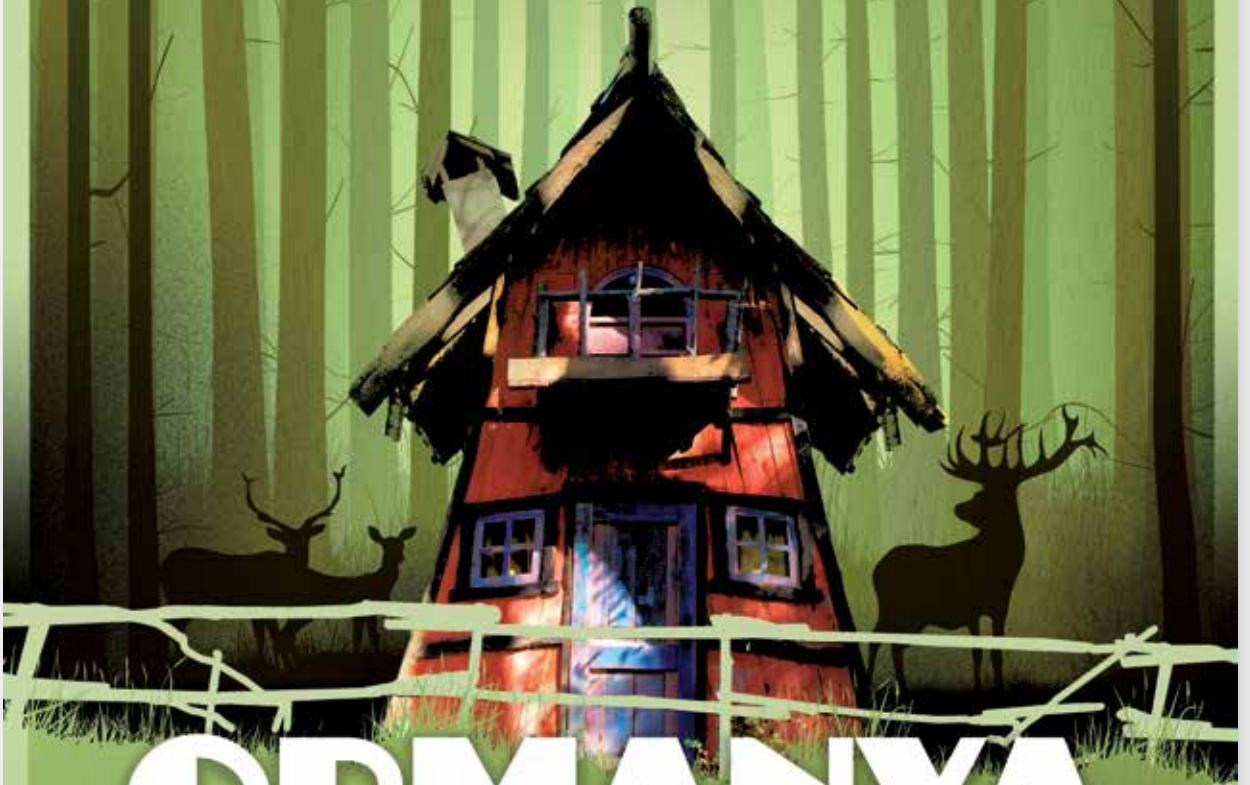
medikal yatırımlar sayesinde dünya sağlık standartları ölçüsünde "SAĞLIK TURİZMİ" konusunda da çok kaliteli hizmetler verebilmekteyiz.

Kocaeli turizminin geliştirilebilmesi adına, Bakanlık, Valilik, Büyükşehir Belediye Başkanlığı, Kocaeli Kent Konseyi, üniversitelerimiz, ilçe belediyelerimiz ve sivil toplum kuruluşlarımızın ortak çalışmalarıyla kentimizde çeşitli kongre ve çalıştaylar düzenlenmekte ve tüm bunların neticesinde belirlenen bilimsel stratejiler uygulamaya geçirilmektedir. Bu kuruluşlardan biri olan Kocaeli Kent Konseyi olarak, kenti ilgilendiren her konuyla ilgili fikir üretmek, çözüm önerisi sunmak ve ortak akılla kente dair ortak kararlar almak adına, kentteki tüm dinamiklerle sürekli iletişim ve etkileşim halinde çalışmalarımızı sürdürmekteyiz. Misyonumuz ve vizyonumuz gereği şeffaflık ilkesi çerçevesinde, kentlilik bilincinin gelişmesi, yönetim anlayışının en iyi şekilde uygulanması için bünyemizdeki meclis ve çalışma gruplarımıza dahil olan sivil toplum kuruluşlarımız aracılığıyla halkımızın her konuyla ilgili görüşlerini ve önerilerini alarak yine ortak akıl bilinciyle kentimizin her anlamda gelişmesini ve ilerlemesini hedeflemekteyiz.

Bu gönüllülük esasına göre yapılan özverili çalışmalar neticesinde Kocaelimizin "MUTLU ŞEHİR" olma yolunda hızla ilerlediğini görmek bizleri ziyadesiyle mutlu etmektedir.

Kentimizin kalkınmasında ve gelişmesinde emeği geçen herkese sonsuz saygı ve hürmetlerimi sunmaktan onur duyuyorum.

DOĞAL YAŞAM PARKI



ORMANYA

KOCAELİ

© 2011 KOCAELİ



YÖNTEM

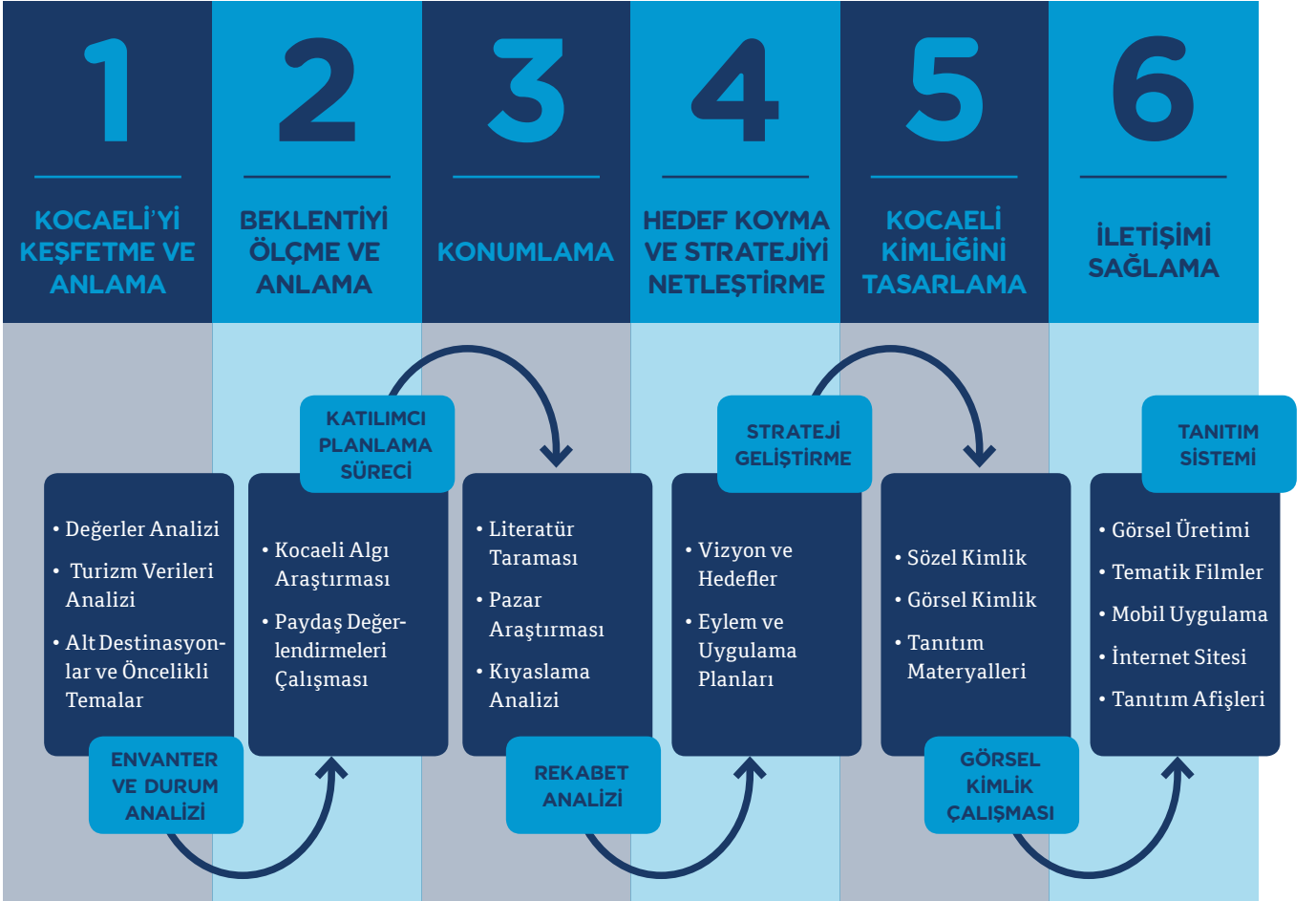
Kocaeli’de potansiyelin daha etkin değerlendirilmesine yönelik olarak Kocaeli Büyükşehir Belediyesi öncülüğü ve yürütücülüğünde “Kocaeli Turizm Master Planı” süreci kurgulanmıştır. Kocaeli Büyükşehir Belediyesi Başkanı Doç. Dr. Tahir Büyükakın tarafından duyurulan çalışma süreci 2021 yılı Ocak ayında kurgulanmaya başlamış ve Kocaeli Büyükşehir Belediyesi ekipleri, Kocaeli Kültür ve Turizm Politikaları Kurulu üyeleri ve “I Mean It Creative” ekipleri işbirliğinde süreç kurgusu gerçekleştirilmiştir.

Süreç ön analiz ve durum tespiti yapılması, master planı stratejileri geliştirilmesi ve stratejilerle uyumlu marka kimliği çalışmalarının yapılmasını ve başlatılan sürecin sürdürülebilirliğinin sağlanması ve uygulanması aşamalarını kapsamaktadır.

Ön analiz ve durum tespiti, strateji geliştirme ve marka kimliği oluşturulması çalışmaları yaklaşık bir yıllık bir sürecin ardından tamamlanmıştır.

GEREKÇE VE AMACA YÖNELİK İŞ PLANI TASARIMI

Beklentilere ve amaca uygun olarak iş planı süreci I Mean It önerileri ve Kocaeli Büyükşehir Belediyesi yönlendirme ve onayıyla tanımlanmıştır. Süreç 6 aşamalı olarak kurgulanmış, ilk 4 aşamada master planın tamamlanması öngörülmüştür.



Master plan sürecine yönelik 4 modül tanımlanmış, belirlenen iş paketleri kapsamında faaliyetler gerçekleştirilmiştir.

MODÜL	İŞ PAKETİ	FAALİYET	AÇIKLAMA
0. Hazırlık	0.1. Kapsam ve Gereklerin Belirlenmesi	0.1.1. Tanışma Toplantısı	İhtiyaçların belirlenmesi, örnek uygulamaların aktarılması ve tanışmak amacıyla toplantı gerçekleştirilmesi.
		0.1.2. İş Çerçevesi ve Önerileri Sunumu	Paylaşılan ihtiyaçlar çerçevesinde yapılandırılmış optimum süreç önerisinin ve çıktılarının sunulması.
	0.2. Yöntem ve İş Planı Tasarımı	0.2.1. Yöntem ve İş Planı Oluşturulması	Kocaeli'ye özgün yöntem belirlenmesi ve iş planının oluşturulması.
		0.2.2. İş Planı Toplantısı	Taslak iş planının sunulması ve müzakere edilmesi.
		0.2.3. İş Planının Kesinleştirilmesi	Beklentiler ve değerlendirmeler çerçevesinde iş planının nihai olarak oluşturulması ve sürece başlanması.
1. Envanter Çalışması ve Durum Analizi	1.1. Değerler Analizi	1.1.1. Kocaeli Turistik ve Kimliğe Yönelik Değerlerin Envanterlenmesi	Kocaeli'de kültürel değerler, doğal değerler, soyut değerler, yöresel ürünler ve el sanatları bilgilerinin derlenmesi.
		1.1.2. Değerlerin Tür ve Konumlarına Göre Sınıflandırılması	Tespit edilen değerlerin türlerine ve konumlarına göre sınıflandırılmasıyla öne çıkan tema ve konseptlerin yorumlanması.
		1.1.3. Değerlerin Önceliklendirilmesi	Algı araştırmaları ve paydaş değerlendirmeleri çerçevesinde değerlerin önceliklendirilmesi ve il imajı için analiz edilmesi.
	1.2. Turizm Verileri Analizi	1.2.1. Tesise Geliş ve Geceleme İstatistiklerinin Analizi	Kültür ve Turizm Bakanlığı resmi istatistiklerinin derlenmesi, zaman serisi ile eğilimin analizi, ülke geneline göre karşılaştırılması.
		1.2.2. Yabancı Turist Profiline Analizi	Gelen yabancı turistlerin ülkelerine ve bölgelerine göre değerlendirilmesi ve yıllara göre değişim ile ülkedeki paylarının analizi.
		1.2.3. Turistik Çekim Noktaları Verilerinin Analizi	Kocaeli'de milli park, ören yeri, müze, tabiat parkı ve benzeri çekiciliklere gelen ziyaretçi bilgilerinin analizi.
		1.2.4. Destekleyici Hizmet Verilerinin Analizi	Acente hizmetleri, turizm gelirleri, turistlerin zaman geçirme trendleri gibi destekleyici verilerin temini ve analizi.
	1.3. Alt Destinasyonlar ve Öncelikli Temalar Çalışması	1.3.1. Alt Destinasyonlar Analizi	Kocaeli'deki alt destinasyonların konum ve niteliklerine göre tespit edilmesi ve strateji geliştirme süreci için ayrıştırılması.
		1.3.2. Öncelikli Temalar Analizi	Kocaeli'de öne çıkan turizm türleri ve gelişme eğilimlerinin araştırılması.

MODÜL	İŞ PAKETİ	FAALİYET	AÇIKLAMA
2. Katılımcı Planlama Süreci	2.1. Kocaeli Algı Araştırması	2.1.1. Kocaeli Halkının Markalaşma Algı ve Beklentisinin Ölçümü	Kocaeli'de yaşayanlara yönelik yüz yüze anket gerçekleştirilmesi.
		2.1.2. Yerli Turistin Kocaeli Algısının ve Beklentilerinin Ölçümü	Türkiye'de yaşayan ve turizm alışkanlığı olan kişilerden oluşan örnekleme yüz yüze anket gerçekleştirilmesi.
		2.1.3. Yabancı Turistin Kocaeli Algısının ve Beklentilerinin Ölçümü	Türkiye'nin çeşitli yerlerinde bulunan turistlere yönelik yüz yüze anket gerçekleştirilmesi.
	2.2. Paydaş Değerlendirmeleri Çalışması	2.2.1. Karar Vericiler Beklentileri ve Değerlendirmeleri	İlde valilik, büyükşehir ve ilçe belediyeleri, milletvekillikleri, üniversiteler, odalar, sektörel birlikler ve benzeri yapıların yöneticilerinin turizmde beklentilerinin birebir görüşme yöntemiyle öğrenilmesi ve konsolidasyonu.
		2.2.2. Odak Grup Toplantıları	Kamu kesimi, yerel yönetimler, özel sektör, akademi ve sivil toplumun algısı ve beklentilerinin analiz edilmesi için 2 adet odak grup toplantısı düzenlenmesi.
		2.2.3. Turizm Profesyonelleri Beklenti ve Değerlendirmeleri	İlde konaklama, seyahat acenteliği, yeme-içme, ulaşım, yöresel ürün üretimi gibi alanlarda faaliyet gösteren iş insanlarının turizmde beklentileri odak grup toplantısı yöntemiyle derlenmesi ve konsolide edilmesi.
3. Rekabet Analizi	3.1. Literatür Taraması	3.1.1. Turizmde Küresel Eğilimler Raporu	Dünya genelinde turist profilindeki ve turizm yönetimindeki değişimler, gelecek beklentileri, talebi artan turizm çeşitleri gibi eğilimlerin kanıta dayalı şekilde araştırılması ve ilin profiliyle değerlendirilmesi.
		3.1.2. Ulusal ve Bölgesel Politikaların Analizi	Kocaeli'yi ilgilendiren ulusal ve bölgesel politikalar ve gelişmeler derlenmesi.
	3.2. Pazar Araştırması	3.2.1. Hedef Kitle Analizi Raporu	Dünya genelinde turist sayısı ve turizm harcaması bakımından odaklanılmasında avantaj olacak pazarların araştırılması ve ile gelen ve gelme potansiyeli olan pazarlara ilişkin detaylı araştırmalar yapılması.
		3.2.2. Personaların Oluşturulması	İle gelen ve gelme potansiyeli bulunan 5 turistin bilfiil künye bilgileri, beklentileri ve değerlendirmelerini içeren persona çalışması gerçekleştirilmesi.
		3.2.3. Netnografi Araştırması Raporu	İnternet ve sosyal ağlarda ile yönelik yorum ve değerlendirmeler, arama ve bilgi edinme platformlarındaki dönemsel ve genel eğilimlerin analiz edilmesi.
	3.3. Kıyaslama Analizi	3.3.1. Rakip Analizi Raporu	İle gelen ve gelme eğilimi olan turistlerin tercih ettiği ya da edebileceği 2 destinasyonun detaylı olarak analiz edilmesi ve Kocaeli'ye yönelik çıkarımlar yapılması.

MODÜL	İŞ PAKETİ	FAALİYET	AÇIKLAMA
4. Strateji Geliştirme	4.1. Kocaeli Turizm Stratejileri	4.1.1. Tespitler ve Strateji Çerçevesi	Durum analizi ve paydaş değerlendirmelerinin sentezlenmesi ile stratejilere girdi sağlayacak tespitlerin raporlanması.
		4.1.2. Turizme Yönelik Hedeflerin Belirlenmesi	Stratejilerin ulaşması istenen hedeflerin somut göstergelerle tanımlanması.
		4.1.3. Stratejilerin Tanımlanması	Kocaeli'nin markalaşmasına ve ilişkili konulara yönelik stratejilerin tanımlanması.
	4.2. Eylem ve Uygulama Planları	4.2.1. Yönetişim Mekanizması Kurgusu/Uygulama ve Sürdürülebilirlik Raporu	Kocaeli şartlarına uygun bir bütüncül yönetim mekanizması tasarlanması, bu yapıda yer alacak kişi ve kurumların belirlenmesi, çalışma usul ve esasları oluşturulması ve görev dağılımı yapılması – Master planının yönetim, tanıtım ve markalaşmaya yönelik uygulama aşamaları tanımlanması ve raporlanması.
		4.2.2. İnsan Kaynakları ve Eğitim Uygulama Planı	Turizm faaliyetlerinin gelişmesiyle uyumlu şekilde insan kaynağı planlaması ve kapasite geliştirme faaliyetlerinin belirlenmesinin sağlanması.
		4.2.3. Yatırım Programı ve Finansman Modelleri Raporu	Turizme yönelik merkezi yönetim, yerel yönetimler ve özel sektör eliyle yapılması önerilen yatırımlar ve bu yatırımların finansman modelleri araştırılması ve önceliklendirilmesi.
		4.2.4. İzleme ve Sürdürülebilirlik Uygulama Planı	Stratejilerin uygulanmasına yönelik olarak izleme, değerlendirme ve takip mekanizmaları tasarlanması, sürdürülebilirliğin sağlanması için kararlar getirilmesi.

TEMEL İLKELER

Kocaeli Turizm Master Planı sürecinde ilkeler belirlenmiş, bu ilkelere yönelik arka plan çalışmaları gerçekleştirilmiş ve stratejiler bu bağlamda tasarlanmıştır.

Etkin İşbirlikleri: Kocaeli’de kamu kesimi, yerel yönetimler, özel sektör, sivil toplum ve akademiyle etkin işbirlikleri kurgulanacak, görev ve yetki alanları ile deneyim ve birikimlerinden faydalanmak için mekanizmalar tesis edilecek.

Kent Hafızasından Azami Yararlanma: Kocaeli’de turizm ve ilişkili alanlarda yapılmış ve sürdürülen çalışmalardan yararlanılacak.

Sürdürülebilirliği Sağlama: Master plan stratejilerinin ve marka kimliğinin sürekliliğinin sağlanması için mali, teknik ve kurumsal mekanizmalar tanımlanacak.

Kaynak Verimliliği: Yatırımlar, tanıtım faaliyetleri, insan kaynağı ve diğer alanlarda finansal kaynakların etkin kullanılması önemlenecek, buna yönelik ortaklıklar kurgulanacak.

Koruma – Kullanma Dengesi: Değerlerin turizmde kullanılmasında yıpranmalarını engellemek için önlemler kurgulanacak, turizmde değerlendirme yoluyla korunmaları için kaynak ve işlevler oluşturulacak.

Niteliği Öne Çıkarma: Turizmde stratejiler niteliği yükseltme üzerine kurgulanacak, maliyet avantajı yerine karşılaştırmalı avantaja odaklanılacak.

Ölçülebilir ve İzlenebilir Yaklaşım: Tanımlanan strateji ve eylemlerin izlenmeleri için mekanizmalar kurgulanacak ve göstergeler belirlenecek.

Üst Ölçek Plan ve Politikalarla Uyum: Plan ve politika kademelenmesiyle uyum sağlamak üzere yerel, bölgesel, ulusal ve uluslararası plan ve politikalarla bütünlük ön planda tutulacak.

Tutarlılık ve Doğru Ölçekli Yatırımlar: Yapılması önerilecek yatırımların ihtiyaca yönelik yapılması önemlenecek, atıl kapasite veya kapasite aşımı riskleri göz önünde bulundurulacak.

Eşitlik ve Coğrafi Yayılım: Faaliyetlerin il genelini kapsamı sağlanacak, her yörenin potansiyeline göre değerlendirilmesi sağlanacak.

Benimsenme ve Yerel Halkla Uyum: Kocaelililerin master planı ve marka kimliğini benimsemeleri için süreçler kurgulanacak, halkın turizmde yer alması teşvik edilecek.

Yaygın Temsil: İldeki ve ili ilgilendiren tüm paydaşların plan, tasarım ve uygulama sürecinde etkin rol almaları sağlanacak.

KOCAELİ TURİZM MASTER PLANI TEMEL İLKELERİ

ETKİN İŞ
BİRLİKLERİ

01

KENT
HAFIZASINDAN
AZAMI
YARARLANMA

02

SÜRDÜRÜLE-
BİLİRLİĞİ
SAĞLAMA

03

KAYNAK
VERİMLİLİĞİ

04

KORUMA -
KULLANMA
DENGESİ

05

NİTELİĞİ ÖNE
ÇIKARMA

06

ÖLÇÜLEBİLİR
VE İZLENEBİLİR
YAKLAŞIM

07

TUTARLILIK
VE DOĞRU
ÖLÇEKLİ
YATIRIMLAR

08

EŞİTLİK VE
COĞRAFI
YAYILIM

09

KENT
HAFIZASINDAN
AZAMI
YARARLANMA

10

BENİMSENME
VE YEREL
HALKLA UYUM

11

YAYGIN TEMSİL

12

METODOLOJİ

01. ENVANTER VE DURUM ANALİZİ

Envanter ve durum analizi modülü 3 adet iş paketinden oluşmaktadır.

01.01. Değerler Analizi

Kocaeli Turizm Master Planı ve marka kimliği tasarımı süreci detaylı ve kapsamlı analiz süreçleri üzerine kurgulanmıştır. Bu süreçler iş paketleriyle tanımlanmış ve 6 bileşenle tanımlanmıştır. Bu bileşenlerden ilki “Envanter ve Durum Analizi”dir. Bu bileşen değerler analizi, turizm verileri analizi ve alt destinasyonlar ile öncelikli temaları kapsamaktadır. Bu kapsamda ilk etapta Kocaeli'nin turizm ve markalaşma için değerlendirilebilecek değerlerinin belirlenmesi temeli teşkil etmiştir. Bu çalışma Kocaeli'de bulunan doğal değerler, kültür varlıkları, somut olmayan kültürel miras (efsaneler, figürler ve soyut değerler) ile yöresel ürünler olarak sınıflandırılmıştır.

Değerler 2863 sayılı Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu başta olmak üzere yapılan sınıflama ve tanımlamalar (tabiat varlıkları: madde 3/A(2); kültür varlıkları: madde 3/A(1); alt türler: madde 6) ve bu tanımlamalara göre oluşturulmuş resmi ya da akademik envanterler analiz için altlık teşkil etmiş ancak çalışma amacı gereği birebir kullanılmayıp öne çıkanlar ve türlerine göre değerlendirmeye tabi tutulmuştur. Bu kapsamda söz konusu resmi ve akademik envanterler, tanıtım materyalleri ve anketler ile diğer saha çalışmaları neticesinde 392 adet değer tespit edilmiştir. Tespit edilen değerler algı araştırması ve katılımcı planlama çalışmaları kapsamında değerler olarak temel teşkil etmiş; türlerine ve konularına göre dağılımları, hedef kitlelere göre bilinirlik düzeyleri ve diğer saha çalışmaları ile değerlendirme süreçlerinde kullanılmıştır. Bu kapsamda yapılan tespitler bu bölümde belirtilmiştir.

Kocaeli'nin değerleri Kocaeli'de kamu kurumlarında, yerel yönetimlerde, üniversitelerde, sektörel sivil toplum kuruluşlarında ve özel sektörde (turizm ve turizm dışı) çalışanlara yönelik olarak bir anket ile bilinme durumları ve bilinme durumları ile birlikte bilgi sahibi olunma düzeyleri çerçevesinde değerlendirilmiştir. Bu değerlendirme neticesinde bir değer duyulup duyulmadığı, duyuldu ise ne derece bilgi sahibi olduğu ölçülmeye çalışılmıştır. Bu çıktılar algı araştırması sonuçlarıyla birlikte yorumlanarak stratejiye yönelik girdi teşkil etmiştir. Ayrıca, turizmde öne çıkartılması istenen değerler tespit edilmiştir.

Çalışma sanal ortamda, Kocaeli ilinde yaşayanların veya görev yapanların katılımıyla uygulanmıştır. Kocaeli ili sınırları içinde belirlenen 392 adet değer, kategorilerine ve alt türlerine göre değerlendirilmiş, her biri için ayrı ayrı bilinirlik düzeyleri ölçülmüş ve analize tabi tutulmuştur.

Tespit edilen değerler masa başı araştırma, tanıtım materyalleri ve akademik yayın taramaları ve paydaş değerlendirmeleri neticesinde belirlenmiştir. Yapılan anket uygulamasıyla bilinirlik düzeyleri üçlü skalada (bilinmemeye, kısmen bilinme ve detaycı bilinme) ölçülmüş ve turizme yönelik öne çıkartılma beklentileriyle değerlendirilmiştir.

Kocaeli turizmine ve marka kimliğine girdi sağlayan 392 değer, kategorilerine ve türlerine göre listelenerek anket uygulamasıyla analize tabi tutulmuştur. Değerler buldukları ilçe (birden çok ilçeye aitse il geneli şeklinde tanımlanarak) ve kategorileri ile türlerine göre sorulara eklenmiş, bu sorular çevrimiçi anket yoluyla paydaşlara yöneltilmiştir.

5 Haziran 2021 tarihinden itibaren yanıt toplanmaya başlanan anket, Kocaeli Turizm Şurası'nın tamamlanması ile 30 Haziran 2021 tarihinde tamamlanmıştır. 16 sayfa ve 49 sorudan oluşan ankete toplam 216 kişi yanıt vermiştir.

Araştırmaya katılım sağlayanların %52'si tüm değerler için, %48'lik kesim ise kısmi olarak ya da görev alanı çerçevesinde ilgili sorulara yanıt vermiştir.

Araştırma çıktıları kendi içlerinde ve algı araştırması sonuçlarıyla birlikte değerlendirilmiş ve tespit edilen hususlar raporlanmıştır.

Kocaeli'de turizme konu olan ve olma potansiyeli taşıyan değerlerin envanteri çıkartılmış; coğrafi konumları, kategorileri ve türlerine göre sınıflandırılmışlardır. Kategoriler 5 tane olup; doğal değerler, kültür varlıkları, somut olmayan kültürel miras, yöresel ürünler ve efsaneler/figürler şeklinde sınıflandırılmıştır. Efsane ve figürler somut olmayan kültürel miras başlığı altında listelenmiştir.

01.02. Turizm Verileri Analizi

Kocaeli Turizm Master Planı süreci somut bilgi ve veriye dayalı, kapsamlı bir hazırlık ve analiz sürecine dayalı olarak tasarlanmıştır. Bu süreçlerin en önemlilerinden birisi sayısal verinin analizi ve yorumlanmasıdır. Bu kapsamda “Envanter ve Durum Analizi” iş paketinde ayrı bir bölüm olarak “Turizm Verileri Analizi” çalışması kurgulanmıştır.

Çalışma dünya genelinde turizm sektörünü ciddi şekilde etkileyen Covid-19 kaynaklı kısıtlamaların sürdüğü bir süreçte yapılması açısından ayrı bir anlama sahiptir. Bu süreç turizmin genel gidişatına büyük oranda olumsuz etki ettiği gibi alışkanlıkların ve beklentilerin değişmesi açısından da fırsatları barındırmaktadır. Bu durum analizlerde göz önünde tutularak; veriye dayalı araştırmalarda tespit edilen hususlar özellikle raporlanmıştır.

“Turizm Verileri Analizi” çalışması aynı zamanda Master Plan uygulama sürecinde performans değerlendirme için baz göstergeleri oluşturacaktır. Bu nedenle verilerin detaylı ve süreç boyunca takip edilebilir nitelikte olmaları kritiktir.

Çalışma Kocaeli ili odağında gerçekleştirilmiştir. Kocaeli'nin farklı gösterge setlerinde dünya geneline, Türkiye geneline, komşu ya da benzerlerine ve alt düzeyde ilçelerine yönelik ilişkilerinin değerlendirilmesi için gerektiği yerlerde kapsam farklılaştırmasına gidilmiştir. Dönem olarak verilerin durumuna göre 2001 yılından başlayan süreç içinde farklılaşmak üzere kullanımı sağlanmıştır.

Veriye dayalı göstergelerin yorumlanmasında 2020 yılını ciddi şekilde etkileyen Covid-19 salgını önemli bir kriter olarak ele alınmıştır. Kocaeli Turizm Master Planı uzun erimli bir süreç olacağı için zaman serisine dayalı analizler başta olmak üzere 2020 yılı kapsam dışında tutulmuştur.

Kocaeli Turizm Master Planı sürecinin önemli ön aşamalarından birisi ilgili sayısal verilerin analizini teşkil etmiştir. Bu kapsamda ulaşılabilen ve anlamlı analizlere olanak sağlayan resmi istatistikler temel girdiyi teşkil etmiştir. Kültür ve Turizm Bakanlığı başta olmak üzere turizme yönelik istatistik üreten kurumların veritabanları taranmış ve resmi yazışma yoluyla ya da internet üzerinden temini sağlanmıştır. Analizlerin yapılması için bu veriler;

- » Türkiye'deki konumunun anlaşılması için oranlama,
- » Eğilimleri görmek için zaman serileriyle inceleme,
- » Uygun olanlar için farklı göstergelerle kıyaslama,
- » Veri görselleştirme teknikleri kullanılarak raporlanmıştır.

Edinilen sayısal göstergelerin doğrulamasının yapılması strateji geliştirme süreci için önemlidir. Bu nedenle edinilen bilgilerin paydaş görüşmeleri ve odak grup toplantılarıyla sağlamalarının yapılması ve tespitlerin gerekçelerinin anlaşılması önemlidir.

01.03. Alt Destinasyonlar ve Öncelikli Temalar Çalışması

Kocaeli yapısı itibarıyla birden fazla baskın turistik niteliği bulunan bir ildir. Belirli alanlara odaklanmak ve bu alanlara özgün stratejiler geliştirmek turizm gelişimi açısından önemlidir. Benzer şekilde tema bazlı yaklaşım da yine temalara dayalı stratejiler geliştirmek açısından gereklidir. Bu nedenle Kocaeli'de alt destinasyon belirleme ve tema önceliklendirme çalışması gerçekleştirilmiştir.

Çalışma ilçeler bazında Kocaeli'nin idari sınırlarını ve il genelinde potansiyeli bulunan ya da halihazırda yapılan turizm türlerini kapsamıştır.

Alt destinasyon belirleme sürecinde çeşitli kriterler tanımlanmıştır. Bu kriterlere ilişkin bilgi ve verilerin analizi neticesinde az sayıda ve ortak noktaları fazla olan alt destinasyonlar belirlenmiştir. Bu kriterler şu şekildedir:

- » Coğrafi yakınlık,
- » Coğrafi eşikler (deniz, dağ, yerleşim sürekliliği vb)
- » Mevcut sınıflandırmalar (Doğu Marmara mikro bölgeleme çalışması, Kocaeli Lojistik Master Planı vb)
- » Turist sayılarındaki yoğunlaşmalar ve benzerlikler
- » Türlerine göre turistik tesis yoğunlukları
- » Türlerine göre turistik değerlerin konumsal dağılımı
- » Paydaşların değerlendirmeleri (mülakatlar ve şura çıktıları)

Öncelikli tema belirleme sürecinde nitel analize dayalı bir süreç yürütülmüştür. Paydaşların turistlerin ile geliş amaçlarına yönelik değerlendirmeleri baz alınarak çok sayıda alternatif arasından öncelikli görülenler belirlenmiştir. Bu süreçte mülakatlar temeli teşkil etmiştir.

02. KATILIMCI PLANLAMA SÜRECİ

02.01. Kocaeli Algı Araştırması

Turizme yönelik doğru stratejileri geliştirmek ve marka kimliğini tutarlı şekilde tasarlamak için doğru ve kapsamlı tespitlere dayanan bir sürecin önemli bileşeni olarak insanların algı ve beklentilerinin ölçümü hedeflenmiştir. Bu çerçevede; Kocaeli halkının, Türkiye genelindeki potansiyel iç turistlerin ve yabancıların değerlendirmelerinden oluşan ve birbiriyle bütünlüklü nitelikte bir dizi anket süreci yürütülmüştür.

Nihai hedefi Kocaeli Turizm Master Planı'na ve Kocaeli marka kimliğinin şekillenmesine girdi sağlamak olan "Kocaeli Algı Araştırması" sürecinde zamanı ve kaynakları etkin kullanan, Covid-19 salgını kaynaklı kısıtlamaların neden olduğu olumsuzlukları minimize eden ve mümkün olan en detaylı şekilde analize olanak sağlayacak bir süreç kurgulanması öncelikli görülmüştür.

Bu çerçevede "Kocaeli Algı Araştırması" süreci tamamlanmış ve analizlerde kullanılabilir tespitleri içerir halde rapor haline getirilmiştir.

Araştırma, dört farklı kitleye yönelik olarak tasarlanmış olup bu kitlelerden edinilen bilgilerin kendi içlerinde ve birbiriyle sistemli bir şekilde karşılaştırılmasını kapsamaktadır. Bu kitleler;

- » Kocaeli halkı (549 kişi),
- » Türkiye geneli potansiyel iç turistler (1.567 kişi),

- » Türkiye'nin farklı destinasyonlarında ve Kocaeli'de bulunan yabancı turistler (245 kişi), olmak üzere toplam 2.361 kişilik bir örneklemden oluşmuştur.

"Kocaeli Algı Araştırması" çalışması olarak tanımlanan süreç yönelik olarak bir dizi ön hazırlık aşaması gerçekleştirilmiştir. Ön hazırlık sürecinde araştırma yöntemi ve sistemi kurgulanmış, bu yöntem müzakere edilmiş ve mutabık kalınan yöntem için örneklem seçimi ve anket tasarım süreçleri gerçekleştirilmiştir. Anket tasarım süreci öncesinde Kocaeli'nin turistik değerleri, Kocaeli'deki turistik aktiviteler ve alt destinasyonlar değerlendirilmiş ve anketin mümkün olduğunca katılımcıların yanıtlarını öngöreceği ve gerektiğinde ön bilgilendirmeyi yapabilecek şekilde kurgulanması sağlanmıştır. Sorular Kocaeli'deki ilgili paydaşlarla birlikte müzakere edilerek son halini almış ve uygulama aşamasına geçilmiştir. Uygulama aşamasında saha ekiplerinin seçimi ve gerekli eğitimleri almaları sağlanmış ve anketlerin doldurulması istenen mekânların planlanması yapılmıştır. Alınan yanıtlar olası yazım ya da ifade yanlışlıklarından arındırılmak üzere veri temizleme işlemine alınmış ve SPSS yazılımına işlenmiştir. Yazılımla her bir yanıt özelinde analiz gerçekleştirilmiş ve farklı anketlere verilen farklı yanıtlarla birlikte ileri analizleri gerçekleştirilmiştir. Bu süreç teknik ekip tarafından analizle sonlandırılmış ve bu analizlere dayalı yorumlar uzman görüşleriyle birlikte gerçekleştirilmiştir.

Şekil 1. Kocaeli Algı Araştırması Metodolojisi ve Süreci



Araştırmaya konu 4 farklı kitleye yönelik olarak;

- » Kişilik özellikleri,
- » Seyahat tercihleri ve bir destinasyondan beklentileri,
- » Kocaeli algısı,
- » Kocaeli bilgisi ve deneyimi

temalarında sorular yöneltmiştir. Bu sorulara verilen yanıtların veri temizleme sonrasında istatistiki analiz yöntemlerine tabi tutulması ve yorumlanmalarıyla Kocaeli için turizm ve markalaşma sürecini yönlendirebilecek nitelikte çıkarımlara ulaşılmıştır. Bu çıkarımların her biri soru ve kitle özelinde tespitler vermesinin yanı sıra birlikte ele alınarak strateji girdisi niteliğinde çıkarımlara konu edilmiştir.

02.02. Paydaş Değerlendirmeleri

Kocaeli Turizm Master Planı'nın ve Kocaeli marka kimliğinin şekillenmesinde farklı kesimlerin ve deneyimli kişilerin deneyimlerinin alınması ve beklentilerinin öğrenilmesi doğru strateji tasarımı ve uygulanabilirliğin sağlanması için kritiktir.

Kocaeli Turizm Master Planı hazırlık aşamalarından "Katılımcı Planlama" bölümünün bileşenlerinden birisi olarak "Paydaş Değerlendirmeleri" raporu bu çerçevede hazırlanmıştır.

Çalışma Kocaeli ilinde ikamet eden, Kocaeli'de çalışmakta olan, Kocaeli hakkında bilgisi olan ve özelden turizm alanında faaliyet gösteren ve turizm faaliyetlerinden etkilenenleri kapsamıştır. Çalışma zaman-verimli şekilde yürütülmüş, optimum seviyede görüşe başvurulmuştur.

Görüş, değerlendirme, fikir ve önerileri almak üzere iki aşamalı bir paydaş değerlendirme süreci kurgulanmıştır. İlk aşamada Kocaeli'de karar verici pozisyonda olan kamu kurumu üst yöneticileri, belediye başkanları, sektör kuruluşları ve odaların yöneticileri ve akademisyenlerle derinlemesine mülakatlar gerçekleştirilmiştir. İkinci aşamada ise geniş katılımlı "Kocaeli Turizm Şurası" düzenlenmiş ve geniş kesimlerin (doğrudan etkilenecekler başta olmak üzere) değerlendirmeleri alınmıştır.

Derinlemesine mülakatlar yarı yapılandırılmış sorulardan oluşan 4 bölümde kurgulanmıştır. İlk bölümde Kocaeli'nin turizm özelinde gücü ve zayıflıkları ile potansiyel ve riskleri hakkında sorular yöneltmiş, ikinci bölümde Kocaeli'nin öne çıkan özellikleri ve turizm özelinde genel değerlendirmesine ilişkin sorular sorulmuştur. Üçüncü bölüm algıya ve imaja yönelik olan "Kocaeli'nin çağrıştırdıkları" bölümü olmuştur. Bu bölümde paydaşlara Kocaeli'nin simgesi ve slogan cümleleri sorulmuş, Kocaeli'nin hangi sesi, tadı, kokuyu çağrıştırdığı sorulmuş ve ellerinde "sihirli bir değnek olsa" neleri değiştirmek

isteyecekleri sorusu yönetilmiştir. Dördüncü bölümde ise Kocaeli'nin ülke ve dünya genelinde benzerleri ve rakipleri, turizmde odaklanması gereken hedef kitleler, turizm türleri ve yönetim mekanizmasına ilişkin değerlendirmelere ilişkin sorular yöneltmiştir. Bu kapsamda 29 kişiyle görüşülmüştür.

Geniş katılımlı "Kocaeli Turizm Şurası" 25 Haziran 2021 tarihinde Kocaeli Uluslararası Kongre Merkezi'nde gerçekleştirilmiştir. Şurada genel oturumla açılış konuşmalarının ardından "I Mean It" tarafından turizm vizyonu sunumu ve teknik sunum gerçekleştirilmiştir. İkinci oturumda katılımcılar doğa – ekoturizm, kültür – tarih – inanç, spor – kış, sağlık, iş – kongre – fuar, gastronomi – yöresel ürün ve deniz turizmi olmak üzere 7 gruba ayrılmıştır. Her bir gruba üst kimlik ve imaj, temalar ve hedef kitleler, değerler ve çekicilikler, benimsenme ve beşeri kaynaklar ve fiziki altyapı ve destekleyici hizmetler başlıklarında ikişer soru yöneltmiş ve alınan yanıtlar raporlanmıştır.

03. REKABET ANALİZİ

03.01. Literatür Taraması

Kocaeli Turizm Master Planı'nın ve Kocaeli marka kimliğinin temel dayanaklarından birisi yazılı kaynaklardan edinilecek bilgilerdir. Doğru politikaları oluşturmak için dünyada ve ülkede yaşanan ve yaşanacak gelişmelerin iyi okunması, konuyla ilgili bilgi ve belgelerin detaylı taranması ve yapılan çalışmalardan yararlanılması önemli görülmüştür. Bu kapsamda turizmde eğilimler, Kocaeli'yle ilgili kilit bilgiler ve Kocaeli'de farklı kesimlerin yaptığı çalışmalarını içeren bir rapor oluşturulmuştur.

Kocaeli Turizm Master Planı hazırlık aşamalarından "Rekabet Analizi" bölümünün bileşenlerinden birisi olarak "Literatür Taraması" raporu bu çerçevede hazırlanmıştır.

Çalışma basılı materyallerin ve çevrimiçi kaynaklarda bulunan nitelikli ve resmi belgelerden derlenmiş olan bilgilere dayanmaktadır. Bu kaynaklardan elde edilen bilgi ve belgeler;

- » Uluslararası kurum ve kuruluşların araştırma ve süreli yayınları,
- » Politika belgeleri ve planları,
- » Akademik bildiriler ve yayımlanmış kitapları,
- » Kurumlardan talep edilerek edinilen bilgileri,
- » İnternet ve diğer sanal platformlardan derlenen bilgileri kapsamaktadır.

Kocaeli Büyükşehir Belediyesi tarafından gerçekleştirilen "Kocaeli Tarih Sempozyumları" literatür taraması bakımından önemli kolaylık ve avantaj sağlamıştır.

Literatür taraması için gereksinim duyulan bilgiler başlıklar bazında kategorize edilmiş ve her bir kategori için gerekli bilgi kaynaklarının taraması gerçekleştirilmiştir. Yapılan kaynak taraması sonrasında bilgiler derlenmiş ve derlenen birincil ve ikincil kaynaklardan Kocaeli, Kocaeli'nin ilçeleri, Kocaeli'nin eski isimleri, Kocaeli'nin eski coğrafi sınırları ve Kocaeli'deki coğrafi ve tarihi değerlerin isimleri üzerinden alıntılanarak yorumlaması gerçekleştirilmiştir.

Süreçte bilgilerin doğruluğunun araştırılması önemli görülmüştür. Bu nedenle erişilen kaynaklardaki belirli bilgiler farklı kaynaklardan teyit edilmeye çalışılmıştır.

Taranan kaynaklarda dikkat çekici görülen ve gerek strateji gerekse de marka kimliği konumlandırmasında önemli olacağı düşünülen sözler ve alıntılar söylemin sahibinin ismiyle birlikte ayrıca raporlanmıştır.

03.02. Pazar Araştırması

Kocaeli Turizm Master Planı'nın ve Kocaeli marka kimliğinin tasarım sürecinde doğru hedef pazarlara yönelik uygun stratejiler ve iletişim çerçevesi oluşturmak önemlidir. Bu kapsamda Kocaeli'nin mevcut ve potansiyel hedef pazarlarını ele alan bir çalışma planlanmıştır. Pazar araştırması olarak tanımlanan bu süreçte pazarlara ilişkin sayısal veriler, paydaşların deneyimleri mevcut pazarları anlama açısından önemli görülmüştür. Potansiyel pazarların belirlenmesi için de benzer şekilde istatistiklerde görülen eğilimler, paydaşların önerileri ile genel turizm trendlerinden yararlanılmıştır. Ayrıca, birtakım yenilikçi uygulamalar süreçte uygulanmıştır.

Kocaeli Turizm Master Planı hazırlık aşamalarından "Rekabet Analizi" bölümünün bileşenlerinden birisi olarak "Pazar Araştırması" raporu bu çerçevede hazırlanmıştır.

Çalışma dünya genelinde ülke ve mümkün olduğu durumlarda ülke altı detaylarda potansiyel turistleri kapsamaktadır. Benzer şekilde iç turizme yönelik olarak da Türkiye genelindeki potansiyel turistler, buldukları illere ve kişisel özelliklerine göre ele alınmıştır.

Konum dışında potansiyel turistlerin demografik özellikleri, gelir düzeyleri, eğitim seviyeleri, beklentilerine hitap edebilme kriterleri çerçevesinde de kapsam kurgulanmıştır.

Çalışma yurtdışı ve yurtiçi olmak üzere iki bölümde ele alınmış, sonrasında da genel bir değerlendirme bölümüyle tamamlanmıştır.

"Pazar Araştırması" çalışması Kocaeli Turizm Master Planı hazırlık sürecinde oluşturulan "Turizm Verileri Analizi", "Paydaş Değerlendirmeleri Raporu", "Kocaeli Algı Araştırması" ve "Literatür Taraması" çıktılarında hedef pazar konusundaki çıktılardan yararlanılarak oluşturulmuştur. Ayrıca, "Pazar Araştırması" çalışmasına özel olarak "Netnografi" ve "Persona" olarak tanımlanan iki yenilikçi teknik uygulanmıştır.

Ağ (network/net) ve etnografya (ethnography) sözcüklerinin birleşiminden türetilmiş olan "netnografi" internet ve diğer platformlardan elde edilen büyük çaplı verileri ve değerlendirmeleri turistik profile yönelik değerlendiren bir yöntem olarak uyarlanmıştır. Bu uygulamada açık kaynaklı dijital verilere erişim sağlanmış ve Kocaeli özelinde değerlendirilmesi gerçekleştirilmiştir.

Persona çalışması, Kocaeli'ye gelen turistlerin belirli özellikleri çerçevesinde soyutlanarak, ortalama birer kişiliklerinin çıkartılması şeklinde uygulanmıştır. Bunun için Master Plan sürecinde gerçekleştirilen çalışmalarda yapılan değerlendirmeler ve doğrudan paydaşlara yöneltilen formlar üzerinden ilerlenmiştir.

03.03. Kıyaslama Analizi

Kocaeli Turizm Master Planı'nın ve Kocaeli marka kimliğinin tasarım sürecinde başarılı örneklerin incelenmesi önemli görülmüştür. Dünya genelinde Kocaeli'yle benzer profilde olan destinasyonların strateji geliştirme ve uygulama süreçleri bu çerçevede incelenmiştir. Kocaeli paydaş değerlendirmeleri çalışmaları kapsamında Kocaeli yönetim ve turizm ekosisteminde yer alan aktörlere bu bakış açısıyla hangi örnekleri uygun gördüklerine ilişkin sorular yöneltilmiştir. Belirlenen destinasyonlar, kaynak tarama yapılarak bu çerçevede incelenmiş ve raporlanmıştır.

Kocaeli Turizm Master Planı hazırlık aşamalarından "Rekabet Analizi" bölümünün bileşenlerinden birisi olarak "Kıyaslama Analizi" raporu bu çerçevede hazırlanmıştır.

Çalışmada, Kocaeli için örnek olarak tanımlanabilecek İtalya'nın Piedmont (Piemonte) bölgesindeki Torino ili ve Almanya'nın Hamburg ili analize tabi tutulmuştur. Çalışma, söz konusu destinasyonlara ilişkin genel bilgiler, destinasyon gelişim süreci, destinasyon uygulama süreci ve Kocaeli için değerlendirmeleri içermektedir.

Destinasyon gelişim süreci destinasyon yönetim yapısını, destinasyon analizi sürecini, destinasyon stratejisi ve hedeflerini, algı, imaj ve markalaşma sürecini ve turistik ürün geliştirme çalışmalarını kapsamaktadır.

Destinasyon uygulama süreci; tanıtım ve pazarlama yöntemlerini, insan kaynağı geliştirme ve girişimcilik yapısını, altyapı ve yatırım süreçlerini ve destekleyici hizmet geliştirme çalışmalarını kapsamaktadır.

Değerlendirme bölümünde ise destinasyona ilişkin genel değerlendirmeler ve Kocaeli için yararlanılabilecek derslere yer verilmiştir.

Çalışma yöntemi literatür taraması ve paydaş değerlendirmeleri süreçlerinde Kocaeli'yle benzer görülen destinasyonların tespitini içermiştir. Bu süreç neticesinde endüstriyel üretim ve limancılık başta olmak üzere lojistik hizmet faaliyetleri odaklı profilden turizm ve turizmi destekleyici imaja konumlandırma süreçleri ön planda tutularak İtalya'nın Piedmont (Piemonte) bölgesindeki Torino ili ve Almanya'nın Hamburg ili kıyaslama analizi için tercih edilmiştir.

Analizler ilgili destinasyonların kendi kaynakları ve ikincil kaynaklardan yararlanılması yoluyla gerçekleştirilmiştir. Bu kaynaklar arasında internet siteleri, uluslararası kuruluşların raporları, akademik çalışmalar yer almaktadır. Oluşturulan başlıklara yönelik erişim sağlanan bilgiler sistematik ve özet şekilde derlenmiştir.

04. STRATEJİ GELİŞTİRME

Kocaeli'nin turistik bir destinasyon olarak markalaşmasını sağlamak, yerleşmiş olan üretim kenti algısını ikame etmek üzerine kurgulanacak uzun soluklu bir planlama ve uygulama süreci gerektirmektedir. Doğal gelişim süreci içinde ve yapılan yatırım ve işbirlikleriyle aslında bir turistik destinasyon niteliğine bürünmüş olan Kocaeli, bütünü itibarıyla bu durumunu yeterli şekilde yansıtamamaktadır. Bu ikilem bir potansiyeli ve bir zorluğu ortaya koymaktadır. Bu süreci planlı bir şekilde yönetmek üzere Kocaeli Büyükşehir Belediyesi öncülüğünde ve tüm kesimlerin katılımıyla kapsamlı bir hazırlık süreci yürütülmüştür.

Hazırlık süreci değerlerin analiz edilmesi, istatistiki verilerin yorumlanması, benzer özellik gösteren alt destinasyonların tespit edilmesi, geniş kitlelere yönelik algı ölçümleri yapılması, paydaşların değerlendirme ve önerilerinin alınması, turizm eğilimlerinin ve politikalarının iyi okunması, Kocaeli'nin tarihinin araştırılması, rakiplerle ve benzerlerle kıyaslama yapılması süreçlerini kapsayan uzun soluklu bir süreç olmuştur.

Çalışmaların yürütüldüğü 2021 yılı ilk yarısında süregelen Covid-19 pandemisi kaynaklı kısıtlamaların getirdiği olumsuzluklara rağmen süreç planlandığı şekilde ilerlemiş ve referans teşkil edecek detaylı bir çalışmalar bütünü ortaya konmuştur.

Farklı yöntemlerle ve farklı çalışmalarda elde edilen tespitlerden yola çıkılarak Kocaeli turizminin vizyonunu, bu vizyona yönelik hedeflerini, bu hedeflere ulaşmak için benimsenecek stratejileri ve bu stratejileri gerçekleştirmek için uygulanacak eylemleri içeren Kocaeli Turizm Master Planı Strateji Dokümanı oluşturulmuştur.

Planın strateji kısmı 5 eksen altında 15 strateji paketinden oluşmaktadır. 5 eksenin 4 tanesi birbirini takip eden tematik alanlarda, 1 tanesi ise mekâna dayalı olarak hazırlanmıştır. Destinasyon yönetimi stratejileri kapsayıcı yönetim, dijitalleşme ve sürdürülebilirlik konularında strateji paketlerinden oluşmaktadır. Ürün ve tema geliştirme stratejileri turistik ürünler ve temalar ile yöresel ürün ve el sanatları için geliştirilen stratejileri kapsamaktadır. Markalaşma ve tanıtım stratejileri "Gözlerinize İnanacaksınız" marka çerçevesi altında yapılacakları ve yurtiçi ve yurtdışına yönelik odaklanmış tanıtım faaliyetlerini içermektedir. Planın benimsenmesi ve sektörel insan kaynağı kapasitesinin geliştirilmesi için tanımlanan stratejiler toplum ve insan kaynağı başlığında ele alınmıştır. Altyapı ve yatırım kararlarını ve mekânsal bazda özelleşmiş stratejiler içeren mekânsal gelişim ve yatırım stratejileri 4 alt destinasyon için 7'şer farklı turizm teması altında belirlenmiştir.



KOCAELİ TURİZM VİZYONU VE 2026 HEDEFLERİ

KOCAELİ'NİN TURİZM HEDEFLERİ

Kocaeli Turizm Master Planı'nın hedef yılı olan 2026 için belirlenmiş üst ölçekli hedefler aşağıda belirtilmiştir:

Kocaeli Turizm Master Planı 2026 Hedefleri

GÖSTERGE	MEVCUT (2019) ¹	HEDEF (2026)	DOĞRULAMA
Turist Sayısı (Tesis Geliş)	771.022	1.000.000	Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü - Turizm İstatistikleri
Yabancı Turist Sayısı (Tesis Geliş)	122.172	200.000	Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü - Turizm İstatistikleri
Ortalama Kalış Süresi	1,99	2,05	Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü - Turizm İstatistikleri
Tedavi için Gelen Yabancı Sayısı	.. ²	60.000	Sağlık Bakanlığı İstatistikleri
Turistik Yatak Kapasitesi ³	8.526	12.000	Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü - Turizm İstatistikleri
Çevreye Duyarlı Konaklama Tesisi Sayısı	2	8	Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü - Turizm İstatistikleri
Turizm İşletmesi (Otel + Acente)	356	400	SGK İşyeri İstatistikleri (Konaklama-55 ve Seyahat Acentesi-79)
Doğrudan Turizm İstihdamı	3.070	4.000	SGK İşyeri İstatistikleri (Konaklama-55 ve Seyahat Acentesi-79)
Mavi Bayraklı Plaj	7	10	TÜRÇEV Mavi Bayrak İstatistikleri
Yılda Düzenlenen Fuar Sayısı	4	10	TOBB Fuar İstatistikleri
Fuarlara Katılan Yabancı Sayısı	144	1000	TOBB Fuar İstatistikleri
Onaylanan Uluslararası Organizasyon Ev Sahipliği	0	1	Etkinlik Protokolü

1 Covid-19 Salgını etkilerinden bağımsız izlenmek üzere 2019 yılı baz alınmıştır.

2 Resmî istatistik bulunmamakta olup 2013 ve 2014 yılları Türkiye Medikal Turizm Değerlendirme Raporu'ndaki il ayrımlı ulusal verilerin gelişimi doğrultusunda projeksiyon yapılmış, resmî veri olmadığından yayınlanmamıştır.

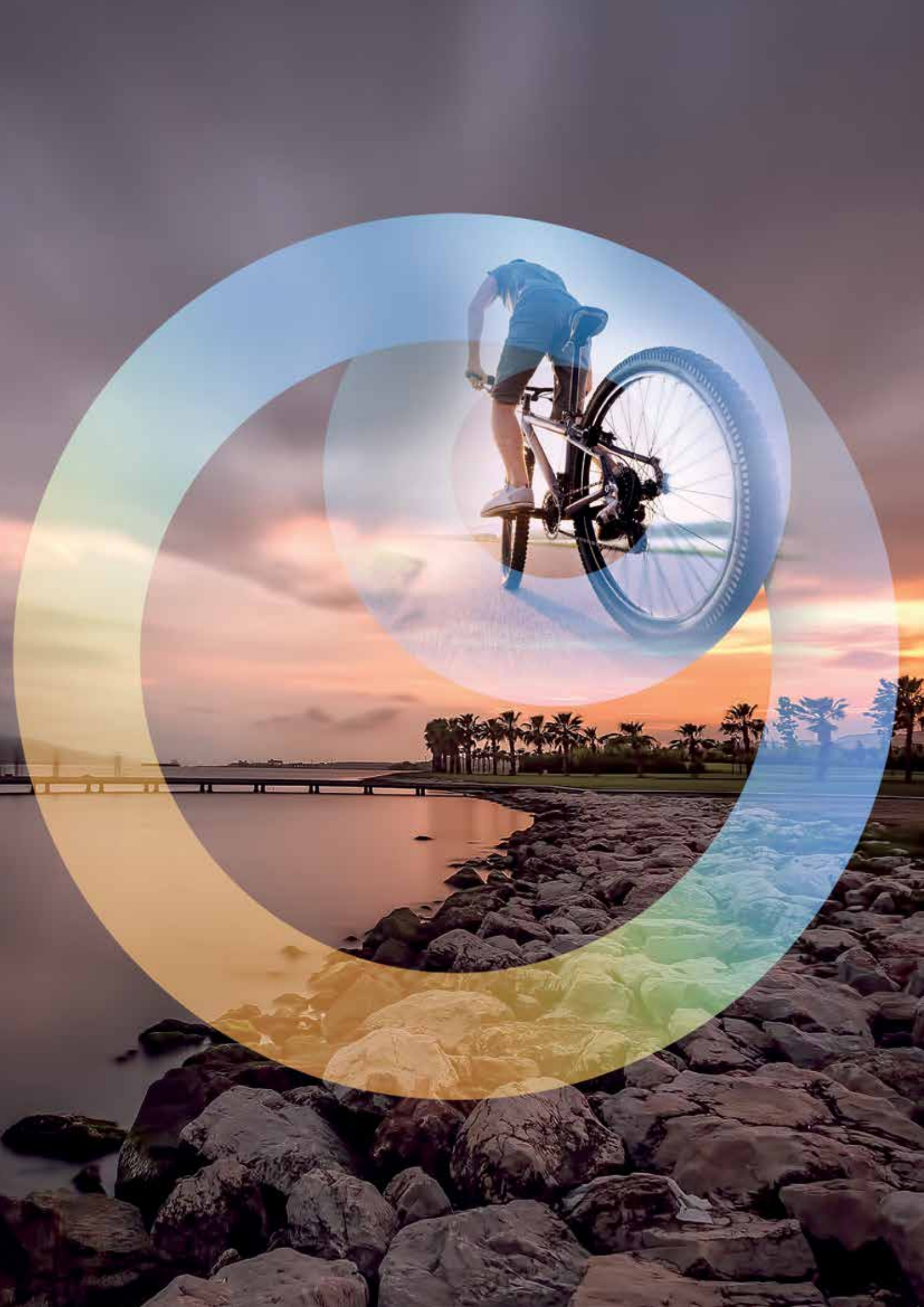
3 Yalnız Kültür ve Turizm Bakanlığı turizm işletme belgeli tesislere ait kapasitedir.

KOCAELİ'NİN TURİZM VİZYONU

Kocaeli'nin turizm vizyonu:

“Turizm kimliğini öne çıkarmış, kapsayıcı ve katılımcı yönetilen, doğayla barışık ve kültürünü yaşatan ve yenilikleri takip eden uluslararası bir akıllı destinasyon olmak”

olarak belirlenmiştir.



TURİZM STRATEJİLERİ

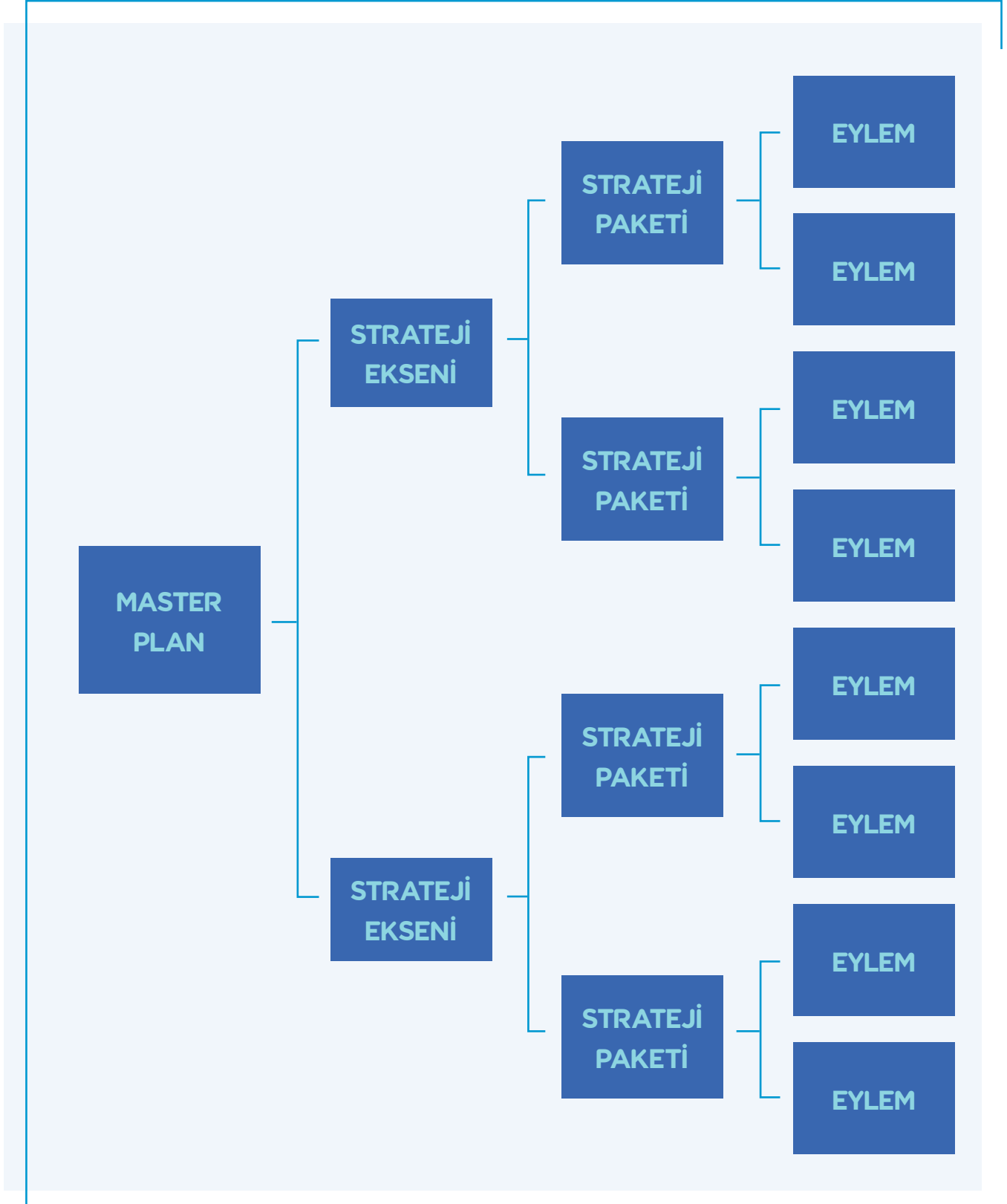
Kocaeli Turizm Master Planı'nda analiz tekniklerinin tüm yönleriyle uygulandığı bir sürece dayanan strateji geliştirme süreci ve eylem tanımlama aşaması gerçekleştirilmiştir. Planın strateji kısmı 5 eksen altında 15 strateji

paketinden oluşmaktadır. 5 eksenin 4 tanesi birbirini takip eden tematik alanlarda, 1 tanesi ise mekâna dayalı olarak hazırlanmıştır. Toplam 74 strateji ve bu stratejilerin uygulanmalarına yönelik olarak 282 adet eylem tanımlanmıştır.

Şekil 2. Kocaeli Turizm Master Planı Eksenleri ve Strateji Paketleri

DESTİNASYON YÖNETİMİ STRATEJİLERİ	<ul style="list-style-type: none"> • Kocaeli'de Kapsayıcı Destinasyon Yönetimi • Dijital Destinasyon Kocaeli • Sürdürülebilir Turizm Gelişimi
ÜRÜN VE TEMA GELİŞTİRME STRATEJİLERİ	<ul style="list-style-type: none"> • Değer Katan Turistik Ürün ve Temalar • Markalaşmış Yöresel Ürün ve El Sanatları
MARKALAŞMA VE TANITIM STRATEJİLERİ	<ul style="list-style-type: none"> • Değer Katan Turistik Ürün ve Temalar • Markalaşmış Yöresel Ürün ve El Sanatları
TOPLUM VE İNSAN KAYNAĞI STRATEJİLERİ	<ul style="list-style-type: none"> • Marka Kimliği: "Gözlerinize İnanacaksınız" • Yurt Dışında Hedef Pazar ve Segment Odaklı Tanıtım • Yurt İçinde Genel ve Özelleştirilmiş Tanıtım
MEKANSAL GELİŞİMİ VE YATIRIM STRATEJİLERİ	<ul style="list-style-type: none"> • Samanlı Dağları Alt Destinasyonu • Gebze Alt Destinasyonu • İzmit Alt Destinasyonu • Kandıra Alt Destinasyonu

Şekil 3. Plan Bileşenleri Hiyerarşisi



1. DESTİNASYON YÖNETİMİ STRATEJİLERİ

Kocaeli Turizm Master Planı'nın Destinasyon Yönetimi Strateji Eksenini, 3 strateji paketinden oluşmaktadır. İlk aşamada Kocaeli'de kapsayıcı bir destinasyon modeli geliştirilmesi, sonrasında destinasyonun dijitalleşmesi ve turizm gelişiminin sürdürülebilir kılınması bu strateji paketlerini teşkil etmektedir.

STRATEJİ PAKETİ	STRATEJİ	KOD	EYLEM
1.1. Kocaeli'de Kapsayıcı Destinasyon Yönetimi	1.1.01. Kocaeli'de Geçici Destinasyon Yönetim Yapısı Prototipi Oluşturulması	1.1.01.01	Kamu, yerel yönetim, sivil toplum, akademi ve özel sektörden üst düzey temsilcilerle "Destinasyon Yönetim Kurulu" oluşturulacaktır. Kurulda; <ul style="list-style-type: none"> · Vali, · Büyükşehir Belediye Başkanı, · Üniversite Rektörleri, · Ticaret Odası Başkanı, · Sanayi Odası Başkanı yer alacaktır.
		1.1.01.02	Destinasyon Yönetim Kurulu'nda temsil edilen kurumların teknik düzeyde yetkililerinin katılımıyla "Destinasyon Yürütme Komitesi" oluşturulacaktır. Komitede; <ul style="list-style-type: none"> · Turizmde Sorumlu Vali Yardımcısı, · Büyükşehir Belediyesi Genel Sekreteri, · İl Kültür ve Turizm Müdürü · Kocaeli Üniversitesi Turizm Fakültesi Dekanı, · Kalkınma Ajansı Genel Sekreteri, · Ticaret Odası Genel Sekreteri, · Sanayi Odası Genel Sekreteri, · Esnaf ve Sanatkarlar Odaları Birliği Başkanı, · TÜRSAB Bölge Temsil Kurulu Başkanı, · Otel ve Turistik Tesis İşletmecileri Derneği Başkanı, · Kültür ve Turizm Politikaları Kurulu Üyeleri yer alacaktır.
		1.1.01.03	Destinasyon yürütme komitesinin teknik işlemlerini yürütmek üzere "Teknik Komiteler" oluşturulacaktır. Teknik komiteler; <ul style="list-style-type: none"> · Araştırma ve Strateji Geliştirme, · İmaj, Tanıtım ve Pazarlama, · Mesleki Eğitim ve İnsan Kaynağı, · Altyapı ve Yatırım, · Yöresel ve Turistik Ürün Geliştirme olmak üzere 5 farklı temada kurgulanacaktır. Teknik komiteler ilk aşamada farklı kurum ve işletmelerden yapılacak kısmi zamanlı ve geçici görevlendirmelerle çalışacaktır.
		1.1.01.04	Destinasyon yönetimini yönlendirmek üzere alt destinasyonlar bazında (Samanlı Dağları, Gebze, İzmit ve Kandıra) "Danışma Kurulları" oluşturulacaktır. Danışma kurulları; <ul style="list-style-type: none"> · Kaymakamlar, · İlçe Belediye Başkanları, · İlçe Ticaret Odası Başkanları, · Sektörel ve Mahalli İdare Birlik Temsilcileri, · Üniversite Öğretim Üyeleri, · Destinasyon Yönetim Kurulu'nun belirleyeceği kişilerden oluşacaktır.

STRATEJİ PAKETİ	STRATEJİ	KOD	EYLEM
1.1. Kocaeli’de Kapsayıcı Destinasyon Yönetimi	1.1.01. Kocaeli’de Geçici Destinasyon Yönetim Yapısı Prototipi Oluşturulması	1.1.01.05	Destinasyon yönetimini yönlendirmek üzere “Tematik Danışma Kurulları” oluşturulacaktır. Tematik danışma kurulları; · Kültür, Tarih ve İnanç Turizmi, · Doğa Turizmi ve Ekoturizm, · Spor ve Kış Turizmi, · Sağlık Turizmi, · Gastronomi Turizmi, · İş – Kongre – Fuar ve Endüstri Turizmi, · Deniz Turizmi alanlarında oluşturulacaktır. Danışma kurulları özel sektör ağırlıklı olarak oluşturulacak ve il dışından temsil gerçekleştirebilecektir.
		1.1.01.06	Destinasyon Yönetim Yapısı Prototipi için çalışma usul ve esasları belirlenecek, çalışma süreçleri ve görev dağılımları netleştirilecek, düzenli şekilde toplanılarak çalışmalar yürütülecektir.
	1.1.02. Destinasyon Yönetim Model Prototipinin Ulusal ve Uluslararası Temsil Noktası Olması	1.1.02.01	Düzenlenen fuar, tanıtım etkinliği, zirve gibi etkinliklere “Kocaeli: Gözlerinize İnanacaksınız” teması altında ve destinasyon yönetimi koordinasyonunda katılımlar sağlanacaktır.
		1.1.02.02	Türkiye Turizmi Geliştirme Ajansı tarafından oluşturulan il tanıtım kurulunun Kocaeli’de destinasyon yönetimi yapısı olarak dikkate alınması sağlanacaktır.
		1.1.02.03	Kocaeli’de turizm ekosistemindeki tüm aktörlerin destinasyon yönetimi yapısına aktif katılımı sağlanacak, faaliyetlerde bütünlük için iletişim sistematigi kurulacaktır.
	1.1.03. Sürdürülebilir Destinasyon Modelinin Kurumsallaşması	1.1.03.01	Kocaeli’de en uygun sürdürülebilir destinasyon yönetim modelinin seçilmesi için tüm alternatiflerin değerlendirilmesini kapsayan analiz ve raporlama yapılacaktır.
		1.1.03.02	Alternatif modeller müzakere edilecek, gelir ve gider modelleri belirlenecek, en uygun modelin kuruluşu gerçekleştirilecektir.
1.2. Dijital Destinasyon Kocaeli	1.2.01. Kocaeli’yle İlgili Dijital İçeriklerin Güncel Tutulması	1.2.01.01	Wikipedia, Wikitravel, Lonely Planet, Lonely Planet Community, TripAdvisor, Yahoo Travel gibi internet ve mobil tabanlı seyahat platformlarında Kocaeli ve Kocaeli’nin değerlerine ilişkin bilgiler güncellenecektir.
		1.2.01.02	Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı tarafından oluşturulan https://gokocaeliturkiye.com/ portalındaki içerikler düzenli olarak güncellenecektir.
	1.2.02. Hedef Ükelere Yönelik Dijital İçeriklerin Oluşturulması ve Altyapı Kurulumu	1.2.02.01	Çince dijital içerikler oluşturulması ve mobil ödeme uygulamalarının (Alipay ve WeChat Pay) yaygınlaşması sağlanacak, turizm sektörü girişimlerine bilgilendirme yapılacaktır.
		1.2.02.02	Hintçe dijital içerikler oluşturulacak ve sosyal medya platformlarından düzenli olarak paylaşımlar yapılacaktır.
	1.2.03. Veriye Dayalı Analiz Altyapısı ve Karar Verme Mekanizması Oluşturulması	1.2.03.01	Tüm turistik istatistiklerin kaydedileceği ve sürekli güncelleneceği bir sistematik ve ortak veritabanı oluşturulacaktır.
		1.2.03.02	Gelişmiş netnografi uygulamalarıyla turizmdeki durum düzenli olarak analiz edilecektir.

STRATEJİ PAKETİ	STRATEJİ	KOD	EYLEM	
1.2. Dijital Destinasyon Kocaeli	1.2.04. Kocaeli'de Akıllı Destinasyon Uygulamalarının Yaygınlaştırılması	1.2.04.01	“Kocaeli”, “Kartepe”, “Kandıra”, “Maşukiye”, “Ormanya” gibi anahtar kelimeler için ve turizme yönelik kelimeler aratıldığında üst sıralarda Kocaeli’yle ilgili sonuçların yer alması için arama motoru optimizasyonu (search engine optimisation) konusunda çalışmalar yapılacaktır.	
		1.2.04.02	Kocaeli’de yerleşim merkezleri ve turistik destinasyonlar öncelikli olmak üzere entegre dijital rehberlik uygulamaları gerçekleştirilecek, QR kod benzeri etiketler üzerinden turistik değerleri tanıtan içeriklere erişim sağlanacaktır.	
		1.2.04.03	Deneyim yönetimi ve gerçek zamanlı veri sunum altyapısı oluşturulacaktır. Kayak merkezi, su kayağı merkezi, dalga sörfü alanı, motor sporları pisti, trekking parkurları, müzeler, ören yerleri gibi alanlarda anlık doluluk oranı verileri paylaşılabilir şekilde altyapı kurgulanacaktır. Güncel etkinlik ve destinasyon gündemini içeren içerikler anlık olarak paylaşılacak şekilde web servisleri sağlanacaktır.	
		1.2.04.04	Kocaeli’de tarihi kent merkezleri öncelikli olmak üzere artırılmış gerçeklik ve sanal gerçeklik pilot uygulamaları gerçekleştirilecektir. Uygulamalar cep telefonunun kamerasıyla bakılan noktadaki turistik değerlerin bilgilerinin çıkması şeklinde kurgulanacaktır.	
	1.2.05. Kocaeli’de Turizm Sektörünün Dijital Dönüşümünün Desteklenmesi	1.2.05.01	Konaklama tesislerinin dijital pazarlama (rezervasyon sistemlerine eklenme), analitik araçlar ve veri yönetimi (segment ve pazar analizleri), mobil uygulamalar (excursion sunumu ve benzeri ek gelir getirici faaliyetler sunması), dijital görünürlük ve marka konumlandırma (arama motoru optimizasyonu, sosyal medya yönetimi ve dijital içerik sunumu), hizmet kalitesini artırma (anlık talep ve görüş sistemleri, otomatik memnuniyet raporlamaları), sadakat sistemleri (müşteri takibi ve iletişim sürekliliği) ve işletme yönetimi konularında kapasitelerinin geliştirilmesi desteklenecektir.	
		1.2.05.02	Seyahat acentelerinin veri yönetimi (müşteri verilerinin tutulması ve ilişkisel veritabanı yönetimi), çoklu kanal entegrasyonu (güncel ve entegre web sitesi ve mobil uygulamalar ve farklı satış ve hizmet kanallarıyla entegrasyon), omni-dijital/bütüncül kanal yönetimi (persona bazlı kişiselleştirilmiş çözüm sunumu), dijital sadakat uygulamaları ve akıllı şehir uygulamalarına entegrasyon konularında kapasitelerinin geliştirilmesi için farkındalık çalışmaları ve eğitimler düzenlenecektir.	
		1.2.05.03	Turizm sektörü çalışanlarına ve işverenlerine yönelik dijital dönüşüm için teknik yetkinlik kazandırma, dijitalleşme kültürü, veri analitiği altyapısı, özgün yazılım ve SaaS kullanımı, siber güvenlik, kişisel verilerin korunması ve yapay zekâ ile müşteri teması konularında eğitimler verilecektir.	
	1.3. Sürdürülebilir Turizm Gelişimi	1.3.01. Turistlerin Memnuniyet Düzeyinin Düzenli Olarak Ölçülmesi ve Raporlanması	1.3.01.01	Memnuniyet ve beklenti anketi tasarlanması, örneklem tespiti ve anketin uygulanacağı dönem ve alanların belirlenmesi sağlanacaktır.
			1.3.01.02	Her yıl iki defa anketler tekrarlanacak ve sonuçlar karşılaştırmalı olarak sunulacaktır.
		1.3.02. Kocaeli Turizm Master Planının Uygulama Sürekliliği	1.3.02.01	3 aylık dönemlerle Master Plan strateji ve hedeflerinin uygulanma durumu ve başarı oranı raporlanacaktır.
1.3.02.02			Yıllık Destinasyon Faaliyet Raporları hazırlanacaktır.	

2. ÜRÜN VE TEMA GELİŞTİRME STRATEJİLERİ

İkinci strateji eksenini olan ürün ve tema geliştirme, turistlere sunulacak tüm unsurlara yönelik turistik ürün ve tema strateji paketi ile yöresel ürün ve el sanatlarına yönelik strateji paketinden oluşmaktadır.

PAKET	STRATEJİ	KOD	EYLEM
2.1. Değer Katan Turistik Ürün ve Temalar	2.1.01. Ormanya'nın Yabancı Turistler için Çekim Noktası Haline Gelmesi	2.1.01.01	Ormanya için farklı dillerde tanıtıcı dijital materyaller üretilecek, düzenli olarak sosyal medya platformlarından tanıtımı yapılacaktır.
		2.1.01.02	Ormanya'nın yabancı prodüksiyonlarda yer alması için girişimlerde bulunulacaktır.
	2.1.02. Kocaeli'ye İş, Ticaret veya Yatırım için Gelen Yabancılara Yönelik Paketler Sunulması	2.1.02.01	Kocaeli'ye iş, ticaret veya yatırım için gelecek olan yabancıların ilgili işletmeler tarafından gelmeden önce Kocaeli hakkında bilgilendirmeleri sağlanacaktır. Buna yönelik olarak işletmeler ile seyahat acenteleri arası işbirlikleri kurgulanacak, ziyaret öncesinde aile veya arkadaşlarıyla gelebileceklerine yönelik bilgilendirmeler yapılacaktır.
		2.1.02.02	İş otellerinde zaman geçiren yabancıların kentteki aktiviteler konusunda bilgilendirmeleri ve güvenlik konusunda çekincelerinin giderilmesi için tanıtım çalışmaları gerçekleştirilecektir. Bu kapsamda iş otellerinin yönetimleriyle ortak planlamalar teşvik edilecektir.
		2.1.02.03	1850'li yıllardan bu yana üretim kültürüne sahip olan ve endüstriyel üretimde çok sayıda sektörün yer aldığı Kocaeli'de bir endüstri ya da sanayi müzesi kurulmasıyla ilgili fizibilite çalışılacaktır.
	2.1.03. Altyapıya Uygun Sağlık Turizmi Ürün ve Hizmetlerinin Oluşturulması	2.1.03.01	Kocaeli'de medikal turizm envanteri ve kataloğu oluşturulacak; Sağlık Turizmi Yetki Belgeli Sağlık Kuruluşlarının fiziki altyapıları, doktor kadrosu, sundukları hizmetler ve tedavi süreci ilave turistik faaliyet olanaklarını içerir şekilde hedef kitlelere sunulacaktır.
		2.1.03.02	Yeni jeotermal kaynak aramaları gerçekleştirilecektir.
		2.1.03.03	Engelli ve yaşlı bakımı için Kocaeli'de uygun alan ve tesisleri içeren envanter oluşturulacaktır.
	2.1.04. Kocaeli'ye Erişim İmkânlarının Geniş Olduğu İllere Yönelik Tur Paketleri Geliştirilmesi	2.1.04.01	Kocaeli Cengiz Topel Havalimanı'ndan doğrudan uçuşların olduğu Trabzon ve Doğu Karadeniz'le karşılıklı turların artması için çift taraflı tanıtım faaliyetleri gerçekleştirilecektir. Kocaeli Büyükşehir Belediyesi ve Trabzon Büyükşehir Belediyesi arasında karşılıklı imzalanacak protokol çerçevesinde illerde diğerinin turistik değerleri tanıtılacak ve tur olanakları duyurulacaktır.
		2.1.04.02	Yüksek Hızlı Tren Hattı'yla erişimin kolaylaştığı Konya, Ankara, Eskişehir ve Bilecik halkına yönelik demiryolu odaklı tur programları geliştirilecektir.
		2.1.04.03	Komşu illerden karayoluyla yapılabilecek turları içeren programlar ve rehberler hazırlanacaktır.
		2.1.04.04	Körfez içi ve İstanbul bağlantılı deniz ulaşımının geliştirilmesi ve eğlence amaçlı tekne turları için fizibilite çalışılacaktır.

PAKET	STRATEJİ	KOD	EYLEM
2.1. Değer Katan Turistik Ürün ve Temalar	2.1.05. Uluslararası Sportif Müsabaka Ev Sahipliği	2.1.05.01	2030 Yılı Akdeniz Oyunları (Mediterranean Games) adaylık başvurusu yapılması ve adaylık sürecinin gerektirdiği yatırım ve çalışmaların Gençlik ve Spor Bakanlığı'yla koordinasyon içinde gerçekleştirilmesi sağlanacaktır.
		2.1.05.02	2027 ve 2029 Dünya Üniversite Yaz Oyunları (FISU World University Games) adaylık başvurusu yapılması ve adaylık sürecinin gerektirdiği yatırım ve çalışmaların Gençlik ve Spor Bakanlığı'yla koordinasyon içinde gerçekleştirilmesi sağlanacaktır.
		2.1.05.03	Balkanlar, Avrupa ve Dünya çapında branşlara bağlı uluslararası etkinliklerin Kocaeli'de düzenlenmesi sağlanacaktır. Bu kapsamda su sporları, motor sporları, kayak, oryantiring, atletizm, okçuluk, okul sporları, satranç, salon sporları gibi branşlarda etkinliklere ev sahipliği yapmak için ilgili federasyon ve Gençlik ve Spor İl Müdürlüğü işbirliğinde girişimlerde bulunulacak ve etkinliklerin Kocaeli'de düzenlenmesi sağlanacaktır.
2.2. Markalaşmış Yöresel Ürün ve El Sanatları	2.2.01. Kocaeli'nin Yöresel Ürünlerinin Yurtiçi ve Yurtdışında Daha Etkin Yer Alması	2.2.01.01	İzmit pişmaniyesinin Ortadoğu ülkelerinde restoran ve konaklama tesislerinde sunulması için ticari anlaşmaların gerçekleştirilmesi için çalışmalar yapılacaktır. Kocaeli Ticaret Odası, pişmaniye sektöründeki firmaların Ortadoğu ülkelerinde pazarlama faaliyetlerini (fuar vb) yürütecektir.
		2.2.01.02	İzmit simidinin ulusal ölçekte tanıtımı yapılacak, simit ile Kocaeli'nin ilişkisi düzenli olarak dijital platformlardan paylaşılacak ve sistematik algı oluşturulacaktır. İzmit simidinin Türkiye genelinde bu isimle satılması için girişimlerde bulunulacaktır.
		2.2.01.03	Yörex – Yöresel Ürünler Fuarı'na ildeki üreticilerin düzenli olarak Kocaeli markası altında katılımları organize edilecektir. Fuarda ikram ve tanıtımın yanı sıra zincir marketler, yurtdışı alıcılar ve doğrudan müşterilere düzenli satış kanalları oluşturulacaktır.
		2.2.01.04	Misafirlere ikram etmek üzere Kocaeli yöresel ürünlerinden oluşan prestij seti oluşturulacaktır. Karamürsel sepeti içerisinde yöresel ürünlerin ve tanıtıcı materyalin yer aldığı set, önemli konuklara hediye edilecek, turistlere satışı gerçekleştirilecektir.
		2.2.01.05	Kocaeli'ye özgü yiyecek ve içecekler turistlik restoranlarda yer verilmesi sağlanacak, buna yönelik olarak Aşçılar Odası'yla işbirliği geliştirilecektir.
		2.2.01.06	Coğrafi İşaretli (Menşee ve Mahreç) olmayan yöresel ürünlerin coğrafi işaret belgeleri alınması için başvurular yapılacaktır.

3. MARKALAŞMA VE TANITIM STRATEJİLERİ

Markalaşma ve tanıtım konularını kapsayan strateji ekseninde marka kimliğinin detayları ve konumlandırma süreçleri ile yurtiçi ve yurtdışında isabetli ve tutarlı pazarlama ve tanıtım faaliyetlerini kapsayan strateji paketleri yer almaktadır.

PAKET	STRATEJİ	KOD	EYLEM
3.1. Marka Kimliği: Gözlerinize İnanacaksınız	3.1.01. "Gözlerinize İnanacaksınız" Kimliğinin Lansmanı ve Ulusal Düzeyde Benimsenmesinin Sağlanması	3.1.01.01	Turizm bürokrasisi, turizm profesyonelleri, turizm sektörü çatı kuruluşları, siyasiler, sivil toplum, ulusal basın, influencer'lar gibi aktörlerin katılımıyla bir lansman etkinliği düzenlenecektir.
		3.1.01.02	Kocaeli'deki tüm kesimlerin turizme yönelik tanıtım çalışmalarında yeni oluşturulan kimliğe uygun hareket etmeleri için iletişim kanalları kullanılacaktır.
	3.1.02. "Gözlerinize İnanacaksınız" Kimliğinin Kocaeli'deki Turistik İşletmelerce Kullanılması	3.1.02.01	Kocaeli'deki paydaşların "Gözlerinize İnanacaksınız" kimliğine uygun hareket edebilmeleri için bir rehber ve uygulama kılavuzu oluşturulacaktır.
		3.1.02.02	Kocaeli'deki turistik restoranlar, konaklama tesisleri, yöresel ürün üreticileri, şehirlerarası otobüs şirketleri ve nakliye firmalarına "Gözlerinize İnanacaksınız" kimliğine işletmelerinde, ürünlerinde veya araçlarında yer vermeleri sağlanacak, bunun için sticker, afiş ve benzeri basılı materyaller ile dijital ortamda görünürlük unsurlarının dağıtımı yapılacaktır.
3.2. Yurtdışında Hedef Pazar ve Segment Odaklı Tanıtım	3.2.01. Ortadoğu Pazarından Alınan Payın Artması ve Yerel Acentelerin Doğrudan Bu Pazarla Çalışmaları	3.2.01.01	"Gözlerinize İnanacaksınız" temalı Arapça ve Farsça basılı ve dijital materyaller hazırlanacaktır.
		3.2.01.02	"Dubai Arabian Travel Market" fuarına Kocaeli markası altında turistik işletmelerin toplu ve düzenli katılımı sağlanacaktır. Bu çerçevede 2023 ve 2024 yıllarında Türkiye Turizmi Geliştirme ve Tanıtım Ajansı (TGA) bünyesinde, takip eden yıllarda ise münferit Kocaeli standıyla katılım gerçekleştirilecektir.
		3.2.01.03	Suudi Arabistan'da gerçekleştirilen "Riyadh Travel Fair" ve "Jeddah International Travel & Tourism Exposition"a Kocaeli markası altında turistik işletmelerin düzenli katılımı sağlanacaktır.
		3.2.01.04	Belirli aralıklarla Ortadoğulu seyahat acentelerine yönelik tanıtım turları düzenlenecek, bu konuda Türk Hava Yolları Anonim Ortaklığı (THY AO) ve Türkiye Turizmi Geliştirme ve Tanıtım Ajansı (TGA) ile iş birliği gerçekleştirilecektir.
	3.2.02. Batılı ve Uzakdoğulu Turiste Özel Turistik Ürünlerin Etkin Tanıtımı	3.2.02.01	Antikite ve Roma tarihine ilgi gösteren yabancı turistin Nikomedia'yı görmek üzere Kocaeli'ye gelmeleri için tematik platformların tespit edilmesi ve kişileştirilmiş tanıtımlar gerçekleştirilecektir.
		3.2.02.02	Macaristan'a ve Türk dünyasına yönelik olarak Thököly İmre ile Barış ve Kardeşlik Kapısı değerlerinin tanıtımı, tematik etkinliklerle turistik hareketliliğin sağlanması için girişimlerde bulunulacaktır.

PAKET	STRATEJİ	KOD	EYLEM
3.2. Yurtdışında Hedef Pazar ve Segment Odaklı Tanıtım	3.2.02. Batılı ve Uzakdoğulu Turiste Özel Turistik Ürünlerin Etkin Tanıtımı	3.2.02.03	Güney Kore başta olmak üzere Uzakdoğu ülkelerinden iş amacıyla gelenlerin turistik aktivitelere katılımını artırmak için etkinlikler ve mekânlar artırılacaktır. Bu konuda ihtiyaç tespiti için Kocaeli’de yaşayan Güney Korelilere yönelik anket ve mülakat uygulaması gerçekleştirilecektir.
		3.2.02.04	“Gözlerinize İnanacaksınız” temalı İngilizce, Rusça ve Korece dijital tanıtım materyalleri hazırlanacak, basılı gezi rehberleri oluşturulacaktır.
	3.2.03. Spor Turizmde Hedef Gruplara Özelleştirilmiş ve Birebir Tanıtım Faaliyetleri	3.2.03.01	İstanbul başta olmak üzere Türkiye ve Karadeniz havzası ile Balkan ülkeleri başta olmak üzere yurtdışında dalga sörfü yapan sporcuların düzenli takip ettikleri yayınlar, dijital içerikler ve iletişim ağlarına Babalı yöresini tanıtan içerikler oluşturulacaktır. Belirlenen organizatörler aracılığıyla tanıtım turları gerçekleştirilecektir.
		3.2.03.02	Körfez ülkelerindeki futbol takımlarının Kocaeli’de gerçekleştirecekleri kamp etkinliklerinin artırılması için destinasyon yönetimi tarafından pazara odaklanılmış ziyaretler gerçekleştirilecek, altyapı geliştirilecek ve tanıtılacaktır.
		3.2.03.03	İzmit Körfezi’nde Cumhurbaşkanlığı Uluslararası Yat Yarışları’nın düzenlenmesi sağlanacaktır. Ayrıca, her yıl “İzmit Körfezi Yarışları” adı altında yelken etkinlikleri düzenlenecek ve gelenekleşmesi sağlanacaktır.
		3.2.03.04	Körfez Yarış Pisti’nde her yıl elektrikli araç yarışları organize edilecek, yurtiçi ve yurtdışından üniversite öğrencilerinin katılımı özendirilecektir.
	3.2.04. Medikal Turizmde Hedef Ülkelerdeki Aracı Kuruluşlara Yönelik Odaklanmış Tanıtım	3.2.04.01	Kocaeli’de Sağlık Turizmi Yetki Belgeli Acenteler oluşturulması sağlanacak, buna yönelik olarak danışmanlık sağlanacaktır.
		3.2.04.02	İstanbul’da faaliyet gösteren sağlık turizmi yetki belgeli acentelere Kocaeli’deki sağlık altyapısını, konaklama tesislerini ve tedavi sonrası gezi olanaklarını tanıtan düzenli turlar gerçekleştirilecektir.
		3.2.04.03	Her yıl bir bölgeden olmak üzere sağlık turizmi aracı kuruluşlarına Kocaeli’nin tanıtımı yapılacaktır. Tanıtımda Türk Hava Yolları AO, Sağlık Turizmi Koordinasyon Kurulu (SATURK) ve Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı (TGA) ile işbirliği sağlanacak ve hedef ülke ticaret müşavirlikleriyle iletişim sağlanacaktır. <ul style="list-style-type: none"> • 2023 – Karadeniz Ülkeleri Sağlık Turizmi Tanıtım Turu • 2024 – Balkan Ülkeleri Sağlık Turizmi Tanıtım Turu • 2025 – Ortadoğu Ülkeleri Sağlık Turizmi Tanıtım Turu • 2026 – Orta Asya Ülkeleri Sağlık Turizmi Tanıtım Turu

PAKET	STRATEJİ	KOD	EYLEM	
3.3. Yurt İçinde Genel ve Özelleştirilmiş Tanıtım	3.3.01. Türkiye Genelinde Gençlerin Kocaeli'ye Çekilmesi için Deneyim İmkânlarının Sunulması	3.3.01.01	Sırt çantalıların (backpackers) Kocaeli'ye gelmesi için yaylalarda tematik etkinlikler, kültür ve sanat etkinlikleri, konserler, spor gösterileri ve benzeri etkinlikler sürekli olarak düzenlenecektir. Bu etkinlikler düzenli olarak sosyal medya platformlarından ve internette gençlerin sıkça kullandığı forumlardan duyurulacaktır.	
		3.3.01.02	Kamp alanlarının sayısı ve niteliklerinin artırılması sağlanacak, bisiklet dostu ve Avrupa Birliği standartlarında kamp alanlarının oluşturulması için yatırımlar yapılacaktır. Kalkınma ajanslarıyla kamp ve karavan turizmi faaliyetleri kapsamında Kocaeli'deki durumun geliştirilmesi için koordinasyon gerçekleştirilecektir.	
	3.3.02. Kaynak Verimli Genel Tanıtım Unsurlarının Devreye Alınması	3.3.02.01	Türkiye genelinde metropol alanlar basta olmak üzere kent meydanlarında birer hafta boyunca sabit kalacak şekilde "Gözlerinize İnanacaksınız" kimliğini tanıttak, tanıtım materyallerini dağıtacak, yöresel ürün ve el sanatlarının tanıtım ve satışını sağlayacak bir tır oluşturulacaktır.	
		3.3.02.02	"Gözlerinize İnanacaksınız" temalı sosyal medya ve internet paylaşımları için düzenli içerik üretimi gerçekleştirilecektir. Bu kapsamda Instagram, Facebook, WeChat, Twitter, Snapchat, YouTube, TripAdvisor, LinkedIn, VK ve TikTok platformları başta olmak üzere küresel veya bölgesel kabul görmüş uygulamalardan yararlanılacaktır.	
	3.3.03. Yurtiçinde Hedef Kitle Odaklı Tanıtım		3.3.03.01	Kocaeli Cengiz Topel Havalimanı'ndan doğrudan uçuşların bulunduğu Trabzon'la turistik etkileşimin artması için Trabzon'daki acentelerle karşılıklı tur paketleri oluşturulacak ve tanıtımı yapılacaktır.
			3.3.03.02	İstanbul'da belediyelerin düzenledikleri sosyal turların Kocaeli'de uygun alanlarda yapılması için işbirlikleri geliştirilecek, İstanbul'daki ilçe belediyeleriyle ortak programlar düzenlenecektir.
			3.3.03.03	Yüksek Hızlı Tren'le erişimin kolaylaştığı Konya, Ankara, Eskişehir ve Bilecik'te Kocaeli günleri düzenlenecek, bu etkinliklerle Kocaeli'ye günübirlik veya konaklamalı gelişlerin artırılması için paket turlar sunulacaktır.
			3.3.03.04	Komşu illerde Kocaeli'deki alışveriş olanaklarını anlatan reklamlar artırılabilecektir. AVM yönetimlerinin bu konuda destinasyon kimliğiyle uyumlu tanıtım faaliyetleri yapmaları teşvik edilecektir.
			3.3.03.05	106 adet ve 2.517 km uzunluğundaki doğa turizmi parkurlarının Kocaeli'nin doğa turizmi meraklılarına pazarlanmasında etkin kullanımı için özel iletişim çalışmaları gerçekleştirilecektir.



4. TOPLUM VE İNSAN KAYNAĞI STRATEJİLERİ

Kocaelilileri ve turizm sektöründe yer alanları kapsayan strateji paketi halkın turizme katılımını, üreticilerin sağlayabilecekleri katkıları ve sektörel insan kaynağını içermektedir.

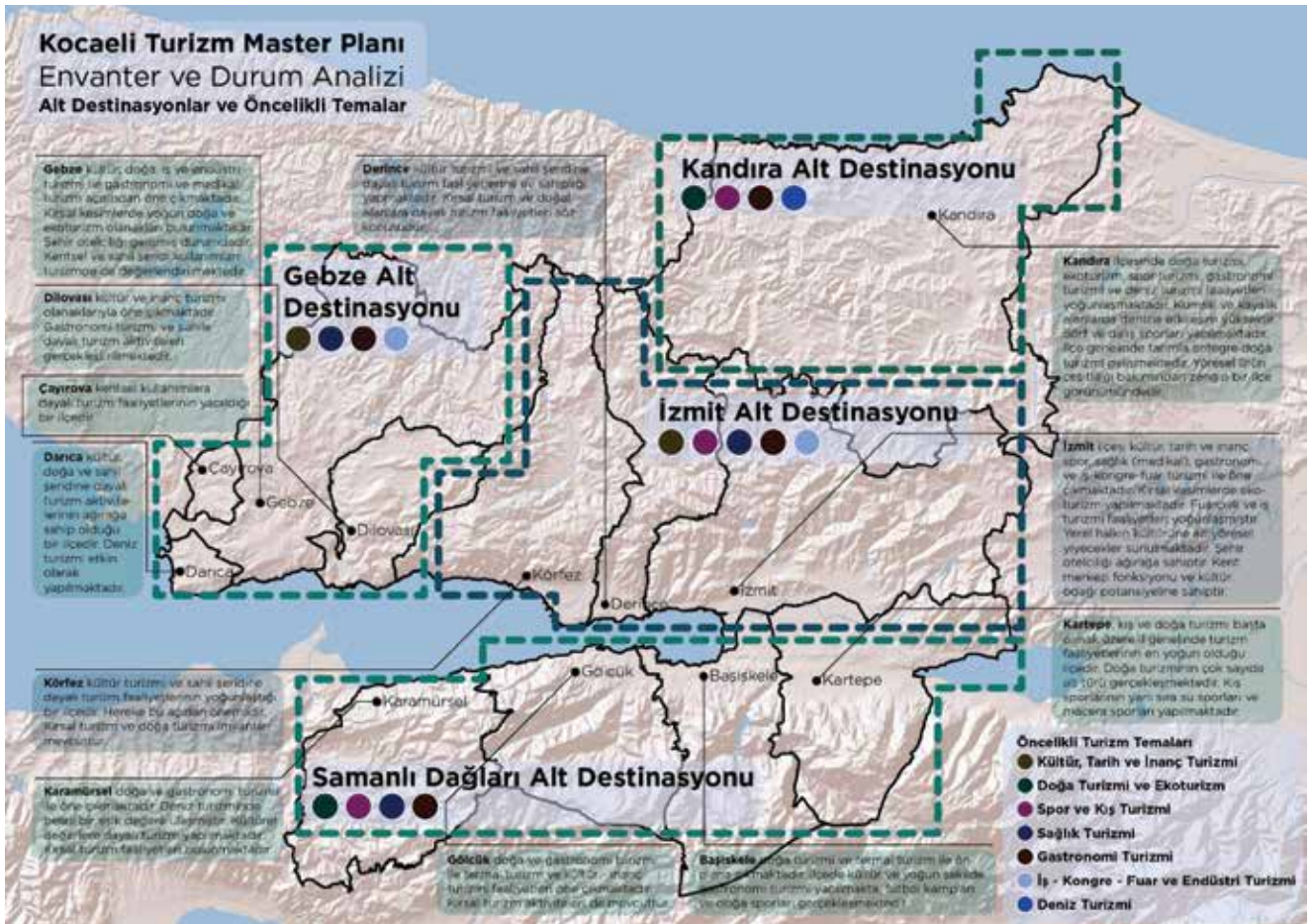
PAKET	STRATEJİ	KOD	EYLEM
4.1. Turizme Aktif Katılan ve Değerleri Koruyan Kocaeli	4.1.01. Kocaelililerin Turizmde Aktif Rol Almalarının Sağlanması	4.1.01.01	Kocaeli'nin "Gözlerinize İnanacaksınız" temalı tanıtım faaliyetleri il genelinde de uygulanacak; kent içi panolarda, yerel basında ve yerel dergilerde yer verilmesi sağlanacaktır.
		4.1.01.02	Düzenlenecek turistik etkinliklerde üniversite öğrencilerine ve gençlere aktif roller verilecektir.
	4.1.02. Kocaeli'de Turistik Değerlerin Korunması Kültürünün Yerleştirilmesi	4.1.02.01	İmam ve muhtarlara yönelik kültürel ve doğal değerlerin korunması ve yaşatılması konusunda eğitim programı düzenlenecek, Kocaeli'nin özgün değerleri hakkında düzenli bilgilendirmeler yapılacaktır.
		4.1.02.02	İlköğretim öğrencilerine yönelik yapılan müze ziyaretlerinin sayısı ve sıklığı artırılabilecek, buna yönelik olarak İl Milli Eğitim Müdürlüğü'yle işbirliği geliştirilecektir.
		4.1.02.03	Taşınmaz kültür varlıklarına yönelik projelendirme seferberliği başlatılacak, restorasyon projesi olmayan yapıların projelendirilmeleri eş finansman ve benzeri uygulamalarla teşvik edilecek ve bu süreçlere Kültür Varlıklarını Koruma Bölge Kurulu'nca teknik destek sağlanacaktır.
	4.2. Çevresini Güzelleştiren Üreticiler	4.2.01. Temiz ve Çevreye Duyarlı Üretim Kültürünün Yaygınlaşması	4.2.01.01
4.2.01.02			Sanayi tesisleri ve sanayi bölgelerinde ağaçlandırma seferberliği başlatılacaktır. Özellikle Anadolu Otoyolu ve D-100 Karayolu'na cepheli tesis ve bölgelerin bu konuda özel projeler geliştirmeleri ile mevcut çalışmaların devamlılığı sağlanacaktır.
4.2.01.03			Şahabettin Bilgisu Çevre Ödülleri'nin tanınırlığı artırılacak, ülke genelinde başvuru sayıları yükseltilecektir.

PAKET	STRATEJİ	KOD	EYLEM
4.2. Çevresini Güzelleştiren Üreticiler	4.2.02. Turizmcilerin Yeşil Destinasyon Yaklaşımını Benimsemesi	4.2.02.01	Tabiat parkları başta olmak üzere turistik çekim noktalarında geri dönüşüm, çevre duyarlılığı, atık azaltma gibi uygulamalar yaygınlaştırılacaktır. Bu konuda bilgilendirme tabelaları ve panoları oluşturulacak, gönüllüler eliyle uygulanması hızlandırılacaktır.
		4.2.02.02	Otellerin çevreye duyarlı turizm belgesi almaları teşvik edilecek, bu kapsamda Kocaeli Otel ve Turistik Tesis İşletmecileri Derneği'ne (KOTİD) teknik destek verilecektir.
		4.2.02.03	Kartepe ve Yuvacık'ın Yeşil Destinasyonlar Vakfı'ndan (Green Destinations Foundation) Yeşil Destinasyon Belgesi alması sağlanacaktır.
4.3. Nitelikli Sektör Çalışanları ve Yetkin Girişimciler	4.3.01. Kocaeli'nin Yerli Girişimcilerinin Turizmden Elde Ettikleri Gelirin Artırılması	4.3.01.01	Butik otelcilik ve pansiyonculuk konusunda farkındalık ve bilgilendirme etkinlikleri düzenlenecektir.
		4.3.01.02	Ekoturizm alanı başta olmak üzere kadın kooperatiflerinin kuruluşu ve devamlılığı desteklenecektir. Bu konuda Ticaret Bakanlığı'nın destek programlarından yararlanmak üzere yönlendirmeler gerçekleştirilecektir.
	4.3.02. Turizm Eğitimi Altyapısının İyileştirilmesi ve Hayat Boyu Öğrenme Anlayışının Yerleşmesi	4.3.02.01	Kocaeli Üniversitesi Turizm Fakültesi başta olmak üzere mesleki eğitim veren okullarda teknik altyapı ihtiyaçlarının tespit edilmesi ve bu ihtiyaçların özel sektörün de desteğiyle giderilmesi sağlanacaktır.
		4.3.02.02	Kocaeli Üniversitesi Turizm Fakültesi tarafından sektör çalışanlarına düzenli eğitim ve bilgilendirmeler düzenlenecektir.
		4.3.02.03	TÜRSAB Akademi'yle işbirliği içerisinde seyahat acenteleri çalışanlarının gereksinim duydukları konularda düzenli eğitimler verilecektir.

5. MEKANSAL GELİŞİM VE YATIRIM STRATEJİLERİ

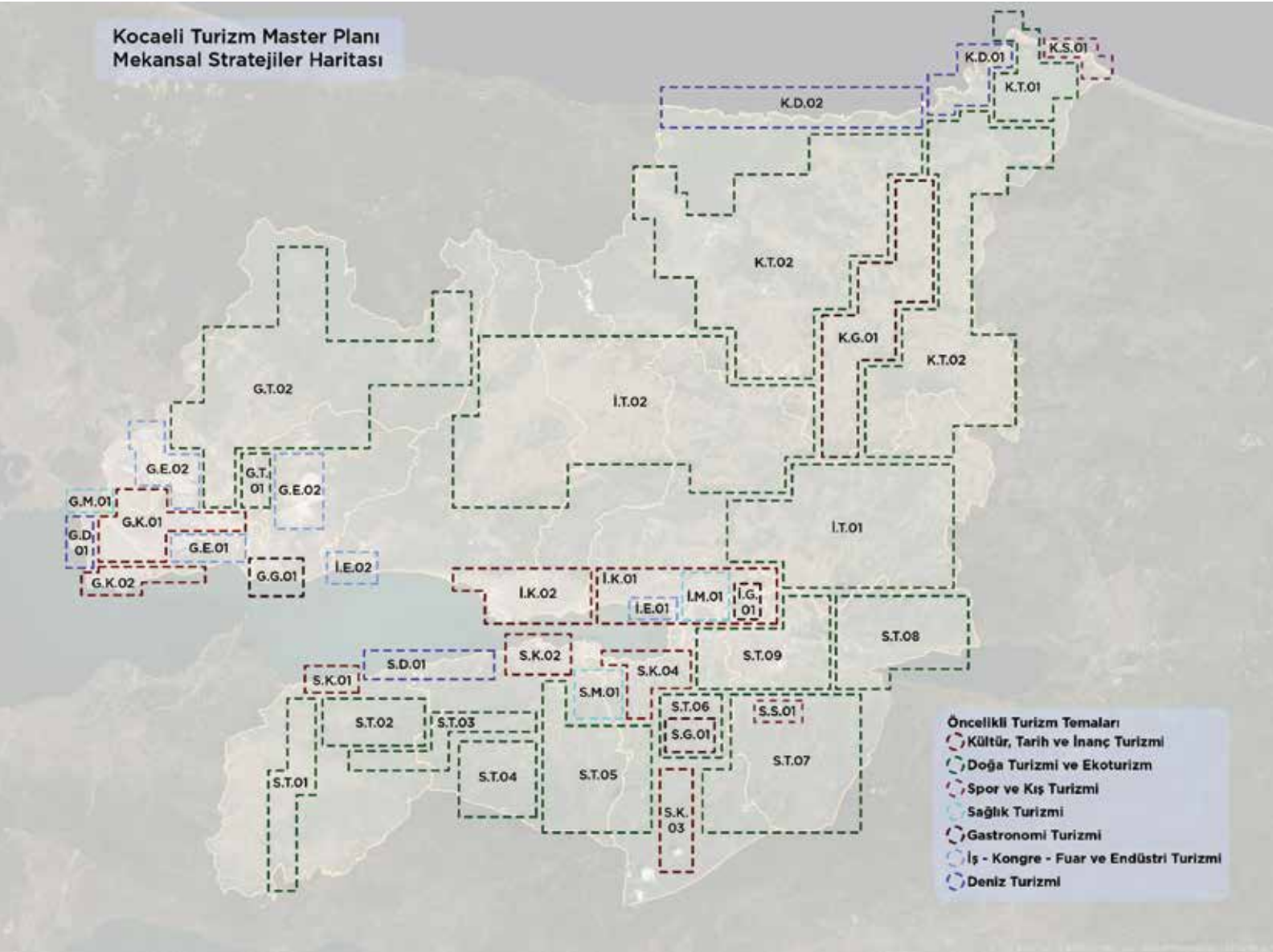
Master Plan stratejilerinin mekânsal yansımaları ve yatırımlara yönelik politikaları içeren kısımda 4 alt destinasyon üzerinden ve 7 turizm teması çerçevesinde eylemler tanımlanmıştır.

Şekil 4. Kocaeli'de Belirlenen Alt Destinasyonlar ve Özellikleri



Alt destinasyonlar ve temalar, temsil eden harflerle kodlanmış, bu sistematikte strateji ve eylemler oluşturulmuştur. Mekânsal gelişim ve yatırım stratejilerinde sorumluluk ağırlıklı olarak belediyeler üzerinde tutulmuştur. Bu durum, olanaklar ve yetki sahibi olmalarıyla açıklanmaktadır.

Şekil 5. Kocaeli'de Belirlenen Alt Destinasyonlar Bazında Mekânsal Strateji Alanları







SAMANLI DAĞLARI ALT DESTİNASYONU MEKANSAL STRATEJİLERİ

STRATEJİ	KOD	EYLEM
S.K.01. Karamürsel İlçe Merkezinin Turizm Odağı Haline Gelmesine Yönelik Düzenlemeler Yapılması	S.K.01.01	Karamürsel'de hafta sonları başta olmak üzere tabiat turizminin canlı olduğu ilkbahar-sonbahar döneminde kültür ve sanat etkinliklerinin sayısı arttırılacaktır.
	S.K.01.02	Karamürsel sepeti içerisinde yörenin özgün ürünleri olan kiraz, şeftali ve kestane başta olmak üzere pehlivanlara atıf yapan hediyelik eşyalar ve Karamürsel Alp'e atıf yapan süs eşyaları gibi ürünlerle turistlere yönelik satılacak bütüncül ürün paketi oluşturulması sağlanacak ve uygun noktalarda sunuşu gerçekleştirilecektir.
S.K.02. Gölcük'ün Deniz Kenti ve Denizcilik Kimliğiyle Öne Çıkan Ulusal Bir Destinasyon Haline Gelmesi	S.K.02.01	Gölcük'ün açık hava denizcilik müzesi olmasına yönelik projeler geliştirilecek, Gölcük'te bulunan müzenin turizm odaklı geliştirilmesi sağlanacaktır. Müzenin Gölcük harici donanma ve denizcilik unsurlarını da içeren nitelikte olması planlanacaktır.
	S.K.02.02	Seferihisar Müze Gemisi benzeri uygulamaların yaygınlaştırılması, kentsel mobilyaların da bu referansla yaygınlaştırılması sağlanacaktır.
	S.K.02.03	Gölcük'te bir yat limanı/marina kurulumu için çalışmalar gerçekleştirilecektir.
	S.K.02.04	Gölcük Yelken Kulübü'nün faaliyetleri desteklenecek, Gölcük'te yıllık düzenli periyotlarla yelken sporu etkinlikleri gerçekleştirilecektir.
	S.K.02.05	Halidere ve Kavaklı sahillerinin kentsel ve turistik kullanımına yönelik çalışmalar geliştirilecek, bu alanlarda kültürel etkinliklerin düzenlenmesi teşvik edilecektir.
	S.K.02.06	Değirmendere kordon boyunca çevre düzenleme çalışmalarının batı ve doğu yönlerinde genişletilmesi sağlanacak, turistik nitelikli işletmelerin yaygınlaşması teşvik edilecektir.
S.K.03. Milli Mücadele'de Servetiye Cephesi'nin Kültür Rotası Olarak Geliştirilmesi	S.K.03.01	Milli Mücadele döneminde direnişin yapıldığı yerleşimlerde ve alanlarda bu olaylara ilişkin bilgilendirme unsurlarının sayılarının arttırılması sağlanacaktır.
	S.K.03.02	"Milli Mücadele'de Servetiye Cephesi" adıyla kültür rotası oluşturulacak ve dijital ve basılı tanıtıcı materyaller geliştirilecektir.
	S.K.03.03	Yöredeki taşınmaz kültür varlıklarının restorasyonu ve rekonstrüksiyonu amacıyla Kültür Varlıkları Katkı Payı fonundan yararlanması sağlanacaktır.
S.K.04. Başiskele'nin Kültür, Eğitim ve Turizm Merkezi Olarak Gelişimi	S.K.04.01	Makine ve Kimya Endüstrisi Kurumu'na ait hurdalık alanın rekreatif ve turistik kullanıma yönelik değerlendirilmesi için kurumlar arası işbirliği yapılacak ve bu alanın özel olarak projelendirilmesiyle turistik ve kültürel bir odak haline gelmesi sağlanacaktır.
	S.K.04.02	D-130 Karayolu boyunca yol üzerinde bulunan tesislerin, bu tesislere ait ulaşım bağlantılarının, yan yol ve kesişen yolların girişlerinin fiziki niteliklerinin iyileştirilmesi, standart bir kentsel kimlik çalışması üzerinden düzenlenmesi sağlanacaktır. Bu konuda Başiskele Belediyesi, Kocaeli Büyükşehir Belediyesi ve mülk sahipleri arasında işbirliği modelleri geliştirilecektir.
	S.K.04.03	Sahil kesiminde yer alan ve MKEK hurdalığı ile Seymen sahili arasında yer alan Kara Araçları Komutanlığı yerleşkesinin sahil kesiminin kentsel ve turistik kullanıma uygun olarak düzenlenmesi için işbirliği modeli geliştirilecek ve model üzerinde anlaşılmasının ardından sahil düzenlemesi çalışması yapılacaktır.
	S.K.04.04	Astakos antik kentine yönelik bilimsel araştırmalar ve yüzey araştırmaları gerçekleştirilecek, ören yeri niteliği almasına yönelik süreçler yürütülecektir.
	S.K.04.05	Başiskele sahilinin Balık Hali'nden liman tesisleri bölgesine kadar kesintisiz sürmesi sağlanacak, bu alanın nitelikli bir şekilde düzenlenmesi ile turistik cazibe noktası olarak geliştirilmesi hızlandırılacaktır.

STRATEJİ	KOD	EYLEM
S.K.04. Başiskele'nin Kültür, Eğitim ve Turizm Merkezi Olarak Gelişimi	S.K.04.06	Başiskele'de sahil çevresinde nitelikli turistik konaklama tesislerinin sayılarının, düğün ve eğlence mekânlarının nitelik ve niceliklerinin artırılması için yatırım promosyonu çalışmaları gerçekleştirilecektir.
	S.K.04.07	Başiskele ilçe merkezinin güneyinde yer alan kentsel gelişim alanında bulunan vadilerin rekreatif alan olarak projelendirilmeleri hızlandırılacaktır. Bu alanların özellikle Ortadoğulu turist nezdinde çekim noktası olmaları sağlanacaktır.
	S.K.04.08	İlçede kamuya ait ve özel müzecilik faaliyetlerinin artırılması için girişimlerde bulunulacaktır.
S.T.01. Karamürsel-İzmit Hattında Doğa Turizmi Altyapısının Geliştirilmesi	S.T.01.01	Hat üzerindeki ve çevresindeki kırsal yerleşimlere yönelik turizm farkındalık ve kapasite geliştirme eğitim programları düzenlenecektir.
	S.T.01.02	Yöresel tarım ürünlerinin ve el sanatı değerlerinin turistik olarak Kocaeli kimliği altında ticarileşmesi için danışmanlık sağlanacak ve kooperatifleşme teşvik edilecektir.
	S.T.01.03	Hat çevresindeki doğal alanlarda kampçılık, glamping ve benzeri butik turizm yatırımları için alanlar oluşturulacak ve bu alanlar yatırımcılara sunulacaktır.
S.T.02. Karamürsel Orman Köylerinde ve Kırsal Alanlarda Ekoturizm Faaliyetlerinin Yaygınlaştırılması	S.T.02.01	Organik tarım üretimi, sertifikasyonu ve pazarlaması konusunda yerel üreticiye bilgilendirme çalışmalarının artırılması ve İstanbul'daki organik tarım pazarının üreticilere daha etkin tanıtılması sağlanacaktır.
	S.T.02.02	Ekoturizm işletmelerinin başarı hikâyelerinin Karamürsel'deki üreticilere aktarılacağı etkinlikler düzenlenecektir.
	S.T.02.03	Orman Dede Lavanta Parkı ve benzeri uygulamaların yaygınlaştırılması ve bu alanlarda kültür ve sanat etkinliklerinin gerçekleştirilmesi için girişimlerde bulunulacaktır.
S.T.03. Gölcük-Akçat-Yalakdere (Beyoğlu Caddesi) Hattının Turistik Rota Olarak Planlanması	S.T.03.01	Hat için turistik bir marka kimliği (isim, slogan, tanıtıcı materyal) oluşturulacaktır. Hattın Karamürsel'i de içerecek şekilde bir halka (ring) olarak planlanması değerlendirilebilecektir.
	S.T.03.02	Hat üzerinde halihazırda faaliyet gösteren besi çiftlikleri, içme suyu tesisleri, dinlenme tesisleri ve yerleşimlerin turistik faaliyetlere de yönelmeleri için girişimlerde bulunulacaktır.
	S.T.03.03	İlk aşamada Kocaeli'de ikamet edenlere yönelik tanıtım gerçekleştirilecek, bunun için yerel acentelerle işbirlikleri geliştirilecektir.
S.T.04. Eriklitepe'nin Ulusal Glamping ve Doğa Eğitim Merkezi Olması	S.T.04.01	Eriklitepe Tabiat Parkı'nda kamu tarafından ve çevresinde özel sektör tarafından bungalov ve glamping konseptli konaklamaların artırılması sağlanacaktır.
	S.T.04.02	Eriklitepe'de İstanbul pazarı başta olmak üzere çocuklar, sporcular ve gençler için dönemsel etkinlikler gerçekleştirilecektir.
S.T.05. Gölcük ve Başiskele İlçelerindeki Orman Köyleri ve Kırsal Mahallelerde Yerel Değerlerle Uyumlu Ekoturizm Faaliyetlerinin Geliştirilmesi	S.T.05.01	Gölcük ilçesinde bulunan Siyretiyi, Mamuriye, Eskiferhadiye, İrşadiye, Nüzhetiye, Nimetiye, Hasaneyn, Ümmiye, Hamidiye, Ferhadiye ve Panayır mahallelerinde ve Başiskele ilçesinde bulunan Servetiye Karşı, Servetiye Cami, Havuzlubahçe, Kılıçarslan, Şehitekre ve Yuvacık Yakacak mahallelerinde yerel halka ekoturizm konusunda bilgilendirme ve eğitim çalışmaları gerçekleştirilecektir.
	S.T.05.02	Beşkayalar Tabiat Parkı, Aytepe ve Nüzhetiye gibi yörelerde gençliğe yönelik sportif ve tematik etkinliklerin sayısı artırılacaktır.
	S.T.05.03	Gölcük ve Başiskele ilçelerinin ormanlık alanlarında foto-safari, kuş gözlemciliği ve trekking olanaklarının tanıtılması ve değerlendirilmesi için yurtiçi ve yurtdışında spor kulüpleri, sivil toplum kuruluşları, üniversite kulüpleri nezdinde bilgilendirmeler gerçekleştirilecektir.

STRATEJİ	KOD	EYLEM
S.T.06. Yuvacık Barajı ve Havzasının Sürdürülebilir Yeşil Turizm Destinasyonu Olması	S.T.06.01	Kocaeli'deki özel sektör kuruluşlarıyla birlikte Yuvacık Havzasının yeşil destinasyon haline gelmesi için bütünlük projeleri geliştirilecek ve uygulanacaktır.
	S.T.06.02	Gereken kriterlerin karşılanması sonrası Yuvacık için Yeşil Destinasyonlar Vakfı'na üyelik sağlanacaktır.
	S.T.06.03	Ziyaretçilerin yöreye gelişte uyması gereken kuralları açıklayan bilgilendirme levhaları kurulacaktır.
	S.T.06.04	Serindere Kanyonu parkurunu tamamlamak isteyenlere yönelik ekipman kiralama imkânları artırılacak, parkur tanıtımı için spor kulüpleri ve acentelere yönelik birebir bilgilendirmeler yapılacaktır.
	S.T.06.05	Serindere Kanyonu parkurunu etaplar halinde ve tamamen tamamlayanlar için bröve düzenlenecek ve bu bröveler ziyaretçilere verilecektir.
S.T.07. Kartepe'nin Uluslararası Bir Doğa Turizmi Destinasyonu Olması	S.T.07.01	Kartepe destinasyonu için ilgili tüm kesimlerin katılımıyla bir yönetim yapısı oluşturulacaktır.
	S.T.07.02	Kartepe Turizm Master Planı'nın uygulanması takip edilecektir.
	S.T.07.03	Kartepe Milli Park ilan edilecektir.
	S.T.07.04	Kuzuyayla, Kartepe turizm gelişim alanı olarak projelendirilecektir.
	S.T.07.05	Kartepe çevresinde uygun alanlarda büyük ölçekli ve yüksek nitelikli turistik işletmelerin kurulması için mekânsal planlarla uyumlu fizibilite çalışmaları gerçekleştirilecek ve turizm yatırımcılarına yönelik tanıtımlar gerçekleştirilecektir. Bu kapsamda Türkiye Turizm Yatırımcıları Derneği ve Türkiye Turistik Otelciler Federasyonu'yla işbirliği yapılabilecektir.
	S.T.07.06	Kartepe zirvesine bireysel araçla çıkışlar yerine toplu taşıma ve özellikle tamamlanmasını müteakip teleferik hattının kullanımı teşvik edilecek ve buna yönelik yönlendirmeler yapılacak, taşıma kapasitesini olumsuz etkileyecek motorlu araç girişleri azaltılması planlanacaktır
	S.T.07.07	Kartepe'nin yeşil destinasyon olması için girişimlerde bulunulacaktır.
	S.T.07.08	Maşukiye'de doğa turizmi aktivite çeşitliliğinin geliştirilmesi için yeni alanlar oluşturulacaktır. Tesislerin hizmet kalitelerinin geliştirilmesi için eğitim ve kalite belgesi almaya yönelik faaliyetler gerçekleştirilecektir.
	S.T.07.09	Atla terapi merkezlerinin tanıtılması, yaygınlaştırılması ve İstanbul pazarı başta olmak üzere daha sık talep görmesi için hedef kitlelere birebir tanıtımlar gerçekleştirilecektir. Buna yönelik olarak engelli çocuklar başta olmak üzere daha sık kullanım için sağlık kuruluşlarıyla işbirlikleri geliştirilecektir.
	S.T.07.10	Kartepe Zirvesi organizasyonunun düzenli aralıklarla ve farklı temalar altında uluslararası katılımı gerçekleştirilmesi sağlanacaktır.
S.T.08. Sapanca Kıyısı-Ormanya-Ketenciler Hattının Uluslararası Doğa ve Ekoturizm Destinasyonu Olarak Planlanması	S.T.08.01	Ormanya'nın Kocaeli ve çevre illere gelen yabancı turistlere tanıtımı için materyal ve içerik oluşturulacak ve dijital platformlar başta olmak üzere tanıtımda kullanılacaktır. Materyallerde yakın çevrede yapılabilecek turistik faaliyetlere ilişkin bilgilere yer verilecektir.
	S.T.08.02	Ormanya'nın sinema sektöründe etkin kullanımı için işbirlikleri sürdürülecek ve geliştirilecektir.
	S.T.08.03	Ketenciler ve çevre yerleşimlerde ekoturizm faaliyetlerinin canlandırılması ve geliştirilmesi için farkındalık ve eğitim çalışmaları gerçekleştirilecektir. Özellikle kadınlar tarafından yapılacak kooperatifçilik çalışmaları teşvik edilecek, sağlanan teşviklerden yararlanmaları için danışmanlık gerçekleştirilecektir.

STRATEJİ	KOD	EYLEM
S.T.08. Sapanca Kıyısı-Ormanya-Ketenciler Hattının Uluslararası Doğa ve Ekoturizm Destinasyonu Olarak Planlanması	S.T.08.04	Sapanca Gölü kıyısında bulunan ve Sapanca Gölü Havza Koruma Eylem Planı hükümlerine uyumlu olan işletmelerin rotayı bütünleyici şekilde gastronomi ve su ile doğa sporları faaliyetleriyle öne çıkmaları sağlanacak, buna yönelik kamuya ait ve özel tesislerde düzenlemeler teşvik edilecektir.
S.T.09. Kartepe İlçe Merkezi ve Yakın Çevreinde Doğayla Uyumlu Yaşamın Güçlendirilmesi	S.T.09.01	Müstakil konutlarda tarımsal üretimin yapılmasına yönelik olarak bilgilendirme faaliyetleri, eğitimler ve tohum desteği gerçekleştirilecektir.
	S.T.09.02	Kocaeli Cengiz Topel Havalimanı'nın uluslararası trafiğe açılarak Hac ve Umre konusunda ihtisaslaşması ve çevre illere de hizmet verir niteliğe bürünmesi desteklenecektir.
	S.T.09.03	Nitelikli alışveriş yapı ve alanlarının artırılması, buna yönelik uygun alanların planlanması ve yatırımcılara tanıtılması sağlanacaktır.
	S.T.09.04	Otel yerine konut tercih eden Ortadoğulu turistlere kısa süreli konut kiralama konusunda mülk sahiplerine bilgilendirme yapılacak ve süreçlerle ilgili teknik destekler verilecektir.
S.S.01. Kartepe'de Kış ve Doğa Sporlarının Uluslararasılaşmasının Sağlanması	S.S.01.01	Sömestr dönemi hariç hafta içi günleri kapsayacak şekilde kış sporlarına yönelik yarışmalar ve etkinlikler düzenlenecektir.
	S.S.01.02	Kocaelililerin kış sporlarına yönelmelerini teşvik etmek üzere ilköğretim ve ortaöğretim kurumlarına yönelik gününbirlik kış sporları eğitimleri yaygınlaştırılacaktır.
	S.S.01.03	Kış harici sezonlarda doğa sporlarının yaygınlaşması için altyapı geliştirilecek ve İstanbul merkezli acenteler başta olmak üzere birebir tanıtım artırılacaktır.
S.M.01. Yazlık-Yeniköy Bölgesinin Bütünleşik Termal Turizmi Destinasyonu Olarak Planlanması	S.M.01.01	Yazlık-Yeniköy bölgesinin bütünleşik termal odaklı bir sağlık turizmi destinasyonu olarak markalaştırılması sağlanacaktır.
	S.M.01.02	Geriatrı turizminin bölgede gelişimi için İstanbul başta olmak üzere ilgili işletme ve kurumlarla işbirlikleri geliştirilecektir.
	S.M.01.03	Engelli turizminin bölgede geliştirilmesi için altyapı gereksinimleri araştırılacak ve ön fizibilite hazırlanacaktır.
	S.M.01.04	Termal tesisler, termal kaynaklar, Saraylı-Örcün ve benzeri rotalardaki kültür varlıkları ile trekking başta olmak üzere doğa turizmi olanaklarını kapsayan bir rota çalışması gerçekleştirilecektir.
	S.M.01.05	Yörede bulunan futbol tesislerinin uluslararası kamp ve müsabakalara ev sahipliği yapması için Ortadoğu ülkeleri başta olmak üzere tanıtım artırılacak, işletmelerin nitelikleri geliştirilecek ve sayıları artırılacaktır. Sportif kampların termal turizm faaliyetleriyle bütünleştirildiği programlar tanıtımda kullanılacaktır.

STRATEJİ	KOD	EYLEM
S.G.01. Başiskele Kahvaltısı Markasının Oluşturulması	S.G.01.01	Başiskele’de gastronomi konusunda faaliyet gösteren işletme ve kişilerin belirli bir marka kimliğini benimsemeleri, buna yönelik hizmet sunuşunda standardı oluşturmaları sağlanacaktır. Bu konuda eğitim programları gerçekleştirilecektir.
	S.G.01.02	Tüm işletmelerin dijital platformlardaki tanıtım faaliyetlerinde Başiskele kahvaltısı markasına atıfta bulunmaları sağlanacaktır.
S.D.01. Karamürsel-Ulaşlı Sahil Hattında Deniz Turizmi Faaliyetlerinin Çeşitlendirilmesi	S.D.01.01	Karamürsel-Ulaşlı sahil hattında koy niteliğindeki alanlar ile kumsal niteliğindeki alanlarda fiziki iyileştirmeler yapılmaya devam edecektir.
	S.D.01.02	Hali hazırda turistik açıdan nitelikli altyapısı bulunmayan alanların değerlendirilip yeni deniz turizmi alanlarının oluşturulması sağlanacaktır.
	S.D.01.03	Karamürsel Altinkemer Halk Plajı, Kumyalı, Ereğli Kordonboyu plajlarının çevresinde nitelikli tesisleşmenin artırılması için uygun alanların genişletilmesi sağlanacaktır.
	S.D.01.04	Ereğli Kordonboyu ve Kumyalı Plajlarının mavi bayraklı plajlar arasına girmeleri için gerekli araştırmalar ve yatırımlar yapılacaktır.
	S.D.01.05	Kordonboyu Caddesi ve Güzelyalı Caddesi gibi plaj kullanımında olmayan alanlarda aşamalı iyileştirme için projeler uygulanacaktır.
S.E.01 Kartepe Uluslararası Fuar Merkezi’nin Marmara Bölgesi İçin Birincil Fuar Odağı Olarak Planlanması	S.E.01.01	Kartepe Uluslararası Fuar Merkezi’nin ek donatılarla (otel, sergi, ticaret alanları vb) ve havalimanı yakınlığı avantajının değerlendirilerek planlanması
	S.E.01.02	Ulusal ve uluslararası etkinliklerle Cengiz Topel Havalimanı aktivitesinin artırılması
	S.E.01.03	Bölgede oluşturulacak yeni ekoturizm odaklı köyler, Ormanya, Kartepe ile bütüncül bir destinasyon haline getirilmesi
	S.E.01.04	Fuarcılık sektörünün kalbi olmak hedefiyle ülkenin en güçlü ekonomik bölgesinde olmanın avantajını kullanarak sanayi, ticaret, turizm, kültürel ve sosyal temalı fuarları buraya çekerek yıl içinde milyonlarca ziyaretçiyi ağırlayan bir fuarcılık merkezi haline getirilmesi
	S.E.01.05	Fuar kompleksinin dünyada ilk ve özgün olabilecek güçlü bir özelliği barındırması
	S.E.01.06	Uluslararası ölçekte gerçekleştirilen fuarların Kocaeli’de düzenlenebilmesi için gerekli çalışma ve tanıtımların yapılması
	S.E.01.07	Bölgede yabancı ziyaretçilere yönelik oluşturulabilecek golf alanlarıyla ilgili fizibilite çalışması yapılacak.



GEBZE ALT DESTİNASYONU MEKANSAL STRATEJİLERİ

STRATEJİ	KOD	EYLEM
G.K.01. Gebze'nin Tarihi Değerlerinden Yola Çıkan Kent Kimliğine Sahip Olması ve Kültürel Kimliğinin Ön Plana Çıkarılması	G.K.01.01	Gebze'deki sanayi kuruluşlarına gelen yerli ve yabancı ziyaretçilerin Gebze'de zaman geçirmelerini artırmak üzere seyahat acenteleri teşvik edilecek, tur rotaları oluşturulması sağlanacaktır.
	G.K.01.02	Gebze Teknik Üniversitesi ve Gebze Belediyesi işbirliğinde Gebze kent merkezi ve turistik çekicilikler için kentsel tasarım kılavuzu ve kent estetiği rehberi oluşturulacaktır.
	G.K.01.03	Gebze kent merkezinin ve Çoban Mustafa Paşa Külliyesi'nin fiziki durumları iyileştirilmeye devam edilecek, bu bölgelerde yer alan işletmelerin tabelalandırma konusunda standartlaşması ve kent estetiğine uygun uygulamaları yaygınlaştırmaları sağlanacaktır.
	G.K.01.04	Gebze'de İstanbullulara yönelik güneybölge turlarının yaygınlaştırılması için seyahat acenteleriyle işbirlikleri geliştirilecek, demiryoluyla seyahatleri özendirici sosyal medya tanıtımları gerçekleştirilecektir.
	G.K.01.05	Gaziler Dağı Tabiat Parkı ve Yumrukaya Mesire Alanı'nın sanayi bölgelerine gelen ziyaretçiler için bir çekim noktası olması sağlanacak, alanda yapılaşma koşulları ve doğal yapıyla uyumlu nitelikli mekânlar artırılacaktır.
	G.K.01.06	İlçede nitelikli iş otellerinin sayılarının artırılması için yatırım promosyonu çalışmaları yapılacaktır.
G.K.02. Darıca ve Gebze Sahillerinin Turistik ve Kentsel Kullanım Niteliğinin Geliştirilmesi	G.K.02.01	Osman Hamdi Bey Evi ve Müzesi'nin bu hattın başlıca cazibe merkezi olacak şekilde tanıtım faaliyetleri gerçekleştirilecektir.
	G.K.02.02	Hat üzerinde Tuzla örneğine benzer bütünlük alışıveriş, turizm ve kentsel donatı niteliğinde yerleşmeler için fizibilite yapılacaktır.
	G.K.02.03	Aslan Çimento taşocakları sahası ve sahil kesimine medikal turizmle entegre bir turizm kompleksi yatırımı yapılması için fizibilite yapılacak, Gebze bölgesindeki medikal turizm tesisleriyle koordinasyon içerisinde yerleşke projesi gerçekleştirilecektir.
	G.K.02.04	Darıca Millet Bahçesi'nin turistik çekim noktası olacak şekilde mekânsal düzenlenmesinin yapılması sağlanacaktır.
G.T.01. Ballıkayalar Tabiat Parkı'nın Nitelikli Dinlenme ve Aktivite Alanı Olarak Planlanması	G.T.01.01	Bölge kaya tırmanışı ve trekking konusunda öne çıkmaktadır ve bulunduğu konum itibarıyla alternatifini bulunmamaktadır. Aynı zamanda vatandaşlar tarafından dinlenme, eğlenme ve gezi amaçlı da kullanılmaktadır. Bu nedenle devlet eliyle gerçekleştirilecek altyapı çalışmasıyla tabiat parkına rağbet artacak ve gelenler kaliteli, güvenli hizmet alabileceklerdir.
	G.T.01.02	İşletmeleri, otoparkı, tuvaleti, temizlik ve güvenlik hizmetlerini kapsayacak bir çalışmanın topyekûn gerçekleştirilmesi alanın turizm değeri olarak tüm Türkiye'de ünlenmesini sağlayacaktır.
	G.T.01.03	Gölet yakınında çevreye zarar vermeyecek ancak vatandaşların kullanımına açık bir düzenleme yapılması ve otopark oluşturulması sağlanacaktır.
G.T.02. Gebze'nin Kuzey Kesimlerinde Planlı ve Hızlı Doğa Turizmi Gelişimi	G.T.02.01	Yörede turizm gelişimi için çevre düzeni planında gerekli revizyonlar yapılarak spor turizmi, kampçılık, karavancılık, ekoturizm ve gastronomi konularında yatırım alanları belirlenecektir.
	G.T.02.02	Yöre halkına yönelik yöresel ürün geliştirme eğitimleri verilecek, kooperatifleşme tanıtılacak ve yöresel ürünlere marka kimliği oluşturma konusunda destek sağlanacaktır.
	G.T.02.03	Organik tarım yapılan çiftliklerin ve üreticilerin desteklenmesi sürdürülecek, daha geniş kitlelere pazarlanabilmeleri için satış alanları oluşturulacaktır. E-ticaret konusunda eğitimler gerçekleştirilecektir.
	G.T.02.04	Tarladan çatala (farm to forks) uygulamalarının geliştirilmesi için Tarım ve Orman Bakanlığı ve özel sektörle işbirlikleri kurgulanacak ve Gebze ilçesi kırsal mahallelerinde bu uygulamaların yaygınlaşması ve markalaşması sağlanacaktır.

STRATEJİ	KOD	EYLEM
G.M.01. Gebze'nin Medikal Turizmde Destinasyon Yaklaşımını Benimsemesi	G.M.01.01	Gebze'de medikal turizm ihtiyaç analizi yapılacak ve gelişim için stratejik plan hazırlanacaktır.
G.G.01. Osmangazi Köprüsü'nün Turistik Bir Çekim Noktası Olarak Diliskelesi, Tavşancıl ve Muallimköy'ün Gastronomi Odağı Olması	G.G.01.01	Osmangazi Köprüsü'nün nirengi noktası olarak görülebildiği Diliskelesi, Muallimköy ve Tavşancıl mahallelerinde uygun alanlara yeme-içme tesisi yapılması için gerekli mekânsal planlamanın yapılması ve yatırımcılara tanıtılması sağlanacaktır.
	G.G.01.02	Sosyal medya üzerinde Osmangazi Köprüsü manzaralı yeme-içme tesisleri, yöresel yiyecek ve içecekler ile destekleyici turistik aktiviteleri tanıtan içerikler yayınlanacaktır.
G.E.01. TÜBİTAK MAM ve Bilişim Vadisi Yerleşkelerinin Uluslararası Bilim, Ar-Ge ve Bilişim Aktiviteleri Merkezi Olması	G.E.01.01	TÜBİTAK Marmara Araştırma Merkezi yerleşkesinde çocuklar başta olmak üzere yerli ve yabancı turiste hitap eden bilim merkezi, bilim ve teknoloji kampı gibi çekim noktalarının oluşturulması için girişimlerde bulunulacak, bu alanların turistik olarak değerlendirilmesi sağlanacaktır.
	G.E.01.02	Oluşturulacak kamp, eğitim ve yarışma programlarının hedef ülkelerde tanıtımı için kültür ve tanıtma müşavirlikleriyle işbirlikleri geliştirilecektir.
	G.E.01.03	Bilişim Vadisi'ne gelen iş insanlarının ve yazılımcıların çevredeki turistik alanlara çekilmesi için paket turlar ve günübirlik programlar tasarlanacak ve tanıtımları yapılacaktır.
	G.E.01.04	Teknofest organizasyonunun düzenli olarak ya da belirli dönemlerde Bilişim Vadisi yerleşkesinde gerçekleşmesi için girişimlerde bulunulacaktır.
G.E.01. Gebze ve Dilovası'ndaki Organize Sanayi Bölgeleri'nin Endüstri ve İş Turizmine Katkı Sağlamaları	G.E.02.01	19. yüzyıldan bu yana üretilen endüstriyel ürünler ve bu ürünlerin faydaları, tasarım süreçleri, üretimde katkı sağlayan kişilerin hikâyeleri ve benzeri uygulamalar için tanıtıcı materyal üretilecektir.
	G.E.02.02	Sanayi bölgelerine gelen iş insanlarının ve teknik personelin Gebze'nin turistik çekim noktalarında misafir edilmesi için seyahat acenteleri, sanayi kuruluşları, organize sanayi bölgesi müdürlükleri ve belediyeler arasında işbirlikleri gerçekleştirilecektir.
G.D.01. Turizm Alanı Olarak Planlanan Bayramoğlu ve Darıca Batı Sahillerinin Butik ve Sürdürülebilir Turizm Destinasyonu Olarak Geliştirilmesi	G.D.01.01	Bayramoğlu ve çevresindeki turistik bölgede yönetim yapısı oluşturularak mevcut oluşumların tek çatı altında birleştirilmesi planlanacaktır.
	G.D.01.02	Otel alanı olarak planlanan yeni gelişim alanlarında bisiklet ve yaya aksları oluşturulacaktır.
	G.D.01.03	Ev pansiyonculuğunun yaygınlaştırılması için bilgilendirme faaliyetleri gerçekleştirilecektir.
	G.D.01.04	Yöredeki turistik tesisler ve konutların cephelerinin iyileştirilmesi için kampanya düzenlenecek, süs bitkilerinin dış cephelerde kullanımı özendirilecek, bu konuda teşvik sağlanacaktır.
	G.D.01.05	Sanat ve tasarım atölyeleri, yöresel ürün satış alanları ve kültürel etkinlikler teşvik edilecektir.
	G.D.01.06	Altınköy sahilinde mavi bayraklı plaj oluşturulması için gerekli yatırımlar ve düzenlemeler gerçekleştirilecek, bu durumun Bayramoğlu genelinin turistik bir sahil destinasyonu olduğu algısını yerleştirecek şekilde tanıtımda kullanılması sağlanacaktır.



İZMİT ALT DESTİNASYONU MEKANSAL STRATEJİLERİ

STRATEJİ	KOD	EYLEM
İ.K.01. İzmit'in Özgün Kent Kimliğine Sahip Uluslararası Bir Kültür Odağı Olması	İ.K.01.01	Çukurbağ kazısının Nikomedia antik kentinin yüzeye çıkartılması için mihenk taşı olduğu vurgulanacak ve ören yeri olması öngörülen bu alanın Nikomedyalı ismiyle anılması sağlanacaktır.
	İ.K.01.02	Resmi ve akademik kaynaklar ile İzmit kent hafızasından beslenen Nikomedyalı kitabı hazırlanacak ve basılacaktır.
	İ.K.01.03	Kapanca Sokak benzeri uygulamalara ve tarihi İzmit evlerinin restorasyonuna devam edilecek, kent merkezindeki tarihi dokunun ortaya çıkarılması için özel proje alanları tespit edilecektir.
	İ.K.01.04	Kent merkezinde yer alan sivil mimari örneklerinin (Sörlük Okulu vb.) restorasyonu yapılacak, bu yapıların kamu kurumları veya yerel yönetimler tarafından kullanılması ya da turistik amaçla hizmet vermeleri sağlanacaktır.
	İ.K.01.05	Seka yerleşkesi ve çevresinin Seka Park ile bütünleşik bir uluslararası çekim noktası olması için planlamalar gerçekleştirilecek, turistik nitelikli kullanım alanı olarak değerlendirilecektir. Alanda sinema sektörüne yönelik çalışmaların artırılması için iş birlikleri artırılabilecektir.
	İ.K.01.06	İzmit'te nitelikli ve turistik eğlence mekanlarının sayısı artırılabilecektir.
	İ.K.01.07	Sekapark ve Kültür Havzası Projesi'ne açık hava şehir müzesi eklenmesi ve markalaşması sağlanacaktır.
İ.K.02. Derince ve Körfez İlçe Merkezlerinin Sahil Yerleşimi Kimliğine Kavuşturulması ve Turistik Çekim Noktaları Olmaları	İ.K.02.01	Harikalar Sahili'nin batı kesiminden başlayan Derince Belediyesi Sahil Yürüyüş ve Piknik Alanı, Tütünçiftlik sahili ve Körfez Yarış Pisti Bölgesi'nin yarışma yöntemi ile kentsel tasarımının yapılması ve uygulanması sağlanacaktır.
	İ.K.02.02	Yörede nitelikli konaklama tesisi açılmasına yönelik yatırım promosyonu çalışmaları gerçekleştirilecektir.
	İ.K.02.03	Yörede faaliyet gösteren özel sektör kuruluşlarının kültür ve sanat etkinlikleri düzenlemesi sağlanacaktır.
	İ.K.02.04	Yarımcı sahilinin turistik çekim noktası olmasına yönelik düzenlemeler yapılacak, sahil kullanımı TÜPRAŞ – Rota Liman Tesisi arası için genişletilebilecektir.
	İ.K.02.05	Körfez Yarış Pisti'nde düzenlenen etkinliklerin çeşitlerinin ve sayısının artırılması için ilgili federasyon ve spor kulüpleri ile iş birlikleri gerçekleştirilecek, halkın ve komşu iller başta olmak üzere yerli ve yabancı turistlerin katılımının artması için tanıtım artırılabilecektir.

STRATEJİ	KOD	EYLEM
İ.T.01. İzmit'in Kırsal Mahallelerinde İş Birliğine Dayalı Ekoturizm Faaliyetlerinin Geliştirilmesi	İ.T.01.01	İzmit'in kırsal mahallelerinde eko turizm konusunda birebir farkındalık ve bilgilendirme çalışmaları yapılacak, yönetime ilişkin eğitimler düzenlenecektir.
	İ.T.01.02	Potansiyeli görece yüksek olan kırsal mahallelerde kooperatifler kurulması için teknik destek sağlanacak, turistik tesislere yönelik projelendirme ve uygulama konusunda katkı verilecektir.
	İ.T.01.03	Trekking, ATV, macera parkurları gibi uygulamaların yaygınlaştırılması için Samanlı Dağları alt destinasyonunda bulunan girişimcilerin yerel girişimcilerle eşleştirilmesi için etkinlikler gerçekleştirilecektir.
	İ.T.01.04	Organik tarım yapılan çiftliklerin ve üreticilerin desteklenmesi sürdürülecek, daha geniş kitlelere pazarlanabilmeleri için satış alanları oluşturulacaktır. E-ticaret konusunda eğitimler gerçekleştirilecektir.
	İ.T.01.05	Yabancı turistlerin konaklama gerçekleştirerek çiftlikte çalıştıkları modellerin yaygınlaşması için iyi uygulama örneklerinin duyurulması sağlanacaktır.
İ.T.02. Körfez – Derince – İzmit İlçelerinin Kuzey Kesimlerinde Planlı ve Hızlı Doğa Turizmi Gelişimi	İ.T.02.01	Yörede turizm gelişimi için çevre düzeni planında gerekli revizyonlar yapılarak spor turizmi, kampçılık, karavancılık, eko turizm ve gastronomi konularında yatırım alanları belirlenecektir.
	İ.T.02.02	Yöre halkına yönelik yöresel ürün geliştirme eğitimleri verilecek, kooperatifleşme tanıtılacak ve yöresel ürünlere marka kimliği oluşturma konusunda destek sağlanacaktır.
	İ.T.02.03	Organik tarım yapılan çiftliklerin ve üreticilerin desteklenmesi sürdürülecek, daha geniş kitlelere pazarlanabilmeleri için satış alanları oluşturulacaktır. E-ticaret konusunda eğitimler gerçekleştirilecektir.
	İ.T.02.04	İzmit Körfezi Sulak Alanı'nın kuş gözlemciliği konusunda bir odak olması için bu alanda faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşlarıyla işbirlikleri gerçekleştirilecektir.
İ.M.01. İzmit Merkezli Medikal Turizm Kümelenmesi Oluşturulması	İ.M.01.01	İzmit'teki sağlık kuruluşlarının bir kümelenme yapısı altında bir araya gelerek ortak sağlık turizmi yetki belgeli acente kurmaları ya da mevcut acentelerle iş birliklerini geliştirmeleri sağlanacaktır.
	İ.M.01.02	İzmit'teki sağlık kuruluşlarının Başiskele – Kartepe yöresindeki doğa turizmi işletmeleri ve Gölcük – Başiskele yöresindeki termal turizm işletmeleri ile iş birlikleri geliştirerek medikal tedavi ile bütünleşik programlar oluşturmaları sağlanacaktır.
	İ.M.01.03	İzmit'teki sağlık kuruluşlarının uzmanlık alanlarını tanıtan profesyonel ve çok dilli bir katalog hazırlanacaktır.
	İ.M.01.04	Sağlık kuruluşlarına ve acentelere yönelik sigorta işlemleri eğitimleri verilecektir.
İ.G.01. Kent Merkezinde Kocaeli Gastronomi Evi Kurulması	İ.G.01.01	Yöresel yemeklerin yapılacağı yerel kültüre ait bir atmosferi olan bir gastronomi evi "Kocaeli Gastronomi Evi" olarak kurulacaktır.
	İ.G.01.02	Aşçılar, öğrenciler ve yerel halk için düzenli eğitimler verilecek ve atölyeler düzenlenecektir.

STRATEJİ	KOD	EYLEM
İ.E.01. İzmit'te Kongre ve Fuar Turizminin Ekonomiye Katkısının Artırılması	İ.E.01.01	Kocaeli'ye iş için gelen insanların ailelerini beraberlerinde getirmeleri ve geldiklerinde iş ve konaklama haricinde turizm faaliyetlerine katılmaları için paket programlar ve kişiselleştirilmiş turlar geliştirilmesi sağlanacaktır. Buna yönelik olarak Kocaeli'deki sanayi kuruluşları ve konaklama tesisleri ile seyahat acentelerinin iş birliğinin artırılması teşvik edilecektir.
	İ.E.01.02	Doğu Marmara Sanayi ve Teknoloji Fuarı'nın Türkiye'de alanında en önemli sanayi buluşması olması sağlanacak, Kongre Merkezi'nde düzenlenecek kongre ve benzeri etkinliklerle desteklenecek, uluslararası katılım için birebir tanıtım gerçekleştirilecek ve fuarın çevre ülkeler için önemli bir uluslararası etkinlik olması sağlanacaktır. Buna yönelik olarak özel eylem planı geliştirilecektir.
	İ.E.01.03	Kocaeli'nin denizcilik, liman işletmeciliği ve deniz sporları konularında fuarlara ve show'lara ev sahipliği yapması için çalışma grubu oluşturulacak, özel sektörün aktif katılımı ile İzmit Körfezi'nin uluslararası bir denizcilik buluşması alanı olması sağlanacaktır. Buna yönelik olarak İMEAK Deniz Ticaret Odası öncülüğünde bir fizibilite hazırlanacaktır.
	İ.E.01.04	Kocaeli'de üniversitelerin uluslararası ve ulusal akademik etkinlikler yapmaları teşvik edilecektir.
	İ.E.01.05	Kocaeli Fuarı Millet Bahçesi ailelere yönelik eğlence parkı (amusement park) olarak geliştirilecek, alanda düzenli etkinlikler planlanacaktır.
	İ.E.01.06	Kocaeli Uluslararası Kongre Merkezi'nde kültür ve sanat etkinliklerinin sayısı artırılacak, büyük çaplı konser ve sahne sanatı organizasyonları düzenlenecek ve bu etkinliklerin çevre illerde tanıtımı yapılacaktır.
	İ.E.01.07	Kongre Merkezinin ise ulusal ve uluslararası MICE organizatörlerine tanıtılması gerçekleştirilecek.
	İ.E.01.08	Kore menşeli firmaların konumlandığı Alikahya bölgesinde Uzakdoğu kültürlerinin yaşatıldığı ve sosyal yaşam alanlarının yer aldığı "Korean Town" oluşturulması için fizibilite çalışılacaktır.
İ.E.02. Hereke'nin Endüstriyel Mirasa Dayalı Kültür ve Turizm Odağı Olması	İ.E.02.01	Yöredeki tarihi ve kültürel arka plan hakkında bilgi veren, yörenin önemini vurgulayan ve doğru bilgileri içeren, güncel ve resmi bir Hereke Kitabı hazırlanacaktır.
	İ.E.02.02	Hereke Fabrika-i Hümayun yerleşkesinde ve yakın çevresinde bulunan tescilli kültür varlıklarının rölöve, restitüsyon ve restorasyon projeleri hazırlanacak ve bu projelere uygun şekilde nitelik kazandırılarak turistik ve kültürel amaçlı kullanımları sağlanacaktır. Tasarıma konu alan fabrika sahası, idari binalar ve lojmanlar, Hereke Kalesi, Milli Saraylar İdaresine ait yerleşke (eski feshane, eski hastane, çamlıbahçe, halıhane), Kaiser Wilhelm Köşkü, Demiryolu İstasyonu, merkez camii, balıkçı barınağı vb. ile bir bütün niteliğindedir. Projenin uygulanması ve özel sektör kaynaklarının mobilizasyonu için yatırım fizibilite hazırlanacaktır.
	İ.E.02.03	Hereke sahili ve sit alanlarını kapsayan uluslararası bir kentsel tasarım yarışması organize edilecek ve uygulama sürecine başlamak üzere mülk sahiplerinin de içinde olduğu iş birlikleri geliştirilecektir.
	İ.E.02.04	Hereke'nin geleceğinin planlanması için tüm kesimlerin katılım sağlayacağı bir Hereke Çalıştayını organize edilecek ve beklentiler ile öneriler alınacak, bu yapının sürekliliğinin sağlanması ve Hereke'nin turistik bir destinasyon niteliğini pekiştirmesi için temsil yapısı oluşturulacaktır.
	İ.E.02.05	Dokusu itibarıyla uygun bir yerlere sahip olan Hereke'nin sinema, dizi ve klip sektörlerinde değerlendirilmesi için ve İstanbul'dan tur düzenleyen acentelere tanıtma maksatlı tanıtım etkinlikleri gerçekleştirilecektir.
	İ.E.02.06	Hereke'de Marmara Denizi'ne hitap eden yelken yarışmaları ve etkinlikleri organize edilecektir.



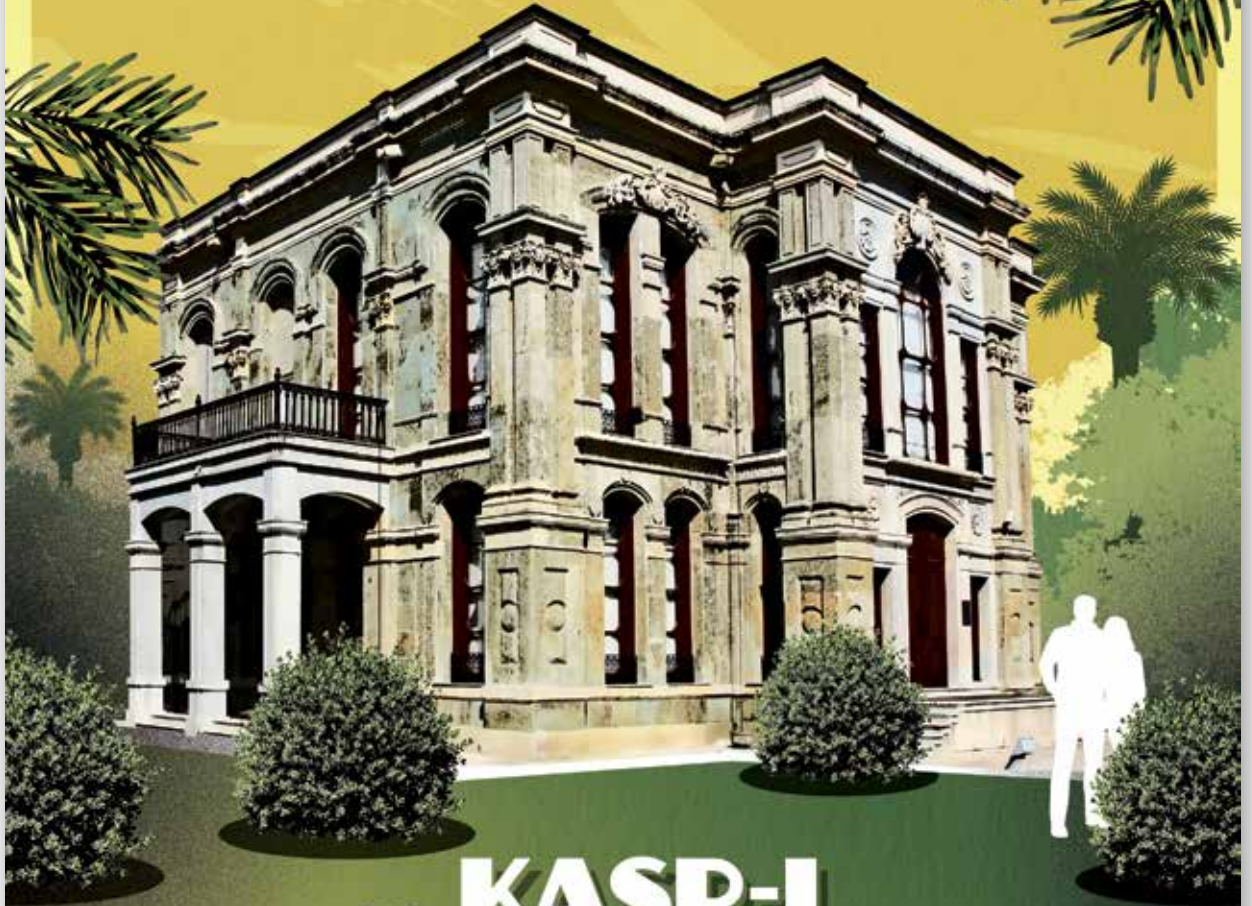
KANDIRA ALT DESTİNASYONU MEKANSAL STRATEJİLERİ

STRATEJİ	KOD	EYLEM
K.K.01. Kandıra ilçe merkezinde kültür turizmi odağı olarak geliştirilmesi	K.K.01.01	Kandıra ilçe merkezinde otogar - Namazgah mesire alanı – Namazgah kültür merkezi – Orhan Cami – Merkez / Çarşı cami – Çarşı Caddesi – Belediye ve kent meydanı güzergahının turistik bir aks olması için sürekliliği olan yaya ulaşımına uygun düzenleme yapılacaktır. Bu kapsamda yayalaştırma projeleri uygulanması, restorasyon çalışmaları, çevre düzenleme ve peyzaj çalışmaları, yönlendirme ve bilgilendirme unsurları, işletmelerce tabela standartlaştırma uygulamaları gerçekleştirilecektir.
	K.K.01.02	Kandıra ilçe merkezinde tescilli yapılarda restorasyon uygulamaları artırılacaktır.
	K.K.01.03	Bölge tarihi açısından önemli bir figür olan ve ile ismini veren Akça Koca'ya ait anıt mezarın uğrak bir yer olmasına yönelik yönlendirme yapılacak, bilgilendirme ve yönlendirme ekipmanları yenilenecek ve alanda çevre düzenlemenin niteliğinin iyileştirilmesi sağlanacaktır.
	K.K.01.04	Seyrek Kalesi'nde yüzey araştırmaları yapılması sağlanacak, bu alanın ören yeri niteliği kazanması için girişimlerde bulunulacak ve turistik altyapısı geliştirilecektir. Ayrıca, yönlendirme ve bilgilendirme ekipmanları uygulanacaktır.
K.T.01. Kandıra Koyları'ndaki Turizm Faaliyetlerinin Denizden İç Kesimlere Çekilmesi ile Konaklamalı Turizme Geçişin Desteklenmesi	K.T.01.01	Kandıra'da eko turizm konusunda birebir farkındalık ve bilgilendirme çalışmaları yapılacak, yöntemle ilişkin eğitimler düzenlenecektir.
	K.T.01.02	Eko turizm işletmelerinin başarı hikayelerinin Kandıra'daki üreticilere aktarılacağı etkinlikler düzenlenecektir.
	K.T.01.03	Potansiyeli görece yüksek olan kırsal mahallelerde kooperatifler kurulması için teknik destek sağlanacak, turistik tesislere yönelik projelendirme ve uygulama konusunda katkı verilecektir.
	K.T.01.04	Trekking, ATV, macera parkurları gibi uygulamaların yaygınlaştırılması için Samanlı Dağları alt destinasyonunda bulunan girişimcilerin yerel girişimcilerle eşleştirilmesi için etkinlikler gerçekleştirilecektir.
	K.T.01.05	Nitelikli karavan ve çadır kamp alanları oluşturulacaktır.
	K.T.01.06	Organik tarım yapılan çiftliklerin ve üreticilerin desteklenmesi sürdürülecek, daha geniş kitlelere pazarlanabilmeleri için satış alanları oluşturulacaktır. E-ticaret konusunda eğitimler gerçekleştirilecektir.
	K.T.01.07	Yabancı turistlerin konaklama gerçekleştirerek çiftlikte çalıştıkları modellerin yaygınlaşması için iyi uygulama örneklerinin duyurulması sağlanacaktır.
	K.T.01.08	Kerpe, Kumcağız, Kefken, Cebeci ve Babalı sahillerinde eko turizm işletmelerinin tanıtımının yapılması ve yöresel ürün satış alanlarının çeşitlendirilmesi sağlanacaktır.
	K.T.01.09	Kefken Adası'nın turizmde değerlendirilmesine yönelik girişimler gerçekleştirilecek, günübirlik tur rotalarının hazırlanması ve dijital içeriklerle birlikte sanal platformlarda daha sık gündeme getirilmesi sağlanacak, uygun ulaşım imkanları ve teknik altyapı tesis edilecektir.

STRATEJİ	KOD	EYLEM
K.T.02. Kandıra'da Kırsal Yerleşimlerde Eko Turizmin ve Yöresel Ürün Markalaşmasının Desteklenmesi	K.T.02.01	Yöre halkına yönelik yöresel ürün geliştirme eğitimleri verilecek, kooperatifleşme tanıtılacak ve yöresel ürünlere marka kimliği oluşturma konusunda destek sağlanacaktır.
	K.T.02.02	Organik tarım yapılan çiftliklerin ve üreticilerin desteklenmesi sürdürülecek, daha geniş kitlelere pazarlanabilmeleri için satış alanları oluşturulacaktır. E-ticaret konusunda eğitimler gerçekleştirilecektir.
	K.T.02.03	Kandıra'nın başlıca yöresel değerleri olan mandacılık ve manda ürünleri üretimi, hindi üretimi, bal ve süt ürünleri gibi konularda büyük ölçekli çiftliklerin kurulması teşvik edilecektir.
	K.T.02.04	Namazgah Barajı çevresinde koruma koşullarına uygun ve çevreye duyarlı rekreasyon alanları oluşturulacaktır.
K.S.01. Babalı'nın Uluslararası Dalga Sörfü ve Festival Merkezi Olarak Gelişimini Sürdürmesi	K.S.01.01	Belirli dönemlerde dalga sörfü temasıyla ulusal ve uluslararası yarışma, etkinlik ve festivaller düzenlenecektir. Kocaeli ve İstanbul'daki özel sektör kuruluşlarının sponsorlukları için girişimlerde bulunulacaktır.
	K.S.01.02	Babalı'da ve Dikili'de bulunan sörf okullarının ve işletmelerinin desteklenmeleri sağlanacak, altyapı gereksinimleri karşılanacaktır.
	K.S.01.03	Yörede nitelikli turistik işletmelerin ve konaklama tesislerinin artması için yatırım promosyonu çalışmaları gerçekleştirilecektir.
	K.S.01.04	Babalı Mağarası ve çevresinde Kafkas halkları sürgünü temalı anıt ve çevre düzenlemesi yapılacaktır. Anma etkinliklerinin kapsamının genişletilmesi için sivil toplum kuruluşları ile iş birlikleri gerçekleştirilecektir.
K.S.02. Kandıra sahillerinin dalış merkezi olması ve kano faaliyetlerinin artırılması	K.S.02.01	Alman denizaltısına yönelik dalışların gerçekleştirilmesi için altyapı iyileştirilecek, bu alanda spor kulüplerinin faaliyetleri desteklenecektir. İstanbul'da ve Kocaeli'de bulunan seyahat acenteleri ile tur programları için iletişim geliştirilecektir.
	K.S.02.02	Kandıra'da uygun alanlarda kano sporu altyapısı geliştirilecek, spor kulüplerinin faaliyetleri desteklenecektir.
K.G.01. İzmit – Kandıra Yolu'nun Gastronomi Rotası Olarak Gelişimi	K.G.01.01	İzmit – Kandıra yolu üzerinde butik yeme-içme tesislerinin artması için yerel girişimcilere danışmanlık ve teknik destek verilecektir.
	K.G.01.02	Üretici kooperatifleri ve organik ürün üreticileri için yol üzeri satış alanları oluşturulacak, bu alanların marka kimliklerine yönelik destek verilecektir.
	K.G.01.03	Kandıra Gıda İhtisas Organize Sanayi Bölgesi'nde üretilecek ürünlerin turizme yönelik değerlendirilmesi için tanıtım ve satış alanları oluşturulacaktır.
	K.G.01.04	Rotanın devamında Kerpe, Kefken ve Cebeci yörelerinin deniz ürünleri odağı haline gelmesi için nitelikli tesisleşmenin desteklenmesi sağlanacaktır.

STRATEJİ	KOD	EYLEM
K.D.01. Kerpe – Kumcağız – Kefken Hattının Karadeniz'in Önemli Sahil Destinasyonları Arasına Girmesi	K.D.01.01	Kerpe, Kumcağız ve Kefken'de butik otelcilik ve ev pansiyonculuğunun artması için farkındalık çalışmaları yapılacak, yazlık sahiplerinin bu konuya dikkati çekilecektir.
	K.D.01.02	Yöresel ürünler pazarı ve benzeri uygulamalar turistik sezonlarda yaygınlaştırılacak, Kandıra kırsal mahallelerinde üretilen ürünlerin pazarlaması sağlanacaktır.
	K.D.01.03	Tekne turları için fizibilite yapılacaktır.
	K.D.01.04	Kültür ve sanat faaliyetleri artırılacak, konser ve festivaller düzenlenecek ve İstanbul başta olmak üzere gençler nezdinde tanıtımı sağlanacaktır. Bu tanıtımda sosyal ağlar ve influencerlardan yararlanılacaktır.
	K.D.01.05	Denize girilebilecek alanların sayısının artırılması sağlanacak, uygun alanlarda platformlar kurulacak ve güvenli şekilde denizden ve güneşten yararlanma imkanları artırılacaktır.
	K.D.01.06	Kandıra'da yeni mavi bayraklı plajlar oluşturulması için alan tespiti, altyapı düzenlemesi ve ilan için başvuru çalışmaları yapılacaktır.
K.D.02. Batı Karadeniz Kıyı Koridoru'nun Ağva – Kerpe Arasında Kalan Kesiminde Butik Turizmin Canlandırılması	K.D.02.01	Seyrek, Bağıranlı, Sardala koyları başta olmak üzere butik otelcilik ve pansiyonculuk yaygınlaştırılacak, buna yönelik farkındalık çalışmaları gerçekleştirilecektir.
	K.D.02.02	Sarısu Çayı'nın denize yakın kesiminde uygun alanlarda, taşkın riskine uygun koşullarda, Ağva örneğinde olduğu gibi butik otelleşme için fiziki altyapı analiz edilecek, gerekli mekânsal planlama yapılacaktır.
	K.D.02.03	Zambak Yolu ve Kandıra Bisiklet Yolu üzerinde konaklama tesisleri için alan temini, yeme-içme tesisleri, fiziki altyapı iyileştirilmesi ve tanıtıcı materyaller oluşturulması sağlanacaktır.
	K.D.02.04	Kandıra Bisiklet Rotalarının Eurovelo (Avrupa Bisiklet Rotaları Ağı) ağına eklenmesi için girişimler gerçekleştirilecektir.

SARAY MÜZESİ



.. KASR-I
HÜMAYUN

KOCAELİ



KOCAELİ
BUYUKSEHIR

ŞURA
KENT POLİTİKALARI
VE ARAŞTIRMALARI MERKEZİ



GEBZE
TEKNİK ÜNİVERSİTESİ



KOCAELİ SANAYİ ODASI
KOCAELİ CHAMBER OF INDUSTRY



KOCAELİ
TİCARET
ODASI 1927
KOCAELİ CHAMBER OF COMMERCE

MARKA
DOĞU MARMARA
KALKINMA AJANSI



KOCAELİ
kentkonseyi
Kocaeli'nin Sivil Toplum Odası

KOCAELİ