

KAR TURİZMİNDE YOLUN BAŞINDAYIZ

Sunay Ünlü Yücel / TÜRSAB AR-GE Departmanı

2002 yılı Birleşmiş Milletler tarafından 'Dağlar Yılı' ilan edildi. Dünyanın ve Türkiye'nin turizme açılmış "Dağlar"ında ise, şu günlerde yoğun biçimde kış sezonunu karşılama hazırlıkları yürütülüyor. TÜRSAB Ar-Ge Departmanı olarak biz de dağ turizminin önemli bir kolu durumundaki kar turizminde Türkiye'nin bulunduğu konumu ve potansiyelini masaya yatırdık.

Türkiye'de hızla gelişen ve son yıllarda sayısı hızla artan kar turizmi merkezlerini, bu alanda başarılı Kuzey Amerika, Batı Avrupa ve İskandinav ülkelerindeki merkezlerle karşılaştığımızda bu alanda hayli gerilerde olduğumuzu gördük.

Kış turizmini çeşitlendirici bir unsur

Diğer yandan kar ve dağ coğrafyasının içinde yaşayan ve aynı zamanda en büyük turist pazarlarımızın yer aldığı bu ülkelerde, kar sporları çok yaygın ve yakın coğrafyalarında bu tür merkezlere ulaşabilmeleri oldukça kolay. Bu da Türkiye'nin karşısına önemli bir ikilem çıkarıyor: Kar turizminde kış aylarında salt kitlesel bir kar turizmi destinasyonu olmanın zorluğu, buna karşın kar turizminin kış ve dağ turizmini çeşitlendirmede Batı pazarlarımızın kar turizmine alışık halkı düşündüğünde önemi.

Yapmış olduğumuz araştırmalarda ağırlıklı olarak kar turizmine hizmet veren Turizm Bakanlığı belgeli yatak kapasitemizin ancak 7122 civarında olduğu sonucuna vardık. Bu tesisleri ziyaret eden yerli turist sayısı yaklaşık 150 bin kişi iken, yabancıların sayısı sadece 9 bin kişi düzeyinde. Oysa, Fransa'nın ünlü kar resortlarından biri olan Courchevel, tek başına kış aylarında 150 bin civarında yabancı ziyaretçi alıyor.

Danıştığımız uzmanlar, Türkiye'nin kar turizminde şimdilik başlı başına bir destinasyon olmasından ziyade, kar turizminin, kış turizmine yönelik hazırlanan turları aktivite yönünden çeşitlendiren bir unsur olarak önem kazanabileceğine dikkat çekiyorlar.

Dünyada 64 milyon kayak sporcusu

Fransız araştırma şirketi SEATM tarafından 1997 yılında yapılan bir araştırmaya göre, dünyada amatör ve profesyonel olmak üzere toplam 64 milyon kayak sporcusu var ve bu rakamın 32 milyonunu Avrupalılar oluşturuyor. Bununla birlikte bu rakamlar turizm potansiyeli açısından aldatıcı da olabilir. Çünkü kayak sporcularının büyük bir bölümü, Kuzey Avrupa ülkelerinde kayak merkezleriyle iç içe yaşayan insanlar. Kayak yapmanın ülkemizdeki gibi lüks olmadığı bu ülkelerde, kar merkezlerinin yakınlığının getirdiği avantajlarla da kaymak, hafta sonlarında kolaylıkla yapılan sıradan bir spor türü. Bu nedenle, bu turizm çeşidinde ülkemize yönelik kitlesel turizm hareketleri beklemek orta vadede pek de gerçekçi görünmüyor. Diğer yandan karayolu bağlantıları çok güçlü olan Batı Avrupa ülkelerinin birbirleri arasında yoğun bir kar turizmi trafiği yaşanması da doğaldır. Bu nedenle Avrupa ülkelerinin bazılarında yoğunlaşan (Fransa, İsviçre, Avusturya) uluslar arası kar turizminin büyük bir oranda Avrupa içi hareketlerden kaynaklandığı söylenebilir.

Peki, bunca umudun bağlandığı, gerek kar kalitesiyle, gerekse doğal yapısının eşsiz güzelliğiyle Türkiye'nin dağları, kar turizmi açısından hak ettiği ilgiyi görebiliyor mu?

Kayak merkezlerinin önemli bir bölümünde, geçtiğimiz yıllarda kar yağışının azlığı nedeniyle umduklarını bulamayan işletmeciler bu yıl bir araya gelerek çeşitli çözüm yolları aramaya başladılar. Bunlardan biri de yapay kar makinesi. İşletmeciler, yapay karın, sezonu uzatarak geçen yıl yaşanan krizin aşılmasını sağlayacağına ve böylelikle bölge ekonomisinde canlanma yaşayacaklarına inanıyorlar. Tüm bu hareketlenmeye karşın, yaptığımız araştırmalar, kar turizminde ülkemizin gerek yatak kapasitesiyle, gerek yabancı ziyaretçi sayısı ile dünya kar turizmi pastasından son derece az pay aldığını gösteriyor. Diğer yandan da Türkiye'nin kar merkezlerinin doluluk oranları bakımından Türkiye ortalamalarının üstünde oluşu ile karlı işletmeler olduğu gözleniyor. Ancak 2001-2002 sezonu, ekonomik krizin iç talebi daraltmış olması nedeni ile iç pazara büyük ölçüde bağımlı kar merkezlerimiz için tehlike sinyalleri veriyor.

Çünkü, Türkiye'de kar turizminin ayakta kalmasının, daha çok iç talebin güçlü olmasına bağlı olduğu görünüyor. Bu şu anlama geliyor: Eğer yabancı ziyaretçiye sunabileceğiniz bir kar aktivitesi olanağınız olsun istiyorsanız, kar turizmi merkezlerine yönelen iç talebi de daima diri ve güçlü tutmanız gerekiyor. Aksi takdirde bu, kar merkezlerimizde konaklayan 160 bin kişinin 150 binini oluşturan yerli ziyaretçilerin bu merkezlere gitmemesi, kar turizmi merkezlerinin kaybedilmesi anlamına geliyor.

Türkiye'de yer alan kayak merkezleri

| Kayak Merkezi | Mevcut yatak | Planlanan yatak | Mekanik tesis | Kapasite | Dönem |
|---------------------|--------------|-----------------|----------------------------------|------------------|--------------|
| Bolu Kartalkaya | 1223 | 2100 | 9 lift | 4750 kişi /saat | Aralık-Nisan |
| Bolu Esentepe | 155 | | 6 adet teleski, 2 adet telesiyej | | Aralık-Nisan |
| Bursa Uludağ | 2574 | 2724 | 7 teleski,5telesiej, 1 cablecar | 8470 kişi/saat | Aralık-Nisan |
| Erzurum Palandöken | 1150 | 6150 | 5 teleski,2telesiej | | Aralık-Mayıs |
| Kayseri Erciyes | 1147 | 3240 | 4telesiej,2teleski | 2400 kişi /saat | Aralık-Nisan |
| Kastamonu Ilgaz | 450 | | 1 teleski, 1telesiej | 1000 kişi /saat | Aralık-Nisan |
| Ağrı Bubi Dağı | 40 | | 1teleski | 600 kişi/saat | Aralık-Nisan |
| Antalya Saklıkent | 14 | | 2 teleski | 400 kişi /saat | Aralık-Mart |
| Ankara Elmadağ | | | 1 teleski | 720 Kişi /saat | Ocak-mart |
| Bitlis Merkez | 40 | 100 | 1 teleski | 710 kişi /saat | Aralık-Nisan |
| Bingöl Yolaçtı | 50 | | 1 teleski | 499 kişi /saat | Mart-Haziran |
| Gümüşhane Zigana | 40 | 980 | 1 teleski, 1 baby lift | 843 kişi / saat | Aralık-Nisan |
| Kars Cıbiltepe | 154 | 700 | 2 telesiyej | 800 kişi /saat | Aralık-Nisan |
| Erzincan Bolkar | 85 | | 1 teleski | 1200 kişi / saat | Aralık-Nisan |
| Aksaray | | 1200 | | | |
| Isparta Davraz | 50 | 1800 | 1 telesiyej, 1 baby lift | 1000 kişi/saat | Aralık-Nisan |
| Izmir Ödemiş-Bozdağ | | | | | |
| TOPLAM | 7172 | 18570 | 29 teleski,11 lift,17 telesiyej | | |

İl turizm müdürlükleriyle yapmış olduğumuz görüşmelerde, tesislerin yetersiz olması sebebiyle taleplerin bazen karşılanamadığına dikkat çekiliyor ve kış aylarında bazı hafta sonlarının neredeyse tamamen dolu geçirildiği vurgulanıyor. Yetkililer, birçok

işletmenin yeni tesisler açmak üzere Turizm Bakanlığı'ndan yatırım belgesi aldığını, fakat ekonomik kriz nedeniyle bu çalışmaların hızlı ilerlemediğini söylüyorlar.

Bazı ülkelerin kapasiteleri

Türkiye ile kar turizminde gelişmiş bazı ülkelerin karşılaştırılması;

Türkiye: Türkiye'de 17 kar merkezi bulunuyor ve bu tesislerin büyük bir çoğunluğu yeterli sayıda konaklama tesisine sahip değil. 1999-2000 kış sezonunda yaklaşık 150 bin Türk vatandaşı ve 10 bin civarında yabancı ziyaretçilerin konakladığı bu merkezlerde, yeni yatırımlar, ekonomik kriz nedeniyle çok yavaş ilerliyor.

| Kar turizminde Türkiye ve Bazı Avrupa ülkeleri | | | | | |
|--|----------------|------------------|----------------------|---|----------------------|
| | Kar merkezleri | Yatak kapasitesi | Mekanik tesis sayısı | Yabancı ziyaretçi sayısı (1999-2000 kışı) | Yerli+yabancı sayısı |
| TÜRKİYE | 17 | 7122 | 55 | 9000 | 160 bin |
| AVUSTURYA | 70 | 1.100.000 | 1200 | | 13,5 milyon |
| İSVİÇRE | 67 | 500.000 | 1500 | 1.000.000 | 2.5 milyon |
| FRANSA | 72 | | 3789 | | |

İsviçre: 67 kayak merkezi, yaklaşık 500.000 yatak kapasitesine sahip olan İsviçre'de kar turizminin toplam ziyaretçi içindeki payı yüzde 30.

İsviçre Turizm Ofisi'nden verilen bilgiye göre ise İsviçre'nin turizm geliri yıllık 13 milyar dolar, bunun 7.5 milyar doları kar turizminden elde ediliyor ve yine aynı otoriteye göre İsviçre'ye 1999-2000 kış sezonunda kar merkezlerine 1 milyon yabancı ziyaretçi geldi. Yerli ziyaretçi sayısı ise 1,5 milyon olarak gerçekleşti.

Avusturya: Avusturya Turizm Ofisi'nden verilen bilgiye göre 1999 yılında 40.6 milyonu kar merkezlerinde olmak üzere toplam 53.4 milyon geceleme yapılmış. Bu rakam, kar turizminin Avusturya'nın toplam turizmi içinde yüzde 76 oranında bir paya sahip olduğunu gösteriyor. Ortalama geceleme 3 gece olduğunu varsaydığımızda Avusturya'ya kar turizmi yapan kişi sayısının (yerli yabancı sayısı) 13,5 milyon civarında olduğunu söyleyebiliriz.

Yaptığımız araştırmada Avusturya'da 70'in üzerinde kayak merkezi saptadık. Bu merkezlerde, yaklaşık 1200 adet mekanik tesis bulunuyor.

Fransa: Etüde SEATM/BIPE tarafından 1991 yılında yapılan bir araştırmaya göre Fransa'da 72 civarında kayak merkezi bulunuyor ve bu merkezlerde 2932 teleski, 800 telesiyej ve 57 teleferik var.. Aynı araştırmada 14 yaş üstü 45 milyon nüfusa sahip Fransa'da 17.5 milyon kişinin son beş yıl içinde şu veya bu biçimde kayak sporu yaptığı söyleniyor.

1996/1997 yılında Source Plan Marketing tarafından yapılan bir araştırmaya göre ise Avrupa'da 32 milyon kayak sporu yapan insan var. Bunların milliyetleri ve gittikleri ülkelere göre dağılımı şu şekilde sunulmaktadır:

| Avrupa'da kar sporu yapanlar (96/97) | |
|--------------------------------------|-------------|
| Milliyet | Kişi sayısı |
| Alman | 12.400.000 |
| Hollandalı | 1.250.000 |
| İtalyan | 1.100.000 |
| İngiliz | 800.000 |
| Belçikalı | 780.000 |

| | |
|----------|------------|
| İspanyol | 600.000 |
| Diğer | 15.070.000 |
| Toplam | 32.000.000 |

Kaynak: Source Plan Marketing

Yapacak çok iş var

Tüm bu verilerden anlaşılacağı üzere Türkiye'nin kar turizminde yapması gereken çok iş var. Yapımı hala süren veya yapılması planlanan projelerle birlikte toplam yatak sayısının 20 binlere tırmandırılması düşünülse bile, bu rakamın toplam yatak sayısı içindeki oranı yüzde 6'lar civarında kalacak ve bu yatakların hepsi örneğin Avusturya'nın kar yatağı kapasitesinin sadece yüzde 4'üne ulaşabilmiş olacak.

Bu durum Türkiye'nin kar turizmine yönelik kapasitesini planlananın üstünde artırması gerektiği anlamına gelmektedir.

Ancak kapasite artırmanın da kar turizmini geliştirmek için yeterli olmadığını vurgulamakta yarar var.

Varolan kapasitenin uluslar arası hizmet verecek düzeye getirilmesi, tanıtılması ve pazarlanması en az yatak arzının geliştirilmesi kadar önemlidir. Artı daha da önemlisi kar turizmindeki yatırımların rantabilitesi açısından, iç talebin yükseltilmesi ve canlı tutulması gerekiyor.

Bu özel pazar segmentinde özel tanıtım ve imaj gereksinimi bulunmaktadır. Bu konuda hazırlanan tanıtım politikaları özellikle de kış turizminde çalışan seyahat acentaları ve tur operatörleri ile birlikte hazırlanmalıdır.