

BURSA TURİZM ÖZEL İHTİSAS KOMİSYONU TOPLANTI RAPORU

29.05.2013

Merinos Atatürk Kültür ve Kongre Merkezi



Bu raporun içeriği Özel İhtisas Komisyonu toplantılarında belirtilen görüş ve düşünceler ile oluşturulmuş olup Bursa Eskişehir Bilecik Kalkınma Ajansı'nın görüşlerini yansıtmamaktadır.

Bursa Turizm Özel İhtisas Komisyonu Toplantı Raporu

Bursa Eskişehir Bilecik illerini kapsayan TR41 Bölgesi için 2014-2023 Dönemini kapsayan Bölge Planı Çalışmaları kapsamında iller özelinde ve sektörel bazda ihtisas komisyonları oluşturulması planlanmıştır. Kalkınma Bakanlığı tarafından Bursa Eskişehir Bilecik Kalkınma Ajansı'na verilen yetki ile başlatılan bölge planı çalışmaları ile birlikte, bütün bölge illerinde Sanayi; Turizm; Tarım, Tarıma Dayalı Sanayi ve Ormanlık; Çevre, Enerji ve Tabii Kaynaklar, Sosyal Yapı, Mekânsal Gelişme ve Erişilebilirlik alanlarında 6 ihtisas komisyonu oluşturulmuştur. İlgili alanlarda illerin ve bölgelerin 2023 vizyonu ele alınırken, ortaya konulan sorunların, oluşturulan strateji ve hedeflerin tüm bölgenin ortak ürünü olması amacıyla bölge paydaşlarının bu toplantılara en üst düzeyde katılım sağlaması hedeflenmiştir.

Metodoloji

Katılımcı bir Bölge Planı oluşturulması sürecinde son derece önemli bir görev üstleneceği düşünülen özel ihtisas komisyonları toplantıları temel olarak 3 oturum üzerinden gerçekleştirilmiştir. İlk oturumda, Ajans personeli tarafından bölge planı süreci ile toplantıların amaç ve yöntemleri hakkında bilgi verilmiştir. Daha sonra ilgili sektör kapsamında, dünya genelinde, ülke bazında, bölgesel ve il ölçeğinde yaşanan gelişmelerden bahsedilmiş, yine ajans personeli tarafından bölge planına altlık oluşturması için hazırlanmış olan sektörel mevcut durum analizlerinin kısa sunumları yapılmıştır. Sunumların akabinde, katılımcılardan il ve bölge genelindeki yaşanan ve önümüzdeki 10 yıllık süreçte yaşanması beklenen temel gelişme ve eğilimleri ortaya koymaları istenmiştir.

İlk oturumda ortaya konulan temel gelişme ve eğilimler ajans personeli tarafından sınıflandırılmış ve bir sonraki oturumda bu temel gelişme ve eğilimler "Güçlü-Zayıf-Fırsat-Tehdit" analizlerinde kullanılmıştır. Bir önceki oturumda yapılan sınıflandırma, bu oturumda ele alınan konuların daha odaklı ve stratejik olmasına ön ayak olduğu söylenebilir. "World Cafe" metodunun kullanıldığı GZFT analizlerinde, katılımcılar iki gruba ayrılmış olup, ilk aşamada birinci grubun ilin "Güçlü olduğu ve Fırsatlarının bulunduğu" alanları ortaya konması istenmiştir. Paralel olarak diğer grubun da ilin "Zayıf olduğu ve mevcut olan Tehditler" kapsamında fikirlerini beyan etmesi beklenmiştir. Daha sonra bu iki grup yer değiştirerek aynı konuları bu sefer de farklı grupların çalışması istenmiştir. Ajans personeli, bir önceki grupta ortaya konulan hususlar hakkında yeni gruba bilgi vermiş ve yeni gruptan gelecek yeni fikirleri sunmaları istenmiştir. Bu şekilde bütün komisyon katılımcılarının her iki konu üzerinde görüşlerinin alındığı bir sistem oluşturulmuştur.

Toplantıların son oturumunda da, yine temel eğilim ve gelişmeler bağlamında güçlü-zayıf-fırsat ve tehditlerin de göz önüne alınarak gruplandırılan farklı iki kategori kapsamında, sektörel bazda önceliklerin, strateji ve hedeflerin belirlenmesi oluşturulmuştur. Toplantı katılımcılarından bu aşamada en az üç öncelik ve her ön altında en az iki strateji ortaya konması istenmiştir. Bu öncelikler ve stratejilerin -mümkün olduğunca- önceliklerin ve uygulama esaslarında önem arz eden hususların belirtilmesi istenmiş, stratejilerin gerçekleştirilmesi için var olan riskler ve gerekli olan şartların ortaya konulması ve yine ilgili konulara yönelik başarı göstergeleri, kurumsal-yasal ve mali çerçevenin katılımcılar tarafından çizilmesi istenmiştir. Bu oturumda da yine "World Cafe" metodu uygulanmış olup, ortaya konulan iki farklı kategoride oluşturulan iki grubun temel amaç ve hedefleri belirlemesi

istenmiştir. Daha sonra da grupların yer değiştirerek diğer konu hakkında görüşlerini belirtmeleri istenmiştir. Ajans personeli, yine bir önceki grup tarafından ortaya konulan temel amaç ve hedeflerin yeni gelen gruba sunumunu gerçekleştirmiş ve yeni gruptan gelen önerileri de eklenmiştir. Tam gün boyunca süren bu komisyon toplantıları sonucunda ilgili sektörlerle yönelik geniş kapsamlı bilgiler elde edilmiş olup, sektörlerle yönelik temel eğilimler, GZFT analizleri, temel amaç ve hedefler dışında bölge planının mevcut durum analizlerinde kullanılmak üzere önemli bilgi ve eğilimler de elde edilmiştir.

Toplantı Oturumları

1.Oturum: TEMEL EĞİLİMLER

Temel eğilimlerin tartışıldığı 1. oturum, beyin fırtınası yöntemi ile icra edilmiş, toplantı başında ajans çalışanları tarafından yapılan sunumlarda bölge planı süreci, Bursa turizminin mevcut durumunun analizi, toplantılardan beklenen çıktılar ve oturumların yöntemi ortaya konularak toplantılardan azami çıktı elde edilmesi hedeflenmiştir.

Erişilebilirlik

- Bursa'nın eski kent olarak adlandırılan kısmındaki otopark sorunu nedeniyle Bursa birçok tur operatörü tarafından destinasyon listesinden çıkarıldı, ulaşımdaki sıkıntılardan ötürü gezi duraklarına dahil olma sorunu devam ediyor
- Kent merkezinde ve tarihi alanlarda yayalaşmanın yeterli olmaması ve harita, yönlendirme ve konaklama altyapısının yetersiz olması il merkezini turist açısından zaman geçirmek için uygun bir yer olmaktan çıkarmaktadır. Dolayısıyla tur otobüslerinin kent içine ulaşımı için yayalaştırılması gereken alanlar ve bu alanların etrafında uygun otopark alanlarına ihtiyaç bulunmaktadır.
- Erişilebilirlik turizmin gelişimi için en önemli faktördür. Yenişehir havaalanı etkin kullanılmadığı için ziyaretçi akımları İstanbul üzerinden olmaktadır. İstanbul- İzmir otoyolunun tamamlanması ile İstanbul'a olan erişilebilirlik artacaktır.
- Merkezi Bursa olan bir havayolu şirketi olmadığı sürece havaalanını etkin kullanmak zor görünmektedir. Arap yarımadasındaki ülkelere yönelik özel uçuşlar konulması düşünülmüş, Lufthansa Havayolları ile Münih'e uçuşlar konulmuş fakat devamlılık sağlanamamıştır.
- Tarih ve termal turizme ek olarak doğa (rafting ve yamaç paraşütü), spor ve kıyı turizmi de önemli turistik potansiyel barındırmaktadır.
- Tarihi mekânlarda gece saatlerinde turist bulunmamaktadır. Bazı mekânlar mesai saati nedeniyle kapalı tutulmaktadır. Ayrıca gündüz ulaşım sıkıntısı ve gece ise istenen seviyede canlılık olmaması nedeniyle turistler ve vatandaşlar kent merkezine çok sık seyahat etmekten kaçınmaktadır.
- Bursa limanlarına kruvaziyer gelmesine yönelik girişimler bulunmaktadır.

Alternatif Turizm / Turizm Çeşitliliği

- Yeni ulaşım yatırımları ile birlikte İstanbul'dan Bursa'ya kongre turizmi potansiyelinde kayma olacağı düşünülmektedir. Bursa'daki büyük otel yatırımları kongre turizminin gelişme potansiyeline yönelik beklentilerin geçerliliğini göstermektedir.

- Bursa termal turizm merkezidir fakat çok çeşitli turizm alternatifleri bulunmaktadır.
- Çok sayıda fuar düzenlenmesine rağmen turizm fuarı yapılmıyor.
- Bursa Avrupa Tarihi Termal Kentler Birliği (EHHTA) üyeliğine dâhil edilmiştir, buna istinaden sağlık turizmi aracılığı ile geceleme sayıları artırılabilir.
- Yerli ve yabancı turistlerin analizinin yapılması önemli bir ihtiyaçtır. Tanıtım ve strateji çalışmalarının ülke, gelir ve yaş grubu gibi kriterler esas alınmadan yapıldığı görülmektedir.
- Arap ülkelerinden aile olarak gelen turistler için Disneyland gibi bir eğlence merkezi yapılması, bu yöndeki çalışmaların hızlandırılması gerekmektedir.
- Bursa tekstil merkezi niteliği ön plana çıkarılarak moda festivalleri gibi etkinlikler düzenlenmeye uygundur.
- Sağlık turizmi ve kongre turizminde ziyaretçi geceleme süreleri uzundur. Bu nedenle sağlık ve kongre amacıyla gelen bir kişinin konaklama süresi kısa olan tarih turizmi için de katkı yaratacağı ortadadır. Bu nedenle yapılacak paket turlar doğru strateji olacaktır.

Turizm Altyapısı/Destinasyonlar

- Kent merkezindeki tarihi hanlar akşam 8'e kadar açık kalmaktadır. Özellikle Arap Ülkelerinden gelen turistler düşünülerek hanların daha uzun süre açık kalması sağlanmalı, bu konuda esnaf bilinçlendirilmelidir.
- Mevcut turizm verileri yeterli değildir, otel dışında konaklayan veya konaklama yapmayan bu nedenle kayıt edilemeyen çok sayıda ziyaretçi var.
- Bursa'da deniz ve doğal güzellikler sayesinde 3. Yaş Turizmi (50 ve üzeri) potansiyeli bulunmaktadır.
- Sağlık turizmi amacıyla gelen ziyaretçi sayısı 2012 yılında 1000'den 3000'e yükseldi.
- Bursa'da termal turizmde fizik tedavi yapılamamaktadır. Bu konu termal turizm için öncelik olmalıdır.
- İznik Ayasofya'nın camiye çevrilmesi tarihi yapıya zarar vermiş, surlar yeniden yapılıyor ama kale içi kullanımı turistik değil
- Gecelemenin artırılmaması sorunu bulunmaktadır.

Tanıtım/Pazarlama

- Ziyaret edilmesi için tanıtımı yapılan yerlerle ilgili bilgilendirme konusunda yetersizlik bulunmaktadır. Turizm danışma ofisine yönlendirme levhası yok, görünürlüğü çok kısıtlı. Turistlere bilgi verecek materyallere kolaylıkla ulaşamıyor
- Bursa'da markalaşabilecek çok sayıda değer bulunmaktadır. Düzenlenen kültürel festivallerinin yerel halkın değerlerine hitap edecek şekilde değil, yurtiçi ve yurtdışından ziyaretçileri çekecek ve bu markaların tanıtımı sağlayacak şekilde düzenlenmesi gerekir.
- Tanıtım için kullanılan materyaller arasında ortak bir dil kullanımı ve tutarlılık bulunmamaktadır. İçerik ve görsel olarak zengin olan materyaller hedef kitle düşünülmeden hazırlanmıştır. Bu durum tanıtım kirliliği ve bilgi karmaşasına neden olmaktadır.
- Markalaşma konusunda Bursa'ya özgü bir logo ve kimlik yaratılabilir. Pazarlar analiz edilmeli ve pazarlara yönelik paket programlar uygulanmalıdır.
- Bursa'da yeterli sayıda profesyonel turist rehberi bulunmamaktadır. Ancak korsan yapılan rehberlik nedeniyle mevcut toplam 57 rehber yeterince değerlendirilememekte ve turizme zarar verilmektedir.

2. Oturum: GZFT Analizi

Katılımcılar tarafından beyin fırtınası yöntemiyle gerçekleştirilen temel eğilim toplantısında ortaya konan eğilimler ajans personeli tarafından konu, altsektör vb. kriterlere göre sınıflandırılmış ve katılımcılar da tecrübeleri, temsil ettikleri kurumun niteliği vb. kriterlere göre iki gruba ayrılarak her eğilim grubu için mevcut durumu ifade eden il turizminin güçlü ve zayıf yönleri ile gelecekte gerçekleşmesi beklenen tehdit ve fırsatları analiz etmişlerdir. Belirlenen başlıklar altında ortaya konan güçlü ve zayıf yönler ile fırsat ve tehditler aşağıda yer almaktadır.

TANITIM/TURİZM ÇEŞİTLİLİĞİ

GÜÇLÜ

- Bursa'nın iklim olarak yılın her ayı turizme uygun olması
- Bütün turizm çeşitlerinin birbirleri ile bağlantısının sağlanabileceği şekilde mekânsal olarak uygun konumlarda gelişmeleri
- İnanç turizminin ve geliştirilmesine ve farklı dinlerden insanların yaşamasına uygun farklı dinlere ait çok sayıda ibadet mekânının bulunması
- Sahip olduğu doğal zenginliğin agroturizm, gastronomi turizmi, kış turizmi, mağara turizmi, termal turizm gibi farklı türde turizm türleri için fırsat yaratması
- Kış turizminde çoğunlukla iç pazara hitap eden Uludağ'ın merkezi konumu
- Termal turizm açısından kent merkezinde ve ilçelerde çok sayıda termal alan bulunması ve Çekirge ve Tümbüldek termal bölgelerinin yasal koruma altında olmaları
- Kongre turizmi açısından yüksek kapasiteye sahip olunması
- Sağlık ve termal turizmde Bursa'nın İstanbul'dan Anadolu'ya açılan kapı konumunda olması
- Su sporlarına uygun deniz kıyıları, göl ve göletlerin bulunması
- Bursa'nın coğrafi yapısının yayla turizmi, yamaç paraşütü, trekking ve ekoturizm açısından uygun olması
- Bursa'nın Ortadoğu ülkelerinden gelen ziyaretçiler açısından popüler bir destinasyon olması
- Çok sayıda yerel, ulusal ve uluslararası fuar, festival ve kongre düzenleniyor olması
- İlde çekilen tarihsel temalı dizilerin tanıtıma olumlu etkisi

FIRSAT

- Dağ ile deniz arasındaki mesafenin kısa olması, bu nedenle farklı turizm türlerinin kolay ulaşılabilir olması
- Kongre turizmi açısından yeni yapılan ve yapılmakta olan oteller, kültür merkezleri ve stadyum
- Gemlik körfezi, İznik, Uluabat gölü, Mudanya ve Karacabey'de kıyı turizmi açısından önemli konut ve rekreasyon alanlarının bulunması
- İlde turizm sektöründe çok sayıda proje ve araştırma yapılması
- Turizmin yerel yöneticiler açısından öncelik arzeden faaliyetlerden olması
- Yeni ulaşım yatırımları ile birlikte havaalanının da işlerlik kazanması halinde Uludağ'ın yurtdışı ziyaretçi açısından cazip hale gelecek olması

- İstanbul ile olan ulaşım süresinin kılalmasını özellikle zamanın değerli olduğu kongre turizmine ve yurtdışı ziyaretçilerin ağırlıkta olduğu turizm alanlarına katkı sunması
- Sağlık turizmi, kùltür turizmi ve doğa turizminin son yıllarda dünya genelinde deniz turizmine nazaran daha popüler hale gelmesi
- Bursa'nın termal turizmde geliştirdiği işbirlikleri
- Ortadoğu ÷lkeleri ile turizm sektöründe tanıtım ve yatırım amacıyla yapılan işbirlikleri

ZAYIF

- Doğa ve kùltür turizmi kapsamında düzenlenen festivallerin ve uluslararası boyuta ulaşamamış olması
- Doğal çeşitliliğine rağmen permakùltür ve organik tarım turizmin eksikliği
- Kongre turizmi kapsamında uluslararası toplantı ve organizasyonların azlığı
- Bursa'daki kùltürel etkinliklerin, düzenlenen tanıtım faaliyetlerinin içerik ve teknik olarak çağdaş sanat uygulamalarından faydalanmıyorkalması
- Mesai saatlerinden farklı olması gereken turizm saati algısının eksik olması
- Turistlerin esnafa olan güvenini sarsacak yüksek fiyat uygulayan işyerlerinin bulunması
- Konaklama tesisleri arasında rekabeti arttıracak politikaların eksikliği. Fiyat rekabetinin bazı durumlarda hizmet kalitesine zarar vermesi
- Tanıtım materyallerin kalıcı, kolay ve ulaşılabilir olmaması ve materyallerin amaçsızca basılıp dağıtılması
- Bursa'daki turizm çeşitliliği nedeniyle hedeflere ve önceliklere odaklanılamaması
- Turizm sektöründe genel bilinç düzeyinin ve halkın yabancı turistlere alışkanlığının az olması
- Turizm yatırımları ile ilgili yatırımcılara ve sektör temsilcilerine bilgi veren, yapılan yatırımların piyasaya olan etkisini takip eden bir yapının bulunmuyor olması
- Uluslararası ve ulusal tanıtım için yürütölen faaliyetlerin sayıca az olması
- Bursa'nın tanıtım filminin turistlerin yoğun olduğu mekânlarda yayınlanmaması
- Yurtdışı fuarlara katılım eksikliği
- Otobüs terminalinde turizm tanıtım ofisinin bulunmaması
- Turistik materyallerin satışının ve satış noktalarının yetersizliği

TEHDİT

- Bursa'da düzenlenen turizm fuarı olmaması
- Sosyal medya ve internetin tanıtımda kullanımının yaygın olmaması
- Sürdürülebilirlik konusunda bilinç eksikliği bulunması, mevcut tanıtım faaliyetlerinde sadece turizmin ekonomik boyutun ön plana çıkarılıyor olması
- Yerel festivallerin tanıtımının ulusal ve uluslararası boyuta taşınmasında yetersizlik

TURİZM ALTYAPISI/DESTİNASYONLAR/ERİŞİLEBİLİRLİK

GÜÇLÜ

- Turizm tanıtımını üstlenen kuruluşların uluslararası organizasyonlara katılıyor olmaları

- Bursa'nın önemli ulaşım imkânlarına sahip olması
- Kent içinde çok sayıda başarılı restorasyon çalışmasının yapılması
- Termal turizmde zengin birikim ve geleneğin olması
- İldeki turizme ve yabancılara yönelik olumlu algı
- Deniz ulaşımının avantajlarına ek olarak BUDO' nun hizmet vermeye başlamış olması
- İldeki katma değeri yüksek imalat sanayinin turizm altyapı yatırımlarına, tanıtım bütçelerine katkısı
- Derin tarihi geçmişi bulunması ve bunu yansıtan cami, medrese, hanlar, hamamların ve diğer tarihi eserlerin olması
- Önemli İslam alimlerinin yaşadığı, din ve kültürel zenginliğe sahip bir bölge olması
- 'Sightseeing' otobüsleri, teleferik ve denizuçağı gibi turizm amaçlı ulaşım araçlarının bulunması

FIRSAT

- Bölgedeki otel ve hastane yatırımlarının artıyor olması
- Bölgedeki yıkılmış durumda olan eski binaların turizme kazandırılıyor olması
- Yeni jeotermal projeler yapılması
- Yeni karayolu, denizyolu ve demiryolu ulaşım yatırımları
- İldeki sanayinin gelişmişliği nedeniyle iş turizminin canlı olması
- Yeni üniversiteler açılması
- Şehir merkezindeki tramvay yatırımı ve yapılması planlanan kıyı turizmüne dönük yatırımlar

ZAYIF

- Tur otobüslerinin manevra ve otopark sıkıntısı yaşamaları nedeniyle şehir merkezini tur paketlerine dâhil etmemeleri
- Şehir merkezinde yayalaştırmanın yeterli olmaması ve trafik nedeniyle yeterli zaman geçirilememesi
- Turizmle ilgilenen kurum ve kuruluşlar arasındaki koordinasyon eksikliği
- Tarihi ve turistik değeri olan binalar etrafındaki ışıklandırmanın yetersizliği
- Halk ve sektör çalışanlarına dönük turizm eğitimlerinin eksik olması
- Nitelikli personel eksikliği
- Çekirge bölgesinde restore edilen tarihi hamam ve termal tesislerin tarihi görünümüne zarar verilmiş olması
- Sanayinin ve buna bağlı göç artışı ile ortaya çıkan düzensiz yapılaşmanın turizmi gölgede bırakması, sanayinin sağladığı ekonomik dönüşümün turizmin aleyhine gelişmiş olması
- Toplu taşıma hizmetlerinin, yönlendirme ve bilgilendirme faaliyetlerinin gelen yabancı turistin kent merkezine çekilmesinde yetersiz kalması

TEHDİT

- Uludağ'ın statüsündeki sorunların devam etmesi
- Havaalanı ulaşımı ile ilgili somut adımların atılamaması
- İlde fiyatı düşük ancak standart hizmet sunan hostelcilik altyapısının bulunmaması

- İldeki turizm planlama ve tanıtım faaliyetlerine üniversite hocalarının dâhil edilmesinde karşılaşılan kişisel olumsuz yaklaşımlar

3. Oturum: Öncelikler ve Stratejiler

Tematik Alan 1: Turizm Altyapısının Geliştirilmesi

Öncelik-1: Seyahat Altyapısı

Strateji- 1: Şehir içi ulaşımda yaya yolculuğunun ve raylı sisteminin ağırlığının artırılması, şehir merkezi dışındaki destinasyonlara toplu ulaşımın özendirilmesi

Strateji- 2: Turistler için otobüs terminali, durakları ve benzeri alanlarda yönlendirme ve bilgilendirme levhalarının sayılarının artırılması

Strateji- 3: Tarihi ve turistik mekânlara ulaşımın dezavantajlı gruplara uygun olarak düzenlenmesi ve bu düzenlemelerin tek elden (Büyükşehir Belediyesi tarafından) düzenlenmesi

- Engelli asansörü, engelli rampaları
- Yaşlılara dönük sosyal aktiviteler ve ücretsiz ulaşımın sağlanması
- Görsel ve işitsel tanıtımın sağlanması

Strateji-4: Yenişehir Havaalanı'nın aktif hale getirilmesi gerekmektedir. Uzun vadede hava ulaşımı bakımından sadece İstanbul'a bağımlı olması yerine Bilecik ve Eskişehir ile ilçeler açısından da merkezi konumda olan Yenişehir havaalanının aktif hale getirilerek kullanılması bölgenin kendi potansiyelini daha iyi değerlendirmesini sağlayacaktır.

Öncelik- 2: Tanıtım Altyapısı

Strateji- 1: Tanıtım faaliyetlerin yürütüldüğü internet portallarının tek elden koordinasyonunun sağlanması

Strateji- 2: Turizm danışma bürolarının sayısının ve görünürlüğünün artırılması ve hafta sonları açık olmalarının sağlanması

Strateji- 3: Farklı türde müze ve ev sayısının artırılmasının sağlanması, mevcut müzelerin tanıtımının ve müzelere erişimin (bilet satış, ulaşım) artırılması

Öncelik – 3: Konaklama Altyapısı

Strateji- 1: Konaklama çeşitliliği yaratılmalı

- Şehir merkezinde yer alan yıldızlı oteller yerine butik otel ve hosteller ile çevre dostu, tarih ve doğa turizmi ile ekoturizme uygun konaklama imkânlarının artırılması öncelik olarak görülmelidir
- Kamp alanlarının artırılması, gerekli hizmet altyapısının sağlanması

Strateji- 2: Yabancı turistler için ilin cazibesini arttıracak, konaklama sürelerini uzatmalarını sağlayacak standart olmayan, hedefi doğru belirlenmiş eğlence ve dinlenme tesislerinin yapılması

Öncelik-4: Diğer Altyapı

Strateji- 1: Şehir merkezinde ve İznik'te örnekleri bulunan aslı tahrif edilerek yapılan restorasyonlar konusunda gerekli önlemlerin alınması ve anıtsal yapıtların etrafının kamulaştırılarak görünürliğini ve cazibesini artıracak düzenleme yapılması

Strateji- 2: Sağlık serbest bölgesi kurulması konusundaki gelişmeler takip edilmeli ve hazırlıklı olunmalıdır.

Tematik Alan 2: Tanıtım/Pazarlama/Kurumsal İşbirliği

Öncelik - 1: Bursa'ya Özgü Tanıtım Modeli ve Stratejisi

Strateji-1: Tanıtım Stratejisi: Bursa hedef pazar araştırması ve buna bağlı olarak tanıtım stratejisi yapılarak rehber niteliğinde bir yolharitası oluşturulmalıdır.

Strateji-2: Paket Programlar: Tanıtım stratejisine uygun ve yurtdışı talebe yönelik turizm çeşitliliğinin önplana çıkarıldığı, paket programlar hazırlanmalıdır. İskandinav pazarı, Rusya, Avrupa gibi pazarlara yönelik analizler yapılmalıdır ve araştırmalara yönelik Konaklama sürelerinin uzun olduğu sağlık turizmi kapsamında gelenlere tarih turizmi, doğa turizmi vb. alternatifler sunarak geceleme sürelerinin artması sağlanabilir.

Strateji- 3: Tanıtım konusunda faaliyet gösteren kurumlar arasında koordinasyon sağlanması gerekmektedir. Mevcut durumda birbiriyle bağlantısız ve stratejisi olmayan tanıtım faaliyetleri, tanıtım malzemelerinin tutarsızlığı, amaçsızca dağıtılması gibi hedefsiz yapılan faaliyetler turizme zarar vermektedir ve planlama mantığına uygun değildir.

Strateji- 4: Halk, esnaf, taksi şoförleri de dâhil vatandaşlar turizm konusunda bilinçlendirilmeli ve bütüncül bir yaklaşım olmalı ve zzun vadeli politika ve projeler sabırla yürütülmeli

Strateji- 5: Turizm saati uygulaması yapılmalı

Strateji- 6: İlçelere özel stratejiler geliştirilerek, geliştirilmesi desteklenerek, ilçelerin turizm potansiyeli yerel ölçekte analiz edilmeli

Öncelik – 2: Marka kent BURSA

Strateji- 1: Markalaşmaya Öncelik Verilmesi

Mevcut turistik ve kültürel değerlerin sadece ekonomik olarak değil tarihi ve toplumsal değerler olarak ön plana çıkarılması, markalaşmanın desteklenmesi ve bu amaçla yapılan araştırma ve faaliyetlerin desteklenmesi

- Kestane şekeri
- Uludağ gazozu
- İpek
- Bıçakçılık

- Osmanlı, Bizans, Roma ve Selçuklu tarihi/kültürel eserleri
- Gölge oyunları
- Havlu – tekstil
- Bursaspor
- Merinos koyunu

Öncelik - 3: Konaklama Sürelerinin Uzatılması

Strateji- 1: Farklı ülkeler için farklı paket turlar oluşturulması

Strateji- 2: Uzun süreli konaklama yapan termal tedavi için gelen ziyaretçi sayısının artırılması

Strateji- 3: Geceleri kent merkezinde vakit geçirilecek aktivitelerin artırılması

Strateji- 4: Uygun bütçeli konaklama alternatiflerinin yaratılması

Strateji- 5: Sağlık ve termal turizmde çok önemli olan termal kür parkı merkezlerinin geliştirilmesi

Strateji- 6: Turizm sektöründe nitelikli ara eleman yetiştirilmeli

Ek 1. Katılımcı Listesi

Aşağıda isimleri belirtilen sektör temsilcileri Özel İhtisas Komisyonu Üyesi sıfatıyla toplantıya katılarak görüş, tespit ve önerileriyle komisyon çalışmasına katkıda bulunmuşlardır. Toplantıda Bursa turizm sektörü için belirlenen eğilimler, tespit edilen güçlü ve zayıf yönler, fırsat ve tehditler ile öncelik ve stratejiler Bursa Eskişehir Bilecik Kalkınma Ajansı tarafından kaydedilip derlenmiş olup ifadelerin içeriği katılımcıların bakış açısını yansıtmaktadır.

- 1- Çiğdem ATALMIŞ, Genel Sekreter/Bursa Sağlık Turizmi Derneği (BUSAT)
- 2- Hasan Gökhan AYDEMİR, Teknik Müdür/İzmit Vakfı
- 3- Necdet HAKGÜDEN, Yönetim Kurulu Başkanı/Güney Marmara Turist Rehberleri Birliği(GÜMRED)
- 4- Hüseyin BURAN, Müdür Vekili/Bursa Büyükşehir Belediyesi, Turizm Şube Müdürlüğü
- 5- Mustafa ÇOKRAN, Dış ilişkiler Sorumlusu / Bursa Kültür Sanat ve Turizm Vakfı,
- 6- Kenan KIR, Müdür Vekili / Osmangazi Belediyesi Kültür ve Sosyal İşler Müdürlüğü,
- 7- Mustafa SEZENCAN, As Başkan / SKAL Derneği Bursa Şubesi
- 8- Prof. Dr. Mustafa ŞAHİN, Öğretim Üyesi/Uludağ Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi Arkeoloji Bölümü
- 9- Elif ŞEHİTOĞLU, Y. Mimar, Nilüfer Belediyesi
- 10- Nazlı Pınar TAŞ, Proje Sorumlusu, Yıldırım Belediyesi
- 11- Feridun TOPUZ, Genel Sekreter/TÜRSAB Güney Marmara Bölgesel Yürütme Kurulu
- 12- Şenol DÜLGER, AB ve Dış İlişkiler Koordinatörü, Osmangazi Belediyesi
- 13- Sevilay SARIN, Güney Marmara Turistik Otelciler ve İşletmeciler Birliği-Derneği (GÜMTOB)
- 14- Hatice ŞEN, Turistik Otelciler ve İşletmeciler Birliği-Derneği (GÜMTOB)
- 15- Metin PINARCI, Araştırmacı, Bursa Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü
- 16- Nuri ARSLAN, Güney Marmara Turist Rehberleri Birliği(GÜMRED)
- 17- Ersan TURAN, Proje Koordinatörü, Yıldırım Belediyesi