

Bolu İli Turizm Sektörünün Uluslararası Rekabetçilik Analizi

Dr. Melih BULU

Uluslararası Rekabet Araştırmaları Kurumu Derneği (URAK), İstanbul

İ. Hakkı ERASLAN

Uluslararası Rekabet Araştırmaları Kurumu Derneği (URAK), İstanbul

Özet

Bir sektörün uluslararası rekabet pozisyonunu bilmek ve bu duruma göre rekabet stratejileri geliştirmek, ilgili sektörde faaliyet gösteren oyuncuların ihtiyaç duyduğu önemli noktalardan birisidir. Bu bağlamda, Porter'ın elmas modeli kullanılarak Bolu ili turizm sektörünün uluslararası rekabetçilik analizi yapılmıştır. Analiz doğrultusunda sektörün uluslararası rekabetçilik düzeyi belirlenmiş ve rekabet yapısının temel özellikleri açıklanarak, dünya arenasında daha rekabetçi bir konuma gelebilmesi için stratejiler önerilmiştir. Çalışmada nitel araştırma yöntemi kapsamında hem birincil hem de ikincil veri toplama yöntemleri kullanılmıştır. Çalışma sonucunda Bolu ili turizm sektörünün uluslararası rekabetçilik gücünün *Orta Düzey*'de olduğu saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Turizm Sektörü, Dünya Turizm Sektörü, Rekabetçilik, Elmas Modeli, Bolu İli Turizm Sektörü.

The International Competitiveness Analysis of Tourism Industry of Bolu Region

Abstract

Tourism industry is one of the most important service industries for Turkish economy which experienced a good growth performance in last two decades. This paper analysis the competitiveness level of tourism sector in Bolu region by using Porter's Diamond Model. It is determined the current state, competitiveness level and explained main features of competitiveness structure of industry, also, a number of competitive strategies suggested. To achieve the research purpose, secondary and primary research collection methods (*in depth interviews, semi-structured questionnaire, and expert opinion*) were used. The research showed that the international competitiveness level of the city as Medium Level.

Key Words: Tourism Industry, World Tourism Industry, Competitiveness, Diamond Model, Tourism Industry of Bolu Region.

Giriş

Küreselleşme sürecinin bütün hızı ile devam ettiği günümüz dünyası, diğer değişkenlerin (*ekonomik, sosyolojik, teknolojik vs.*) etkisi ile birlikte artık bir köy haline

gelmiştir. Özellikle ulaşım kolaylıkları insanların gezip görme ve dinlenme, yani, seyahat alışkanlıklarını hem değiştirmiş hem de artırmıştır. Küreselleşme diğer etkenler ile birlikte *firma-bölge-ülke* rekabetini de üst düzeye çıkarmıştır. Diğer bir ifade ile, artık sürdürülebilir rekabet avantajı elde edebilen uluslar ekonomik olarak hayatta kalabilmektedirler.

Küreselleşme ile turizm sektörü de önemli bir endüstri haline gelmiştir. Turizmde uluslararası rekabet, 1980 ve 1990'lı yıllarda artış göstermiş, özellikle 1990'lı yıllar, dünya turizminin istikrarlı olarak büyümeye devam ettiği, ancak rekabet ortamının giderek yoğunlaştığı bir dönem olmuştur. Sektörün bu dönemdeki hızlı büyümesinde ve rekabetin giderek hız kazanmasında, uluslararası alandaki küreselleşmenin başlangıcı olan ve 1980 sonrasında yaşanan mali liberalleşme akımları, Doğu Avrupa ülkelerindeki siyasi rejimlerin hızla liberal yapılara dönüşerek, seyahat özgürlüğü önündeki kısıtlayıcı engellerin kalkması gibi siyasi ve ekonomik temel tercihlerdeki değişiklikler belirleyici etkiye sahip olmuştur. 1990'lı yılların sonuna gelindiğinde, hizmetler sektörü içinde birinci sırayı alan turizm faaliyetlerinin, dünyadaki yıllık ortalama büyüme hızı 1980- 2005 döneminde %6.8 olmuştur. Söz konusu artış ile toplam uluslararası ticaret hacmi içinde turizmin payı, gelişme eğilimine bağlı olarak, belirtilen dönemin sonunda, %15 gibi yüksek bir orana ulaşmıştır (DPT, 2006). Günümüzde, turizm sektörünün önemli bir endüstri halini alması insanların tatil yapma alışkanlıklarının bir ihtiyaç haline gelmesine de bağlanmaktadır. Özellikle gelişmiş ülkelerde tüketiciler senenin belirli bir kısmını tatil yaparak geçirmekte ve bunu düzenli olarak her yıl tekrarlamaktadırlar. Turizmin geliştiği ülkelerde Gayri Safi Milli Hasıla (GSMH)'nın belirleyici alt sektörlerinden birisi konumuna gelmiş olan sektöre ilişkin yeni eğilimler incelendiğinde; tatile gidenlerin tercihlerinin, geleneksel turizm adı verilen *deniz-kum-güneş* üçlüsünden (3S), alternatif turizm çeşitlerine kaydığı gözlenmektedir. Bu durum, ülkelerin, turizm faaliyetlerini sezonluk olmaktan çıkarıp tüm yıla yayma zorunluluklarını da beraberinde getirmektedir.

Turizm Kavramı

Turizm kelimesi Latince'de, dönmek, etrafını dolaşmak, geri dönmek anlamına gelen *tornus* kökünden türetilmiştir. Tour kelimesi ilk defa 18. yüzyılda, genç İngiliz

soylularının eğitimleri için Avrupa'daki tarihi, kültürel, bilimsel ve doğa güzelliği bulunan yerleri ziyaretlerinde kullanılmıştır. Daha sonraları özellikle ulaşım araçları gelişip, taşımacılık ucuzlayınca insanların kitleler halinde yer değiştirmeleri sonucu tur seyahatleri düzenlenmeye başlamıştır. Ancak, sektörün kökenleri insanlık tarihi kadar eskidir de denilebilir. İş ve alışveriş turizmi kapsamında insanların ülkeri dışında başka yerlere seyahat etmesi ve bu bağlamda önemli ticaret yollarının oluşturulması (*İpek Yolu ve Baharat Yolu gibi*), müslümanların inanç turizmi kapsamında binlerce kilometre katederek hac ibadetlerini yerine getirmek için kutsal sayılan Mekke ve Medine şehirlerini ziyaret etmeleri ve konaklamaları, turizm sektörü tarihi için birkaç örnek olarak verilebilir.

Turizm kavramının ilk bilimsel tanımı 1905 yılında Guyer-Feuler tarafından yapılmıştır. Guyer-Feuler turizmi, gittikçe artan hava değişimi ve dinlenme gereksinimleri, doğa ve sanatla beslenen göz alıcı güzellikleri tanıma isteğine; doğanın insanlara mutluluk verdiği inancına dayanan ve özellikle ticaret ve sanayinin gelişmesi ve ulaşım araçlarının kusursuz hale gelmelerinin bir sonucu olarak ulusların ve toplulukların birbirleriyle daha çok yakınlaşmasına olanak veren modern çağa özgü sosyal bir olay olarak nitelendirmektedir (Sirel, 1995; Kozak, Kozak ve Kozak, 2000: 1). Uluslararası Turizm Sözlüğünde turizm tanımı, zevk almak amacıyla yapılan geziler ve seyahatler için gerçekleştirilen insan faaliyetlerinin tümü şeklinde açıklanmaktadır. Uluslararası Bilimsel Turizm Uzmanları Birliği ise turizmi, insanların devamlı ikamet ettikleri, çalıştıkları ve her zamanki olağan ihtiyaçlarını karşıladıkları yerlerin dışına seyahatleri ve buralardaki, genellikle turizm işletmelerinin ürettiği mal ve hizmetleri talep ederek, geçici konaklamalarından doğan olaylar ve ilişkiler bütünüdür şeklinde tanımlanmıştır. Bu tanım esas alındığında, kongre ve iş seyahatleri, tatil ve dinlenme, spor, sağlık, kongre ve toplantı, eğlence, kültür benzeri ihtiyaçların giderilmesi amacıyla yapılan kısa süreli seyahatler, kırsal kesimden büyük şehirlere yönelen her türlü seyahatler, sayfiye yerlerinde ikinci evlerdeki geçici konaklamalar turizm olayı içinde sayılmaktadır (Sirel, 1995; Sezgin, 1995: 3-4; Tunç ve Saç, 1998: 14).

Turizmin ilişkisel boyutlarını ele alan diğer bir tanıma göre turizm, turist kabul eden bölgeler, turistler, tedarikçi işletmeler, hükümetler ve kamu kurumları arasındaki karşılıklı etkileşimin bir sonucu olarak gerçekleşen faaliyetler dizisi şeklinde nitelendirilmektedir (Tribe, 1997: 641). Görüldüğü gibi, turizm olayına yönelik olarak çok sayıda ve çeşitli tanımlar geliştirilmiştir (Mowforth ve Munt, 1998: 5). Bununla birlikte, bu tanımların genellikle; ekonominin önemli bir sektörü olarak anılan turizmin, bireyler ve bireylerin seyahat etme istekleri, bireyler arasındaki karşılıklı etkileşim, zaman ve mekan kavramları gibi belirli değişkenler etrafında geliştirildiği görülmektedir (Reiser, 2003: 310).

Turizm sektörü, NACE sınıflandırmasına göre tek bir kodla ifade edilmemektedir. Oteller ve lokantalar (NACE kodu 55) ile seyahat acenteleri ve tur işletmecilerinin faaliyetleri (NACE kodu 63.3) turizm sektörünü oluşturan alt sektörlerdir.

Turizm endüstrisi, hizmet sektörünün alt grupları arasında yer almakta olup, büyük bir kısmı insan ilişkilerine dayanan bir faaliyet olarak icra edilmektedir. Daha önceleri geleneksel olarak deniz-kum-güneş üçgeni etrafında algılanılan sektörün, günümüzde, bir çok alt türleri mevcuttur. Özellikle, insanların seyahat yapma alışkanlıklarının artması beraberinde alternatif turizm türlerini de ortaya çıkarmıştır. Nitekim, ulaşım ve iletişim araçlarında yaşanan gelişmeler ve küreselleşme eğilimleri deniz-kum-güneşten oluşan geleneksel turizm ürünlerine yönelik taleplerin yanı sıra bir çok alternatif turizm çeşidini de ortaya çıkarmıştır. Örneğin, kültür, tarih, sağlık, kongre, yatçılık, eğlence, heyecan türlerine yönelik istekler her geçen gün biraz daha artmakta, sezonluk turizmin yerine yılın tümüne yayılan turizm hareketleri gelişim göstermektedir. Bu gelişmelerin paralelinde çeşitli ve yılın tüm aylarına yayılan turizm türleri ortaya çıkmıştır. Günümüzde geleneksel turizmden farklı olarak bir çok turizm türü faaliyetinin hem dünya genelinde hem de ülkemizde icra edildiği görülmektedir. Bu gelişmelerin paralelinde, *(amaçlarına göre değerlendirildiğinde)* turizm sektörü iki ana kısımdan oluşmaktadır. Talep açısından turizm sektörünün yaklaşık olarak yarısını meydana getiren *alternatif turizm* çeşitleri, *geleneksel turizm* (deniz-kum-güneş)

sektöründen ayrı olarak 10 farklı alt sektöre ayrılmaktadır. Ayrıca, her bir sektörün de kendi içinde alt gruplara ayrıldığı görülmektedir.

[Şekil 1'i buraya yerleştiriniz]

Dünya Genelinde Turizm Sektörünün Durumu

Turizm sektörünün kitleler tarafından benimsenip modern şekilde uluslararası bir faaliyet haline gelmesi 19. yüzyılın sonlarından itibaren yani endüstri devriminin akabinde başlamıştır. Liberal ekonomik politikaları uygulayan batılı ülkelerde endüstrileşme ile birlikte şehirli nüfusu arttırmış, gelir dağılımı zaman içinde daha adil bir şekilde paylaşılmaya başlanmış, orta sınıf adı verilen sınıf gittikçe büyümüş ve ekonomik ve sosyal hayatta belirleyici bir rol oynamaya başlamıştır. Bu sınıfın yaşam alışkanlıkları kapitalizmle bağlantılı olarak zaman içinde değişmiştir. Bu dönemde üretimin ve dolayısıyla ticaretin artması ile birlikte ulaşım araçlarının ve yolların gelişmesi, ülkelerarası ilişkilerin iyileşmesi ile seyahat etmenin tüm koşulları iyileşmiş ve seyahat etme yeni yaşam alışkanlıklarının içine yerleşmeye başlamıştır. Zamanla sektörleşen turizm, orta sınıfın tüketim alışkanlıklarından birine dönüşmesiyle *kitlesele tüketim* sektörüne dönüşmüş ve modern yaşamın ayrılmaz bir parçası olmuştur.

Özellikle İkinci Dünya Savaşının bitmesi ile birlikte, yani 1950'ler sonrasında ekonomik ve sosyal önemi giderek artan bir endüstri olarak ön plana çıkan turizm, günümüzün en dinamik ve hızla gelişen sektörlerinden birisidir. Nitekim 2006 yılı sonunda turizm ekonomisi, dünya genelinde toplam istihdamın yaklaşık %8.7'sini sağlamakta (235 milyon kişi), küresel GSMH'nın %10.3'ünü üretmekte, tüm tüketim harcamalarının %11.8'ini ve tüm sabit sermaye yatırımlarının %9.3'ünü oluşturmaktadır (WTTC, 2006).

Ekonomik etkilerinin yanında sosyal etkiside oldukça önemli olan sektörde, 1950'li yıllarda tüm dünyada 2.1 milyar USD olan uluslar arası turizm geliri, 2005 yılı sonu itibarı ile 682.7 milyar USD ulaşmıştır (WTO, 2006).

Dünya turizminde, gelen uluslararası turist sayısına göre bir sıralama yapıldığında sırasıyla Fransa, İspanya ve Amerika Birleşik Devletleri ilk üçte yer

almaktadır. Turizm geliri sıralamasında ise, sırasıyla, Amerika Birleşik Devletleri, İspanya ve Fransa ilk üçe girmektedir. Türkiye de dünya turizminden aldığı 16.9 milyar dolarlık gelir ile 9. sırada yer almaktadır. Hernekadar dünya genelinde ilk 10 ülke içinde yer almamıza rağmen turizm gelirlerimizin dünyada toplam oranı ancak %2 civarında seyretmektedir (WTO, 2007).

Türk Turizm Sektörünün Genel Durumu

Ülkemizde 1980'ler den itibaren gelişmeye başlayan turizm endüstrisi, günümüzde ekonomiye en önemli katkı sağlayan bir sektör olarak kayıtlara geçmektedir. Ülkemizin sahip olduğu stratejik konum, elverişli iklim, uygun coğrafi yapı, doğal kaynaklar, genç ve dinamik nüfus, kültürel ve tarihsel miras bu gelişmede oldukça önemli etken olmuştur. Bacasız endüstri olarak da tanımlanan turizm sektörü, ülke içinde göstermiş olduğu gelişim paralelinde, aynı zamanda, dünya turizm endüstrisinde de birinci lige çıkmıştır. Diğer bir deyişle, diğer Akdeniz ülkeleri (*İspanya, Portekiz, İtalya, Fransa, Yunanistan*) ile ciddi bir rekabet içinde olan ülkemiz dünya turizminde ilk sıralara yükselmeyi başarmıştır. Sektörde bugünün ortaya çıkardığı canlılık, kısa ve orta vadeli dönemlere yönelik çizilen projeksiyonlara da yansımaktadır. İleriye dönük yapılan tahminlerde, ülkemize 2013 yılında 38 milyon turist gelmesi ve 36.4 milyar dolar gelir elde edilmesi beklenmekte; en kötümser yaklaşımla 25 milyon turist gelmesi ve 27 milyar dolar gelir sağlanması öngörülmektedir (Sarıçay, 2007). Türkiye'nin turizmde yakaladığı başarı uluslararası örgüt ve kuruluşların raporlarında da ortaya konulmaktadır. Dünya Turizm Örgütü (WTO) ve Touristik Union International (TUI), Türkiye'yi önümüzdeki yıllarda yıldızı parlayacak ülkeler arasında göstermekte, diğer bir deyişle Türkiyenin önümüzdeki yıllarda turizm sektöründe artan oranda ilerleyeceğini öngörmektedir (TUI, 2006; WTO, 2007) Turizm sektörü, ülkemizin karşılaştırmalı rekabet üstünlüğünün bulunduğu sektörler arasında yer almaktadır. Sahip olduğu üstünlükler ve gelişim potansiyeli, turizm sektörünün gelecekte daha önemli bir konumuna ulaşabileceğini ortaya koymaktadır. Ekonomik bir faaliyet olarak turizm, 2005 yılında Türkiye'de GSMH içinde %5,5, ödemeler dengesi bilançosunda ise %24,5 oranında paya ulaşan bir faaliyet alanı konumuna yükselmiştir (DPT, 2006). 2006 yılında ise Türkiye'ye 23 milyon turist gelmesi ve turizmden 18 milyar dolar gelir elde edilmesi beklenmektedir. Turizm sektörü, genç ve dinamik bir

işgücü potansiyeli olan ülkemizin istihdam sorununu aşmak için de önemli bir sektör olarak görülmektedir. Sektörün 2006 itibarı ile (*doğrudan, dolaylı ve uyarılmış istihdam dahil*) 1.5 milyon kişiden fazla kişiyi istihdam ettiği belirtilmektedir (Dünya Gazetesi, 2007). Türk turizm sektörü hemen bütün turizm dallarında faaliyetlere ev sahipliği yapmaktadır. Nitekim, üç tarafı denizlerle çevrili ülkemiz geleneksel turizm faaliyetinin yanı sıra, diğе bölgelerde de önemli bir düzeyde alternatif turizm çeşitleri icra edilmektedir.

Bolu İli Turizm Sektörünün Genel Durumu

Ülkemizin batı kesiminde yer alan ve Karadeniz, Marmara ve Orta Anadolu bölgelerinin coğrafi ve lojistik geçiş bölgesi olarak nitelendirilen Bolu ili, aynı zamanda önemli bir turizm bölgesi olarak da öne çıkmaktadır. Kent, alternatif turizm çeşitleri ile sadece şehir merkezi olarak değil, diğеr yandan farklı destinasyon ve zengin turizm ürünleri ile de cazibe merkezi haline gelmiştir.

Arkeolojik verilere göre ilk yerleşimi M.Ö. 7000'e kadar uzanan Bolu ili sınırlarında bir çok medeniyet hüküm sürmüştür. Bolu ve çevresine, Bithynialılar'dan sonra sırasıyla Romalılar, Bizanslılar, Selçuklular ve Osmanlılar hakim olmuşlardır. Selçuklu ve Osmanlı dönemi eserlerinin de halen ayakta ve kullanılır durumda olduğu bölge kültür ve tarih turizmine önemli bir ev sahipliği yapmaktadır (BTSO, 2007).

Bolu ili, coğrafi durum, su kaynakları, orman alanları, flora zenginliği ve tarihi eserler açısından turizm sektörüne konu olabilecek bir çok değer ihtiva etmektedir. İlin doğal zenginlikleri envanteri içerisinde Abant, Yedigöller, Gölcük, Sünnet gölleriyle birlikte toplam 14 göl, gölet, irili ufaklı 48 suni gölet, 320 yayla, 3 tabiatı koruma alanı, 7 orman içi dinlenme alanı, 4 yaban hayatı koruma sahası bulunmaktadır. Bolu ilinde tescil edilerek, koruma altına alınmış 42 adet arkeolojik sit, 2 adet kentsel sit ve 3 adet doğal sit olmak üzere toplam 47 adet sit alanı bulunmaktadır. İlde 5 adet askeri yapı, 8 adet doğal anıt, 5 adet idari yapı, 93 adet dini-kültürel yapı ve 353 adet de sivil mimari örneği olmak üzere toplam 464 adet tescilli yapı mevcuttur. Özetlemek gerekirse, Bolu ili geleneksel turizm faaliyeti dışında yer alan 10 çeşit alternatif turizm dalının 6 çeşidini barındırmaktadır. Bolu ili sınırlarında turizm çeşitleri aşağıda yer alan şekilde belirlenmiştir (BTSO, 2007).

- Spor Turizmi (*kış sporları, doğa sporları, pasif tabanlı sporlar*)

- Sağlık Turizmi (*termal turizm*)
- Kültür ve Tarih Turizmi
- Gastronomi Turizmi
- Kongre ve Toplantı Turizmi
- Doğa Turizmi (*adır ve karavan turizmi, yayla turizmi, dinlence turizmi*)

Araştırmanın Yöntemi

Bolu İli turizm sektörünün uluslararası rekabetçilik pozisyonunun Porter'ın *Elmas Modeli* kullanılarak belirlenmesi bu çalışmanın amacını oluşturmaktadır. Diğer bir deyişle, Bolu İli turizm sektörünün rekabetçilik pozisyonu Porter'ın elmas modeli kullanılarak analiz edilmiştir. Araştırmanın amacına ulaşabilmek için, birincil ve ikincil araştırma yöntemleri kullanılmıştır.

Elmas modeli, aynı zamanda, bir sektörün toplam rekabetçilik pozisyonunu da temsil etmektedir. Klasik İktisat Teorileri'nden farklı olarak Porter, daha geçerli bir paradigmaya ulaşabilmek için özelleştirilmiş (*specific*) endüstrilere yoğunlaşmış ve rekabetçiliğin yukarıda sayılan faktörlerden etkilendiğini ancak bazı durumlarda bu faktörlerin yoğun (*abundant*) olmasının sürdürülebilir büyümenin önünde engel olabileceğini ifade etmiştir. Porter, ulusların nitelikli işgücü, güçlü teknoloji, bilgi birikimi ve kültür gibi kendi ileri faktör havuzlarını oluşturabileceğini ileri sürmüş ve bunun özelleşmiş koşullar altında gerçekleştiğini ifade etmiştir (Porter, 1990; Neven ve Droge, 2001; Bulu, Eraslan ve şahin, 2004). Elmas şeklinde tasarımlanan model ile bir ülkenin, firmanın veya organizasyonun rekabet avantajını etkileyen dört ana faktör belirlenmiştir. Bu temel değişkenler elmasın köşelerini oluşturan girdi koşulları, firma stratejisi ve rekabet yapısı, talep koşulları, ilgili ve destekleyici kuruluşlardır. Devlet ise bu dört faktörü dışardan etkileyen bir başka değişken olarak modelde yer almaktadır. Rekabet avantajını belirleyen elmas modeli bir sistem ortaya çıkarmakta, bu nedenle temel değişkenler tek tek değil, birlikte rekabet avantajlarını belirlemektedirler. Diğer bir deyişle, modelin dört köşesinde yer alan faktörler birbirlerini etkilemektedirler. Dolayısıyla sistem dinamik bir yapı kazanmaktadır (Bulu, Eraslan ve Kaya, 2006; Bulu, Karataş ve Eraslan, 2007). Devletin dışsal bir etken olarak dört faktör üzerinde etkisi bulunmaktadır. Dolayısıyla modelde on iki yönde içsel etkileşim bağlantısı bulunurken

dört tane de dışsal etki bağlantısı bulunmaktadır. Bu etkileşim bağlantılarının birbirlerine ve modelin bütününe etki derecesi bölgeden bölgeye, firmadan firmaya değişiklik göstermektedir. Elmas modeli bir faktörün diğer üç faktör tarafından nasıl etkilendiğini açıklayarak, ülkelerin, sektörlerin rekabetçilik pozisyonlarını belirlemede kullanılmaktadır (Bulu, Eraslan ve Kaya, 2006; Öz ve Pamuksuz, 2003).

Araştırmada birincil ve ikincil araştırma yöntemi kullanılmıştır. Birincil araştırma yöntemi olarak nitel araştırma (*qualitative research*) tekniğine müracaat edilmiştir. Birincil veri toplama tekniği olarak derinlemesine mülakat, odak grup tartışmaları, anket ve arama toplantısı yöntemleri gerçekleştirilmiştir.

- Derinlemesine Mülakat Yöntemi

Derinlemesine mülakat yöntemi; sektörde faaliyet gösteren işletmele sahip ve/veya yöneticilerine ve sektördeki kanaat önderlerine literatür taraması ile elde edilen bulgular ışığında sorular yöneltilerek gerçekleştirilmiştir. Yönlendirici olmaktan kaçınmak ve görüşmecinin yönlendirici ve eksik bilgi vermesine yol açmamak için mülakatlar sohbet havasında ve soru yanıt şeklinde gerçekleştirilmiştir. Toplam 42 kişi ile yapılan her bir görüşme yaklaşık 1 saat sürmüştür ve tüm görüşmeler 15 gün içinde tamamlanmıştır

- Tam Yapılı Yüz Yüze Anket Yöntemi

Elmas modelinin her bir ana ve alt değişkenlerinin değerlendirilmesi tam yapılı bir anket yöntemi ile gerçekleştirilmiştir. Anket, il dahilinde faaliyet gösteren sektörün tüm oyuncularına (*kamu, yerel yönetim, bilgi üreten kurum, STK'ları, girişimciler, tedarikçiler vs.*) uygulanmıştır. Toplam 150 anketin uygulandığı denekler ile anket yüz yüze yapılmış ve geri dönüşüm oranı %100 olarak gerçekleştirilmiştir.

- Odak Grup Toplantıları Yöntemi

Sektörün gelişmesi için belirleyici rol oynayacağı düşünülen (1) özel sektör yöneticileri, (2) girişimciler, (3) İl yöneticileri, Belediye Başkanları, (4) basın temsilcileri, (5) öğretim görevlileri, (6) sektörle ilgili orta öğrenim kurumları öğretmen

ve yöneticileri, ve (7) sektöre yönelik Sivil Toplum Kuruluşları temsilcileri ile odak grup toplantıları yapılmıştır.

- Arama Toplantısı Yöntemi

Yukarıda belirtilen yöntemlere ilave olarak, sektörün tüm oyuncularının katıldığı bir arama toplantısı yapılmıştır. Bu toplantıda, Model'in değişkenlerini ölçen sorular tartışmaya açılmıştır.

Bolu İli Turizm Sektörünün Elmas Modeli İle Analizi

Aşağıdaki modelde de gösterildiği gibi, toplanan veriler ışığında değerlendirilen Bolu ili turizm sektörünün uluslararası rekabetçilik düzeyinin *orta* seviyede olduğu görülmektedir.

[Şekil 2'yi buraya yerleştiriniz]

Girdi Koşulları

Girdi koşulları, doğal kaynaklar, stratejik konum, tarihi eserler ve müzelerin durumu, kaplıca kaynaklarının durumu, bilgi ve insan kaynaklarının seviyesi, çevre ve mekânsal yapı ve ulaşım alyapısının durumu gibi alt değişkenlerden oluşmaktadır.

- Doğal Kaynaklar (+)

Bolu ili, coğrafik durum, su kaynakları, orman alanları, flora zenginliği ve tarihi eserler açısından turizm sektörüne konu olabilecek birçok değer ihtiva etmektedir. İlin doğal zenginlikleri envanteri içerisinde Abant, Yedigöller, Gölcük, Sünnet gölleriyle birlikte toplam 14 göl, gölet, irili ufaklı 48 suni gölet, 320 yayla, 3 tabiatı koruma alanı, 7 orman içi dinlenme alanı, 4 yaban hayatı koruma sahası bulunmaktadır. Bolu ilinde tescil edilerek, koruma altına alınmış 42 adet arkeolojik sit, 2 adet kentsel sit ve 3 adet doğal sit olmak üzere toplam 47 adet sit alanı bulunmaktadır. İlde 5 adet askeri yapı, 8 adet doğal anıt, 5 adet idari yapı, 93 adet dini-kültürel yapı ve 353 adet de sivil mimari örneği olmak üzere toplam 464 adet tescilli yapı mevcuttur. Bolu'nun topraklarının yarısından fazlası ormanlarla kaplıdır. İl yüzölçümünün %59'una tekabül eden orman alanları toplam 487.859 ha'dır. Bu alanın 452.001 ha. kuru, 34.821 ha. baltalık ormanlardan oluşmaktadır. Bolu, Türkiye'nin flora zenginliğinde önemli yeri olan

bölgelerinden biridir. Bolu bitki varlığında (Düzce dâhil) 882 tür bulunmaktadır. Bolu'nun yüzey şekillerinde dağlar, platolar ve ovalar önemli yer tutmaktadır. Bolu'nun topraklarının yüzey şekillerine göre %62'sini dağlar, %29'unu platolar ve %9'unu ovalar oluşturmaktadır. İlde güneybatı- kuzeydoğu istikametinde, Bolu Dağları, Abant Dağları; Bolu'nun kuzeyinde Sünnice Dağları, Çele Doruğu (1.980 m.); Gerede'nin kuzeyinde Arkot ve Göl Dağları vardır. En güneyde ilk iki sıradan daha yüksek olan ve genel olarak Köroğlu Dağları adı verilen volkanik dağlar uzanmaktadır. Bolu'nun güneyindeki uzantısına Seben Dağları, Mudurnu civarındaki dağlara ise Ardıç Dağları adı verilmektedir. Bu dağlar turizm faaliyetleri için elverişli olmakla beraber, halihazırda bu bölgelerdeki turizm potansiyelleri değerlendirilmektedir.

Bolu ilinde bulunan dağlar arasında geniş düzlükler boyunca yer alan platolar ilin yüzölçümünün %29'unu oluşturmaktadır. Aladağ, Gerede, Esentepe, Sarıalan ve Seben ildeki önemli yaylalardır. Yaylalar, hayvancılık alanında olduğu gibi turizm ve rekreasyon alanlarında da ilin önemli bir potansiyel alanı olarak görülmektedir. Kamp imkânlarının da olduğu başlıca yaylalar, Aladağ yaylaları (*Değirmenözü, Sarıalan, Gölcük, Ardıçtepe ve Üstyaka yaylalarıdır*), At Yaylası, Gerede Yaylaları, Kıbrısçık Yaylaları (*Köroğlu Dağları'nın güney yamaçlarındaki düzlük alanlarda bulunurlar. Belen, Karaköy, Kökez, Bölücekkaya, Karadoğan ve 1825 m. yükseklikte bulunan Devevira en önemli yaylalardandır*) Mengen Yaylaları (*Mengen ilçesinin doğusunda yer almaktadır. Başlıca yaylalar; Sarıklı, Soğucak, Mile, Sepetçiler, Çelebioğlu ve Çiftçatak yaylalarıdır*) Mudurnu Yaylaları (*Mudurnu ilçesinin kuzeyi ve Abant Gölü güneyinde yer almaktadır. Dedeler, Alpağut, Dodurga ve Dağ yolu yaylaları en önemlileridir*) Göynük Yaylaları, 1000–1500 m. arasında bir şeritte sıralanmış yaylalar olarak ön plana çıkmaktadır. Yaylaların en önemlileri Karabey ve Kaşıkçı yaylalarıdır. Seben Yaylaları, Kiraz Dağı çevresinde toplanmış, ortalama 1400 m. yükseklikte olan yaylalardır. Bu yaylaların en önemlileri Gerenözü ve Kızık yaylalarıdır. Kızık Yaylası, Yayladaki evler, değişik mimarisıyla dikkati çekmektedir (BTSO, 2007).

Batı Karadeniz bölgesinde Bolu ilinin kuzeyinde Zonguldak ilinin güneyinde yer alan *Yedigöller Milli Park'*ına Ankara-İstanbul karayolunun 152. km'sinden Yeniçağa ve 190 km'sindeki Bolu ilinden kuzeye ayrılan yollarla ulaşılmaktadır. Batı Karadeniz Bölgesinin oldukça engebeli bir yöresinde bulunan Milli Parkta heyelanın oluşturduğu göller *Orman Denizini* andıran zengin bitki örtüsü göllerde yaşayan alabalıklar ve bu

değerlerin yarattığı rekreasyon kullanım potansiyeli için ana kaynakları oluşturmaktadırlar. *Abant Gölü Tabiat Parkı*'na ise Batı Karadeniz Bölgesinde Bolu ili merkez ilçesi sınırları içerisinde yer alan Abant Gölü Tabiat parkına, Ankara- İstanbul E-5 karayolunun 203. km.sinden Ömerler Madensuyu sapağından ayrılan 22 km.lik yol ile ulaşılmaktadır. Tektonik menşeli Abant Gölü ve çevresindeki bitki zenginliği ayrıca büyük bir açık hava rekreasyon potansiyeline sahip bulunması nedeniyle yörenin 1.150 hektarlık bölümü, 1988 yılında Tabiat Parkı olarak ayrılmıştır (BTSO, 2007).

Özetlemek gerekirse, Bolu'nun ormanları, gölleri, yaylaları ve kuş gözlem alanlarını içinde barındıran dokusu bozulmamış doğal güzellikleri, doğa turları ve *flora-fauna (bitki örtüsü ve hayvan varlığı) turizmi* organizasyonları için çok önemli bir potansiyel arz etmektedir.

- Stratejik Konum (+)

Türkiye yüzölçümünün %1,05'lik bölümünü kaplayan Bolu ili, 8.294 km² (829.400 ha.) yüzölçümü ile Karadeniz Bölgesi'nin Batı Karadeniz bölümünde yer almaktadır. Doğu-Batı uzunluğu yaklaşık 186 km.'dir. Bolu ili 31 derece 37 dakika doğu boylamı ve 40 derece 44 dakika enleminde yer almaktadır. İl sınırları, batısında Düzce ve Sakarya, güneybatısında Bilecik ve Eskişehir, güney ve güneydoğusunda Ankara, doğusunda Çankırı, kuzeyinde ise Zonguldak ve Karabük illeri ile çevrelenmiştir. Türkiye'nin en büyük şehri olan İstanbul ve başkenti olan Ankara arasındaki karayolu ulaşımını sağlayan D-100 (E-80) karayolu üzerinde yer alan Bolu, Ankara'ya 191 km., İstanbul'a ise 262 km. mesafe uzaklıktadır. TEM otoyolu da il merkezinin kuzeyinden geçmektedir. Şehrin bu coğrafi konumu önemli bir lojistik avantajı sunmaktadır. Ulaşım yollarına yakınlığı ve çevresindeki illerdeki nüfus yoğunluğunun yüksek olması, ilin turizm sektöründeki rekabetçilik gücüne olumlu katkıda bulunmaktadır.

- Tarihi Eserler ve Müzelerin Durumu (-/+)

Arkeolojik verilere göre Bolu ovasındaki ilk yerleşim M.Ö. 3000'e kadar uzanmaktadır. Şehir merkezindeki tepelerde kurulmuş olan Bithynium- Claudiopolis şehrinin tarihi ise 1978 yılında Hisar-tepe kazısında ortaya çıkan bulgulara göre, M.Ö. 7. yüzyıla kadar gitmektedir. Çeşitli yıllarda yapılan kazılarda bulunan parçalar ve eserler

halen Bolu Müzesi'nde bulunmaktadır. Bolu Müzesi'nde arkeolojik, etnografik toplam 14.566 adet eser çeşitli bölümlerde sergilenmektedir. Bolu ve çevresine, Bithynialılar'dan sonra sırasıyla Romalılar, Bizanslılar, Selçuklular ve Osmanlılar hâkim olmuşlardır. Selçuklu ve Osmanlı dönemi eserlerinin de halen ayakta ve kullanılabilir durumda olduğu bölgede, sadece tabiatın ve coğrafyanın cömertçe sunduğu güzellikler açısından değil, kültür turizmi açısından da bölgenin kullanmaya müsait bir potansiyeli sunmaktadır. Bolu'da Osmanlı Devleti döneminden kalma birçok mimari eser de bulunmaktadır. Büyük Camii (*Yıldırım Beyazıt Camii*), Kadı Camii, Saraçhane Camii, İmaret Camii, Ilıca Camii, Süleyman Paşa Camii, Yıldırım Camii, Kanunî Camii, Yukarı Tekke Camii, Eskiçağa Yıldırım Camii görülmeye değer eserlerdendir. Ayrıca il genelinde Türk medeniyetinin sembollerinden olan tarihi hamamlar da yer almaktadır. Yıldırım Beyazıt tarafından yaptırılan Orta Hamam, 16. yüzyılda Tavil Mehmet Paşa tarafından yaptırılan Tabaklar Hamamı, 16. yüzyılda Sokullu Mehmet Paşa tarafından yaptırılan Sultan Hamamı, 1335'li yıllarda Gazi Süleyman Paşa tarafından yaptırılan Göynük ilçesinde yer alan Süleyman Paşa Hamamı ve Mudurnu ilçesinde bulunan Yıldırım Beyazıt Hamamı turizme katkı sağlayan önemli mimari eserler olarak göze çarpmaktadır (BTSO, 2007).

Ayrıca Göynük ve Mudurnu ilçelerinde yer alan evler kentsel sit alanları olarak ilan edilmiştir. Bu iki ilçede otantik mimarinin en tipik örnekleri yer almaktadır ve mevcut durumda iki ilçenin turizmine en büyük katkıyı sağlamaktadır. Bolu İli'nde mevcut tarihi eserler, ve koruma altına alınan tarihi evler, Turizm Bakanlığının son yıllarda Mudurnu ve Göynük ilçelerinde uyguladığı projeler ile restore edilmeye başlanmış ve kültür turizmi kapsamında turist çekmeye başlamıştır. Ancak restorasyon çalışmalarının maddi külfeti yüzünden Bakanlık kaynakları tüm eserlerin ortaya çıkarılması için kafi gelmemektedir.

- İnanç Turizmine Yönelik Varlıklar (-/+)

Bilindiği gibi inanç turizmi yüz yıllardır önemini koruyan bir alandır. Bolu ilinde yer alan Tokad-i Hayreddin Türbesi, Akşemseddin Türbesi, Ömer Sekkin Türbesi, Aşağı Tekke Türbesi, Ümmi Kemal Türbesi, Kasım Dede Türbesi, Babahızır Türbesi ildeki inanç turizmine konu olan bölgeler arasındadır. Özellikle her yıl Mayıs

ayında Göynük'te düzenlenen Akşemsettin'i Anma Günleri'nde ilçe kapasitesinin üzerinde miktarda ziyaretçi ağırlamaktadır.

- Kaplıca Kaynaklarının Durumu (+)

Bolu ili yeraltı suları açısından da zengin bir ildir ve bu da ildeki sağlık turizmi için önemli bir potansiyel oluşturmaktadır. Karacasu, Mudurnu Babas ve Sarot, Seben Kesenözü-Pavlu, Göynük Çatak Kaplıcaları Bolu'nun sağlık turizm potansiyelinin önemli bir parçasını oluşturmaktadır.

- Bilgi ve İnsan Kaynaklarının Seviyesi (-/+)

Bolu ili turizm sektöründe çalışacak yeterli ölçüde ve nitelikte önemli bir iş gücü potansiyeline sahiptir. Hizmet sektörünün vazgeçilmez kaynağı olan genç ve dinamik nüfus, ildeki turizm sektörü için önemli bir rekabet avantajı oluşturmaktadır. Fakat Türk toplumunda turizm sektöründe kariyer yapmak prestijli bir iş olarak görülmemektedir. Buna bağlı olarak, turizmin meslek olarak seçilmesinde ciddi bir rekabet ortamı yoktur ve nitelikli iş gücünün bu alana yöneltilmesi zor olmaktadır.

- Çevre ve Mekânsal Yapı (-/+)

Bolu'da çevresel kirlilik düzeyi yüksek değildir. İldeki hava kirliliğinin temel nedenleri ısınma amaçlı yakıtlardan çıkan baca gazları ile motorlu taşıt araçları egzoz gazlarıdır. Ciddi bir sanayi atığı olmadığı için ildeki hava temizdir. Fakat Bolu'da bazı bölgelerde su kirliliği gözlemlenmektedir. Kirlenmeye en fazla maruz kalan akarsular Merkez ilçeden geçen Büyüksu çayı ile, Gerede ilçesinden geçen Gerede çayıdır. Büyüksu çayının kirlilik yükünde genelde evsel nitelikli maddeler ile gıda sektöründen gelen organik maddeler ağırlık taşımaktadır. Gerede çayı'nın karakteristik kirlilik yükü ise Gerede'deki deri sanayisinden gelmektedir (Tatar, 2004: 57-58). Öte yandan, merkez ilçenin doğu ve batı yakasından toplanan atık su ϕ 1.000 mm. çapında iki ana kollektör ile Büyüksu'ya deşarj edilmektedir. Halen tüm açık yolların kanalizasyon şebekesi tamamlanmıştır. Şebekeye kimi yerler kot farkı nedeni ile bağlanamamaktadır. Merkez ilçenin henüz kanalizasyon arıtma sistemi bulunmamaktadır. Ayrıca, Gerede ve Yeniçağa ilçelerinden başka hiçbir ilçede, kanalizasyon arıtma sistemi

bulunmamaktadır. Atık sular ilçe merkezlerine yakın akar suya deşarj edilmektedir (Yüçetürk, 2004: 98).

Bunun yanı sıra Bolu'da -il merkezi dışında- katı atık depo alanlarının hepsi düzensiz niteliktedir; hiç birinin yer seçiminde yönetmelikte öngörülen jeolojik, topografik, hidrolojik ve meteorolojik kriterler dikkate alınmamıştır. Çoğu yerde de katı atık depo alanlarının yerleşim merkezlerine uzaklıkları olması gerekenden daha kısadır. Son yıllarda sayıları oldukça artan kanatlı hayvan yetiştirme kümeslerinin atıklarının bertaraf edilmesinde de aynı düzensizlik egemendir ve bu da çevre sorunlarını artırmaktadır (Tatar, 2004: 59). İldeki iki akarsuyun kirlenmesi ve kanatlı hayvan yetiştiriciliğinden kaynaklanan atıkların birikmesi turizm sektörü için ciddi engel teşkil etmektedir.

- Ulaşım Altyapısının Durumu (-/+)

Bolu iline en yakın uluslar arası havalimanları ise Ankara ve İstanbul'da bulunmaktadır. Bolu'nun uluslararası turizmden pay alması için bu havalimanlarını kullanması gerekmektedir; fakat turistlerin havalimanından bölgeye transferi hem zaman almakta; hem de maliyeti artırmaktadır. Bu faktör ilin turizmdeki rekabet gücünü düşürmektedir. Bolu'ya çalışan belli başlı iki tane şehirlerarası otobüs firması vardır. İl'e sefer yapan iki otobüs firması otobüslerinin yoldaki birçok noktada durması ile İstanbul-Bolu yolculuğu 7 saati bulmaktadır. Özet olarak Bolu'ya doğrudan seferler düzenleyen otobüs seferleri yoktur ve Bolu Taşımacılığı rekabete açık değildir. İstanbul-Ankara arasındaki karayolu ulaşımının Bolu'dan geçmesi, kendi imkanlarıyla bölgeye gelen turistlerin ve turizm şirketlerinin ulaşımını kolaylaştırmaktadır. İl içindeki yol ağı da son yıllardaki çalışmalarla beraber nitelik kazanmıştır ve turizm sektörünün rekabet avantajı kazanmasına olumlu olarak yansımıştır. Ancak, planlanmış yönlendirme levhaları ve sinyalizasyon sisteminin olmayışı sektör açısından önemli bir eksiklik olarak görülmektedir (BTSO, 2007).

Talep Koşulları

Talep koşulları, gelen turist sayısının durumu, alternatif turizm ürünleri, ve iç talebin durumu gibi alt değişkenlerden oluşmaktadır.

- Gelen Turist Sayısının Durumu (-/+)

Türkiye'ye ve Bolu'ya gelen yabancı turist sayısı yıllara göre sürekli artmaktadır. Örneğin 2000 yılında Bolu'ya gelen turist sayısı 16.000 civarında iken 2005 yılında bu oran nerede ise ikiye katlanarak 30.000'e yükselmiştir (BTSO, 2007). Ancak bu rakam turizmde gelişmiş diğer ülkelerin şehirleri ile kıyaslandığında çok küçük bir rakam olduğu ortaya çıkmaktadır. Öte yandan, Bolu İli'nin özellikle yaz aylarında sunduğu *serinlik, yeşillik, su* adı altında kavramsallaştırılabilecek turistik ürünler göz önüne alındığında Ortadoğu ülkelerinden gelebilecek talebin İle çekilebilmesi için ciddi bir çalışmanın yapılmamış olduğu göze çarpmaktadır.

[Tablo 1'i buraya yerleştiriniz]

- Alternatif Turizm Ürünleri (+)

Türkiye'ye gelen turistlerin gelişleri aylara göre dalgalanma göstermektedir. Yaz aylarında gelen turist sayısı, kış aylarında gelen turist sayısının yaklaşık 5 katı kadardır. Bunun en temel nedeni, gelen yabancı turistlerin büyük bir kısmının *deniz-kum-güneş* turizmi için geliyor olmasıdır. Aynı zamanda, yerli turistler de tatil için seçimini yaz aylarında kullanmaktadırlar. Yaz mevsimi dışında kalan aylarda da turizm sektörü için canlılık sağlanması gerekmektedir. Bolu, alternatif turizm ürünlerinden 6 farklı çeşidini [(*Spor Turizmi (kış sporları, doğa sporları, pasif tabanlı sporlar)*), (*Sağlık Turizmi (termal turizm)*), (*Kültür ve Tarih Turizmi*), (*Gastronomi Turizmi*), (*Kongre ve Toplantı Turizmi*), (*Doğa Turizmi (çadır turizmi, yayla turizmi, dinlenme turizmi)*)] bünyesinde barındırmakta ve önemli bir potansiyel teşkil etmektedir. Bu, ülkemize gelen turist sayısının tüm yıla yayılmasını sağlamaktadır. Diğer bir deyişle kent, hem kış hem de yaz sezonuna yönelik talebi karşılayacak turizm ürünlerine sahiptir.

- İç Talebin Durumu (-/+)

Türkiye'de turizm iç talebi yeterli seviyeye ulaşmış değildir. Genel ekonomik durumla bağlantılı olan iç talep, ekonominin düzelmesiyle büyümesini hızlandırmıştır. İç talebin artışını etkileyen bir diğer faktör de yurt için hava taşımacılığının gelişmesidir. Ancak, ülkemizin turizm alışkanlığı (iç talep) da mevsimsellik göstermektedir. Yaz ayları genellikle tercih edilen dönemlerdir. TÜRSAB'ın 2004 yılı

için yaptığı bir araştırmaya göre yerli turistlerin %39'u *deniz-kum-güneş* seyahatlerini tercih etmektedir. Bu durum, bölgelere yönelik genel talebi de etkilemektedir. Nitekim, iç talebin en yüksek olduğu bölge geleneksel turizmin yoğun olarak icra edildiği Akdeniz %39'luk bir oran ile birinci sırada yer almaktadır. Ege Bölgesi %26'lık iç taleple ikinci, Marmara Bölgesi %12'lik iç taleple 3. sırada yer almaktadır. Bu bölgeleri sırasıyla, İç Anadolu %9, Karadeniz %7, Güneydoğu Anadolu %4 ve Doğu Anadolu %3 izlemektedir (TÜRSAB, 2004). Ancak, bölge olarak düşük iç talep oranına sahip Bolu ili, diğer illere oranla önemli bir iç talep çekmektedir.

İlgili ve Destekleyici Kuruluşlar

İlgili ve destekleyici kuruluşlar ana değişkenini, konaklama tesislerinin durumu, yeme-içme tesislerinin durumu, Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Orta Öğrenim Kurumları, Sivil Toplum kuruluşlarını faaliyetleri, alışveriş mekanlarının durumu, kent güvenliğinin durumu, turist rehberliği hizmetleri, seyahat acentesi ve tur operatörü hizmetleri, yerel yönetimler, kamu yönetimi hizmetleri, Ar-Ge kurum ve/veya kuruluşları, ve kontrol ve sertifikasyon gibi alt değişkenlerden oluşmaktadır.

- **Konaklama Tesislerinin Durumu (-/+)**

Bolu İli'nde Kültür ve Turizm Bakanlığı İşletme Belgeli 14 tesiste 3.151, Mahalli İdare Belgeli 44 tesiste 2.230, Yatırım Belgesi ile faaliyette bulunan 1 kampingde 102 olmak üzere toplam 59 tesiste 5.483 turizm yatak kapasitesi bulunmaktadır. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı'ndan yatırım belgeli 4 tesis tamamlandığında ilave olarak 366 yatak kapasitesi daha kazanılmış olacaktır. Mevcut turizm yatak kapasitesinin kullanılma oranı %35 dolayındadır. Öte yandan, nitelikli talebe yönelik kapasite yetersiz kalmaktadır (BTSO, 2007).

- **Yeme-İçme Tesislerinin Durumu (-)**

Bolu ilinde uluslararası standartlarda faaliyet gösteren çok az sayıda restoran bulunmaktadır. Ancak, Mengen ilçesi ülke genelinde aşçıları ile öne çıkan bir bölge olarak tanınmaktadır. Diğer bir deyişle gastronomi turizmi açısından il önemli bir rekabet avantajına sahiptir. Gastronomi sektörüne yönelik bilgi üreten kurumlar ve sivil

toplum kuruluşları etkin bir şekilde çalışmaktadır. Ancak, tüm çalışmaların sektörün kurumsallaşması açısından yetersiz kaldığı belirtilmektedir.

- Abant İzzet Baysal Üniversitesi (+)

Abant İzzet Baysal Üniversitesi kent dahilinde faaliyet gösteren ve sektöre önemli destek sağlayan bir kurum olarak dikkat çekmektedir. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Beden Eğitimi ve Spor Yüksek Okulu, Bolu Sağlık Yüksekokulu, Kemal Demir Fizik Tedavi ve Rehabilitasyon Yüksek Okulu, Bolu Meslek Yüksek Okulu-Turizm Bölümü, Mengen Meslek Yüksek Okulu-Aşçılık Programı, Abant İzzet Baysal Üniversitesinin turizm sektörüne doğrudan ve dolaylı olarak destek verdiği fakülteler ve bölümler olarak hizmet vermektedir.

1997/98 öğretim yılında Abant İzzet Baysal Üniversitesi Mengen Meslek Yüksekokulu Aşçılık Programı eğitim-öğretime başlamış, 2002/2003 öğretim yılından itibaren programın adı Turizm ve Otel İşletmeciliği programı olarak değişerek devam etmiştir. Bolu Meslek Yüksekokulu İktisadi İdari Programlar Bölümü içinde yer alan Turizm Programında 1984/85 öğretim yılından beri eğitim öğretim sürdürülmektedir. Sağlık Turizminde önemli bir rol oynayacağı görülen AİBÜ Kemal Demir Fizik Tedavi ve Rehabilitasyon Yüksekokulu, 2006 Mart'ında önemli bir aktiviteye imza atarak Avrupa Fizyoterapide Mezuniyet Sonrası Eğitim Birliği (ENPHE) üyelerinin geleneksel eğitim toplantısını, İstanbul'da düzenlemiştir. Özellikle, Türkiye'deki Fizyoterapi eğitiminde klinik uygulamalar dalında önemli bir isim olma ve yetiştirdiği öğrencileri ile okulunu farklı bir statüye yükseltme konusunda çalışmalar yürütülmektedir. Okul bölgedeki genelde sağlık ve termal, özelde fizik tedavi turizminin lokomotifini göstermektedir (BTSO, 2007). A.İ.B.Ü. Beden Eğitimi ve Spor Yüksek Okulu (BESYO) Gölköy Kampüsü'nde yer almakta olup, bina içinde kütüphane, ders salonları, laboratuvar, modern soyunma odaları, sauna, öğrenci kantini, idari ve öğretim elemanları ofisleri bulunmaktadır. Ayrıca, açık oyun alanları olarak, 3 çim mini futbol, 1 basketbol ve 1 voleybol alanı ve Gölköy çevresinde BESYO ve bazı kuruluşların (DSİ, Çevre Koruma Vakfı ve Belediye) işbirliği ile yapılmış olan yürüyüş ve egzersiz parkuru vardır. Gölköy kampusu Kültür merkezinde ise, Halk oyunları ve Dans derslerinde kullanılan bir dans salonu mevcuttur. Mevcut tesislere ek olarak, 1500

m²'lik oyun alanı 4 dersane, ağırlık ve kondisyon merkezi, folklor ve dans salonu içeren 3'üncü spor salonunun yapımı devam etmektedir. Ayrıca Gököy Gölü sırtlarında tartan pistli, açık spor tesisleri yapımı kararı alınmıştır. Okulun, spor turizminde, özellikle de kayak ve doğa sporları turizminde aktif rol oynayabilecek büyük bir potansiyele sahip olduğu vurgulanmaktadır. Ancak, AİBÜ'ne bağlı gastronomi enstitüsü ve İİBF'ne bağlı 4 lisans düzeyinde eğitim verecek bir bölümün eksikliği bulunmaktadır.

- Orta Öğrenim Kurumları (-/+)

İl genelinde doğrudan sektöre yönelik olarak Turizm Endüstri Meslek Lisesi hizmet vermektedir. Ayrıca, Anadolu Aşçılık Meslek Lisesi Mengen ilçesinde 1985/86 öğretim yılından beri 430 öğrenci kontenjanı ile eğitim yapmaktadır. 2002/2003 öğretim yılı başında bu lisenin adı Aşçılar Anadolu Otelcilik ve Turizm Meslek Lisesi olarak değiştirilmiştir. Okulun mezunları sınavsız geçişle Meslek Yüksek Okulu'nda iki yıllık ön lisans eğitimine geçebilme şansına sahiptir.

- Sivil Toplum Kuruluşlarının Faaliyetleri (-/+)

Kent sınırlarında turizm sektörüne yönelik olarak sivil toplum kuruluşları (*Bolu Sportif Havacılık ve Doğa Sporları Derneği, Mengen Aşçılık ve Turizm Derneği*) bulunmaktadır. Ancak, bazı sivil toplum kuruluşlarının pek etkin çalışmamaktadır. Öte yandan, Bolu Ticaret ve Sanayi Odası (BTSO) sektöre yönelik önemli sayılabilecek çalışmalar yapmaktadır.

Özellikle BTSO, sektörün rekabet gücünün artırılması, bu vesile ile, bölgesel kalkınmanın sağlanması için Valilik ile birlikte kümelenme analiz ve kümelenme geliştirme çalışmalarına başlamış, bu bağlamda il konseyi ve çalışma komisyonları kurularak kalkınmaya yönelik tespit edilen projeler uygulanmaya koyulmuştur.

- Alışveriş Mekânlarının Durumu (-)

Uluslararası turizme açık, yani tursitlerin istifade edebilecekleri alışveriş merkezi veya mekanı konumunda il dahilinde entegre bir tesis bulunmamaktadır.

- Şehirde Güvenliğin (Asayiş) Durumu (+)

Turizm sektöründe asayiş yani güvenlik son derece önem arz etmektedir. Bölgede önemli sayılabilecek asayiş problemi bulunmamaktadır. Şehir içinde güvenliği sağlamak polis gücü'nün sorumluluğunda olup, teşkilat olarak İçişleri Bakanlığı'na bağlı olarak çalışmaktadır. Ancak, kent dahilinde görev yapan polisin yeterli düzeyde yabancı dil bilmemesi, yabancı turistlerin polise başvurduğunda zorluk yaşamasına neden olmaktadır. Öte yandan, özel güvenlik hizmetleri de gelişmemiştir.

- Turist Rehberliği Hizmetleri (-)

Trekking turları için şehir dışından gelen turlar kendi rehberlerini kullanmakta ve bölgede doğa sporları açısından rehberlik yapacak kurumlar bulunmamaktadır. Yeni kurulan Doğa Sporları Derneği bu konuda faaliyetlerine başlamıştır. Yakın zamanda oluşmaya başlayan ve nitelik kazanan bu hizmetlerin şehirdeki durumu uluslararası düzeye ulaşamamıştır. Ayrıca kent merkezi ve/veya dışında Turizm Enformasyon Ofisi de bulunmamaktadır.

- Seyahat Acentesi ve Tur Operatörü Hizmetleri (-)

Bolu'da ulusal ve uluslararası ölçekte faaliyette bulunan seyahat acentası ve tur operatörü faaliyet göstermemektedir. Yani sektörün önemli bir oyuncusu eksiktir.

- Yerel Yönetimin Sektöre Bakış Açısı (-)

Özellikle Bolu Belediyesi'nin sektör için yapacağı çok şey vardır. Fakat sektöre yeterince ilgi gösterilmemektedir. Belediye hizmetleri arasında yer alan, sinyalizasyon, yönlendirme levhaları, turistik alanlara yönelik şehrin temizliği, turistik alanların çevre düzenlemesinin yapılması gibi işler eksik kalmaktadır. Ayrıca, yerel yönetimin sektöre yönelik stratejik planlamaları mevcut değildir.

- Kamu Yönetimi Hizmetleri (+)

Bolu Valiliği'nin bölgeye yönelik bir çok faaliyetinin olduğu ifade edilmektedir. Örneğin, Karacasu termal bölgesinde bulunan, geçen yıl yaptırılan sondajla debisi arttırılan ve bugüne kadar sadece bölgedeki İl Özel İdaresi'ne bağlı tesislerde kullanıma sunulan termal suyu, Sağlık ve Turizm Bakanlıklarının aradığı şartları taşıması kaydıyla

bölgede yatırım yapacak özel sektör yatırımcısının kullanımına bedeli karşılığında açmak için girişimlere başlamıştır.

İlde oldukça geniş bir alanda foto safari turları düzenleyebilme olanağı vardır. Bu imkânı değerlendiren Bolu Valiliği İl Turizm Müdürlüğü 2003 ve 2005 yılında Jeep Foto Safari adı altında ülkenin önde gelen fotoğrafçı ve basın mensuplarına yönelik doğa turları düzenlemiştir. Ulusal basında geniş bir şekilde yer bulan bu turlar bölgenin markalaşma sürecine katkı sağlamıştır.

Bolu Valiliği İl Özel İdaresi olarak Karacasu Kaplıcalarında yeni bir kaplıca külliyesi kurulması için çalışmalara hız vermiştir. Bu kompleks içinde beş yıldızlı bir otel, spor tesisleri ve hatta Fizik Tedavi ve Rehabilitasyon Hastanesi de tasarlanmaktadır. Yine, İl Özel İdaresi Karacasu Kaplıcası'na yakın bir alanda bir başka Fizik Tedavi ve Rehabilitasyon Hastanesi için Abant İzzet Baysal Üniversitesi'ne yer tahsis etmiştir. İnşaat İzzet Baysal Vakfı tarafından gerçekleştirileceği belirtilmektedir. Bu alandaki çalışma AİBÜ- Fizik Tedavi ve Rehabilitasyon Meslek Yüksek Okulu ile birlikte sürdürülmesi planlanmaktadır. Valilik kaynakları yine av turizmi konusunda aktif roller ifa etmektedir. Örneğin hızla gelişmeye başlayan av turizmi ile her ay 20'ye yakın grup ağırlandırmaktadır.

Valilik, sektörün rekabet gücünün artırılması, bu vesile ile, bölgesel kalkınmanın sağlanması için BTO ile birlikte kümelenme analiz ve kümelenme geliştirme çalışmalarına başlamış, bu bağlamda il konseyi ve çalışma komisyonları kurularak kalkınmaya yönelik tespit edilen projeler uygulanmaya koyulmuştur.

- Ar-Ge Kurum ve/veya Kuruluşları (-)

Araştırma denilince burada üzerinde durmak istediğimiz husus bilimsel araştırmalardır. Bir amaca yönelik belirli aşamalar içerisinde ve bir yöntem dahilinde yapılan çalışmalara araştırma adı verilir. Düzenli, dikkatli ve belirli aşamalar içerisinde ve bir yöntem dahilinde yapılan bilimsel çalışmalar araştırmaya tipik örnek teşkil eder (Arıkan, 2004: 25). Bolu ili sınırlarında sektöre yönelik nitelikli bir Ar-Ge kurum ve/veya kuruluş faaliyet göstermemektedir.

- Kontrol- Sertifikasyon Kuruluşları ve Belgelendirme (-)

Sertifikasyon ve kontrol işletmenin karşılayacağı minimum kalite standartlarını içermektedir. Belgelendirme, ürün, hizmet ve süreçler için kalite sürekliliği sağlamakta olup, ürün dizaynından, üretim sürecinden, satış sonrası hizmetlere kadar tüm süreçlerde kalite kontrol sistemlerine odaklanmayı gerektir; ve bu işlemler genellikle kontrol ve sertifikasyon kuruluşları tarafından yerine getirilir.

İl düzeyinde yasal olarak Valilik bünyesinde otel ve yeme-içme tesislerini denetleyen bir kurum olmasına rağmen, kurumun çalışmaları yetersiz kalmaktadır. Öte yandan, sektör oyuncularının hizmet kalitesini yükseltsek sertifikasyon kurumları eksikliğide bulunmaktadır.

Firma Stratejisi ve Rekabet Yapısı

Firma stratejisi ve rekabet yapısı koşullarını, firma stratejisi, markalaşma ve iletişim yönetimi, yabancı tur operatörleri ile işbirliği, konaklama işletmelerinin yapısı, sektör oyuncuları arasında işbirliği ve güven ve kapasite kullanım oranı gibi alt değişkenler oluşturmaktadır.

- Firma Stratejisi (-)

Maliyet temelli strateji sektör oyuncularının (işletme) büyük oranda tercih ettiği strateji olarak ön plana çıkmaktadır. Buna mukabil çok az işletme farklılaştırma stratejisini uygulamaya çalışmaktadır.

Sektörde özelleşmiş turizm ürünü olmaması bütün oyuncuların aynı alanda rekabet etmesine yol açmaktadır. Sayı bazlı rekabete neden olan bu durum, sektördeki rekabeti sadece fiyat rekabetine dönüştürmüştür. Turizm sektöründe paket turların payının artması bu eğilimin bir sonucu olup, şiddetli rekabet uzun vadede sektöre zarar vereceği tahmin edilmektedir. Şirketler günü kurtarmaya çalışırken, geleceğe yönelik planlar yapacak zaman bulamamaktadır; bu nedenle, sektör oyuncuları uzun vadeli stratejiler geliştirememektedir.

- Markalaşma ve İletişim Yönetimi (-)

Markalaşma ve imaj ve iletişim yönetimi uzun ve sabır gerektiren bir faaliyet olup, sektörün sürdürülebilir rekabet avantajı kazanmasında son derece önem

arzettmektedir. Bolu ili bazı ürünlerde markalaşmış olmasına rağmen uluslararası düzeyde bu yetersiz kalmaktadır. Bu bağlamda sektör, BTO öncülüğünde kapsamlı bir markalaşma stratejisi yapmalı ve profesyonel iletişim uzmanları ile işbirliğine gitmelidir. Ayrıca, önemli destinasyonlara sahip olan kent, ürün temelinde markalaşma stratejisi izlemlidir.

- Yabancı Tur Operatörleriyle İş Birliği (-)

Bolu'daki firmalar ile yabancı seyahat acenteleri ve tur operatörleri arasında önemli bir bağ bulunmamaktadır. Bu sebeple Bolu'daki turizm sektörünün müşterileri üzerinde herhangi bir kontrolü olmamakta, şirketler müşterilerini tanıyamamakta ve müşterilere kaynağında nasıl ulaşacaklarını bilememektedirler.

- Konaklama İşletmelerinin Yönetim Yapısı (-/+)

Bolu ilinde, turizm endüstrisinin en önemli oyuncusu olarak kabul edilen ve sektörün bir çeşit *fabrikası* olarak addedilen konaklama işletmeleri hem profesyonel hem de firma sahipleri tarafından yönetilmektedir.

- Sektör Oyuncuları Arasında İşbirliği ve Güven (-)

Tüm sektörlerde olduğu gibi, turizm sektöründe de oyuncular arasında olması gereken iletişim ve güven son derece önem arzettmektedir. Bolu ili dahilinde faaliyet gösteren oyuncular arasında iletişimin orta düzeyde olduğu tespit edilmiştir.

- Kapasite Kullanım Oranı (-)

Tüm sezon dikkate alındığında, Bolu ili'de faaliyet gösteren konaklama işletmelerinin kapasite kullanım oranı %35 civarında gerçekleştirilmektedir. Bu oran diğer gelişmiş ülkeler ile kıyaslandığı zaman oldukça düşük bir düzeydedir.

Devlet

Devlet, yerel yönetimin sektöre bakış açısı, Kültür ve Turizm Bakanlığı hizmetleri, yatırım teşvikleri ve yasal mevzuat gibi alt değişkenlerden oluşmaktadır.

- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Hizmetleri (-/+)

İyi bir pazarlama stratejisinin olmayışı, sahadan verilerin toplanmaması, sektörle ilgili bilgilerin üretilmemesi Bakanlığın eksik olan stratejileri arasında gösterilmektedir. Tarihi yapıların ve bölgelerin düzenlenmesi, müzelerin bakımı gibi hizmetler de yeterince gelişmemiş durumdadır.

Bununla birlikte, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığının bölgeye yönelik çalışmaları bulunmaktadır. Örneğin, Trabzon'dan başlayarak Edirne'ye kadar devam eden tarihi İpek Yolu *Gerede –Bolu– Mudurnu* istikametinden geçmektedir. Bakanlıkça İpek Yolu turizminin canlandırılması amacıyla son yıllarda Mudurnu ve Göynük İlçelerinde tanıtım çalışmaları yapılmış, çeşitli yenileme çalışmalarına destek verilmiştir.

- Yatırım Teşvikleri (-)

Devlet birçok sektör için olduğu gibi turizm sektörü için de yatırım teşvikleri vermektedir. Turizm sektöründe istihdam ortaya çıkarmak bir çok sektöre göre daha ucuzdur. Turizm sektöründe bir kişilik istihdam oluşturmak için ortalama 53.750 dolarlık yatırıma ihtiyaç duyulurken bu rakam imalat sanayinde 85.500 dolardır (Dünya Gazetesi, 2006). Yani turizm sektörünün iş imkanı sağlaması imalat sanayine göre %37 daha ucuza mal olmaktadır. Hazine Müsteşarlığı'ndan alınan verilere göre turizm, toplam yatırım teşvikleri arasında ulaştırma ve dokuma-tekstil sektörlerinden sonra en çok pay alan sektördür (Hazine Müsteşarlığı, 2007). Ancak, Bolu ili, turizm teşviki almayan iller arasında yer almaktadır.

- Yasal Mevzuat (-)

Yürürlükte olan Orman ve Mera Kanunları nedeni ile Bolu ili sınırlarında turizm sektörüne yönelik altyapı ve üstyapı yatırımlarına oldukça önemli bir kısıtlama getirilmiştir.

Sonuç Ve Öneriler

Bacasız endüstri olarak da tanımlanan Türk turizm sektörü önemli rekabet avantajı kaynaklarına sahip olup son yıllarda önemli gelişmeler kaydetmiştir. Ülkemizin sahip olduğu stratejik konum, elverişli iklim, uygun coğrafi yapı, doğal kaynaklar, genç

ve dinamik nüfus, kültürel ve tarihsel miras bu gelişmede oldukça önemli etken olmuştur. Son yıllarda büyük atılım göstererek ülkemizin en önemli sektörlerinden birisi haline gelen turizm faaliyetleri hemen hemen yurdumuzun tüm bölgelerinde görülmektedir. Diğer bir deyişle, kıyı bölgelerinde icra edilen geleneksel turizme paralel olarak alternatif turizm sektörü potansiyelini de değerlendirilmeye başlanmıştır. Bolu ili, kent olarak alternatif turizm çeşitlerinin büyük bir kısmını bünyesinde barındıran önemli turizm destinasyonlarından birisi olarak ön plana çıkmıştır. Bu bağlamda kent, yaklaşık olarak 20 çeşit alternatif turizm faaliyetini bünyesinde barındırmaktadır. Özellikle spor turizmi kapsamında kayak ve futbol turizmi, sağlık turizmi kapsamında termal turizm, doğa turizmi kapsamında dinlence turizmi öne çıkan faaliyet kollarıdır. Diğer bir deyişle, Bolu bölgesi, tüm turizm ürünleri ile tipik alternatif turizm faaliyetlerine ev sahipliği yapmaktadır.

Elmas modeli kullanılarak yapılan Bolu ili turizm sektörünün (*alternatif turizm*) rekabetçilik analizi sonucu, sektörün *orta* seviyede bir rekabetçilik gücüne sahip olduğu tesbit edilmiştir. Sektörün Değer Zincirini (*Value Chain*) oluşturan temel ve alt değişkenler tek tek uluslararası kıyaslamaya tabi tutularak derecelendirilmiş, zincirin eksik ve/veya zayıf halkalarının tamamlanması ve/veya güçlendirilmesi için aşağıda yer alan öneriler sunulmuştur.

Sektörü girdisini oluşturan doğal kaynakların zenginliği önemli bir rekabet avantajı sunarken, nitelikli konaklama işletmelerinin yetersizliği ve bölgenin her tarafında etkin bir şekilde faaliyette bulunmaması önemli bir eksiklik olarak görülmektedir. Bu bağlamda, bölgede konaklama işletmeleri buna bağlı olarak yeme-içme tesislerinin sayısı artırılmalı, nitelikli (*belgeli*) konaklama işletmeleri tüm bölgede faaliyette bulunmalıdır.

Sektöre yönelik iç talep tüm yıla yaygınlaştırılmalı, uluslararası talep bağlamında özellikle Arap ülkelerinde yaşayan müşteri kitlesi bölgeye çekilmelidir. Kent, bu coğrafyada yaşayan kültüre yönelik önemli potansiyelini değerlendirmelidir. Ayrıca, Avrupa Birliği'ne üye ülkelere yönelik olarak *geriatri* turizmini geliştirmelidir.

Alternatif turizmin hemen bütün çeşitlerini bünyesinde barındırmasına rağmen, turizmde olan talepteki mevsimsellik en önemli sorunlardan biri olarak görülmektedir ki bu durum kaynak kullanımında verimsizlik getirmekte ve birim maliyetleri yükseltmekte, yani, kapasite kullanım oranını düşürmektedir. Bazı aylarda kapasite kullanımını en üst seviyede ulaşılmakta bazı aylarda ise bu talep bazen beşte bir düşmektedir. Bu problemin aşılmasında pazarlama stratejileri kapsamında pazarın ve ürünlerin çeşitlendirilmesi yönünde çalışmalar yapılmalı ve talep dengesizliği düzenli hale getirilmelidir.

Kent, genç ve dinamik bir nüfus potansiyeline sahip olmasına rağmen, sektör bazen nitelikli ve tecrübeli eleman sıkıntısı çekmektedir.. İşgücünün hem sayısal hem de niteliksel düzeyinin yükseltilmesi için, insan kaynaklarına yatırım yapılmalı hizmet içi eğitimler artırılmalı, bu konuda ulusal ve uluslararası kuruluşlar ile işbirliğine gidilmelidir. Ayrıca meslek liselerinin ve üniversitelerin ilgili bölümleri ile sektörün koordinasyon içinde bulunmasının, eğitim görmekte olan insan potansiyelinin sektöre en üst seviyede fayda sağlayacak şekilde yetiştirilmesi sağlanmalıdır.

Sektöre yönelik sivil toplum kuruluşlarının sayısı artırılmalı; hem var olanlar hem de yeni kurulacak olan bu tür kurumların faaliyetleri etkin hale getirilmelidir.

İl dahilinde turizm sektörüne yönelik (turizm ürünleri satan) alışveriş mekanları ile turistlerin diğer ihtiyaçların karşılayacak organize bir alışveriş bölgesi ve/veya yeri bulunmamaktadır. Kent merkezinde, sektörün bu yönünü tamamlayacak bir alışveriş merkezi yerel ve merkezi idarenin öncülüğünde açılmalıdır.

Turist rehberliği hizmetleri geliştirilmeli, kent merkezinde ve çevre yoluna yakın bir bölgede Turizm Enformasyon Ofisi açılmalıdır. Bolu Valiliği ve yerel yönetim bu konuda öncülük etmelidir.

Kent düzeyinde faaliyet gösteren kontrol ve sertifikasyon kurumları etkin hale getirilmeli, ayrıca sektör, daha yüksek standartları temel alan bir ortak bir kurumu faaliyet geçirmelidir.

İl genelinde, özellikle kültür ve tarih turizmine yönelik Ar-Ge kurumu oluşturulmalı ve faaliyet geçirilmelidir.

Hemen hemen aynı rekabet stratejisi izleyen sektörün ana oyuncularını farklılaştırma stratejisini yaygınlaştırmalı ve aralarındaki iletişim artırılmalıdır. Ulusal ve uluslararası turizm faaliyetleri yakından takip edilmeli, sektör oyuncuları sık sık bir araya gelip sektörün gelişimine yönelik ortak stratejiler üretmelidirler.

Sektöre yönelik kamu hizmetleri daha etkin hale getirilmeli, sektörün önünü tıkayan ve gelişimini önemli ölçüde etkileyen yasal düzenlemeleri (*Mera ve Orman Kanunu*) yapmalıdır.

İl genelinde turizme yönelik sektörü yönlendirecek ve sektörün rekabet stratejilerini tasarlayacak bir konsey kurulmalıdır. Nitekim, BTO ve Bolu Valiliği gerekli çalışmaları başlatmıştır. Artık hükümetin de ekonomik kalkınma programı şekline giren *kümelene* yaklaşımı benimsenmiştir. Bu bağlamda, kümelene çalışmaları kesintisiz olarak devam ettirilmelidir.

Kaynakça

Bolu Ticaret ve Sanayi Odası (BTO), (2007). *Bolu İli Turizm Sektörü Kümelene Çalışması Analiz Raporu*, BTO Yayınları, BTO, Bolu.

Bulu, M., Eraslan, İ.H. ve Şahin, Ö. (2004), 'Elmas (Diamond) Modeli İle Ankara Bilişim Kümelene Rekabet Analizi', *3. Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi*, 25-26 Kasım 2004, Eskişehir.

Bulu, M., Eraslan, İ.H. ve Kaya, H. (2006), 'Türk Elektronik Sektörünün Rekabetçilik Analizi', *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı 9, Yıl 5, Bahar.

Bulu, M., Karataş, A., ve Eraslan, İ.H., (2007), 'The Analysis of International Competitiveness Level of Turkish Leather Industry', *III. International Strategic Management Conference*, 21-23 June, 2007, Antalya.

Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığı (DPT), (2006), 'Dokuzuncu Kalkınma Planı (2007- 2013)', Turizm Özel İhtisas Komisyonu Raporu, 24 Ocak, Ankara.

Dünya Gazetesi, (2007). *Sektörel Rapor Ekleri*.

Kozak, N., Kozak, M.A., ve Kozak, M., (2000), '*Genel Turizm*', Eda Matbaası, Ankara.

Mowforth, M. ve Munt, I. (1998), '*Tourism and Sustainability*', London, Routledge.

Neven, D. ve Droge, C.L.M., (2001), 'A Diamond for the Poor? Assessing Porter's Diamond Model for the Analysis of Agro-Food Clusters in the Developing Countries', *Proceedings of the 11th Annual World Food and Agribusiness Forum and Symposium*, 25-28 June 2001, Australia.

Öz Ö. Ve Pamuksuz M.K. (2003), 'Understanding Competitiveness: The Case Of The Turkish White Goods Industry', *European Applied Business Research Conference*, Venice, Italy.

Porter, M.E., (1990), '*The Competitive Advantage of Nations*', The MacMillan Press Ltd., London and Basingstoke.

Reiser, D. (2003), '*Globalisation: An Old Phenomenon that Needs to be Rediscovered for Tourism?*', Tourism and Hospitality Research.

Sarıçay, N.Y. (2007), 'Sektörel Araştırma Raporu', *Ar-Ge Bülten*, İzmir Ticaret Odası Yayınları.

Sezgin, O.M. (1995), '*Genel Turizm*', Tütibay, Ankara.

Sirel, B. (1987), '*Berdan Nehri (Tarsus Çayı) Yukarı Havzası'nın Yayla Turizmi Açısından Kullanımı Üzerine bir Araştırma*', Yayınlanmamış Doktora Tezi, Çukurova Üniversitesi, Adana.

Tatar, Y., (2004), '*Bolu İl Gelişme Planı: Çevre ve Mekansal Yapı*', Devlet Planlama Teşkilatı (DPT) Yayını.

Touristik Union International (TUI), (2006), '*Yıllık Raporlar ve Bültenler*', Alıntı: http://www.tui.com/landingpage/landingpage_En.htm

Tribe, J. (1997), '*Corporate Strategy for Tourism*', International Thomson Business Press, Boston, MA.

Tunç, A. ve Saç, F. (1998), '*Genel turizm*', Detay Yayıncılık, Ankara.

Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (TÜRSAB), (2004), '*Araştırma Raporu*', TÜRSAB Ar-Ge Birimi, Alıntı: <http://www.tursab.org.tr/content/turkish/istatistikler/#Turizmin%20ekonomideki>

World Tourism Organization (WTO), (2006), '*Tourism Market Trends*', 2006 Edition.


World Tourism Organization (WTO), (2007), World Tourism Barometer. Alıntı: <http://www.unwto.org/index.php>

World Travel and Tourism Council (WTTC), (2006), '*Travel & Tourism Economic Research*'.

Yüçetürk, E.E., (2004), '*Bolu İl Gelişme Planı: Teknik Altyapı*', Devlet Planlama Teşkilatı (DPT) Yayını, Ankara.

ÖZGEÇMİŞLER

| | |
|--|--|
|  | <p>Melih Bulu, lisans öğrenimini 1992 yılında Orta Doğu Teknik Üniversitesi Endüstri Mühendisliği Bölümü'nde, Yüksek Lisans ve Doktora öğrenimlerini ise Boğaziçi Üniversitesi İşletme Bölümü'nde tamamladı. Çalışma hayatında gerek profesyonel gerek girişimci olarak birçok üretim ve servis firmasında değişik seviyelerde görev alan Dr. Bulu, şu anda Uluslararası Rekabet Araştırmaları Kurumu'nun (URAK) Genel Koordinatörlüğünü yürütmektedir. URAK Genel Koordinatörü olarak Türkiye'nin küresel rekabet gücünün artırılması konusundaki ulusal, yerel ve sektörel bazda strateji ağırlıklı çalışmalara destek sağlamakta, bunun yanında yarı zamanlı olarak İstanbul Ticaret Üniversitesi ve Kültür Üniversitesi İşletme Yüksek Lisans Programlarında İşletmelerde Oyun Teorisi dersini vermektedir.</p> |
|--|--|

| | |
|---|---|
|  | <p>İ. Hakkı ERASLAN 1993 yılında İnönü Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü'nden mezun oldu. 1995 yılında YÖK bursu ile gittiği Coventry Üniversitesinde Yükseksek Lisans yaptı. Eraslan halen Boğaziçi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde Rekabet Stratejileri konusunda doktora yapmaktadır. Akademik ilgi alanı stratejik yönetim ve rekabet stratejileridir.</p> |
|---|---|

Şekil 1: Turizm Sektörünün Sınıflandırılması (Amaçlarına Göre)

TURİZM SEKTÖRÜ

Alternatif Turizm

Spor Turizmi

Doğa Sporları Turizmi

| | |
|--------------------------|-------------------------|
| Dağcılık Spor Turizmi | Trekking Spor Turizmi |
| Hiking Spor Turizmi | Atlı Spor Turizmi |
| Bisiklet Spor Turizmi | Atlayış Spor Turizmi |
| Golf Spor Turizmi | Çim Kayağı Spor Turizmi |
| Oryantiring Spor Turizmi | Paintball Spor Turizmi |
| Yamaç Paraşütü Turizmi | Avcılık Spor Turizmi |
| Mağaracılık Spor Turizmi | |

Kış Sporları Turizmi

| | |
|------------------------|-------------------------|
| Kayak Spor Turizmi | Buz Pateni Spor Turizmi |
| Snowboard Spor Turizmi | Buz Hokeyi Spor Turizmi |

Su Sporları Turizmi

| | |
|--------------------------|---------------------------|
| Akarsu Spor Turizmi | Sualtı Dalış Spor Turizmi |
| Su Kayağı Spor Turizmi | Sörf Spor Turizmi |
| Yelkencilik Spor Turizmi | Su Topu Spor Turizmi |
| Yüzme Spor Turizmi | Kanoculuk Spor Turizmi |

Pasif Tabanlı Spor

| | |
|--------------------------|-----------------------|
| Futbol Spor Turizmi | Nostalji Spor Turizmi |
| Turnuva Sporları Turizmi | |

Sağlık Turizmi

Termal Turizm

| | |
|-----------------|-------------------------|
| Balneaoterapi | İnhalasyon uygulamaları |
| İçme Kürleri | Peloidterapi |
| Klimaterapi | Hidroterapi |
| Fizik Tedavi ve | Medikal Tedavi |
| Spa | Wellness |
| Talassoterapi | |

Geriatric Turizm

Medikal Turizm

Gastronomi Turizmi

İnanç Turizmi

Doğa Turizmi

- Çadır ve Karavan Turizmi
- Yayla Turizmi
- Ekoturizm
- Dinlence Turizmi

Eğlence Turizmi

Kültür ve Tarih Turizmi

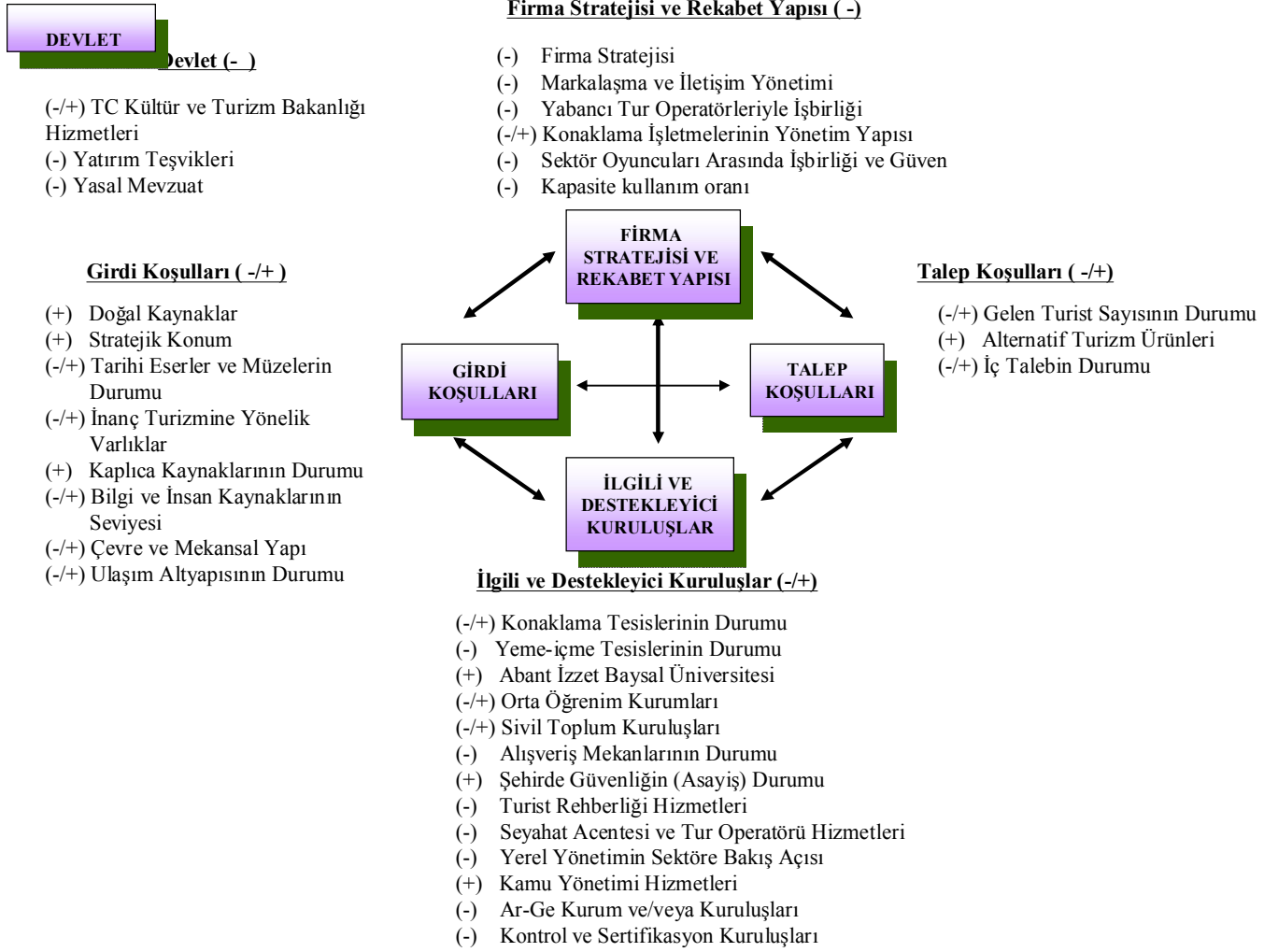
İş ve Alışveriş Turizmi

Kongre ve Toplantı Turizmi

Liman ve Sahil Turizmi

Geleneksel Turizm

Şekil 2: Bolu İli Turizm Sektörü Rekabetçilik Analizi (Orta)



Tablo 1: Turist Sayısı ve Turizm Gelirine Göre Dünya Turizm Endüstrisi (2006)

| Dünya Turizminde Turist Sayısına Göre İlk 10 (2006) | | | Dünya Turizminde Turizm Gelirine Göre İlk 10 (2006) | | |
|---|-----------|------------------------|---|------------|--------------------|
| Sıra | Ülke | Turist Sayısı (Milyon) | Sıra | Ülke | Gelir (Milyar USD) |
| 1 | Fransa | 79.1 | 1 | ABD | 85.7 |
| 2 | İspanya | 58.5 | 2 | İspanya | 51.1 |
| 3 | ABD | 51.1 | 3 | Fransa | 46.3 |
| 4 | Çin | 49.6 | 4 | İtalya | 38.1 |
| 5 | İtalya | 41.1 | 5 | Çin | 33.9 |
| 6 | İngiltere | 30.1 | 6 | İngiltere | 33.5 |
| 7 | Almanya | 23.6 | 7 | Almanya | 32.8 |
| 8 | Meksika | 21.4 | 8 | Avustralya | 17.8 |
| 9 | Avusturya | 20.3 | 9 | Türkiye | 16.9 |
| 10 | Rusya | 20.2 | 10 | Avusturya | 16.7 |

Kaynak: WTO, 2007.