



FIRAT ÜNİVERSİTESİ

# SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ

## Journal of Social Sciences

p-ISSN:1300-9702 e-ISSN: 2149-3243



## TURİST REHBERLERİ GÖZÜNDEN İZNIK TURİZMİNİN SWOT ANALİZİ

### *The SWOT Analysis of Tourism of İznik from Tourist Guides Perspective*

Ayşen ACUN KÖKSALANLAR<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Dr. Öğr. Üyesi, Bursa Uludağ Üniversitesi, İznik Meslek Yüksekokulu, Bursa, aysenacun@uludag.edu.tr, orcid.org/ 0000-0002-9551-0702

*Araştırma Makalesi/Research Article*

#### Makale Bilgisi

Geliş/Received:  
01.10.2023  
Kabul/Accepted:  
13.01.2024

#### DOI:

10.18069/firatsbed.1369386

#### Anahtar Kelimeler

İznik, SWOT Analizi,  
Turist Rehberi, İznik  
Turizmi

#### Keywords

İznik, SWOT Analysis,  
Tourist Guide, İznik  
Tourism

#### ÖZ

Tarih öncesi dönemlerden beri önemli bir yerleşim yeri olan İznik tarih, kültür ve turizm kentidir. Dört medeniyete başkentlik yapmış olması, Hristiyanlık için önemli iki konsilin burada toplanmış olması, Selçuklu ve Osmanlı izlerini taşıması nedeni ile İznik turizm açısından değerlidir. Sahip olduğu bu mirası anlatacak ve tanıtacak olan kişiler ise turist rehberleridir. Bu nedenle bu çalışmada İznik turizminin SWOT analizi turist rehberlerinin gözünden değerlendirilmiştir. Turist rehberlerine İznik turizminin güçlü, zayıf yanları, fırsat ve tehditleri sorulmuştur. Ayrıca turist rehberlerine İznik'te hangi turizm türü geliştirilebilir ve İznik turizmi için çözüm önerileriniz nelerdir şeklinde iki soru daha yöneltilmiştir. Çalışmada nitel araştırma yöntemi kullanılarak 68 turist rehberi ile 1-30 Haziran 2023 tarihleri arasında telefon görüşmesi yapılmıştır. Görüşmelerin sonuçları MAXQDA 2022 programında içerik analizi yapılarak değerlendirilmiştir. Yapılan görüşmeler sonucunda İznik turizminin güçlü yanlarında birinci sırada "Tarihi" kodu, zayıf yanlarında ise birinci sırada "Fiziki Çevre Sıkıntısı" kodu gelmektedir. İznik turizminin fırsatlarında "İznik'te Tarihi Noktaların Birbirine Yakın Olması" birinci sırada gelirken, tehditlerinde ise "Kaçak Rehberler" ilk sırada yer almaktadır. Turist rehberleri İznik'te inanç turizminin geliştirilmesi gerektiğini belirtmişlerdir. Ayrıca reklam çalışmalarına ağırlık verilmesi gerektiği, İznik'e daha fazla tur düzenlenmesi gerektiği de araştırmanın diğer sonuçlarındandır.

#### ABSTRACT

İznik, an important settlement since prehistoric times, is a city of history, culture and tourism. İznik was valuable for tourism because it is the capital of four civilizations, two important councils for Christianity were held here and it bears Seljuk and Ottoman traces. The people who present and narrate this heritage are the tourist guides. This study, therefore, evaluated the SWOT analysis of İznik tourism from the tour guides' perspective. The tourist guides were interviewed about the strengths, weaknesses, opportunities and threats of İznik tourism. In addition, the tourist guides were asked two additional questions: "What kind of tourism can be developed in İznik?" and "What are your suggested solutions for tourism in İznik?" As part of the study, telephone interviews were conducted with 68 tourist guides using the qualitative research method between June 1 and June 30, 2023. The results of the interviews were content analyzed in the MAXQDA 2022 program. As a result of the interviews, the code "History" ranked first among the strengths of İznik tourism, and the code "Physical environmental problems" ranked first among the weaknesses. Among the opportunities of İznik tourism, "proximity of historical points in İznik" ranks first, while "illegal tour guides" ranks first among the threats. The tour guides stated that faith tourism should be developed in İznik. In addition, another result of the survey is that more emphasis should be placed on promotional activities and more tours to İznik should be organized.

**Atf/Citation:** Acun Köksalanlar, A. (2024). Turist Rehberleri Gözünden İznik Turizminin SWOT Analizi. *Firat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 34, 1, 187-200.

**Sorumlu yazar/Corresponding author:** Ayşen ACUN KÖKSALANLAR, aysenacun@uludag.edu.tr

## 1. Giriş

Helenistik, Roma, Bizans ve Osmanlı dönemine ait eserleri, bir döneme damga vurmuş çinileri ve gölü ile İznik kenti turizm açısından önemlidir. Bitinya kralı II. Prusias için yaptırdığı düşünülen anıt mezarı, 7. Ekümenik konsilin toplandığı Ayasofya'sı, günümüze gelebilen Osmanlı'nın ilk medresesi olan Süleyman Paşa Medresesi, kitabesi mevcut en eski Osmanlı eseri olan Hacı Özbek Cami'si, çini fırınları kazı alanı, firuze ve lacivert renkli minaresi ile Yeşil Cami'si, günümüzde müze olarak kullanılan ters t planlı Nilüfer Hatun İmaret, farklı dönemlerde inşa edilen surları, dört kapısı, 10 bin kişilik Roma Dönemi tiyatrosu, hamam yapıları, türbeleri, Arkeoloji müzesi ve Bazilikası ile İznik zengin bir kültürel mirasa sahiptir. İznik'in sahip olduğu bu mirası turistlere anlatacak, tanıttak ve daha çok turisti çekecek olan kişiler turist rehberleridir. Bu nedenle bu çalışmada turist rehberlerinin İznik turizmi ile ilgili düşüncelerinin neler olduğunun belirlenmesi amaçlanmıştır. Turist rehberleri gözüyle İznik turizminin SWOT analizinin değerlendirilmesinin İznik turizminin gelişmesi için önemli olduğu düşünülmektedir.

### 1.1. İznik'in Tarihi ve İznik Turizmi ile ilgili Çalışmalar

Günümüze gelebilen en eski ismi Helikore (bağı bahçesi bol) olan İznik kenti Roma, Bizans, Selçuklu ve Osmanlı dönemlerinde önemli bir rol oynamıştır. Kent MÖ 316 yılında Büyük İskender'in komutanlarından Antigonos tarafından ele geçirilerek Antigonosun şehri anlamına gelen Antigoneia adını almıştır. Daha sonra İskender'in komutanlarından Antigonos ve Lysimakhos arasında İpsos savaşı gerçekleşmiş ve Antigonos yenilmiştir. Böylece MÖ 301 yılında kent Lysimakhos'un eline geçmiş ve karısının adına ithafen Nikaia olarak anılmaya başlamıştır. Daha sonra yapılan Kurupedion Savaşında Lysimakhos'un ölmesi ve ardından Seleukos'un öldürülmesi bu kentin Bitinya Krallığı'na bağlanmasında önemli etken olmuştur. Bu dönemde Nikaia önemli bir kent konumuna gelerek bir süre sonra krallığın merkezi olmuş, önemli mimari yapılar yapılmış, adına altın sikkeler basılmış ve tarihte Altın Şehir unvanı ile anılmıştır. Bitinya Krallığının hükümlerine yaklaşık 200 yıl sürmüştür ve daha sonrasında IV Nikomedes'in vasiyeti ile Roma'ya bağlanmıştır. Böylece kentte Roma Dönemi başlamış ve Romalı imparatorlardan Trajan ve Hadrianus gibi isimler kentte yapılar yaptırmıştır. MS 194 yılında kentin ismi Roma generalleri Niger ve Severus arasındaki savaşta geçmektedir. Nikaia savaşta Niger'in tarafını tuttuğu için Severus tarafından cezalandırılmıştır. MS 257-258 yıllarında Nikaia Gotlar tarafından yağmalanmıştır. Kentin surları oldukça zarar görmüş ve yeniden yapılmıştır. Helenistik dönem surları Pax Romana'nın sağladığı güvenlik nedeniyle önemsiz hale gelmiştir. Fakat bu saldırıdan sonra surların önemi anlaşılmış ve kent güçlü surlarla çevrilmiştir. MS 325 yılına gelindiğinde ise Nikaia tarihi günler yaşamıştır. İznik'te imparatorluk sarayında I. Constantinos'un ve Hıristiyanlık aleminin tüm piskoposlarının katıldığı bir konsil toplanmıştır. Bu konsilde İsa'nın Tanrı ile aynı özde olduğu görüşü benimsenmiş ve Paskalya bayramının kutlanacağı gün, piskoposların kutsanma törenleri ve kıdem sırası gibi bazı konularda kararlara varılmıştır. Nikaia'nın yaşadığı başka bir tarihi olay ise Valentinianus'un burada imparator ilan edilmesidir. MS 395 yılında Roma İmparatorluğu ikiye ayrılmış ve İznik Doğu Roma İmparatorluğu (Bizans) sınırları içinde kalmıştır. Bu dönemde de coğrafi konumu nedeniyle siyasi olayların merkezi haline gelmiştir. Özellikle Justinianus döneminde kentte önemli inşa faaliyetleri yürütülmüştür. 8. yüzyılda Arap saldırılarına maruz kalmış ve kent zarar görmüştür. 787 yılında kent tekrar tarihi günler yaşamış ve Nikaia'da Ayasofya'da İmparatoriçe ve çok sayıda din adamının katıldığı ikinci bir konsil toplanmıştır. Konsil sonucunda alınan karara göre ikona düşmanlığı ortadan kalkmış ve resim sevgisine dönüşmüştür. Kentin önemi nedeniyle tarih içinde çok fazla saldırıya uğramış, isyancıların ilk durağı olmuştur. Ayrıca çeşitli depremler yaşamış, yapılar yıkılmış ve tekrar inşa edilmiştir. 1075 yılına gelindiğinde Süleyman Şah siyasi taktiklerle kenti ele geçirmiş ve Selçuklu hâkimiyetini başlatmıştır. Böylece kent ilk Selçuklu başkenti olmuştur. Süleyman Şah'ın ölümünden sonra oğlu I. Kılıçarslan İznik'e gelerek yönetimi devralmıştır. Bu dönemde Haçlı seferleri ile uğraşmıştır. Kent bir dönem Haçlıların eline geçmiş daha sonra tekrar bir dönem Türklerin egemenliğine girmiştir. 1200'lü yıllarda Latinler İstanbul'u işgal etmiştir. Bunun üzerine imparator ve işgalden kaçanlar İznik'e gelmiştir. 1208 yılında I. Teodoros Laskaris İznik'te imparatorluğunu ilan etmiştir. Bu dönemde İznik'te çok sayıda önemli imar faaliyetleri gerçekleştirilmiştir. Daha sonraki dönemlerde kendi iç işleriyle uğraşan Bizans bölgede giderek güçlenen Osmanlı beyliğini fark etmemiştir. İznik kenti Osman Bey tarafından kuşatılmış ve 2 Mart 1331 yılında oğlu Orhan Gazi tarafından alınmıştır. Artık kentte Osmanlı hâkimiyeti başlamış ve kent erken dönem Osmanlı eserleri ile donatılmıştır. Bu dönemde

camiler, medreseler, imaretler yapılmıştır. Bu dönemde Davud-u Kayseri, Eşrefoğlu Rumi gibi birçok bilim adamı bir araya getirilmiştir. Ayrıca İznik kenti çini ve seramikleriyle dünyaca ün kazanmıştır. Salgın hastalıkların meydana gelmesi, imparatorluğun çökmesi İznik'in eski önemini kaybetmesine neden olmuştur. 1920 yılında Yunan işgali sırasında pek çok yapı yakılmış ve hasar görmüştür. 1935 yılında kenti Atatürk ziyaret etmiştir. 1950'li yıllardan sonra günümüzdeki İznik oluşmaya başlamış ve yeniden canlanmıştır. (Yalman, 1998; Eyice, 1988; Yalduz, 2003; Şahin, 2004; İnalçık, 2004; Chadwick, 2004; Ermiş, 2009; Altun, 2012; Darcan, 2013; Batır, 2014).

İznik'te kurulan bu medeniyetlerden günümüze pek çok eser gelmiştir. Bitinya Kralı II. Prusias anısına dikilen Berber Kaya Anıt Mezarı Helenistik döneme tarihlenen tek yapıdır (Kültür ve Turizm Bakanlığı Tanıtım Broşürü, 2011; Çalışkan, 2019). Düz bir alanda tonozlu galeriler ile oturma sırası elde edilen iki örnekten biri olan Roma Tiyatrosu MS 2. yüzyılda İmparator Traianus döneminde Bitinya Valisi olan Plinius tarafından inşa edilmiştir (Kardoruk, 2022). Kaynaklarda Konsil Kilisesi ve Büyük Kilise olarak anılan Ayasofya, II. İznik Konsili'nin toplandığı yerdir. Günümüzde cami olarak kullanılan yapının ilk yapım tarihi tam olarak belirlenememiştir. İznik Gölü'nün 20 metre açığında hava fotoğraflama çalışmaları sırasında bulunan Bazilika Aziz Neophytos adına yapılmıştır. Amerika Arkeoloji Enstitüsü tarafından yayınlanan dergide 2014 yılının en önemli keşfi arasında gösterilmiştir. Kitabesi günümüze ulaşabilen en eski Osmanlı camisi olan Hacı Özbek Cami 1333 yılında inşa edilmiştir. Osmanlı dönemine ait diğer bir cami ise Yeşil Cami'dir. Adını minaresindeki çinilerden almıştır. Mimarı Hacı Musa olan cami Çandarlı Halil Hayreddin Paşa tarafından yaptırılmıştır. Nilüfer Hatun İmareti I. Murad'ın annesi Nilüfer Hatun anısına yaptırılmıştır. Günümüzde Türk İslam Eserleri Müzesi olarak hizmet veren yapı ters T planı ile yapılmıştır. Osmanlı'nın günümüze gelebilen ilk medresesi olan Süleyman Paşa Medresesi ise Orhan Gazi'nin büyük oğlu Süleyman Paşa tarafından yaptırılmıştır. Günümüzde çini ticaret merkezi olarak kullanılmaktadır. Bu yapılar dışında İznik'te çeşitli kilise kalıntıları, taş ocakları, Mahmut Çelebi Cami, Yakup Çelebi Cami, Şeyh Kutbettin Cami gibi önemli eserler de yer almaktadır. Ayrıca İznik'te çeşitli türbe, mezar, hamam yapıları da mevcuttur. İki dönemde yürütülen çini fırınları kazısı ile Milet işi, Şam işi gibi isimlerle adlandırılan çinilerin asıl üretim yerlerinin İznik olduğu anlaşılmıştır (Eyice, 1988; Yalman, 1998; Ünal, 1997; Ermiş, 2009; Şahin, 2004; Çalışkan, 2019; Yılmazyaşar, 2003; Usta, 2005; Bursa Turizm Portalı, 2024; İznik Belediyesi, 2024; Tanıtma Genel Müdürlüğü, 2024; İznik Kaymakamlığı, 2024).

İlgili literatür incelendiğinde İznik turizmi ile ilgili çeşitli çalışmalara rastlanmıştır. Ünal (1997), çalışmasında İznik'in turizm potansiyelini incelemiştir. Çalışmada İznik'in tarihi anlatılarak turizm kaynaklarından bahsedilmiştir. Ünal (1997), İznik'teki eserleri dönemlere göre ayırmış ve kente gelen turist sayılarını vermiştir. Usta (2005), inanç turizmi potansiyeli açısından İznik'in değerlendirildiği bir çalışma gerçekleştirmiştir. Çalışmada yerel halkın, yabancı turistlerin ve A grubu seyahat acentalarının inanç turizmine olan ilgileri belirlenmeye çalışılmıştır. Çalışmada İznik'in yabancı turistler tarafından ziyaret edilme nedenleri merak, uzmanlık-araştırma, boş zaman ve dini yaptırım gücü olarak belirlenmiştir. Acentaların ise konaklama ve talep yetersizliği nedeniyle İznik'e tur düzenlemedikleri tespit edilmiştir. İkinci (2014) tarafından yapılan çalışmada yavaş şehir felsefesi ve sürdürülebilir turizm gelişimi ve İznik incelenmiştir. Uysal (2018) İznik'te yaşayan kişilerin kültürel mirasın turizm amaçlı kullanılmasındaki görüşlerini tespit etmeye yönelik bir çalışma gerçekleştirmiştir. Uysal (2018) yaptığı çalışmada yerel halkın turizm ve kültürel mirasın turizm amaçlı kullanılmasında olumlu görüş belirttiğini belirlemiştir. Akpur ve Zengin (2019) yaptıkları çalışmada İznik gölü çevresindeki kamp karavan turizminin mevcut ve potansiyel durumunu incelemişlerdir. Çalışmada İznik Gölü çevresinde bulunan kamping tesis yöneticileri, Bursa İl Kültür Turizm Müdürlüğü yetkilisi ve Türkiye Kamp ve Karavan Derneği genel başkan yardımcısı ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler, daha önce yapılmış çalışmalar ve istatistikler doğrultusunda bir SWOT analizi gerçekleştirilmiştir. Bölgenin doğal güzellikleri, alternatif turizm çeşitliliği gibi maddeler güçlü yanlar arasında yer alırken, işletmeler ve kamu kurum ve kuruluşları arasındaki işbirliği eksikliği, tesislerin uluslararası standartta olmaması gibi özellikler zayıf yanlar arasında yer almıştır. Demirsoy (2019) yaptığı tez çalışmasında İznik ve yakın çevresinin turizm coğrafyasını incelemiştir. Solmaz ve Uyar Oğuz (2020)'un çalışmasında İznik ve Orhangazi'de yaşayan yerel halkın kırsal turizme bakış açıları tespit edilmeye çalışılmıştır. Çalışmada yerel halkın kırsal turizmin sosyal etkilerini nispeten olumsuz algılandığı sonucuna ulaşılmıştır. Soykök ve Taş (2021) İznik'teki kırsal turizm potansiyelini incelemişlerdir. Yapılan çalışma sonucunda İznik kırsalındaki kırsal turizm potansiyellerinin çok çeşitli ve oldukça zengin olduğu belirlenmiştir. Adamış (2022) İznik'in spor turizmine yönelik mevcut ve

potansiyel durumunu tespit etmeye yönelik bir çalışma gerçekleştirmiştir. Çalışmada İznik spor turizmine yönelik mevcut faaliyetler incelenmiş ve çeşitli öneriler sunulmuştur.

## 1.2. Turist Rehberliği

6326 sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu'na göre turist rehberliği hizmeti “*seyahat acentacılığı faaliyeti niteliğinde olmamak kaydıyla kişi veya grup hâlindeki yerli veya yabancı turistlerin gezi öncesinde seçmiş oldukları dil kullanılarak ülkenin kültür, turizm, tarih, çevre, doğa, sosyal veya benzeri değerleri ile varlıklarının kültür ve turizm politikaları doğrultusunda tanıtılarak gezdirilmesini veya seyahat acentaları tarafından düzenlenen turların gezi programının seyahat acentasının yazılı belgelerinde tanımladığı ve tüketiciye satıldığı şekilde yürütülüp acenta adına yönetilmesi*” şeklinde tanımlanmaktadır. Turist rehberi ise aynı kanun hükümleri uyarınca mesleğe kabul edilerek turist rehberliği hizmetini sunma hak ve yetkisine sahip olan gerçek kişiyi ifade etmektedir. Ayrıca aynı kanunda Çalışma kartı sahibi olup fiilen turist rehberliği hizmeti sunma hak ve yetkisine sahip rehberler eylemli turist rehberi; Ruhsatname sahibi olup çalışma kartı olmayan rehberler ise eylemsiz turist rehberi şeklinde tanımlanmıştır.

Turist rehberleri tur boyunca antik kent ve müzelerdeki eserlerin anlatımını yapan, anlatım yaparken görünenin ötesindeki anlam ve önemi anlatan, ön yargıları kıran kişilerdir. Ayrıca basit objelerin ne kadar değerli bir kültürel miras olduğunu turistlere aktaran kişilerdir (Yenipınar, 2019). Köroğlu (2013) turist rehberini “*turistlere seçtikleri dilde liderlik yapan, bulunduğu bölgenin kültürel ve doğal miraslarını onlara tercüme eden ve bulunduğu bölgenin uygun bir yönetimi tarafından kabul edilmiş donanımına sahip kişilerdir*” şeklinde tanımlarken Ulusoy Mutlu ve Avcıkurt (2023) ise turist rehberini “*turist rehberi olmak yalnızca öğrenen değil, öğreten; yalnızca anlayan değil, anlatan, turistlerin tur deneyimlerine tebessüm katabilen, turistlerin damağında tat bırakan gönüllü ülke elçileridir*” şeklinde tanımlamışlardır.

Turizm sektörünün en önemli paydaşı konumunda olan turist rehberleri, ülke tanıtımı, ülke imajı ve turistlerin memnuniyetleri üzerinde önemli rol oynamaktadır (Albuz, 2018; Düzgün, 2023). Turist rehberleri tanıttıkları bölgeyi temsil eden, bölgenin kültürünü ve mirasını aktaran, bölgenin detaylı tanıtılmasına yardımcı olan ve o bölgeye özgü ürünlerin satın alınmasını sağlayan kişilerdir. Bir bölgenin doğal ve tarihi güzelliklerini etkili ve verimli bir şekilde anlatan kişiler turist rehberleridir. Böylece tanıtımda, pazarlamada ve turizmin gelişiminde aktif rol oynamaktadırlar (Öter ve Sarıbaş, 2021). Turist rehberleri turizm elçisi rolü de üstlenmektedirler. Çünkü sürdürülebilir turizm çıkarlarını korumalarının yanı sıra turistlerle çok fazla vakit geçirmeleri nedeniyle yakın ilişki kurmaktadır (Türker ve Köksal, 2018). Ayrıca turist rehberleri kültür elçisi olarak o bölgeye gelenlere karşı yerli halkın kültürünü anlatır ve tanıtır (Şahin ve Özdemir, 2018).

Turist rehberlerinin böylesine önemli rollerinden dolayı onların bir bölgenin turizmi ile ilgili düşüncelerinin önemli olduğuna inanılmaktadır. İlgili literatür incelendiğinde turist rehberlerinin turistik bir destinasyon hakkındaki görüşlerinin belirlenmesi amacıyla çeşitli çalışmalar yapıldığı görülmektedir. Kaya, Küçükali ve Kızıllırmak (2019) turist rehberlerinin Doğu Karadeniz Bölgesi yayla turizmi turları kapsamında elde ettikleri deneyimleri incelemişlerdir. Yılmaz ve Atila (2021) Hattuşa'nın sahip olduğu çekicilikleri; rehberlerin Hattuşa ziyaretlerinde yaşadıkları olumsuzluklar ve alt yapı sorunları; rehberlere göre Hattuşa'nın nasıl tanıtılabileceği ve Hattuşa ile ilgili önerilerinin belirlenmesi için 13 rehberle görüşme yapmışlardır. Akyurt Kurnaz (2020) Bolu turizm potansiyelinin turist rehberlerin gözüyle değerlendirilmesi konulu bir çalışma gerçekleştirmiştir. Ayrıca bir bölgenin turizm açısından SWOT analizini belirlemeye yönelik pek çok çalışmaya (Birdir, Karakan ve Çolak, 2015; Yeşiltaş, Çeken ve Öztürk, 2009; Özgen, 2010; Ongun, Gövdere ve Çiçek, 2016; Gök ve Tuna, 2013; Temiz, Sağlık, Sağlık, Kelkit ve Bayrak, 2019; Akpınar ve Koç, 2023; Öztekin, 2021; Acar ve Avcıkurt, 2023; Şarkaya İçelloğlu, 2014; Yazıcı, Aslan ve Ankaya, 2017) rastlanmıştır. Fakat turist rehberleri gözünden İznik turizminin SWOT analizini içeren herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu nedenle çalışmanın alan yazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

## 2. Yöntem

Araştırmanın amacı İznik turizminin SWOT analizinin turist rehberleri gözünden değerlendirilmesidir. Çalışmayı gerçekleştirmek amacıyla nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Bu yöntemin tercih edilmesinin nedeni nitel araştırmanın incelediği probleme ilişkin sorgulayıcı, yorumlayıcı ve problemin doğal ortamındaki biçimini anlama uğraşı içinde olmasıdır. Bu yöntem ile daha önceden bilinen veya fark edilmemiş problemlerin

algılanmasına, probleme ilişkin doğal olguların gerçekçi bir şekilde ele alınmasına yönelik öznel-yorumlayıcı bir süreç geçirilmektedir (Baltacı, 2019).

Araştırmanın evrenini turist rehberleri oluşturmaktadır. Örneklemini ise İznik'e yakınlığından dolayı Bursa Bölgesel Turist Rehberleri Odası'na ve İstanbul Turist Rehberleri Odası'na üye ve İznik'te turlara çıkan turist rehberleri oluşturmaktadır. Örneklem yöntemi olarak ise ölçüt örnekleme yöntemi kullanılmıştır. İletişim bilgilerinden ulaşılarak araştırmaya katılmak isteyen ve İznik'te daha önce turlara çıkan 68 turist rehberi ile telefon görüşmesi yapılmıştır. Veri toplama aracı olarak, yarı-yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Görüşme formu soruları oluşturulduktan sonra turizm alanında uzman 2 kişiye görüş için gönderilmiştir. Uzman görüşü sonucunda görüşme formu nihai halini almıştır. Görüşmeler 1-30 Haziran 2023 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Görüşmelerde turist rehberlerinden elde edilen cevaplar MAXQDA 2022 analiz programına aktarılmış ve ulaşılan veriler içerik analizi ile incelenerek sıklık düzeylerine göre kodlar oluşturulmuştur. İçerik analizi, toplanan verilerin daha ayrıntılı incelenmesini ve bu verileri açıklayan kavram, kategori ve temalara ulaşılmasını gerektirir. İçerik analizinde, toplanan verilere odaklanılır; veri setinde sıklıkla tekrarlanan veya katılımcının yoğun vurgu yaptığı olay ve olgulardan kodlar çıkarılır. Kodlardan kategorilere ve kategorilerden de temalara gidilir. Kısaca birbirine benzediği ve birbiri ile ilişkisi olduğu tespit edilen veriler (kodlar) belirli kavramlar (kategoriler) ve temalar çerçevesinde bir araya getirilerek yorumlanır. İçerik analizinde katılımcıların görüşlerinin muhtevası sistematik bir şekilde ayrıştırılır (Baltacı, 2019). Bu analizde geçerlilik ve güvenilirlik kavramları iç ve dış geçerlilik iç ve dış güvenilirlik boyutlarında gerçekleştirilmelidir (Yıldırım ve Şimşek, 2013: 289-309). Bu çerçevede, bu araştırmada elde edilen veriler benzerlik ilişkileri açısından incelenmiş ve kodlanarak belirli temalar içerisinde bir araya getirilmiştir. Araştırmanın iç geçerliliği bulguların yorum yapılmadan doğrudan alıntı yoluyla verilmesi ile dış geçerliliği ise araştırma ve analiz sürecinin detaylı bir şekilde açıklanması ile sağlanmıştır. İç güvenilirliğin sağlanması amacıyla veriler tarafsız olarak yorumlanmış ve araştırmacı tarafından ayrı ayrı kodlanarak karşılaştırılmış ve tutarlılık sağlanmıştır. Dış güvenilirliğin sağlanması için ise elde edilen kodlamalar, temalar iki uzman tarafından doğrulanmıştır.

Araştırma için yapılan görüşmelerin 23 Aralık 2022 tarihinde Bursa Uludağ Üniversitesi Araştırma ve Yayın Etik Kurulunca 2022/11 oturumunda 64 karar sayısı ile etik olarak uygunluğuna karar verilmiştir. Görüşmelerde turist rehberlerinin eğitim düzeyi, yaşı, ruhsatname tipi ve ruhsatname dili sorulduktan sonra aşağıdaki sorular sorulmuştur:

- İznik turizminin güçlü yönleri nelerdir? İznik turizminin olumlu yönleri nelerdir? Tur sırasında yaşadığınız kolaylıklar nelerdir?
- İznik turizminin zayıf yönleri nelerdir? İznik turizminin olumsuz yönleri nelerdir? Tur sırasında yaşadığınız zorluklar nelerdir?
- İznik turizminin fırsatları nelerdir?
- İznik turizminin tehditleri nelerdir?
- İznik'te hangi turizm türleri gerçekleştirilebilir?
- İznik turizminin gelişmesi için önerileriniz nelerdir?
- İznik turizminin gelişmesi için turist rehberleri neler yapabilir?

### **3. Bulgular**

Turist rehberleri ile yapılan görüşmelerde katılımcılara ilk olarak demografik ve mesleki özelliklerine ilişkin sorular sorulmuştur. Elde edilen cevaplara göre 68 turist rehberinin 57'si erkek, 11'i kadındır. Eğitim düzeyleri incelendiğinde 10'u ön lisans, 36'sı lisans ve 22'si yüksek lisans mezunudur. 68 turist rehberinin hepsinin ruhsatnamesi ülkeseldir. Araştırmaya katılan turist rehberlerinin 41'inin ruhsatname dili İngilizce, 14'ünün dili Arapça, 3'ünün dili Endonezce, 2'sinin dili Rusça, 2'sinin dili Fransızca, 2'sinin dili Almanca, 1'inin dili Farsça, 1'inin dili Norveççe, 1'inin dili Çince ve 1'inin dili Boşnakça'dır. Turist rehberlerinin İznik turizminin güçlü yanları, zayıf yanları, tehdit ve fırsatlarına yönelik verdikleri cevaplar Tablo 1' de verilmiştir.

**Tablo 1.** Turist Rehberleri Gözünden İznik Turizminin SWOT Analizi

Güçlü Yanlar	f.	Zayıf Yanlar	f.
Tarihi	79	Fiziki Çevre Sıkıntısı	102
• Tarihi yerleri (İznik müzesi, Ayasofya camii, medreseleri, konsil, surlar)	48	• Çevre düzeni ve Üst yapı (kötü görüntü umumi tuvalet, otopark, tabela eksikliği)	50
• Tarihi dokusu	31	• Turizm tesis sıkıntısı (restoran, cafe, otel eksikliği)	39
İnanç Turizmi	26	• Ulaşım	7
Sosyokültürel Turizm	25	• Altyapı	6
• Yöresel ürünler (el dokuma, çini, seramik, zeytinyağı)	21	Pazarlama Satış ve Dağıtım Sorunları	94
• Kültür turizmi (Osmanlı, birçok kültürün birleşimi)	4	• Reklam ve tanıtım eksikliği	74
Doğal Güzellikler	19	• Yeterli tur olmayışı	15
• Göl	39	• Hızlı geçiş rotasında kalması	5
Turistik Alan Çokluğu	10	Politik ve Yasal Sıkıntı	43
Yavaş Şehir	3	• Yönetimde planlama sıkıntıları	23
Yerli Turiste Hitap Etmesi	1	• Paydaşlar arası koordinasyon eksikliği	10
		• Denetim sıkıntısı	10
		Sosyokültürel Sıkıntı	21
		• Zihniyet sıkıntısı (Turizm bilinçsizliği)	8
		• Alternatif turizm sıkıntısı (kış turizminin etkin kılınamaması, sezonluk olması)	6
		• Hizmet kalitesi	3
		• Turist profili sıkıntısı	2
		Kalifiye işgücü sorunu	2
Fırsatlar	f.	Tehditler	f.
Kolay seyahat (turizm noktalarının yakın olması)	55	Kaçak Rehberler	27
İş Birliği Potansiyeli	11	Betonlaşma	5
Coğrafi Konum (İstanbul'a Bursa'ya yakınlık)	5	Bitmeyen Restorasyonlar	5
Gelişmekte Olan Bölge		Kaçak Kazılar	4
Dini Turizm Potansiyeli	4	Fahiş Fiyatlar	3
Tarihi Başkent	4	Sanayileşme	1
Altyapı Çalışmaları (Abdolvahap tepesi çalışmaları, kazılar)	2		
Yeni Turistik Rotalar	1		

Tablo 1'e göre İznik turizminin en güçlü yanı 79 ifade ile "Tarihi"dir. Alt başlıklarda "Tarihi dokusu" ve "Tarihi yerleri" öne çıkmaktadır. Bu kodla ilgili K6 "İznik tarihi açıdan oldukça zengin bir bölge. İznik müzesi, medreseleri, Ayasofya camisi ile tarihi yansıtmaktadır" şeklinde görüş bildirmiştir. Diğer bir katılımcı K37 "İznik Ayasofya camisi ve tarihi ile Hristiyanlara hitap eden bir yerdir" şeklinde ifade etmiştir. Güçlü

yanlarında turist rehberlerinin en sık tekrarladıkları diğer bir kod ise 26 ifade ile “İnanç Turizmi” olmuştur. Bu kodla ilgili K68 “Hristiyanların hacı olmak için geldiği önemli bir inanç turizm noktasıdır” şeklinde cevap vermiştir. Diğer bir katılımcı olan K19 ise “İznik tarihte konsillerin yapıldığı, Hristiyanlığın doğduğu bir yer. Dolayısıyla inanç turizm açısından güçlü bir merkez” şeklinde ifade etmiştir.

Yapılan analiz sonucunda 25 ifade ile “Sosyokültürel turizm” kodu üçüncü sırada gelmektedir. Bu kod içindeki alt başlıklar ise “Yöresel ürünler” ve “Kültür turizmi”dir. Katılımcılardan K52 “İznik turizminin güçlü yönü çinisi ve gölüdür. Turistler çinileri satın almak ve çini kazı alanlarını görmek için gelebiliyor” şeklinde İznik çinisinin turizm için önemini belirtmiştir. K67 ise “İznik turizminin en güçlü yanı çinisi ve tarihidir. İznik Osmanlı başkenti ve bir kültür merkezidir” şeklinde görüş bildirmiştir. K46 “İznik’in kültürel miras yeri oluşu, Osmanlı kültürünün izlerini taşıması güçlü yanındır” şeklinde cevap vermiştir.

Turist rehberleri tarafından İznik’in güçlü yanlarında “Doğal güzellikler” kodu 19 ifade, alt başlığı “Göl” ise 39 ifade ile tekrar edilmiştir. Bu kodla ilgili K49 “İznik’in güçlü yanı gün batımının en güzel şekilde izlendiği gölüdür” şeklinde görüş bildirmiştir. K36 tarafından “İznik doğası, doğal güzellikleri, gölü, tarihi, çinisi ve kazılardan çıkan lahitleri ile turizm için önemlidir” şeklinde ifade edilmiştir. İznik’in güçlü yanlarında yer alan beşinci kod ise “Turistik Alan Çokluğu”dur. Turist rehberleri bu kodla ilgili İznik’te cami, türbe, müze, göl, medrese, antik tiyatro gibi yapıların çok fazla olduğunu dile getirmiştir. Bu kodla ilgili K39 “İznik ulaşımı kolay ve gezilecek tarihi yerleri çok olan bir yerleşim” şeklinde görüş bildirirken K38 “Tarihi ziyaret edilecek yerlerin çok oluşu İznik için güçlü bir yön” demiştir. Güçlü yanlarda yer alan diğer bir kod “Yavaş şehir”dir. Üç turist rehberi (K65, K67, K62) İznik’in yavaş şehir olmasına dikkat çekmiştir. Bir turist rehberi ise (K7) İznik’in yerli turistlere hitap etmesinin güçlü yanı olduğunu belirtmiştir.

Turist rehberlerinin verdikleri cevaplara göre İznik turizminin zayıf yanlarında birinci kodu 102 ifade ile “Fiziki Çevre Sıkıntısı” oluşturmaktadır. Bu kodun alt başlıkları incelendiğinde 50 ifade ile “Çevre düzeni ve Üst yapı (kötü görüntü umumi tuvalet, otopark, tabela eksikliği)”, 39 ifade ile “Turizm tesis sıkıntısı (restoran, cafe, otel eksikliği)”, 7 ifade ile “Ulaşım” ve 6 ifade ile “Altyapı” sorunlarından oluştuğu görülmektedir. Turist rehberleri İznik turizminde en zayıf olarak çevre düzeni ve üst yapıyı görmektedir. Umumi tuvalet eksikliği, otopark eksikliği, tur otobüslerinin park edecek yer bulamaması, tur araçları otoparkları yerlerine özel araçların park etmesi, turistik yönlendirici tabela eksikliği gibi sorunlar turist rehberleri tarafından en çok dile getirilen zayıf yanlardır. Bu kodla ilgili K55 “İznik’te tur otobüslerinin otoparkları özel araçlar tarafından kullanılmaktadır. Bu tur sırasında yaşanan en büyük sıkıntılardan biridir” şeklinde görüş bildirmiştir. K42 ise “Tur otobüslerinin otopark problemi ve umumi tuvalet eksikliği zayıf bir yan” şeklinde İznik’te yaşanan tur otopark ve turistlerin kullanabileceği tuvaletlerin az olması sorununu dile getirmiştir. K10 “İznik’te tarihi yerleri gösteren kahverengi tabelalar oldukça az” şeklinde ifade ederken K68 “Turistik noktalar pislik içinde. Esnaf rehberler ile genel olarak rehberler ile çalışmaya sıcak bakmadığı için ve turizme açık olmadıkları için bu büyük bir sorun” şeklinde görüş bildirmiştir. İznik’te yeteri kadar restoran, kafe, otel, dinlenme tesisi olmadığı turist rehberleri tarafından belirtilen zayıf yanlardır. Bu alt başlıkla ilgili K12 “İznik’te yeterli otel ve mola dinlenme yerlerinin olmayışı İznik için zayıftır” şeklinde ifade etmiştir. K15 “Restoranların yetersizliği yemek sıkıntısı zorlukları büyük problem” şeklinde görüş bildirirken K68 “Yeme içme için farklı alternatifler İznik’te yok” demiştir. K15, K16, K60, K61 ve K62 İznik’te restoran eksikliğini, K48, K49 İznik’te konaklama yeri sıkıntısını dile getirmişlerdir. Bu kodun diğer bir alt başlığı Ulaşım ve Altyapıdır. K20 “İstanbul’dan İznik’e ulaşmak oldukça zor. Yollar sıkıntılı” şeklinde ulaşım sıkıntısına vurgu yaparken K56 “Alt yapı ve bölgenin geliştirilememesi” şeklinde alt yapı sorununu dile getirmiştir.

Tablo 1’e göre İznik turizminin zayıf yanlarında ikinci sırada yer alan kod “Pazarlama, Satış ve Dağıtım”dır. Bu kodun alt başlıkları ise “Reklam ve tanıtım eksikliği”, “Yeterli tur olmayışı” ve “Hızlı geçiş rotasında kalması”dır. İznik’in yeterince reklamının ve tanıtımının yapılmadığı 74 ifade ile tekrar edilmiştir. Bununla ilgili K4 “Tarihi mekanların Yedikule zindanları gibi yeterince reklamı yapılmamaktadır”, K11 “Reklam ve tanıtım çalışmaları oldukça eksiktir”, K27 “Özellikle sosyal medyada reklam ve tanıtım yapılmamaktadır” şeklinde görüş bildirmişlerdir. 15 ifade ile turist rehberleri İznik’e yeteri kadar tur düzenlenmediğini belirtmişlerdir. Bu konu ile ilgili K55 “Öncelikle İznik’te tanıtım eksikliği mevcut. Diğer bir sorun İznik’e yetersiz tur yapılması” derken K58 “Turların yeterince yapılmaması sorun” demiştir. K54 “İznik’te tanıtım çok eksik ve yeterince tur yapılmıyor” şeklinde ifade etmiştir. K61 “İznik hızlı geçiş rotasında yer aldığı için tur rotalarına çok az ekleniyor” şeklinde ifade ederken K63 “Turların hızlı geçiş rotasında bulunması İznik için sorun” şeklinde görüş bildirmiştir. K6 “Bursa’dan İznik’e rota oluşturulmamaktadır” demiştir.

Yapılan analiz sonucunda 43 ifade ile “Politik ve Yasal Sıkıntı” kodu üçüncü sırada gelmektedir. Bu kod içindeki alt başlıklar ise 23 ifade ile “Yönetimde planlama sıkıntıları”, 10 ifade ile “Paydaşlar arası koordinasyon eksikliği” ve 10 ifade ile “Denetim sıkıntısı”dır. Bununla ilgili K66 “Yerel yönetimin eksikliği ve yetersiz arkeolojik çalışmalar önemli bir sorun turizm açısından” şeklinde görüş bildirmiştir. K55 “Yönetim sıkıntıları nedeniyle potansiyel olmasına rağmen gelişmiyor” şeklinde ifade etmiştir. Paydaşlar arası koordinasyon eksikliğini K10 “Kültür turizm bakanlığı acentalarla iş birliği yapmıyor” şeklinde belirtmiştir. K32 “İzmit turizminde zayıf yan denetimlerin yetersiz olmasıdır” derken K37 “Belediyeler otoparklara denetim yapmıyor” şeklinde ifade etmiştir. Ayrıca K39, K59, K33, K61 kaçak rehberlerin denetlenmediğini belirtmiştir. Tablo 1’e göre dördüncü sırada yer alan kod 21 ifade ile “Sosyokültürel Sıkıntı”dır. Bu kod altındaki başlıklar ise “Turist profili sıkıntısı”, “Kalifiye işgücü sorunu”, “Alternatif turizm sıkıntısı (kış turizminin etkin kılınmaması, sezonluk olması)”, “Zihniyet sıkıntısı (Turizm bilinçsizliği)” ve “Hizmet kalitesi”dir. 8 ifade ile zihniyet sıkıntısı (turizm bilinçsizliği) en çok tekrarlanan ifadedir. Bununla ilgili K68 “Tarihi eserlerin üzerlerine isimler yazılmakta. Halkta herhangi bir turizm bilinci gelişmemiş” şeklinde ifade etmiştir. K11 ise “Halk tarlalarına zarar verdiği için kazılara izin vermiyor. Turizm bilinci yok, eğitim yok” demiştir. İkinci sırada 6 ifade ile alternatif turizm sıkıntısı başlığı gelmektedir. Bununla ilgili K7 “Yeteri kadar kış organizasyonları düzenlenmiyor. Ayrıca yabancı turist odaklı çalışmalar yapılmıyor” demiştir. K63 “İzmit turizmi sezonluk. Sezonun uzatılması için çalışmalar yapılması gerek” şeklinde görüş bildirmiştir. K52 turist profil sıkıntısı ile ilgili “En düşük segmentteki turistler bölgeye geliyor. Yeteri kadar tur düzenlenmiyor” derken kalifiye işgücü sorunu ile ilgili K33 “Bazı tur kaptanlarının Türk turistlere olan tutumu olumsuz” demiştir.

Turist rehberlerinin verdikleri cevaplara göre İzmit turizminin fırsatlarında birinci kodu 55 ifade ile “Kolay seyahat (turizm noktalarının yakın olması)” oluşturmaktadır. İzmit turizminin fırsatlarında yer alan diğer kodlar 11 ifade ile “İş Birliği Potansiyeli”, 5 ifade ile “Coğrafi Konum (İstanbul’a Bursa’ya yakınlık)”, 4 ifade ile “Gelişmekte Olan Bölge”, “Dini Turizm Potansiyeli”, “Tarihi Başkent”, 2 ifade ile “Altyapı Çalışmaları (Abdülvahap tepesi çalışmaları, kazılar)” ve 1 ifade ile Yeni Turistik Rotalar oluşturmaktadır. Turist rehberleri İzmit’te turizm noktalarının birbirine yürüme mesafesinde olmasını fırsat olarak değerlendirmişlerdir. Bununla ilgili K54 “İzmit kolaylıkla yürünebilir bir bölge” K28 “Küçük bir bölge olduğu için kolaylıkla dolaşılabilir” K68 “İzmit ızgara planlı bir şehir olduğu için ve bu özelliğini antik dönemden beri koruduğu için her noktasına yürüyerek gidilebilmesi” ve K6 “Rahat seyahat İzmit için bir fırsat” demişlerdir. İş birliği potansiyeli için yerel halkın hem turistlere hem de rehberlere yardımcı olduğu rehberler tarafından belirtilmiştir. İzmit turizminin fırsatları nelerdir denildiğinde K56 “Bölge halkının ve esnafın turistlere ve tur rehberlerine olan yardımları” şeklinde cevap vermiştir. Coğrafi konum başlığı ile ilgili K29 “İzmit Bursa’ya yakın bir yer. Bursa-İzmit turları için bir fırsat”, K65 “İzmit İstanbul ve Bursa’ya oldukça yakın bir bölge. Tur programlarına kolaylıkla eklenebilir” demişlerdir. K39 “İzmit gelişmekte olan bir bölge. Bu oldukça önemli bir fırsat turizm için” şeklinde ifade etmiştir. Bu koddaki diğer alt başlıklar K9 tarafından “İzmit son zamanlarda dini turizmi ile ön plana çıkan bir yer”, K34 tarafından “Osmanlı devleti başkenti bursa olması sebebiyle tarihi fırsatları”, K63 tarafından “Abdülvahap yolu çalışması turizm için fırsat”, K65 tarafından “İzmit birçok rotayla birleştirilebilme imkânı olan bir bölgedir” şeklinde ifade edilmiştir.

Tablo 1’e göre turist rehberlerinin İzmit turizminde en çok tehdit olarak gördüğü 27 ifade ile kaçak rehberlerdir. Diğer kodlar 5 ifade ile “Betonlaşma” ve “Bitmeyen Restorasyonlar”, 4 ifade ile “Kaçak Kazılar”, 3 ifade ile “Fahiş Fiyatlar” ve 1 ifade ile “Sanayileşme”dir. Kaçak rehberlerle ilgili K28, K30, K31, K38 “En önemli tehdit bölgeyi yanlış anlatan kaçak rehberlerdir” derken K41, K43, K44 “Kaçak Suriyeli rehberler İzmit turizmi için tehdit” şeklinde ifade etmişlerdir. K64 “Bilinçsiz kentleşme İzmit turizmi için tehdit. Ayrıca mezar hırsızları tarafından talan edilen eserler yok olma tehlikesi ile karşı karşıya” şeklinde görüş bildirmiştir. K67 “İzmit’te restorasyonlar çok uzun sürüyor. Doğru dürüst restorasyonlar yapılmıyor” demiştir. K26 Fahiş fiyatlar kodu ile ilgili “Esnafın yaptıkları çinileri izinli olarak pahalıya satmaları sebebiyle turistlerin şikâyetçi oluşu” demiştir. K46 “Sanayi artıkları nedeni ile ekolojik yapı bozulmaktadır” diyerek sanayileşmenin İzmit turizmine bir tehdit olabileceğini belirtmiştir.

Tablo 2’de turist rehberlerinin İzmit turizminin faydalarına yönelik cevapları verilmiştir.



**Tablo 2.** Turist Rehberleri Gözünden İznik Turizminin Faydaları

İznik Turizminin Faydaları	f.
Ekonomiye katkı sağlaması	47
Dünyaya Tanıtım	28
Bölgenin Kalkınmasına Katkısı	21
Turizme katkı sağlaması	7

Tablo 2'ye göre 47 ifade ile "Ekonomiye katkı sağlaması" cevabı birinci sırada gelmektedir. "İznik'in dünyaya tanıtımı" 28 ifade ile ikinci sırada "Bölgenin Kalkınmasına Katkısı" 21 ifade ile üçüncü sırada yer almaktadır. "Turizme katkı sağlaması" ise 7 ifade ile dördüncü sırada gelmektedir. İznik'te hangi turizm türleri geliştirilebilir sorusuna turist rehberlerinin verdikleri cevaplar Tablo 3'te verilmiştir.

**Tablo 3.** Turist Rehberlerine Göre İznik'te Geliştirilebilecek Turizm Türü

Kod Sistemi	f.
Alternatif Turizm	71
• İnanç Turizmi	31
• Doğa Turizmi	15
• Atv At Safari	5
• Eğlence	3
• Spor	2
• Su sporları	2
• Bisiklet	2
• Sanat	2
• Kırsal	1
• Bungalov	1
• Alışveriş	1
• Sağlık	1
• Zeytin Hasadı	1
• Gastronomi	1
• Eko Turizm	1
• Macera	1
• Teleferik	1
Tarih Kültür	15
Erişilebilir Turizm	12

Tablo 3'e göre 31 ifade ile inanç turizmi alternatif turizm kapsamında ilk sırada yer almaktadır. Doğa turizmi 15 ifade ile ikinci sırada gelmektedir. 15 ifade ile tarih kültür turizmi ikinci kod olarak belirlenmiştir. 12 ifade ile turist rehberleri erişilebilir turizm cevabını vermiştir.

Tablo 4'te İznik turizminin gelişmesine yönelik önerileriniz nelerdir sorusuna turist rehberlerinin verdikleri cevaplar yer almaktadır.

**Tablo 4.** Turist Rehberlerinin İznik Turizmine Yönelik Önerileri

Zayıf Yanlar	Çözüm Önerileri	f.
Pazarlama satış ve dağıtım sorunlarına yönelik sorunlar	Reklam ağırlıklı çalışmalar yapılabilir.	43
	• İznik Yılı ilan edilebilir.	1
	Bursa'dan, İstanbul'dan İznik'e günü birlik veya konaklamalı turlar düzenlenebilir.	30
	Kurs, atölye, workshop düzenlenebilir.	2
	Turistlerin ilgisini çekmesi amaçlı çini atölyeleri imalat yerleri açılabilir.	1
Rehberlere yönelik sorunlar	Turist rehberlerine yönelik uzmanlık kursları açılabilir.	3
Politik ve yasal sorunlar	Turizm vizyonu oluşturulabilir.	2
	Kamu kurumları mevzuat geliştirebilir.	1
Fiziki çevre sorunları	Alternatif oteller, restoranlar, otoparklar açılabilir.	5
	Doğa ve tarihi alanlar korunup geliştirilmeli.	2
		2

	Belediyeler kaldırımlar, kemerler yaparak albenisi ve turistik bir yer olduğunu gösterebilir.	1
	Belediyeler göl çevresini ıslah etmeli. Altyapı üstyapı çalışmaları ile bölge daha cazip hale getirilmeli.	1
Sosyo-kültürel sorunlar	Yöre halkı de turizme kazandırılıp, turizmi onlara sevdirmeli. Turizm bilinci oluşmalı.	2
	Alternatif turizm çeşitleri geliştirilmeli.	2
Tehditler	Çözüm Önerileri	F.
Kaçak rehberler	Cezalar uygulayıp denetimler yapabilir ruhsatsız rehberlere yönelik.	7
Restorasyon	Restorasyon konusunda daha özenli olunmalı.	2
Kentleşme	Kentleşme konusunda dikkatli olunarak gelişmeli.	1

Pazarlama satış ve dağıtım sorunlarına yönelik sorunlarda turist rehberleri tarafından en çok dile getirilen öneri reklam ve tanıtım çalışmaları olmuştur. 43 ifade ile “Reklam ağırlıklı çalışmaların yapılması gerektiği” belirtilmiştir. Diğer bir öneri ise 30 ifade ile “Bursa’dan İstanbul’dan günlük veya konaklamalı turların düzenlenmesi” gerektiğidir. İki ifade ile “Kurs, atölye, workshop düzenlenebilir” önerisi üçüncü sırada yer alırken “Turistlerin ilgisini çekmesi amaçlı çini atölyeleri imalat yerleri açılabilir” önerisi bir ifade ile son sırada yer almaktadır. Rehberlere yönelik sorunlarda üç ifade ile “Turist rehberlerine yönelik uzmanlık kursları açılabilir” önerisi gelmiştir. Politik ve yasal sorunlarda iki ifade ile “Turizm vizyonu oluşturulabilir” ve bir ifade ile “Kamu kurumları mevzuat geliştirebilir” önerisi dile getirilmiştir. Fiziki çevre sorunlarında 5 ifade ile “Alternatif oteller, restoranlar, otoparklar açılabilir” önerisi ilk sırada yer almaktadır. Ardından ikişer ifade ile “Doğa ve tarihi alanlar korunup geliştirilmeli” ve “Belediyeler kaldırımlar, kemerler yaparak albenisi ve turistik bir yer olduğunu gösterebilir” önerileri gelmektedir. “Belediyeler göl çevresini ıslah etmeli” ve “Altyapı üstyapı çalışmaları ile bölge daha cazip hale getirilmeli” önerileri 1 ifade ile son sırada gelmektedir. Sosyo-kültürel sorunlarda “Yöre halkı de turizme kazandırılıp, turizmi onlara sevdirmeli. Turizm bilinci oluşmalı” ve “Alternatif turizm çeşitleri geliştirilmeli” önerileri ikişer ifade ile turist rehberleri tarafından belirtilmiştir.

Tehditlere yönelik önerilerde kaçak rehberlere denetim yapıp cezalar uygulanması 7 ifade ile ilk sırada yer almaktadır. Restorasyon konusunda daha dikkatli olunması gerektiği iki ifade ile belirtilirken bir ifade ile kentleşme konusunda dikkatli olunmalı önerisi gelmiştir.

Tablo 5’te bir turist rehberi İznik turizminin gelişmesi için neler yapabilir sorusuna verilen cevaplar yer almaktadır.

Tablo 5. Turist Rehberlerinin İznik Turizmini Geliştirmek İçin Yapması Gerekenler

Kod Sistemi	f.
Doğru bilgilendirme, doğru tanıtım	64
Yönetimlerle iş birliği içinde olmalı	3
Kurslara katılma	2
Dil geliştirmek	1
Yöre halkına yardımcı	1
Tarihi alanlara zarar verilmemesi için uyarma	1

Tablo 5’e göre 64 ifade ile “Doğru bilgilendirme, doğru tanıtım” ilk sırada gelmektedir. Ardından 3 ifade ile “yönetimle iş birliği içinde olmalı”, 2 ifade ile “kurslara katılmalı” ve birer ifade ile “dil geliştirmeli”, “yöre halkına yardımcı olmalı” ve “tarihi alanlara zarar verilmemesi için uyarma” önerileri gelmektedir.

#### 4. Sonuç ve Öneriler

Turist rehberleri gözünden İznik turizminin SWOT analizinin oluşturulmasını amaçlayan bu çalışmada elde edilen veriler doğrultusunda, İznik turizminin güçlü yanlarında ilk sırada “Tarihi” gelmektedir. Bu kod içerisinde tarihi yerleri ve tarihi dokusu başlıkları vardır. Okçu (2016) İznik’in tarihinin sekiz bin yıl öncesine kadar gittiğini belirtmektedir. Bölgede yer alan höyüklerin tarih öncesine ait olduğu ifade edilmektedir. Tonguç

ve Durmaz Yılbirlik (2021) Bitinya, Roma, Bizans ve Osmanlı uygarlıklarından izler taşıyan İznik ile tarihe tanıklık edilebileceğini ifade etmişlerdir. Bu nedenle pek çok medeniyetin gelip yerleştiği İznik kenti mitolojik hikayeleri, camileri, surları, kapıları, türbeleri, hamamları ve Roma tiyatrosu ile tarihi alanda ön plana çıkmaktadır. Bu nedenle turist rehberleri de İznik tarihinin turizm için güçlü bir yön olduğunu belirtmişlerdir. Güçlü yanlarda yer alan diğer bir kod “İnanç Turizmi”dir. 7. Konsilin yapıldığı yer olan Ayasofya’sı, erken Osmanlı dönemi eseri olan Yeşil Cami’si, 14. Yüzyıl yapısı olan Sarı Saltuk Türbesi, Yakup Çelebi Cami ve Türbesi, Eşrefi Rumi Cami ve Türbesi (Elbas ve Dönmez, 2018) ile İznik önemli bir inanç turizm merkezidir. Ayrıca İznik’in kutsal şehir olduğunun Hıristiyanlarca kabul edildiği ve Hıristiyan dünyasında özel bir yere sahip olduğu bilinmektedir (Usta, 2005). Güçlü yanlarda üçüncü olarak “Sosyo-kültürel Turizm” kodu gelmektedir. Alt başlıklarında Yöresel ürünler (el dokuma, çini, seramik, zeytinyağı), Kültür turizmi (Osmanlı, birçok kültürün birleşimi) ifadeleri yer almaktadır. İznik pek çok medeniyetin başkenti olduğu gibi çininin de başkentidir. Özellikle 14. ve 15. yüzyıllarda altın çağını yaşayan İznik çinisi seramik literatürüne, “Üretilmesi İmkânsız Seramik” olarak girmiştir (Bursa Valiliği, 2023). Dördüncü sırada “Doğal Güzellikler” kodu gelmektedir. Alt başlığında ise Göl ifadesi yer almaktadır. 1990 yılında sit alanı ilan edilen İznik gölü Türkiye’nin beşinci büyük gölüdür (İznik Belediyesi, 2023). “Turistik Alanların Çok Olması”, “Yavaş Şehir Olması” ve “Yerli Turiste Hitap Etmesi” güçlü yanlarda yer alan diğer kodlardır. İznik’te Bazilika, tiyatro, göl, cami, türbe, kapı, hamam yapılarının çok olmasından dolayı turist rehberleri turistik yerlerin çok olmasını İznik turizminde güçlü bir yön olarak görmüşlerdir. Ayrıca İznik kenti 27 Kasım 2021 tarihinde (İznik Belediyesi, 2023a) yavaş şehir olarak ilan edilmiştir. Bu nedenle turist rehberleri İznik’in yavaş şehir olmasının güçlü bir yan olduğunu ifade etmişlerdir.

Zayıf yanlarda “Fiziki Çevre Sıkıntısı” kodu ilk sırada yer almaktadır. Turist rehberleri İznik’teki çevre düzeninin ve üstyapının sorunlu olduğunu ifade etmişlerdir. Umumi tuvalet ve tabela eksikliğinin, otopark probleminin turlarda sorun olduğunu belirtmişlerdir. Tur esasında tur aracının park edecek yer bulamaması, tur otoparklarının özel araçlar tarafından işgal edilmesi turist rehberleri için önemli bir sorundur. Bu sorunları da zayıf yanlar olarak ifade etmişlerdir. Ayrıca otel, kafe, restoran, dinlenme tesisi eksikliği de turist rehberleri için önemli bir eksikliklerdir. Konaklama alanlarının az olduğu, yemek alternatifinin olmadığı, kafelerin geç saatlerde açıldığı, restoran çeşitliliğinin olmadığı turist rehberleri tarafından belirtilmiştir. İznik’e giden yolların tek şerit olması ulaşım zorlukları olarak dile getirilmiştir. Ayrıca altyapı eksiklikleri de turist rehberleri tarafından zayıf yön olarak tespit edilmiştir. Zayıf yanlarda yer alan ikinci kod “Pazarlama Satış ve Dağıtım”dır. Turist rehberleri İznik’te ciddi anlamda reklam ve tanıtım eksikliği olduğunu, sosyal medyada duyurulmadığını belirtmişlerdir. Ayrıca turist rehberleri İznik’e yeteri kadar tur yapılmadığını da düşünmektedirler. Bursa’dan, İstanbul’dan kente daha fazla turlar düzenlenmesi gerektiği turist rehberleri tarafından belirtilmiştir. Rehberler İznik’in hızlı geçiş rotasında olduğunu bu nedenle de çok fazla kente zaman geçirilmediğini düşünmektedirler. Üçüncü kod “Politik ve Yasal Sıkıntı” kodudur. Turist rehberleri yönetimin iyi planlama yapmadığını, paydaşlar arasında bilgi ve koordinasyon eksikliklerinin olduğunu belirtmişlerdir. Ayrıca yeterince denetim yapılmadığı da turist rehberleri tarafından önemli bir eksiklik olarak düşünülmektedir. Zayıf yanlarda “Sosyo-kültürel Sıkıntı” kodu dördüncü sırada yer almaktadır. Turist rehberleri İznik’teki halkın turizm konusunda bilinçli olmadığını düşünmektedirler. Ayrıca turizmin bu bölgede sadece yaz aylarında olduğunu, alternatif turizm çeşitlerine yönelmesi gerektiğini de belirtmişlerdir. Hizmet sunmada yaşanan sorunlar, nitelikli olmayan kişilerin çalışması ve düşük segmentteki turistlerin bölgeye gelmesi dile getirilen diğer zayıf yönlerdir.

İznik turizminin fırsatlarında ilk sırada “Kolay Seyahat” gelmektedir. Turist rehberleri İznik’te gezilecek yerlerin birbirine yürüme mesafesinde olmasını fırsat olarak değerlendirmişlerdir. Ayrıca Bursa ve İstanbul’a yakın olması önemli bir coğrafi konum fırsatı olarak görülmektedir. İnanç turizm potansiyeli, tarihi başkent olması, yeni yapılan alt yapı çalışmaları ve turistik yeni rotalar oluşturulması fırsat olarak değerlendirilen diğer kodlardır.

Tehditlerde ise ilk sırada “Kaçak Rehberler” gelmektedir. Turist rehberleri haksız kazanç elde eden kaçak rehberleri önemli bir tehdit olarak görmektedirler. Turizme, doğaya uygun olmayan yapıların yapılması, giderek betonlaşma ve restorasyonların uzun sürmesi de rehberler tarafından tehdit olarak algılanmıştır. Ayrıca yapılan kaçak kazıların turizme ve tarihe zarar verdiği de ifade edilmiştir. Çini fiyatlarının fazla olması ve sanayileşme kodları da tehditlerde yer alan diğer ifadelerdir.

Turist rehberleri İznik'te turizmin var olmasının ekonomiye katkı sağladığını ifade etmişlerdir. Ayrıca dünyaya tanıtımın yapıldığı ve bölge esnafının da kazanç elde ettiğini düşünmektedirler. Gelir yaratıcı etkisi, istihdam yaratıcı etkisi, bölgeler arası ekonomik dengesizliğin ortadan kaldırılması turizmin olumlu etkileri arasında yer almaktadır (Kozak, Akoğlan Kozak ve Kozak, 2017). Ayrıca turizm bölgeye önemli ekonomik katkının yanı sıra geleneksel hizmetleri, yöredeki esnafı ve el işçiliği gibi faaliyetleri de teşvik etmektedir (Avcıkurt, 2020). Turist rehberleri İznik'te çok sayıda alternatif turizmin geliştirilebileceğini ve böylece turizmin 12 aya yayılabileceğini belirtmişlerdir. Alternatif turizm çeşitlerinden inanç ve doğa turizmi rehberler tarafından en çok tekrarlanan turizm çeşitleri olmuştur.

Rehberler tarafından en çok dile getirilen öneri reklam ve tanıtım çalışmalarının yapılmasıdır. İznik'e gereken değerin verilmediği, pek çok kimsenin burayı tanımadığı, reklam çalışmalarının yapılmadığı rehberler tarafından belirtilmiştir. İznik'in sosyal medyada da yeterince tanıtılmadığı rehberlerin ortak görüşüdür. Ayrıca turist rehberleri İznik'e yeteri kadar tur yapılmadığını da ifade etmişlerdir. Bursa'dan günü birlik ve diğer yerlerden konaklamalı turların yapılması gerektiğini, İznik'in tur rotalarına eklenmesi gerektiğini belirtmişlerdir. Turist rehberleri kaçak rehberler konusunda da denetimlerin artırılması gerektiğini ifade etmişlerdir.

İznik'te turizmin geliştirilmesi için öneri ve önlemler aşağıda verilmiştir:

Reklam ve tanıtım çalışmalarının yoğun bir şekilde yürütülmesi gerekmektedir. Çeşitli atölyeler, workshoplar düzenlenerek tanıtım çalışmaları yapılmalıdır.

İznik tur rotalarına eklenmeli ve bölgeye daha fazla turist gelmelidir. Turlar turist rehberlerinin görüşleri de alınarak günü birlik veya konaklamalı şeklinde düzenlenebilir.

Daha fazla turisti ağırlayabilecek tesisler yapılmalıdır. Konaklama, restoran-kafe gibi alanlar fazlaştırılmalıdır. Bunlar yapılırken taşıma kapasitesi ve bölgenin doğal ve tarihi güzellikleri dikkate alınmalıdır.

Alt yapı ve üst yapı çalışmalarına önem verilmelidir. Restorasyon konusunda daha dikkatli çalışmalar yapılmalıdır. Bölgedeki pek çok tarihi yapı harap haldedir. Bu yapılar düzenlenerek turizme kazandırılmalıdır. Denetimler yapılarak kaçak rehberliğin önüne geçilmelidir. Belediyeler, Bakanlık, özel işletmeler ve kamu kurum ve kuruluşlar işbirliği içinde İznik için çalışmalar yapılmalıdır.

Bu çalışmanın sınırlılığı Bursa ve İstanbul Turist Rehberler Odası'na bağlı turist rehberleri ile yapılmış olmasıdır. Daha sonra yapılacak çalışmalar bütün turist rehberleri odaları ile yapılabilir.

## Kaynakça

- Acar, A. B. ve Avcıkurt, C. (2023). SWOT Analysis on the Faith Tourism Potential of Diyarbakir. *Anatolian Landscape and Faith Tourism: Ancient Times to Present Conference Proceedings: Volume 1*.
- Adamış, E. (2022). İznik (Nicaea) İçin Yeni Bir Alternatif Turizm Potansiyeli: Spor Turizmi. *Turizm ve İşletme Bilimleri Dergisi*, 2(2), 157-167.
- Akpınar, G. ve Koç, H. (2023). Kapadokya Turizminin SWOT Analizi ile İncelenmesi ve Bölgede Turizmi Geliştirmek İçin Öneriler. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 7(2), 316-334.
- Akpur, A. ve Zengin, B. (2019). İznik Gölü ile Çevresinin Kamp ve Karavan Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi. *Turar Turizm ve Araştırma Dergisi*, 8(2),4-20.
- Akyurt Kurnaz, H. (2020). Bolu Turizm Potansiyelinin Turist Rehberleri Açısından Değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8 (1), 523-537.
- Albuz, N. (2018). Profesyonel Turist Rehberlerinin Turizm Sektörü İçindeki Yeri ve Önemi. Albuz, N., Çakmak, T. F., Eren, A., Tekin, Ö., Güven Yeşildağ, N. (Ed.). *Turist Rehberliğine Giriş* içinde (17- 48. ss). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Altun, N., N. (2012). Kuruluşundan günümüze İznik'in yerleşim özellikleri. *Coğrafya Dergisi*, (6), 345-366.
- Avcıkurt, C. (2020). *Turizm Sosyolojisi Genel ve Yapısal Yaklaşım*. Yenilenmiş ve Genişletilmiş 6. Baskı, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Baltacı, A. (2019). Nitel Araştırma Süreci: Nitel Bir Araştırma Nasıl Yapılır? *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(2), 368-388.
- Batır, İ. B. (2014). *Selçuklu Başkenti İznik*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Birdir, K., Karakan, H. İ. ve Çolak, O. (2015). Gaziantep İlinin Turizm Açısından SWOT Analizi ve Turizmin Geliştirmesine Yönelik Öneriler. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 13(1), 77-92.

- Bursa Turizm Portalı. (2024, Ocak 6). *İznik Gölü ve Su Altı Bazilikası*. <https://www.bursa.com.tr/tr/mekan/iznik-golu-ve-sualti-bazilikasi-37/>.
- Bursa Valiliği. (2023, Eylül 26). İznik Çinisi. Erişim adresi <http://www.bursa.gov.tr/iznik-cinisi>.
- Chadwick, H. (2004). Nikaia/İznik Konsili 325. Işıl Akbaygil, Hâilil İncancık, Oktay Aslanapa. (Ed.). *Tarih Boyunca İznik* içinde (89-104.ss). Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Çalışkan, G. (2019). *Doğu Roma Döneminde İznik. (X-XIII. Yüzyıllar)*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Darcan, H. (2013). Athanasius ve İznik Konsili. *Sakarya Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, XV: 28, 170-191.
- Demirsoy, D. (2019). *İznik ve Yakın Çevresinin Turizm Coğrafyası*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Giresun Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Giresun.
- Düzgün, E. (2023). Turist Rehberliği Mesleğine Genel Bakış. Düzgün, E. (Ed). *Örnek Olaylarla Turist Rehberliği* içinde (16-38.ss). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Ekinci, M. B. (2014). The Cittaslow philosophy in the context of sustainable tourism development; the case of Turkey. *Tourism Management*, 41, 178-189.
- Elbas, A. ve Dönmez, A. (2018). *Bursa Rehberi*. Bursa Valiliği.
- Ermış, Ü. M. (2009). *İznik ve Çevresi Bizans Devri Mimari Faaliyetinin Değerlendirilmesi*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Eyice, S. (1988). İznik Tarihçesi ve Eski Eserleri. *Sanat Tarihi Araştırmaları Dergisi Yayınları*, 1, İstanbul.
- Gök, A. ve Tuna, H. (2013). Turizm Pazarlaması Açısından Malatya İlinin Potansiyelinin Belirlenmesi. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 15 (24), 01-11.
- İnalcık, H. (2004). İznik İçin Osman Gazi ve Bizans Mücadelesi. Işıl Akbaygil, Hâilil İncancık, Oktay Aslanapa. (Ed.). *Tarih Boyunca İznik* içinde (59-85.ss). Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- İznik Belediyesi. (2023, Eylül 26). İznik Gölü. Erişim adresi <https://www.iznik.bel.tr/sayfa/iznik-golu.html>.
- İznik Belediyesi. (2023a, Eylül 26). Yavaş Şehir. Erişim adresi <https://www.iznik.bel.tr/proje/cittaslow-iznik.html#:~:text=%C4%B0znic'in%20Cittaslow%20unvan%C4%B1na%20sahip,ve%20temiz%20C5%9Fekilde%20aktarmay%C4%B1%20i%C3%A7erir>.
- İznik Belediyesi. (2024, Ocak 6). *Kültürel Varlıklar*. <https://www.iznik.bel.tr/sayfa/kulturel-varliklar.html>.
- İznik Kaymakamlığı. (2024, Ocak 6). *İlçemiz*. <http://www.iznik.gov.tr/ilcemiz>.
- Kardoruk, N. (2022). Yeni Bulgularla Birlikte İznik (Nicaea) Roma Tiyatrosu Kullanım İşlevleri ve Mimarisi. *Trakya Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 12 (24), 31-62.
- Kaya F., Küçükali S. ve Kızılırmak İ. (2019). Turist rehberlerinin yaşadıkları deneyimlere göre doğu Karadeniz bölgesi yayla turizminin değerlendirilmesi. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 10(EkSayı), 307-316.
- Kozak, N., Akoğlan Kozak, M. ve Kozak, M. (2017). *Genel Turizm İlkeler- Kavramlar*. Yenilenmiş 19. Baskı. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Koroğlu, Ö. (2013). Turist Rehberlerinin İş Yaşamındaki Rollerini Üzerine Kavramsal Bir Değerlendirme. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16, 91-112.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı Tanıtma Genel Müdürlüğü İznik Broşürü. (2011). Başak Matbaacılık ve Tanıtım Hiz. Ltd. Şti., Ankara. <https://tanitma.ktb.gov.tr/Eklenti/2042,izniktrpdf.pdf?0>.
- Okçu, R. (2016). İznik'in Antik Tarihçesi. *Milattan Önce Milattan Sonra İznik Nikea Gezi Rehberi*. İznik Belediyesi.
- Ongun, U., Gövdere, B. ve Çiçek, U. (2016). Yeşilova'nın Kırsal Turizm Potansiyelinin Swot Analizi ile Değerlendirilmesi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 7(16), 75-88.
- Öter, Z. ve Sarıbaş, Ö. (2021). Turist Rehberlerinin Görevleri ve Rollerini. Eser, S., Şahin S., Çakıcı, C. (Ed.). *Turist Rehberliği* içinde (101-116. ss). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Özgen, N. (2010). Doğu Anadolu Bölgesi'nin doğal turizm potansiyelinin belirlenmesi ve planlamaya yönelik öneriler. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 7(2), 1407-1438.
- Öztekin, E. (2021). Zonguldak İlinin Ekoturizm Potansiyeli ve Swot Analizi. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 26(45), 171-182.
- Solmaz, S. A. ve Uyar Oğuz, H. (2020). Kırsal Alanlarda Yaşayan Yerel Halkın Kırsal Turizmde Bakışının Belirlenmesi: İznik ve Orhangazi Kırsal Yerleşimlerine Yönelik Ampirik Bir Araştırma. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 294-313.
- Soykök, B. Ve Taş, M. (2021). İznik Kırsalındaki Kırsal Turizm Potansiyellerinin İncelenmesi. Mimarlık ve Kent Araştırmaları Konferansı Bildiriler Kitabı. (Özgür Öztürk. Ed). Dakam Yayınları.
- Şahin, S. (2004). Hellenistik ve Roma Çağlarında İznik. Işıl Akbaygil, Hâilil İncancık, Oktay Aslanapa. (Ed.). *Tarih Boyunca İznik* içinde (3-23.ss), Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

- Şahin, S. ve Özdemir, Ö. (2018). Somut Olmayan Kültürel Mirasın Tanıtılmasında Turist Rehberlerinin Önemi. Hacıoğlu, N, Avcıkurt, C., Kılıç, A.,Ulusoy Yıldırım, H. (Ed). *Turist Rehberliği Üzerine Güncel Araştırmalar* içinde (278-294. ss). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Şarkaya İçelloğlu, C. (2014). Kent Turizmi ve Marka Kentler: Turizm Potansiyeli Açısından İstanbul'un Swot Analizi. *İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1,37-55.
- Tanıtma Genel Müdürlüğü. (2024, Ocak 6). *Gezilecek Yerler*. <https://tanitma.ktb.gov.tr/TR-22799/gezilecekyerler.html>.
- Temiz, M., Sağlık, A., Sağlık, E., Kelkit, A. ve Bayrak, M. İ. (2019). Kent Turizminin Marka Kent Oluşumundaki Etkisi: Çanakkale Kent Turizminin Swot Analizi. *Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Kış Ek-1 Özel Sayı, 257-273.
- Tonguç, S. E. ve Durmaz Yılbirlik, F. (2021). *Bursa Hakkında Her Şey*. İstanbul: Alfa.
- Türker, A.ve Köksal, G. (2018). Somut Olmayan Kültürel Miras Unsurlarının Turistlere Aktarılmasının Turist Rehberleri Açısından Değerlendirilmesi. Hacıoğlu, N, Avcıkurt, C., Kılıç, A.,Ulusoy Yıldırım, H. (Ed). *Turist Rehberliği Üzerine Güncel Araştırmalar* içinde (264-277. ss). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Ulusoy Mutlu, H. ve Avcıkurt C. (2023). Turist Rehberi Olmak. Köroğlu, Ö, Güzel, Ö. (Ed). *Kavramdan Uygulamaya Turist Rehberliği Mesleği* içinde (75-113. ss). Genişletilmiş İkinci Basım. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Usta, K. M. (2005). *İnanç Turizmi Açısından İznik'in Değerlendirilmesi*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Uysal, K. (2018). *Kültürel Mirasın Turizm Amaçlı Kullanılmasında Yerel Halkın Algı ve Tutumlarının Belirlenmesi: İznik Örneği*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Ünal, Ç. (1997). İznik İlçesinin Turizm Potansiyeli. *Türk Coğrafya Dergisi*, 32,197-219.
- Yalduz, A. (2003). Konsillerin Hıristiyanlık Tarihindeki Yeri ve İznik Konsili. *Uludağ Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 12(2), 257-296.
- Yalman, B. (1998). *Nikaia, İznik*. Bursa Rotary Kulübü Kültür Yayını, Üniform Matbaacılık.
- Yazıcı, K., Aslan, G. B. ve Ankaya, F. (2017). Potential of Rural Tourism and Ecotourism and SWOT Analysis: Case of Başkale (Van, Turkey) and Its Surroundings. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Özel Sayı 3*, 132-145.
- Yenipınar, U. (2019). Turist Rehberliği Mesleği. Köroğlu, Ö, Güzel, Ö. (Ed.). *Kavramdan Uygulamaya Turist Rehberliği Mesleği* içinde (1-26.ss). Nobel: Ankara Yayıncılık.
- Yeşiltaş, M., Çeken H. ve Öztürk, İ. (2009). Karadeniz bölgesindeki turizm olanaklarının swot analizi değerlendirilmesi. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (3), 250-269.
- Yıldırım A. ve Şimşek H. (2013). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayınları.
- Yılmaz, A. İ. ve Atila, N. (2021). Profesyonel turist rehberlerinin gözüyle "Hattuşa". *Turkish Studies Social*, 16(3), 1375-1404.
- Yılmazyaşar, H. (2003). *Orhan Gazi Döneminde İznik Kenti ve Mimarisi*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans). Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- 6326 Sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu. (2023, Temmuz, 8). Erişim adresi <https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuatmetin/1.5.6326.pdf>.

---

### Etik, Beyan ve Açıklamalar

---

#### 1. Etik Kurul izni ile ilgili;

Bu çalışmanın yazar/yazarları, Bursa Uludağ Üniversitesi Araştırma ve Yayın Etik Kurulu'nun tarih 23.12.2022 sayı 2022/11 ve karar 64 ile etik kurul izin belgesi almış olduklarını beyan etmektedir.

#### 2. Bu çalışmanın yazar/yazarları, araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyduklarını kabul etmektedir.

3. Bu çalışmanın yazar/yazarları kullanmış oldukları resim, şekil, fotoğraf ve benzeri belgelerin kullanımında tüm sorumlulukları kabul etmektedir.

#### 4. Bu çalışmanın benzerlik raporu bulunmaktadır.

---