



Bilecik'in Turizm Destinasyonu Olarak Değerlendirilmesine Yönelik Yerel Paydaş Analizi (Local Stakeholder Analysis For Evaluating Bilecik as a Tourism Destination)

*Ahmet VATAN^a 

^aİstanbul Medeniyet University, Faculty of Tourism, İstanbul/Turkey

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi:
01.11.2018

Kabul Tarihi: 18.12.2018

Anahtar Kelimeler

Bilecik
Turizm
Turizm destinasyonu
Paydaş
Paydaş analizi
Destinasyon yönetimi

Keywords

Bilecik
Tourism
Tourism destination
Stakeholder
Stakeholder analysis
Destination management

Öz

“Kuruluş ve Kurtuluşun Şehri” olarak nitelendirilen Bilecik, Marmara bölgesinin güneydoğusunda yer almaktadır. Osmanlı Beyliği'nin / İmparatorluğu'nun kuruluş yeri olan Bilecik, doğal güzellikleri ve kültürel mirasları ile turizm pazarından pay almaya çalışmaktadır. Bu çalışmanın amacı, Bilecik'in bir turizm destinasyonu olarak yerel paydaşlar tarafından nasıl değerlendirildiğinin tespit edilmesidir. Bu amaçla, nitel araştırmalarda veri toplama yöntemlerinden biri olan yarı yapılandırılmış mülakat ile Bilecik'in yerel turizm paydaşları ile görüşülmüştür. 28 yerel paydaş ile yüz yüze mülakatlar gerçekleştirilmiş, elde edilen veriler betimsel analize tabi tutulmuştur. Çalışma neticesine Bilecik'teki yerel turizm paydaşların, Bilecik'i bir turizm destinasyonu olarak gördüğü tespit edilmiştir. Ancak Bilecik'in turizm altyapı ve üstyapısının geliştirilmesi gerektiğini de düşünmektedirler. Ayrıca destinasyon türü olarak da tarihi bir turizm destinasyonu değerlendirmesi çoğunluktadır. Özellikle Söğüt İlçesi'nin turizm için önem arz ettiği, Osmaneli İlçesi'nde de turizmi geliştirmek için çalışmaların yoğun olduğu çalışma sonuçları arasında yer almaktadır.

Abstract

Bilecik, known as “The City of Foundation and Independence”, is located in the southeast of the Marmara region. The city, where the Ottoman Principality was founded, which would be an empire in the future, seeks to get a share from the tourism market with its natural beauties and cultural heritage. The aim of this study is to determine how Bilecik is evaluated by local stakeholders as a tourism destination. For this purpose, a semi-structured interview, which is one of the data collection methods in qualitative research, was used to interview with the local tourism stakeholders of Bilecik. 28 local stakeholders were interviewed face to face and the data were analyzed descriptively. As a result of the study, the study concludes that the local tourism stakeholders in Bilecik considered Bilecik as a tourism destination. However, they also think that Bilecik's tourism infrastructure and superstructure should be developed. Furthermore, it is a predominant perspective that a historical tourism destination can be utilized as a destination type. The research findings illustrate that especially, the district of Söğüt is of importance for tourism and Osmaneli district works intensively to develop tourism.

* Sorumlu Yazar.

E-posta: ahmet.vatan@medeniyet.edu.tr (A. Vatan)

Makale Künyesi: Vatan, A. (2018). Bilecik'in Turizm Destinasyonu Olarak Değerlendirilmesine Yönelik Yerel Paydaş Analizi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(4), 604-625.
DOI: 10.21325/jotags.2018.326

GİRİŞ

Turizm, büyük ekonomik önem taşıyan, hızla gelişmekte olan küresel bir endüstridir. Turizm endüstrisinin varlığı, ekonomik çözüm yollarını arttırmaya ve farklı toplumlar arasında hoşgörü ortamını yaratmaya yardımcı olmaktadır. Yeni yerleri ziyaret eden ziyaretçiler, hem önemli bir deneysel eğitim almış olmakta hem de ziyaret ettikleri yeni yerlerin kültürlerini, tarihlerini ve coğrafi yapılarını öğrenmektedir. İyi yönetilen turizm destinasyonlarının, ülkenin fiziksel, kültürel, sosyal ve ekonomik olarak gelişmesinde olumlu bir katma değer yarattığı bilinmektedir. Diğer yönden iyi yönetilmeyen turizm destinasyonlarının ise turistik bir bölgenin fiziksel açıdan gelişip, taşıma kapasitesinin aşılmasına ve bu gelişimin denetlenmesinin zorlaşmasına neden olabilmektedir.

Geniş bir tanımla turizm destinasyonu, ülke bütününden küçük ve ülke içindeki pek çok kentten büyük, insan beyninde belirli bir imaja sahip markalaşmış ulusal bir alan ve önemli turistik çekiciliklere, çekim merkezlerine, festivaller, karnavallar gibi çeşitli etkinliklere bölge içinde kurulmuş iyi bir ulaşım ağına, gelişim potansiyeline, dahili ulaşım ağıyla bağlantılı bölgeler arası ve ülke düzeyinde ulaşım olanaklarına ve turistik tesislerin gelişimi için yeterli coğrafi alana sahip bir bölge olarak tanımlanmaktadır (Tosun ve Jenkins, 1996: 521; Akyurt, 2008: 5). Destinasyon kavramına yüklenen anlam, bölge tanımına bağlı olarak farklılaşabilmektedir. Destinasyonu tanımlamak için seçilen özellikler turizm gelişiminin boyutları ile ilgili olduğunda, analiz edilen bölgeler turizm destinasyonu olarak adlandırılabilir (Ersun ve Arslan, 2011: 231).

Destinasyonların yönetilmesinde yerel paydaşlar önemli rol oynamaktadır. Destinasyonların paydaşları arasında yerel halk, turizm işletmeleri, yerel yönetimler, turizm eğitimi veren kurumlar yer almaktadır. Bu bağlamda destinasyon yönetiminin planlanması aşamasında yerel paydaşların da yönetim çalışmaları içerisinde yer alması gerekmektedir. Destinasyonun yönetimi ve destinasyonun pazarlanması kapsamında destinasyonun konumlandırılmasında, imaj çalışmalarında ya da marka kimliği oluşturulması aşamalarında yerel paydaşların fikri önem arz etmektedir. Destinasyon yönetiminde yerel paydaşlar da yer almalıdır.

DESTİNASYON KAVRAMI

Genel olarak destinasyonlar “turistler tarafından ziyaret edilen ve diğer bölgelerden farklı özellikler barındıran yerler” olarak tanımlanır (Çakmak ve Kök, 2012: 82). Destinasyon kavramı bünyesinde birçok bileşeni bulundurmaktadır. Bu bileşenler potansiyel ve fiili turistler, kamu ve özel sektör kuruluşları, yerel halk ve dış çevre olarak sıralanabilir. İçeriğinde birçok bileşeni bulundurmasından dolayı tanımlanması noktasında güçlükler ile karşılaşmaktadır (Minghetti, 2001: 256; Paslı, 2013: 8).

Destinasyonlar, tüketicilere bütünlük deneyimler sunan turizm ürünlerinin karması olarak tanımlanabilmektedir. Bununla beraber destinasyon, artan bir şekilde; tüketicilerin seyahat güzergahlarına, kültürel geçmişlerine, ziyaret amaçlarına, eğitim seviyelerine ve geçmiş tecrübelerine göre öznel olarak yorumlanabilen, algısal bir kavram olarak görülmektedir (Buhalis, 2000a: 97).

Destinasyonun tek bir yöre/bölge/ülke olması zorunlu değildir. Birden çok ülke ya da bir ülkenin içerisinde birden çok yöre bir araya getirilerek bir destinasyon oluşturulabilir (Ahipaşaoğlu, 1997: 58; Yaraşlı, 2007: 2). Destinasyon,

aynı kültür, iklim ve doğa koşullarına sahip, doğal ve kültürel zenginlikleri olan, müşterilere sunulabilecek o yere özgü aktiviteler geliştirilmiş, konaklama, beslenme, ulaşım ve iletişim gibi olanaklara sahip, kamusal hizmetlerin sunulduğu turist çekim merkezlerinden oluşan belirli marka ve imajı bulunan coğrafik alan olarak tanımlanmaktadır (Bahar ve Kozak, 2012: 35; Güripek, 2013: 46).

Son yıllarda destinasyonun tüketiciye göre değişen algısal bir kavram olduğu görüşü giderek kabul görmektedir. Örneğin, kurvaziyer gemisi ile seyahat eden bazı turistler, seyahat etmiş oldukları kurvaziyer gemisini destinasyonları olarak algılamakta aynı kurvaziyer gemisindeki diğer turistler ise seyahat esnasında uğradıkları limanları destinasyonları olarak algılayabilmektedir. Bu nedenle, bazı yazarlar algısal boyutunu da göz önünde alarak destinasyonu, “gerçek veya algısal birtakım sınırları bulunan yer” olarak tanımlamaktadır. Örneğin, Orta Amerika destinasyonu yedi ülkeden oluşmasına rağmen, çok az ulusal turizm örgütü veya tur planlamacısı Orta Amerika destinasyonunu bu şekilde görmektedir. Gerçekten Orta Amerika; Kosta Rika, Guatemala veya Panama’dan oluşan 2 veya 3 ülkelik bir destinasyon olarak pazarlanmaktadır (Öztürk, 2013: 4).

Bir bölgenin turistik destinasyon olabilmesi ve turizm açısından gelişebilmesi için belli başlı özelliklere sahip olması gerekmektedir. Bu özellikler çekicilik başta olmak üzere, imaj, ulaşım, konaklama, yeme-içme, park, müze, öğrenme yeri ve benzeri eğlence-dinlenme imkanlarının varlığı gibi bir takım mal ve hizmetlerin karışımı olarak ifade edilebilir (İlban, 2007: 7; Kavacık ve diğ., 2012: 171; Bardakoğlu, 2011: 30). Bu doğrultuda destinasyonları oluşturan özellikler Buhalis’in de (2000a: 101) belirttiği gibi altı ana başlıkta toplanmaktadır;

- 1.Çekicilikler: İnsan yapısı, doğal, mimari, kültürel miras, özel olaylar
- 2.Ulaşılabilirlik: Ulaşım sistemi, terminaler, araçlar
- 3.Tesisler: Konaklama, yeme-içme, seyahat araçları ve diğer hizmetler
- 4.Planlı Turlar: Seyahat araçları tarafından önceden organize edilmiş turların varlığı
- 5.Faaliyetler: Turistin ziyareti sırasında yararlanacağı destinasyondaki tüm faaliyetler
- 6.Destekleyici Hizmetler: Bankacılık, iletişim araçları, sağlık gibi turistin yararlanacağı hizmetler

Destinasyon, turizm faaliyetlerine ev sahipliği yapması için değişik özelliklere sahip olmalıdır. Bu özellikler aynı zamanda, bu bölgeye yönelik seyahatin “turizm” kapsamında değerlendirilmesini mümkün kılan özelliklerdir. Örneğin, bir seyahatin turizm olayı kapsamında değerlendirilebilmesi için bu seyahatin turistik bir motivasyonla yapılması gerekir. Bu bakımdan destinasyon, turistik seyahat için motivasyon yaratacak çekiciliklere sahip olmalıdır. Yine, bir seyahatin turizm kapsamına girmesi için seyahatin süresi önemlidir ve gidilen bölgede en az bir geceleme gerekir. Bu bakımdan destinasyon, geceleme, yeme-içme, eğlence, alışveriş vb. tesislerine ve etkinliklerine sahip olmalıdır. Bu özellikler bölgenin turist tarafından algılanmasında, bir ürün olarak tüketilmesinde ve turistin yeniden satın alma ile ilgili kararlarının ortaya çıkmasında önemli rol oynamaktadır (Türkey, 2014: 4).

Destinasyonların her birinin; coğrafi konumu, kültürü ve tarihi tarafından belirlenen kendine has özellikleri vardır. Bu özellikler; bölgenin turizme olan bağımlılık derecesi ile endüstrinin mevsimsel ve yapısal özellikleriyle birlikte

hem ziyaretçilerin hem de yerel halkın deneyimlerini etkilemektedir. Her destinasyon için özel sistem modelleri geliştirilmelidir. Bu modeller, bahsi geçen faktörlerin her birinin önemini açıklamaya yardımcı olur (Law, 1995: 16). Destinasyonların sahip olduğu ortak özellikler aşağıdaki gibi sıralanmaktadır (Cooper, 1998: 102);

- Destinasyonlar bütünleşik iş alanlarıdır,
- Destinasyonlar kültürel değerlerdir,
- Destinasyonlar bölünemezler, talebin olduğu yerde destinasyonlar vardır,
- Destinasyonlar sadece turist tarafından değil, yerel halk gibi farklı gruplar tarafından da kullanılmaktadır.

DESTİNASYON TÜRLERİ

Destinasyonları türlerine ve özelliklerine göre algılamak, destinasyon yönetimi açısından son derece önem arz etmektedir. Destinasyonun türlerini belirlemek, destinasyonu doğru yönetme, uygun destinasyon karmasını oluşturabilme ve oluşturulan destinasyon pazarlama karmasını seçilen hedef pazarlara ulaştırabilme olanağı sunmaktadır.

Literatür incelendiğinde çok değişik türde destinasyonların var olduğu görülmektedir. Destinasyonların sınıflandırılması, değişik kriterler temel alınarak yapılabilir (Yüksek, 2014: 7);

- Büyüklüklerine göre destinasyonlar: Bu ölçüte göre destinasyonları, makro destinasyonlar ve mikro destinasyonlar olarak ikiye ayırabilir,
- Konumuna göre destinasyonlar: Bu kriter talep yaratan pazarlara göre konumu ile ilgilidir. Talep yaratan pazara yakın mesafede olan destinasyonlar, yakın destinasyon, mesafesi uzak olan destinasyonlar olarak adlandırılır.
- Kapsamına göre destinasyonlar: Bu kriter daha çok tur düzenleyicilerini ilgilendiren ve onlara göre yapılan sınıflamadır. Eğer, seyahat programında tek bir ana ulaşım terminaline varış ve ayrılış şeklinde uygulanacaksa, tekli destinasyon, seyahat programında birden fazla terminal varsa çoklu destinasyondur.
- Faaliyet sürelerine göre destinasyonlar, Destinasyon, iklimsel özelliklerinden dolayı, yılın belirli dönemlerinde mevsimlik olarak faaliyet gösteriyorsa mevsimlik destinasyon, yılın genelinde veya tamamında faaliyet gösteriyorsa yıllık destinasyonlar olarak destinasyonlar ikiye ayrılabilir
- Sahip olduğu çekiciliklerin gücüne göre destinasyonlar: Bu kritere göre destinasyonlar ikiye ayrılır. Ana (birincil) destinasyonlar, turistlerin ziyaret etmeleri için birincil motif olacak kadar çekici ve turistleri birkaç gün tatmin edebilecek kapasitede olan destinasyonlardır. İkincil destinasyonlar, birincil destinasyonun ziyareti esnasında, ziyaret edilmesi gereken ilginç ve gerekli destinasyonlar olarak tanımlanırlar.

Destinasyonlar çeşitli bileşenlerin toplamından oluşan bir turizm ürününü ifade etmektedir. Destinasyonun bu özelliği nedeniyle farklı destinasyon tiplerinden bahsetmek mümkündür. Destinasyon tipleri çeşitlilik göstermekle

birlikte turist destinasyonlarının temel tipolojisi aşağıdaki gibi sınıflandırılmaktadır (Page, 1995: 9; Özdemir, 2007: 9; Uğur, 2012: 8);

- Başkentler (Londra, Paris, New York) ve kültürel başkentler (Roma)
- Büyük şehir merkezleri, duvarlarla örülü kentler, küçük kale kentler
- Büyük tarihi kentler (Venedik, Oxford)
- İç kent alanları (Manchester)
- Canlandırılmış deniz kıyısı alanları (Sydney Darling Limanı)
- Endüstriyel kentler
- Deniz kıyısı kentler ve kış sporu kentleri
- Özel olarak yaratılan turistik destinasyonlar
- Turistik eğlence merkezleri (Disneyland, Las Vegas)
- Kültür ve sanat kentleri (Floransa)
- Uzman turistik hizmet merkezleri (Termal merkezler)

Destinasyon türlerini belirlemek için kullanılan bir diğer kriter ise çekiciliklerdir. Destinasyonlar temel çekiciliklerine göre altı kategoriye ayırmıştır (Buhalis, 2000b: 102; Ülker, 2010: 21; Karabıyık ve Sümer İnci, 2014: 4);

- Kentsel destinasyonlar: Medeniyetin başlangıcından bu yana kentler, turizmin önemli bir parçası olmuştur. İş, spor, din, tatil, kongre, konferans vb. çok çeşitli amaçlarla insanlar kentleri ziyaret etmektedir. Örneğin, eğlence ve kültürel miras olanakları sunan Londra; mükemmel konferans olanakları sunan Barselona, alışveriş ve gezi olanakları sunan New York önemli kentsel destinasyonlardandır.
- Deniz kıyısı destinasyonlar: Deniz kıyısı destinasyonları ile deniz-kum-güneş turizmi sunan sayfiye alanlar kastedilmektedir. Genellikle dünyanın kuzey bölgelerinde yaşayan turistler, her yıl tatillerinin bir kısmını geçirmek ve aynı zamanda yazın ve güneşin tadını çıkarmak için daha güneyde yer alan deniz kıyısı destinasyonlara seyahat etmektedir. Örneğin, tatil amaçlı seyahat eden tipik bir Avrupalı genellikle Akdeniz çanağında yer alan Türkiye, Mısır, Yunanistan gibi destinasyonları ziyaret ederken, Kuzey Amerikalılar ise Karayipler, Kaliforniya, Florida gibi Güney Amerika destinasyonlarını ziyaret etmektedir.
- Dağ destinasyonları: Dağ destinasyonları sunmuş oldukları kış sporları ve doğal çekicilikler sayesinde genellikle rekreatif amaçlarla seyahat eden turistlerin ilgisini çekmektedir. Dünyanın en yüksek tepesi olan Everest ve Avrupa'da yer alan Alp Dağları bu gruba girmektedir.
- Kırsal destinasyonlar: Kırsal turizm hızla gelişen turizm türlerinden biridir. Tatilleri süresince doğaya geri dönüp, doğal yaşamın tadını çıkarmak ve tarımsal faaliyetlere katılmak isteyen turistler, kırsal

destinasyonlara seyahat etmektedir. Bu tür destinasyonlarda tarımsal aktiviteler, ziyaretçiler tarafından boş zaman değerlendirme aktivitesi olarak dinlenme, eğlenme veya tatil amacıyla gerçekleştirilmektedir.

- Otantik destinasyonlar: Otantik destinasyonlar ile genellikle az gelişmiş, ulaşılması güç, sınırlı bir turizm gelişimi sağlamış ve Üçüncü Dünya ülkesi olarak tabir edilen destinasyonlar kastedilmektedir. Turistler; Asya, Güney Amerika ve Afrika'da yeni yeni ortaya çıkan bu tür destinasyonları genellikle macera ve otantik deneyimler yaşamak amacıyla ziyaret etmektedir.
- Eşsiz- Egzotik- Seçkin destinasyonlar: Bazı destinasyonlar eşsiz- egzotik- seçkin destinasyonlar olarak markalanmakta ve ziyaretçilere eşsiz ve oldukça değerli bir seyahat deneyimi sunmaktadır. Bu tür destinasyonlar genellikle "insan hayatında tek bir seferlik" bir deneyim olarak tanıtılmakta ve oldukça yüksek fiyatlardan pazarlanmaktadır.

Buhalis'in (2000b: 102) çalışmasında bahsettiği destinasyon türlerini belirlemek için kullanılan çekicilik kriterlerine göre değerlendirildiğinde Bilecik'in kentsel bir destinasyon olduğu görülmektedir. Bunun yanı sıra Bilecik'in sahip olduğu doğal güzellikler, Bilecik'in kırsal destinasyon olarak değerlendirilmesine de imkân sağlamaktadır. Yüksek'in (2014: 7) çalışmasına göre ise Bilecik'in değerlendirilmesinde sahip olduğu çekiciliklerin gücüne göre destinasyonlar sınıfında ana (birincil) destinasyon ve konumuna göre destinasyonlar sınıfında ise yakın destinasyonlara dahil edilebilir.

YÖNTEM

Çalışmanın temel yaklaşımı tümevarım yaklaşımıdır. Çalışmada yöntem olarak, nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Bu çalışmada "Bilecik'in bir turizm destinasyonu olarak yerel paydaşlar tarafından nasıl değerlendirilmektedir?" ana problemi ile Bilecik ili bir turizm destinasyonu olarak irdelenmek istenmiştir. Çalışmanın ana problemi, mevcut durumun ayrıntılı ve derinlemesine araştırılmasını gerektirdiğinden, çalışmanın deseni paydaş analizi olarak belirlenmiştir. Çalışmada durumlara ilişkin etkenler, bütüncül bir yaklaşımla ele alınarak etkileri üzerine odaklanılmıştır. Bu durumda çalışmanın ana problemine bağlı olarak "ne, ne zaman, nerede, nasıl, neden ve kim" (5n1k) sorularına yanıt aranması gerekmektedir.

Bu çalışmada örneklem stratejisi belirlenirken turizm literatüründe yapılmış önceki çalışmalar incelenmiştir. Bununla birlikte çalışma deseni olan paydaş analizine en uygun olacak örneklemin seçilmesi hedeflenmiştir. Amaçlı örnekleme yöntemleri içerisinde yer alan maksimum çeşitlilik örnekleme çalışmaya en uygun örnekleme yöntemi olarak belirlenmiştir. "Bilecik'in Turizm Destinasyonu Olarak Değerlendirilmesine Yönelik Yerel Paydaş Analizi" konulu çalışmanın örneklemini Bilecik ilinde yer alan yerel paydaşlar oluşturmaktadır. Bu bağlamda Milletvekilleri, Belediye Başkanları, Valilik, Kaymakamlıklar, Bilecik İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Yerel halkı temsilen Sivil Toplum Kuruluşları, Turizm İşletme Belgesi sahibi olan konaklama işletmeleri, yiyecek ve içecek işletmeleri, ilde bulunan seyahat acentaları ve ilde turizm eğitimi veren kurumlar çalışmanın örneklemini içerisinde yer almaktadır.

Tablo 1: Mülakat Yapılan Yerel Paydaşlar

| <i>Paydaş</i> | <i>Türü</i> | <i>Kurum Adı / İşletme Adı</i> | <i>Mülakat Tarihi</i> | <i>Mülakat Saati</i> |
|---------------|-------------|--|-----------------------|----------------------|
| P1 | Özel | Grand Çalı Otel | 13.02.2015 | 14:00 |
| P2 | Özel | Otel Eronur | 14.02.2015 | 14:00 |
| P3 | Özel | Namlı Butik Otel | 24.02.2015 | 11:30 |
| P4 | Özel | AGM Turizm | 14.02.2015 | 15:30 |
| P5 | Özel | Fulya Turizm | 13.02.2015 | 16:00 |
| P6 | Özel | Tünel Restoran | 13.02.2015 | 20:00 |
| P7 | Özel | Acar Restoran | 03.04.2015 | 16:00 |
| P8 | Özel | Ertuğrul Gazi Derneği | 13.02.2015 | 20:00 |
| P9 | STK | Edebalı Kültür ve Araştırma Derneği | 07.02.2015 | 13:00 |
| P10 | STK | Şeyh Edebalı Derneği | 07.02.2015 | 14:30 |
| P11 | STK | Ertuğrul Gazi'yi Anma ve Söğüt Şenliği Vakfı | 16.02.2015 | 10:00 |
| P12 | STK | Bilecik Ticaret ve Sanayii Odası | 13.04.2015 | 13:00 |
| P13 | Kamu | Bilecik Valiliği | 10.02.2015 | 15:00 |
| P14 | Kamu | Bilecik Belediye Başkanlığı | 16.03.2015 | 14:30 |
| P15 | Kamu | Söğüt Kaymakamlığı | 16.02.2015 | 10:00 |
| P16 | Kamu | Söğüt Belediye Başkanlığı | 03.02.2015 | 10:00 |
| P17 | Kamu | Bozüyük Kaymakamlığı | 10.03.2015 | 16:30 |
| P18 | Kamu | Bozüyük Belediye Başkanlığı | 27.02.2015 | 10:00 |
| P19 | Kamu | Osmaneli Kaymakamlığı | 16.02.2015 | 14:30 |
| P20 | Kamu | Osmaneli Belediye Başkanlığı | 06.02.2015 | 11:00 |
| P21 | Kamu | Pazaryeri Kaymakamlığı | 04.02.2015 | 14:00 |
| P22 | Kamu | Pazaryeri Belediye Başkanlığı | 04.02.2015 | 16:30 |
| P23 | Kamu | Bilecik İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü | 16.03.2015 | 13:30 |
| P24 | Kamu | Bilecik Üniversitesi | 23.03.2015 | 13:00 |
| P25 | Kamu | Bilecik Anadolu Otelcilik ve Turizm Meslek Lisesi | 06.03.2015 | 15:30 |
| P26 | Kamu | Bozüyük Selahattin Şeker And. Otelcilik ve Turizm M.L. | 06.03.2015 | 10:30 |
| P27 | Kamu | MHP Bilecik Milletvekili | 11.03.2015 | 12:30 |
| P28 | Kamu | AKP Bilecik Milletvekili | 15.02.2015 | 19:00 |

Mülakat sürecinde kullanılan yarı yapılandırılmış mülakat formu, destinasyon pazarlamasına ilişkin literatürün taranması sonucunda ortaya çıkan sorulardan oluşmaktadır. Mülakat formunun ve dolayısı ile çalışmanın güvenilir ve geçerli olabilmesi için nitel çalışmalarda uzman görüşüne ihtiyaç duyulmaktadır. Bu sebeple hazırlanan mülakat formu, destinasyon pazarlaması, pazarlama veya tanıtım konularında uzmanlaşmış öğretim üyelerine ulaştırılarak

uzman onayı anılmıştır. Mülakat formu bir tanesi yurt dışından olmak üzere toplam 20 öğretim üyesine ulaştırılmış ve 10 uzmandan cevap ve onay alınmıştır.

Mülakat formu uzman görüşü ile onaylandıktan sonra Bilecik ili turizm paydaşlarından telefon ile randevular talep edilmiştir. Gölpazarı Belediye Başkanından iki kere randevu talep edilmiştir. Ancak Belediye Başkanının rahatsızlıklarından dolayı randevu oluşturulamamıştır. Gölpazarı Kaymakam ile izinde olduğundan dolayı randevu oluşturulamamıştır. Bozüyük Kaymakamı görüşülmüş ancak Kaymakam mülakatı gerçekleştirmek istememiştir. Bursa Eskişehir Bilecik Kalkınma Ajansı da çalışmaya dahil edilmek istenmiştir. Ancak ajansın yoğun olması sebebi ile mülakat randevusu oluşturulamamıştır. Mülakatlar Tablo 1'den de anlaşılacağı gibi 03.02.2015 tarihi ile 13.04.2015 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Randevular günün farklı saatlerinde planlanmış ve mülakatlar kişilerin makamlarında ve işletmelerde yapılmıştır.

Bu çalışmada nitel araştırmanın doğruya ulaştırmada birçok yönteme ve araca sahip olduğu düşüncesi göz önünde bulundurulmakla birlikte, çalışmanın ve elde edilen verilerin özelliklerine bağlı olarak betimsel analiz yöntemi kullanılmıştır. Birinci aşama için bu çalışmanın temelini oluşturan kavramsal çerçeveye dayanarak veriler toplanmadan önce ön bir kodlama listesi ve temalar oluşturulmuştur. Böylece verilerin hangi temalar altında düzenleneceği ve sunulacağı belirlenmiştir. İkinci aşama için, nitel veri seti üç kez kesintisiz, 4-5 kez aralıklı olarak okunmuştur. Araştırmacı daha önce oluşturmuş olduğu kavramsal çerçeveye dayalı olarak verileri düzenlemiş ve tutarlı bir bağlam oluşturmuştur. Bununla beraber ulaşılan veriler doğrultusunda, mevcut kod ve temalara yeni kod ve temalar eklenmiştir. Ayrıca bu aşamada, sonuçlar yazılırken hangi doğrudan alıntılara yer verileceği de belirlenmiştir. Üçüncü aşamada temalar altında düzenlenen veriler doğrudan alıntılarla desteklenerek bulguların tanımlanması sağlanmıştır. Söz konusu temalar ve alt temalara, çalışmanın bulguları sunulurken detaylı olarak yer verilmiştir. Bulguların yorumlanması olan son aşamada ise elde edilen bulgular açıklanmış, ilgili çalışmanın sonuçları ile karşılaştırılarak yorumlanmıştır. Bununla birlikte görüşmelerin 2015 yılında yapılmış olması ve görüşme yapılan kişilerin halen mevcut konumda olmama ihtimali olması durumu, araştırmanın kısıtlılığı olarak görülmektedir.

BULGULAR ve TARTIŞMA

Çalışmanın bu kısmında, yapılan betimsel analiz doğrultusunda elde edilen bulgular sunulmaktadır. Bilecik'i bir turizm destinasyonu olarak değerlendirilmesine yönelik yerel paydaş analizini konu alan bu çalışmanın bulguları, "yarı yapılandırılmış mülakatlardan elde edilen bulgular" başlığı altında sunulmuştur. Bilecik'teki yerel turizm paydaşları ile gerçekleştirilen mülakatlardan elde edilen veriler, çalışma bulgularının temelini oluşturmaktadır.

Tablo 2: Oluşturulan Tema Kodları

| <i>Tema Kodu</i> | <i>Mülakat Formu Yardımıyla Oluşturulan Temalar</i> |
|------------------|--|
| <i>T1</i> | Yerel Paydaşların Bilecik'i Turizm Destinasyonu Olarak Değerlendirmesi |
| <i>T2</i> | Yerel Paydaşların Bilecik'te Önemli Buldukları Turizm Arz Kaynakları |
| <i>T3</i> | Yerel Paydaşların Bilecik'te Önemli Buldukları Turizm Faaliyetleri / Çeşitleri |
| <i>T4</i> | Yerel Paydaşların Bilecik Turizmi Hakkında Görüşleri |

Çalışma bulgularının sunumunda çalışmanın literatür kısmında yer verilen bilgiler temel alınmıştır. Betimsel analiz, mülakat, gözlem ya da doküman inceleme veri toplama teknikleri ile elde edilmiş verilerin daha önceden belirlenmiş temalara göre özetlenmesi ve yorumlanmasını içeren bir nitel veri analiz türüdür. Bu çalışmada, daha önce belirlenen temalar ve bu temalar doğrultusunda hazırlanan sorular dikkate alınarak verilerin analizi ve bulguların sunumu yapılmıştır.

Yarı Yapılandırılmış Mülakatlar Sonucu Elde Edilen Bulgular

Çalışma kapsamındaki yerel turizm paydaşları ile yapılan yarı yapılandırılmış mülakatlarda yerel paydaşların izni doğrultusunda ses kaydı alındığı için bulguları ortaya çıkarabilmek için deşifre işlemi yapılması gerekmiştir. Deşifre işlemi, bir konuşmayı yazılı veya basılı hale dönüştürme işlemi olarak tanımlanabilir. Sonuç olarak çalışmanın bu kısmında, ilgili literatürün taraması ile oluşturulan ve uzman görüşü olarak onaylanan mülakat formunda yer alan sorulara, yerel paydaşların verdiği yanıtlardan elde edilen bulgular sunulmuştur. Mülakatlara ait diğer detaylar şunlardır;

- Her mülakat ortalama 20 dakika sürmüştür,
- Toplam mülakat kayıtları 600 dakikadır,
- Mülakatlar sırasında ekstra bilgi için toplam 5 sayfa not tutulmuştur,
- Mülakat kayıtları toplam 269 sayfa ile metin haline getirilmiştir,
- Mülakatlar toplamda 4 kategori ve 6 alt kategori halinde sunulmuştur.

Yerel Paydaşların Bilecik’i Turizm Destinasyonu Olarak Değerlendirmesine İlişkin Bulgular

Bilecik ili turizminin değerlendirmesine yönelik gerçekleştirilen yerel paydaş analizindeki ilk soru Bilecik’in bir turizm destinasyonu olarak ele alınıp alınamayacağı ve Bilecik’in ziyaret edilmesi için gerekli özelliklere sahip olup olmadığıdır. Bu bağlamda yerel turizm paydaşlarının “Size göre Bilecik bir turizm destinasyonu olarak ele alınabilir mi? Turistlerin ziyaret etmesi için gerekli özelliklere sahip bir yer midir?” sorusuna vermiş oldukları cevaplardan öne çıkanlar ham şekilde sunulmuştur.

P28: “Bilecik ilimiz mahiyeti itibarıyla bakıldığı zaman bir kere doğa olarak ciddi anlamda bir potansiyele sahip. Şöyle söyleyeyim Kuzey Marmara Bölgesiyle Güney Marmara Bölgesinde Tekirdağ, İstanbul, Kocaeli ve Sakarya hattı ile Bursa, Balıkesir, Çanakkale hattında yaklaşık 20 milyon nüfus var ve bu 20 milyon nüfusa çok yakın. Doğusuna baktığımız zaman da Eskişehir ve Ankara noktasına da çok yakın. Aşağı yukarı 25 milyonluk bir nüfus ki Türkiye’nin yaklaşık üçte birine tekabül eden nüfusa günü birlik seyahatle ulaşılabilir mesafesinde olan bir ilimiz. Dolayısıyla da doğa turizmi anlamında da özellikle sahip olduğu potansiyeli az önce bahsettiğim 25 milyon nüfusa hizmet etme anlamında kullanabilecek olan bir ilimiz; ama sadece tabi doğa turizmi değil. Onun arkasında da kültür ve tarih turizmini de mesela bu işin içine katmamız lazım. Çünkü söylem bazında bakıldığı zaman belki biz kuruluşun ve kurtuluşun beşiği Bilecik diyoruz ve burada tarihimizde önemli şahsiyetlerden olan başta Ertuğrul Gazi olmak üzere, Şeyh Edebali Hazretleri olmak üzere onların kabirleri var burada. İlimiz sınırları içinde meftun. Onun

dışında tarih turizmi dediğimiz zaman baktığımızda bir de kurtuluş dönemiyle ilgili olarak da ciddi bir birikime sahip”

P23: “Ya mutlaka tabii. Bilecik bir tarih ve kültür yeri hem kuruluşa hem de kurtuluşa beşiklik yapmış bir il.”

P25: “Açıkçası yok. Olması gerekir. Tarihi bir şehir; ama baktığımızda tarihi değerleri maalesef yok edilmiş. Şu anda ortada bir Edebalı Türbesi dışında çok elle tutulu gerçek anlamda bir tarihi yer yok”.

P13: “Birkaç açıdan Bilecik ilini düşündüğümüzde turistlerin ziyareti için yeterli sebep var, yeterli potansiyel var diye düşünelim. Öncelikle tarihi ve kültürel açıdan baktığımızda hem Kurtuluş Savaşı’ndaki önemli hadiselerin geçtiği alanlar olarak en yakından başlayarak söyleyeyim, İnönü Savaşları’nın, Metris Tepe’nin ve şehitliklerimizin olduğu bölgeler turistlerimiz için belli altyapıya kavuşturulmuş yerler olarak ziyarete açılmıştır. Daha eskiye gittiğimizde de Osmanlı’nın kuruluşundaki geçen önemli olayların Ertuğrul Gazi’nin, Osman Gazi’nin, Şeyh Edebalı’nın, Dursun Fakih’in, Şeyh Edebalı’nın burada yaşamış olması ve onlara ait eserler, onların burada yaşamış olmasıyla beraber Osmanlı’dan kalan eserler, camilerimiz, külliymiz, Dar’ul Eytam’ımız, diğer rüştiye binaları gibi tarihi ve kültürel açıdan baktığımızda Bilecik’i bir potansiyele kavuşturuyor. Diğer bir husus, doğal ve tabii güzellikler olarak yüzde 54’ü orman olan, 18 tane göleti bulunan, kanyonu bulunan, şelaleleri bulunan bir yer.”

P26: “Çok fazla sebep olduğunu düşünmüyorum. Yani çok tarihi şeyimiz var. Herkesin verdiği bir cevap vereceğim; Metristepe, Söğüt, İnönü önemli yerler. Biz yerel turistlere, yerel olarak hizmet edebiliriz. Eldeki değerlerin kullanılmadığını da düşünüyorum. En azından bu çevreye hitap edecek turizm tesisleri yok. Yani çok daha iyi tesisler açılabilir.”

P7: “Turistlerin buraya gelmesi için zaten ilk sebep Osmanlı’ya beşiklik etmiş bir olması. Yani Osmanlı İmparatorluğu’nun kurulmuş olduğu bir şehir. Bu bağlamda Ertuğrul Gazi’nin türbesi, Şeyh Edebalı türbesi mevcut; ama buraların tabi ki de tanıtımının yapılması gerekiyor. Hiçbir şekilde tanıtımı yok. Çok kısıtlı bir alanda yapılıyor tanıtımlar. İlk baş bunun yapılabilmesi için eski tarihi bölgelerin ele alınıp restorasyona başlanması gerekiyor.”

P1: “Hem doğal hem tarihi hem de kültürel özellikleri olan bir il ve iş turizmine yönelik önemli şirketleri bünyesinde bulunduruyor, Bilecik ili. Doğal olarak Camili Yayla, Bilecik ilindeki göletler, İnönü Havzası, yani burada bir sürü gezilebilecek yer mevcut. Tarihi alan olarak da yine Metristepe anıtımız, Bilecik’te Şeyh Edebalı Türbemiz, Söğüt beldemizdeki Dursun Fakih türbemiz ve Bozüyük’te Kasımpaşa Camisi mevcut. Yani bu anlamda Bilecik hem doğal hem tarihi hem de kültürel bir yapıya sahip diyebiliriz.

P3: “Turistlerin sebepleri, şu an benim gözümde yok Bilecik’e gelmeleri için. Herhangi bir sebep yok yani. Destinasyon olarak da ele alınamaz.”

P16: “Bilecik, turizm noktasında bakir bir bölge. Burası yani vilayet olarak baktığımızda ki bunun en önemli ayağı Söğüt’tür. Buraya baktığımızda turistlerin buraya gelmesi noktasında yeterli materyal burada mevcut. Hem doğa olarak mevcut hem de tarihi ve kültürel bazda mevcut. Bilecik turizm destinasyonu açısından verimli bir yer; ama bakir kalmış bir yer. Öncelikle tabi bir alt yapının gözden geçirilmesi lazım. Gelen turistlerin çok doğal olan

ihtiyaçlarına cevap verecek yani bir konaklama, iki yemek ve üçüncü sırada da onun hoşça vakit geçirebileceği mekanların oluşturulması da önemli.”

P5: “Tabiki Bilecik bir turizm destinasyonu olarak ele alınabilir. Neden ele alınmasın? Bir kere tarih turizmi olur, kültürel turizm gerçekleşebilir. Çünkü bir Çanakkale kadar Bilecik’in tarihi de çok derin. Dışardan baktığımızda Bilecik gerekli özelliklere sahip bir yer midir, tabi bakış açısına bağlı, gösterebilmeye bağlı, yani bakan neyi görebiliyor? Ya bence Bilecik’in en önemli turizm açısından bakılacak şeyi tarih.”

P9: “Çok sahip, çok. Önü açık yani. Hiç el değmemiş coğrafyasında iz basılmadık çok yerlerimiz var. Bizim öncelikle kendimize tanıtmamız gerekiyor. Destinasyon olarak ele alınabilir tabi.”

P12: “Zengin kültürü ve bakir ekolojik yapısıyla Marmara Bölgesi’nin huzur veren şehri Bilecik’tir. Kuruluşun ve kurtuluşun beşiği olan ilimiz, turizm ziyaretleri için gerekli özelliklere sahiptir, bir turizm destinasyonudur.”

Bilecik’in yerel turizm paydaşlarından çoğu, Bilecik’i bir turizm destinasyonu olarak ele alınabileceğini düşünmektedir. Yerel turizm paydaşları için ilin tarihi açıdan önem taşıması, tarihi değerinin yanı sıra doğa olarak bakir olması ve çeşitli doğal güzelliklerine sahip olması, ilin ziyaret edilmesi için neden oluşturmaktadır. Az sayıda yerel turizm paydaşı, turistik altyapının yeterli olmamasından dolayı Bilecik’in turizm destinasyonu olarak ele alınmasının mümkün olmadığını ifade etmiştir.

Bilecik’in Bir Turizm Destinasyonu Olarak Türü

Yerel turizm paydaşlarıyla gerçekleştirilen yarı yapılandırılmış mülakatın ilk sorusuna bağlı olarak “Bilecik ne tür bir turizm destinasyonudur?” sorusuna cevap aranmıştır. Yerel turizm paydaşlarının alt soruya vermiş oldukları cevaplar aşağıda sıralanmıştır.

P9: “Tarih ve inanç turizminin özelliği çok fazla bizim burada. Tarih, başlangıç olarak.”

P15: “Tarih turizmi. Osmanlı İmparatorluğu’nun temellerinin atıldığı coğrafi bölge olması nedeniyle tarih bakımından değerli bir yer diyebiliriz Bilecik için.”

P16: “Tabi ki tarihi bir destinasyon. Çünkü Bilecik, Söğüt ile kuruluşun merkezidir. Yine önceden Eski Söğüt’e bağlı olan ve bugün Bozüyük’e bağlı olan Metris Tepe kurtuluşun dönüm noktasıdır.”

P10: “Her taşın altı tarih kokan bir il. Her ilçesi demeyelim de belirli ilçelerinde tarihi kalıntıları olan bir il. Bundan dolayı tarihi seveni tarihi görmek isteyen kitleye hizmet edecek bir il.”

P21: “Aslında her şey var; ama en çok belirgin tarih diyebiliriz. En belirgin ne çıkmış diye sorarsanız; buna tarihi destinasyon diye söyleyebiliriz”.

P26: “Tarihi destinasyon kesinlikle ama biz onu kullanamıyoruz.”

P23: “Tarihi destinasyon ama tarih başlı başına ayrı bir şey. Bunun dışında yemyeşil ormanı, göletleri, doğal güzellikleri de mevcut Bilecik’in”.

P8: “Tarih destinasyonudur. Niçin? Biz Bilecik’i tanıtırken özellikle şehir dışında ve yurt dışında kuruluş ve kurtuluşun beşiği olarak tanıtıyoruz.”

Bilecik bir destinasyon olarak değerlendirildiğinde yerel turizm paydaşları tarafından güçlü bir şekilde tarih destinasyonu olarak görülmektedir. Osmanlı İmparatorluğu’nun temellerinin atılmış olduğu topraklar olmasının yanı sıra İnönü Savaşları’nın da bu coğrafyada gerçekleşmiş olması ikinci bir tarihi önem ile tarihi bir destinasyon olmasının altını çizmektedir. Bu sebeple yerel turizm paydaşları Bilecik’i tarihi bir turizm destinasyonu olarak değerlendirmektedir.

Yerel Paydaşların Bilecik İlinde Önemli Buldukları Turizm Arz Kaynaklarına İlişkin Bulgular

Bilecik’te öne çıkan doğal, kültürel ve tarihi değerlerin tespit edilmesi için yerel turizm paydaşlarına mülakatlarda “Bilecik’te ve ilçelerinde turizm çerçevesi içerisinde nerelere gidilmeli, nereler görülmelidir?” sorusu yöneltilmiştir. Mülakatın ikinci teması bu soru yardımıyla oluşturulmuştur. Daha detaylı veri sağlanabilmesi için ise alt sorulardan yardım alınmıştır. Yerel paydaşların vermiş olduğu cevaplar genelde aynı çevrede toplanırken öne çıkan cevaplar aşağıda sıralanmıştır.

Bilecik’te Öne Çıkan Doğal Güzellikler

Yerel turizm paydaşlarından Bilecik sınırları içinde öne çıkan doğal güzelliklerden bahsedilmesi istenmiştir. İkinci temanın alt sorusu olan ilde öne çıkan doğal güzelliklere dair yerel turizm paydaşlarının vermiş olduğu cevaplardan öne çıkanlar sıralanmıştır.

P25: “Doğal güzellik olarak bir defa Pazaryeri’ndeki göletler. Bozcaarmut olsun, Küçükmalı olsun. Diğer taraftan Kınık Şelalesi var. Harman Kaya Kanyonu var.”

P18: “Ben kendi ilçemiz olarak söyleyeyim: Sofular Yaylası, Atatürk Köşkü’nün olduğu mevki. Bunun yanında ilimiz olarak söylersek ise Bozcaarmut, Gölpazarı’nda Harman Kaya Vadisi, Osmaneli Yaylası.”

P12: “Doğal güzellikler olarak türbin mesire yeri, Pelitözü Göleti, Günyurdu Göleti, Kömürsu Yaylası, Bozcaarmut Göleti, Çiçekli Yayla ve tabiki de Harman Kaya Kanyonu.”

P5: “Doğal güzellik açısından Kömürsu Yaylamız var. Çiçekli Yaylamız var. Atatürk Köşkü var. Ondan sonra Üç Tepelerimiz var. Bozcaarmut göleti yine mevcut.”

P7: “Kanyon diyebilirim doğal güzellik olarak. Daha fazla tarihe sahip olabilecek yerler. Çünkü doğal değerlere baktığımız zaman turiste, hizmete açık bölgeler değil. Çok fazla doğal güzelliğimiz var ama bunu turizme açabilecek imkânımız yok.”

Yerel turizm paydaşlarının, Bilecik’teki doğal güzellikleri değerlendirmelerinde göletlerin ön plana çıktığı görülmektedir. Özellikle Bozcaarmut göleti birçok paydaş tarafından dile getirilmiştir. İl sınırları içinde yer alan yaylalar, paydaşlar açısından önemli görülen doğal güzellikler arasında yer almaktadır. Yenipazar yakınlarında bulunan Harman Kaya Kanyonu da paydaşlar tarafından ön plana çıktığı düşünülen doğal güzelliklerden bir tanesidir.

Paydaşların bu temaya vermiş olduğu cevaplar aynı zamanda paydaşların ilin doğal güzellikleri konusunda bilgiye sahip olduğunu da göstermektedir.

Bilecik'te Öne Çıkan Tarihi Değerler

Yerel turizm paydaşlarından Bilecik'te öne çıkan tarihi değerlerden bahsedilmesi istenmiştir. İkinci temanın alt sorusu olan ilde öne çıkan tarihi değerlere dair yerel turizm paydaşlarının vermiş olduğu cevaplardan öne çıkanlar sıralanmıştır.

P15: “Spesifik olarak Bilecik'te Şeyh Edebalı Türbesi'nden tutunuz, Söğüt'te Ertuğrul Gazi Türbesi'ne, Dursun Fakih Türbesi'ne, yine Osmanlı İmparatorluğu döneminde yapıлып, günümüze intikal etmiş yapıları görmek adına, belki o dönemlerden de izler bulmak adına tarihi camiler pek çok döneme ait hanlar, hamamlar öne çıkan tarihi değerlerdir.”

P1: “Tarihi olarak Metristepe, Şeyh Edebalı bunlar çok önemli noktalar. Atatürk'ün İnönü'ye orda “Siz yalnız düşmanı değil, milletin makus talihini de yendiniz” cümlesini söylediği yer. O yüzden yani bu ulusun dönüm noktasının olduğu yer diye düşünüyorum.

P18: “İstanbul tarafından gelirken dersiniz; Vezirhan ve Osmaneli'ndeki kervansaraylarımız var. Oradan gelip, Bilecik'te Şeyh Edebalı Türbesi, oradan Dursun Fakih, Söğüt'te Ertuğrul Gazi, Bozüyük'te İnönü Şehitliği, Kumral Abdal Türbesi ve Metris Tepe.”

P24: “Şeyh Edebalı Türbesi, Ertuğrul Gazi Türbesi, Dursun Fakih Türbesi vb. Türbeler ile 20. yüzyılın başlarında İstiklal mücadelesi veren aziz şehitlerimizin ebedi mekanları bunların başında gelmektedir. Diğer taraftan Osmaneli ilçesinde bulunan tarihi kilise, Gölpazarı ilçesindeki kaya mezarları, hanlar, kervansaraylar bu topraklar üzerindeki hareketliliğin nişaneleri olarak hala mevcudiyetlerini muhafaza etmektedir.”

P8: “Şeyh Edebalı Türbesi, Ertuğrul Gazi Türbesi, Dursun Fakih Türbesi başta gelenler. Vezirhan'da taş köprü, kervansaray. Bozüyük merkezde Kasımpaşa Camii, çevresinde de külliyesi var. Bozüyük'te kurtuluşla ilgili önemli yerler var. İntikam Tepe Şehitliği var. İnönü Şehitliği var, Metris Tepe Anıtı var.”

Yerel turizm paydaşları tarafından ilde bulunan tarihi değerler değerlendirildiğinde birçok paydaşın türbelerin ön plana çıktığını düşündüğü görülmektedir. Bilecik il merkezinde bulunan Şeyh Edebalı'ya ait türbe ile Söğüt ilçesinde bulunan Ertuğrul Gazi'ye ait türbe ilk akla gelen tarihi değerler arasında yer almaktadır. Vezirhan'da bulunan kervansaray, Gölpazarı'nda bulunan han ile Bozüyük sınırları içinde bulunan Metris Tepe diğer ön plana çıkan tarihi değerlerdir. Osmaneli ilçesinde bulunan kilise de paydaşlar tarafından önemli bulunmaktadır.

Bilecik'te Öne Çıkan Kültürel Değerler

Yerel turizm paydaşlarından Bilecik'te ön plana çıkan kültürel değerlerden bahsedilmesi istenmiştir. İkinci temanın alt sorusu olan ilde öne çıkan kültürel değerlere dair paydaşların vermiş olduğu cevaplardan öne çıkanlar sıralanmıştır.

P6: “Kültürel olarak Kınık ön plana çıkıyor Pazaryeri’nde. Bilecik her yerin kültüründen almış, mutfak kültürü olarak. Bilecik’te bu çok çeşitli. Ama Bilecik’e ait denilebilecek bir şey ben bilmiyorum.”

P27: “Bizde bir Kınık var; ama Kınık’la beraber Osmanlının doğduğu yer bunlar. Eskiden ipekçilik burada meşhur olaymış. Oymacılık yani eskiden burada tahta oymacılığından mermer oymacılığına kadar burada birçok şeyler olmuş; ama bunların birçoğunu şimdi göremiyoruz.”

P2: “Yani bir tek Kınık Köyü. Başka da bir şey yok yani. Tek Kınık Köyü var yani elimizde, kültürel değerimiz.

P20: “Kültürel değerler dediğimiz zaman bizim Osmaneli’ndeki özellikle evlerden bahsedebiliriz. Osmaneli’nin bu konuda biraz öne çıkan özellikleri var. Büyük oranda tarihi dokusunu koruyabilmiş, bizde şu anda 140’ın üzerinde eski konak var tescilli.”

Bilecik’teki kültürel değerler yerel turizm paydaşları tarafından değerlendirildiğinde Kınık Köyü’ndeki el sanatının ön plana çıktığı görülmektedir. Birçok paydaş ilk olarak Kınık Köyü’nden bahsetmiştir. Paydaşlar Bilecik’in zengin bir mutfağa sahip olduğunu ancak Bilecik’e has bir yemeğin olmadığını belirtmişlerdir. Bunun yanı sıra birçok paydaş ilde daha önceden daha fazla el sanatının var olduğunu ancak bunların kaybolduğundan bahsetmiştir.

Yerel Paydaşların Bilecik’te Önemli Buldukları Turizm Faaliyetleri / Çeşitlerine İlişkin Bulgular

Bilecik’te var olan turizm faaliyetleri ve çeşitlerinin tespit edilmesi için yerel turizm paydaşlarına mülakatlarda “Bilecik’te öne çıkan- var olan turizm faaliyetleri / turizm çeşitleri nelerdir?” Sorusu yöneltilmiştir. Mülakatın üçüncü teması bu soru yardımı ile oluşturulmuştur. Daha detaylı veri sağlanabilmesi için ise alt sorulardan yardım alınmıştır. Yerel turizm paydaşlarının vermiş olduğu cevaplar genelde aynı çevrede toplanırken öne çıkan cevaplar aşağıda sıralanmıştır.

P12: “Kültür turizmi ve eko turizm ön plana çıkartılmalıdır. Şu an inanç turizmi ve kültür turizmi gerçekleştiriliyor. Ayrıca ilimiz mermer ve seramiğin önemli merkezlerindedir. Özellikle mermer ve seramik sektörü üzerine fuar, festival gibi etkinlikler düzenlenmelidir.

P15: “Şimdi yani daha çok dediğim gibi tarih turizmi noktasında ilgi çeken bir kent. Özellikle Söğüt merkezli Ertuğrul Gazi’yi Anma ve Söğüt Şenlikleri Türkiye’nin pek çok yerinden ziyaretçi alan ve ayrıca uluslararası alanda da bir etkinliktir. En büyük ve en çok ilgi çeken etkinliği Bilecik’in bu diyebiliriz.”

P1: “Bilecik’te en büyük turizm faaliyeti iş turizmi. Özellikle Bozüyük ilçemizde Eczacıbaşı, Demirdöküm, Demirer Kablo, organize sanayi içerisinde Park Cam, demir-çelik fabrikası gibi irili ufaklı yaklaşık 30- 35 tane kuruluş var. Bilecik’te organize sanayide BEIN Seramik, Cam-İş, Marmara Kâğıt çok büyük firmalar.”

P25: “Yayla olabilir, özellikle yayla olabilir. Çünkü özellikle Atatürk Köşkü’nün olduğu bölge Kömürsu Yaylası, Çam Yayla olabilir.”

P23: “İnanç turizmi, Şeyh Edebalı. Mesela yaban avı da olabilir tabi bu da ayrı bir şey. Avcılık olabilir. Mesela kayak turizmi bile yapılabilir. Kış turizmi olabilir. Harman Kaya Kanyonu, işte orda dağcılık olabilir.

P4: “Bilecik’te tarih turizmi haricinde doğa turizmi yapılabilir. Avcılık yapılabilir. Yayla turizmi.”

P8: “Bozüyük’te rakım biraz daha yüksektir. Yayla turizmi yapılmalıdır. Çiçekli Yayla, Kömürsu Yaylası, buralara kayak merkezi yapılabilir. Bozcaarmut göletinde yürüyüş parkuru mevcut. Mantar safarisi mesela yapılabilir.”

Tarih turizmi, iş turizmi, doğa turizmi, yayla turizmi, av turizmi ve dağcılık yerel turizm paydaşlarının Bilecik’te gerçekleştirilebileceğini düşündükleri turizm çeşitleridir. Yerel turizm paydaşlarının tümü tarafından ilde tarih turizminin varlığı kabul edilirken ilin doğa turizmi için uygun olduğu sıklıkla belirtilmiştir. Doğa turizmine paralel olarak yayla turizminin de bahsi geçmektedir. Av turizmi ve dağcılık bazı yerel turizm paydaşları tarafından dillendirilirken iş turizmi sadece tek paydaş tarafından bahsedilmiştir.

Yerel Paydaşların Bilecik Turizmi Hakkındaki Görüşlerine İlişkin Bulgular

Bilecik turizminin değerlendirilmesi için paydaşlara mülakatlarda “Ulusal boyutta baktığınızda Bilecik turizmi hakkında görüşleriniz nasıldır?” sorusu yöneltilmiştir. Mülakatın dördüncü teması bu soru yardımı ile oluşturulmuştur. Paydaşların vermiş olduğu cevaplardan öne çıkanlar aşağıda sıralanmıştır.

P4: “Kötü. Orta da demiyorum. Yani bu kafayla ortada demiyorum, vasat.”

P14: “Aslında bir iki yıl önceye kadar turizm denildiği zaman Bilecik akla gelmiyordu gibi geliyor bize. Dediğim gibi yeni keşfediliyor, kendini yeni keşfeden bir şehir turizm anlamında.”

P16: “Valla olumlu hiçbir şey yok. Biz olumsuz noktadayız. Yani Bilecik hak ettiği noktaya maalesef gelmemiştir. Getirilememiştir. Tabi bizim de bunda eksikliklerimiz vardır; ama bizim baş edemediğimiz, üstesinden gelemediğimiz konular vardır.

P15: “Turizm bakımından cazip rotalara yakın olmak bir açıdan dezavantajdır; ama bir açıdan da avantajdır. Bunu avantaja çevirebilirsiniz. Yakınına kadar gelen bir talep varsa bunu avantaja çevirirsiniz diye düşünüyorum. İşte İznik’e tarih turizmi için gelen Müslüman ve Hristiyan tüm kabilelerin aslında Osmanlı’nın kurulduğu kent Söğüt, size bir saat mesafesi var bilgisi olsa “ya gelmişken oraya da gidelim” derler diye düşünüyorum.

P8: “Göremiyorum. Bugün bakıyorum turizm acentaları var. Aylık, yıllık turlar var, rezervasyon yaptırıyorsunuz. Bilecik bu turların içerisinde yok. Bilecik’i ulusal düzeyde değerlendiremiyorum bile.

Yerel turizm paydaşlarının Bilecik turizmi hakkındaki görüşlerine ilişkin bulgulara bakıldığında paydaşların genelinin olumsuz düşünceye sahip olduğu görülmektedir. Yerel turizm paydaşlarının ifadelerinden Bilecik’in sahip olduğu potansiyele karşın bu potansiyeli iyi kullanamadığı, yeterince tanınmadığı ve tanıtılmadığı anlaşılmaktadır. Az sayıda paydaş ise yakın geçmişe göre Bilecik turizminin iyimser bir tablo çizdiğini söylemektedir. Bununla birlikte iyimser tablonun bir başlangıç olduğunu, yakın zamanda ildeki turizmin daha iyi olacağını düşünmektedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Çalışmada neticesinde yerel turizm paydaşlarının Bilecik'in bir turizm destinasyonu olarak ele alınabileceğini düşündükleri görülmektedir. Yerel turizm paydaşları, Bilecik'in Osmanlı İmparatorluğu'nun kuruluşuna ev sahipliği yapmış olmasından ve İnönü Savaşlarının il sınırları içerisinde geçmiş olmasından dolayı Bilecik'in tarihinin önem arz ettiğini düşünmektedir. Bundan dolayı yerel turizm paydaşları, Bilecik'in bir tarih destinasyonu olarak değerlendirilmesi gerektiğini düşünmektedir. Turistik tarihi destinasyonlar, turistik tüketimin tarihi değerlere odaklandığı destinasyonlardır. Bu sebeple Bilecik için tarih destinasyonu tanımlanması yapılmadan önce Bilecik'in bir turizm destinasyonu olup olmadığı sorusuna cevap aranması gerekmektedir. Çünkü turistik bir ürün olarak turizm bölgeleri ele alındığında ya da destinasyonları oluşturan unsurlara bakıldığında Bilecik'in bu unsurlardan bazılarını karşılayamadığı görülmektedir.

Bilecik'in tarih açısından bir değerinin ve çekiciliğinin olduğu tartışılmaz bir gerçektir. Ancak Bilecik'in ciddi boyutta turistik üstyapı eksiklikleri bulunmaktadır. İlçelere ulaşım imkanlarının kısıtlılığı, Bilecik'te bulunan seyahat acentesi sayısının az olması, Bilecik'te hizmet veren konaklama işletmelerinin nitelik ve nicelik açısından yetersizliği ve bununla beraber Bilecik'teki yiyecek-içecek işletmelerinin yine nitelik ve nicelik açısından yetersiz olması, Bilecik'in bir turizm destinasyonu olarak ele alınmasını güçleştirmektedir. Bilecik, destinasyonların yaşam döngüsü içerisinde değerlendirildiğinde henüz keşif aşamasında olduğu görülmektedir. Bilecik, doğal çekiciliği ve sahip olduğu kültürel özelliklerle çok az sayıda meraklı turist tarafından ziyaret edilmektedir. Keşif aşamasındaki destinasyonlar aynı Bilecik'te olduğu gibi ulaşım ve turistler için gerekli olan çeşitli yatırım ve tesislerden yoksundur. Bu sebeple Bilecik'ten bir turizm destinasyonu olarak bahsedebilmek için ivedi şekilde turistik altyapı ve turistik üstyapı eksikliklerinin giderilmesi gerekmektedir.

Bir şehirde, bir bölgede ya da bir ülkede turizmin gelişmesi için, o şehrin, bölgenin ya da ülkenin turizm envanterinin etkin bir şekilde çıkartılmış olması gerekmektedir. Şehrin, bölgenin ya da ülkenin elindeki tüm turizm arzı olabilecek kaynak ve değerlerin yerel turizm paydaşları tarafından biliniyor olması şehir, bölge ya da ülke turizminin gelişmesinde önemli rol oynamaktadır. Bu bağlamda Bilecik'teki yerel turizm paydaşlarının ilde önemli buldukları, onların bakış açılarıyla öne çıkan doğal değerleri kültürel değerler ve tarihi değerlerin tespit edilmesi amaçlanmıştır. Bilecik'teki yerel turizm paydaşları, il sınırları içinde bulunan yaylaları, göletleri ve kanyonun ön plana çıktığını söylemektedir. Ancak bu doğal değerlerin Bilecik'in turizm ekonomisine katkı yaptığı söylenememektedir. Ne Bilecik'in yaylalarında ne de göletlerinde herhangi bir turizm işletmesi bulunmamaktadır. Bununla beraber Bilecik'e gelen turistlerin öne çıkan yaylalar, göletler ve kanyon hakkında bilgi sahibi olduğu da şüphelidir. Son dönemlerde Harman Kaya Kanyonu ile ilgili çalışmalara ağırlık verildiği bilinmektedir. Bölgeye turist çekebilmek için altyapı ve üstyapı çalışmaları için projeler hazırlanarak teşvik alınmıştır. Ancak bu doğal değerler hala verimli olarak kullanılamamaktadır.

Bilecik'te yerel turizm paydaşların öne çıktığını düşündüğü kültürel değerlere bakıldığında Pazaryeri İlçesi'nde bulunan Kınık Köyü ön plana çıkmaktadır. Kınık Köyü'nde gerçekleştirilen çömlekçilik sanatı günümüzde hala icra edilmektedir ve ilin önemli kültürel değeri olarak yaşamaya devam etmektedir. Ancak Kınık Köyü'nde çömlekçilik

ile ilgilenen kişi sayısı gün geçtikçe azalmakla birlikte bu sanatla ilgilenen genç sanatçılar olmadığından dolayı önümüzdeki yıllarda kaybolma riski ile karşı karşıya olduğu gözlemlenmektedir. Yerel turizm paydaşlarının kültürel değerler kapsamında değerlendirmiş olduğu başka bir değer ise mutfaktır. Bilecik'te farklı etnik kökenden insanların yaşıyor olması, Bilecik'in mutfağından farklı yemeklerin bulunmasını sağlamaktadır. Bundan dolayı da Bilecik mutfağı çeşitlilik göstermektedir. Ancak Bilecik'e has olan ve yöresel mutfak literatürüne kazandırılan Bilecik ile anılan yiyecek ve içecek sayısı yok denecek kadar azdır. Geçmişten günümüze Bilecik incelendiğinde kültürel değerlere sahip çıkılmadığı ve bu sebeple kaybedildiği görülmektedir. Bunun en güzel örnekleri Söğüt İlçesi'nde önceleri yapılan ipekböcekçiliğinin şu an yapılmıyor olması ve Pazaryeri İlçesi'nde bulunan Demirköy'de yine önceleri icra edilen ağaç oymacılığı sanatının günümüzde sadece 2-3 kişi tarafından yapılıyor olmasıdır.

Yerel turizm paydaşlarının tarihi değerlerde bahsettikleri kültürel miraslar, Bilecik'te bulunan türbeler, kervansaray, han ve kilisedir. Özellikle Bilecik il merkezinde bulunan Şeyh Edebalı Türbesi ve Söğüt İlçesi'nde bulunan Ertuğrul Gazi Türbesi ön plana çıkan tarihi değerlerde başı çekmektedir. Yerel turizm paydaşlarından öne çıkan tarihi değerleri değerlendirmeleri istendiğinde türbeye odaklanıyor olmaları, Bilecik'in diğer tarihi değerlerinin öne çıkmasına engel olmaktadır. Çünkü Bilecik'te bulunan diğer tarihi değerler de en az Bilecik'te bulunan türbeler kadar önem arz etmektedir. Metris Tepe Anıtı buna örnek olarak sayılabilecek değerler arasında yer almaktadır. Bozüyük İlçesi'nde bulunan Kasımpaşa Camii yine ön plana çıkmayan ancak tarihi değeri tartışılmaz turizm arzularından biridir. Yine Söğüt İlçesi'nde bulunan Hamidiye Külliyesi ya da Osmaneli İlçesinde bulunan Türk Sivil Mimarisinin nadide örnekleri olan Osmanlı Evleri öne çıkması gereken tarihi değerler arasında yer almaktadır. Yerel turizm paydaşlarının doğal, kültürel ve tarihi değerleri ele alırken kısır bir çemberin içerisinde ele aldıkları, ilin tüm değerlerine hâkim olmadıkları gözlenmiştir.

Bilecik'in sadece tarih turizmi ile değerlendirilmesi doğru olmayacaktır. Bu sebeple yerel turizm paydaşlarının Bilecik'te var olan ya da geliştirilebilecek / geliştirilmesi gereken turizm çeşitleriyle ilgili değerlendirmelerinde ön plana çıkan turizm çeşitlerinin arasında iş turizmi, doğa turizmi, yayla turizmi, av turizmi ve dağcılığın olduğu görülmektedir. Bilecik'in büyük oranın ormanlık olması ve bakir bir doğaya sahip olmasından dolayı Bilecik'te doğa turizmi ile yayla turizminin geliştirilmesinin doğru olacağı düşünülmektedir. Buna bağlı olarak Bilecik'in faunasının zengin yapısı av turizmine de zemin oluşturmaktadır. Hem Bilecik'teki göletlerde balık avcılığının yapılıyor olması hem de yaylalardaki vahşi hayvanların mevcudiyeti Bilecik'te av turizmine imkân sağlamaktadır. Av turizmi ile ilgili olarak çalışmaların olduğu görülmektedir. Bozüyük İlçesi'nde yer alan büyük fabrikalar ile Bilecik il merkezinde ve bazı ilçelerde gelişmekte olan organize sanayi bölgeleri, iş turizmi için fırsat sunmaya başlamıştır. Özellikle Bozüyük ilçesindeki yerel turizm paydaşlarının iş turizminden sıklıkla bahsettiği görülmektedir. Bu sebeple Bilecik'te henüz fark edilmemiş olsa da iş turizmi açısından bir potansiyelin mevcut olduğu gözlenmektedir. Yerel turizm paydaşlarının, Bilecik'te gerçekleştirilen turizm faaliyetleri değerlendirmelerinde Söğüt ilçesinde çok uzun zamandır gerçekleşen Ertuğrul Gazi'yi Anma ve Söğüt Şenlikleri ön plana çıkmaktadır. Hem ulusal hem de uluslararası katılımın olduğu şenlik, paydaşların en önemli buldukları turizm faaliyetidir. Ancak şenlik organizasyonun profesyonel bir şekilde yapılmadığı, şenliğin siyasetin gölgesinde kaldığı ve şenlikten verimli şekilde istifade edilmediği düşünülmektedir. Yerel turizm paydaşlarının ulusal boyutta Bilecik turizmi hakkında görüşlerinin olumlu

olmadığı tespit edilmiştir. Birçok paydaş ulusal boyutta Bilecik turizmini vasat olarak değerlendirirken, az sayıda yerel turizm paydaşın iyimser bir tavır sergilediği görülmektedir.

Bilecik'in bir turizm destinasyonu olarak değerlendirilmesine yönelik gerçekleştirilen yerel paydaş analizinin sonucunda, çeşitli öneriler getirmek mümkündür. Bilecik'in teferruatlı bir şekilde turizm envanteri konunun uzmanları tarafından çıkartılmalıdır. Bilecik'in turizme yönelik altyapı eksiklikleri ivedi bir şekilde giderilmelidir. Bilecik'te bulunan her turizm arzında yönlendirici levhalar farkındalık uyandıracak şekilde yenilenmelidir. Bilecik'te icra edilen el sanatlarının gelecek nesillere aktarılabilmesi için kurslar açılmalıdır. Geçmişte icra edilen ve günümüzde unutulmuş olan el sanatlarının ise tekrar icra edilmesi için çalışmalar yapılmalıdır. Yerel halk yayla turizmi, çiftlik turizmi, eko turizm ve kırsal turizm gibi turizm çeşitleri hakkında bilgilendirilmelidir. Yeni konaklama tesisleri ve turizme yönelik üstyapı eksiklikleri ivedi bir şekilde tamamlanmalıdır. Bilecik'in her bir köşesinde taramalar yapılarak, detaylı bir şekilde Bilecik'in gastronomi envanteri uzmanlar tarafından çıkartılmalıdır. Ertuğrul Gazi'yi Anma ve Söğüt Şenlikleri tüm turizm paydaşlarının katılacağı bir toplantı ile yeniden ele alınmalı, şenlikler siyasetin gölgesinden kurtarılmalı ve katılımcı bir planlama gerçekleştirilmelidir. Sonraki araştırmacılar ise Bilecik turizmine yerel halkın tutumunun nasıl olduğunu araştırarak çalışmalar gerçekleştirebilir. Bilecik turizminin envanteri çıkartılıp literatüre kazandırılabilir. Bilecik'in yöresel mutfağı akademik bir şekilde ele alınıp, gastronomi literatürüne kazandırılabilir. Bilecik turizmi hakkında daha çok çalışma yapılması sağlanmalıdır.

KAYNAKÇA

- Ahipaşaoğlu, H. S. (1997). *Seyahat işletmelerinde tur planlaması - yönetimi ve rehberliğin meslek olarak seçilmesinin nedenleri üzerine bir uygulama*. Ankara: Varol Matbaası
- Akyurt, H. (2008). *Turizm bölgesine yönelik talebi etkileyen faktörlerden imaj ve Çeşme örneği* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- Bahar, O. ve Kozak, M. (2012). *Turizm ekonomisi*, (4. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık
- Bardakoğlu, Ö. (2011). *Turistik ürün bakımından destinasyon planlaması ve pazarlaması kapsamında İzmir turizminin değerlendirilmesi ve geliştirilmesine yönelik bir model çalışması* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- Buhalis, D. (2000a). *Relationships in the distribution channel of tourism: conflicts between hoteliers and tour operators in the mediterranean region, global alliances in the tourism and hospitality management*. The Hoaworth Press, Inc.
- Buhalis, D. (2000b). Marketing the competitive destination of the future, *Tourism Management, Vol: 21*, p. 97-116
- Cooper, C. (1998). *The destination, (edited by: rebecca shepherd), tourism principles and practice*. Edinburg: Pearson Education Limited

- Çakmak, A. Ç. ve Kök, İ. R. (2012). Destinasyon pazarlaması ve Safranbolu'nun destinasyon imajının ölçülmesi, *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, Sayı: 2, s. 80- 101
- Ersun, N. ve Arslan, K. (2011). Turizmde destinasyon seçimini etkileyen temel unsurlar ve pazarlama stratejileri, *Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, Cilt: 31, Sayı: 2, s. 231
- Güripek, E. (2013). *Turizm destinasyonlarının rekabet gücünün artırılmasında stratejik destinasyon yönetimi: Çeşme Alaçatı destinasyonu üzerine bir uygulama* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- İlban, M. O. (2007). *Destinasyon pazarlamasında marka imajı ve seyahat acentalarında bir araştırma* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir.
- Karabıyık, N. ve Sümer İnci, B. (2012). Destinasyon pazarlamasında stratejileri ve konumlandırma çalışmalarına kavramsal yaklaşım, *İstanbul Journal of Social Science*, Yaz, Sayı: 1, s. 2
- Kavacık, M., Zafer, S. ve İnal, M. E. (2012). Turizmde destinasyon markalaması: Alanya örneği, *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Sayı: 39, s. 171
- Laws, E. (1995). *The destination management issues, analysis and policies*. Routledge: London
- Minghetti, V. (2001). From destination to destination marketing and management: designing and repositioning tourism products, *International Journal of Tourism Research*, Vol: 3, p. 255- 257
- Özdemir, G. (2007). *Destinasyon yönetimi ve pazarlama temelleri İzmir için bir destinasyon model önerisi* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- Öztürk, Y. (2013). *Destinasyon yönetimi*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları
- Page, S. (1995). *Urban tourism*. London & Newyork: Routledge
- Paslı, M. M. (2013). *Turizmde destinasyon imajı ve Giresun ili üzerinde bir araştırma* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Tosun, C. and Jenkins, C. L. (1996). Regional Planning Approaches to Tourism Development: In Case of Turkey, *Tourism Management*, Vol: 17, No: 7, p. 521
- Türkay, O. (2014) *Destinasyon yönetimi*. Ankara: Detay Yayıncılık
- Uğur, İ. (2012). *Tarihi kentlerin turizm destinasyonu olarak geliştirilmesi: Safranbolu örneği* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Çanakkale.
- Ülker, E. (2010). *Destinasyon pazarlamasında destinasyon seçimi karar verme süreci üzerine bir çalışma: Bozcaada örneği* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi) Trakya Üniversitesi, Edirne.
- Yaraşlı, G. K. (2007). *Destinasyon imajı ve Trabzon yöresine dönük bir çalışma* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Başkent Üniversitesi, Ankara.
- Yüksek, G. (2014) *Turizm destinasyonları*. Ankara: Detay Yayıncılık

Local Stakeholder Analysis For Evaluating Bilecik As A Tourism Destination

Ahmet VATAN

İstanbul Medeniyet University, Faculty of Tourism, İstanbul/Turkey

Extensive Summary

Tourism is a global industry which has a great economical importance and is developing fast. The existence of the tourism industry helps to increase economic solutions and establish a relational discipline among different societies. With visiting new places, visitors have receives significant experiential training and in addition to this, they learn the cultures, history and geographic structures of the new places they visit. It is known that a well-run tourism contributes added value on the country's physical, cultural, social and economical development. On the other hand, a badly-run tourism may cause a touristic region to develop physically, exceed its carrying capacity and make it difficult to control this development for these reasons.

Generally, the destinations are defined as "places that are visited by the tourists and that have different features than the other regions have". (Çakmak ve Kök, 2012: 82) The term "destination" contains a lot of components in itself. These components can be sort as potential and actual tourists, public and private sector institutions, local community and external environment. Difficulties are encountered at the point of identification due to the fact that it contains many components. (Minghetti, 2001: 256; Paslı, 2013: 8)

The basic approach of the study is the induction approach. In this study, as a method, qualitative research method was used. In this study, "How is Bilecik being evaluated by local stakeholders as a tourism destination?", as the main problem, and Bilecik province, as a tourism destination, were meant to examined. As the main problem of the study requires detailed and in-depth investigation of the current situation, the pattern of the research was determined as a stakeholder analysis. Local stakeholders located in Bilecik province form the sample of the "Local Stakeholder Analysis For Evaluation of Bilecik as a Tourism Destination" related study. In this context, Members of Parliament, Mayors, Governorship, District Governorship, Bilecik Provincial Directorate of Culture and Tourism, Non-Governmental Organizations which represent the local community, accommodation establishments which have Tourism Establishment Certificate, food and beverage establishments, travel agents located in the province and institutions providing tourism training in the province are included in the sample of the study.

The semi-structured interview form used in the interview process consists of the questions that were formed as a result of the scanning of the literature on the destination marketing. For the interview form, and accordingly the study, to be reliable and valid, expert opinion is needed in qualitative studies. The expert approval was obtained by delivering the interview form prepared for this reason to the lecturers who specialized in destination marketing, marketing or publicity. The interview form was delivered to a total of 20 lecturers, one of them is from abroad, and 10 experts' answers and approvals were obtained.

Table 1: Created Theme Codes

| <i>Theme Code</i> | <i>Themes Created by Interview Form</i> |
|-------------------|--|
| <i>T1</i> | Evaluation of Bilecik as a Tourism Destination by Local Stakeholders |
| <i>T2</i> | Tourism Supply Sources Important for Local Stakeholders in Bilecik |
| <i>T3</i> | Tourism Activities/Types Important for Local Stakeholders in Bilecik |
| <i>T4</i> | Opinions of Local Stakeholders on Bilecik Tourism |

Information included in the literature part of the study was used as a base for the presentation of findings of the research. As it is known, descriptive analysis is a kind of qualitative data analysis which includes summarizing and interpreting data obtained by interview, observation or document review data collection techniques according to predetermined themes. In this study, the analysis of data and presentation of findings were performed by taking the predetermined themes and questions related to these themes into consideration.

In semi-structured interviews with local tourism stakeholders within the scope of the study, a deciphering process was needed to reveal the findings by the reason of the voice recording done by obtaining permission of the local stakeholders. The deciphering process can be defined as a process of converting a conversation to written or printed form. As a result, findings obtained from local stakeholders' answers to the questions on the interview form, which was created by related literature scanning and approved by expert opinion, are submitted in this study. Other details of interviews are:

- Each interview lasted 20 minutes on average,
- Total interview records are 600 minutes,
- A total of 5 pages of notes were kept for extra information during the interviews,
- Interview records have been converted to text with a total of 269 pages,
- The interviews were submitted in 4 categories and 6 sub-categories in total.

It is seen as a result of the study that local stakeholders think that Bilecik can be considered as a tourism destination. Local tourism stakeholders think that Bilecik is important due to the fact that Bilecik hosted the foundation of the Ottoman Empire and the İnönü Wars took place inside its provincial borders. Therefore, local tourism stakeholders think that Bilecik should be considered as a history destination. Tourist destinations are destinations where tourist consumption focuses on historical values. For this reason, it is necessary to seek for an answer for the question whether Bilecik is a tourism destination before Bilecik defining it as a historical destination. Considering the tourism regions as tourist products or the elements that form the destinations, it is seen that Bilecik cannot fulfill some of these elements.

It is an inarguable fact that Bilecik has a value and attractiveness in the sense of history. However, Bilecik has serious touristic superstructure deficiencies. The transportation facilities to the district and number of travel agents located in Bilecik, inadequacy of quality and quantity of accommodation companies offering services in Bilecik and again the quality and quantity of food and beverage companies in Bilecik being insufficient make it difficult to consider Bilecik as a tourism destination. When Bilecik is evaluated within the life cycle of destinations, it is seen that it is still in the discovery phase. With its natural charm and cultural features, Bilecik is visited by very few

curious tourists. Just as in Bilecik, the destinations in the discovery phase lack the various investments and facilities required for transportation and tourists. For this reason, to be able to consider Bilecik as a tourism destination, it is necessary to eliminate the tourist infrastructure and tourist superstructure deficiencies promptly.

It would not be correct to evaluate Bilecik with its history tourism only. For this reason, it is seen that among the prominent tourism type on the evaluation of local tourism stakeholders related to tourism types, which can be developed / are necessary to develop or inside Bilecik, are history tourism, business tourism, nature tourism, highland tourism, hunting tourism and mountaineering. Because Bilecik is forested in nature and has a virgin nature, it is thought that the development of nature tourism and highland tourism in Bilecik would be accurate. Accordingly, the rich structure of the fauna of Bilecik forms a basis for hunting tourism. Both the fishing in the ponds of Bilecik and the presence of wild animals in the highlands provide the opportunity for hunting tourism in Bilecik. It is seen that there are practices related to hunting tourism. Factories located in Bozüyük District and developing organized industrial regions located in Bilecik and some other districts have started offering opportunities for business tourism. It is seen that especially the local tourism stakeholders in the Bozüyük district frequently talk about business tourism. For this reason, it is observed that there is a potential in terms of business tourism in Bilecik even though it is not realized yet. The commemoration of Ertuğrul Gazi and the Söğüt Festival, which took place for a long time in Söğüt district in the evaluation of tourism activities of the local tourism stakeholders in Bilecik, come to the fore. The festival, which has both national and international participation, is the most important tourism activity for the stakeholders. However, it is thought that the festival is not benefited efficiently due to the fact that the organization is not done in a professional way and that the festival is overshadowed by politics. It was determined that the opinions of local tourism stakeholders on Bilecik tourism at national level were not positive. It is seen that while many of stakeholders evaluated Bilecik tourism as mediocre at national level, a small number of local tourism stakeholders had an optimistic attitude.

In the result of local stakeholders analysis oriented the evaluation of Bilecik as a tourism destination, it is possible to make various suggestions. Bilecik's extensive inventory of tourism needs to be created by experts. Bilecik's infrastructure deficiencies for tourism should be eliminated promptly. In every tourism supply in Bilecik, the guiding signs should be renewed in the manner that they raise awareness. In order to transfer the handicrafts performed in Bilecik to future generations, courses should be provided, and to perform the forgotten handicrafts, studies should be carried out. Local community should be informed about tourism types such as highland tourism, farm tourism, ecotourism and rural tourism. Superstructure deficiencies for new accommodation and tourism should be completed promptly. Scanning should be performed everywhere in Bilecik and Bilecik's gastronomy inventory should be created by experts in detail. Ertuğrul Gazi's Commemoration and Söğüt Festivals should be handled again with a meeting attended by all tourism stakeholders, festivals should be saved from the shadow of politics and participatory planning should be carried out. Next researchers can conduct studies to investigate the attitude of local community towards Bilecik tourism. The inventory of Bilecik tourism can be created and brought into literature. The traditional cuisine of Bilecik can be handled in an academic way and can be brought into gastronomy literature. More should be done about Bilecik tourism.