



T.C.

BİLECİK ŞEYH EDEBALI ÜNİVERSİTESİ

LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

COĞRAFYA ANABİLİM DALI

COĞRAFYA DOKTORA PROGRAMI

**ESKİŞEHİR'DE ŞEHİR TURİZMİNİN EKONOMİK VE SOSYOKÜLTÜREL
ETKİLERİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA**

DOKTORA TEZİ

RAZİYE COŞKUN

TEZ DANIŞMANI

DOÇ. DR. AYŞE OKUYUCU

BİLECİK, 2026

10834032

T.C.
BİLECİK ŞEYH EDEBALI ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
COĞRAFYA ANABİLİM DALI
COĞRAFYA DOKTORA PROGRAMI

**ESKİŞEHİR'DE ŞEHİR TURİZMİNİN EKONOMİK VE SOSYOKÜLTÜREL
ETKİLERİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA**

DOKTORA TEZİ

RAZİYE COŞKUN

TEZ DANIŞMANI

DOÇ. DR. AYŞE OKUYUCU

BİLECİK, 2026

10834032

BEYAN

“Eskişehir’de Şehir Turizminin Ekonomik ve Sosyokültürel Etkilerine Yönelik Bir Araştırma” adlı doktora tezi hazırlık ve yazım aşamasında bilimsel araştırma ve etik kurallarına uyduğumu, Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Faaliyetlerinde Üretken Yapay Zekâ Kullanımına Dair Etik Rehberine uygun olarak tez/dönem projemi hazırladığımı, başkalarının eserlerinden yararlandığım bölümlerde bilimsel etik kurallarına uygun olarak atıfta bulunduğumu, kullandığım verilerde herhangi bir tahrifat yapmadığımı, çalışmamın herhangi bir kısmının başka bir tez/dönem projesi olarak sunulmadığını, aksinin tespit edilmesi durumunda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan ederim.

Bu çalışma BAP tarafından TEZ-D-2024-618 nolu proje ile desteklenmiştir.

Bu çalışma için Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi kurumundan 10.06.2024 tarihli ve 21 sayılı Etik Kurul Onayı alınmıştır.

Raziye COŞKUN

../../2026

İmza:

	YAPAY ZEKÂ KULLANIMINA İLİŞKİN ÖĞRENCİ BEYAN FORMU	BŞEÜ-KAYSIS	DFR-516
		İlk Yayın	30.04.2026/16
		Revizyon Tarihi	00
		Revizyon No.su	00
		Toplam Sayfa	1

Bölüm I. Yapay Zekâ Kullanım Durumu
☒ Bu tezin/projenin yazım süreçlerinde yapay zekâ tabanlı araçlardan faydalandım .
☐ Bu tezin/projenin yazım süreçlerinde yapay zekâ tabanlı herhangi bir araçtan faydalanmadım .

Bölüm II. Yapay Zekâ Kullanım Detayları
<i>*Bu bölüm yalnızca yapay zekâ kullanımı beyan edilmiş ise doldurulacaktır. Aksi durumda boş bırakılmalıdır.</i>
Tezinizde/projenizde kullandığınız <u>yapay zekâ araçlarını</u> ve <u>sürümünü</u> listeleyiniz: Chatgpt
Yapay zekâ araçlarını tezin/projenin aşağıdaki aşamalarında ilgili amaçlar için kullandım. (Birden fazla seçenek işaretlenebilir): ☐ Cümle oluşturma ☐ Literatür tarama ☒ Çeviri ☒ Düzenleme/dil kontrolü ☐ Veri işleme ve analizi ☐ Veri görselleştirme ☐ Görüntü üretme ☒ Kaynakça düzenleme ☐ Diğer (Belirtiniz):.....
Bu çalışmada yapay zekâ kullanımı Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Faaliyetlerinde Üretken Yapay Zekâ Kullanımına Dair Etik Rehber'e ve akademik dürüstlük ilkelerine uygun şekilde gerçekleştirilmiş olup yapay zekâ araçlarından alınan destek, etik kurallar ve kaynak gösterme esaslarına uygun biçimde belirtilmiştir. Yapay zekâ kullanımı, çalışmanın özgünlüğüne, bilimsel etik kurallarına ve ilgili mevzuata aykırı olmayacak biçimde gerçekleştirilmiştir. Usulsüz yapay zekâ kullanımı (örneğin: kaynak göstermeksizin metin üretimi, otomatik içerik üretiminin özgün eser gibi sunulması, yanıltıcı kaynak gösterimi vb.) tarafımdan kesinlikle yapılmamıştır. Yapay zekâ araçlarının sağladığı bilgilerin doğruluğunu kontrol ettiğimi, yanlış veya eksik bilgi bulunması halinde tüm sorumluluğun tarafıma ait olduğunu; ayrıca çalışmamla ilgili bu beyana aykırı bir durumun herhangi bir zamanda tespit edilmesi durumunda ortaya çıkabilecek akademik ve hukuki sonuçları kabul ettiğimi beyan ederim.

Raziye COŞKUN

../../2026

İmza:

ÖN SÖZ

Tez çalışmamın başlangıcından tamamlanmasına kadar geçen süreçte bilgi, deneyim ve akademik birikimiyle bana her zaman yol gösteren, değerli görüş ve önerileriyle çalışmamın şekillenmesine önemli katkılar sağlayan danışman hocam Doç. Dr. Ayşe OKUYUCU'ya, sabrı, anlayışı ve her aşamada sunduğu kıymetli desteklerinden dolayı en içten teşekkürlerimi ve saygılarımı sunarım.

Çalışmamı titizlikle değerlendirerek değerli görüş, öneri ve yapıcı eleştirileriyle tezimin geliştirilmesine önemli katkılar sağlayan, akademik bilgi ve deneyimleriyle araştırmama farklı bakış açıları kazandıran Prof. Dr. Erdal KARAKAŞ ve Prof. Dr. Mehmet SOMUNCU'ya değerli katkıları, destekleri ve yol gösterici değerlendirmeleri için içten teşekkürlerimi ve saygılarımı sunarım.

Çalışmama değerli görüş, öneri ve değerlendirmeleriyle katkı sağlayan Prof. Dr. Harun TUNÇEL, Doç. Dr. Öznur AKGİŞ İLHAN ve Dr. Öğr. Üyesi Merve ALTUNDAL ÖNCÜ'ye, değerli görüş ve önerileri için teşekkürlerimi ve saygılarımı sunarım.

Bu tez çalışması, Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinatörlüğü tarafından TEZ-D-2024-618 numaralı proje kapsamında desteklenmiştir. Sağladıkları destek ve katkıdan dolayı teşekkür ederim.

Doktora eğitimim ve tez çalışmam boyunca motivasyonları ve dostluklarıyla her zaman yanımda olan değerli arkadaşlarıma çok teşekkür ederim. Son olarak, bu süreçte sabırları ve destekleriyle bana güç veren, her zaman yanımda olduklarını hissettiren kıymetli aileme sonsuz teşekkür ederim.

ÖZET

Şehirlerin sahip olduğu tarihsel ve kültürel miras ile rekreasyon olanaklarının turizm kapsamında değerlendirilmesi, birçok şehrin önemli bir turizm destinasyonu olarak gelişmesine katkı sağlamıştır. Bu kentlerden biri olan Eskişehir, kültürel mirası, müzeleri, rekreasyon alanları, kültür ve sanat faaliyetleri ile planlı kentsel gelişimi sayesinde Türkiye'nin önde gelen şehir turizmi destinasyonlarından biri hâline gelmiştir. Bu araştırma, Eskişehir'deki şehir turizminin ekonomik ve sosyokültürel etkilerini yerel halk, turizm işletmeleri ve yerel yönetimler perspektifinden değerlendirmeyi ve şehir turisti profilini belirlemeyi amaçlamaktadır. Araştırma alanını Eskişehir'in Odunpazarı ve Tepebaşı ilçelerinin kentsel mahalleleri oluşturmaktadır. Araştırmada karma araştırma yöntemi benimsenmiş olup nicel ve nitel veriler birbirini destekleyici ve tamamlayıcı biçimde kullanılmıştır. Nicel veriler, 384 yerel halk ve 300 ziyaretçiye uygulanan anketlerden; nitel veriler ise turizm sektöründe faaliyet gösteren 12 işletme temsilcisi ile kamu ve yerel yönetimleri temsil eden 8 katılımcıyla gerçekleştirilen yarı yapılandırılmış görüşmelerden elde edilmiştir. Nicel veriler SPSS 21 programında tanımlayıcı istatistikler, açıklayıcı faktör analizi, bağımsız örneklem t-testi ve tek yönlü varyans analizi (ANOVA) ve ki-kare testi kullanılarak analiz edilmiş; nitel veriler ise MAXQDA 2020 programında içerik analizi yöntemiyle çözümlenmiştir.

Araştırma bulguları, şehir turizminin Eskişehir'e ekonomik ve sosyokültürel açıdan önemli katkılar sağladığını ortaya koymuştur. Ekonomik açıdan şehir turizminin ticari ve sektörel gelişimi desteklediği, istihdam ve girişimcilik olanaklarını artırdığı belirlenirken; yaşam maliyetleri ile konut ve iş yeri kiralarındaki artış gibi olumsuz ekonomik etkilerin özellikle turistik çekim merkezlerinde daha belirgin olduğu tespit edilmiştir. Sosyokültürel açıdan ise şehir turizminin kültürel etkinlikleri çeşitlendirdiği, sosyal yaşamı canlandırdığı ve kültürel mirasın korunmasına katkı sağladığı; buna karşılık özellikle turistik alanlarda kalabalıklaşma, trafik yoğunluğu ve otopark yetersizliği gibi sorunları artırdığı belirlenmiştir. Ayrıca şehir turistlerinin büyük ölçüde kısa süreli, kültür ve deneyim odaklı ziyaretçilerden oluştuğu; ziyaretçi hareketliliğinin ise Odunpazarı Tarihi Bölgesi, Porsuk Çayı çevresi, Sazova Bilim, Kültür ve Sanat Parkı, müzeler ve rekreasyon alanlarında yoğunlaştığı saptanmıştır.

Araştırma bulguları doğrultusunda, şehirdeki farklı turizm türlerinin birbirini destekleyecek biçimde entegre edilmesi; ziyaretçi hareketliliğinin mekânsal olarak dengelenmesine, ziyaret sürelerinin uzamasına ve şehir turizminin ekonomik ve sosyokültürel etkilerinin daha dengeli biçimde yönetilmesine olanak sağlayacaktır. Bu doğrultuda Eskişehir'de şehir turizminin,

şehirsel gelişim süreçleriyle uyumlu, paydaş katılımını esas alan ve kentin potansiyelini birlikte değerlendiren bütüncül bir yönetim anlayışıyla geliştirilmesi gerektiği sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Şehir turizmi, şehir turizminin etkileri, şehir turist profili, Eskişehir

ABSTRACT

The evaluation of cities' historical and cultural heritage and recreational opportunities within the scope of tourism has contributed to the development of many cities as significant tourism destinations. One of these cities, Eskişehir, has become one of Türkiye's leading urban tourism destinations through its cultural heritage, museums, recreational areas, cultural and artistic activities, and planned urban development. This study aims to evaluate the sociocultural and economic impacts of urban tourism in Eskişehir from the perspectives of local residents, tourism businesses, and local governments, and to identify the profile of urban tourists. The research area consists of the urban neighborhoods of the Odunpazarı and Tepebaşı districts of Eskişehir. A mixed-methods approach was adopted in the study, in which quantitative and qualitative data were used in a complementary and supportive manner. Quantitative data were obtained through surveys conducted with 384 local residents and 300 visitors, while qualitative data were collected through semi-structured interviews with 12 representatives of tourism businesses and 8 participants representing public institutions and local governments. Quantitative data were analyzed using descriptive statistics, exploratory factor analysis, independent samples t-test, one-way analysis of variance (ANOVA), and the chi-square test in SPSS 21. Qualitative data were analyzed through content analysis using MAXQDA 2020.

The findings reveal that urban tourism provides significant economic and sociocultural contributions to Eskişehir. In economic terms, urban tourism was found to support commercial and sectoral development while increasing employment and entrepreneurship opportunities. However, negative economic impacts, such as increased living costs and rising residential and commercial rents, were found to be more evident, particularly in tourism attraction areas. From a sociocultural perspective, urban tourism was determined to diversify cultural activities, revitalize social life, and contribute to the preservation of cultural heritage; however, it also increased challenges such as crowding, traffic congestion, and insufficient parking facilities, especially in tourism areas. Furthermore, urban tourists were identified as predominantly short-term visitors with a focus on culture and experience, and visitor mobility was found to be concentrated around the Odunpazarı Historic District, the Porsuk River surroundings, Sazova Science, Culture and Art Park, museums, and recreational areas.

Based on the research findings, integrating different types of tourism in the city in a way that supports one another will contribute to balancing visitor mobility spatially, extending visitor stays, and managing the sociocultural and economic impacts of urban tourism more effectively. Accordingly, it is concluded that urban tourism in Eskişehir should be developed through a

holistic management approach that is compatible with urban development processes, based on stakeholder participation, and considers the city's overall potential.

Keywords: Urban tourism, impacts of urban tourism, urban tourist profile, Eskişehir

İÇİNDEKİLER

	Sayfa
ÖN SÖZ	i
ÖZET	ii
ABSTRACT	iv
İÇİNDEKİLER.....	vi
TABLolar LİSTESİ	xii
ŞEKİLLER LİSTESİ	xv
KISALTMALAR VE SİMGELER LİSTESİ	xvii
1. GİRİŞ	1
1.1. Araştırmanın Amacı.....	2
1.2. Araştırmanın Önemi	4
1.3. Araştırmanın Problemi	5
1.4. Araştırma Alanı ve Sınırları	6
1.5. Araştırmanın Hipotezleri	8
1.5.1. Yerel Halkın Algılarına Yönelik Hipotezler	8
1.5.2. Ziyaretçi Eğilim ve Tercihlerine Yönelik Hipotezler	9
1.6. Araştırmanın Sınırlılıkları	10
2. TEORİK VE KAVRAMSAL ÇERÇEVE	11
2.1. Teorik Çerçeve	11
2.1.1. Doxey'nin Irridex Modeli.....	11
2.1.2. Butler'ın Destinasyon Yaşam Döngüsü Modeli	12
2.1.3. Topluluğa Bağlılık Teorisi.....	14
2.1.4. Sosyal Mübadele Teorisi.....	15
2.2. Kavramsal Çerçeve	16
2.2.1. Şehir Kavramı	16
2.2.2. Şehirlerin Kökeni.....	18
2.2.3. Şehir ve Turizm İlişkisi	19
2.2.4. Şehir Turizmi.....	19
2.2.5. Turistik Şehir Türleri.....	23
2.2.6. Şehir Turist Profili.....	25
2.2.7. Şehir Turizminde Fonksiyonel Çeşitlilik	27
2.2.7.1. İş Turizmi.....	27
2.2.7.2. Eğlence Turizmi	28
2.2.7.3. İnanç Turizmi	29
2.2.7.4. Alışveriş Turizmi.....	30

2.2.7.5. Kùltür Turizmi	31
2.2.8. Şehir Turizmine Hizmet Sunan İşletmeler	32
2.2.8.1. Seyahat ve Ulaştırma İşletmeleri	32
2.2.8.2. Yiyecek-İçecek İşletmeleri	33
2.2.8.3. Konaklama İşletmeleri.....	34
2.2.8.4. Diğer Turizm İşletmeleri	35
2.2.9. Şehir Turizminin Etkileri.....	35
2.2.9.1. Ekonomik Etkiler.....	37
2.2.9.2. Sosyokùltürel Etkiler	40
2.2.10. Dünyada ve Türkiye’de Şehir Turizminin Gelişimi	45
2.2.10.1. Dünyada Şehir Turizmi	45
2.2.10.2. Türkiye’de Şehir Turizmi	47
3. LİTERATÜR	49
3.1. Şehir Turizmi Literatürü: Teorik ve Kavramsal Yaklaşım	49
3.2. Turizmin Etkileri Literatürü	51
3.3. Çalışma Alanına (Eskişehir) Yönelik Literatür Araştırması	53
4. ÇALIŞMA ALANI: ESKİŞEHİR	57
4.1. Araştırma Alanının Fiziki Coğrafya Özellikleri ile Turizm İlişkisi.....	57
4.1.1. Topografik Yapısı.....	57
4.1.2. İklim Özellikleri.....	57
4.1.3. Bitki örtüsü	59
4.1.4. Hidrolojik Özellikler	59
4.2. Beşeri ve Ekonomik Özellikler ile Turizm İlişkisi.....	61
4.2.1. Eskişehir’in Tarihsel Gelişimi ve Yerleşim Özellikleri.....	61
4.2.2. Şehrin Yakın Dönem Gelişimi ve Şehir Turizminin Doğuşu.....	67
4.2.3. Nüfus Gelişimi	69
4.3. Eskişehir'in Sanayileşme Süreci	77
4.4. Eskişehir’in Turizm Altyapısı.....	81
4.4.1. Eskişehir’in Ulaşım Olanakları	81
4.4.2. Eskişehir’in Konaklama Olanakları	85
4.4.3. Seyahat Acenteleri	96
4.5. Eskişehir’de Şehir Turizmi Çekicilikleri	96
4.5.1. Camiler.....	101
4.5.1.1. Kurşunlu Cami ve Külliyesi.....	101
4.5.1.2. Tiryakizade Süleyman Ağa Cami.....	101
4.5.1.3. Reşadiye Cami.....	102
4.5.1.4. Alaeddin Cami	102

4.5.1.5. Akcami	102
4.5.2. Türbeler	102
4.5.2.1. Şeyh Edebali Türbesi.....	102
4.5.2.2. Şeyh Nusrettin Dede Türbesi (Tezveren Dede Türbesi)	103
4.5.2.3. Şeyh Ahi Mahmud Türbesi.....	103
4.5.2.4. Şeyh Şehabettin Sühreverdi Türbesi	103
4.5.2.5. Hasan Dede Türbesi.....	104
4.5.3. Müzeler	104
4.5.3.1. ETİ Arkeoloji Müzesi	104
4.5.3.2. Vecihi Hürkuş Havacılık Müzesi	104
4.5.3.3. Lületaş Müzesi	105
4.5.3.4. Odunpazarı Modern Müze	105
4.5.3.5. Yılmaz Büyükerşen Balmumu Heykeller Müzesi	106
4.5.3.6. Türasaş Devrim Arabaları Müzesi	107
4.5.3.7. Osman Yaşar Tanaçan Fotoğraf Müzesi.....	107
4.5.3.8. Ahşap Eserler Müzesi	108
4.5.3.9. Kent Belleği Müzesi	108
4.5.3.10. Tayfun Talipoğlu Daktilo Müzesi	109
4.5.3.11. Kurtuluş Müzesi.....	109
4.5.3.12. Çağdaş Cam Sanatları Müzesi.....	109
4.5.3.13. Cumhuriyet Tarihi Müzesi	110
4.5.3.14. Atatürk ile Bir Gün Müzesi	110
4.5.3.15. Eğitim Karikatürleri Müzesi	110
4.5.3.16. TCDD Müzesi.....	111
4.5.3.17. Çağdaş Sanatlar Müzesi	111
4.5.3.18. Mustafa Abdülcemil Kırımoğlu Kırım Tatar Müzesi	112
4.5.3.19. Eskişehir Ticaret ve Sanayi Müzesi	112
4.5.3.20. ESOGÜ Zooloji Müzesi.....	112
4.5.4. Kentsel Sit Alanları	112
4.5.4.1. Odunpazarı Kentsel Sit Alanı	112
4.5.5. Arasta ve Çarşılar.....	114
4.5.5.1. Atlıhan El Sanatları Çarşısı.....	114
4.5.5.2. Haller Gençlik Merkezi	115
4.5.5.3. Arasta Çarşısı.....	116
4.5.6. Festival ve Etkinlikler.....	116
4.5.6.1. Lületaş Festivali	117

4.5.6.2. Uluslararası Eskişehir Festivali	117
4.5.6.3. Uluslararası Eskişehir Film Festivali	117
4.5.6.4. Uluslararası Çocuk Tiyatroları Festivali.....	118
4.5.6.5. Eskişehir Sokak Lezzetleri Festivali.....	118
4.5.6.6. Uluslararası Cam Festivali	118
4.5.6.7. Eskişehir Opera ve Bale Günleri	119
4.5.6.8. Uluslararası Ahşap Heykel Festivali	119
4.5.6.9. Uluslararası Pişmiş Toprak Sempozyumu	119
4.5.7. Parklar ve Rekreasyon Alanları.....	120
4.5.7.1. Sazova Bilim, Kültür ve Sanat Parkı.....	120
4.5.7.2. Kentpark	121
4.5.7.3. Porsuk Çayı.....	121
4.5.7.4. Botanik Park	122
4.5.8. Alışveriş Merkezleri.....	123
4.5.8.1. Espark Alışveriş Merkezi	123
4.5.8.2. Kanatlı Alışveriş Merkezi	123
4.5.8.3. Vega Outlet Alışveriş Merkezi.....	124
4.5.8.4. Esnaf Sarayı Alışveriş Merkezi	124
4.5.9. Eğlence/Gece Hayatı.....	125
4.5.10. Somut Olmayan Kültürel Miras ve Gastronomi	125
4.5.10.1. Balaban Köfte	125
4.5.10.2. Çi börek.....	125
4.5.10.3. Met Helvası.....	126
4.5.11. Eskişehir'deki El Sanatları.....	126
4.5.11.1. Lületaş İşlemeciliği.....	126
4.5.12. Eğitim Çekicilikleri.....	128
4.5.12.1. Anadolu Üniversitesi.....	128
4.5.12.2. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi	129
4.5.12.3. Eskişehir Teknik Üniversitesi	129
4.5.13. Termal Çekicilikler.....	130
4.5.13.1. Erler Hamamı	130
4.5.13.2. Alçık Hamamı	130
4.5.13.3. Şengilcik Hamamı	130
5. YÖNTEM.....	131
5.1. Araştırmanın Deseni ve Modeli	131
5.2. Evren ve Örneklem	132

5.2.1. Nicel Veriler İçin Evren ve Örneklem.....	133
5.2.2. Nitel Veriler İçin Çalışma Grubu.....	134
5.3. Veri Toplama Araçları ve Kaynakları.....	135
5.3.1. Nicel Veri Toplama Araçları	135
5.3.2. Nitel Veri Toplama Araçları	136
5.3.3. İkincil Veri Kaynakları	137
5.4. Veri Toplama Süreci ve Etik Esaslar	138
5.4.1. Nicel Verilerin Toplanma Süreci.....	138
5.4.2. Nitel Verilerin Toplanma Süreci	138
5.5. Verilerin Analizi	139
5.5.1. Nicel Verilerin Analizi	139
5.5.2. Nitel Verilerin Analizi	140
5.5.3. İkincil Verilerin Analizi.....	141
6. BULGULAR	143
6.1. Nicel Bulgular	143
6.1.1. Yerel Halka İlişkin Bulgular	143
6.1.1.1. Yerel Halkın Sosyodemografik Profilleri.....	143
6.1.1.2. Faktör Analizi Sonuçları.....	145
6.1.1.3. Ekonomik ve sosyokültürel Etkiler Ölçeklerinin Güvenirlik Analizi.....	150
6.1.1.4. Ekonomik ve sosyokültürel Etkiler Ölçeklerinin Normallik Analizi.....	151
6.1.1.5. Ekonomik Etkilere İlişkin Algılamalar	152
6.1.1.6. Sosyokültürel Etkilere İlişkin Algılamalar.....	154
6.1.1.7. Sosyodemografik Özelliklere Göre Etki Algılarındaki Farklılaşmalar.....	156
6.1.1.8. Memnuniyet ve Öneriler	165
6.1.2. Ziyaretçilere İlişkin Bulgular	165
6.1.2.1. Ziyaretçilerin Sosyodemografik Profilleri.....	165
6.1.2.2. Ziyaretçilerin Seyahat Davranışları ve Tercihleri	167
6.1.2.3. Ziyaretçilerin Eskişehir'i Tercih Etme Nedenleri ve Ziyaret Amaçları	172
6.1.2.4. Sosyodemografik Özellikler ile Ziyaretçi Tercihleri Arasındaki İlişkiler	176
6.1.2.5. Memnuniyet ve Öneriler	193
6.2. Nitel Bulgular	196
6.2.1. Yerel Yönetimlere Ait Tanımlayıcı Bilgiler	196
6.2.2. İşletmelere ve Katılımcılara Ait Tanımlayıcı Bilgiler.....	196
6.2.3. Eskişehir Şehir Turizminin Gelişimine, Motivasyonlarına ve Sosyal Etkileşimlerine İlişkin Görüşler	201
6.2.4. Şehir Turizminin Etkilerine İlişkin Görüşler	208
6.2.4.1. Sosyokültürel Etkiler	208

6.2.4.2. Ekonomik Etkiler.....	218
6.2.5. Memnuniyet ve Öneriler	225
7. TARTIŞMA VE SONUÇ.....	228
8. ÖNERİLER	234
KAYNAKÇA.....	238
EKLER	254

TABLÖLER LİSTESİ

Sayfa

Tablo 2.1. Doxey'nin Irridex Modeli	12
Tablo 2.2. Şehir turizmi kaynakları.....	21
Tablo 2.3. Turizmin ekonomik ve sosyokültürel olumlu ve olumsuz etkileri	36
Tablo 2.4. 2015-2050 şehirleşme oranları	46
Tablo 2.5. Dünyada en fazla ziyaretçi çeken şehirler ve toplam uluslararası ziyaretçi sayıları.....	46
Tablo 4.1. Eskişehir'in aylık ve yıllık ortalama sıcaklık ve yağış istatistikleri	58
Tablo 4.2. Kanuni ve II. Selim dönemindeki mahalle, hane sayıları ve artış oranları	70
Tablo 4.3. Yıllara göre Eskişehir ve Türkiye'deki şehrsel nüfus miktarı ve artış oranları.....	72
Tablo 4.4. 1965 yılında Eskişehir iline göç veren iller ve verilen nüfus miktarları	73
Tablo 4.5. 2007-2024 yılları arasındaki Odunpazarı ve Tepebaşı'nın şehrsel nüfusları	74
Tablo 4.6. Eskişehir'deki Bakanlık Belgeli konaklama tesisleri	87
Tablo 4.7. Eskişehir konaklama tesislerinde yıllara göre geceleme sayısı	88
Tablo 4.8. Eskişehir konaklama tesislerinde yıllara göre ortalama kalış süresi	89
Tablo 4.9. Eskişehir konaklama tesislerinde yıllara göre doluluk oranı (%).....	90
Tablo 4.10. Eskişehir'deki şehrsel çekiciliklerin sınıflandırılması	100
Tablo 5.1. İşletmeci örneklem grubu.....	134
Tablo 5.2. Yerel yönetim örneklem grubu.....	135
Tablo 6.1. Yerel halkın sosyodemografik özellikleri	144
Tablo 6.2. Ekonomik etki ölçeğine ait Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem yeterliliği testi ve Bartlett's Sphericity testi sonuçları.....	145
Tablo 6.3. Ekonomik etki ölçeğine ilişkin faktör analizi sonuçları.....	147
Tablo 6.4. Sosyokültürel etkiler ölçeğine ait Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) katsayısı ve Bartlett Sphericity testi sonuçları	148
Tablo 6.5. Sosyokültürel etki ölçeğine ilişkin faktör analizi sonuçları	150
Tablo 6.6. Faktörlerin güvenirlik katsayıları	151
Tablo 6.7. Faktörlerin normallik testleri.....	152
Tablo 6.8. Ekonomik etkilere ilişkin yerel halkın görüşlerinin ortalamaları	153
Tablo 6.9. Sosyokültürel etkilere ilişkin yerel halkın görüşlerinin ortalamaları.....	155
Tablo 6.10. Cinsiyet gruplarına göre şehir turizminin algılanan etkilerinin t-testi sonuçları	157
Tablo 6.11. Medeni duruma göre şehir turizminin algılanan etkilerinin t-testi sonuçları	158
Tablo 6.12. Yaş değişkeninin faktörlere göre ANOVA testi sonuçları.....	159
Tablo 6.13. Eğitim durumu değişkeninin faktörlere göre ANOVA testi sonuçları.....	160
Tablo 6.14. Meslek durumu değişkeninin faktörlere göre ANOVA testi sonuçları.....	162
Tablo 6.15. Gelir durumu değişkeninin faktörlere göre ANOVA testi sonuçları	163

Tablo 6.16. İkamet durumu değişkeninin faktörlere göre ANOVA testi sonuçları	164
Tablo 6.17. Yerel halkın memnuniyet ve turizmi destekleme durumları	165
Tablo 6.18. Ankete katılan ziyaretçilerin sosyodemografik özellikleri.....	166
Tablo 6.19. Ziyaretçilerin Eskişehir’i ziyaret etme sıklığı	168
Tablo 6.20. Ziyaretçilerin Eskişehir’i ziyaret ederken kullandıkları ulaşım araçları	168
Tablo 6.21. Ziyaretçilerin yararlandıkları bilgi kaynakları.....	169
Tablo 6.22. Ziyaretçilerin seyahat organizasyon şekline göre dağılımı	169
Tablo 6.23. Ziyaretçilerin ziyaret esnasındaki eşlik durumları.....	170
Tablo 6.24. Ziyaretçilerin destinasyondaki konaklama durumlarına göre dağılımı	170
Tablo 6.25. Ziyaretçilerin konaklama tercihleri.....	171
Tablo 6.26. Konaklama yapan ziyaretçilerin geceleme sayısı	171
Tablo 6.27. Katılımcıların ziyaretleri boyunca ortalama harcamaları.....	172
Tablo 6.28. Katılımcıların Eskişehir’i ziyaret amaçları	173
Tablo 6.29. Katılımcıların Eskişehir’i tercih etme nedenleri.....	174
Tablo 6.30. Katılımcıların Eskişehir’de ziyaret ettikleri yerlerin dağılımı.....	175
Tablo 6.31. Katılımcıların şehir merkezi dışındaki yerleri ziyaret durumu	176
Tablo 6.32. Demografik Özelliklere göre ulaşım aracı tercihlerinin karşılaştırılmasına ilişkin ki-kare analizi.....	177
Tablo 6.33. Demografik özelliklere göre konaklama yapma durumunun karşılaştırılmasına ilişkin ki-kare analizi	178
Tablo 6.34. Demografik özelliklere göre konaklama tercihlerinin karşılaştırılmasına ilişkin ki-kare analizi.....	180
Tablo 6.35. Cinsiyete göre ziyaret amaçlarının karşılaştırılmasına ilişkin ki-kare analizi	182
Tablo 6.36. Medeni duruma göre ziyaret amaçlarının karşılaştırılmasına ilişkin ki-kare analizi	183
Tablo 6.37. Yaş durumuna göre ziyaret amaçlarının karşılaştırılmasına ilişkin ki-kare analizi	184
Tablo 6.38. Eğitim durumuna göre ziyaret amaçlarının karşılaştırılmasına ilişkin ki-kare analizi.....	185
Tablo 6.39. Meslek durumuna göre ziyaret amaçlarının karşılaştırılmasına ilişkin ki-kare analizi....	186
Tablo 6.40. Gelir durumuna göre ziyaret amaçlarının karşılaştırılmasına ilişkin ki-kare analizi	187
Tablo 6.41. Cinsiyete göre ziyaret edilen yerlerin karşılaştırılmasına ilişkin ki-kare analizi	188
Tablo 6.42. Medeni duruma göre ziyaret edilen yerlerin karşılaştırılmasına ilişkin ki-kare analizi ...	189
Tablo 6.43. Yaş durumuna göre ziyaret edilen yerlerin karşılaştırılmasına ilişkin ki-kare analizi	190
Tablo 6.44. Eğitim durumuna göre ziyaret edilen yerlerin karşılaştırılmasına ilişkin ki-kare analizi	191
Tablo 6.45. Meslek durumuna göre ziyaret edilen yerlerin karşılaştırılmasına ilişkin ki-kare analizi	192
Tablo 6.46. Gelir durumuna göre ziyaret edilen yerlerin karşılaştırılmasına ilişkin ki-kare analizi ...	193
Tablo 6.47. Katılımcılara göre Eskişehir’deki turizm sorunları.....	194
Tablo 6.48. Ankete katılan ziyaretçilerin gerçekleştirdikleri Eskişehir ziyaretine ilişkin memnuniyet durumu	194

Tablo 6.49. Ziyaretçilerin yerel halkın tutumuna ilişkin memnuniyet durumu	195
Tablo 6.50. Ziyaretçilerin Eskişehir’i tekrar ziyaret etme niyeti	195
Tablo 6.51. Ziyaretçilerin Eskişehir’i ziyaret etmeyi tavsiye etme durumu	196
Tablo 6.52. Yerel yönetim temsilcilerinin demografik ve kurumsal özellikleri	196
Tablo 6.53. İşletmecilere ait bilgiler	197
Tablo 6.54. İşletmelerin karakteristikleri	199
Tablo 6.55. İşletmecilerin yıllık gelirleri içerisinde turizm kaynaklı gelir oranlarının dağılımı.....	201
Tablo 6.56. Katılımcıların mevcut şehir turizmi faaliyetlerinden memnuniyet durumu	226

ŞEKİLLER LİSTESİ

Sayfa

Şekil 1.1. Araştırma sahasının lokasyon haritası: Odunpazarı ve Tepebaşı merkez ilçeleri	7
Şekil 1.2. Araştırma alanını oluşturan şehrsel mahalleler	8
Şekil 2.1. Butler'ın Destinasyon Yaşam Döngüsü Modeli	13
Şekil 4.1. Matrakçı Nasuh'un Eskişehir minyatürü	64
Şekil 4.2. 2007 yılında Odunpazarı ve Tepebaşı'nın şehrsel nüfusu	75
Şekil 4.3. 2024 yılında Odunpazarı ve Tepebaşı'nın şehrsel nüfusu	76
Şekil 4.4. 2007–2024 döneminde Odunpazarı ve Tepebaşı şehrsel mahalleleri arasındaki şehrsel nüfus farkı	77
Şekil 4.5. Eskişehir karayolu ulaşım ağı	82
Şekil 4.6. Türkiye yüksek hızlı tren hattı	83
Şekil 4.7. Eskişehir'de ulaşım	83
Şekil 4.8. Eskişehir'deki bulvar ve caddeler	84
Şekil 4.9. Eskişehir tramvay hattı ve durakları	85
Şekil 4.10. Eskişehir'deki konaklama tesislerinin dağılışı	91
Şekil 4.11. Eskişehir şehrsel mahallelerine göre otellerin dağılışı	92
Şekil 4.12. Eskişehir şehrsel mahallelerine göre otel sayılarının dağılışı	93
Şekil 4.13. Eskişehir'de Airbnb ilanlarının dağılışı	94
Şekil 4.14. Eskişehir'de Airbnb ilanlarının yıllık aktif gün sayısına göre dağılımı	95
Şekil 4.15. Eskişehir'de Airbnb ilanlarının yıllık rezerve gün sayısına göre dağılımı	95
Şekil 4.16. Eskişehir'in şehrsel çekiciliklerinin dağılışı	98
Şekil 4.17. Eskişehir'de turizm çekiciliklerinin tramvay hattı üzerindeki erişilebilirliği	99
Şekil 4.18. Kurşunlu Cami ve Külliyesi	101
Şekil 4.19. Şeyh Nusrettin Dede Türbesi (Tezveren Dede Türbesi)	103
Şekil 4.20. Lületaşı Müzesi	105
Şekil 4.21. Odunpazarı Modern Müze	106
Şekil 4.22. Yılmaz Büyükerşen Balmumu Heykeller Müzesi	107
Şekil 4.23. Osman Yaşar Tanaçan Fotoğraf Müzesi	108
Şekil 4.24. Odunpazarı Evleri	114
Şekil 4.25. Atlıhan El Sanatları Çarşısı	115
Şekil 4.26. Sazova Bilim, Kültür ve Sanat Parkı	120
Şekil 4.27. Kentpark	121
Şekil 4.28. Porsuk Çayı	122
Şekil 4.29. Espark Alışveriş Merkezi	123
Şekil 4.30. Çi börek	126

Şekil 4.31. Lületaşı İşlemeciliği	128
Şekil 5.1. Araştırmanın metodolojik tasarım şeması	132
Şekil 6.1. Ekonomik etki ölçeğinin faktörlerine ait özdeğerler grafiği	146
Şekil 6.2. Sosyokültürel etki ölçeğinin faktörlerine ait özdeğerler grafiği	149
Şekil 6.3. Eskişehir’i ziyaret eden katılımcıların geldikleri şehre göre yoğunlukları	167
Şekil 6.4. İşletme sahiplerinin en fazla gelir elde ettikleri aylar	200
Şekil 6.5. Görüşme yapılan yerel yönetimlere göre şehir turizmin gelişmeye başladığı yıllar	201
Şekil 6.6. Eskişehir’de şehir turizminin gelişmesinde etkili olan unsurlar	202
Şekil 6.7. Eskişehir’i diğer destinasyonlardan ayıran özellikler	203
Şekil 6.8. Ziyaretçilerin geliş amaçları	204
Şekil 6.9. Katılımcıların paydaş görüşlerinin alınıp alınmadığına ilişkin değerlendirmeleri.....	206
Şekil 6.10. Olumlu sosyal etkiler	208
Şekil 6.11. Olumsuz sosyal etkiler	211
Şekil 6.12. Olumlu kültürel etkiler	214
Şekil 6.13. Olumlu ekonomik etkilere ilişkin temalar	219
Şekil 6.14. Olumsuz ekonomik etkiler.....	223

KISALTMALAR VE SİMGELER LİSTESİ

- ADNKS:** Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi
AFA: Açıklayıcı Faktör Analizi
ANOVA: Tek Yönlü Varyans Analizi
BEBKA: Bursa Eskişehir Bilecik Kalkınma Ajansı
CBS: Coğrafi Bilgi Sistemleri
ETO: Eskişehir Ticaret Odası
HGM: Harita Genel Müdürlüğü
MİA: Merkezi İş Alanı
SOKÜM: Somut Olmayan Kültürel Miras
TCDD: Türkiye Cumhuriyeti Devlet Demiryolları
TÜİK: Türkiye İstatistik Kurumu
YHT: Yüksek Hızlı Tren

1. GİRİŞ

Şehirler, ekonomik ve siyasi faaliyetlerin yanı sıra kültürel ve sosyal etkinliklerin de yoğunlaştığı merkezlerdir. Bu çok yönlü yapı, şehirleri rekreasyonel faaliyetler ve turizm açısından da önemli çekim merkezleri hâline getirmektedir. Nitekim 1980’li yıllardan önce deniz-kum-güneş olgusuna dayanan turizm, 1980’li yıllardan itibaren şehirlerde yoğunlaşmaya başlamıştır. Özellikle ulaşım ve iletişimin gelişmesi, konaklama olanaklarının artması, boş zamanın artması ve gelir seviyesinin yükselmesi şehirlere yapılan ziyaretlerin artmasında etkili olmuştur. Bu gelişmeler, turistlerin günlük rutinlerinden kısa süreli kaçışlar yapmasını, hafta sonları veya kısa tatillerde güvenli ve kolay ulaşılabilir şehirlere yönelmesini sağlamıştır (Kaya ve Keleş, 2022: 813). Şehir turizmine katılan ziyaretçiler, tarihî ve kültürel alanları gezmenin yanı sıra tiyatro, konser, festival ve çeşitli eğlence merkezlerini ziyaret etmek, yerel lezzetleri tatmak ve alışveriş yapmak gibi farklı amaçlar gütmektedirler (Boivin ve Tanguay, 2019; Emekli, 2011). Bu kapsamda şehirler, turistlerin farklı ilgi ve beklentilerine hizmet eden çok fonksiyonlu destinasyonlar hâline gelmiştir. Özellikle Avrupa şehirleri, kültürel ve eğlence faaliyetlerini bir arada sunarak bu alanda öncü örnekler oluşturmuştur (Kaya ve Keleş, 2022: 813).

Türkiye’de şehir turizmi son yıllarda hızla önem kazanmakta ve birçok şehir destinasyonu öne çıkmaktadır. Bunlardan biri de Eskişehir’dir. Eskişehir, 2013 yılında Türk Kültür Dünyası Başkenti seçilerek “Kültür Başkenti” unvanı ile turizmde marka değerini artırmış ve hızlı bir popülerite kazanmıştır (Akoğlan Kozak, 2016). Şehir, temalı parkları, müzeleri, tarihî evleri, geleneksel el sanatları ve yöresel lezzetleri ile turistlerin ilgisini çeken çok yönlü bir destinasyondur.

Turizmin geliştiği şehirlerde ekonomik ve sosyokültürel etkiler kaçınılmaz olarak ortaya çıkmaktadır; turizm, destinasyonların fiziksel, sosyal ve ekonomik dokularını dönüştürücü bir güç olarak işlev görmektedir. Bununla birlikte, literatürde Eskişehir özelinde yapılan çalışmalar genellikle turist memnuniyeti odaklıdır ve turizmin şehirde yarattığı bütüncül dönüşüm ile sosyokültürel etkileri çok boyutlu şekilde ele alan güncel analizler sınırlıdır. Bu eksiklikten hareketle, çalışmada şehir turizminin Eskişehir üzerindeki etkileri incelenecek; şehrin değişen dinamikleri ve ziyaretçi profilleri, seyahat amaçları ve eğilimleri ortaya konulacaktır. Bu çalışma, Eskişehir örneği üzerinden şehir turizminin çok boyutlu etkilerini değerlendirerek, şehrsel planlama ve turizm stratejilerine veri sağlayacaktır. Bu bölümün devamında araştırmanın amacı, önemi, problemi, araştırma alanı ve sınırları, araştırmanın hipotezleri, araştırmanın sınırlıkları ve araştırmanın varsayımları detaylandırılacaktır.

1.1. Araştırmanın Amacı

Turizm, ekonomik, sosyal ve kültürel boyutlarıyla bir bölgeyi ve o bölgede yaşayan toplumu etkileyen önemli bir olgudur. Turizm sektörü, başta ekonomik olmak üzere sosyal ve kültürel alanlarda çeşitli faydalar sağlarken, aynı zamanda birtakım maliyetleri de beraberinde getirmektedir. Bu bağlamda bu çalışmanın temel problemi, Eskişehir’de şehir turizmi faaliyetlerinin son yıllarda hızla gelişmesine rağmen, bu büyümenin farklı paydaş grupları üzerindeki etkilerinin henüz bütüncül ve karşılaştırmalı bir çerçevede ortaya konulamamış olmasıdır. Turizmin ekonomik katkıları sıklıkla ön plana çıkarken, sosyokültürel etkileri ve yerel halkın şehir turizmine yönelik algılarına ilişkin verilerin sınırlı düzeyde incelenmiş olması, turizm gelişiminin sürdürülebilirliği açısından önemli bir belirsizlik yaratmaktadır. Bu bağlamda, şehir turizmi çerçevesinde kente gelen şehir turistlerinin profiline dair mevcut ampirik çalışmaların sınırlılığı, destinasyon planlaması, hizmetlerin şekillendirilmesi ve sürdürülebilir şehir turizmi stratejilerinin geliştirilmesi açısından kritik bir eksiklik oluşturmaktadır. Öte yandan turizmden doğrudan veya dolaylı olarak etkilenen yerel halk, esnaf ve yerel yönetimler gibi paydaş gruplarının beklenti ve tutumlarının yeterince analiz edilememesi, destinasyon yönetimi ve planlaması açısından önemli bir boşluk oluşturmaktadır. Bu durum, şehir turizminin sağlıklı ve sürdürülebilir bir şekilde geliştirilmesini engelleyen potansiyel bir risk olarak değerlendirilmektedir.

Bu doğrultuda, çalışmanın amacı, Eskişehir’de şehir turizminin ekonomik ve sosyokültürel etkilerine ilişkin farklı paydaş gruplarının algı ve tutumlarını Sosyal Mübadele Teorisi çerçevesinde incelemek ve bu yolla şehir turizminin yarattığı olası fayda-maliyet dengesizliklerini ortaya koymaktır. Nitekim araştırmada turizmden doğrudan veya dolaylı olarak etkilenen yerel halk, turizm işletmecileri ve yerel yönetim aktörlerinin şehir turizmine ilişkin algıları ile destinasyonu tercih eden ziyaretçilerin profilleri analiz edilerek, şehir turizmine ilişkin farklı paydaş gruplarına yönelik kapsamlı bir değerlendirme ortaya konulması amaçlanmaktadır. Elde edilecek bulgular, Eskişehir’de şehir turizminin planlanması, yönetimi ve politika geliştirme süreçlerine bilimsel temelli katkı sağlamak ve bu alandaki bilgi boşluğunu doldurmak açısından büyük önem arz etmektedir. Bu temel amaç doğrultusunda belirlenen alt amaçlar ise şöyledir:

- Eskişehir yerel halkının, şehir turizminin ekonomik ve sosyokültürel etkilerine yönelik algı ve tutumlarını tespit etmek,

- Turizm işletmecilerinin ve yerel yönetimlerin şehir turizminin gelişimine ve etkilerine yönelik görüşlerini belirlemek,
- Eskişehir’i tercih eden şehir turisti profilini (demografik ve sosyoekonomik özellikler) ortaya koymak,
- Ziyaretçilerin Eskişehir’e geliş amaçları ve tercih etme nedenlerini belirlemek,
- Eskişehir’in sahip olduğu şehir turizmi çekiciliklerinin ziyaretçiler tarafından nasıl algılandığını analiz etmek,
- Şehir turizminin gelişiminde rol oynayan temel unsurları ve destinasyonun turizm potansiyelini değerlendirmek,
- Turizm paydaşlarının (yerel halk, yerel yönetim, işletme sahipleri ve ziyaretçiler) mevcut turizm faaliyetlerine ilişkin memnuniyet durumlarını ve gelecek beklentilerini belirlemektir.

Belirlenen bu genel ve alt amaçlar çerçevesinde, Eskişehir’in şehir turizmi potansiyeli ve paydaş etkileşimlerini çözümlmek üzere aşağıdaki sorulara yanıt aranacaktır:

- Eskişehir’in yerel halkı, şehir turizminin ekonomik ve sosyokültürel etkilerini nasıl algılamaktadır?
- Yerel halkın turizme yönelik tutumları, demografik özelliklerine (cinsiyet, yaş, eğitim durumu vb.) göre anlamlı bir farklılık göstermekte midir?
- Turizm işletmecileri ve yerel yönetimlerin şehir turizminin gelişimine ve etkilerine yönelik görüşleri nasıldır?
- Eskişehir’in ulusal ölçekte bir şehir turizmi destinasyonu olarak gelişimini ve öne çıkan dinamiklerini belirleyen temel unsurlar nelerdir?
- Eskişehir’i ziyaret eden turistlerin sosyodemografik ve ekonomik profili nasıldır?
- Ziyaretçileri Eskişehir’e çeken temel motivasyon faktörleri (kültürel miras, tematik parklar, gastronomi vb.) nelerdir?
- Ziyaretçilerin demografik özellikleri (cinsiyet, yaş, eğitim durumu vb.) ile seyahat davranışları, seyahat tercihleri ve seyahat amaçları arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?
- Ziyaretçilerin şehre yönelik genel memnuniyet düzeyleri, destinasyonu tekrar ziyaret etme ve başkalarına önerme eğilimleri nasıldır?

- Şehir turizmi paydaşlarının (yerel yönetim, işletmeler, yerel halk) destinasyonun geleceğine dair ortak vizyonu ve beklentileri nelerdir?

1.2. Araştırmanın Önemi

Günümüzde şehir turizmi, dünya genelinde önemli bir turizm türü olarak kabul edilmektedir. Kentler yalnızca turistlerin seyahat ettikleri destinasyonlar değil, aynı zamanda ulaşım, konaklama ve çeşitli turistik çekiciliklerin yoğunlaştığı merkezlerdir. Küreselleşme, kentleşme ve ulaşım olanaklarındaki gelişmelerle birlikte şehirler, turizm pazarında rekabet eden destinasyonlar hâline gelmiştir (Ashworth ve Page, 2011). Şehir turizmine yönelik bu dönüşüm, Türkiye'deki birçok kentin turizm destinasyonu olarak öne çıkmasına katkı sağlamıştır. Bu kentlerden biri olan Eskişehir, özellikle Odunpazarı bölgesinde gerçekleştirilen restorasyon ve yeniden işlevlendirme çalışmaları, gelişen kültür ve sanat faaliyetleri, tematik çekicilikleri ve canlı kent yaşamıyla şehir turizmi açısından dikkat çeken destinasyonlar arasında yer almaktadır. Bu özellikleriyle şehir turizmi açısından özgün bir destinasyon örneği oluşturmaktadır. Nitekim Bursa Eskişehir Bilecik Kalkınma Ajansı (BEBKA) raporuna göre Eskişehir turizminin en güçlü yönü şehir turizmidir. Şehir merkezindeki turizm baskın olarak öne çıkmakta ve destinasyonun ziyaretçi profilini önemli ölçüde yerli turistler oluşturmaktadır (BEBKA, 2020). Bununla birlikte, şehir turizmine ilişkin literatür incelendiğinde, çalışmaların çoğunlukla tek bir paydaş grubuna odaklandığı ve turizmin çok aktörlü yapısının yeterince bütüncül bir şekilde ele alınmadığı görülmektedir. Oysa şehir turizmi; yerel halk, ziyaretçiler, işletmeciler ve yerel yönetimler arasındaki karşılıklı etkileşimler sonucunda şekillenen karmaşık bir sistemdir. Bu doğrultuda bu araştırma, söz konusu boşluğu doldurmayı amaçlayarak şehir turizmini dört temel paydaş grubu üzerinden eş zamanlı olarak incelemekte ve bu yönüyle “bütüncül yaklaşım” temelli özgün bir perspektif sunmaktadır.

Araştırmanın bir diğer özgün yönü, şehir turizminin etkilerini çift yönlü olarak analiz etmesidir. Çalışmada, bir yandan yerel toplumun turizme yönelik ekonomik ve sosyokültürel algıları incelenirken; diğer yandan ziyaretçilerin seyahat motivasyonları, tercihleri ve memnuniyet düzeyleri değerlendirilmektedir. Bu çift yönlü etki analizi, destinasyonun yalnızca ekonomik performansını değil, aynı zamanda sosyal sürdürülebilirliğini de ortaya koyması bakımından önemli bir katkı sunmaktadır. Çalışma ayrıca teorik açıdan, şehir turizminin yerel halk üzerindeki etkilerini Sosyal Mübadele Teorisi çerçevesinde ele alarak, turizmin fayda-maliyet dengesi üzerinden değerlendirilmesini sağlamaktadır. Bu yaklaşım, hızla dönüşen şehirsiz turizm destinasyonlarında söz konusu teorinin geçerliliğinin test edilmesine katkıda bulunmakta ve literatüre kavramsal bir derinlik kazandırmaktadır. Araştırmanın metodolojik

katkısı ise farklı paydaş gruplarından elde edilen verilerin bütüncül bir analiz çerçevesinde değerlendirilmesine dayanmaktadır. Bu yönüyle çalışma, şehir turizmi araştırmalarında sıklıkla karşılaşılan parçalı veri üretimi sorununa alternatif bir model sunmakta ve gelecekte yapılacak araştırmalar için örnek teşkil etmektedir. Uygulama boyutunda ise çalışma, Eskişehir'e gelen yerli şehir turistlerinin motivasyonları, harcama eğilimleri ve seyahat davranışlarını detaylı bir şekilde analiz ederek, benzer özelliklere sahip destinasyonlar için yol gösterici bir veri seti sunmaktadır. Aynı zamanda elde edilen bulgular; yerel yönetimler ve turizm planlayıcıları açısından, taşıma kapasitesinin yönetilmesi, hizmet kalitesinin artırılması ve turizm faaliyetlerinin sürdürülebilir bir şekilde geliştirilmesi konularında bilimsel bir temel oluşturmaktadır.

Sonuç olarak bu araştırma; şehir turizmini çok paydaşlı ve bütüncül bir çerçevede ele alarak literatüre kavramsal, metodolojik ve uygulamaya yönelik özgün katkılar sunmakta; aynı zamanda turizm planlamasının temel amaçları olan ekonomik faydanın artırılması ve sosyokültürel dengenin korunması hedeflerine hizmet etmektedir (İçöz vd., 2009). Bu yönüyle çalışma, Eskişehir özelinde şehir turizminin mevcut durumunu analiz etmenin yanı sıra destinasyonun gelecekteki gelişimine yönelik akademik ve stratejik bir perspektif ortaya koymaktadır.

1.3. Araştırmanın Problemi

Şehir turizmi, farklı turizm türlerini bir araya getiren ve çeşitli turistik faaliyetlerin birlikte sunulmasına olanak tanıyan çok yönlü bir turizm türüdür (Xiao, 2007, 19). Bu nedenle şehir turizmi oldukça karmaşık ürün yapısına sahip bir turizm çeşididir. Son yıllarda şehir turizmine olan ilginin artmasının nedeni, insanların tüketim kültürlerinde yaptığı değişikliklerdir. Şehirler, insanların yemek yediği, alışveriş yaptığı, eğlenceli vakit geçirdiği ve kültürel etkinliklere katıldığı etkinlik merkezleri olarak turistleri çekmeye başlamıştır (Şarkaya İçellioğlu, 2014: 42). Şehir turizmi, 1980 sonrasında artarak devam eden bir trend yakalamış ve turistlerin diğer toplumların kültürünü, tarihini, çağdaş yaşam biçimlerini ve düşünce tarzlarını öğrenebilmek ve bunlara daha yakından şahit olabilmek için şehirlere yapmış oldukları ziyaretlerin tümü olarak tanımlanmıştır (Emekli, 2013).

Eskişehir, 2005 yılından itibaren şehir turizm alanında öne çıkan destinasyonlardan biri hâline gelmiştir (Aydın, 2016:18). Eskişehir, doğal ve kültürel birçok değere sahip olup; tarihî dokusu, kültür-sanat faaliyetlerinin yoğunluğu, dinamik eğlence yaşamı ve tematik parkları ile öne çıkmaktadır. Bu bağlamda Eskişehir, Türkiye'de en çok ziyaret edilen ve ziyaret edilmek istenen şehirlerden biri hâline gelmiştir. Odunpazarı Kentsel Sit Alanı, Sazova Parkı, Adalar

bölgesi ile Lületaşı ve Balmumu müzeleri şehir merkezinde en fazla ziyaretçi çeken başlıca çekicilik unsurlarıdır (Seçilmiş, 2011). Evren ve Kozak (2012), Eskişehir'in tarihi ve doğal güzellikleri, sosyokültürel değerleri, gelişmiş şehircilik anlayışı, üniversite varlığı, sanat ve eğlence yaşamı ile ulaşım olanakları sayesinde turizm açısından önemli bir potansiyele sahip olduğunu ve özellikle yerli turistler için gelişen bir destinasyon niteliği taşıdığını belirtmektedir. Bu doğrultuda, kentin turizm pazarından daha fazla pay alabilmesi için söz konusu çekicilik unsurlarının destinasyon yönetimi kapsamında etkin biçimde ön plana çıkarılması önem arz etmektedir. Öte yandan, Eskişehir'in turizm gelişiminde ulaşım altyapısındaki iyileşmeler belirleyici bir rol oynamaktadır. Özellikle 2009 yılında Yüksek Hızlı Tren (YHT) hatlarının devreye girmesiyle birlikte Ankara, İstanbul ve Konya gibi büyük şehirlerden erişim süresinin önemli ölçüde kısalması, kentin ziyaret edilebilirliğini artırmış ve kısa süreli seyahatler kapsamında tercih edilme düzeyini yükseltmiştir. Bununla birlikte, Eskişehir'de gerçekleştirilen uluslararası festivaller, eğitim kongreleri, kültür-sanat etkinlikleri ve sportif faaliyetler, şehrin turistik çekiciliğini artırarak ziyaretçi sayısında artışa katkı sağlamaktadır.

Bu araştırmanın temel çıkış noktasını, Eskişehir'de öne çıkan şehir turizminin yerel halk, turizm işletmecileri ve yerel yönetimler üzerindeki etkilerinin bu paydaşlar tarafından nasıl algılandığının ortaya konulması oluşturmaktadır. Nitekim şehir turizminin gelişimi, destinasyonlarda yaşayan yerel toplumu ekonomik, sosyal ve çevresel açılardan etkileyebilmektedir (Shafiee vd., 2013; Yorulmaz, 2019). Araştırmanın bir diğer önemli sorusunu ise Eskişehir'i ziyaret eden kişi sayısının, ziyaret amaçlarının, şehrin tercih edilme nedenlerinin, ziyaret sırasında sergilenen davranış kalıplarının, ziyaretçi memnuniyetinin ve beklentilerinin belirlenmesi oluşturmuştur. Nitekim şehir turizmi araştırmacılarından bazıları bu yaklaşımı benimsemiştir (Ashworth, 1992; King vd., 2024). Bu doğrultuda araştırmanın temel problemi, Eskişehir'de şehir turizmi faaliyetlerine ilişkin paydaşların görüşlerinin henüz bütüncül bir çerçevede ortaya konulmamış olmasıdır.

1.4. Araştırma Alanı ve Sınırları

Eskişehir, İç Anadolu Bölgesi'nin kuzeybatısında, Yukarı Sakarya Bölümü'nde yer almaktadır. İlin doğusunda Ankara, güneydoğusunda Konya, güneyinde Afyonkarahisar, batısında Kütahya, kuzeybatısında Bilecik ve kuzeyinde Bolu bulunmaktadır (Şekil 1.1). Yaklaşık 13.960 km² yüzölçümüne sahip olan ilin 2025 yılı Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verilerine göre toplam nüfusu 927.956 kişidir (TÜİK, 2026). Araştırma sahasını Eskişehir'in merkez ilçeleri olan Odunpazarı ve Tepebaşı oluşturmaktadır. Odunpazarı 1.120 km², Tepebaşı

ise 1.403 km² yüzölçümüne sahiptir. 2025 yılı itibarıyla Odunpazarı'nın nüfusu 431.652, Tepebaşı'nın nüfusu ise 398.129 kişidir (TÜİK, 2026).



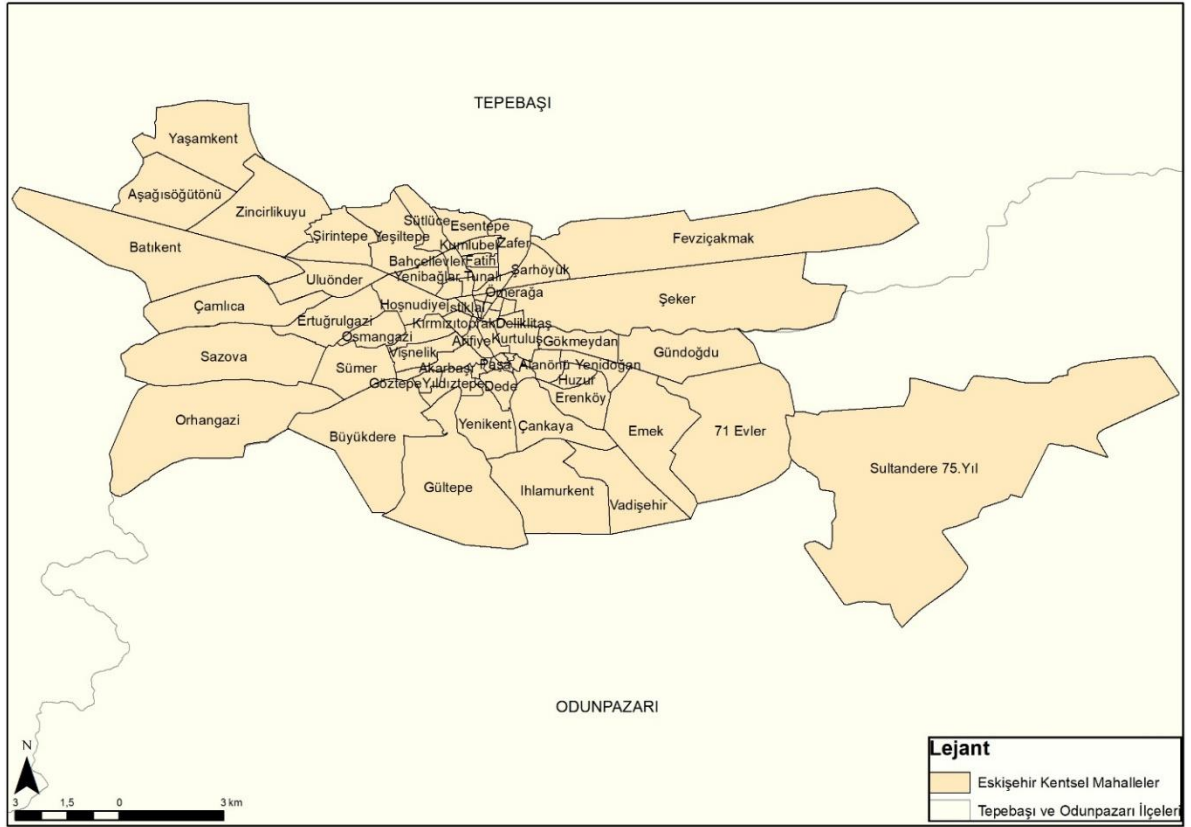
Şekil 1.1. Araştırma sahasının lokasyon haritası: Odunpazarı ve Tepebaşı merkez ilçeleri
(Yazar tarafından hazırlanmıştır)

Eskişehir, sahip olduğu coğrafi konum itibarıyla Türkiye'nin ulaşım ağında kritik bir kavşak noktası ve lojistik merkez teşkil etmektedir. Türkiye'nin büyük metropollerine olan yakınlığı ve ana ulaşım güzergahları üzerinde bulunması, şehri kısa süreli seyahatler için cazip hale getirmektedir. İstanbul'a 324, Ankara'ya 233, Bursa'ya 151 ve İzmir'e 411 kilometre uzaklıkta olması sayesinde Eskişehir, özellikle city break¹ turizmi için ideal bir destinasyon olarak öne çıkmaktadır (Özcan Korkmaz ve Öztürk, 2023).

Eskişehir ilinin; Alpu, Beylikova, Çifteler, Günyüzü, Han, İnönü, Mahmudiye, Mihalgazi, Mihalıççık, Tepebaşı, Sarıcakaya, Seyitgazi, Sivrihisar ve Odunpazarı olmak üzere 14 ilçesi bulunmaktadır. Odunpazarı ve Tepebaşı merkez ilçelerdir. Tepebaşı ilçesinin 92, Odunpazarı ilçesinin ise 85 olmak üzere Eskişehir il merkezinde toplamda 177 mahalle bulunmaktadır (Eskişehir Valiliği, 2025). Bu mahallelerin bir kısmı 2012 yılında çıkarılan 6360

¹ City break: City break hareketleri kısa süreli ve çoğunlukla yakın bölgelere yapılan kısa yolculuklardan oluşmaktadır (Charterina & Aparicio, 2015).

sayılı Büyükşehir Kanunu ile köy yerleşmelerinin mahalleye dönüşmesi sonucu mahalle niteliği kazanmış yerleşmelerdir. Ancak zaman içerisinde mahalle statüsündeki bu köy yerleşmelerinin düzenlenmesiyle ilgili bazı sorunlar ortaya çıkmıştır. Bunun sonucunda ise 2020 yılında 7254 sayılı Kanun çıkarılmıştır. Bu kanun ile büyükşehir belediyesi sınırları içinde bulunan ve kırsal özelliklerini sürdüren yerlere belirli koşullar çerçevesinde kırsal mahalle veya kırsal yerleşik alan hakkı getirilmiştir. Böylece büyükşehirlerde kırsal ve şehrsel mahalle statüleri ortaya çıkmıştır. Nitekim Eskişehir'in, Odunpazarı ve Tepebaşı ilçelerinde toplamda 69 şehrsel mahalle bulunmaktadır (Şekil 1.2).



Şekil 1.2. Araştırma alanını oluşturan şehrsel mahalleler (Yazar tarafından hazırlanmıştır)

1.5. Araştırmanın Hipotezleri

Araştırmanın amacı doğrultusunda, yerel halkın şehir turizminin etkilerine yönelik algıları ile ziyaretçilerin turizm eğilimleri ve tercihlerinin demografik özelliklere göre farklılaşıp farklılaşmadığının ortaya konulması önem taşımaktadır. Bu doğrultuda geliştirilen hipotezler aşağıda sunulmuştur:

1.5.1. Yerel Halkın Algılarına Yönelik Hipotezler

H1: Yerel halkın, ticari ve sektörel gelişim etkilerine yönelik algıları sosyodemografik özelliklerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir. (Alt hipotezler: H1a: cinsiyet, H1b:

medeni durum, H1c: yaş, H1d: eğitim düzeyi, H1e: meslek, H1f: gelir düzeyi, H1g: ikamet süresi)

H2: Yerel halkın, istihdam ve kalkınma etkilerine yönelik algıları sosyodemografik özelliklerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir. (Alt hipotezler: H2a: cinsiyet, H2b: medeni durum, H2c: yaş, H2d: eğitim düzeyi, H2e: meslek, H2f: gelir düzeyi, H2g: ikamet süresi)

H3: Yerel halkın, turizmin olumsuz ekonomik etkilerine yönelik algıları sosyodemografik özelliklerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir. (Alt hipotezler: H3a: cinsiyet, H3b: medeni durum, H3c: yaş, H3d: eğitim düzeyi, H3e: meslek, H3f: gelir düzeyi, H3g: ikamet süresi)

H4: Yerel halkın, turizmin olumlu sosyokültürel etkilerine yönelik algıları sosyodemografik özelliklerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir. (Alt hipotezler: H4a: cinsiyet, H4b: medeni durum, H4c: yaş, H4d: eğitim düzeyi, H4e: meslek, H4f: gelir düzeyi, H4g: ikamet süresi)

H5: Yerel halkın, turizmin olumsuz sosyokültürel etkilerine yönelik algıları sosyodemografik özelliklerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir. (Alt hipotezler: H5a: cinsiyet, H5b: medeni durum, H5c: yaş, H5d: eğitim düzeyi, H5e: meslek, H5f: gelir düzeyi, H5g: ikamet süresi)

H6: Yerel halkın, turizmin kültürel miras üzerindeki olumlu etkilerine yönelik algıları sosyodemografik özelliklerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir. (Alt hipotezler: H6a: cinsiyet, H6b: medeni durum, H6c: yaş, H6d: eğitim düzeyi, H6e: meslek, H6f: gelir düzeyi, H6g: ikamet süresi)

1.5.2. Ziyaretçi Eğilim ve Tercihlerine Yönelik Hipotezler

H7: Ziyaretçilerin ulaşım aracı tercihleri ile sosyodemografik özellikleri arasında anlamlı bir ilişki vardır. (Alt hipotezler: H7a: cinsiyet, H7b: medeni durum, H7c: yaş, H7d: eğitim düzeyi, H7e: meslek, H7f: gelir düzeyi)

H8: Ziyaretçilerin konaklama yapma durumları ile sosyodemografik özellikleri arasında anlamlı bir ilişki vardır. (Alt hipotezler: H8a: cinsiyet, H8b: medeni durum, H8c: yaş, H8d: eğitim düzeyi, H8e: meslek, H8f: gelir düzeyi)

H9: Ziyaretçilerin konaklama türü tercihleri ile sosyodemografik özellikleri arasında anlamlı bir ilişki vardır. (Alt hipotezler: H9a: cinsiyet, H9b: medeni durum, H9c: yaş, H9d: eğitim düzeyi, H9e: meslek, H9f: gelir düzeyi)

H10: Ziyaretçilerin Eskişehir'i ziyaret etme amaçları ile sosyodemografik özellikleri arasında anlamlı bir ilişki vardır. (Alt hipotezler: H10a: cinsiyet, H10b: medeni durum, H10c: yaş, H10d: eğitim düzeyi, H10e: meslek, H10f: gelir düzeyi)

H11: Ziyaretçilerin ziyaret ettikleri yerler ile sosyodemografik özellikleri arasında anlamlı bir ilişki vardır. (Alt hipotezler: H11a: cinsiyet, H11b: medeni durum, H11c: yaş, H11d: eğitim düzeyi, H11e: meslek, H11f: gelir düzeyi)

1.6. Araştırmanın Sınırlılıkları

Her bilimsel çalışmada olduğu gibi, bu araştırma da belirli kapsam ve uygulama kısıtlarına sahiptir. Araştırmanın bulguları yorumlanırken aşağıdaki sınırlılıkların dikkate alınması gerekmektedir:

Örneklem Sınırlılığı (Ziyaretçi Profili): Araştırmaya dahil edilen ziyaretçi grubu yalnızca yerli turistlerden oluşmaktadır. Yabancı turistler ise sayılarının görece az olması ve dil kaynaklı zorluklar nedeniyle kapsam dışında bırakılmıştır.

Zamansal Sınırlılık: Veri toplama süreci yalnızca “21.09.2024–27.04.2025 tarihleri arası” ile sınırlı olduğundan, turizmin mevsimsel dalgalanmaları ve yıl geneline yayılan etkileri tam olarak yansıtmayabilir.

Veri Erişimine İlişkin Sınırlılık: Araştırmanın kurumsal paydaş boyutunu güçlendirmek amacıyla Eskişehir Kültür Varlıklarını Koruma Bölge Kurulu Müdürlüğü ile görüşme gerçekleştirilmesi planlanmış, ancak ilgili kurum tarafından görüşme talebinin kabul edilmemesi nedeniyle söz konusu kurumdan veri elde edilememiştir.

2. TEORİK VE KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Bu bölümde, araştırmanın teorik çerçevesi ile şehir turizmine ilişkin kavramsal ve terminolojik altyapı ele alınmıştır. Öncelikle şehir turizminin yerel toplum üzerindeki etkilerini açıklamaya yönelik teorik yaklaşımlar ele alınmış; özellikle turizmin etkilerini, yerel halkın turizme yönelik algı ve tutumlarını ve destinasyon gelişim sürecini açıklayan kuramsal modeller bölümün temel çerçevesini oluşturmuştur. Çalışmanın odak noktasını oluşturan şehir turizminin ekonomik ve sosyokültürel etkilerinin ortaya konulabilmesi için öncelikle şehir kavramı, şehirlerin gelişimi ile şehir ve turizm arasındaki ilişki ele alınmıştır. Bu doğrultuda şehir turizminin kavramsal yapısı, gelişim süreci, özellikleri incelenmiş; şehir turizminin gelişimini destekleyen hizmet ve faaliyet alanlarına değinilmiştir. Ardından şehir turizminin destinasyonlar üzerindeki ekonomik, sosyokültürel ve kültürel mirasa ilişkin etkileri olumlu ve olumsuz yönleriyle değerlendirilmiş ve şehir turizminin dünyada ve Türkiye’deki gelişimi ele alınarak araştırmanın kavramsal temeli oluşturulmuştur.

2.1. Teorik Çerçeve

Araştırmanın bu bölümünde, ev sahibi toplumun turizmin etkilerine yönelik algılarını ve tutumlarını açıklayan temel kuramsal yaklaşımlar analiz edilmektedir. Turizm literatüründe yerel halkın tutumlarını anlamlandırmak amacıyla kullanılan çeşitli teoriler bulunmakla birlikte; bu çalışma kapsamında özellikle ekonomik, sosyal ve kültürel alışveriş süreçlerini temel alan teorilere odaklanılmıştır. Bu doğrultuda, yerel halkın turizmden algıladığı fayda ve maliyet dengesini çözümleyen Sosyal Mübadele Teorisi, toplumsal tutumların evrimini açıklayan Doxey’nin İritasyon Endeksi, destinasyon gelişimini aşamalandıran Turizm Alanı Yaşam Döngüsü Modeli ve Topluluğa Bağlılık Teorisi gibi temel yaklaşımlar ele alınacaktır. Bu çalışmada ise Sosyal Mübadele Teorisi kuramsal dayanak teşkil etmektedir.

2.1.1. Doxey’nin Irridex Modeli

Doxey Irridex Modeli (1975), turizmin gelişimine ilişkin yerel halkın tutumlarını açıklamaya çalışan bir teoridir. Bu modele göre turizmin gelişimine paralel olarak bir bölgedeki yerel halkın turistlere karşı davranışları da giderek olumsuz olacaktır. Turizmin gelişimine paralel olarak modelin dört aşaması bulunmaktadır: Coşku (euphoria), ilgisizlik (apathy), rahatsızlık (annoyance) ve düşmanlık (antagonism) (Roney, 2011: 110). Bu aşamalar ve özellikleri Tablo 2.1’de gösterilmiştir.

Modelin ilk aşaması “coşku” süreci olarak tanımlanmaktadır. Bu aşamada yerel halk turizmi memnuniyetle karşılamaktadır. Bu aşamada bölgeye az sayıda turist geldiği için ve

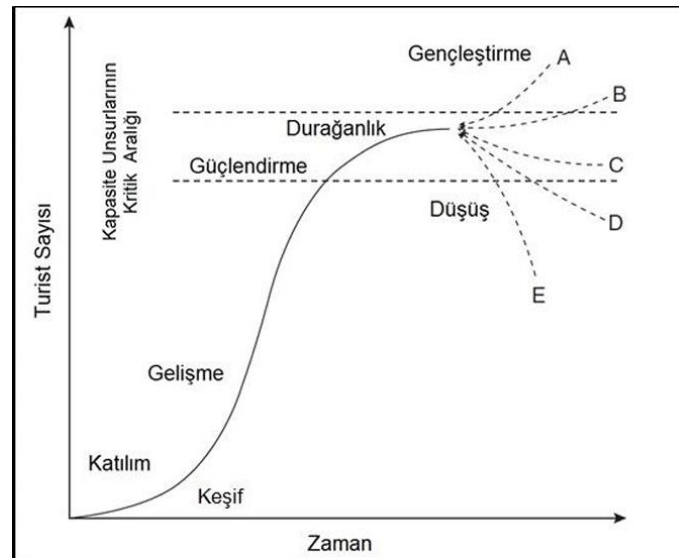
yavaş yavaş bölge halkı gelir sağlamaya başladığı için turizm hoş karşılanmaktadır. Modelin ikinci aşamasında yerel halk turistleri bir gelir kaynağı olarak görmeye ve turistlere ilgisiz davranmaya başlar. Bu aşama ise “ilgisizlik” aşaması olarak adlandırılmaktadır (Ryan, 2003: 274; Roney, 2011:110). Üçüncü aşamada ise turizm hareketliliği üst seviyelere çıkmıştır. “Rahatsızlık” aşaması olarak adlandırılan bu aşamada yerel halk turizmin olumsuz etkileri konusunda endişe duymaya başlamaktadır (Shafaei ve Mohamed, 2015: 280). Son aşama ise “düşmanlık” aşaması olarak tanımlanmaktadır. Bu aşamada yerel halk turistlere karşı bir düşmanlık göstermekte ve bunu sözlü olarak ifade etmektedir. Bu süreçte turistler tüm sorunların kaynağı olarak görülmeye başlanmıştır (Sbobha, 2019: 147).

Tablo 2.1. Doxey’nin Irridex Modeli (Avcıkurt, 2009: 26; Ryan, 2003: 275).

Evreler	Özellikler
Coşku	Turizmin başlangıç aşamasıdır. Turistler misafir olarak görülür ve hoş karşılanır. Yüksek kabul ve destek.
İlgisizlik	İlişkiler ticarileşir. Turistler "müşteri" veya "ticari obje" olarak algılanır. Kanıksama ve resmiyet.
Kızgınlık	Fiziksel kapasite doyuma ulaşır. Kalabalık ve maliyet artışı endişe yaratır. Eleştirel yaklaşım ve huzursuzluk.
Düşmanlık	Turizm tüm sorunların (trafik, pahalılık vb.) suçlusu ilan edilir. Açık tepki ve direnç.

2.1.2. Butler’ın Destinasyon Yaşam Döngüsü Modeli

Butler (1980) tarafından geliştirilen Destinasyon Yaşam Döngüsü Modeli, turistik destinasyonların zaman içerisinde geçirdiği gelişim sürecini açıklayan önemli kuramsal yaklaşımlardan biridir. Bu model, gelen turist sayısı bağlamında destinasyonun gelişim ve değişim sürecini açıklamaktadır (Aydın, 2023: 112). Bu model altı aşamadan oluşmaktadır. Bu aşamalar şöyledir; keşfetme, katılma, gelişme, güçlendirme, durağanlık, düşüştür (Şekil 2.1).



büyük ölçüde dışarıdan gelen yatırımcılar ve turizm işletmeleri almaktadır. Artan yatırımlar ve turizm altyapısındaki gelişmeler sonucunda destinasyonun fiziksel görünümünde önemli değişiklikler meydana gelmektedir. Dolayısıyla bu aşama, turizmin büyüme sağladığı ancak yerel toplum üzerindeki etkilerinin daha görünür hale geldiği bir dönem olarak değerlendirilmektedir (Butler, 1980: 8).

Güçlendirme (Pekişme) Aşaması: Bu aşama, destinasyondaki toplam ziyaretçi sayısının yüksek seviyelerde olduğu ancak ziyaretçi artış hızının önceki evrelere kıyasla yavaşladığı dönemi ifade etmektedir. Bu süreçte turizm sezonunun uzatılması ve mevcut pazarın genişletilmesi amacıyla kapsamlı pazarlama, tanıtım ve reklam faaliyetleri yürütülmektedir. Bu aşamada, yerel halk artan turist sayısından ve yapılan tesislerden rahatsızlık duymaya başlar (Butler, 1980: 8).

Durağanlık Aşaması: Bu aşamada maksimum ziyaretçi sayısına ulaşılarak turist taşıma kapasitesi sınırına gelinmiş ya da kapasite aşılmıştır. Bunun sonucunda çevresel, sosyal ve ekonomik sorunlar ortaya çıkmaya başlamıştır. Ayrıca bu süreçte destinasyonda doğal ve kültürel çekicilikler yerini yapay çekiciliklere bırakmaya başlamıştır (Tooman, 1997: 217).

Düşüş veya Yeniden Canlanma Aşaması: Bu aşamada destinasyon, ziyaretçiler açısından çekiciliğini kaybetmeye başlamakta ve buna bağlı olarak turist talebinde düşüş yaşanmaktadır. Eğer destinasyonun ulaşılabilirliği yüksek ise bölge daha çok hafta sonu ziyaretçileri ve günübirlik turistler tarafından tercih edilmektedir. Turist sayısındaki düşüşle birlikte bazı turistik işletmeler faaliyetlerini sonlandırırken, bazı tesisler turizm dışındaki farklı kullanım amaçlarına dönüştürülmektedir. Bununla birlikte düşüş sürecine giren bazı destinasyonlar yeniden canlanma fırsatı yakalayabilmektedir. Yeniden canlanma, destinasyonun turistik bir ürün olarak yeniden geliştirilmesi ve çekiciliğinin artırılması sürecini ifade etmektedir. Bu kapsamda destinasyonda yeni insan yapımı çekiciliklerin oluşturulması ve daha önce kullanılmayan alternatif kaynakların turizme kazandırılması önemli uygulamalar arasında yer almaktadır. Ayrıca yeniden canlanma çalışmalarının başarılı olabilmesi için kamu yöneticileri ile özel sektör arasında etkili bir iş birliğinin sağlanması gerekmektedir (Butler, 1980: 9).

2.1.3. Topluluğa Bağlılık Teorisi

Topluluğa bağlılık teorisi, birey ile yaşadığı yer arasındaki ilişkinin niteliğini açıklamaya odaklanmaktadır. McCool ve Martin (1994), topluluğa bağlılığı bireyin yaşadığı topluma yönelik aidiyet duygusu, toplumsal yaşama katılımı ve toplumla bütünleşme düzeyini

kapsayan bir kavram olarak ele almaktadır. Bu doğrultuda topluluğa bağlılık, bireylerin yaşadıkları topluma karşı geliştirdikleri güçlü aidiyet duygusu, köklü bağlar ve olumlu hisler olarak ifade edilebilir (Eslami vd., 2019: 1063). Turizm açısından ise bireyin yaşadığı topluma duyduğu bağlılık düzeyi, turizmin yol açtığı değişimleri nasıl algılayacağını ve bu değişimlere nasıl tepki vereceğini etkileyen önemli bir belirleyicidir (Lee, 2013).

McCool ve Martin'e (1994) göre, bireyin bir toplumda geçirdiği süre arttıkça o topluma yönelik bağlılığı da güçlenmektedir. Bu kapsamda, yaşadıkları topluma güçlü bir şekilde bağlı olan bireylerin turizmin olumlu etkilerini daha belirgin biçimde algıladıkları, bununla birlikte olası olumsuz etkilerine karşı da daha duyarlı oldukları belirtilmektedir. Benzer şekilde Williams (1995), yaşadığı yere güçlü bir aidiyet hissedenden bireylerin turizmin geliştirilmesine yönelik daha olumlu tutum sergilediklerini ve turizm faaliyetlerini daha fazla desteklediklerini ortaya koymuştur (Güneş, 2014: 11). Bu doğrultuda topluluğa bağlılık, yerel halkın turizmin gelişimine ilişkin algılarını, değerlendirmelerini ve turizme yönelik destek düzeyini şekillendiren önemli bir unsur olarak kabul edilmektedir.

2.1.4. Sosyal Mübadele Teorisi

Temelleri 1960'lı yıllarda Blau ve Gouldner tarafından geliştirilen Sosyal Mübadele Teorisi, bireyler ve gruplar arasındaki etkileşimleri maliyet-fayda değerlendirmesi temelinde açıklamaktadır. Teoriye göre taraflar, etkileşim sürecinde elde edecekleri kazançları, katlanacakları maliyetleri ve karşılıklı yükümlülükleri dikkate alarak davranışlarını şekillendirmektedirler (Aydın, 2017). Turizm literatüründe bu yaklaşımı temel alan Ap (1992), sosyal mübadeleyi taraflar arasındaki kaynak değişimini ve bu değişimin sonuçlarını anlamaya yönelik sistematik bir çerçeve olarak tanımlamıştır (Avcıkurt, 2009). Bu doğrultuda teori, yerel halk ile turistler arasındaki etkileşimi analiz etmek için temel bir çerçeve sunar. Bu yaklaşıma göre bireyler, etkileşim sürecinde maddi (para, eşya, hizmet) veya sembolik (sevgi, statü, bilgi) birtakım değerlerin arayışındadır. Davranışın temel motivasyonunu 'karşılıklılık' ve 'ödül beklentisi' oluşturur. Dolayısıyla turizmden doğrudan veya dolaylı olarak yarar sağlayan bireylerin turizmin ekonomik, sosyal ve kültürel etkilerini daha olumlu değerlendirme eğiliminde oldukları, buna karşılık turizmin olumsuz sonuçlarından daha fazla etkilenen bireylerin turizm gelişimine yönelik daha eleştirel tutumlar sergiledikleri belirtilmektedir. Dolayısıyla Sosyal Mübadele Teorisi, yerel halkın turizme ilişkin algılarının ve turizm gelişimine yönelik destek düzeylerinin anlaşılmasında önemli bir kuramsal temel sunmaktadır (Avcıkurt, 2009; Andereck, 2005).

2.2. Kavramsal Çerçeve

Bu kısımda şehir, şehir turizmi, turistik şehir türleri, şehir turist profili, şehir turizminde fonksiyonel çeşitlilik, şehir turizmine hizmet sunan işletmeler, dünyada şehir turizmi ve Türkiye’de şehir turizmi konuları ele alınmaktadır. Ardından ise şehir turizminin ekonomik, kültürel ve sosyal etkileri değerlendirilmektedir.

2.2.1. Şehir Kavramı

Şehir kavramı konusunda uluslararası kabul görmüş bir tanım bulunmamaktadır. Şehir, disiplinlerarası bir çalışma alanıdır. Bu nedenle çok farklı şehir tanımları bulunmaktadır. Coğrafya, sosyoloji, mimarlık, iktisat gibi disiplinler şehri kendi bakış açılarıyla ele almış ve tanımlamıştır. Geçmişten bu yana farklı medeniyetlerde şehir kelimesine karşılık olarak şehir, kend, la cité, polis, civitas, balık ve medine gibi kelimelerin kullanıldığı görülmektedir (Gökyurt vd., 2015: 2). Farsça şehir kelimesi, çalışma yaşındaki nüfusunun çoğunluğu ticaret, sanayi ve yönetim gibi işlerle uğraşan büyük yerleşim merkezlerini ifade eder. Arapça’da şehir karşılığında medine, belde ve mısır gibi isimler kullanılmıştır. Soğdca kökenli kent kavramı da şehir kavramına karşılık olarak kullanılmıştır (Küçükbaşcı, 1999: 441). Eski Türkçe’de 'balık' kavramı, o dönemde güvenliğin bir simgesi olarak etrafı surlarla çevrili yerleşmeleri ifade etmekteydi (Kaşgarlı Mahmud, 1939). Osmanlı idari yapısında ise bir yerleşmenin şehir statüsü kazanması, dini ve ekonomik fonksiyonlarına bağlanmış; şehir, 'cuma namazı kılınan ve pazar kurulan yer' olarak nitelendirilmiştir (Şahin, 1999). Modern dönemde Türk Dil Kurumu (2023) şehri; nüfus büyüklüğü (20.000 üstü) ve ekonomik faaliyetlerin niteliği (ticaret, sanayi, hizmet) üzerinden, tarımsal üretimin dışlandığı bir alan olarak tanımlamaktadır. Sosyolojik perspektifte ise şehir, kırsal topluluklardan ayrılan yapısal farkları üzerinden tanımlanmaktadır. Bu bağlamda Alman sosyolog Ferdinand Toennies, insan topluluklarını 'cemaat' ve 'cemiyet' olarak ikiye ayırarak; şehirleri, rasyonel ve çıkar odaklı ilişkilerin ön planda olduğu 'cemiyet' yapısıyla özdeşleştirmiştir (Uğur ve Aliagaoglu, 2015).

Bir mekân bilimi olan coğrafya; şehirleri, insan ve çevre arasındaki mekânsal etkileşimler ve bu etkileşimlerin yeryüzündeki organizasyonu bağlamında ele almaktadır. Coğrafya Terimleri Sözlüğü’nde şehir; kırsal yerleşmelerden farklı olarak, çevresindeki bölge için sanat, sanayi ve ticaretin yanı sıra ulaşım ağlarının merkezi konumunda bulunan, geniş ölçekli bir yerleşim alanı olarak tanımlanmıştır (İzıbrak, 1992). Benzer şekilde Tümertekin ve Özgüç (2010), coğrafi perspektifi daha özlü bir biçimde sunarak şehri, 'yoğunlaşmış ve tarımsal nitelik taşımayan bir insan yerleşmesi' olarak ifade etmişlerdir. Bu tanımlar, şehrin sadece bir

nüfus yığılması değil, aynı zamanda çevresiyle kurduğu fonksiyonel bağlar ve ekonomik uzmanlaşma alanı olduğunu vurgulamaktadır.

Şehir tanımlamalarında farklı ölçütler kullanılmıştır. Bu ölçütlerden bir tanesi nüfus ölçütüdür. Nüfus ölçütü nüfus miktarı ve nüfus yoğunluğu olarak iki şekilde kullanılmaktadır. Nüfus yoğunluğu ölçütü ülkemizde kullanılmamaktadır. Nüfus miktarı ölçütünde ise, belirli bir miktar üzerinde nüfusa sahip yerleşmeler şehir, bunun altındakiler ise köy olarak kabul edilmektedir. Ancak bu belirlenen değer zaman ve mekâna göre farklılıklar göstermektedir. Bu konuda araştırma yapan araştırmacılar da ortak bir miktar benimsememişlerdir. Şehir yerleşmelerinin belirlenmesinde kullanılan nüfus ölçütleri, araştırmacıların yaklaşımlarına ve dönemlere göre farklılık göstermektedir. Bu kapsamda Darkot, şehir yerleşmelerinin belirlenmesinde 3.000 nüfus ölçütünü esas almıştır (Darkot, 1955). Tunçdilek ve Tümertekin ise bu ölçütü 5.000 nüfus olarak kabul etmiştir (Tunçdilek ve Tümertekin, 1959). Buna karşılık Reuter, şehir yerleşmelerinin belirlenmesinde 10.000 nüfus ölçütünü benimsemiştir (Reuter, 1946). Tümertekin, daha önce 5.000 olarak kabul ettiği şehir yerleşmelerinin asgari nüfus miktarını 1965 yılından itibaren 10.000'e yükseltmiştir (Tümertekin, 1965).

Şehir tanımında kullanılan ikinci bir ölçüt idari sınırlardır. İdari açıdan şehir, belirli idari sınırlar içerisinde yer alan özel idari yapıya sahip yerleşmelerdir. Diğer bir ifadeyle, iktidarın şehir olarak tanımladığı yerleşmelerdir. Bu bağlamda Türkiye'de 2012 yılında yürürlüğe giren 6360 sayılı Kanun ile büyükşehir belediyesi sınırları içerisinde kalan köylerin tüzel kişiliğinin kaldırılarak mahalle statüsüne dönüştürülmesi, idari ölçütün şehir tanımındaki belirleyiciliğini daha da görünür hale getirmiştir. Bir diğer ölçüt ise fonksiyondur. Bu ölçütte tarım dışı faaliyetler esas alınmaktadır. Faal nüfusun büyük kısmı tarım dışı faaliyetlerle uğraşıyorsa orası şehir olarak kabul edilmektedir (Aliagaoglu ve Uğur, 2016: 205). Şehir, tarımsal faaliyetlerin az olduğu, hizmet ve sanayi faaliyetlerinin daha fazla olduğu yerleşmelerdir. Şehir, sadece fiziki bir mekân değil, aynı zamanda içinde yaşayan toplumlarla birlikte dinamik sahalar olarak dikkat çeken yerleşmelerdir (Oğan ve Yasak, 2020: 99). Nitekim şehirler, insanlara ekonomik ve kültürel gelişim olanakları sunan mekân olmalarının yanı sıra tarihi, kültürel, siyasi, ekonomik, özelliklere sahip yerleşmelerdir (Emekli, 2018: 470). Bu bağlamda şehirler hem refahın üretildiği, sosyal ve kültürel gelişimin sağlandığı yerler olmakla birlikte insanların alışveriş yaptıkları, boş zamanlarını değerlendirdikleri yerlerdir (Uğur ve Aliagaoglu, 2015: 179). Aynı zamanda şehirler kültürel mirasın yoğun olduğu yerlerdir ve önemli turizm kaynaklarını içerisinde barındırmaktadır. Tüm bu özellikleri nedeniyle şehirler yüzyıllarca farklı amaçlarla insanlar tarafından ziyaret edilmiştir.

2.2.2. Şehirlerin Kökeni

İlk şehrsel yerleşmeler Mezopotamya’da MÖ 3500, Mısır’da MÖ 3200, Hindistan’da MÖ 2200, Çin’de MÖ 1500’de ortaya çıkmıştır (Uğur ve Aliagaoglu, 2015: 11). Araştırmacılar şehirlerin ortaya çıkış nedenleri ile ilgili farklı teoriler ortaya atmıştır. Çevresel temelli şehirleşmeye dayalı hidrolik toplum ve artı ürün teorisi, pazarların büyümesine dayalı ekonomik teoriler, savunma amaçlı toplanma yerlerine dayalı askeri teoriler ve tapınakların etrafında gelişmeye dayalı dini teoriler bu teorilerin başlıcalarıdır (Ovalı, 2024: 99). Hidrolik Teori, şehirleşmeyi ekolojik özelliklere göre açıklar. Teoride toprağın değeri ve iklim koşulları ön plandadır. Toprak ve iklim şartlarının uygun olduğu yerlerde sulama olgusu tarımın gelişmesine ve artı ürünün elde edilmesine neden olmaktadır. Wittfogel’e göre, şehirler teknolojik devrim sonucu değil, hidrolik devrim ile ortaya çıkmıştır (Akt. Uğur ve Aliagaoglu, 2015: 11).

Şehirlerin kökenine dair bir diğer teori ekonomik teorilerdir. Ekonomik teorilerin en önemli temsilcisi Jane Jacobs’tur. Jane Jacobs, şehirlerin kökenini açıklamak için “Yeni Obsidyen” adlı hayali bir kent kurmuştur. Buna göre, şehir bir avcı grubunun alanında bulunan obsidyen taşının, düzenli müşterilere dönüşen komşu bir av grubuna satılması ve ardından obsidyeni alan grubun daha uzaktaki avcı halklarıyla arabuluculuk yapmaya başlamasıyla ortaya çıkmıştır (Akt. Ovalı, 2024: 100).

Pirenne (2000), Orta Çağda, Batı Avrupa’da Roma Dönemi sonrasında şehirlerin ticarete bağlı olarak ortaya çıktığını ileri sürmektedir. Pirenne’ye göre şehirler uzun mesafeli ticarete bağlı olarak ortaya çıkmıştır. Askeri teorilere göre ise şehirlerin kökeni, insanların korunma ihtiyacından ortaya çıkmıştır. Şehirlerin kökenleri üzerine yazan Adams (1960)’a göre, şehirlerin ortaya çıkışının en önemli nedenleri savunma veya savaştır (Akt. Uğur ve Aliagaoglu, 2015: 15). Nitekim, savunma olgusu ile şehirlerin aynı zamanda ortaya çıktığı kabul edilmektedir (Ovalı, 2024: 101).

Dini teorilere göre ise şehirlerin ortaya çıkma nedeni dindir. Örneğin Hz. Muhammed ve ilk Müslümanların Mekke’den Medine’ye göçü, başlı başına bir şehirleşme olayıdır (Uğur ve Aliagaoglu, 2015: 16). Tarihin Sümerler’de başladığını belirten Kramer’e (2002) göre Sümer şehirlerinin en önemli özellikleri yüksek tepelere kurulan tapınaklardır ve bu tapınaklar şehirlerin en büyük ve en önemli binalarıdır. Şehirlerin kalbi niteliğindeki bu tapınaklar, yabancı kabilelerden oluşan şehir sakinlerinin ortak bir inanç doğrultusunda bir arada tutulduklarını göstermektedir (Ovalı, 2024: 103).

2.2.3. Şehir ve Turizm İlişkisi

Günümüzde dünya nüfusunun yarısından fazlası şehirlerde yaşamaktadır. Nitekim bugün dünya nüfusunun %55'i şehirselleşmiş alanlarda yaşıyor ve bu oranın 2050 yılına kadar %68'e çıkması bekleniyor (United Nations Department of Economic and Social Affairs, 2026). Şehirlerde ortaya çıkan bu nüfus artış süreçleri ekonomik, sosyal, kültürel ve siyasi faktörler olmak üzere birbirinden farklı dinamiklere bağlı olarak gerçekleşmektedir (Akengin ve Dinç, 2020: 274). Şehirler tarihi, sosyal, kültürel, siyasi ve ekonomik özelliklere sahip yerleşmeler olarak turizmin gelişmesine zemin hazırlamaktadır (Emekli, 2018: 470). Bu bağlamda şehirleşme sürecinin bir parçası olarak şehirler; turizm, boş zaman ve eğlencenin büyük hizmet faaliyetlerini oluşturduğu çok çeşitli sosyal, kültürel ve ekonomik faaliyetlerin merkezleri hâline gelmiştir (Wall ve Mathieson, 2006: 207). Nitekim şehirler, önemli turizm kaynaklarıdır ve başlı başına önemli turizm destinasyonlarıdır. Şehirler birçok turizm çekiciliğini bir arada sunmaktadır. Bu çekiciliklerin başında şehir merkezinde yaratılmış olan kentsel atmosfer gelir. Değişik mimarileri olan sokaklar, caddeler, meydanlar, binalar, yeşil alanlar ve tarihsel özellikler şehre çeşitlilik kazandırır. Ayrıca şehrin kendisine özgü toplumsal ve kültürel özellikleri de önemli çekicilik kaynağıdır (Özgüç, 2017: 155-156).

Şehirlere yönelik turizm talebinin oluşmasında iş seyahatleri, konferanslar, sergiler, kısa süreli tatiller, günlük geziler, arkadaş ve akraba ziyaretleri ile eğlence gibi çok çeşitli seyahat motivasyonları etkili olmaktadır (Başarangil, 2014: 83). Bu çeşitlilik, şehir turizminin tek bir turizm türüyle sınırlı olmadığını, farklı amaç ve ihtiyaçlara hitap eden çok boyutlu bir yapıya sahip olduğunu göstermektedir. Şehirler, gelişmiş ulaşım ve konaklama altyapıları sayesinde erişilebilirliği yüksek destinasyonlar olarak öne çıkmakta ve bu durum turizm hareketliliğini kolaylaştırmaktadır. Öte yandan şehirler, ekonomik ve siyasi gücün yanı sıra çok sayıda organizasyonun, kültürel etkinliğin ve eğlence faaliyetinin yoğunlaştığı merkezler olarak öne çıkmaktadır (Ashworth ve Page, 2011). Dolayısıyla şehir turizmi, hem bireylerin farklı amaçlarla gerçekleştirdiği seyahatleri bir araya getiren hem de kentlerin ekonomik, sosyal ve kültürel işlevleriyle doğrudan ilişkili olan çok katmanlı bir turizm alanı olarak değerlendirilmektedir.

2.2.4. Şehir Turizmi

Şehir turizmi, kökleri antik dönemlere kadar uzanan en eski turizm türlerinden biri olmasına karşın, özellikle 20. yüzyılın son çeyreğinden itibaren küresel ölçekte en dinamik turizm segmentlerinden biri hâline gelmiştir. Literatürde şehir turizmine yönelik sistematik yaklaşımların ivme kazandığı bu süreçte, Avrupa Komisyonu (European Commission, 2000)

tarafından yapılan çalışmalar dikkat çekmektedir. Bu çerçevede şehir turizmi; “kasaba ve kentlerde ziyaretçilere sunulan turistik ürün ve hizmetlerin bütünü ile bu meknlerde gerçekleştirilen faaliyetler” olarak tanımlanmıştır. Bu tanım, şehir turizminin sadece büyük metropollerle sınırlı kalmayıp, farklı ölçekteki kentsel yerleşmeleri de kapsadığını göstermesi bakımından kritiktir. Dünya Turizm rgt (UNWTO) ise şehir turizmini şu şekilde tanımlamaktadır: Yönetim, imalat, ticaret ve hizmetler gibi tarım dışı bir ekonomiye sahip ve ulaşımın düğüm noktası niteliği taşıyan şehirsel alanlarda gerçekleşen bir turizm türüdür (UNWTO ve WTCF, 2018: 15).

şehir turizmini diğer turizm türlerinden ayıran en önemli fark kalış sresidir. şehir turizm destinasyonlarında kalış süresi, plaj ve kış sporları merkezlerinden daha kısadır (Ashworth ve Page, 2011: 8). Metropollerde dahi kalış süresi nadiren 2 günden fazladır (Ashworth, 2009). Bu durumun temel nedeni; şehre yönelik seyahat motivasyonlarının çeşitliliği ve genellikle spesifik bir amaca yönelik (iş, kültür, etkinlik vb.) kısa süreli ziyaretleri kapsamasıdır (Berg vd., 1995). şehir turizminin bir diğer ayırt edici yönü ise 'tekrar ziyaret' (repeat visit) eğiliminin düşüklüğüdür. Nitekim pek çok turist şehirden beklentilerini yerine getirdikten sonra destinasyona yönelik ana motivasyonunu gerçekleştirdiği için seyahatini tekrarlama ihtiyaı duymamaktadır. Aslında buradaki paradoks şudur: “şehirsel cazibe ne kadar benzersiz olursa, ziyaretin tekrarlanma olasılığı o kadar düşük olur.” Bu durumda Pisa veya Niagara şelalesi gibi cazibe merkezleri bir kez yaşanabilecek bir deneyim olma eğilimine sahipken, Paris, New York gibi daha genelleştirilmiş yerlerin tekrar ziyaret edilme olasılığı daha fazladır (Ashworth ve Page, 2011: 8).

şehirler, yüksek yoğunluklu donatı ve hizmet çeşitliliğine sahip turistik destinasyonlar olarak farklı turist pazarlarına hitap etmektedir. Law'a (1996) göre şehirsel destinasyonların gelişmiş iletişim, ulaşım ve hizmet altyapısı, çeşitli ziyaretçi gruplarını kendine çekmektedir. Bu turist pazarları şu şekilde sıralanabilir (Edwards vd., 2008: 1033):

- Kentsel alanların kültürel miras unsurlarına ilgi duyan, eğitim düzeyi görece yüksek ziyaretçiler
- Kültürel ve tarihî mirası yerinde deneyimleme eğilimi baskın olan yaşlı turistler
- Eğlence, gece hayatı, spor müsabakaları ve şehir yaşamının dinamizminden etkilenen genç kitleler
- Toplantı, teşvik seyahati, kongre ve sergi gibi etkinliklere katılmak amacıyla seyahat eden iş odaklı kesim (Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions-MICE)

Şehirlerin farklı turist pazarlarına hitap etmesi önemli bir avantaj sağlamakla birlikte, farklı kullanıcı gruplarının aynı kentsel mekânlarda yoğunlaşması çeşitli mekânsal ve yönetsel sorunları da beraberinde getirebilmektedir. Özellikle ziyaretçi yoğunluğunun belirli alanlarda kümelenmesi, mekânın taşıma kapasitesi üzerinde baskı oluşturarak aşırı turizm (*overtourism*) kapsamında değerlendirilen sorunların ortaya çıkmasına neden olabilmektedir.

Söz konusu turist pazarlarının çeşitlenmesinde, şehirlerin sahip olduğu turizm kaynaklarının çeşitliliği belirleyici bir rol oynamaktadır. Bu kapsamda şehir turizmi kaynakları; tarihî yapılar, müzeler, sanat galerileri, tiyatrolar, spor etkinlikleri ve festivaller gibi farklı çekicilik unsurlarını içermektedir. Jansen-Verbeke (1986), şehir turizm kaynaklarını temel kaynaklar, ikincil kaynaklar ve ek kaynaklar olarak sınıflandırmıştır (Tablo 2.2). Temel kaynaklar, ziyaretçilerin bir şehri ziyaret etmesinin temel nedenlerinin oluşturmaktadır. İkincil kaynaklar, konaklama, yeme-içme ve alışveriş olanaklarını içermektedir. Temel kaynakların ardından bir şehrin ziyaret edilmesinde etkili olan ikincil unsurlardır. Ek kaynaklar ise erişilebilirlik, park olanakları ve turistik altyapı unsurlarını içermektedir.

Tablo 2.2. Şehir turizmi kaynakları (Jansen-Verbeke, 1986)

Kategori	Alt Bileşenler	Örnekler ve İçerik
Temel Unsurlar	Aktivite Alanları	Kültürel tesisler (tiyatro, galeri), eğlence alanları, festivaller, sergiler
	Fiziksel Karakteristikler	Tarihî doku, anıtlar, sanatsal objeler, yeşil alanlar, kanallar ve limanlar
	Sosyokültürel Özellikler	Mekânın canlılığı, yerel diller, kıyafetler, gelenekler ve yaşam tarzı
İkincil Unsurlar	Hizmet ve Ticaret	Oteller, yiyecek-içecek işletmeleri, alışveriş merkezleri ve pazarlar.
Ek Unsurlar	Altyapı ve Bilgi	Erişilebilirlik, otopark olanakları, turizm enformasyon hizmetleri (rehberler, tabelalar).

Turistler, arzuladıkları deneyimi kendilerine sunan bir bölge bulduklarında bir şehri ziyaret etmeye karar vermektedirler. Bu süreçte destinasyonun turistin beklentisini karşılayıp

karşılamadığı oldukça önemlidir. Nitekim şehirler de turist deneyimini etkileyebilecek birçok faktör bulunmaktadır. Bu faktörler şunlardır (Hall ve Page, 2006: 248);

- **Fiziksel ve Estetik Çevre:**

- Şehrin genel temizliği, bakımı ve estetik değeri,
- Hava koşulları ve kentsel ambiyansın (atmosferin) niteliği,
- Kültürel, sanatsal olanaklar ile park ve yeşil alan gibi rekreasyonel kapasite.

- **Hizmet ve Altyapı Standartları:**

- Konaklama tesislerinin kalite düzeyi, restoran ve gastronomi çeşitliliği,
- Turizm çalışanlarının yabancı dil yetkinliği ve profesyonelliği,
- Acil sağlık hizmetlerine ve turistik çekiciliklere olan erişim kolaylığı,
- Destinasyondaki mal ve hizmetlerin fiyat/kalite dengesi.

- **Sosyal Etkileşim ve Güvenlik:**

- Yerel halkın turistlere yönelik tutumu, sıcakkanlılığı ve yardımseverlik düzeyi,
- Kişisel güvenlik hissi ve kentsel alanın kalabalıklık (taşıma kapasitesi) durumu,
- Eğlence ve gece hayatı dinamizmi.

Hall ve Page'in (2006) turist deneyimini şekillendiren faktörleri temel alındığında Eskişehir'in birçok açıdan güçlü bir destinasyon profiline sahip olduğu görülmektedir. Öncelikle şehrin fiziksel ve estetik çevresi, ziyaretçilerin destinasyon algısını olumlu yönde etkileyen temel unsurlardan biridir. Porsuk Çayı çevresinde oluşturulan rekreasyon alanları, gondol ve bot turları, estetik köprü tasarımları, heykeller ve düzenli kent peyzajı şehrin görsel çekiciliğini artırmaktadır. Bu özellikler, Hall ve Page'in vurguladığı kentsel estetik ve ambiyans faktörleriyle örtüşmekte, Eskişehir'in ziyaretçiler nezdinde özgün ve olumlu bir imaj oluşturmaya katkı sağlamaktadır.

Şehirdeki turistik çekiciliklerin çeşitliliği ve bu çekiciliklere erişim kolaylığı da turist deneyimini güçlendiren unsurlar arasındadır. Tarihi Odunpazarı Evleri, Sazova Bilim Kültür ve Sanat Parkı, Kentpark ve çeşitli müzeler farklı ilgi alanlarına sahip ziyaretçilere hitap etmektedir. Bu çekiciliklerin gelişmiş Eskişehir tramvay sistemi (ESTRAM), toplu taşıma ağı ve yaya dostu kent düzeni ile birbirine bağlanması, Hall ve Page'in hizmet ve altyapı standartları kapsamında ele aldığı erişilebilirlik unsurunu desteklemektedir.

Kültürel ve sanatsal olanaklar açısından da Eskişehir önemli avantajlara sahiptir. Şehir tiyatroları, senfoni orkestrası konserleri, festivaller ve Odunpazarı Modern Müze (OMM) gibi kültürel mekânlar, özellikle eğitim düzeyi yüksek ve kültürel faaliyetlere ilgi duyan ziyaretçiler

için önemli çekim unsurları oluşturmaktadır. Bu durum, destinasyonun farklı turist pazarlarına hitap edebilme kapasitesini artırmaktadır.

Sosyal yaşam ve eğlence olanakları bakımından değerlendirildiğinde ise Eskişehir'in özellikle genç nüfusun yoğunluğu sayesinde canlı bir kent atmosferine sahip olduğu görülmektedir. Adalar bölgesi, Haller Gençlik Merkezi ve çevresindeki kafe, restoran ve eğlence mekânları ziyaretçilere dinamik bir sosyal ortam sunmaktadır. Bu özellik, Hall ve Page'in turist deneyimini etkileyen faktörler arasında yer verdiği eğlence ve gece hayatı unsurlarını desteklemektedir.

Son olarak şehrin genel temizliği, planlı kentleşme anlayışı ve sürdürülen peyzaj uygulamaları, fiziksel çevre kalitesinin artırılmasına önemli ölçüde katkı sağlamaktadır. Kentsel dönüşüm projeleriyle desteklenen bu düzenli görünüm, ziyaretçilerin destinasyona ilişkin algılarını olumlu yönde etkilemekte ve Eskişehir'e benzer ölçekli Anadolu kentleri karşısında rekabet avantajı kazandırmaktadır. Bununla birlikte, özellikle hafta sonları ve yoğun ziyaret dönemlerinde turistik çekim merkezlerinde gözlenen ziyaretçi yoğunluğu, Hall ve Page'in (2006) turist deneyimini etkileyen unsurlar arasında yer verdiği taşıma kapasitesi ve kalabalıklık faktörü açısından değerlendirilmesi gereken bir husus olarak öne çıkmaktadır. Söz konusu yoğunluk, bazı ziyaretçi gruplarının algıladığı konfor ve huzur düzeyini azaltabilmekte, dolayısıyla destinasyon deneyiminin niteliğini etkileyebilmektedir.

2.2.5. Turistik Şehir Türleri

Şehirler; sahip oldukları sosyoekonomik dinamikler, tarihsel miras ve kültürel doku bakımından büyük bir heterojenlik sergilemektedir. Bu bağlamda, küresel turizm pazarında destinasyonlar; tarihsel kimlikleri, sportif etkinlikleri, festivalleri, doğal peyzaj unsurları veya modern alışveriş imkânları gibi farklı çekicilik unsurlarıyla kendilerini konumlandırmaktadır (Başarangil, 2014). Şehirlerin bu çok boyutlu yapısı, araştırmacıları kentsel turizm destinasyonlarını belirli tipolojiler altında sınıflandırmaya yöneltmiştir. Page (1995), kentsel yerleşmeleri fonksiyonel ve yapısal özelliklerine göre şu şekilde kategorize etmektedir:

- İdari ve Kültürel Başkentler (Londra, Paris, Roma)
- Metropoller ve tarihi kentler (Canterbury)
- Büyük tarihi şehirler (Cambridge, Viyana)
- Endüstriyel dönüşüm şehirleri (Manchester, Bradford)
- Yeniden yapılandırılmış kıyı bölgeleri (Londra Docklands, Sidney Darling Harbour)

- Uzmanlaşmış destinasyonlar (Mekke, Medine, Vatikan)
- Kış sporları ve rekreasyon merkezleri (Lillehammer)
- Eğlence kompleksleri (Las Vegas, Disneyland)
- Kültür ve sanat şehirleri (Floransa)

Bu konuda yapılmış bir diğer sınıflandırma ise Fainstein ve Gladstone (1999) tarafından yapılmıştır. Bu sınıflandırmada şehirler 3 gruba ayrılmıştır:

- Turizm şehirleşmesi: Planlı veya plansız geliştirilen özel turizm mekânları
- Turistik tarihi şehirler: Tarihi, mimarisi ve kültürüyle turistlerin ilgisini çeken şehirler
- Dönüştürülmüş şehirler: Turistleri cezbetmek için altyapı ve üstyapının geliştirildiği şehirler

Hall'ın (2006) geliştirmiş olduğu şehir tipolojisi ise şöyledir;

- Çok fonksiyonlu başkentler: En yüksek ulusal fonksiyonlarını birleştiren başkentler (Londra, Paris, Madrid, Stockholm, Moskova, Tokyo)
- Küresel başkentler: Siyasette, ticari hayatta veya her ikisinde de roller üstlenen şehirler (Londra, Tokyo)
- Siyasi başkentler: Hükümet merkezi olarak yaratılmış şehirler olup, diğer işlevlerden yoksun eski ticari şehirler (Lahey, Bonn, Ottawa, Washington)
- Eski başkentler: Hükümet merkezi olma rollerini kaybetmiş ancak diğer tarihi işlevlerini koruyan şehirler (Berlin, Rio de Janeiro)
- Eski imparatorluk başkentleri: Eski imparatorluk şehirlerini temsil eden görkemini kaybetmiş şehirlerdir. Kültürel ve ticari olarak önemli roller üstlenen şehirlerdir (Londra, Madrid, Lizbon, Viyana)
- Eyalet başkentleri: Eski dönemde başkent olan ancak bu rolünü kaybetmesine rağmen çevre bölgeleri için işlevlerini koruyan şehirler (Milano, Münih, Toronto, Sidney)
- Süper başkentler: Uluslararası örgütler için merkezi işlevi olan şehirlerdir. Bunlar başkent olabilir ya da olmayabilir (Brüksel, Roma, New York, Cenevre)

Law'a (2002) göre bu sınıflandırmalar şehir turizm merkezleri arasındaki farklı özellikleri vurgulamasına rağmen, yapılan sınıflandırmanın gerekçesi net değildir. Kültürel başkentlerin kültürel sanat şehirlerinden nasıl ayırt edilebileceği, sahil bölgeleri veya

varoşların, şehrin diğer bölümlerinden nasıl ayırt edilebileceği belirsizdir. Bu nedenle, bu sınıflandırmaların kesin geçerliliği bilinmemektedir (Aydın, 2016: 25).

2.2.6. Şehir Turist Profili

Ziyaretçi tipolojisi her insanın bir bölgeyi farklı şekillerde deneyimleyebileceğini ortaya koymaktadır. Hayllar ve Griffin (2005), şehrsel alanlarla ilgili üç farklı ziyaretçi türü ortaya koymuştur; Kaşifler, destinasyonu alışılmış turistik güzergâhların ötesinde deneyimlemeyi, kendi rotalarını oluşturmayı ve bölgenin özgün özelliklerini keşfetmeyi amaçlayan ziyaretçilerdir. Tarayıcılar, hareket alanlarını belirgin ana turistik bölgelerle sınırlandıran ve turistik açıdan tanınmış güzergâhlar çerçevesinde gerçekleştiren ziyaretçi grubunu ifade etmektedir. Kaşifler ile karşılaştırıldığında, bölgeyle daha yüzeysel bir etkileşim içindedirler. Örnekleyicilerin gezi programları, bir şehrin ilgi çekici yerlerini gezme şeklindedir. Genellikle şehri kapsamlı bir şekilde gezmek yerine sadece belirli bir cazibe merkezini ziyaret etmektedirler (Hayllar vd., 2008: 55).

Şehir turistlerinin demografik özellikleri; ziyaretçi profilinin ve seyahat davranışlarının anlaşılmasında önemli göstergeler sunmaktadır. Bu özelliklerin incelendiği çalışmaların büyük çoğunluğu, şehir turistlerinin eğitim düzeyi, sosyal statü, gelir seviyesi ve kültürel deneyimler bakımından benzer nitelikler taşıdığını ortaya koymuştur (Selçuk, 2019: 29). Şehirlerde turistlere çekici gelen özellikler, turistlerin demografik özelliklerine göre değişmektedir. İyi eğitilmiş ve 50 yaş üstü turistlerin ilgisini kültürel miras değerleri çekmektedir. Daha genç yaş grupları için şehirlerdeki eğlence, gece hayatı ve spor faaliyetleri daha çekicidir. Öte yandan, iş insanları toplantılar, fuarlar, eğitim ve farklı lojistik hizmetler için şehirleri ziyaret etmektedir (Jurdana ve Susilovic, 2006: 136). Avrupa Turizm ve Boş Zaman Eğitimi Birliği (ATLAS - The Association for Tourism and Leisure Education) tarafından yapılan araştırmanın (1992–2001) sonuçlarına göre, şehirleri ziyaret eden turistlerin çoğu kadın turistlerdir (Uca Özer, 2010: 30). Şehir turizmi ziyaretçilerinin çoğunluğu gençlerden ve yüksek eğitim seviyesine sahip kişilerden oluşmaktadır (Jansen-Verbeke, 1988: 72). Şehir turistleri sosyoekonomik olarak ise yüksek statüye sahiptir (MacDonald, 2004: 25).

Şehir turistlerinin seyahat motivasyonları; turizmde motivasyon insanları seyahat etmeye yönlendiren içsel ihtiyaçları ifade etmektedir. Her turist kendi iç dünyasına yönelik farklı zevkler aramaktadır. Dolayısıyla farklı motivasyon sınıflandırmaları yapılmıştır. Buna göre insanlar, fiziksel ihtiyaçlarını gidermek için, toplumsal ihtiyaçlarını karşılamak için, statü ihtiyaçlarını karşılamak için, entelektüel ihtiyaçlar için ve zihinsel ihtiyaçlardan dolayı seyahat etmek isterler. Şehir turistlerinin farklı seyahat motivasyonları vardır. Bazı şehir turistleri

günlük rutinlerine kıyasla farklı bir yaşam deneyimi yaşamak isterler. "Gerçek Hayattan Kaçış" motivasyonuna sahip bu tür şehir turistleri, fantastik kurguya sahip Orta Çağ fuarı gibi bir etkinliğe katılmayı tercih ederler. Bu motivasyon, bireylerin günlük yaşamın rutinlerinden ve sorumluluklarından geçici olarak uzaklaşma isteğine dayanmaktadır. Bu doğrultuda turistler için destinasyonun fiziksel özelliklerinden çok sunduğu atmosfer ve deneyim önem kazanmaktadır. Diğer bir seyahat motivasyonu ise "statü arayışı"dır. Statü odaklı şehir turistleri için seyahat, kişisel bir deneyimden ziyade sosyal çevrede kabul görmeyi sağlayan bir prestij vitrinidir. Bu ziyaretçiler, kısıtlı katılımın olduğu "özel" etkinlikler ve az sayıda insanın ulaştığı kültürel deneyimler aracılığıyla kendilerine sosyal sermaye inşa ederler. Sonuç olarak, seçkin bir sanat sergisi veya VIP bir organizasyon, bu turistler için toplum içindeki entelektüel ve ayrıcalıklı kişi imajını pekiştiren birer statü kanıtına dönüşür. Öte yandan, seyahat bazı turistler için "manevi" bir deneyimdir. Manevi değerlere önem veren bu ziyaretçi profili, antik dini bölgeler ve büyük katedraller gibi kutsal ve kültürel öneme sahip yerleri ziyaret etmeyi tercih etmektedir. Şehir turistlerinin bir diğer grubunu ise öğrenciler ve araştırmacılar oluşturmaktadır. Bu ziyaretçiler, bilgi edinme ve akademik amaçlarla düzenlenen gezilere katılmaktadır (Kolb, 2006: 122-123). Şehir turistlerinin bir başka seyahat etme güdüsü şehirlerle ilgili göstergelerdir. Turistler kendilerini günlük hayatın sıradanlığından uzaklaştıran şehir göstergelerini çekici bulmaktadır (Urry, 1999: 182). Nitekim şehirlerin imajı, turistleri seyahate yönlendiren önemli unsurlardan biridir.

Şehir turistlerinin destinasyon tercihlerini etkileyen motivasyonları açıklamaya yönelik çeşitli sınıflandırmalar bulunmaktadır. Bu sınıflandırmalar, bireyleri seyahate yönelten temel ziyaret nedenlerini ortaya koymaktadır. Söz konusu motivasyonlar aynı zamanda turistlerin belirli gruplar altında toplanmasına ve farklı turist tipolojilerinin geliştirilmesine temel oluşturmaktadır. Blank ve Petkovitch'e (1980) göre şehrsel alanları ziyaret etme nedenleri şu şekilde ele alınmaktadır (Akt. Hall ve Page, 2006: 252):

- Arkadaş ve akraba ziyareti
- Açık hava rekreasyon aktiviteleri iş/kongre ziyareti
- Eğlence ve gezi aktiviteleri
- Kişisel nedenler
- Alışveriş
- Diğer faktörler

Page (1995) ise şehrsel alanları ziyaret etme konusunda daha geniş bir ziyaret nedeni yelpazesi belirlemiştir.

- Arkadaş ve akraba ziyareti
- İş seyahati
- Konferans ve sergi katılımı
- Eğitim nedenleri
- Kültürel ve miras turizmi
- Dini seyahat (örneğin hac ziyaretleri)
- Önemli etkinliklere katılım
- Boş zaman alışverişi
- Günübirlilik geziler

Şehir turistlerinin konaklama dinamikleri, zamanın verimli kullanımına dayalı stratejik bir davranış kalıbı göstermektedir. Şehirler, farklı gelir düzeylerine ve beklentilere hitap edebilecek çeşitlilikte konaklama alternatifleri sunmaktadır. Şehir turizmi, genel olarak kısa süreli konaklamalarla karakterize edilmekte olup, bu turizm türünde konaklama süresi çoğunlukla 1 ile 3 gün arasında değişen kısa süreli şehir molaları (city breaks) şeklinde gerçekleşmektedir (Bock, 2015: 19). Bununla birlikte Metaxas (2007), konaklama sürelerini 1–3 gün (kısa), 4–7 gün (orta) ve 8 gün ve üzeri (uzun) olmak üzere üç temel gruba ayırarak daha ayrıntılı bir sınıflandırma sunmaktadır. Ayrıca ziyaretçilerin büyük çoğunluğu (%82) merkezî konum ve standart hizmet avantajları nedeniyle otelleri tercih etmekte olup geri kalan %18’lik kesim ise alternatif konaklama türlerine yönelmektedir (Emekli, 2011: 36).

2.2.7. Şehir Turizminde Fonksiyonel Çeşitlilik

Şehir turizminin fonksiyonel yapısı, kentsel mekânın çok işlevli niteliğine bağlı olarak ziyaretçilere farklı deneyimler sunmaktadır. Şehirler, yalnızca birer destinasyon değil; aynı zamanda iş, kültür, eğlence, alışveriş ve sosyal etkileşimin bir arada bulunduğu çok yönlü yaşam alanlarıdır. Bu doğrultuda, bu kısımda şehir turizminin başlıca fonksiyonel türleri olan iş turizmi, eğlence turizmi, inanç turizmi, alışveriş turizmi ve kültür turizmi ele alınmaktadır.

2.2.7.1. İş Turizmi

İş turizmi şehir turizminin önemli bir çeşididir. Şehirler, önemli ekonomik merkezleridir ve bu nedenle iş turistlerini çekmektedir. İş turistleri, gittikleri yerlerde iş bağlantıları ve iş takibi yapan kişilerden oluşmaktadır. Bu kişiler iş görüşmeleri yapmak, toplantı, fuar, sergi, kongre ve konferans gibi faaliyetlere katılmak amacıyla seyahat etmektedir (Çakıcı ve Yıldırım, 2013: 7). Nitekim iş turizmi kapsamında en yaygın gerçekleştirilen faaliyetler fuarlar ve kongre faaliyetleridir (Bilgili, 2022: 79). Law (1996), şehirlere yapılan iş seyahatlerini 3 gruba

ayırmıştır; konferans ve seminerlere katılanlar, ticari fuarlara katılanlar ve fabrika/ofislere yönelik bireysel ziyaret gerçekleştirenler.

İş turistleri seyahat süresince gittikleri yerlerdeki konaklama tesislerinden yararlanmaktadır. İş amaçlı seyahat edenler, tatil amaçlı seyahat edenlere göre ulaşım ve konaklama masrafları için daha fazla ödeme yapma eğilimindedir (Hall ve Page, 2006: 110; Lew, vd., 2008: 23). Nitekim bu turistler diğer turist türlerinden ortalama üç kat daha fazla harcama yapmaktadır (Shoval, 2002: 203). Şehir turistlerinin konaklama tesisi tercihi genellikle şehir otellerine yönelik olmaktadır. Bu tür oteller yıllık oda gelirlerinin %45'ini iş amacıyla konaklamalardan, %40'ını tatil amaçlı konaklamalardan, %15'lik bölümünü ise diğer müşterilerden sağlamaktadır (İçöz, 2001: 170). Örneğin, iş turizmi konusunda önde gelen finans merkezlerinden biri olan Frankfurt şehri iş turistleri tarafından 13. yüzyıldan beri ziyaret edilmektedir. Frankfurt Turizm ve Kongre Şirketi tarafından yapılan bir ankete göre otellerde konaklayanların %70'inin şehri iş amaçlı olarak ziyaret ettiğini belirlenmiştir (Shoval, 2002).

Şehirleri iş turizmi amacıyla ziyaret edenler, iş dışında boş zamanlarında turistik aktiviteler gerçekleştirmektedir. Nitekim iş seyahatinde olan kişi alışveriş yapabilir, bir müzeyi ziyaret edebilir veya dışarıda yemek yiyebilir (Hoffman vd., 2003: 3). Bu nedenle turizm pazarlamacıları, akşamları gerçekleştirilen kültürel ve spor aktiviteleri gibi farklı seçenekleri bu boyutta yer alan ziyaretçilere sunmaktadır (Uca Özer, 2010: 19).

2.2.7.2. Eğlence Turizmi

Şehir turizminin fonksiyonel çeşitliliği içerisinde önemli bir yer tutan türlerden biri de eğlence turizmidir. Eğlence turizmi, eğlenmek amacıyla yapılan seyahatlerin bütünüdür. Eğlence destinasyonları, turistlerin eğlence faaliyetleri gerçekleştirmek için seyahat ettiği yerler olarak tanımlanabilir. Eğlence turizmi, konserleri, müzikalleri, festivalleri, sihirbazlık ve sokak gösterilerini, sirkleri, komedi gösterisi gibi çeşitli faaliyetleri içermektedir. Ayrıca spor etkinlikleri, tiyatro, dans, kulüp ve tema parkı ziyaretleri gibi diğer etkinliklerde eğlence turizmi kapsamına girmektedir (Luo ve Lam, 2017: 3). Eğlence turizminde öne çıkan unsurlardan bir diğeri ise kumardır. Xu (2010)'a göre kumar kişilere keyif veren önemli bir eğlence ürünüdür. Eğlence ürünü olan kumar aynı zamanda birçok ülkede ekonomik büyümenin temel belirleyicisi olmuştur (Luo vd., 2020: 854). Bunun en iyi örneklerinden birisi Las Vegas'tır. Las Vegas'ın en ilgi çekici mekânları kumarhanelerdir. Las Vegas'taki cazibe merkezleri sadece kumarhaneler değil, aynı zamanda canlı eğlence performansları da içermektedir. Canlı performansların amacı turistleri otelde kalmaya veya sonrasında kumarhanede kumar oynamaya teşvik etmektir. Ayrıca Las Vegas, kumarhanelerin yanı sıra

gece hayatı, gösteriler, sergiler, müzeler, tema parkları, havuz partileri vb. gibi çeşitli eğlence faaliyetleri sunmaktadır (Luo ve Lam, 2017: 3).

Eğlence faaliyetleri, sadece insanları destinasyona çekmekle kalmaz, aynı zamanda ziyaretçilere unutulmaz ve büyüleyici deneyimler sunar (Luo ve Fan, 2023: 614). Bu kapsamda eğlence turizminde en fazla ziyaret edilen mekânlar; kumarhaneler, barlar, diskolar, kulüpler, sinema salonları ve konser alanlarıdır (Luo vd., 2022: 1160).

2.2.7.3. İnanç Turizmi

Şehir turizminin başlıca fonksiyonel türlerinden biri inanç turizmidir. İnanç turizmi, bir dine mensup kişiler için kutsal sayılan yerleri ziyaret etmek veya inançlarının gereklerini yerine getirmek amacıyla gerçekleştirilen seyahatlerin bütünüdür (Zaman, 2010: 1). Bir diğer ifadeyle inanç turizmi, kişilerin sadece dini güdülerle seyahat ettikleri bir turizm türüdür (Rinschede, 1992: 52). İnanç turizminin başlıca seyahat nedenleri, inanılan dinlerin merkezini görmek, günahlardan arınarak manevi huzura kavuşmak, özünü keşfetmek, dini faaliyetlere katılmak, dini görevlerini yapmak, kendini bir grubun parçası olarak hissetmek ve din kardeşleriyle aynı ortamda bulunmaktır (Güzel, 2012: 134).

Eski çağlardan beri inanç, seyahat için güçlü bir motivasyon kaynağı olmuştur (Henderson, 2002: 447). Şehirlerde yer alan camiler, türbeler, kiliseler, sinagoglar, tapınaklar, katedraller, manastırlar gibi dini yapılar inanç turizmi kapsamındaki şehir turizmi çekicilikleridir (Harunoğulları, 2016: 186). Şehirlerde yapılan dini tören ve ritüellerde inanç turizmi çekicilikleri arasında yer almaktadır. Raj ve Morpeth (2007) dini temelli çekicilikleri şöyle sınıflandırmıştır;

- Doğal oluşumlar (Kutsal göller, dağlar, adalar ve korular gibi inanç sistemlerinde yer bulan fiziksel unsurlar)
- Dini amaçlar için inşa edilmiş binalar (Mabetler, katedraller, camiler vb.)
- Dini olmayan mekânlardaki dini etkinlikler (Şehir meydanlarındaki ayinler veya festivaller)
- Seküler kutsal alanlar (Trajedi veya politik olaylarla ilişkili olup toplumsal hafızada kutsallaşan alanlar)

Din rehberleri, dini mekânların, kutsal şehir ve tapınakların inananları tarafından ziyaret edilmesini şart koyarken, aynı zamanda ekonomik bir hareket başlatmışlardır. Bunun sonucunda, bu tapınakların bulunduğu şehirler bu ziyaretlerden sürekli fayda sağlamışlardır (Sargın, 2006: 3). İnanç merkezleri sadece inananlar tarafından değil, meraklıları tarafından da

ziyaret edilmektedir. Bu nedenle bu yerler tur organizasyonlarının güzergahlarında özellikle yer almaktadır (Özgüç, 2003: 84). Nitekim binlerce turist inanç turizmi kapsamında farklı şehirlere seyahat ederek, gittikleri destinasyonların ekonomisine katkı sağlamaktadır. Ulusal ve uluslararası inanç merkezlerine yapılan turizm faaliyetlerinden elde edilen gelir ülkeden ülkeye ve şehirden şehire değişmektedir. Her din için farklı olmakla birlikte Brahmanlık'ta Benares, İslamiyet'te Mekke ve Medine, Hristiyanlık'ta Kudüs, Roma ve Efes, Musevilik'te Kudüs en çok ziyaret edilen kutsal yerlerdir. Bu kutsal mekânlar, inananların yoğun ziyaretlerine ev sahipliği yaparak bulundukları ülkelerin turizm gelirlerine önemli katkılar sağlamaktadır. Müslümanların hac ibadetini yerine getirmek amacıyla Mekke'ye seyahat etmeleri ve Kâbe'yi ziyaret etmeleri, Suudi Arabistan'da önemli bir ekonomik hareketlilik yaratmaktadır (Sargın, 2006: 3). Bunun yanı sıra bu ziyaretler, kutsal merkezlerin çevresinde ulaşım, konaklama ve ticari faaliyetlerin gelişmesini teşvik ederek şehirlerin fonksiyonel yapısının şekillenmesinde de etkili olmaktadır.

2.2.7.4. Alışveriş Turizmi

Şehirlerin ticaret ve hizmet merkezi olma özelliği, alışveriş turizminin şehir turizmi içerisinde önemli bir işleve sahip olmasını sağlamaktadır. Alışveriş turizmi, bir ürün veya hizmet satın almak amacıyla seyahat etme anlamına gelmektedir. Bu turizm türünde turistlerin temel seyahat motivasyonu ve ziyaret ettiği destinasyondaki temel aktivitesi alışveriştir (Jansen-Verbeke, 1991: 11). Ancak birçok araştırmada alışveriş faaliyetleri tek başına, turistleri bir destinasyona yönelten bir güdü olmasa bile, çoğu zaman destinasyonda turistlerin dahil oldukları bir aktivite olarak değerlendirilmiştir (Costello ve Fairhurst, 2002: 8). Nitekim Butler (1991)'e göre, alışveriş ile turizm ilişkisi iki alt gruba ayrılmaktadır. Birincisi, temel turistik seyahat motivasyonunun alışveriş olmasıdır. İkincisi, turistik gezi sırasında alışverişin ikincil bir motivasyon kaynağı olarak gerçekleşmesidir. Timothy ve Butler (1995), alışverişin yalnızca destinasyon seçim sürecinde önemli bir motivasyon kaynağı olmadığını, aynı zamanda turizm faaliyetlerini şekillendirmede de önemli bir belirleyici olduğunu belirtmiştir (Coles, 2004: 360).

Küresel ölçekte pek çok şehir, sundukları spesifik ürün yelpazesi ve alışveriş olanaklarıyla "cazibe merkezi" kimliği kazanarak alışveriş turizminde marka hâline gelmiştir. Bu şehirler, sahip oldukları yerel değerler veya vergi avantajları sayesinde dünya genelindeki turistlerin ilgi odağı olmayı başarmıştır. Örneğin; Venedik geleneksel el sanatı ürünü olan çanak çömlekleriyle, Hong Kong ileri teknoloji elektronik cihazlarıyla, Paris ise lüks moda ve tekstil ürünleriyle bu alanda ön plana çıkmaktadır. Aynı şekilde Dubai, uzun yıllardır Orta Doğu'nun en popüler ticaret ve alışveriş destinasyonu olma konumunu sürdürmektedir. Günümüzde

Dubai'nin yanı sıra New York, Milano, Barselona ve Madrid gibi metropoller, alışveriş turizmini stratejik bir ekonomik araç olarak kullanmakta ve bu alandan oldukça yüksek turizm geliri elde etmektedirler (Tutar ve Musayeva, 2022: 591).

Alışveriş turizmini şekillendiren temel faktörlerden ilki, ikamet edilen bölge ile hedef destinasyon arasındaki fiyat farklılıklarıdır. Tüketiciler, ihtiyaç duydukları ürün veya hizmetlerin kendi bölgelerinde yüksek maliyetli olması durumunda, bu ürünleri daha makul fiyatlarla temin edebilecekleri merkezlere yönelmektedir. Alışveriş turizmini etkileyen bir diğer önemli faktör ise destinasyonun coğrafi konumudur. Bir destinasyonda alışveriş bölgesinin çevresi, perakende sektörünün başarısı için de çekici olması gerekmektedir (Yüksel, 2004: 752). Nitekim insanlar çoğunlukla en yakınlarındaki alışveriş destinasyonlarını tercih etmektedir. Bu yaklaşım, coğrafi yakınlığın, bir destinasyonun alışveriş amacıyla ziyaret edilme sıklığını doğrudan etkileyen en önemli değişkenlerden biri olduğunu kanıtlamaktadır (Svab, 2002: 67).

2.2.7.5. Kültür Turizmi

Şehirlerin sahip olduğu tarihî ve kültürel miras, kültür turizmini şehir turizminin temel bileşenlerinden biri hâline getirmektedir. Kültür turizmi, en kısa ifadeyle kişilerin kültürel güdülerle seyahat etmesidir. Kültür turizminin temelinde yeni kültürleri tanıma ve geçmiş kültürlerin izlerini görme isteği vardır. Nitekim kişilerin farklı kültürlere sahip toplumları ve kültürel miras varlıklarını görme ve tanıma istekleri ile seyahat etmeleri, kültür turizminin gelişmesini sağlamaktadır (Emir ve Avan, 2010: 204). Beeho ve Prentice (1997), kültür turizmini bireylerin kültürel ihtiyaçları tatmin etmek ve başka kültürler hakkında bilgi edinmek amacıyla kültürel çekiciliklere yaptıkları seyahatler şeklinde tanımlamıştır. Nitekim insanlar kendi kültürleri dışındaki kültürlere de ilgi duymaktadır. Kültür turizminde ziyaretçiler kendilerine kişisel gelişim, yaratıcılık ve dönüşüm yaşatacak deneyimler aramaktadır (Emekli, 2011; Akkuş ve Güneş, 2016).

Şehir turizm boyutlarından biri olarak kabul edilen kültür turizmi birçok etkinliği içermektedir. Nitekim kültür turizminin kaynakları oldukça geniştir. Kültür turizminin temel kaynakları tarihi yapılar, sit alanları, geleneksel mimariler, müzeler, sanat galerileri, heykeller, dini yerler, yerel dil, geleneksel lezzetler, tiyatro gösterileri ve festivaller vb. unsurlardan oluşmaktadır (Uygur ve Baykan, 2007: 35). Sadece müze ve anıtlar gibi kültürel çekicilikler değil, aynı zamanda şehirlerin kültürel çekiciliklerini arttırmaya yönelik oluşturulan kültürel stratejiler de kültür turizmi kaynakları olarak önem kazanmaktadır (Richards, 2001: 3).

Dünya Turizm Örgütü'ne göre uluslararası turizm hareketliliğinin %40'ı kültür turizmi türündedir (Artal-Tur, 2018: 179). Bu bağlamda kültür turizmi, her yıl binlerce turisti motive ederek tarihi alanların, müzelerin ve sanat galerileri gibi kültürel mekânların ziyaret edilmesini sağlamaktadır (Kızılırmak ve Kurtuldu, 2005: 103). Bu durum kültürel kaynaklara sahip şehirlere önemli faydalar sağlamaktadır. Bu faydaların en önemlisi kültür turizmi, sahip olunan kültürel mirasın korunmasını sağlamaktadır. Kültür turizminin bir diğer faydası ise şehrin ekonomisine katkı sağlamasıdır.

2.2.8. Şehir Turizmine Hizmet Sunan İşletmeler

Turizm işletmeleri; geçici bir süreliğine yer değiştirme olayı sonucu ortaya çıkan seyahat ve konaklama ihtiyaçları ile buna bağlı diğer ihtiyaçların giderilmesine yönelik tüm mal ve hizmetlerin üretilmesini ve pazarlanmasını sağlayan ekonomik birimler olarak ifade edilmektedir (Kahraman, 2019). Turizm sektörünün karmaşık yapısı ve gittikçe gelişmesi birçok farklı özellikte turizm işletmesinin kurulmasına neden olmuştur (Şenel, 2007: 4). Turizm işletmeleri turistlerin ana ihtiyaçlarına göre şöyle sınıflandırılmaktadır (Kahraman, 2019);

- Seyahat ve ulaştırma işletmeleri,
- Yiyecek-içecek işletmeleri,
- Konaklama işletmeleri,
- Diğer işletmeler

2.2.8.1. Seyahat ve Ulaştırma İşletmeleri

Seyahat ve ulaştırma hizmetleri, bireylerin seyahat organizasyonu yapmasında ve seyahat aktivitesi gerçekleştirmesinde aracı olan işletmelerdir. Seyahat işletmeleri; seyahat acenteleri ve tur operatörleri olarak ikiye ayrılmaktadır. Seyahat acenteleri, tur operatörlerinin meydana getirdiği paket turları belirli bir komisyon karşılığında satan, bunun yanı sıra kendisi de doğrudan paket turları meydana getiren ve bunları satın alan turistlere gittikleri bölgeler hakkında bilgi veren aracı kuruluşlardır (Kozak vd., 2020: 88). Tur operatörleri ise, farklı turizm işletmeleri tarafından üretilen hizmet bileşenlerini bir araya getirerek turistik ürün paketleri oluşturan ve bu ürünü aracı işletmeler aracılığıyla tüketiciye sunan kuruluşlardır (Erdoğan, 2013: 66).

Ulaştırma işletmeleri; karayolu, denizyolu, havayolu ve demiryolu olarak dörde ayrılmaktadır (Kozak vd., 2020: 77). İnsanlar bu ulaşım türlerinin hepsinden çeşitli zamanlarda teknolojik gelişmelere paralel olarak yararlanmıştır.

Demiryolları: Demiryolu ulaşımı, uzun yıllardır kullanılan köklü ulaşım türlerinden biri olarak kabul edilmektedir. 19. yüzyılda sık sık yolcu taşımacılığında kullanılan demiryolları, günümüzde birçok ülkede yük taşımacılığında kullanılmaktadır. Ancak turistik paketlere dahil olan demiryolları hatları vardır. Bunun en iyi örneklerinden biri ülkemizdeki Doğu Ekspresi hattıdır. Ancak son yıllarda teknolojik gelişmelerle birlikte yüksek hızlı tren hatlarının artması demiryolu ulaşımına olan önemi arttırmıştır. Ayrıca günümüzde kent içi ulaşım da demiryolları gittikçe önemli hale gelmektedir (Akkan ve Cura, 2022: 234).

Denizyolları: Geçmişte ulusların refah seviyesinin bir göstergesi olan denizyolları, günümüzde yüzen otel niteliği taşıyan her türlü konfora sahip kruvaziyer gemilerde kitle turizmini gerçekleştiren bir ulaşım türü hâline gelmiştir (Kozak vd., 2020: 78). Nitekim kruvaziyer turizminin son yıllarda çok talep edilmesi, seyahat gemilerinin konfor yönünden en gelişmiş turistik ulaştırma aracı olmasından kaynaklanmaktadır (Baykal, 2015: 61).

Karayolları: Karayolları, turizm arzına yönelik ulaştırma faaliyetlerini hem bireysel hem de kitlesel bir şekilde gerçekleştiren ulaştırma türüdür. Günümüzde turizmde havayollarından sonra en fazla gelişmiş ulaşım türü özelliğini sürdüren karayolları; turizm arzına ulaşma bakımından gösterdiği önem serbestlik, özgürlük, seyahat zevki yönünde görülmektedir (Kozak vd., 2020: 78). Nitekim karayolları, karasal ortamlarda her yere ulaşabilme üstünlüğü taşımasından ve diğer ulaşım sistemlerine kolay entegre olabilmesinden dolayı turizmin gelişiminde, dağılımında ve turizm türlerinin çeşitlenmesinde önemli bir rol oynamaktadır (Baykal, 2015: 61).

Havayolları: Turizmde havayolu taşımacılığı, özellikle kitle turizminin başladığı 1950’li yıllardan bu yana önem kazanmıştır. Turizm faaliyetlerinin kitlesel şekilde yapılmasıyla ortaya çıkan örgütlenmiş ve bütünleştirilmiş seyahat türü olan paket tur, en etkin şekilde havayolu ile yapılmaktadır. Günümüzde milyonlarca turist havayolu ulaşımı ile dünyanın en uzak yerlerine seyahat etme şansını elde etmektedir (Kozak vd., 2020: 79).

2.2.8.2. Yiyecek-İçecek İşletmeleri

Turizmde yiyecek içecek sektörü, insanların yaptıkları seyahatlerde yiyecek-içecek ihtiyaçlarının karşılanması amacıyla mal ve hizmet üreten işletmelerden oluşmaktadır. Bu sektörde lokantalar, kafeler, barlar, yemek ve içme hizmeti sunan özel ve kamu kurumları, konaklama işletmelerinin yiyecek-içecek hizmetinde bulunan kısımları yer almaktadır (Erdoğan vd., 2022: 8). Yiyecek-içecek işletmeleri fiziksel yapısı, teknik donanımı, atmosferi gibi somut, hizmet kalitesi gibi soyut nitelikleri ile kişilerin beslenme, sosyalleşme ve eğlence

ihtiyaçlarına hizmet veren işletmelerdir. Yiyecek-içecek işletmeleri yaygın olarak faaliyet hacimlerine göre; küçük, orta, bk ölçekte işletmeler, sahiplik yani mülkiyet durumlarına göre; özel, kamu ya da karma sektörde bulunan işletmeler, iş formatına göre; bağımsız, yönetim sözleşmeli, zincir, imtiyaz hakkına sahip işletmeler, sunulan servis düzenine göre; tabldot, alakart, paket servis hizmet veren işletmeler, sunulan yiyecek çeşidine göre; sağılıklı yemekler, yerel yemekler, ulusal mutfaklar, pastaneler ve sunulan hizmet anlayışına göre; lüks restoranlar, kafeler, hızlı servis restoranları, gündelik restoranlar, yeni nesil kahve mekanları olarak sınıflandırılmaktadır (Ertamay, 2019).

2.2.8.3. Konaklama İşletmeleri

Konaklama tesisleri, ilgili resmî mevzuat uyarınca; asıl fonksiyonları ziyaretçilerin geceleme ihtiyaçlarını karşılamak olan, bunun yanında yeme-içme, eğılence ve rekreasyon gereksinimleri için yardımcı ve tamamlayıcı birimleri de bünyesinde barındıran ticari işletmelerdir (Vatan, 2019). Turizm sektörünün mekânsal ve ekonomik anlamda en bk yatırımlarını oluşturan ve turistlere doğırudan hizmet sunan asli konaklama işletmeleri; oteller, moteller, tatil köyleri, pansiyonlar, kampingler, apart oteller ve hosteller şeklinde çeşitlilik göstermektedir (Batman vd., 2006). Destinasyonların yatak kapasitesi ve turizm arz kalitesini belirleyen bu tesislerin tipolojik özellikleri ve yapısal standartları şu şekildedir:

Oteller: Geceleme hizmetinin yanı sıra, yönetim ölçeklerine ve yıldız sınıflandırmalarına göre yeme-içme, toplantı, spor, spa ve eğılence gibi çok fonksiyonlu tamamlayıcı birimleri bünyesinde bulunduran asli konaklama yapılarıdır (Kozak, 2020: 80). Oteller küresel literatürde; tarihsel gelişim süreçlerine, konaklama amaçlarına (iş, resort, kongre), işletme sürelerine (mevsimlik, tam yıl), fiyat düzeylerine ve mülkiyet/hukuksal özelliklerine göre geniş bir yelpazede sınıflandırılmaktadır (Sipahi, 2013: 34-35).

Moteller: Genellikle yerleşim merkezlerinin dışında, şehirler arası karayolları güzergâhı üzerinde veya yakın çevresinde inşa edilen; motorlu araçlarıyla seyahat edenlerin konaklama, yeme-içme ve güvenli araç parkı (otopark) ihtiyaçlarını karşılamak üzere tasarlanmış, asgari oda kapasitesi resmî sınırlarla belirlenmiş (en az on odalı) transit konaklama tesisleridir (Kozak, 2020: 84).

Tatil Köyleri: Doğıal ve cazip evre özellikleri içinde, müşterilerin rahat bir konaklama deneyiminin yanı sıra çeşitli spor, eğılence, animasyon ve alışveriş ihtiyaçlarının da tesis sınırları içinde karşılandığı; genellikle yatay mimari konseptinde ve yaygın yerleşim düzenindeki yapılardan oluşan resort tipi konaklama işletmeleridir (Altunışık vd., 2004: 94).

Pansiyonlar: Yönetim yapısı ve kurumsal organizasyonu görece daha basit olan, aile işletmeciliği temelinde yönetilen, ev sıcaklığı ve yerel deneyim odaklı hizmet sunan, asgari beş oda kapasitesine sahip ekonomik konaklama tesisleridir (Kozak, 2020: 84).

Kampingler: Karayolları güzergâhları ile deniz, göl veya dağ gibi doğal çekiciliğe sahip rekreasyon alanlarında kurulan; turistlerin kendi çadırları, karavanları veya motorlu karavanlarıyla (motorhome) konaklamalarına, yeme-içme ve dinlenme ihtiyaçlarını karşılamalarına olanak sağlayan, belirli ünite ve altyapı standartlarına sahip açık alan konaklama tesisleridir (Hussein ve Saç, 2008: 50).

Apart Oteller: Mesken olarak kullanılmaya elverişli, bağımsız apartman dairesi ya da villa üniteleri şeklinde inşa edilen; müşterilerin kendi yeme-içme gereksinimlerini karşılayabilmeleri için mutfak nişi ve gerekli mutfak ekipmanları ile donatılmış, bütünüyle otel işletmesi mantığıyla yönetilen konaklama birimleridir (Kozak, 2020: 85).

Hosteller: Özellikle sırt çantalı gezginler, öğrenciler ve düşük bütçeli genç turist gruplarına hitap eden alternatif konaklama işletmeleridir. Bu tesisler, ortak paylaşımlı veya özel oda seçeneklerinin yanı sıra; ortak mutfak, sosyal dinlenme salonu, çamaşırhane gibi kolektif kullanım alanları sunarak ekonomik, işlevsel ve sosyalleşme odaklı bir konaklama deneyimi sağlamaktadır (Schwamborn, 2019).

2.2.8.4. Diğer Turizm İşletmeleri

Turistlerin seyahat etmeleri ile ortaya çıkan konaklama, yeme-içme ve seyahat gereksinimlerini doğrudan karşılayan işletmelerin yanında turizmle ilgili çeşitli faaliyetleri yapan, özel turizm mal ve hizmetlerini üreten ve varlıkları kısmen veya tümüyle turizme bağlı olan işletmeler de bulunmaktadır (Kozak, 2020: 91). Diğer turizm işletmeleri 4 gruba ayrılmaktadır; turizmle ilgili özel malları üreten işletmeler, turizme hizmet eden ticari işletmeler, turizmle ilgili özel hizmet üreten işletmeler, turizmi tanıtan ve reklamını yapan işletmelerdir. Hediyelik eşya dükkanları, turistik ürün hammadde tedarikçileri, turizm danışma bürosu vb. bu grupta değerlendirilmektedir (Kahraman, 2019).

2.2.9. Şehir Turizminin Etkileri

Turizm, şehirlerin ekonomik büyümesine katkı sağlamanın yanı sıra kentsel gelişim ve yeniden yapılanma süreçlerini de etkileyen önemli bir olgudur. Bu yönüyle şehir turizmi, şehirlerin ekonomik, sosyal ve fiziksel yapısında önemli değişimlere yol açabilmektedir (Yorulmaz, 2019: 6). Dolayısıyla şehir turizmi, şehirler üzerinde hem olumlu hem de olumsuz etkiler oluşturabilmektedir. Turizmin gelişmesiyle birlikte şehirlerde ekonomik canlanma

yaşanırken, tarihi ve kültürel mirasın korunmasına yönelik restorasyon çalışmaları teşvik edilmekte, yeşil alanlar artırılmakta ve kentsel altyapı geliştirilmektedir. Ayrıca şehir turizmi, farklı kültürlerden bireylerin etkileşimini artırarak kültürlerarası iletişimi güçlendirmekte ve sürdürülebilir turizm anlayışının gelişmesine katkı sağlamaktadır. Bununla birlikte, şehir turizminin plansız ve kontrolsüz gelişmesi bazı olumsuz sonuçları da beraberinde getirebilmektedir. Artan ziyaretçi yoğunluğu şehir altyapısı üzerinde baskı oluşturabilmekte, kültürel ve tarihi miras zarar görebilmekte, yerel kimlik zayıflayabilmekte ve kamu hizmetlerine olan talep artabilmektedir. Bunun yanı sıra ulaşım, güvenlik, sağlık ve altyapı hizmetlerine yönelik harcamaların artması, doğal kaynakların yoğun kullanımı ve suç oranlarında meydana gelebilecek artışlar şehir turizminin olası olumsuz etkileri arasında yer almaktadır (Emekli, 2011). Nitekim şehir turizminin başlıca etkileri Tablo 2.3'te sunulmuştur.

Tablo 2.3. Turizmin ekonomik ve sosyokültürel olumlu ve olumsuz etkileri (Ratz (2000); Sağiroğlu (2016)'dan yararlanılarak yazar tarafından düzenlenmiştir)

Boyut	Olumlu Etkiler	Olumsuz Etkiler
Ekonomik Etkiler	• Yerel bölgelerde iş olanaklarının oluşturulması •Yerel ekonomiye döviz girdisi •Doğrudan ve dolaylı istihdam yaratılması •Hane halkı gelirinin ve refahın artması •Çarpan etkisiyle yerel ekonominin canlanması •İlave vergi gelirlerinin oluşturulması • Kamu gelirlerinde artış • Altyapı yatırımlarına katkı	• Mevsimsel eksik istihdam/işsizlik • Düşük ücretli ve güvencesiz işler • Turizm gelirlerinde sızıntı • Temel mal ve hizmet fiyatlarında artış • Arazi ve konut fiyatlarında artış • Yerel aile işletmelerinin ortadan kalkması • Turizm kaynaklarının ticarileşmesi • Yerel ekonomide dışa bağımlılık
Sosyokültürel Etkiler	•Farklı kültürlere karşı hoşgörünün artması • Kültürel etkileşimin artması •Yerel halkın koruma konusunda toplumsal farkındalığının artması •Sosyal altyapının geliştirilmesi •Festival ve etkinliklerin artması •Yerel mutfağın canlanması • El sanatlarının canlanması	•Ev sahibi toplum ile ziyaretçiler arasında olumsuz etkileşim • Kültürel çeşitliliğin kaybı ve kültürel homojenleşme •Konut alanlarında soylulaştırma (gentrification) •Mülkiyet yapısında değişimler • Güvenlik düzeyinde azalma •Yerel halkın dışlanması ve yerinden edilmesi • Aşırı turizm •Trafik yoğunluğu ve gürültü kirliliği • Tarihi alan ve anıtların bozulması

2.2.9.1. Ekonomik Etkiler

Turizm, en fazla ekonomik yönüyle ele alınmış bir araştırma alanıdır. Özellikle kitle turizminin ekonomik bir olguya dönüşerek şehir ve ülke ekonomilerine sağladığı pozitif katkılar, bu alanın uzun süre sadece ekonomik perspektiften incelenmesine neden olmuştur (Kozak, 2020: 109). Nitekim Ashworth ve Page (2011)'e göre turizmin şehir üzerindeki ekonomik etkileri sosyal ve çevresel etkilere göre daha fazla araştırılmaktadır. Literatür incelendiğinde; turizmin yarattığı ekonomik çıktıların kolayca nicelleştirilebilir ve ölçülebilir olması, araştırmaların ağırlıklı olarak bu yöne kaymasına neden olmuştur. Buna karşın, ölçülmesi daha karmaşık ve uzun vadeli gözlem gerektiren sosyokültürel ve çevresel etkiler, ampirik çalışmalarda genellikle ikincil bir odak noktası olarak kalmıştır. Bu kapsamda ilk olarak şehir turizminin olumlu ekonomik etkileri ele alınacaktır.

İstihdam: Turizm, doğası gereği emek-yoğun bir sektör olması sebebiyle yerel ekonomideki işsizlik oranlarının azaltılmasında stratejik bir rol oynamaktadır. Turizmin yarattığı bu olumlu ekonomik etkilerin başında kuşkusuz istihdam olanaklarının genişlemesi gelmektedir (Kozak, 2020: 116). Turizmin istihdam etkisi, turizmin gelişmesine ve turizm talebinin yoğunluğuna bağlı olarak artacaktır. Turizmin gelişmesiyle birlikte turistik tesis yatırımları ve işgücü talebi artmaktadır (Avcıkurt, 2009: 38). Özellikle şehir turizmi, konaklama, yeme-içme, ulaşım, perakende ticaret ve rekreasyon gibi birçok sektörü harekete geçirmesi nedeniyle yerel istihdamın artırılmasına önemli katkılar sağlamaktadır. Örneğin, ABD için yapılan bir hesaplama göre bir günde fazladan gelecek 100 turist bir gece kalması yılda 47 iş olanağı, 6 yeni tesis ve milyonlarca dolarlık iş hacmi vb. etkiler yapacaktır (Özgüç, 2017: 165).

Turizm doğrudan, dolaylı ve uyarılmış olmak üzere üç tür istihdam yaratmaktadır. Doğrudan istihdam, konaklama, yeme-içme işletmeleri, seyahat acenteleri ve tur operatörleri gibi turizm işletmelerinden oluşmaktadır. Dolaylı istihdam, turizm sektörünün ihtiyaç duyduğu ürünleri ve hizmetleri sağlayan sektörlerdeki ve turistlerin harcamalarından yararlanan faaliyetlerdeki işlerden oluşmaktadır. Tarım, balıkçılık, inşaat, el sanatları, bankalar ve imalat gibi sektörler dolaylı istihdama dahildir. Uyarılmış istihdam, doğrudan ve dolaylı istihdamla sağlanan gelirlerin yeniden harcanmasıyla ekonomide yaratılan istihdamdır (Avcıkurt, 2009: 38).

Turizm sektörü, turist kabul eden bölgenin yanı sıra turist gönderen bölgede de istihdam yaratmaktadır. Turist gönderen bir bölgede bazı faaliyetlerin yerine getirebilmesi için farklı hizmet birimlerinin de oluşması gerekmektedir. Bir ulaştırma işletmesi ile tur operatörü ya da

seyahat acentesi bünyesinde istihdam edilen kişiler turizmin turist gönderen bölgedeki istihdam etkisini göstermektedir (Kozak vd., 2020: 117).

Gelir: Turizm sektörü birleştirici bir özelliğe sahiptir. Turistler, ziyaret ettikleri bölgede konaklama ve yeme-içmenin yanı sıra alışveriş, ulaştırma, eğlence, müzeler, sanat galerileri, spor merkezleri ve tarihî mekânların ziyaret edilmesi gibi çeşitli faaliyetler için de harcama yapmaktadır. Özellikle şehir turizminde bu harcamalar, kentsel alanda sunulan çok yönlü mal ve hizmetlerden yararlanılması nedeniyle farklı sektörlerle yayılmakta ve yerel ekonomide önemli bir çarpan etkisi oluşturmaktadır. Bu kapsamda turistlerin gerçekleştirdiği harcamalar, destinasyonun turizm gelirlerinin temel kaynaklarından birini oluşturmaktadır (Kozak vd., 2020: 114). Turistlerin doğrudan yaptıkları harcamaların yanında turizmin vergi gelirlerini arttırıcı özellikleri de vardır. Havaalanında alınan vergiler, turizmde kullanılan ithal mallardan alınan gümrük vergileri, vize vb. ücretleri turizm işletmelerinden alınan kurumlar vergileri ve çalışanlardan alınan gelir vergileri de devlet gelirlerini arttırıcı unsurlar arasındadır (Avcıkurt, 2009: 39).

Turizm gelirin etkisi üç şekilde ele alınmaktadır. Doğrudan gelir, turistlerin doğrudan yaptıkları harcamalar sonucunda elde edilen gelirdir. Dolaylı gelir, birinci aşamaya bağlı olarak işletmeler arası işlemler için yapılan harcamalardan elde edilen gelirdir. Uyarılmış gelir, turizmden elde edilen gelirin, istihdam edilen ya da turizmden kazanç elde eden diğer bireyler tarafından harcanması sonucu sağlanan gelirdir (Kozak, vd., 2020: 115).

Yatırımlar: Bir şehre turistlerin gelmeye başlaması, önemli harcamalarda bulunması ve ziyaretler sonucunda sosyal ve ekonomik etkilerin ortaya çıkması, kamu kurumlarını ve özel girişimcileri turizm potansiyeline sahip olan bu şehre daha fazla turist çekebilmek amacıyla yatırımlar yapmaya teşvik etmektedir (Avcıkurt, 2009: 39). Bu durum, bir şehrin turizm talebini karşılamaya hazır hale getirilmesinin ön koşullarından biri olarak değerlendirilmektedir. Turizmin gelişmesi ile altyapı arasında güçlü bir ilişki bulunmaktadır. Altyapı yatırımları, devletin toplumsal işlevleri kapsamında ele alınmakta; hem yerel halkın yaşam kalitesini artırmak hem de ekonomik gelişmeyi desteklemek amacıyla gerçekleştirilmektedir. Turizmin gelişmesiyle birlikte önem kazanan bir diğer unsur ise üstyapı yatırımlarıdır. Üstyapı yatırımları, turizm faaliyetlerinden kaynaklanan ihtiyaçların karşılanmasına hizmet etmektedir (Kozak vd., 2020: 120).

Diğer Ekonomik Sektörler: Şehir turizmi, konaklama, seyahat, yiyecek-içecek ve eğlence işletmeleri gibi doğrudan turizm sektörleriyle sınırlı kalmayıp; ulaşım, perakende ticaret, inşaat, gayrimenkul, kültür-sanat, tarım ve sanayi gibi birçok sektörle de yakın ilişki

içerisindedir. Kentlerde turizm faaliyetlerinin gelişmesi, ziyaretçilerin mal ve hizmet talebini artırarak farklı sektörlerde üretim, yatırım ve istihdamı desteklemektedir. Türkiye'de yapılan bir çalışmada, turizm sektörünün 35 farklı alt sektörle doğrudan bağlantılı olduğu ve bu sektörlerin gelişimine önemli katkı sağladığı belirlenmiştir. Turizm gelirinın çarpan ve katma değeri etkisi sayesinde şehir turizminden elde edilen gelir yalnızca turizm işletmelerine değil, turizme mal ve hizmet sağlayan diğer sektörler de yayılarak kent ekonomisinin genelinde ekonomik canlılık oluşturmaktadır (Kozak vd., 2020: 118).

Şehir turizmi, ekonomik açıdan önemli katkılar sağlamakla birlikte çeşitli olumsuz ekonomik sonuçları da beraberinde getirebilmektedir. Bu kapsamda, aşağıda şehir turizminin olumsuz ekonomik etkileri incelenecektir.

Turizme Aşırı Bağımlılık ve Ekonomik Kırılganlık: Turizmin şehir ekonomisi açısından önemli dezavantajlarından biri, sektörün dış etkenlere karşı oldukça kırılgan bir yapıya sahip olmasıdır. Özellikle turizm faaliyetlerinin şehir ekonomisinde önemli bir yer tuttuğu kentlerde, doğal ve kültürel çekicilikler ile turizm gelirlerine olan bağımlılık, ekonomik yapının dışsal gelişmelere karşı daha hassas hale gelmesine neden olabilmektedir. Her ne kadar turizm, istihdam yaratması, yerel ekonomiyi canlandırması ve yatırım olanaklarını artırması bakımından şehirlerin gelişimine önemli katkılar sağlasa da talebi büyük ölçüde dış koşullardan etkilenen esnek bir sektördür. Moda ve fiyat değişimleri gibi öngörülebilir faktörlerin yanı sıra ekonomik krizler, doğal afetler, salgın hastalıklar, terör olayları ve silahlı çatışmalar gibi öngörülemeyen gelişmeler, şehre yönelik turizm talebinde ani düşüşlere yol açabilmekte ve bunun sonucunda şehir ekonomisi, istihdam düzeyi ve turizm işletmeleri olumsuz etkilenebilmektedir (Kozak vd., 2020: 123).

Kentsel Enflasyonist Baskı ve Yaşam Maliyeti: Enflasyon, belirli bir dönem içerisinde mal ve hizmetlerin genel fiyat düzeyinde meydana gelen artış olarak tanımlanmaktadır. Turizm ve enflasyon arasındaki ilişki ise iki yönlüdür. Bir yandan, turizm talebinin yoğunlaştığı bölgelerde artan ziyaretçi sayısı konut, arazi, mal ve hizmetlere olan talebi artırarak bölgesel enflasyona yol açabilmektedir. Diğer yandan ise ülkede yaşanan genel enflasyon, turizm işletmelerinin maliyetlerini artırarak sektörün rekabet gücünü olumsuz etkileyebilmektedir (Kozak vd., 2020: 123). Ayrıca turizmin yoğun olarak geliştiği destinasyonlarda yatırım maliyetleri de yükselmektedir. Nitekim, turizmin henüz gelişmediği bir bölgede otel yatırımı için yapılan harcamalar toplam yatırım maliyetinin yaklaşık %1'ini oluştururken, turizmin yoğunlaştığı bölgelerde bu oran %20'ye kadar çıkabilmektedir (McIntosh ve Goeldner, 1990: 279).

Turizm talebinin ve yatırımlarının yoğunlaşması, şehirlerde enflasyonist baskının en belirgin şekilde konut, arazi ve hizmet piyasalarında hissedilmesine neden olmaktadır. Bu doğrultuda, şehirlerde turizm faaliyetlerinin gelişmesiyle birlikte konut, hizmet ve mal fiyatlarında yaşanan artış, turizmin önemli olumsuz ekonomik etkilerinden biri olarak öne çıkmaktadır. Turizm yatırımları ve artan ziyaretçi sayısı, arazi ve gayrimenkullere olan talebi artırarak arsa ve konut fiyatlarının yükselmesine neden olmaktadır (Wall ve Mathieson, 2006: 149). Kaynaklara yönelik talebin artmasıyla fiyatlar yükselirken, ücretlerin aynı oranda artmaması yerel halkın yaşam maliyetini artırmaktadır. Özellikle şehir merkezlerinde arazi ve gayrimenkul değerlerindeki yükseliş, farklı ekonomik kullanım alanları arasındaki rekabeti artırmakta; mal ve hizmet fiyatlarının turistlerin satın alma gücüne göre şekillenmesi ise yerel halkın temel ihtiyaçlarını karşılamasını zorlaştırabilmektedir (Sağiroğlu, 2016).

Mevsimsel Dalgalanma: Turizm talebinin yılın belirli dönemlerinde yoğunlaşması şeklinde tanımlanan mevsimsellik, kıyı turizminde genellikle iklim koşullarına bağlı olarak belirgin bir "yaz-kış" ayrımı şeklinde ortaya çıkmaktadır. Ancak şehir turizminde talepteki dönemsel dalgalanmalar yalnızca iklimsel faktörlerden değil; akademik takvimler, kültürel etkinlikler, kongre ve fuarlar ile hafta sonu hareketliliği gibi daha dinamik unsurlardan da etkilenmektedir. Bu nedenle şehir turizmi, kıyı turizmi kadar keskin bir mevsimsellik göstermemektedir. Şehir turizmi destinasyonları, kıyı turizminden farklı olarak kış aylarında da turistik hareketliliğini sürdürmekte ve turizm işletmeleri faaliyetlerine büyük ölçüde yıl boyunca devam etmektedir (Oktayer vd., 2007: 126). Ancak ekonomisi büyük ölçüde turizme dayanan kentlerde, turizm talebindeki dönemsel dalgalanmalar istihdamı da etkileyebilmektedir. Turizm sektörü, talebin yoğun olduğu dönemlerde niteliksiz işgücünden uzman personele kadar geniş bir istihdam olanağı sunmaktadır. Ancak bu işlerin önemli bir kısmı düşük ücretli, geçici veya sosyal güvenceden yoksun olabilmektedir (Sağiroğlu, 2016)

2.2.9.2. Sosyokültürel Etkiler

Turizm sadece ekonomik bir olay olmayıp, ekolojik, siyasi, sosyal ve kültürel yönleri de olan toplum ve sosyal yapı üzerinde önemli rol oynayan bir harekettir. Bu nedenle turizmin etkileri değerlendirirken ekonomik etkilerin yanı sıra sosyal ve kültürel açıdan etkilerin incelenmesi gerekmektedir. Turizmin toplumsal yapı üzerindeki etkilerin belirlenebilmesi için, turizmin birey, sosyal yapı ve kültür üzerindeki etkilerinin bilinmesi gerekir. Turist, turizmci ve yerel halkın bir arada yaşamasından kaynaklanan ilişkilerin yapısının ele alınması, bu ilişkiler neticesinde gelişen bireysel davranışların incelenmesi ve böylece grup ilişkilerinin

yapısı ve bu ilişkilerdeki değişimlerin bilinmesi gerekmektedir (Avcıkurt, 2009: 50). Bu kapsamda, aşağıda şehir turizminin olumlu sosyokültürel etkileri ele alınacaktır.

Tarihi ve Kültürel Mirasın Korunması: Kültürel miras, şehir turizminin en önemli çekicilik unsurlarından biri olmasının yanı sıra, turizm faaliyetlerinden doğrudan etkilenen temel değerler arasında yer almaktadır. Bu nedenle şehir turizmi ile kültürel miras arasında karşılıklı bir etkileşim söz konusudur. Bir yandan turizm, tarihi yapıların korunması, restorasyonu ve yeniden işlevlendirilmesine katkı sağlayarak kültürel mirasın yaşatılmasını desteklemekte, diğer yandan tarihi ve kültürel değerler şehirlerin turistik çekiciliğini artırmaktadır (Coşkun ve Okuyucu, 2022). Orbaşlı'ya (2000: 43) göre, turistlerin tarihi kentlere yönelik artan ilgisi, kültürel mirasın korunmasına ilişkin toplumsal farkındalığı artırmakta, yerel halkın koruma faaliyetlerine katılımını teşvik etmekte ve bu doğrultuda yerel dernekler ile sivil toplum girişimlerinin oluşmasına katkı sağlamaktadır. Ayrıca işlevini yitirmiş tarihi yapıların turizm amacıyla yeniden işlevlendirilmesi hem mimari mirasın korunmasına hem de bu yapıların yerel ve ulusal ölçekte tanıtılmasına olanak vermektedir. Bununla birlikte, turizmin kültürel miras üzerindeki etkileri planlama ve yönetim anlayışına bağlı olarak farklılaşmaktadır. Sürdürülebilir ilkeler doğrultusunda yönetilen turizm faaliyetleri kültürel mirasın korunmasını desteklerken, plansız ve kontrolsüz turizm gelişimi tarihi yapıların fiziksel olarak yıpranmasına, özgün kimliklerinin zayıflamasına ve kültürel miras değerlerinin tahrip olmasına neden olabilmektedir (Uslu ve Kiper, 2006).

Kültürel Etkileşim: Şehir turizminin en belirgin sosyokültürel yansımalarından biri, farklı coğrafyalardan gelen ziyaretçiler ile yerel halk arasındaki temas yüzeyinin genişlemesi ve kültürel etkileşimin hız kazanmasıdır. Destinasyondaki turist varlığı, ev sahibi toplumun gündelik yaşam pratiğini, tüketim kalıplarını ve değer yargılarını şekillendirebilmektedir. Literatürde "gösteriş etkisi" olarak adlandırılan bu süreçte, ziyaretçilerin davranış biçimleri ve yerel toplulukla kurdukları doğrudan etkileşim, yerel halkın tutum ve davranışlarında yapısal değişimlere yol açabilmektedir (Gürkan, 1996: 112). Öte yandan, söz konusu sosyokültürel etkileşim tek yönlü bir asimilasyon ya da değişim süreci değil; çift taraflı işleyen dinamik bir mekanizmadır. Yerel halktan etkilenen ziyaretçiler de ağırlayan destinasyonun özgün kültürel değerlerini, mekânsal kimliğini ve yaşam felsefesini deneyimleyerek kendi algı dünyalarını zenginleştirmektedir. Kent mekânında turizm hareketlerinin canlanması, kültürler arası iletişim kanallarını kurumsallaştırmakta; karşılıklı kültürel alışverişi teşvik ederek ön yargıların kırılmasına, toplumsal farklılıklara karşı empati ve hoşgörünün

gelişmesine ve küresel ölçekte bir iyi niyet ikliminin inşa edilmesine zemin hazırlamaktadır (Orbaşlı, 2000: 42; Archer vd., 2005: 89).

Yaşam Kalitesi: Şehir turizmi; ekonomik, sosyokültürel ve mekânsal çıktılarıyla kent sakini olan yerel halkın gündelik yaşam kalitesi üzerinde çift yönlü ve derin etkilere sahiptir. Sektörün gelişimiyle eş zamanlı olarak istihdam olanaklarının çeşitlenmesi ve yerel gelir enjeksiyonunun artması, bireysel refah düzeyine doğrudan olumlu katkılar sunmaktadır. Kentsel mekânda turizm odaklı geliştirilen festivaller, sanatsal etkinlikler, tematik restoranlar, müzeler ve rekreasyon alanları, turistlerin deneyimini zenginleştirmenin yanı sıra yerel halkın sosyal ve kültürel gelişimini destekleyen kolektif tüketim alanlarına dönüşmektedir (Andereck vd., 2007: 484). Bu yönüyle turizm, kentsel altyapı ve çevre kalitesinin restorasyonunu tetikleyerek yaşam kalitesini yukarı çekme potansiyeli taşımaktadır. Ancak bu ilişki doğrusal bir olumluluk barındırmamaktadır; plansız kentsel turizm gelişiminin yarattığı aşırı yığılma (overtourism), gayrimenkul ve kira fiyatlarındaki spekülasyon artışları ile kamusal alanların ticarileşmesi, yerel halkın yaşam kalitesini baskılayan yapısal riskler olarak belirlemektedir. Nitekim Jafari (2012), bir destinasyonun kendi yerel sakinlerine nitelikli ve sürdürülebilir bir yaşam kalitesi sunmadığı müddetçe, dışarıdan gelen ziyaretçilere de özgün ve kaliteli bir turizm deneyimi vaatmesinin coğrafi ve ekonomik açıdan mümkün olamayacağını vurgulamaktadır (Türker vd., 2016: 3).

Altyapının Gelişmesi: Şehir turizminin mekânsal gelişimi, destinasyonun yalnızca turistik üstyapısını değil, aynı zamanda kentin genel fiziki altyapısını da doğrudan dönüştüren ve modernize eden bir katalizör işlevine sahiptir. Artan ziyaretçi hacmini yönetebilmek adına otel yatırımları, tematik eğlence merkezleri ve gastronomi tesisleri gibi turistik üstyapı elemanları inşa edilirken; bu yapıları besleyen ulaşım ağları, enerji hatları, su-kanalizasyon şebekeleri ve katı atık yönetim sistemleri gibi temel kentsel altyapı yatırımları da eş zamanlı olarak güçlendirilmektedir (Crandall, 1987). Turizm ekonomisinden elde edilen gelirler veya sektörel teşviklerle finanse edilen bu makro yatırımlar, kentsel altyapıda "pozitif dışsallık" yaratarak yalnızca geçici ziyaretçilerin taleplerini karşılamakla kalmamakta, aynı zamanda kent sakinlerinin de daha nitelikli kamusal hizmetlere erişimini kolaylaştırmaktadır. Özellikle tarihi kent merkezlerinde ve koruma-kullanma dengesinin gözetildiği alanlarda gerçekleştirilen çevre düzenlemeleri, cephe sağlıklaştırma, yayalaştırma ve meydan düzenleme çalışmaları, kentsel dokunun estetik değerini artırırken yaşam kalitesine de sürdürülebilir katkılar sağlamaktadır (Sağiroğlu, 2016).

Şehir turizminin sosyokültürel açıdan sağladığı olumlu katkıların yanı sıra çeşitli olumsuz etkileri de bulunmaktadır. Bu kapsamda, aşağıda şehir turizminin olumsuz sosyokültürel etkileri ele alınacaktır.

Sosyo-Mekânsal Soylulaştırma (Gentrification): Şehir turizminin önemli sosyo-mekânsal etkilerinden biri soylulaştırma (gentrification) sürecidir. Soylulaştırma, sosyal, fiziksel ve ekonomik değişimlerin etkisiyle düşük gelirli veya eski kent mahallelerinin yenilenerek daha yüksek gelir gruplarına hitap eden alanlara dönüşmesini ifade etmektedir (Smith, 1987). Şehir turizmi açısından değerlendirildiğinde ise bu süreç, turizm yatırımlarının ve ziyaretçi talebinin artmasıyla özellikle tarihi kent merkezleri ve kültürel miras alanlarında daha belirgin hale gelmektedir. Turizmin gelişmesiyle birlikte konut ve gayrimenkul değerleri yükselmekte, ticari işletmeler ile turizme yönelik hizmetler artmakta ve mahallelerin fiziksel görünümü iyileşmektedir. Ancak bu dönüşüm, artan yaşam maliyetleri ve değişen arazi kullanım kararları nedeniyle yerel halkın kent merkezlerinden uzaklaşmasına ve geleneksel mahalle dokusunun zamanla değişmesine yol açabilmektedir (Cocola-Gant, 2015). Literatürde turizm soylulaşması (tourism gentrification) olarak adlandırılan bu süreç, Gotham (2005) tarafından turizm ve eğlence faaliyetlerinin etkisiyle mahallelerin daha seçkin yerleşim alanlarına dönüşmesi olarak tanımlanmış, ihtiyaçlarına göre şekillenen sosyo-mekânsal bir değişim süreci olarak açıklamıştır. Bu nedenle, özellikle tarihi kentlerde turizm ve soylulaştırma birbirini etkileyen süreçler olarak değerlendirilmektedir.

Suç Oranları: Şehir turizminin gelişmesiyle birlikte artan ziyaretçi hareketliliği ve nüfus yoğunluğu, bazı sosyokültürel sorunların ortaya çıkma olasılığını artırabilmektedir. Özellikle turistik faaliyetlerin yoğunlaştığı kent merkezlerinde, gece ekonomisinin genişlemesi ve kamusal alanların daha yoğun kullanılması; suç oranları, alkol ve uyuşturucu kullanımı, cinsel taciz ve şiddet olayları gibi çeşitli sosyal problemlerin görülme riskini artırabilmektedir (Haralambopoulos ve Pizam, 1996; Gilbert ve Clark, 1997). Bu nedenle şehir turizminde güvenlik ve suç yönetimi, hem yerel halkın yaşam kalitesinin korunması hem de destinasyonun güvenli ve sürdürülebilir bir turizm merkezi olarak gelişimi açısından önemli bir planlama unsurudur.

Mekânsal Sıkışma ve Aşırı Turizm (Overtourism): Turistik faaliyetlerin kentsel mekânın belirli odak noktalarında ve belirli zaman dilimlerinde kontrolsüz biçimde yoğunlaşması, literatürde son yılların en kritik tartışma alanlarından biri hâline gelen "aşırı turizm" (overtourism) olgusunu doğurmuştur. Artan ziyaretçi yoğunluğu, yerel topluluk ile geçici ziyaretçilerin sınırlı kentsel alanları ve kamusal kaynakları aynı anda tüketmeye

alışmasına, dolayısıyla ciddi bir mekânsal rekabete yol açmaktadır (am ve elik, 2022: 71). Destinasyonun sosyal ve fiziki taşıma kapasitesinin aşılması anlamına gelen bu durum; kamusal alanlarda, ulaşım ağlarında ve kentsel rekreasyon alanlarında yoğun bir sıkışıklık yaratarak yerel halkın temel kentsel olanaklardan ve hizmetlerden yararlanma özgürlüğünü kısıtlamaktadır. Bu durum yalnızca mekânsal sorunlara yol açmamakta, aynı zamanda kent ekonomisi üzerinde de enflasyonist baskılar oluşturmaktadır. Özellikle turizm talebinin zirve yaptığı dönemlerde genel mal, hizmet ve gayrimenkul fiyatlarında yaşanan spekülatif artışlar, kentsel yaşam maliyetlerini tırmandırmakta ve doğrudan yerel halkın alım gücünü zedelemektedir. Sonuç olarak ev sahibi toplum, bu kontrolsüz ziyaretçi yoğunluğunu yalnızca mekânsal bir daralma değil, gündelik yaşam kalitesini ve kentsel aidiyeti sabote eden yapısal bir tehdit olarak algılamaya başlamaktadır (Erol ve Düşmezkalender, 2020: 349).

Kültürel Metalaşma ve Otantiklik Kaybı: Şehir turizminin destinasyonlarda kontrolsüz biçimde büyümesi, yerel, tarihsel ve sanatsal değerlerin görünürlüğünü artırırken, bu değerlerin metalaşması riskini de beraberinde getirmektedir. Kentsel sit alanları ile somut olmayan kültürel miras unsurlarının yalnızca ekonomik bir değer olarak görülmesi, kentin tarihsel kimliğinin aşınmasına neden olmaktadır. Bu süreçte geleneksel el sanatları ve yerel ritüeller, özgün niteliklerini kaybederek kitlesel turizmin taleplerine göre standartlaşmakta; tarihi yapılar ve kültürel peyzaj unsurları ise turistik tüketim odaklı işlev değişiklikleri nedeniyle özgün karakterlerini yitirme riskiyle karşı karşıya kalmaktadır (Kozak vd., 2020: 133). Bu dönüşüm yalnızca fiziksel çevreyi değil, ev sahibi toplumun sosyokültürel yapısını da etkilemektedir. Nitekim yerel halkın tarihsel süreçte geliştirdiği kolektif dayanışma, geleneksel misafirperverlik ve komşuluk gibi toplumsal değerler zamanla ekonomik çıkar odaklı ilişkilere dönüşerek zayıflamaktadır (Avcıkurt, 2009; olak ve Batman, 2021).

Yabancı Düşmanlığı: Kentsel alanlarda turizm odaklı büyümenin kontrolsüz bir boyuta ulaşması, yerel halkın gündelik yaşam pratiklerinde, mekânsal algılarında ve sosyo-psikolojik tutumlarında yapısal kırılmalara yol açabilmektedir. Şehir turizminin kentsel merkezlerde yarattığı aşırı yığılma ve kamusal alanların ticarileşmesi, yerel sakinlerin kendi yaşam alanlarında ikincil konuma itilmelerine ve bir tür "mekânsal dışlanma" hissetmelerine neden olabilmektedir. Kent ekonomisinin ve iş gücü piyasasının tek taraflı olarak turizm ve hizmet sektörünün egemenliğine girmesi, yerel halkın kendisini sürekli olarak dışarıdan gelen kitlelere hizmet sunmaya koşullanmış bir asimetric ilişki sarmalında algılamasını tetiklemektedir.

Literatürde Doxey'nin İrritasyon İndeksi (Irridex) kapsamında yerel topluluğun turistlere karşı

hoşgörü eşiğini aşarak "antagonizm" (açık tepki ve çatışma) evresine geçişi olarak yorumlanan bu süreç; ev sahibi toplum ile ziyaretçiler arasındaki sosyal mesafeyi maksimum düzeye çıkarmaktadır. Sonuç itibarıyla, yaşanan bu mekânsal ve ekonomik baskılar, ideolojik bir yabancı düşmanlığından ziyade, kentsel aidiyetin kaybına dayalı bir "turist karşıtlığı" ve yerel direnç mekanizmalarının gelişmesine zemin hazırlamaktadır (Kozak vd., 2020: 133).

2.2.10. Dünyada ve Türkiye’de Şehir Turizminin Gelişimi

Bu bölümde, şehir turizminin dünyadaki ve Türkiye'deki gelişim süreci ele alınmaktadır. Öncelikle şehir turizminin dünya genelinde ortaya çıkışı; ardından Türkiye’de şehir turizminin gelişimi, mevcut durumu değerlendirilecektir.

2.2.10.1. Dünyada Şehir Turizmi

Şehirlerde, turizmin gelişmesi yeni bir olgu değildir. Nitekim Karski’ye göre şehirler, Mezopotamya ve Sümerler’de şehirleşme olgusu doğduğundan beri ziyaret edilmektedir (akt. Edwards vd., 2008: 1032). Şehirlere yapılan ziyaretlerin tarihi, önemli dini merkezlere yapılan ilk hac ziyaretlerine dayansa da 20. yüzyılın sonlarında kitle turizminin gelişmesiyle birlikte şehir turizmi yelpazesi daha da genişlemiştir (Hall ve Barrett, 2018: 88). Nitekim şehir turizmi, özellikle 1980’li yıllardan itibaren daha fazla ilgi görmeye başlamıştır. Şehir turizmine olan bu ilginin artmasının nedeni, insanların tüketim kültürlerinde yaptığı değişikliklerdir. Şehirler, insanların yemek yediği, alışveriş yaptığı, eğlenceli vakit geçirdiği, kültürel ve sanatsal etkinliklere katıldığı merkezler olarak turistleri çekmeye başlamıştır (İçellioğlu, 2014: 42).

2005 yılında Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO), ilk küresel kent turizmi forumunu İstanbul’da düzenleyerek turizmin dünya genelinde kent ekonomileri için artan önemine dikkat çekmiştir. 1980’lerden önce, turizmin şehir yöneticileri veya işletmeler tarafından önemli bir ekonomik faaliyet olarak tanınması nadirdi. Ancak, artan küresel turizm faaliyetleri ile birlikte, turizmi ekonomik ve imaj sorunlarını çözenin bir yolu olarak gören şehirlerin sayısı ve çeşitliliği artmıştır (Hall ve Barrett, 2018: 88). Nitekim şehir turizmi, dünyadaki birçok şehir destinasyonunun ekonomisinde, sosyal yaşamında ve coğrafyasında önemi bir rol oynamaktadır. Şehir turizmi, kamusal altyapının yenilenmesi ve yerel olanakların geliştirilmesi yoluyla kentsel peyzajı dönüştürmek için ekonomik, sosyal ve mekânsal dinamikler yaratmaktadır (UNWTO ve WTCF, 2018: 15).

Dünya hızla şehirleşmektedir. 2050 yılında dünya nüfusunun %68’inin şehirlerde yaşaması beklenmektedir (Tablo 2.4). Bu şehirleşmenin büyük kısmının ise Afrika ve Asya’da

görülmesi beklenmektedir (UN-Habitat, 2022: 9). Avrupa ise şehir yerleşiminin en fazla olduğu kıtadır. Nitekim bunun da etkisiyle Avrupa, şehir turizminin en yoğun yaşandığı coğrafyadır. Günümüzde uluslararası turizm hareketlerinin yaklaşık üçte ikisi Avrupa'ya yönelmekte ya da Avrupa içinde gerçekleşmektedir (Uca Özer, 2010: 13). Avrupa şehirleri, sahip oldukları tarihi ve kültürel çekicilikleri başarılı bir şekilde pazarladıkları için şehir turizminde öne çıkmaktadır (Keleş Eriçok, 2019: 175).

Tablo 2.4. 2015-2050 şehirleşme oranları (UN-Habitat, 2022: 9)

Bölge/Yıllar	2015	2020	2025	2030	2035	2040	2045	2050
Dünya	53.9	56.2	58.3	60.4	62.5	64.5	66.4	68.4
Gelişmiş bölgeler	78.1	79.1	80.2	81.4	82.7	84	85.4	86.6
Az gelişmiş bölgeler	49	51.7	54.3	56.7	59	61.3	63.4	65.6

Euromonitor International (2025) verilerine göre, 2025 yılında uluslararası ziyaretçi sayısı bakımından dünyanın en fazla ziyaret edilen şehri 30,3 milyon ziyaretçi ile Bangkok'tur. Bangkok'u sırasıyla Hong Kong (23,2 milyon), Londra (22,7 milyon), Makao (20,4 milyon) ve İstanbul (19,7 milyon) takip etmektedir. İlk on şehir arasında ayrıca Dubai, Mekke, Antalya, Paris ve Kuala Lumpur da yer almaktadır. Bunun yanında İstanbul ve Antalya'nın listede yer alması, Türkiye'nin uluslararası turizm pazarındaki güçlü konumunu ve hem şehir hem de kıyı turizmi açısından önemli bir çekim merkezi olduğunu göstermektedir.

Tablo 2.5. Dünyada en fazla ziyaretçi çeken şehirler ve toplam uluslararası ziyaretçi sayıları (Euromonitor International, 2025)

Sıra	Şehirler	Toplam Ziyaretçi Sayısı (milyon)
1	Bangkok	30,3
2	Hong Kong	23,2
3	Londra	22,7
4	Makao	20,4
5	İstanbul	19,7
6	Dubai	19,5
7	Mekke	18,7
8	Antalya	18,6
9	Paris	18,3
10	Kuala Lumpur	17,3

2.2.10.2. Türkiye’de Şehir Turizmi

Türkiye, sahip olduğu zengin tarihi miras, kültürel değerler, özgün kent dokuları ve çeşitli turistik çekicilikleriyle şehir turizmi açısından önemli bir potansiyele sahiptir. Farklı medeniyetlere ev sahipliği yapmış olması, birçok şehrin kültürel, tarihi ve mimari açıdan dikkat çekici özellikler taşımasını sağlamıştır. Nitekim turizmde çeşitliliğin artırılması ve turizm faaliyetlerinin yıl geneline yayılmasına yönelik çalışmalarla birlikte bu şehirlerin turizm açısından önemi daha da artmıştır (Kerimoğlu ve Çıracı, 2006: 36). Şehirlerdeki tarihi yapıların restore edilerek yeniden işlevlendirilmesi, yerel gastronomi unsurlarının ön plana çıkarılması, marka şehir uygulamalarının geliştirilmesi ve kongre ile spor turizmine yönelik yatırımların artması bu sürecin önemli göstergeleri arasında yer almaktadır (Keleş Eriçok, 2019: 175). Şehir turizmine yönelik ilginin artmasıyla birlikte, 1980’li yıllardan itibaren bu alanda önemli gelişmeler yaşanmış ve şehir turizmi giderek daha fazla önem kazanmaya başlamıştır (Emekli, 2013: 308). 1990’lı yıllarda birçok ülke kentsel turizme ilişkin araştırmalar yürütüp çeşitli politikalar geliştirirken, Türkiye’de bu konuya yönelik çalışmaların daha sınırlı düzeyde kaldığı görülmektedir (Aydın, 2016: 16). Türkiye’de kentsel turizmin başarısını baskılayan durumlara bakıldığında temel sebebin; şehirlerdeki turizm varlıklarının sistemli biçimde belirlenememesi, turizme yönelik ürün ve hizmetlerin geliştirilmesinde şehirler ve bölgeler arasında iş birliği ve sinerji eksikliklerinin bulunması ve şehir turizmi konusunda yerel düzeyde ortak bir vizyon oluşturulamaması olduğu görülmektedir (Çiftçi ve Özsoy, 2008: 20).

Türkiye’de şehir turizmi 2007 yılında Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın çalışmaları kapsamına alınmıştır. Şehir turizmini geliştirme stratejisinde “Zengin, kültürel ve doğal değerlere sahip kentlerimizin geliştirilerek turistler için bir çekim noktası hâline getirilmesi” vizyon olarak benimsenmiştir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2007). Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın, 2023 yılı hedeflerinde şehirlere yönelik destinasyon markalaşmasına değinmesi şehir turizmi açısından önem teşkil etmektedir. Başta İstanbul olmak üzere Ankara, İzmir ve Antalya gibi şehirlerde şehir turizmine yönelik projelerin başlatılması önerilmiştir (Akdemir, 2019).

Euromonitor International 2025 verilerine göre dünyada en fazla ziyaretçi çeken şehirler içerisinde Türkiye’den iki şehir yer almaktadır. Bu şehirler İstanbul ve Antalya’dır. İstanbul, 19,7 milyon ziyaretçi tarafından, Antalya ise 18,6 milyon ziyaretçi tarafından ziyaret edilmiştir (Euromonitor International, 2025). Bu şehirler içerisinde İstanbul, sahip olduğu tarihi birikim, stratejik konum ve gelişmiş turizm altyapısıyla öne çıkmaktadır. Yüzyıllar boyunca farklı medeniyetlere ev sahipliği yapan kent, zengin kültürel değerleri ve özgün kent dokusuyla

önemli bir turizm çekim merkezi hâline gelmiştir. Ayrıca konaklama, kongre, kültür ve alışveriş olanaklarının çeşitliliği, İstanbul'un şehir turizmi açısından sahip olduğu rekabet gücünü artırmaktadır. Ayrıca, İstanbul'un 2010 yılında Avrupa Birliği tarafından Avrupa Kültür Başkenti olarak seçilmesi, şehir turizmi açısından önemlidir (Uca Özer, 2010). Antalya ise, özellikle kıyı turizmi açısından sahip olduğu güçlü konumla Türkiye'nin önde gelen turizm destinasyonları arasında yer almaktadır. Doğal güzelliklerin yanı sıra tarihî ve kültürel miras, sportif etkinlikler, festival ve kongre gibi beşerî unsurlar, kentin turizm çeşitliliğini ve çekiciliğini artırmaktadır (Kapan ve Timor, 2018: 59). Bu yönüyle Antalya, kıyı turizmiyle öne çıkmakla birlikte şehir turizmi açısından da önemli bir potansiyele sahip bir destinasyondur.

Şehir turizminde öne çıkan önemli destinasyonlardan bir diğeri İzmir'dir. İzmir, sahip olduğu coğrafi konum, uzun kıyı şeridi ve doğal kaynak çeşitliliği ile önemli bir turizm potansiyeline sahiptir. Kentte deniz turizmi başta olmak üzere farklı turizm türlerinin gelişmesine elverişli bir yapı bulunmakla birlikte deniz dışı doğal kaynaklar da turizm çeşitliliğini desteklemektedir. Tarihî ve kültürel olarak ise Efes ve Bergama gibi antik kentler ile kentin kozmopolit geçmişi, İzmir'in kültürel turizm açısından güçlü bir çekim merkezi olmasını sağlamaktadır (Yanardağ, 2014).

3. LİTERATÜR

Bu bölümde, araştırmanın temelini oluşturan ve konuyla ilgili bilgi birikimini ortaya koyan önceki çalışmalar sistematik ve eleştirel bir yaklaşımla incelenmiştir. Yapılan kapsamlı literatür taraması sonucunda üç ana tema belirlenmiştir: Birincisi şehir turizmi literatürü; ikincisi turizmin ekonomik ve sosyokültürel etkilerine ilişkin çalışmalar; üçüncüsü ise Eskişehir özelinde yürütülmüş turizm araştırmalarıdır. Şehir turizmi literatürü hem ulusal hem de uluslararası bağlamda kavramsal ve teorik çerçeveyi oluşturmaktadır. Turizmin etkileri literatürü, destinasyonların ekonomik, sosyal ve kültürel boyutlarda nasıl şekillendiğini ve yerel halkın bu süreçlere ilişkin algı ve tutumlarını anlamaya olanak sağlamaktadır. Eskişehir odaklı çalışmalar ise şehrin marka değeri, destinasyon çekicilikleri, turizm potansiyeli ve farklı turizm segmentleri (kültür, medikal, termal, inanç vb.) bağlamında yerel ve ziyaretçi perspektiflerini bütüncül bir şekilde ele almaktadır. Bu üç ana tema çerçevesinde yapılan sentez hem kuramsal temeli hem de ampirik bulguları bir araya getirerek araştırmanın literatürdeki bağlamını ve çalışmanın özgün katkı alanlarını açık bir şekilde ortaya koymaktadır.

3.1. Şehir Turizmi Literatürü: Teorik ve Kavramsal Yaklaşım

Şehir turizmi, 1980’li yılların sonlarına kadar bağımsız bir araştırma alanı olarak yeterince ilgi görmemiş; turizm çalışmaları ile kentsel çalışmalar arasında dağınık bir yapı sergilemiştir. 1990’lı yıllarda şehir turizmi, farklı bir çalışma alanı olarak ortaya çıkmıştır. 1960’lara dayanan daha önceki çalışmaların çoğu ise coğrafyacılar tarafından yapılmıştır. Bu çalışmalar dağınık olmakla birlikte kapsam olarak da sınırlıdır (Pearce, 2001: 926). Bu durumu “dikkatteki dengesizlik” kavramıyla açıklayan Ashworth (1989), şehir turizminin hem turizm hem de kentsel planlama literatüründe ihmal edildiğini vurgulayarak alana önemli bir teorik katkı sunmuştur. Bu yaklaşım, şehirlerin yalnızca turistik geçiş noktaları değil, başlı başına çekim merkezleri olduğu fikrinin gelişmesine zemin hazırlamıştır. Ashworth’un öncü çalışmasının ardından, birçok araştırmacı bu alana katkı sağlamıştır. Bu dönemden itibaren yapılan çalışmaların odak alanları; kentsel turizm davranışları, kentsel turistlerin katıldıkları faaliyetler, kentsel turizmde talep ve arz ilişkisi, kent turizminin planlanması ve etkileri, turizm ve kentsel dönüşüm, kentsel yenilenme, kavramsal yönden kent turizmi, kent turizminin yönetimi ve planlanması şeklinde sentezlenmiştir (Wall ve Mathieson, 2006: 207). Şehir turizminin gelişmeye başlamasının ardından şehir turizminin gelişimini şekillendiren temel çalışmalara bakıldığında; Jansen-Verbeke (1986), şehir turizmini coğrafi bakış açısıyla ele almıştır. Kavramsal ve ampirik bir yaklaşım ortaya koymuştur. Law (1992), şehir turizmini ekonomik açıdan ele almıştır. Şehir turizminin şehirlerdeki ekonomik katkılarını belirlenmiştir.

Page (1995), şehir turizmi konusunda bütünleştirici bir çalışma ortaya koymuştur. Şehir turizminde talep arz ilişkisi, şehir turizminin etkileri, turizm şehirlerinin yönetimi ve planlanması konularını ele almıştır.

Şehir turizmi çalışmalarının 2000'li yıllarla birlikte daha sistematik hale geldiği görülmektedir. Pearce (2001), şehir turizmi araştırmaları için bütüncül bir bakış açısı geliştirmeye çalışmıştır. Şehir turizmi araştırmalarının ana temalarını farklı mekânsal ölçeklerde belirtmiştir. Ashworth (2003), 1989 yılından sonraki gelişmeleri değerlendirerek dikkatteki dengesizlik argümanı tekrar gözden geçirmiştir. Edwards vd. (2008), şehir turizmi literatürünü irdelemiş ve gelecekteki çalışmalar için kavramsal bir çerçeve sunmuştur. Araştırmayı Avustralya bağlamında ele almıştır. 2010'lu yıllara kadar daha çok teorik çerçevede ele alınan şehir turizmi 2010'lu yıllardan itibaren farklı temalarla ele alınmaya başlamıştır. Ashworth ve Page (2011), şehir turizmi konusundaki güncel literatür ve paradoksları ortaya koymuştur. Füller ve Michel (2014), şehir turizmini konut piyasası ve soylulaştırma çerçevesinde Berlin örneğinde ele almıştır. Miller vd., (2015), sürdürülebilir şehir turizmine odaklanmıştır. Bu kapsamda turistlerin şehirlerdeki çevre yanlısı davranışlarını değerlendirmiştir. García-Hernández (2017), şehir turizminin kültürel mirasın korunmasına etkisini Donostia-San Sebastián örneğinde incelemiştir. Boivin ve Tanguay (2019), Québec City ve Bordeaux örneğinde şehirsiz turizm çekiciliklerinin belirlenmesine yönelik teorik bir model ortaya koyulmuştur. Wang vd., (2020), şehir turizminde taşıma kapasitesine odaklanmıştır. Şehirlerdeki turizm taşıma kapasitelerine yönelik bir model oluşturmuştur. Son dönemde Page ve Duignan (2023), şehir turizminin gelişim sürecini yeniden değerlendirerek alandaki kavramsal dönüşümleri ortaya koymuştur.

Şehir turizmi alanında ulusal literatür incelendiğinde, özellikle 2010'lu yıllardan itibaren çalışmaların belirgin bir artış gösterdiği gözlemlenmektedir. Bu dönemde şehir turizmi araştırmaları, kültürel miras, şehirlerin pazarlanması ve markalaşması, destinasyon imajı, sürdürülebilirlik, turizm potansiyelinin belirlenmesi, turist talepleri, tercihleri ve memnuniyetleri gibi temalar etrafında yoğunlaşmıştır.

Kuramsal odaklı çalışmalardan biri olan Emekli (2011), şehir turizminin teorik temellerini ele alarak öğrenen turizm bölgeleri yaklaşımını tanıtmış ve önemine vurgu yapmıştır. Bu çalışmayı izleyen araştırmalarda, şehirlerin sürdürülebilir turizm uygulamaları öne çıkmıştır. Başarangil (2014), Kırklareli örneğinde şehir turizminin sürdürülebilir geleceğini değerlendirerek, bölgede uygulanabilecek stratejilere ışık tutmuştur. Benzer şekilde Olcay ve Giritlioğlu (2014), Gaziantep'te şehir turizmi otellerine odaklanmış; yükseköğretim mezunu

turistlerin memnuniyet düzeylerini cinsiyet ekseninde analiz etmiştir. Şarkaya İçellioğlu (2014) ise İstanbul'un şehir turizmi potansiyelini SWOT analizi üzerinden incelemiş ve şehrin güçlü-zayıf yönlerini, fırsat ve tehditlerini ortaya koymuştur.

Şehirlerin doğal ve rekreasyonel alanlarının turizme etkisine ilişkin çalışmalar da önemli bir tema olarak öne çıkmaktadır. Zeğerek ve Ortaçesme (2017), Antalya'daki yeşil alanların turist tercihleri üzerindeki rolünü incelemiş; Aylan ve Şalvarcı (2018) ise Konya'da temalı parkları değerlendirerek rekreasyonel uygulamaların şehir turizmine katkısını göstermiştir. Bu çalışmalar, fiziksel çevre ve turizm deneyimi arasındaki etkileşimi literatüre taşımaktadır.

Şehir turizminin planlama ve hizmet boyutuna odaklanan araştırmalar da mevcuttur. Çoban vd. (2019), Eskişehir'de şehir turizmine hizmet eden oteller ve turist beklentilerini incelemiş; Keleş Eriçok (2019) ise Van'da şehir turizminin doğal ve tarihi değerlerini koruma açısından önemini vurgulamıştır. Altınay Özdemir ve Kızıllırmak (2019) da Eskişehir bağlamında tur programları aracılığıyla şehir turizmine katkıyı ortaya koymuş, şehrin turizm deneyimini yapılandırmaya yönelik öneriler geliştirmiştir.

Şehir turizminin marka şehir oluşumu ve kent kimliği ile ilişkisi de literatürde tartışılan bir diğer önemli temadır. Temiz vd. (2019), Çanakkale'de şehir turizminin marka şehir olma potansiyelini SWOT analizi ile değerlendirmiştir. Oğan ve Yasak (2020), şehir kimliği ve markalaşma olgusunun turizm gelişimi üzerindeki etkilerini analiz ederek, sürdürülebilir şehir turizmi için marka değerinin kritik rolünü ortaya koymuştur. Ulusal literatürde ayrıca Boz ve Özkan (2021) Barselona örneğinde aşırı turizmin sürdürülebilirlik üzerindeki etkilerini tartışmış, Kaya ve Keleş (2022) ise şehir turizmi kavramının doğru kullanımına yönelik bir kuramsal çerçeve geliştirmiştir.

3.2. Turizmin Etkileri Literatürü

İkinci olarak turizmin etkilerine ilişkin literatür ele alınmıştır. Turizmin etkilerine ilişkin çalışmalar 1970'li yıllardan itibaren araştırmalara konu olmaya başlamıştır. Turizmin etkilerine ilişkin çalışmaların tarihsel gelişimi incelendiğinde, 1960'lı yıllarda ekonomik fayda odaklı bir yaklaşımın hâkim olduğu (Jafari, 1990), 1970'li yıllardan itibaren ise turizmin olumsuz sosyal ve çevresel etkilerinin de tartışılmaya başlandığı görülmektedir (Andereck ve Vogt, 2000: 27).

Turizm etki çalışmaları, İkinci Dünya Savaşı'ndan bu yana turizmin gelişimini, özelliklerini ve algısını yansıtacak şekilde gelişmiştir. 1960-1970'li yıllarda ortaya çıkan bu çalışmalarda turizmin ekonomik etkileri ön plandadır. 1970-1980'lerde turizmin olumsuz

sosyal, kültürel ve çevresel etkileri konusunda çalışmalar yapılmıştır. Bu durum sanayileşme, sürdürülebilirlik ve yaşam kalitesine artan ilginin literatüre yansımalarıdır. Nitekim 1980-1990'lı yıllarda turizm etki araştırmalarının ilgisi, ekonomik perspektifi sosyal ve çevresel perspektifle bütünleşmeye başlamıştır (Postma ve Schmuck, 2017: 145). Bu dönemde yapılan çalışmalar (Pizam, 1978; Brougham ve Butler, 1981; Liu ve Var, 1986; Allen vd., 1988; Ap ve Crompton, 1993; King vd., 1993), yerel halkın turizme yönelik algı ve tutumlarını analiz ederek literatürde önemli bir temel oluşturmuştur. Örneğin, Pizam (1978) turizmin olumsuz etkilerini trafik, gürültü ve çevre kirliliği, mal ve hizmet fiyatları ile uyuşturucu ve alkol kullanımı bağlamında ortaya koyarken, Belisle ve Hoy (1980) Santa Marta örneğinde yerel halkın turizmi genel olarak olumlu algıladığını göstermiştir. Milman ve Pizam (1988) Florida'da, Ross (1992) Avusturya'nın Cairns şehrinde ve Haralambopoulos ve Pizam (1996) Yunanistan'ın Samos adasında yaptıkları araştırmalarda, turizmin ekonomik faydalarının olumlu karşılanmasına karşın sosyal ve çevresel etkilerinin karmaşık bir şekilde değerlendirildiği görülmüştür. Bu dönemde elde edilen bulgular, turizmin hem olumlu hem olumsuz yanlarının yerel halk tarafından algılandığını göstermektedir.

2000'li yıllardan itibaren literatür, turizmin etkilerini daha bütüncül bir yaklaşımla ele almış ve Sosyal Mübadele Teorisi (SET) bu alanda temel çerçeve olarak öne çıkmıştır (Andereck vd., 2005). Bu çerçevede yapılan çalışmalar, ekonomik faydaların yerel halkın olumlu tutumunu güçlendirdiğini, sosyal ve çevresel etkilerin ise tolerans seviyesini etkilediğini göstermektedir. Mbaiwa (2008), Botsvana'daki Okavango Deltası örneğinde turizmin hem sosyokültürel hem de ekonomik etkilerini analiz etmiş; olumlu etkiler arasında istihdam, altyapı ve hizmet sektörünün gelişimi öne çıkarken, olumsuz etkiler arasında geleneksel aile yapısının bozulması ve suç oranındaki artış vurgulanmıştır. Benzer şekilde Hammad vd. (2017) Abu Dabi'de ve Charag vd. (2021) Keşmir'de yaptıkları çalışmalarda, yerel halkın ekonomik etkileri olumlu, sosyal ve çevresel etkileri ise daha eleştirel bir şekilde algıladığı gözlemlenmiştir.

Ulusal literatürde ise turizmin etkilerine ilişkin çalışmalar 1990'lı yıllarda yapılmaya başlamış ve günümüze kadar devam etmiştir. Ulusal literatürdeki turizmin etkilerine ilişkin çalışmaların çoğunluğu da uluslararası literatürde olduğu gibi yerel halkın turizmin etkilerine ilişkin algı ve tutumlarının belirlenmesine yönelik çalışmalardır (Akova, 2006; Çeken, 2008; Çetin, 2010; Özdemir ve Kervankıran, 2011; Okuyucu ve Somuncu, 2015; Alaeddinoğlu ve Tekin, 2020; Coşkun ve Okuyucu, 2022; Alagöz, vd. 2023). Örneğin, Gürkan (1996) turizmin sosyal yapıya etkilerini kapsamlı bir şekilde ele alırken, Akova (2006) Cumalıkızık, Uslu ve Kiper (2006) Beypazarı örnekleri üzerinden kültürel mirasın korunması ve toplumsal algı

ekseninde bulgular sunmuştur. Uygur Meydan ve Baykan (2007) ile Çetin (2009) da turizmin ekonomik, kültürel ve sosyal etkilerini detaylandırmış, olumlu etkilerin istihdam ve kültürel etkileşim, olumsuz etkilerin ise kira, ulaşım ve tüketim maliyetlerindeki artış olduğunu belirtmiştir. Özdemir ve Kervankıran (2011) Afyonkarahisar örneğinde turizmin ekonomik ve sosyokültürel etkilerini olumlu, çevresel etkilerini ise olumsuz algılandığını saptamış; Türker vd. (2016) Safranbolu bağlamında yaşam kalitesi perspektifini kullanmıştır. Benzer şekilde Alaeddinoğlu ve Tekin (2020), turizmin Batman'da yaşayan yerel halkın yaşam kalitesini ne ölçüde ve hangi yönlerden etkilediğini incelemiştir. Çolak ve Batman (2021) Taraklı özelinde sosyokültürel etkileri incelemiş ve kültürel mirasın korunmasındaki zorlukları ortaya koymuştur. Güncel çalışmalar (Alagöz vd. 2023) ise turizmin yerel halk algıları üzerinden sosyokültürel etkilerini detaylandırmaktadır.

3.3. Çalışma Alanına (Eskişehir) Yönelik Literatür Araştırması

Eskişehir literatürüne bakıldığında, Eskişehir'de turizm konusunda yapılmış birçok çalışma bulunmaktadır. Eskişehir'in turistik çekicilikleri ve destinasyon imajı üzerine yapılan çalışmalar, şehrin marka değerini oluşturan unsurları ortaya koymaktadır. Evren ve Kozak (2012), gününbirlik ziyaretçilerin bakış açısıyla Eskişehir'in öne çıkan çekiciliklerini değerlendirmiş; araştırma, Yılmaz Büyükerşen imajı ile Sazova Parkı, Odunpazarı Evleri, Anadolu Üniversitesi ve Porsuk Çayı gondol turlarının en önemli turistik öğeler olduğunu ortaya koymuştur. Benzer şekilde, Kaşlı ve Yılmazdoğan (2012) destinasyon imajının turistik talebi şekillendirmedeki etkilerini analiz etmiş ve imajın tutum, davranış, çekicilik ve olanaklar boyutlarında ele alınabileceğini vurgulamıştır. Özsöz (2018) ise şehir pazarlaması perspektifinden Eskişehir'i marka şehir olarak değerlendirmiş ve Büyükşehir Belediye Başkanı Yılmaz Büyükerşen'in marka şehir oluşumundaki belirleyici rolünü ortaya koymuştur. Öncü vd. (2020) çalışmasında ise Masal Şatosu'nun şehrin en güçlü marka değeri olarak öne çıktığı belirlenmiş, rekreasyon ve marka ilişkisi bağlamında şehir turizmine katkısı tartışılmıştır.

Eskişehir'in farklı turizm türlerine yönelik potansiyeli de literatürde sıkça ele alınmıştır. Yılmaz (2014), şehri endüstriyel miras turizmi bağlamında değerlendirmiş ve Eskişehir'in birçok endüstriyel turizm mirasına sahip olduğunu vurgulayarak bu unsurlara yönelik tur rotaları önermiştir. Üsküdar vd. (2014) ise kültür turizmi perspektifinden Eskişehir'i incelemiş ve yerli turistlerin özellikle Odunpazarı Evleri ve Yılmaz Büyükerşen imajına odaklandığını ortaya koymuştur. Çevik (2015) coğrafi işaretli ürünlerin turizmdeki rolünü inceleyerek, özellikle Lületaş'ının şehir turlarındaki önemine dikkat çekmiştir. Parlaktuna ve Dinçer (2019) ise termal turizmin şehir ekonomisine katkısını incelemiş, Eskişehir'in termal kaynaklarının

yeterince etkin kullanılmadığını ve bölgesel kalkınmada bu potansiyelin hayata geçirilmesi gerektiğini vurgulamıştır. Şenel ve Kılıç (2020) Eskişehir’i inanç turizmi açısından değerlendirmiş ve Odunpazarı bölgesinin bu turizm türü için yüksek potansiyele sahip olduğunu göstermiştir. Güner ve Temizkan (2022) şehrin güvenli, sakin ve turistik çekiciliklere sahip bir ortam sunduğunu; konaklama arzının kısa vadede yeterli ve fiyatların büyükşehirlerle göre uygun olduğunu belirleyerek, Eskişehir’in medikal turizm bağlamında yüksek büyüme potansiyeline sahip olduğunu ortaya koymuştur.

Turist deneyimi ve tur programları da Eskişehir literatüründe önemli bir temayı oluşturmaktadır. Özdemir ve Kızılırmak (2019), şehrin tur programlarını analiz ederek, en çok ziyaret edilen mekânları Odunpazarı Tarihi Evleri, Kurşunlu Camii ve Külliyesi, Atlıhan El Sanatları Çarşısı, Lületaşı Müzesi, Çağdaş Cam Sanatları Müzesi, Porsuk Adalar, Sazova Bilim, Kültür ve Sanat Parkı ve Balmumu Müzesi olarak belirlemişlerdir. Atağ (2021) ise şehir niteliklerinin turistlerin memnuniyet ve tekrar ziyaret niyetine etkilerini Eskişehir örneğinde incelemiş; misafirperverlik, aktiviteler ve çekicilik gibi alt boyutların ziyaretçi davranışları üzerinde pozitif etkiler yarattığını ortaya koymuştur.

Eskişehir’de turizmin gelişimi ve etkileri yalnızca turistler açısından değil, yerel halk açısından da incelenmiştir. Seçilmiş (2011) şehrin turizm gelişimini engelleyen alt ve üstyapı sorunları ile ürün çeşitlendirmeyi ortaya koymuş; Kılıç ve Seçilmiş (2018) ise ziyaretçiler ve yerel halk bağlamında sosyal ve psikolojik taşıma kapasitesinin aşılmadığını göstermiştir. Deniz (2022) sürdürülebilir turizm boyutlarını ele alarak, yerel halkın ekonomik, sosyal, çevresel gelişmeye ve yaşam kalitesine dair algısını incelemiştir. Tokmak vd. (2022) ise turizmin yerel halk üzerindeki değişim etkilerini araştırmış ve Odunpazarı bölgesinde yerel halkın turizm gelişimini genel olarak olumlu değerlendirdiğini ortaya koymuştur. Erçoban (2023) çalışmasında ise Eskişehir halkının algısı, şehir imajı ve öne çıkan değerler (Anadolu Üniversitesi, Odunpazarı Evleri, Yılmaz Büyükerşen) üzerinden değerlendirilmiş, şehrin eğitim şehri olarak ön plana çıktığı belirlenmiştir.

Mevcut literatür, Eskişehir özelinde destinasyon imajı, turizm çeşitleri ve turizmin sosyoekonomik etkileri üzerine önemli bilgiler sağlamakla birlikte, çalışmaların büyük kısmı parçalı ve tek boyutlu bir yaklaşım sergilemektedir. Çoğu araştırma ya yalnızca ziyaretçilerin bakış açısını ele almakta (Seçilmiş, 2011; Evren ve Kozak, 2012; Üsküdar vd., 2014), ya da yerel halkın algılarını sınırlı ölçekte değerlendirmektedir (Erçoban, 2023; Deniz, 2022; Tokmak vd., 2022).

Eskişehir özelinde yürütülen mevcut turizm literatürü incelendiğinde, çalışmaların önemli bir bölümünün kentin genel turizm potansiyeli, destinasyon imajı, marka değeri veya belirli turizm türleri (termal, kültür vb.) üzerine yoğunlaştığı görülmektedir. Bununla birlikte, Eskişehir’de gelişen şehir turizminin ekonomik, sosyokültürel ve mekânsal etkilerini farklı paydaşların bakış açıları doğrultusunda bütüncül biçimde ele alan çalışmaların sınırlı olduğu görülmektedir. Bu doğrultuda araştırma, Eskişehir’de şehir turizminin etkilerini farklı paydaşların bakış açıları doğrultusunda inceleyerek literatürdeki bağlamsal, teorik, yöntemsel ve ampirik boşlukların giderilmesine katkı sunmayı hedeflemektedir.

- Bağlamsal (mekânsal) boşluk: Mevcut çalışmaların önemli bir kısmı farklı turizm türleri, destinasyon özellikleri veya Eskişehir’in genel turizm potansiyeli üzerine yoğunlaşırken, Eskişehir’de şehir turizminin kentsel mekân ve yerel toplum üzerindeki çok boyutlu etkilerini doğrudan ele alan çalışmaların sınırlı olduğu görülmektedir. Bu çalışma, şehir turizminin özellikle turizm hareketliliğinin yoğunlaştığı kentsel alanlar üzerindeki ekonomik, sosyokültürel ve mekânsal etkilerini Eskişehir bağlamında inceleyerek bu boşluğa katkı sunmaktadır.
- Teorik boşluk: Eskişehir özelindeki mevcut çalışmaların şehir turizminin etkilerini çoğunlukla belirli turizm türleri, destinasyon imajı veya turizm potansiyeli çerçevesinde değerlendirdiği; yerel halkın turizme yönelik algılarının fayda ve maliyet değerlendirmeleri üzerinden Sosyal Mübadele Teorisi çerçevesinde bütüncül olarak ele alındığı çalışmaların ise sınırlı olduğu görülmektedir. Bu çalışmada Sosyal Mübadele Teorisi temel alınarak yerel halkın şehir turizminin ekonomik ve sosyokültürel etkilerine yönelik algıları değerlendirilmektedir.
- Yöntemsel boşluk: Mevcut çalışmaların belirli veri kaynaklarına veya tek bir araştırma yöntemine dayandığı; farklı paydaş gruplarından elde edilen nicel ve nitel verilerin birlikte değerlendirildiği araştırmaların ise sınırlı olduğu görülmektedir. Bu çalışma, nicel ve nitel araştırma yöntemlerinin birlikte kullanıldığı karma yöntem yaklaşımına dayanmaktadır. Araştırmada yerel halk ve ziyaretçilerden anket yoluyla elde edilen nicel veriler ile turizm işletmecileri ve yerel yönetim temsilcilerinden görüşmeler yoluyla elde edilen nitel veriler bir arada değerlendirilerek farklı veri kaynaklarının bütünleştirilmesi amaçlanmaktadır. Bu yönüyle çalışma, Eskişehir’de şehir turizminin etkilerini farklı paydaşların bakış açıları doğrultusunda çok boyutlu olarak inceleyen karma yöntemli bir araştırma yaklaşımı sunmaktadır.

- Ampirik boşluk: Eskişehir’de şehir turizminin ekonomik, sosyokültürel ve mekânsal etkilerini yerel halkın algıları, ziyaretçilerin turizm eğilim ve tercihleri ile turizm işletmecileri ve yerel yönetimlerin değerlendirmelerini birlikte ele alan güncel saha araştırmalarının sınırlı olduğu görülmektedir. Bu çalışma, farklı paydaş gruplarından elde edilen özgün saha verileri aracılığıyla Eskişehir’de şehir turizminin mevcut durumuna ilişkin ampirik bulgular ortaya koymayı amaçlamaktadır.

4. ÇALIŞMA ALANI: ESKİŞEHİR

4.1. Araştırma Alanının Fiziki Coğrafya Özellikleri ile Turizm İlişkisi

4.1.1. Topografik Yapısı

Eskişehir'in yer aldığı alanın jeomorfolojik özellikleri değerlendirildiğinde, sahanın tektonik kökenli bir depresyon ovası niteliği taşıdığı görülmektedir. Bu ova, kuzeyde Sündiken Dağları, güneyde Neojen platoları, batıda Oklubalı ve Çukurhisar, doğuda ise Çavlım arasında uzanmaktadır. Eskişehir Ovası'nın kuzey kesimi Paleozoik yaşlı kristalize kayalardan, güney kesimi ise Neojen göl depolarından oluşmaktadır (Ertin, 1994: 94). Kent merkezi, İç Anadolu Bölgesi'nin kuzeybatısında, batıda İnönü Ovası, doğuda Sivrihisar Ovası, kuzeyde Sündiken Dağları ve güneyde Türkmen Dağı ile çevrelenen Eskişehir Ovası üzerinde kurulmuştur (Koca ve Menteşe, 2020: 219). Bu jeomorfolojik yapı, yerleşimin tarihsel gelişiminde belirleyici bir rol oynamış; özellikle kentin ilk yerleşim çekirdeğini oluşturan Odunpazarı'nın, ovanın güney kesimindeki topografik olarak daha korunaklı yamaç alanları üzerinde şekillenmesine zemin hazırlamıştır.

Bölgenin jeolojik ve jeomorfolojik gelişimi tektonik hareketlerle doğrudan ilişkili olup, bu süreçler sonucunda çok sayıda fay ve kırık hattı oluşmuştur. Söz konusu yapılar, yer yer topoğrafyada diklikler ve hatlar şeklinde izlenebilmekle birlikte, kent merkezinde kalın alüvyon örtüsü ile örtülmüş durumdadır. Ancak yüzeyde belirgin olarak izlenemeyen bu yapılar, özellikle şehir merkezinde ortaya çıkan sıcak su kaynakları aracılığıyla varlıklarını dolaylı olarak göstermektedir (Ertin, 1994: 95). Bu sıcak su çıkışları, kentsel morfolojinin şekillenmesinde belirleyici rol oynamıştır. Bu doğrultuda, söz konusu termal kaynaklar kentsel ölçekte "Sıcak Sular" ve Hamamyolu aksı olarak bilinen merkezi iş alanı (MİA) ile rekreasyon odaklı kamusal kullanım alanlarının gelişimini desteklemiştir. Böylece, tarihsel hamam kültürü ile modern termal tesislerin bütünleştiği bir kentsel yapı ortaya çıkmıştır. Bu yapı, Eskişehir'in şehir turizmi içerisinde dinlenme ve termal turizm temelli bir çekim alanı geliştirmesine katkı sağlamıştır. Bu yönüyle Eskişehir'in jeomorfolojik ve jeolojik özellikleri, yalnızca kentsel yerleşimin fiziksel temelini açıklayan unsurlar olmayıp, aynı zamanda termal ve rekreasyon temelli turizm türlerinin gelişimini destekleyen mekânsal altyapının oluşumunda da belirleyici bir rol üstlenmektedir.

4.1.2. İklim Özellikleri

Eskişehir'in merkez ilçelerinde, denizel etkilerin sınırlı olması ve coğrafi konumun etkisiyle karasal iklim koşulları hâkimdir; bu durum yazların sıcak ve kurak, kışların ise soğuk

ve yağışlı geçmesine neden olmaktadır (Koca ve Menteşe, 2020: 220). Meteoroloji Genel Müdürlüğü'nden elde edilen istatistiklere göre Eskişehir'de yıllık ortalama sıcaklığı 11,1 °C'dir. En düşük ortalama sıcaklıklar Ocak ve Şubat aylarında kaydedilirken, en yüksek ortalama sıcaklık değerleri Temmuz ve Ağustos aylarında görülmektedir. Ortalama en yüksek sıcaklıklar yaz aylarında 30 °C civarına ulaşmakta, bu durum yaz mevsiminin sıcak ve kurak karakterini ortaya koymaktadır. Buna karşılık kış aylarında ortalama en düşük sıcaklıkların 0 °C'nin altına düşmesi, karasal iklimin sert kış koşullarını yansıtmaktadır. Yağış verilerine göre, yıllık ortalama yağış miktarının 355,9 mm olduğu görülmektedir. Yıllık ortalama yağışlı gün sayısı 68,1 gün olup, yağışların yıl geneline dengeli dağılmadığı, belirli mevsimlerde yoğunlaştığı görülmektedir (Tablo 4.1). Eskişehir'de rüzgârlar kış mevsiminde genellikle doğudan batıya doğru eser. Baharın ilk aylarında kuzeybatı rüzgârları etkili olurken, baharın sonlarına doğru güneybatı, batı ve kuzeybatı yönlerinden esen rüzgârlar görülür. Yaz mevsiminde zaman zaman kısa süreli ve günlük şiddetli doğu rüzgârları etkili olabilmektedir. Sonbahar mevsiminde ise eylül ayı sonlarından itibaren doğu, kuzeydoğu ve güneydoğu rüzgârları hâkim olmaya başlar (Eskişehir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2025).

Tablo 4.1. Eskişehir'in aylık ve yıllık ortalama sıcaklık ve yağış istatistikleri (1991-2025) (Meteoroloji Genel Müdürlüğü, 2026)

Eskişehir	Ocak	Şubat	Mart	Nisan	Mayıs	Haziran	Temmuz	Ağustos	Eylül	Ekim	Kasım	Aralık	Yıllık
Ortalama Sıcaklık (°C)	0,2	1,7	5,4	10,1	14,9	19,1	22,1	22,1	17,6	12,1	6,1	2,1	11,1
Ortalama En Yüksek Sıcaklık (°C)	4,4	7,2	12,1	17,3	22,3	26,8	30,0	30,3	26,1	20,3	12,9	6,6	18,0
Ortalama En Düşük Sıcaklık (°C)	-3,7	-3,4	-0,8	3,2	7,3	11,3	13,8	13,8	9,3	5,0	0,3	-1,6	4,5
Ortalama Güneşlenme Süresi (saat)	2,7	4,0	5,2	6,1	8,0	9,9	11,4	10,4	8,7	6,3	4,6	2,5	6,6
Ortalama Yağışlı Gün Sayısı	7,94	7,59	7,76	7,35	6,38	4,26	2,15	1,88	2,91	5,59	5,97	8,32	68,1
Aylık Toplam Yağış Miktarı Ortalaması (mm)	33,0	28,2	29,9	44,1	42,3	24,2	15,0	11,2	17,2	35,0	33,4	42,4	355,9

İklim, destinasyon seçimini doğrudan etkileyen temel çekicilik unsurlarından biri olarak değerlendirilmektedir. Bir destinasyonun sahip olduğu sıcaklık, yağış, nem, güneşlenme süresi ve rüzgâr gibi iklimsel özellikler, turistlerin seyahat zamanlarını, faaliyet tercihlerini ve destinasyona yönelik genel memnuniyet düzeylerini önemli ölçüde etkilemektedir (Özgüç, 2017). İnceleme alanı olan Eskişehir kent merkezinde egemen olan karasal iklim karakteri, turizm hareketliliğinde belirgin bir mevsimsel dalgalanmaya yol açmaktadır. Kış aylarında sıfırın altına düşen sıcaklıklar ve don olayları, kentin açık alan rekreasyon potansiyelini (Porsuk

Çayı aksı, tematik parklar) baskılarken; ilkbahar ve sonbahar ayları, kentsel mekânların yaya olarak keşfedilmesi için en ideal iklimatik konforu sunmaktadır.

4.1.3. Bitki örtüsü

Eskişehir ilinin vejetasyon yapısı; coğrafi konumu ve iklimsel geçiş özelliğine bağlı olarak İç Anadolu stepleri ile Kuzey ve Batı Anadolu orman formasyonlarının bir sentezinden oluşmaktadır. Sahadaki orman varlığı genel olarak karaçam, sarıçam ve meşe türlerinden meydana gelmektedir. Sündiken Dağları'nın Porsuk Vadisi'ne bakan güney yamaçlarında 1000 metreden itibaren meşe çalılıkları, üst basamaklarda bodur meşeler ve 1200 metrenin üzerinde ise karaçam toplulukları egemendir. Bozdağ'ın Sakarya Vadisi'ne bakan alçak rakımlı yamaçlarında kızılçamlara rastlanırken, Mihaliççık çevresinde sarıçam ormanları, Çifteler ve Seyitgazi ilçelerinin güneyindeki Yapıldak köyü çevresinde ise çam ve meşe toplulukları bir arada görülmektedir (Eskişehir Ticaret Odası, 2002: 58). İlin güneyinde yer alan platolar ile Çifteler Ovası'nda orman örtüsü yerini tamamen step (bozkır) bitkilerine bırakmaktadır. Sarısu ve Porsuk vadilerinde yumak, yavşan otu ve kekik gibi step türleri yayılış gösterirken, Porsuk ve Keskin dereleri boyunca ise söğüt, kavak ve karaağaçlardan oluşan ormanlar ve koruluklar uzanmaktadır (Eskişehir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2025).

Çalışma alanının bağlı bulunduğu Tepebaşı ve Odunpazarı merkez ilçelerinde orman alanları, ağırlıklı olarak güneybatıda karaçam ve meşe türlerinden, güneydoğuda ise sedir ağaçlarından oluşmaktadır. Kent yerleşiminin güneybatısında yer alan ve karaçamın baskın olduğu Eskişehir Kent Ormanı ile akarsu boylarında gelişen galeri vejetasyonu, şehir coğrafyası ve şehir turizmi açısından önemli açık alan rekreasyon odakları arasında yer almaktadır (Koca, 2025: 87). Bu doğal bitki örtüsü ve yeşil alanlar, kentin peyzaj değerini artırarak rekreasyon alanlarının gelişimine katkı sağlamaktadır. Kent ormanları, mesire alanları ve Porsuk Vadisi boyunca uzanan yeşil koridorlar ise şehir turizmi açısından önemli doğal çekicilik unsurları oluşturmaktadır. Bu yönüyle bitki örtüsü, yalnızca Eskişehir'in ekolojik yapısını şekillendiren bir unsur değil, aynı zamanda ziyaretçilerin açık hava rekreasyonu, doğa temelli etkinlikler ve kentsel yaşam deneyimini destekleyen şehir turizmi kaynaklarından biri olarak değerlendirilmektedir.

4.1.4. Hidrolojik Özellikler

Eskişehir, hidrolojik açıdan hem yer üstü hem de yer altı su kaynakları yönünden zengin ve kentsel gelişimini bu kaynaklar etrafında şekillendirmiş bir yapıya sahiptir (Ertin, 1994: 96). Sakarya Nehri'nin en uzun yan kolu olan Porsuk Çayı, Eskişehir'in en önemli su

kaynağı ve kentsel morfolojisinin ana omurgasıdır. Genel bir perspektiften bakıldığında Porsuk Çayı, kentin iki merkez ilçesi olan Tepebaşı ve Odunpazarı arasında idari bir sınır oluştururken, fonksiyonel açıdan ise kentsel mekânın iki yakasını (Adalar ve Köprübaşı aksı) birbirine bağlayan ve bütünleştiren en dinamik turistik odak noktasıdır (Koca ve Menteşe, 2020: 219). Batı Anadolu Platosu'nda yer alan Porsuk Çayı, kaynağını Kütahya il sınırları içinde bulunan Tokul Köyü yakınlarındaki Murat Dağı eteklerinden almakta ve 460 kilometrelik bir akışın ardından Sakarya Nehri ile birleşmektedir (Ocak vd., 2012: 42). Porsuk Çayı'nın akım rejimi, havzanın karasal iklim özelliklerine bağlı olarak "kar ve yağmur suları ile beslenen düzensiz rejim" karakteri sergilemektedir. Bu doğrultuda, nisan ayında sıcaklık artışına bağlı kar erimeleri ve konveksiyonel yağışlarla tırmanışa geçen debi değerleri, yaz döneminde şiddetli buharlaşma ve yağış azlığı nedeniyle belirgin bir düşüş kaydetmektedir. Akarsuyun yıllık ortalama debisi 6,11 m³/sn olup, aylık ortalama akım değerleri 15 m³/sn'nin üzerine çıkmamaktadır. Akım rejimindeki bu düzensizlik, kent merkezinin üst kısmında yer alan Porsuk Barajı vasıtasıyla regüle edilmekte; bu durum kentsel rekreasyon mekânlarında ani taşkın risklerini önlediği gibi, yaz aylarında bile nehir yatağındaki su seviyesinin belirli bir standartta kalmasını sağlamaktadır (Koca ve Menteşe, 2020: 219). Hidrolojik yapının sağladığı bu istikrar, Eskişehir şehir turizminin ayırt edici unsurlarından biri olan nehir içi turistik taşımacılık faaliyetlerinin (gondol ve bot turları) ile akarsu kıyısında gerçekleştirilen rekreasyon faaliyetlerinin yılın büyük bölümünde kesintisiz bir şekilde sürdürülebilmesine olanak sağlamaktadır. Merkez ilçelerde yer alan diğer önemli su kaynakları arasında, kuzey kesimlerden doğarak güney yönünde akışını sürdüren ve Porsuk Çayı'na ulaşan Koca Dere ile batıdan doğuya doğru akan ve Porsuk Çayı'nın yan kollarından biri olan Sarısu Çayı bulunmaktadır. Ancak bu akarsuların uzunluğu ve debileri Porsuk Çayı kadar önemli bir yere sahip değildir (Koca ve Menteşe, 2020: 219).

Eskişehir Ovası, yer üstü sularının yanı sıra yer altı suyu potansiyeli ve jeotermal kaynaklar açısından da dikkat çekici özelliklere sahiptir. Bölgenin hidrojeolojik yapısı incelendiğinde, ova tabanında yer yüzeyinin yaklaşık 3–5 metre altında yüksek bir yer altı su tabakası bulunduğu belirlenmiştir. Sahadaki aktif tektonizmaya bağlı olarak çok sayıda sıcak su kaynağı ile bu kaynakların çevresinde gelişmiş geleneksel hamamlar, kaplıcalar ve şifalı içme kaynakları yer almaktadır. Bu jeotermal kaynakların en yoğun kümелendiği alan, kent merkezinde tarihsel bir şifa ve ticaret aksı oluşturan "Sıcaksular" bölgesidir. Söz konusu alanda konumlanan tarihi ve modern hamam yapılarında kullanılan suların sıcaklıkları genellikle 35–55 °C arasında değişmektedir (ETO, 2002: 54). Kent merkezindeki bu zengin hidrojeolojik altyapı, Eskişehir'i sadece bir kültür ve eğlence destinasyonu değil, aynı zamanda kentsel

dokuyula bütünleşmiş bir sağlık ve termal şehir turizmi destinasyonu hâline getiren temel fiziki coğrafya faktörüdür.

4.2. Beşeri ve Ekonomik Özellikler ile Turizm İlişkisi

4.2.1. Eskişehir'in Tarihsel Gelişimi ve Yerleşim Özellikleri

Verimli bir ova üzerine kurulan Eskişehir, Anadolu'nun ilk yerleşim yerlerinden biridir ve Anadolu'nun geçirdiği bütün dönemleri geçirmiştir. İlk yerleşim merkezinin bugünkü şehir merkezine 3 km uzaklıkta, Porsuk vadisinin kuzeyinde yer alan ve halk arasında Şarhöyük adıyla anılan yer olduğu bilinmektedir. Antik çağda burası Dorilaion şehri olarak anılmaktadır. Ünlü coğrafyacı Strabon'a göre şehir adını Eretrialı Doryleos'tan almıştır. Eski kaynaklara göre burası İznik-Amorion yolu üzerinde yer alan bir termal merkezdir. Bizans döneminde daha fazla öne çıkan bu özelliği ile imparatorlar için dinlence ve eğlence yeri hâline gelmiştir (Doğru, 1992: 19).

Arkeolojik çalışmalara göre Eskişehir'in yerleşim tarihi Paleolitik (MÖ. 400.000-12.000) ve Mezolitik (MÖ. 12.000-10.000) dönemlere dayanmaktadır (ETO, 2002: 90). Bilecik-Eskişehir arasında yer alan Demircihöyük yerleşkesi ve Kalkanlı höyükte, yerleşik hayatın başladığı Neolitik Döneme ait kalıntılar bulunmuştur. Eskişehir Orman Fidanlığı çevresinde ise Kalkolitik döneme ait kalıntılar bulunmuştur (Altınsapan, 1999: 14). Tunç Çağı'nda ise Demircihöyük önemli bir iskan merkezi olarak görülmektedir. Arkeolojik kazılarda bulunan kalıntılar burada tarım ve hayvancılık yapıldığının göstergesidir. Bu kazılarda baklagiller, arpa, buğday kalıntıları bulunmuştur (Doğru, 1992: 20). Yapılan kazılar Eskişehir'de Hititlerin de yaşadığını göstermektedir. Eskişehir'in 16 kilometre doğusunda Çavlum Köyü'nde yapılan kazılarda Eski Hitit Dönemi'ne ait bir nekropol bulunmuştur. Ayrıca kazılarda tunçtan yapılmış iğne ve bilezikler, pişmiş topraktan mühür baskıları, çanak ve çömlekler ele geçirilmiştir. Yapılan kazılarda Dorylaion'un (Şarhöyük) Hititçe adına henüz rastlanmamıştır. Ancak burada bulunan bir mühür baskısı üzerinde yer alan Luvi resim yazısına göre şehir Hitit hükümdarının oğlu veya çok yakın bir soylu tarafından yönetilmektedir (ETO, 2002: 104). MÖ 1200 yıllarında Balkanlardan Anadolu'ya gelen Frigler Hititlerin yıkılmasında önemli rol oynamışlardır. Hititlerin yıkılmasının ardından Frigler İç Batı Anadolu Bölgesine yerleşmişlerdir. Nitekim Frigler Orta Anadolu Bölgesinde başkentleri Gordion olan bir krallık kurmuşlardır (Sivas, 2008: 60-81). Frig Devleti'nin antik kaynaklarda adı geçen ilk kralı Gordios'tur. Kral Gordios'un ardından ise tahta oğlu Midas geçmiştir. Friglerin tarihleri boyunca en güçlü oldukları kısım Eskişehir, Afyonkarahisar ve Kütahya illeri arasında yer alan Küçük Frigya olarak adlandırılan bölgedir. MÖ 8. yüzyıl ile MÖ 6. yüzyılların ilk bölümlerinde

bölgede birçok Frig kale tipi yerleşmeler kurulmuştur (ETO, 2002: 106). Frigler döneminden günümüze ulaşan kaya anıtları, kale yerleşmeleri ve kutsal alanlar, Eskişehir'in tarihsel ve kültürel mirasının en önemli bileşenleri arasında yer almaktadır. Özellikle Han ilçesi sınırlarında bulunan Yazılıkaya (Midas Anıtı) ve Frig Vadisi'ndeki diğer arkeolojik kalıntılar, bölgenin kültür turizmi ve arkeo-turizm potansiyelini güçlendiren başlıca çekicilik unsurlarını oluşturmaktadır. Bu yönüyle Frig uygarlığının bıraktığı tarihsel miras, yalnızca Eskişehir'in geçmişine ışık tutmakla kalmamakta, aynı zamanda şehrin turizm arzını çeşitlendiren ve ziyaretçi çekiciliğini artıran önemli bir kültürel kaynak olarak değerlendirilmektedir.

Friglerin yıkılmasının ardından bölgede güçlenen Lidyalılar bölgede hüküm sürmeye başlamıştır. Lidyalılar ise Persler tarafından yıkılmıştır. Ardından Persler bu bölgede 200 yıl kadar yaşamışlardır (Albek, 1991: 37). MÖ 334'te Büyük İskender'in Anadolu'ya gelişiyle bölge, İskender'in egemenliğine girmiştir. Büyük İskender'in ölümüyle Frigya İskender'in komutanları arasında el değiştirmiştir. MÖ 188'de ise Bergama Krallığı bölgeye hakim olmuştur. Bu tarihten sonra Dorylaion (Eskişehir), Nakoleia (Seyitgazi), Kotaion'u (Kütahya) içine alan bölge "Frigya Epiktetos" olarak adlandırılmıştır (Olçay Uçkan ve Uçkan, 2002: 15). Antik dönemde "Frigya Epiktetos" olarak adlandırılan bu bölge, günümüzde Eskişehir'in kültürel mirasının önemli bileşenlerinden birini oluşturmaktadır. Dorylaion (Eskişehir), Nakoleia (Seyitgazi) ve Midas Vadisi çevresindeki arkeolojik ve kültürel varlıklar, günümüzde geliştirilen Frig Vadisi ve Eskişehir kültür rotalarının tarihsel temelini meydana getirmektedir.

MÖ 133'de bölge Bergama Krallığı tarafından Roma İmparatorluğuna veraset yoluyla aktarılmıştır (Olçay Uçkan ve Uçkan, 2002: 15). Daha sonra MÖ 129 yılında Anadolu'nun batısında Asia eyaleti kurulmuştur. Eskişehir'in içinde yer aldığı Frigya toprakları da MÖ 116 yılında Asia eyaletine katılmıştır (ETO, 2002: 130). MÖ 25 yılında Frigya'nın doğu kısmı Galatia'ya bağlanmış batı kısmı ise Asia eyaletine bağlanmıştır (Evcim, 2015: 21). MS 395'te Roma İmparatorluğu'nun ikiye ayrılmasının ardından Frigya Doğu Roma (Bizans) İmparatorluğu sınırları içinde kalmıştır (Olçay Uçkan ve Uçkan, 2002: 15). Bizanslılar döneminde, Eskişehir yöresinde yeni yerleşmeler kurulmuştur. İmparator Justinianus'un kurduğu ve kendi adını taşıyan Justinianopolis (Sivrihisar) bu kentlerin başında gelir (ETO, 2002: 138). Eskişehir ve çevresine büyük önem veren Justinianus, Dorilaion (Eskişehir) kentinde de bu dönemde düzenlemeler yapmıştır (Doğru, 1992: 21).

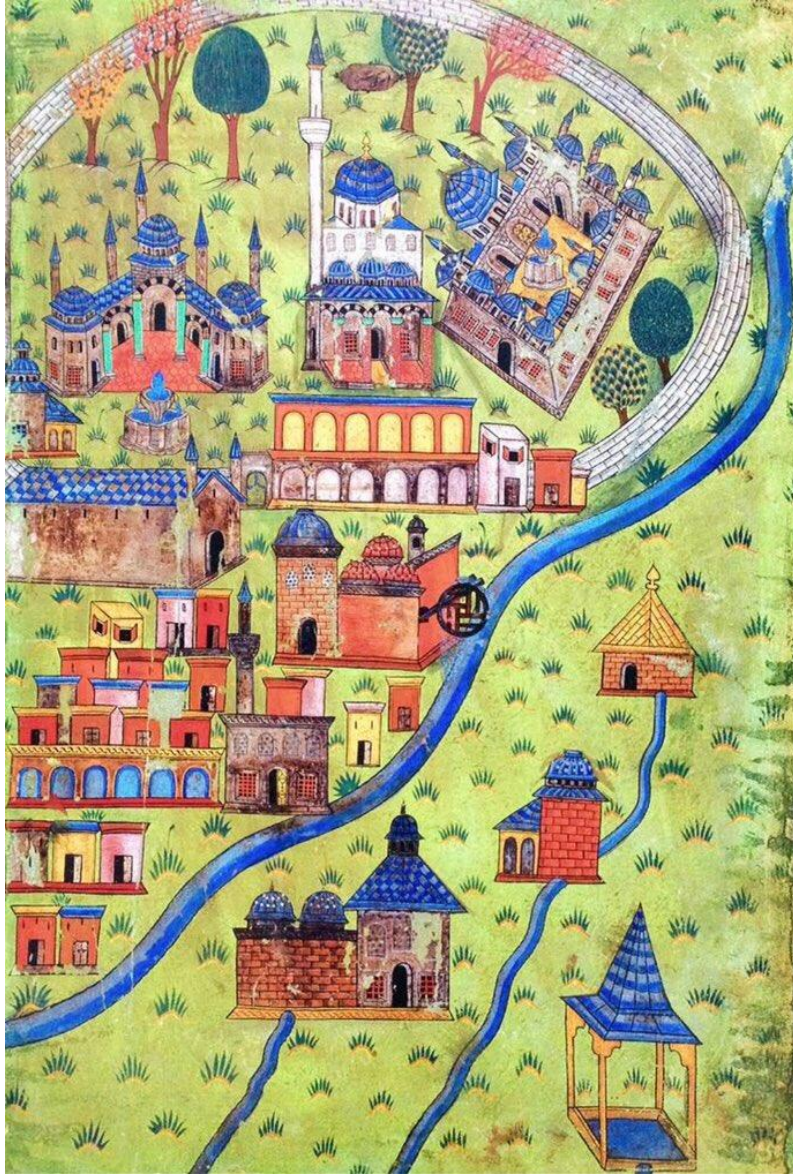
Eskişehir ve yakın çevresi, jeostratejik konumu ve Batı Anadolu-İç Anadolu geçiş koridorundaki kavşak noktası niteliği sebebiyle, Orta Çağ boyunca askeri coğrafya açısından kritik mücadelelere sahne olmuştur. Kent, 8. yüzyıldan itibaren İslam fetihleri kapsamında

güneyden gelen Arap seferlerinin hedefi olmuştur. 707 ve 778 yıllarında gerçekleşen bu askeri hareketler sırasında dönemin Arap kaynaklarında kentin adı "Darauliya" olarak kaydedilmiştir. Arap akınlarının ardından, 11. yüzyılla birlikte havza, Selçuklu Türklerinin Anadolu'daki iskân ve fütuh hareketlerinin ana rotalarından biri hâline gelmiştir (ETO, 2002: 138). Bu süreçte Bizans İmparatorluğu, Türk ilerleyişini sınırlandırmak ve stratejik geçitleri kontrol altında tutmak amacıyla bölgede güçlü savunma kaleleri inşa etmiştir (Olca Uçkan ve Uçkan, 2002: 15). 1071 Malazgirt Zaferi'nin ardından Bizans'ın savunma hattının kırılmasıyla birlikte, Türkiye Selçuklu Devleti'nin kurucusu Kutalmışoğlu Süleyman Şah ile Bizans İmparatoru VII. Michael arasında yapılan siyasi antlaşma neticesinde Dorylaion, Söğüt ve çevresi Türk idaresine girmiştir (Albek, 1991: 107). 1097 yılındaki I. Haçlı Seferi (Dorylaion Savaşı) sonrasında bölgenin kontrolü geçici olarak yeniden Bizans'a geçmiş ve Türk nüfus baskısı zayıflamış olsa da bölgedeki Türk varlığı tamamen ortadan kaldırılamamıştır. Nitekim 1147'deki II. Haçlı Seferi'nde Selçuklu Sultanı I. Mesud'un Haçlı ordularını Eskişehir yakınlarında büyük bir yenilgiye uğratması, 12. yüzyılın ortalarından itibaren bölgedeki Türk egemenliğini yeniden pekiştirmiştir. Anadolu'ya tekrar hâkim olmak için Eskişehir ve çevresini ele geçirmek gerektiğinin bilincinde olan Bizans İmparatoru Manuel Komnenos, 1175'te bölgeye bir sefer düzenleyerek ve Dorylaion'u bir sınır kapısı olarak yeniden inşa etmiştir. Ancak bu savunma girişimleri kalıcı olmamış; 1176 yılında I. Manuel Komnenos'un, II. Kılıç Arslan karşısında Miryokefalon Muharebesi'nde uğradığı yenilgi, Bizans'ın Anadolu'yu geri alma ümitlerini tamamen bitirmiştir. Bu askeri kırılmanın ardından, 1180'li yıllardan itibaren Eskişehir ve çevresi kesin ve kesintisiz olarak Türk yurdu hâline gelmiştir (ETO, 2002: 140).

Anadolu Selçuklu Devleti'nin uç şehri olan Eskişehir ve çevresi Türkmen topluluğunun yerleşme alanlarından biri olmuştur. Eskişehir ve çevresinde kalabalık Türkmen gruplarının bulunması, Osmanlı'nın doğuşuna yol açmış ve bu bölge Osmanlıların ilk faaliyet alanlarını oluşturmuştur (Oğuzoğlu ve Emecen, 2024). Moğol baskısının sonucunda Anadolu Selçuklu Devleti zayıflama sürecine girmesiyle birlikte Ertuğrul Gazi liderliğindeki Türkmen topluluğu güç kazanmaya başlamıştır. Ertuğrul Gazi'nin ölümünün ardından beyliğin başına gelen Osman Bey Karacahisar Kalesini fethetmiştir. Kale içindeki evlere Türk aileler yerleştirilmiştir. Burada bulunan bir kilise camiye çevrilmiştir. Bu Osmanlı tarihinde camiye çevrilen ilk kilisedir. Camide kılınan ilk Cuma namazında Osman Bey adına ilk Cuma Hutbesi okunmuştur (ETO, 2002: 140).

Osmanlı döneminde Eskişehir ve Sultanönü sancağında en büyük imar faaliyetleri Yavuz Sultan Selim döneminde gerçekleştirilmiştir. Eskişehir merkezde Kurşunlu Cami olarak

anılan Çoban Mustafa Paşa Camisi, Seyitgazi yakınında Şeyh Sücaaddin Türbe ve Külliyesi, Yazılıdere Köyü'nde Üryan Baba Türbesi yaptırılmıştır (Doğru, 1992:43). Kanuni Sultan Süleyman döneminde ise Eskişehir sakin taşra kenti yaşamı sürmüştür. 1536'da Sultan Süleyman Irak Seferi dönüşünde Eskişehir de sıcak sular mevkiinde bir gece konaklayarak askerlerin temizlenmesini ve dinlenmesini sağlamıştır. Sultan Süleyman ile birlikte sefere katılan Matrakçı Nasuh, Eskişehir'i tasvir eden bir minyatür hazırlamıştır (Şekil 4.1). Kurşunlu Camii, Alaaddin Camii ve sıcak sular bölgesini betimleyen bu minyatür, 16. yüzyılda kentin fiziksel görünümünü ve önemli yapılarını belgeleyen en erken görsel kaynaklardan biri olarak kabul edilmektedir. Bu yönüyle eser, Eskişehir'in tarihî kent dokusunun ve kültürel mirasının günümüze aktarılmasına katkı sağlayan önemli bir belge niteliği taşımaktadır (Doğru, 1992: 44; ETO, 2002: 146).



Şekil 4.1. Matrakçı Nasuh'un Eskişehir minyatürü (Olca Uçkan ve Uçkan, 2002: 9)

16. yüzyılın ikinci yarısından itibaren Osmanlı idari ve ekonomik yapısında meydana gelen bozulmalar, Orta Anadolu genelinde ciddi güvenlik zafiyetlerine ve eşkıyalık (Celali) olaylarının tırmanmasına yol açmıştır. Medreseli isyanlarının da bu sürece eklemlenmesiyle birlikte; Eskişehir, Akşehir ve Karaman hattının batısında kalan coğrafi sahada toplumsal huzursuzluklar tepe noktasına ulaşmıştır. Özellikle yüzyılın sonlarına doğru organize olan eşkıya gruplarının haraç toplama, yağma ve cinayet gibi eylemleri kentsel ve kırsal yaşamı sekteye uğratmıştır. Bu sosyo-mekânsal karışıklıklar 17. yüzyılda da etkisini sürdürmüştür (Doğru, 1992: 44). Bu dönemde Osmanlı devlet politikasının daha çok Rumeli ve batı sınırlarına odaklanarak Anadolu coğrafyasını sosyoekonomik açıdan ihmal etmesi, kentin Celali isyanlarından doğrudan etkilenerek fiziki ve beşeri tahribata uğramasına neden olmuş ve Eskişehir bir duraklama dönemine girmiştir. Nitekim kentsel fonksiyonlarını ve nüfus gücünü kaybeden şehir, 17. yüzyılda kaza durumuna düşmüş ve Bursa vilayetinin Kütahya sancağına bağlı Eskişehir kazası olarak anılmıştır (Ertin, 2018: 41).

Bu duraklama ve gerileme evrelerinde kenti farklı yıllarda ziyaret eden Batılı seyyahların seyahatnamelerinde paylaştığı gözlemler, Eskişehir'in o dönemki genel görünümü, mekânsal yapısı ve sosyoekonomik çöküşü hakkında kıymetli coğrafi veriler sunmaktadır (Ertin, 1994: 14). 1680 yılında Eskişehir'den geçen seyyah Jean Jouvin Rochefort, kenti "küçük fakat kalabalık, buğdayı, sütü ve meyveleri bol bir şehir" olarak nitelendirerek tarımsal zenginliğine dikkat çekmiştir (ETO, 2002: 149). Buna karşın, takip eden yıllarda sahadaki bakımsızlık ve canlılığın yitirilmesi seyahatnamelerde daha baskın bir dille ifade edilmiştir. 1702 yılında şehri ziyaret eden Paul Lucas ve Joseph Pitton de Tournefort; kentin iki ayrı bölümden oluştuğunu, bu iki morfolojik kısım arasında belirgin bir boşluk bulunduğunu ve kentsel yaşamın oldukça sönükleştiğini aktarmışlardır. 1853 yılında sahayı inceleyen doğa bilimci ve seyyah Pyotr Chikhachev (Tchihatcheff) ise "Bir zamanların ihtişamlı Dorylaion'u yerinde yoksul ve çok kirli küçük bir kasaba buldum" diyerek kentsel gerilemenin boyutlarını gözler önüne sermiştir. Kenti ziyaret eden önemli seyyahlardan biri olan Charles Texier ise Eskişehir'in iki parçalı kentsel morfolojisini ve hidrojeolojik kimliğini şu cümlelerle betimlemiştir: "Eskişehir'in sıcak suları bugün de ünlüdür. Fakat şehir bayındırlık ve gelişimden uzak bir görünümündedir. Camilerin uzaktan görünüşü güzeldir. Evlerin üzerinde yükselen yedi-sekiz minare manzarayı güzelleştirmektedir. Şehir; ikametgâh alanı (Odunpazarı yamaçları) ve büyük bir çarşı ile hamamların bulunduğu ticaret sahası (ova tabanı) olmak üzere iki mahalleden meydana gelmiştir. Bu iki mahalle taştan yapılmış bir yol ile birbirlerine bağlanırlar." (Ertin, 1994: 15-16). Texier'in bu tasviri, Eskişehir'in tarihsel süreçte konut ve

ticaret işlevlerinin mekânsal olarak ayrıştığı iki odaklı kentsel yapısını belgeleyen önemli bir kentsel coğrafya tasviridir.

Kentin bu uzun süreli durağan toplumsal ve ekonomik yapısı, 18. yüzyılın ilk yarısından itibaren yeniden bir dönüşüm sürecine girmiştir. Bu mekânsal canlanmanın ilk temel nedeni Rumeli'deki toprakların kaybedilmesi ve Anadolu tarımının tekrar önem kazanmasıdır. Bu durum merkezi yönetimi göçerlerin yerleşmesini sağlamaya yöneltmiş, toprakların işlenmesi ise ticari yaşamı hareketlendirmiştir. Değişimin bir diğer nedeni ise 18. yüzyılın ikinci yarısında lületaş ticaretine bağlı olarak ticari bir canlanma meydana gelmiştir. Bu dönemde Türk tüccarlar tarafından Avrupa pazarında tanıtılan “lületaş” Avrupa’da büyük bir ilgi görmüştür (Ertin, 2018: 41).

1860 yılından sonra şehrin görünümü değişmeye başlamıştır. Bu değişimin en önemli nedenleri 1877-1878 Osmanlı-Rus Savaşı'ndan sonra kente yerleşen göçmenler ve 1894 yılında işletmeye açılan Berlin-Bağdat demiryoludur (Ertin, 1994: 15-16). 1860'tan sonra kentte görülen canlanma, aşağı ve yukarı mahallelerin yerleşme alanlarının biraz daha gelişmesi ile belirginlik kazanmıştır. Bu gelişmenin nedeni dış kaynaklı değil iç dinamizmden kaynaklanan bir karakterde olup, 18. yüzyılda başlayan lületaş ticaretinin de etkisi bulunmaktadır. Bu nedenle kentin durağan yapısındaki ilk önemli etki Balkan ve Kırım göçmenlerinin kente yerleşmesi ile başlamıştır. Nitekim 1880-1890 tarihleri arasında kentin kuzeyinde ovada başlayan gelişme 1892 yılında demiryolu inşaatının Eskişehir’e yaklaşması ile daha da hız kazanmıştır (Ertin, 2018: 43). Vital Cuinet Eskişehir’in o dönemdeki durumunu şöyle ifade etmiştir; “Kiremit örtülü ahşap evlerden oluşan Müslüman mahalleri güneydeki tepenin yamaçlarına yayılmış sağdaki Rum ve soldaki Ermeni mahalleri ise Porsuk çayına doğru gelişmeye başlamış, kaplıca ve çarşıda bu kısımlarda yer almış, ovada ise Rumeli göçmenlerinin yaptığı yeni mahalleler gelişmeye başlamıştır. Kent, henüz 100 m uzakta bulunan demiryoluna doğru büyük bir yayılma eğilimindedir”. (Ertin, 1994: 18).

1890 yılında başlayan ve Porsuk Çayı’nın kuzeylerine kadar uzanan konut yerleşim dokuları, merkezde çarşı alanını genişletmiştir. 1920’lere kadarki dönemde kopuk yerleşme dokusu, bahçelerin içine de konutlar yapılması ile yer yer birleşerek bütünlük kazanmıştır. Bu dönemde kentte çıkan yangın kentte büyük tahribe neden olmuştur. 1905 yılında çıkan bu yangın çarşıdaki yapıların ahşap olması nedeniyle kısa sürede yayılmış ve çevre konutlara sıçramıştır. Bu yangında kentin en eski kapalı çarşısı da yanmıştır (Üstün ve Tural, 2008: 269).

Demiryolu ağının Eskişehir’e ulaşması, kentin fonksiyonel yapısında önemli değişimlere yol açmıştır. Demiryolunun Eskişehir’i İstanbul’a bağlamasıyla birlikte kentin

ticari fonksiyonu yeniden canlanmış, şehir bölgesel ticaretin önemli merkezlerinden biri hâline gelmiştir. Demiryolu ulaşımının sağladığı ekonomik canlılık sayesinde Eskişehir, Almanlar tarafından kurulan ve Cumhuriyet öncesinin ilk sanayi kuruluşlarından biri olan Cer Atölyesi ile Osmanlı Devleti'nde sanayileşme sürecine erken katılan Anadolu kentlerinden biri olmuştur (Ertin, 1994: 20). Tarihsel coğrafya ve kentsel turizm perspektifinden değerlendirildiğinde, Erken Cumhuriyet döneminde şekillenen endüstriyel altyapı, günümüzde Eskişehir'in endüstriyel miras turizminin temelini oluşturmaktadır.

I. Dünya Savaşı yıllarında Eskişehir diğer Anadolu kentlerine göre biraz daha gelişmiş ve ekonomik olarak daha canlı şehirlerden biridir. Fakat bu durum 1914-1922 yılları arasındaki savaş ortamında bozulmuştur. Bu süreçte kentin sosyal ve ekonomik gelişmesi yavaşlamıştır. Bu nedenle kent ikinci bir duraklama dönemine girmiştir (Ertin, 2018: 46). Milli Mücadele yıllarının sonunda 1922'de Yunan işgalinden kurtulan Eskişehir'in bir kısmı harabe hâline gelmiştir. Özellikle şehrin ortasından yer alan ticaret merkezi Yunanlar tarafından yakılmıştır (Tuncel, TDV). Kent, Cumhuriyet dönemine girerken yıkık ve boşaltılmış bir kasaba görünümündeyken 1925 yılına gelindiğinde il merkezi olarak hızlı bir kentleşme ve fonksiyonlaşma sürecine girmiştir (Ertin, 1994: 22). Bu dönemde şehrin merkezindeki yangın yerleri taş binalarla dolmuş ve şehrin nüfusu artmaya başlamıştır. 1933'te Türkiye'nin ilk dört şeker fabrikasından biri Eskişehir'de kuruldu. Ayrıca savunma sanayine ait uçak tamir atölyeleri, kiremit ve tuğla fabrikaları, yağhane ve tabakhane gibi kuruluşlar kurulmuştur. Nitekim Eskişehir, eski zirai görünümünü terk ederek ticari ve endüstri şehri görünümüne sahip olmuştur (Tuncel, 1995). 1940 yılında Eskişehir, Türkiye'nin altıncı büyük ili hâline gelmiştir. Hızla artan nüfusun barınma ihtiyacını karşılamak amacıyla konut üretimi artmış, bu durum kentsel büyümeyi hızlandırmıştır. Söz konusu süreçte kent merkezi özellikle kuzey yönünde genişleme eğilimi göstermiştir (Eskişehir Büyükşehir Belediyesi, 2025).

1950 yılında şehirde bir sel felaketi yaşanmıştır. Bu sel felaketi bazı mahallelerin yeniden yapılandırılmasına neden olmuştur. Bazı konutlar onarılıp yenilenirken bazıları ise tamamen yeniden yapılmıştır (Ertin, 1994: 40). 1970'li yıllardan sonra şehirde gecekondular yerleşmeleri görülmeye başlanmıştır. Gecekondular en fazla İstanbul-Ankara karayolunun kuzeyi ile büyük sanayi kuruluşlarının çevrelerinde görülmüştür. (Tuncel, 1995).

4.2.2. Şehrin Yakın Dönem Gelişimi ve Şehir Turizminin Doğuşu

1990'lı yılların sonu, Eskişehir'in kentsel gelişiminde önemli bir dönüm noktası olmuştur. 1999 yılında Prof. Dr. Yılmaz Büyükerşen'in belediye başkanı olarak göreve başlamasının ardından kentte uzun vadeli ve bütüncül bir dönüşüm anlayışı benimsenmiştir. Bu

süreçte yeşil alanlar artırılmış, kamusal mekânlar yeniden düzenlenmiş ve kent estetiğini güçlendirmeye yönelik uygulamalarla Eskişehir'in fiziksel görünümünde önemli iyileşmeler sağlanmıştır. Dönüşüm sürecinin en dikkat çekici uygulamalarından biri ise Porsuk Çayı ve çevresine yönelik gerçekleştirilen ıslah ve rekreasyon çalışmaları olmuştur. Uzun yıllar sanayi kaynaklı kirlilikten etkilenen Porsuk Çayı, yürütülen düzenlemeler sonucunda yeniden kent yaşamına kazandırılmış ve sosyal yaşamın odak noktalarından biri hâline gelmiştir. Çay üzerinde başlatılan gondol ve bot turları ile kıyı düzenlemeleri, Eskişehir'in turistik çekiciliğini artırırken kente özgün bir kent imajının oluşmasına da katkı sağlamıştır (İlgar, 2008; Akarçay ve Suğur, 2016; Kavas ve Ertekoğlu, 2025). Kentte yeşil alanların artırılması ve rekreasyon alanlarının geliştirilmesi amacıyla hayata geçirilen önemli projelerden biri Kentpark olmuştur. Yapay plajı, açık ve kapalı yüzme havuzları, göletleri, çocuk oyun alanları, yürüyüş yolları ve çeşitli sosyal donatılarıyla Eskişehir'in önemli rekreasyon alanlarından biri hâline gelen park, Porsuk Çayı ile bütünleşik yapısı sayesinde kent sakinlerine sosyal yaşam alanı sunarken kentin turistik çekiciliğine de katkı sağlamıştır. Bu kapsamda gerçekleştirilen bir diğer önemli proje ise Sazova Bilim, Kültür ve Sanat Parkı olmuştur. 2008 yılında hizmete açılan park; Bilim Deney Merkezi, Uzay Evi, Masal Şatosu, Hayvanat Bahçesi, Japon Bahçesi ve geniş yeşil alanlarıyla eğitim, kültür ve rekreasyonu bir araya getiren çok işlevli bir yaşam alanı olarak tasarlanmış, sahip olduğu çeşitli kullanım alanları sayesinde hem kent halkı hem de ziyaretçiler için önemli bir çekim merkezi hâline gelmiştir (Kavas ve Ertekoğlu, 2025).

Eskişehir'in tarihî ve kültürel kimliğinin en önemli unsurlarından biri olan Odunpazarı Evleri, kentin ilk yerleşim alanını oluşturması nedeniyle önemli bir değere sahiptir. Bölgenin korunmasına yönelik ilk çalışmalar Odunpazarı Evleri Cephe Sağıklaştırma Projesi ile başlatılmış, geleneksel konut dokusunun ve sokak bütünlüğünün korunması hedeflenmiştir. Ardından 2002 yılında Odunpazarı Tarihi Koruma ve Geliştirme Projesi ile tescilli yapıların restorasyonu gerçekleştirilmiş ve tarihî çevrenin korunmasına yönelik uygulamalar genişletilmiştir. 2005 yılında ise Odunpazarı Evleri'ni Yaşatma Projesi hayata geçirilerek restorasyon ve cephe sağıklaştırma çalışmaları etaplar hâlinde sürdürülmüştür. Bu uygulamalar sonucunda Odunpazarı; butik otelleri, Atlıhan El Sanatları Çarşısı, Lületaşı Müzesi, Yılmaz Büyükerşen Balmumu Heykeller Müzesi ve Odunpazarı Modern Müze (OMM) gibi kültürel ve turistik mekânlarıyla Eskişehir'in en önemli kültür turizmi destinasyonlarından biri hâline gelmiştir (Coşkun ve Okuyucu, 2022).

2000'li yıllarda Eskişehir'in ticari ve ekonomik yapısında da önemli değişimler yaşanmıştır. Bu süreçte modern alışveriş merkezlerinin açılması, kentin tüketim alışkanlıklarını

ve mekânsal gelişimini önemli ölçüde etkilemiştir. 2007 yılında Kanatlı, Neo ve Espark alışveriş merkezleri, 2011 yılında ise Özdilek Alışveriş Merkezi hizmete açılmıştır. Özellikle Kanatlı ve Espark Alışveriş Merkezleri, eski sanayi alanlarının yeniden işlevlendirilmesiyle kente kazandırılmış ve bulundukları bölgelerin dönüşümünde etkili olmuştur. Bu yatırımlar çevrelerindeki konut ve ticaret alanlarının değerini artırmış, yeme-içme, konaklama, bankacılık ve eğlence sektörlerinin gelişmesini desteklemiştir. Böylece alışveriş merkezleri yalnızca ticaretin değil, aynı zamanda Eskişehir'in kentsel gelişimi ve ekonomik canlılığının önemli unsurları hâline gelmiştir (Akarçay ve Suğur, 2016). 2009 yılında Ankara-Eskişehir YHT hattının hizmete açılması, ilerleyen yıllarda ise İstanbul ve Konya bağlantılarının eklenmesiyle Eskişehir'in ulaşılabilirliği önemli ölçüde artmıştır. Özellikle Ankara ve İstanbul gibi büyük şehirlerden ulaşım süresinin kısalması, kentin ziyaretçi sayısının artmasına katkı sağlamış ve Eskişehir'i hafta sonu ile günübirlik seyahatler açısından tercih edilen destinasyonlardan biri hâline getirmiştir.

Sonuç olarak, tarih boyunca önemli bir ulaşım ve yerleşim merkezi olan Eskişehir, 2000'li yıllardan itibaren gerçekleştirilen koruma, restorasyon ve kentsel dönüşüm uygulamalarıyla tarihî ve kültürel mirasını turizm potansiyeliyle bütünleştirmiştir. Odunpazarı Tarihi Yerleşim Alanı, Porsuk Çayı çevresinde oluşturulan rekreasyon alanları, tematik parklar, müzeler ve gelişen ulaşım altyapısı, kentin turizm kimliğinin güçlenmesinde önemli rol oynamıştır.

4.2.3. Nüfus Gelişimi

Eskişehir kent merkezinin nüfus büyüklüğüne ilişkin 16. yüzyıl öncesine ait kantitatif veriler oldukça sınırlıdır. Bununla birlikte, Cacaoğlu Nureddin Bey'in 13. yüzyıl sonlarındaki vakıf kayıtları, dönemin Eskişehir yerleşmesinin bölgesel ölçekte işlek ve kalabalık bir merkez olduğuna işaret etmektedir. Ancak takip eden süreçte kentin jeopolitik açıdan hareketli ve çatışmalı bir tampon bölgede yer alması, Osmanlı egemenliğinin tesis edildiği döneme kadar kentsel dokunun tekrarlayan tahribatlara maruz kaldığını düşündürmektedir. Nitekim kent, Osmanlı idari yapısına dahil olmasının ardından demografik ve ekonomik açıdan uzun bir duraklama ve toparlanma dönemi geçirmiştir (Oğuzoğlu ve Emecen, 1995). 16. yüzyılda Kanuni ve II. Selim zamanlarında düzenlenen tahrir defterlerine göre o dönemde şehirde bulunan mahalle ve hane sayıları Tablo 4.2'de gösterilmiştir. Tarihsel coğrafya çerçevesinde tahrir defterleri incelendiğinde; Kanuni döneminde 7 olan mahalle sayısının, II. Selim döneminde yeni bir iskân odağı olarak Cedid Mahallesi'nin eklenmesiyle 8'e yükseldiği görülmektedir. Aynı dönemde kentsel

yerleşimdeki toplam hane sayısı 172'den 537'ye çıkarak yaklaşık %212,2 oranında artış göstermiştir. Osmanlı nüfus araştırmalarında yaygın olarak kullanılan "bir hanede ortalama beş kişi yaşadığı" kabulü (1 hane = 5 kişi) esas alındığında, Eskişehir kent merkezinin nüfusunun Kanuni Sultan Süleyman döneminde yaklaşık 860 kişi iken II. Selim döneminde yaklaşık 2.685 kişiye ulaştığı tahmin edilmektedir. Mahalleler bazında değerlendirildiğinde, en dikkat çekici nüfus artışının Paşa Mahallesi'nde gerçekleştiği anlaşılmaktadır. Kanuni Sultan Süleyman döneminde yalnızca 18 haneden oluşan mahalle, Çoban Mustafa Paşa tarafından 1525 yılında inşa ettirilen Kurşunlu Camii ve Külliyesi sayesinde önemli bir gelişim göstermiştir. Külliye'nin oluşturduğu dinî, sosyal ve ekonomik çekim merkezi etkisiyle mahalle, II. Selim döneminde 163 haneye ulaşarak kentin en büyük yerleşim alanlarından biri hâline gelmiştir (Doğru, 1992: 50). Tarihsel nüfus coğrafyasına ilişkin bu bulgular, günümüz Eskişehir'inin kültürel miras turizmi açısından mekânsal kökenlerini ortaya koymaktadır. Paşa ve Dede mahalleleri, günümüzde Odunpazarı Tarihi Kentsel Sit Alanı sınırları içinde özgün kentsel dokusunu korumaktadır. 16. yüzyılda dinî ve sosyal merkezler olarak şekillenen bu mahalleler, günümüzde geleneksel sivil mimari örnekleri ve anıtsal yapılarıyla kent turizminin önemli çekim merkezleri arasında yer almakta ve kentsel morfolojideki tarihsel sürekliliği yansıtmaktadır.

Tablo 4.2. Kanuni ve II. Selim dönemindeki mahalle, hane sayıları ve artış oranları (Doğru, 1992: 50'den yararlanılarak düzenlenmiştir)

Mahalle Adı	Kanuni Dönemi	II. Selim Dönemi	Artış Oranı (%)
Orta Mescidi	51 Hane	126 Hane	+147,0
Alaca Mescidi	23 Hane	73 Hane	+217,3
Hacı Atmaca	23 Hane	44 Hane	+91,3
Salı Mescidi	24 Hane	37 Hane	+54,1
Paşa	18 Hane	163 Hane	+805,5
Dede	22 Hane	35 Hane	+59,0
Türkmenler	11 Hane	44 Hane	+300,0
Cedid	-	15 Hane	-
Toplam Hane	172	537	+212,2

1641-1642'de şehri ziyaret eden bir yahudi seyyah Eskişehir'de dört han ile 130 kadar dükkân bulunduğunu ifade etmiştir (Oğuzoğlu ve Emecen, 1995). Ünlü seyyah Evliya Çelebi ise 1648 yılında Eskişehir'e gelmiştir. Seyyah, şehrin 17 mahallesi olduğunu ve çarşısında 800 dükkan bulunduğundan bahsetmiştir. 1680'de Eskişehir'e gelen Seyyah Jouin Rochefort ise Eskişehir'den küçük fakat kalabalık bir şehir olarak bahsetmiştir (ETO, 2002: 149). 18. yüzyıl 1709 tarihli avârız tahririne göre şehrin 179'u askerî statüde, 145'i sivil reâyâ olmak üzere 324 nefer erkek nüfusu bulunmaktaydı. Bu rakama göre burada en az 2000 kişi yaşıyordu (Oğuzoğlu

ve Emecen, 1995). 1800'lü yıllarda ise Stewig (1970)'e göre şehrin nüfusu 900 hane ve 4500 kişidir. 1886'da şehri ziyaret eden Von Diest ise şehrin nüfusunu 15.000 kişi olarak tahmin etmiştir. Vital Cuinet ise 1894 yılında basılan eserinde şehrin nüfusunu 19.023 kişi olarak belirtmiştir.

Bu dönemde şehirdeki en önemli nüfus hareketi 1877-1878 yıllarındaki Osmanlı- Rus Savaşı sonucunda şehre gelen göçmenlerdir (Ertin, 1994: 102-103). Bu tarihlerde şehre Kafkasyadan Çerkes Göçü, Tuna Muharebesinden sonra Balkan Göçü ve hemen ardından Kırım Göçü olmuştur (Tunçdilek, 1953: 203). Bu göçler yalnızca kentin nüfusunu niceliksel olarak artırmamış, aynı zamanda yerleşim dokusunun genişlemesine ve kentsel gelişim sürecinin hızlanmasına da katkı sağlamıştır. Bu dönemde şehrin nüfusunun artmasını sağlayan bir diğer etken ise Bağdat demiryolunun işletmeye açılmasıdır. Bağdat Demiryolu'nun Eskişehir'e ulaşması, kentin bölgesel ulaşım ağındaki konumunu güçlendirmiş; ticaret, ulaşım ve hizmet faaliyetlerinin gelişmesini sağlayarak yeni ekonomik fırsatlar oluşturmuştur. Özellikle 1896 yılında Eskişehir-Konya Demiryolu Hattı'nın işletmeye açılması, kentin Anadolu içlerindeki ulaşım bağlantılarını kuvvetlendiren önemli bir dönüm noktasıdır. Demiryolu yatırımlarıyla birlikte ekonomik faaliyetlerin çeşitlenmesi, göç hareketlerini teşvik etmiş ve nüfus artışını desteklemiştir. Bu gelişmeler sonucunda Eskişehir'in nüfusunun I. Dünya Savaşı öncesinde yaklaşık 25.000-30.000 kişiye ulaştığı belirtilmektedir (Oğuzoğlu ve Emecen, TDV). Bununla birlikte, Cumhuriyet öncesi dönemde nüfus artışının kesintiye uğradığı dönemler de yaşanmıştır. 1911-1912 Balkan Savaşları, I. Dünya Savaşı ve Kurtuluş Savaşı sırasında yaşanan askerî seferberlik, savaş kaynaklı can kayıpları ve güvenlik endişeleri nedeniyle kent nüfusunda önemli azalmalar meydana gelmiştir. Ayrıca Yunan ordusunun Eskişehir'e ilerlemesi sırasında birçok kent sakini güvenlik gerekçesiyle farklı bölgelere göç etmek zorunda kalmıştır. Bu gelişmeler sonucunda 1914-1922 yılları arasında Eskişehir'in nüfusunda belirgin bir gerileme yaşanmıştır (Ertin, 1994:103-104).

Cumhuriyet'in ilanının ardından Eskişehir yeniden büyüme sürecine girmiştir. 1925 yılında il merkezi statüsünü kazanmasıyla birlikte idari, ekonomik ve sosyal fonksiyonları güçlenen kent, sanayileşme ve ulaşım yatırımlarının etkisiyle hızla gelişmeye başlamıştır. Cumhuriyet döneminin ilk resmî nüfus sayımının gerçekleştirildiği 1927 yılında kentsel nüfus 32.341 kişi olarak tespit edilmiş, bu sayı 1935 yılında 47.045'e yükselmiştir. Nüfus artışına paralel olarak İstiklâl, Hoşnudiye ve Ârifiye gibi yeni mahallelerin kurulması, kentin yatay yönde genişlediğini ve yerleşim alanlarının çeşitlendiğini göstermektedir. Aynı dönemde gerçekleştirilen sanayi yatırımları sayesinde Eskişehir, ağırlıklı olarak tarımsal karakter taşıyan

bir yerleşimden sanayi, ticaret ve hizmet sektörlerinin ön plana çıktığı çok işlevli bir kent kimliği kazanmıştır (Tuncel, 1995). Kentsel nüfus artışı sonraki yıllarda da devam etmiş; nüfus 1940 yılında 60.742'ye, 1945 yılında 80.030'a ve 1950 yılında 89.879'a ulaşmıştır. Tablo 4.3'te görüldüğü üzere, 1927-1955 döneminde Eskişehir'in kentsel nüfus artış hızı Türkiye ortalamasının üzerinde gerçekleşmiştir. En yüksek artış oranları 1927-1935 ile 1950-1955 dönemlerinde kaydedilmiştir. Bu durum, Cumhuriyet'in ilk yıllarında devam eden iskân politikaları ve sanayileşme süreciyle yakından ilişkilidir (Ertin, 1994: 106). Buna karşılık, Eskişehir'de en düşük nüfus artış oranı 1945-1950 döneminde gerçekleşirken, Türkiye genelinde bu durum 1940-1945 döneminde görülmektedir. II. Dünya Savaşı'nın oluşturduğu ekonomik ve sosyal koşullar, Türkiye savaşa fiilen katılmamış olmasına rağmen nüfus hareketlerini yavaşlatmış ve doğal nüfus artış hızını olumsuz etkilemiştir.

Tarihsel nüfus coğrafyası verileri ile kentsel gelişim birlikte değerlendirildiğinde, Eskişehir'de nüfus artışı ile mekânsal büyüme arasında güçlü bir ilişki olduğu görülmektedir. Göç hareketleri, demiryolu yatırımları ve sanayileşme süreci, kentin tarihî çekirdeğinin çevresinde yeni yerleşim alanlarının oluşmasını sağlayarak kentsel morfolojiyi yeniden şekillendirmiştir. Bir yandan tarihî Odunpazarı yerleşmesi geleneksel kent dokusunu korurken, diğer yandan demiryolu istasyonu ve Porsuk Çayı çevresinde gelişen yeni yerleşim alanları modern kent merkezinin oluşumunu hızlandırmıştır.

Tablo 4.3. Yıllara göre Eskişehir ve Türkiye'deki şehirsal nüfus miktarı ve artış oranları (TÜİK, 2025)

Yıllar	Eskişehir Şehirsal Nüfus Miktarı	Türkiye Şehirsal Nüfus Miktarı	Yıllar	Eskişehir Şehirsal Nüfus Artış Oranı	Türkiye Şehirsal Nüfus Artış Oranı
1927	32.341	3.305.879	1927-35	45.4	15.0
1935	47.045	3.802.602	1935-40	29.1	14.2
1940	60.742	4.346.249	1940-45	31.7	7.8
1945	80.030	4.687.102	1945-50	12.3	11.8
1950	89.879	5.244.337	1950-55	33.6	32.9
1955	120.092	6.927.343	1955-60	27.4	27.8
1960	153.096	8.859.731	1960-65	13.5	21.9
1965	173.882	10.805.817	1965-70	24.4	26.7
1970	216.373	13.691.101	1970-75	20.1	23.2
1975	259.952	16.869.068	1975-80	19.0	16.4
1980	309.431	19.645.007	1980-85	18.5	36.7
1985	366.765	26.865.757	1985-90	12.6	24.0
1990	413.082	33.326.351	1990-2000	16.8	32.0

1960 yılında şehrin nüfusu 153.096'ya yükselmiştir. Bu dönemde şehir nüfus büyüklüğü bakımından İstanbul, Ankara, İzmir, Adana ve Bursa'dan sonra 6. sırada yer almıştır. 1965 yılında şehrin nüfusu 173.882 kişi ulaşmıştır (Ertin, 1994: 106). Ancak şehrin nüfus artış hızı Türkiye'deki şehirselleşme nüfus artışının altına düşmüştür. Bu dönemde şehre yerleşen başka il doğumluların sayısı 50.101 kişidir. Bu dönemde Eskişehir'e nüfus veren iller ve nüfus miktarları Tablo 4.4'te gösterilmiştir. Tablo incelendiğinde, 1965 yılında Eskişehir'e en fazla göç veren ilin Bilecik (10.918 kişi) olduğu görülmektedir. Bilecik'i sırasıyla Afyon (5.981 kişi), Bursa (2.707 kişi), İstanbul (2.666 kişi), Ankara (2.492 kişi) ve Kütahya (2.440 kişi) izlemektedir. Bunun yanında Konya, Balıkesir, İzmir, Sivas ve Adana da Eskişehir'e göç veren iller arasında yer almakla birlikte, bu illerden gelen göçmen sayısı görece daha düşüktür.

Tablo 4.4. 1965 yılında Eskişehir iline göç veren iller ve verilen nüfus miktarları (Ertin, 1994: 108)

Eskişehir'e Göç Veren İller	Nüfus Miktarı
Bilecik	10.918
Afyon	5.981
Bursa	2.707
İstanbul	2.666
Ankara	2.492
Kütahya	2.440
Konya	1.918
Balıkesir	1.320
İzmir	1.202
Sivas	862
Adana	545
Diğer İller	18.252
Toplam	50.101

Şehrin nüfusun 1970 yılında 216.373 kişiye ulaşmıştır. Bu dönemde nüfus büyüklüğü açısından Gaziantep'ten sonra 7. sıraya düşen Eskişehir, 1980 yılında 309.431 kişiyle Konya'dan sonra 8. Sıraya düşmüştür. 1985 yılında ise şehrin nüfusu 57.334 kişi artmış ve 366.765 kişi olmuştur. Bu dönemde nüfus artış oranı Türkiye'deki şehirselleşme nüfus artış oranından düşüktür. Şehir, nüfus büyüklüğü açısından ise Kayseri'den sonra 9. sıraya kadar gerilemiştir. 1990 yılında ise şehrin nüfusu artarak 413.082'ye ulaşmıştır. Bu dönemde şehirselleşme nüfus artış oranı Türkiye'deki nüfus artış oranından düşük olan Eskişehir, nüfus büyüklüğü açısından da 10. sıraya gerilemiştir. Fakat bu dönemde göç hareketleri devam etmiştir. 1989 yılında Türk asıllı Bulgar vatandaşların sınır dışı edilmesi ile bir kısım Bulgar göçmen Eskişehir'e gelmiştir (Ertin, 1992: 170-175). 2000 yılına gelindiğinde ise Eskişehir'in kentsel nüfusu 482.793 kişiye ulaşarak büyüme eğilimini sürdürmüştür.

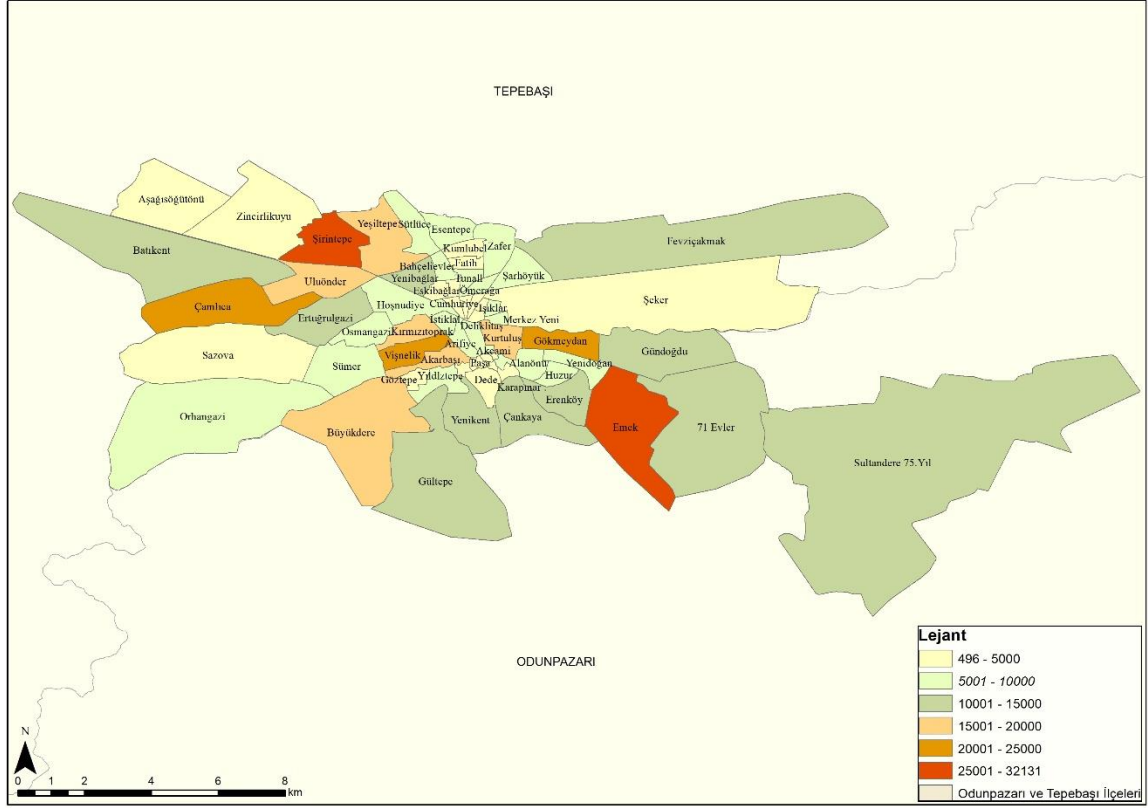
2007 yılında uygulanmaya başlanan Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi (ADNKS) verilerine göre Odunpazarı ve Tepebaşı ilçelerinin kentsel nüfusları Tablo 4.5'te sunulmuştur. Veriler incelendiğinde, 2007-2024 döneminde her iki ilçenin de kentsel nüfusunun düzenli olarak arttığı, Odunpazarı'nın ise tüm yıllarda Tepebaşı'ndan daha yüksek nüfusa sahip olduğu görülmektedir. İlçeler arasındaki nüfus dağılışı, Eskişehir'in tarihî kent merkezi ile modern gelişim alanlarının farklı özellikler taşıdığını ortaya koymaktadır. Tarihî Odunpazarı yerleşmesini bünyesinde barındıran Odunpazarı ilçesi, yüksek nüfusuyla birlikte kültürel miras alanlarının aynı zamanda canlı bir yerleşim alanı olma özelliğini sürdürdüğünü göstermektedir. Buna karşılık Tepebaşı ilçesi, üniversiteler, rekreasyon alanları, ticaret ve hizmet fonksiyonlarının yoğunlaştığı modern kent merkezi olarak öne çıkmaktadır. Bu durum, Eskişehir turizminde kültürel miras odaklı turizm faaliyetlerinin ağırlıklı olarak Odunpazarı'nda; kent turizmi, yeme-içme, eğlence ve rekreasyon faaliyetlerinin ise daha çok Tepebaşı'nda yoğunlaştığını ortaya koymaktadır.

Tablo 4.5. 2007-2024 yılları arasındaki Odunpazarı ve Tepebaşı'nın şehrsel nüfusları (TÜİK, 2025)

Yıllar	Odunpazarı Şehrsel Nüfus	Tepebaşı Şehrsel Nüfus	Odunpazarı ve Tepebaşı'nın Toplam Şehrsel Nüfusu
2007	322.490	242.042	564.532
2008	333.184	249.252	582.436
2009	341.949	257.775	599.724
2010	349.108	263.190	612.298
2011	355.881	274.999	630.880
2012	358.392	283.349	641.741
2013	360.315	291.905	652.220
2014	365.805	301.262	667.067
2015	372.943	311.388	684.331
2016	380.249	321.796	702.045
2017	388.505	331.588	720.093
2018	391.722	336.950	728.672
2019	399.766	348.227	750.032
2020	401.805	349.301	751.106
2021	405.506	355.534	761.040
2022	408.848	360.102	767.950
2023	407.145	364.166	771.311
2024	411.501	368.521	780.022

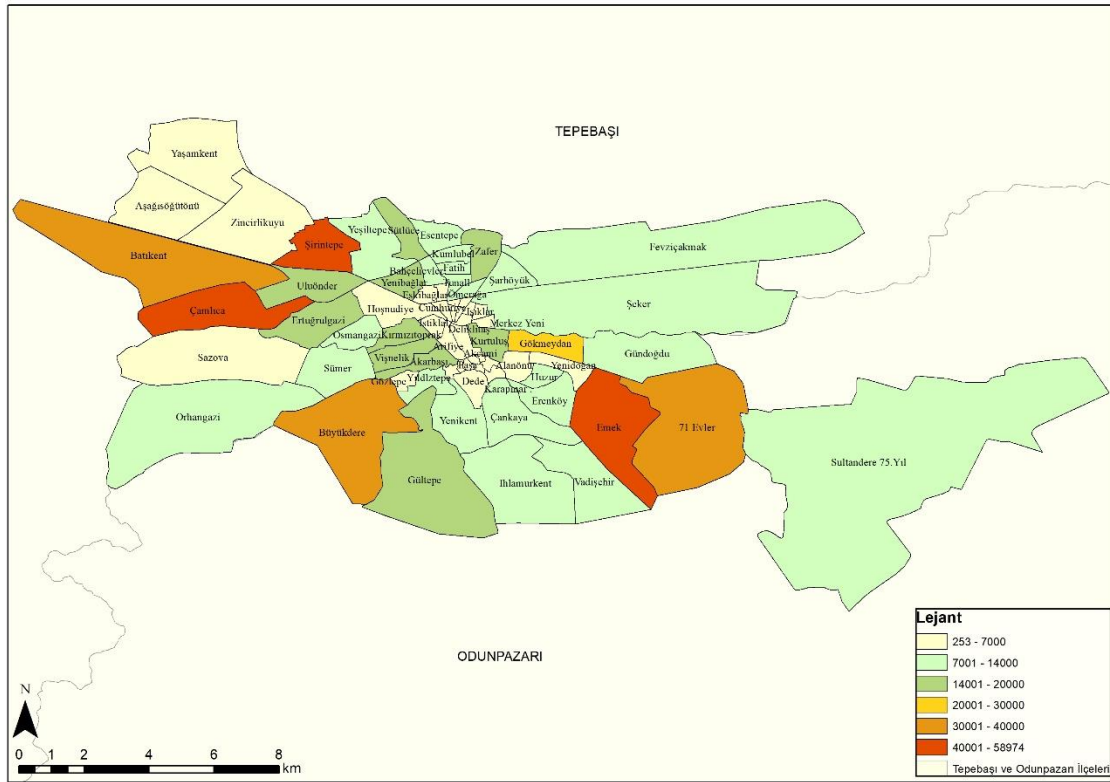
2007 yılında Odunpazarı ve Tepebaşı'nın toplam şehrsel mahalle nüfusu 564.532 kişidir. Şekil 4.2'de Odunpazarı ve Tepebaşı'ndaki şehrsel nüfusun mahallelere göre dağılımı gösterilmiştir. Bu haritaya bakıldığında Odunpazarı ilçesinde Emek Mahallesi'nde, Tepebaşı

ilçesinde ise Şirintepe Mahallesi'nde nüfusun yoğunlaştığı görülmektedir. Emek Mahallesi'nin nüfusu 32.131 kişi iken, Şirintepe Mahallesi'nin ise 25.735 kişidir (TÜİK, 2025).



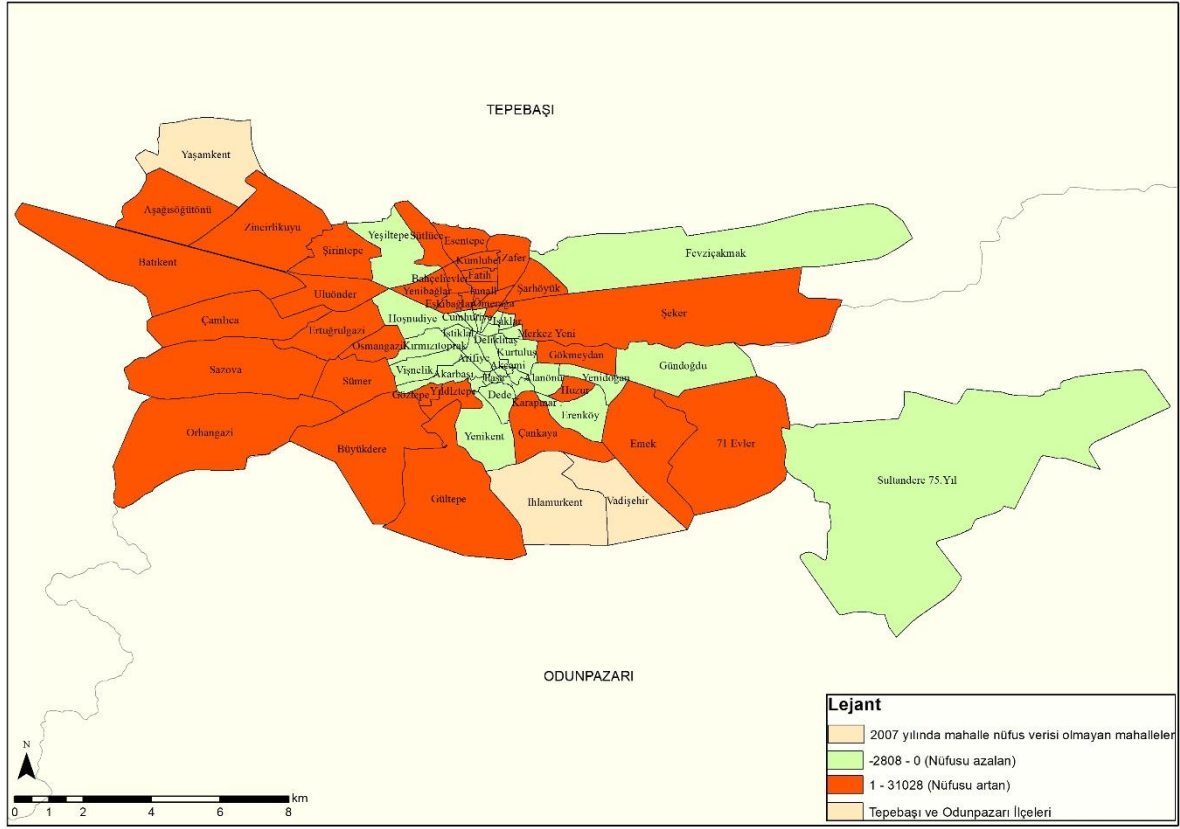
Şekil 4.2. 2007 yılında Odunpazarı ve Tepebaşı'nın şehrsel nüfusu (Yazar tarafından hazırlanmıştır)

2024 yılında Odunpazarı ve Tepebaşı ilçelerinin toplam şehrsel mahalle nüfusu 780.022 kişidir. Şekil 4.3'te 2024 yılına ait şehrsel nüfusun mahallelere göre dağılımı gösterilmektedir. Harita incelendiğinde, nüfusun belirli mahallelerde yoğunlaştığı görülmektedir. En yüksek nüfus değerleri Odunpazarı ilçesinde Emek Mahallesi ile Tepebaşı ilçesinde Şirintepe ve Çamlıca mahallelerinde görülmektedir.



Şekil 4.3. 2024 yılında Odunpazarı ve Tepebaşı'nın şehrsel nüfusu (Yazar tarafından hazırlanmıştır)

Odunpazarı ve Tepebaşı şehrsel mahallerinde 2007-2024 yılları arasındaki nüfus farkı Şekil 4.4'te gösterilmiştir. Nüfus artışının özellikle kentin batı ve güneybatı kesimlerinde yoğunlaştığı dikkat çekmektedir. Bu alanlar, son yıllarda konut gelişiminin hızlandığı, yeni yerleşim alanlarının açıldığı ve kentsel büyümenin yöneldiği bölgeler olarak öne çıkmaktadır. Buna karşılık, kent merkezine yakın bazı eski yerleşim alanlarında nüfus kaybının yaşandığı görülmektedir. Kent merkezine yakın bazı mahallelerde görülen nüfus azalması, tarihî kent merkezinde değişen mekânsal kullanım biçimleriyle ilişkilendirilebilir. Özellikle Odunpazarı'nda bazı geleneksel konutların pansiyon, butik otel, kafe, restoran ve müze gibi turizm odaklı işlevler kazanması, konut kullanımının görece azalmasına neden olmuştur. Literatürde bu tür dönüşümler, turizm soylulaştırması (tourism gentrification) kapsamında değerlendirilmektedir (Gotham, 2005). Smith ve Williams'a (2015) göre soylulaştırma süreci, konut alanlarının turizm, sanat ve eğlence işlevlerine yönelik yeniden düzenlenmesiyle yakından ilişkilidir. Benzer şekilde Değirmenci (2011), turizmle birlikte kentsel mekânların üretim ve yaşam alanı niteliğinden uzaklaşarak giderek tüketim odaklı mekânlara dönüştüğünü belirtmektedir. Bu kapsamda, Odunpazarı'nın tarihî mahallelerinde gözlenen nüfus azalması, turizmin kentsel mekân üzerindeki dönüştürücü etkilerinin ve turizm soylulaştırmasının olası yansımaları olarak değerlendirilebilir.



Şekil 4.4. 2007–2024 döneminde Odunpazarı ve Tepebaşı kentsel mahalleleri arasındaki kentsel nüfus farkı (Yazar tarafından hazırlanmıştır)

4.3. Eskişehir'in Sanayileşme Süreci

Cumhuriyet'in ilanına kadar ağırlıklı olarak tarımsal üretime dayalı bir ekonomik yapıya sahip olan Eskişehir, Cumhuriyet döneminde uygulamaya konulan kalkınma ve sanayileşme politikaları doğrultusunda önemli bir dönüşüm sürecine girmiştir. Cumhuriyet'in ilk yıllarında benimsenen ekonomik kalkınma anlayışı çerçevesinde, birçok Anadolu kentinde olduğu gibi Eskişehir'de de sanayi yatırımlarına öncelik verilmiş ve üretim faaliyetleri çeşitlenmeye başlamıştır. Bu süreçte Berlin–Bağdat Demiryolu'nun Eskişehir'e ulaşması ve kentte demiryolu bakım ve onarım atölyelerinin kurulması, sanayi altyapısının gelişmesinde belirleyici rol oynamıştır (Şensoy ve Üstün, 2016).

Sanayi yatırımlarının etkisiyle Eskişehir'de nüfus artmış, kentsel işlevler çeşitlenmiş ve kentin gelişim süreci hızlanmıştır. Bu süreçte sanayi alanları, kentin kuzeydoğu ve kuzeybatı kesimlerinde yoğunlaşmış; fabrikaların kuruluş yerleri ise bölgesel koşullar dikkate alınarak belirlenmiştir. Devlet Demiryolları Cer Atölyesi ile un ve kiremit fabrikaları demiryolu hattına yakın konumlarda, kentin kuzeybatısında inşa edilirken; Şeker Fabrikası ve günümüzde 1. Hava

İkmal Bakım Merkezi olarak faaliyet gösteren tesis ise kentin kuzeydoğusunda kurulmuştur (Ertin, 1994). Bu tesisler, Eskişehir'in sanayileşme sürecinde öncü rol üstlenmiştir.

Eskişehir'in makine sanayisinin öncü kuruluşlarından olan Cer Atölyesi, 1894 yılında faaliyete başlamış, 1924 yılında Türkiye Cumhuriyeti Devlet Demiryolları (TCDD) bünyesine katılmıştır. Daha sonraki yıllarda farklı kurumsal yapılar altında faaliyetlerini sürdüren tesis, 1986 yılında Türkiye Lokomotif ve Motor Sanayii AŞ (TÜLOMSAŞ) adını almıştır. Kuruluşundan itibaren makine ve demiryolu sanayisinin gelişimine katkı sağlayan tesis, aynı zamanda nitelikli iş gücünün yetişmesinde önemli rol oynamıştır (Ertin, 1994).

Eskişehir'de makine sanayisinin gelişiminde önemli rol oynayan sanayi kuruluşlarından biri, 1926 yılında kurulan Tayyare Bakım Atölyesi'dir. Günümüzde 1. Hava İkmal Bakım Merkezi olarak faaliyet gösteren tesis, 1930 yılında Fransız uzmanların katkılarıyla yeniden düzenlenmiş ve havacılık teknolojisine yönelik uygulamalı eğitimlerin gerçekleştirildiği önemli bir merkez hâline gelmiştir. Zaman içerisinde faaliyet alanını genişleten tesis, 1942 yılından itibaren Eskişehir dışındaki hava birliklerine de bakım ve onarım hizmeti vermeye başlamıştır. İzleyen yıllarda yeni bakım, revizyon ve aksesuar atölyelerinin kurulmasıyla teknik kapasitesi artırılmış; özellikle jet uçaklarının bakım ve onarımı ile ileri teknoloji gerektiren üretim ve ölçüm faaliyetlerinde uzmanlaşmıştır (Ertin, 1994).

Eskişehir'de Cumhuriyet döneminde kurulan önemli sanayi tesislerinden biri de 1933 yılında faaliyete geçen Eskişehir Şeker Fabrikası'dır. Anadolu Şeker Fabrikaları Türk Anonim Şirketi tarafından kurulan fabrika, şeker üretiminin yanı sıra ispiro ve diğer yan ürünlerin üretimini gerçekleştirmek amacıyla kurulmuştur. Açılışı Mustafa Kemal Atatürk tarafından yapılan tesis, faaliyete geçtiği tarihten itibaren Eskişehir'in ekonomik ve tarımsal yapısına önemli katkılar sağlamıştır. Fabrika, yakınından geçen Porsuk Çayı'nı enerji üretimi ve ürün taşımacılığında kullanmış; ayrıca dekovil hattı aracılığıyla demiryolu ağına bağlanarak ulaşım avantajı elde etmiştir (Tokgöz, 2019: 12).

1923-1950 döneminde Eskişehir'de özel sektör yatırımları da sanayileşme sürecine önemli katkılar sağlamıştır. Özellikle Balkanlar ve Kırım'dan göç eden girişimciler tarafından kurulan işletmeler, kentin sanayi yapısının çeşitlenmesinde etkili olmuştur. Bu dönemde Arslan Kiremit Fabrikası (1927), Kurt Kiremit Fabrikası (1928), Çift Kurt Kiremit Fabrikası (1933), Fil Kiremit Fabrikası (1942), Kartal Kiremit Fabrikası (1944) ve Güneş Kiremit Fabrikası (1946) faaliyete geçmiştir. Söz konusu işletmeler, Eskişehir'de taş ve toprağa dayalı sanayinin gelişmesine de önemli katkılar sağlamıştır (Sadioğlu ve Yürük, 2020).

1950-1960 döneminin önemli sanayi yatırımlarından biri, 1956 yılında kurulan Eskişehir Basma Fabrikası'dır. Sümerbank'ın öncülüğünde kurulan fabrika, sermaye yetersizliği nedeniyle 1963 yılında tasfiye edilmiş, 1968 yılında ise Sümerbank Basma Fabrikası adıyla yeniden üretime başlamıştır. İzleyen yıllarda iplik, dokuma ve basma üretim tesislerinin faaliyete geçmesiyle üretim kapasitesini genişleten fabrika, 1976 yılında konfeksiyon üretimine de başlamıştır. Eskişehir tekstil sanayisinin gelişiminde önemli bir yere sahip olan tesis, uzun yıllar istihdam ve üretim açısından kentin önde gelen sanayi kuruluşlarından biri olmuştur (Ertin, 1994).

1960-1970 döneminde özel sektör yatırımları ağırlıklı olarak gıda sanayisinde yoğunlaşmıştır. Bu süreçte Mühendisler Un Fabrikası (1953), Eskişehir Yem Fabrikası (1960), Eti Bisküvi Fabrikası (1961), Örnek Un Fabrikası (1965) ve Cici Şekerleme Fabrikası (1968) faaliyete geçmiştir. Söz konusu yatırımlar, Eskişehir'de gıda sanayisinin gelişmesine katkı sağlayarak kentin sanayi yapısının çeşitlenmesinde önemli rol oynamıştır (Tokgöz, 2019).

Bölgedeki sanayi tesislerinin varlığı, çevre il ve ilçelerden Eskişehir'e göçü artırmıştır. Hızlı nüfus artışı, özellikle konut ihtiyacını beraberinde getirmiş ve sanayi tesislerinin çevresinde yeni yerleşim alanları oluşmuştur. Nüfusa bağlı olarak gelişen konut alanları, bölgenin mekânsal yapısını değiştirmiş ve işçi ailelerinin yoğun olarak yaşadığı mahallelerin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bölgenin mekânsal gelişiminin devam etmesi, yeni sanayi tesislerinin kurulması ve mevcut tesislerin genişlemesi için gerekli alanların azalmasına yol açmıştır. Bu durum, yeni bir sanayi alanına duyulan ihtiyacı ortaya çıkarmıştır (Tokgöz ve Bilen, 2021). Bu doğrultuda, Bakanlar Kurulu'nun 18 Aralık 1969 tarihli kararı kapsamında Organize Sanayi Bölgelerinin teşvik edilmesi üzerine Eskişehir Sanayi Odası tarafından Organize Sanayi Bölgesi'nin kurulmasına karar verilmiştir. Böylece kentte sanayi tesislerinin yer seçimi planlı bir yaklaşımla ele alınmış ve düzensiz sanayi gelişiminin önüne geçilmesi hedeflenmiştir. Eskişehir-Ankara karayolunun kuzeyinde kamulaştırılan alanda altyapı çalışmaları 1973 yılında başlamış, 1975 yılında tamamlanmasının ardından Organize Sanayi Bölgesi faaliyete geçmiştir (Ertin, 1994). Bu dönemin en önemli yatırımlarından biri, 1975 yılında Organize Sanayi Bölgesi'nde kurulan Arçelik Buzdolabı ve Kompresör Fabrikası olmuş; söz konusu yatırım, beyaz eşya sanayisinin gelişmesine ve yan sanayi kuruluşlarının oluşmasına önemli katkılar sağlamıştır. 1980'li yıllardan itibaren ihracata yönelik sanayi politikaları ve yeni yatırımların etkisiyle Eskişehir'in sanayi yapısı daha da çeşitlenmiştir. 1985 yılında kurulan TUSAŞ Motor Sanayii (TEI), özellikle makine sanayisinin gelişiminde önemli rol üstlenmiştir. 2000'li yıllardan itibaren Organize Sanayi Bölgesi büyümesini sürdürmüş;

Toprak Holding, Paşabahçe Cam Sanayi ve Pınar Holding gibi büyük ölçekli yatırımlarla sanayi üretim kapasitesi daha da artmıştır. Aynı dönemde metal, orman ürünleri, gıda ve seramik sektörlerinde gerçekleştirilen yeni yatırımlar, Eskişehir'in sanayi yapısının çeşitlenmesine ve üretim kapasitesinin güçlenmesine katkı sağlamıştır (Yurdakul, 2005).

Organize Sanayi Bölgesi'nin faaliyete geçmesiyle birlikte Fabrikalar Bölgesi'nin sanayi işlevi giderek azalmış, yeni sanayi yatırımları bu alan yerine Organize Sanayi Bölgesi'nde yoğunlaşmıştır. Mevcut sanayi kuruluşlarının bir kısmı da zamanla yeni üretim alanlarına taşınmış, 1980'li yıllardan itibaren Fabrikalar Bölgesi büyük ölçüde işlevini yitirerek atıl bir görünüm kazanmıştır. 1990'lı yılların sonlarında bölgeye yönelik koruma kararlarının alınması ve 2000'li yıllarda uygulamaya konulan plan kararlarıyla birlikte, bölgenin yeniden değerlendirilmesine yönelik çalışmalar başlamıştır (Tokgöz ve Bilen, 2021). Bu süreç, tarihî sanayi yapılarının yalnızca üretim mekânları olarak değil, aynı zamanda kültürel ve endüstriyel miras unsurları olarak ele alınmasına olanak sağlamıştır. Nitekim Eskişehir Fabrikalar Bölgesi'nde yer alan birçok sanayi yapısı, endüstri mirası kapsamında korunarak farklı işlevlerle yeniden değerlendirilmiştir (Şensoy ve Üstün, 2016). Bölgenin en önemli endüstri mirası unsurlarından olan demiryolu tesisleri ve Cer Atölyeleri, Eskişehir'in sanayi tarihini yansıtan başlıca yapılar arasında yer almaktadır. Demiryolu hattının yer altına alınmasının ardından eski hat güzergâhı park alanı olarak düzenlenmiş, istasyon binası koruma altına alınarak restorasyon sürecine dâhil edilmiştir. Cer Atölyeleri ise günümüzde TÜRASAŞ bünyesinde üretim faaliyetlerini sürdürerek tarihî işlevini devam ettiren endüstri yapılarından biri olma özelliğini korumaktadır. Bölgenin gelişiminde önemli yere sahip olan kiremit ve tuğla fabrikalarının büyük bir bölümü günümüze ulaşamamıştır. Kurt Kiremit Fabrikası'nın bulunduğu alanda Espark Alışveriş Merkezi inşa edilmiş, Çift Kurt ve Doğan Kiremit fabrikaları yıkılmış, Kılıçoğlu ve Kartal Kiremit fabrikaları ise fiziksel olarak varlığını sürdürmesine rağmen kullanılmamaktadır. Benzer şekilde, Mühendisler Un ve Kanatlı Un fabrikalarının bulunduğu alanlar alışveriş merkezi işlevi kazanırken, Eti Bisküvi Fabrikası korunarak depo olarak kullanılmasının yanı sıra çeşitli kültürel etkinliklere ev sahipliği yapan bir mekâna dönüştürülmüştür. Diğer sanayi yapılarında da yeniden işlevlendirme uygulamaları görülmektedir. Cemil Doğru Kereste Fabrikası, 222 Park bünyesinde restoran, şarap evi ve bar olarak yeniden işlevlendirilmiştir. Ancak 222 Park kompleksinin günümüzde kapalı olması nedeniyle yapı, bu işlevleriyle hizmet vermemektedir. Öç Jant Fabrikası ile Aral Şarap Fabrikası eğlence amaçlı kullanılmaktadır. Ayrıca Yaş Sebze ve Meyve Hali restore edilerek

Haller Gençlik Merkezi'ne dönüştürülmüş, Toprak Mahsulleri Ofisi'ne ait silolar ise İbis Otel olarak yeniden işlevlendirilmiştir (Tokgöz ve Bilen, 2021).

Sanayi işlevini yitiren yapıların korunarak yeniden işlevlendirilmesi, Eskişehir'in endüstriyel mirasının sürdürülebilir biçimde yaşatılmasına olanak sağlamış ve kentsel mekânın yeniden üretim sürecine önemli katkılar sunmuştur. Kültür, sanat, konaklama, gastronomi ve rekreasyon gibi işlevlerle yeniden kullanıma kazandırılan bu yapılar, geçmiş ile günümüz arasında mekânsal ve kültürel bir bağ kurarak kentin özgün kimliğinin korunmasına katkıda bulunmuştur. Bu dönüşüm süreci, Eskişehir'in sahip olduğu endüstriyel mirası şehir turizminin önemli bir bileşeni hâline getirmiştir.

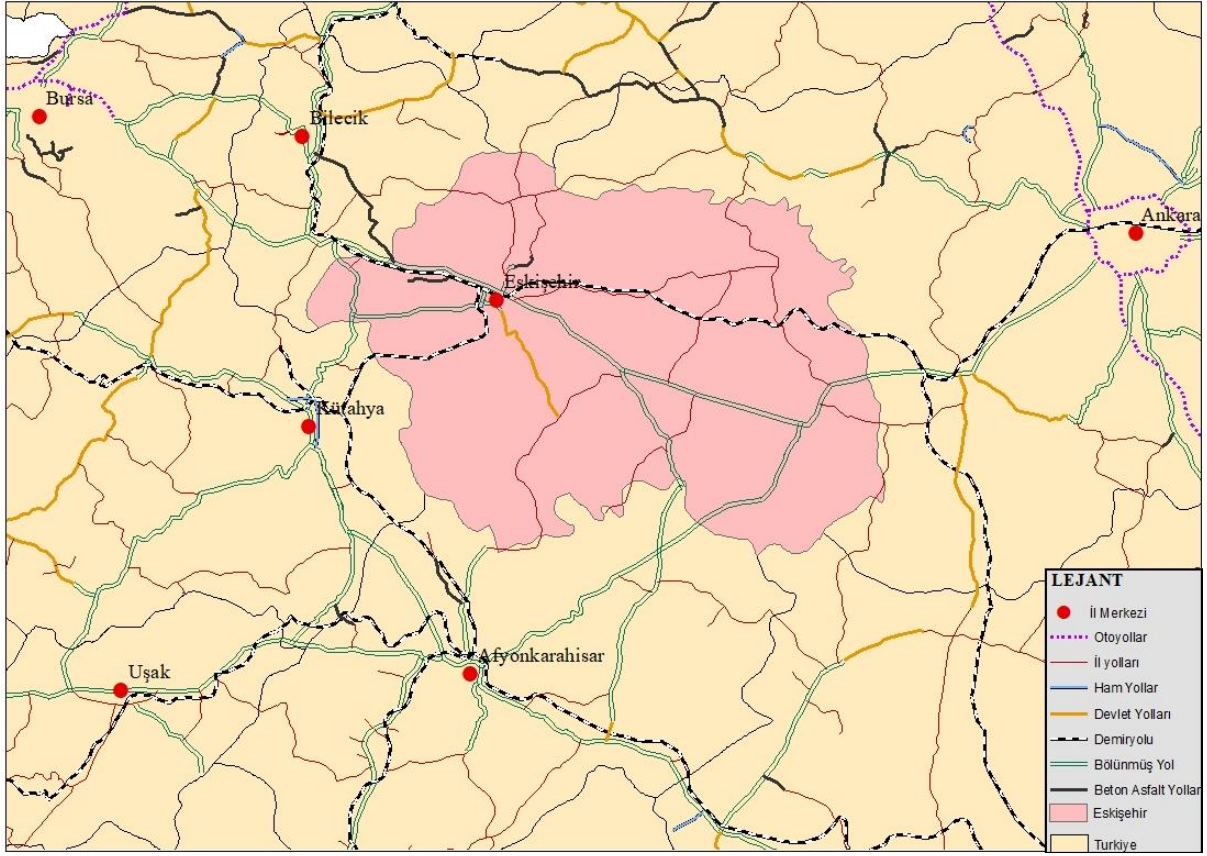
4.4. Eskişehir'in Turizm Altyapısı

Bu kısımda, Eskişehir'in turizm altyapısını oluşturan temel unsurlar ele alınmaktadır. Bu kapsamda kentin ulaşım olanakları, konaklama altyapısı ve turizm faaliyetlerini destekleyen diğer hizmetler değerlendirilerek Eskişehir'in turizm altyapısının genel yapısı ortaya konulmaktadır.

4.4.1. Eskişehir'in Ulaşım Olanakları

4.4.1.1. Şehirlerarası Ulaşım Olanakları

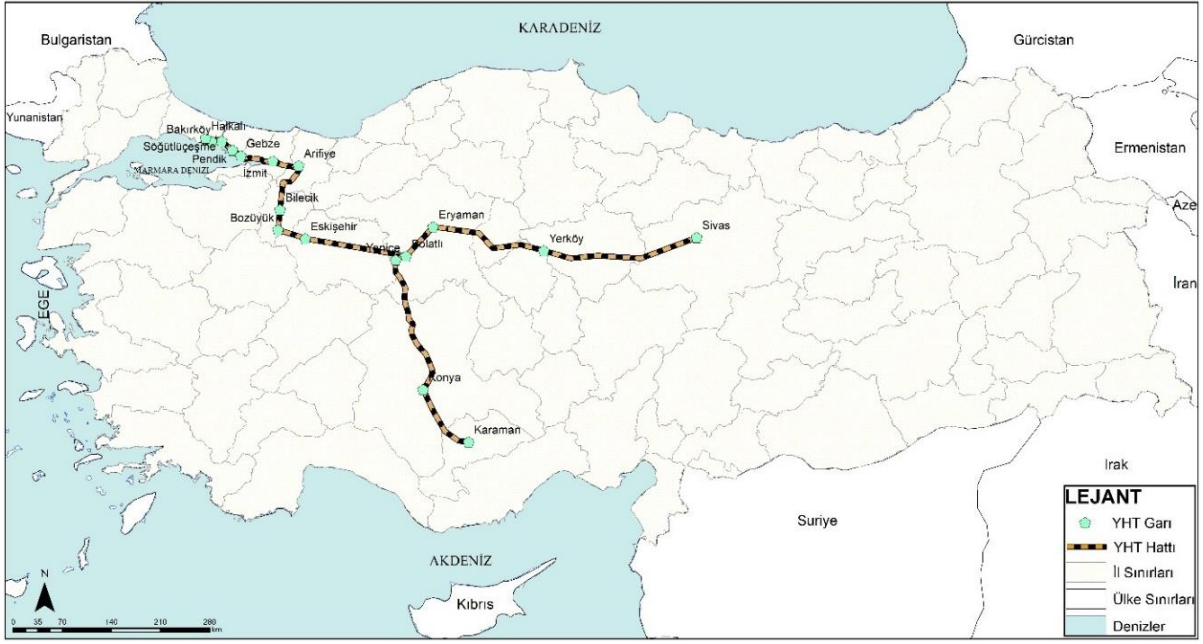
Kentlerin mekânsal ve ekonomik gelişiminde ulaşım ağları, coğrafi mekânın örgütlenmesini, bölgeler arası etkileşimi ve destinasyonların erişilebilirliğini belirleyen temel unsurlardan biridir. Bu bağlamda Eskişehir, jeopolitik ve jeomorfolojik konumu sayesinde tarih boyunca Anadolu'nun önemli ulaşım koridorları üzerinde yer almıştır. Günümüzde ise D-200 ve D-650 devlet yollarının kesişim noktasında bulunması, kente yüksek düzeyde mekânsal erişilebilirlik kazandırmakta ve Marmara, İç Anadolu ile Ege bölgeleri arasında stratejik bir ulaşım kavşağı olmasını sağlamaktadır (Şekil 4.5). Turizm coğrafyası açısından değerlendirildiğinde, bu ulaşım ağı Eskişehir'in Ankara, İstanbul, Bursa ve Konya gibi önemli turist gönderen merkezlerle güçlü bağlantılar kurmasına olanak tanımaktadır. Böylece kent, özellikle hafta sonu turizmi, günübirlik kültür turizmi ve kısa süreli rekreasyon amaçlı seyahatler açısından kolay ulaşılabilir bir destinasyon özelliği kazanmıştır. Dolayısıyla Eskişehir'in ulaşım altyapısı, yalnızca kentin bölgesel ulaşım sistemindeki işlevini güçlendirmekle kalmamakta, aynı zamanda şehir turizminin gelişimini destekleyen ve destinasyonun rekabet gücünü artıran başlıca coğrafi avantajlardan biri olarak öne çıkmaktadır.



Şekil 4.5. Eskişehir karayolu ulaşım ağı (Yazar tarafından hazırlanmıştır)

Eskişehir'in önemli şehirlerarası ulaşım türünden biri demiryolu ulaşımıdır. Eskişehir'in modern anlamdaki ilk ulaşım sistemi olan demiryolu, 1800'lü yıllardan itibaren kullanılmaya başlanmış ve Osmanlı döneminin koşullarına göre yüksek düzeyde taşımacılık sağlayarak şehrin gelişiminde kritik bir işlev üstlenmiştir (Ertin, 1994: 170). Demiryolu ulaşımında da Eskişehir, önemli kavşak noktalarından biridir. İlin tüm Anadolu'yla demiryolu bağlantısı bulunmaktadır (İlbay, 2019).

Eskişehir'in ulaşım sisteminde yaşanan en önemli gelişmelerden biri, YHT ağının kente ulaşması olmuştur. Türkiye'nin ilk YHT hattı 2009 yılında Ankara-Eskişehir arasında hizmete açılmış, 2014 yılında ise İstanbul bağlantısı tamamlanmıştır. Bu gelişme, kentin büyük nüfus merkezlerine olan erişilebilirliğini önemli ölçüde artırmıştır. Ulaşım coğrafyasında "zaman-mekân sıkışması" olarak ifade edilen bu durum, Eskişehir'i Ankara ve İstanbul gibi metropollerden gününbirlik ve hafta sonu ziyaretleri için önemli bir şehir turizmi destinasyonu hâline getirmiştir. Günümüzde Ankara, İstanbul, Kocaeli, Sakarya, Bilecik, Konya, Karaman ve Sivas'ı kapsayan YHT ağı içerisinde yer alan Eskişehir, ulusal demiryolu ulaşım sisteminin önemli bağlantı noktalarından biridir (Şekil 4.6).



Şekil 4.6. Türkiye yüksek hızlı tren hattı (Yazar tarafından hazırlanmıştır)

4.4.1.2. Şehir içi Ulaşım Olanakları

Şehir içi ulaşım altyapısı, kentsel mekânın işleyişi ve şehir yaşamının sürdürülebilirliği açısından kritik bir öneme sahiptir. Şehir nüfusunun artışı ve bireylerin mekânsal hareketlilik ihtiyaçları, ulaşım sistemlerinin kapasitesini ve çeşitliliğini doğrudan şekillendirmektedir (Aktan, 2006: 29). Bu kapsamda gelişmiş bir şehir içi ulaşım sistemi, yalnızca kent sakinlerinin günlük ulaşım ihtiyaçlarını karşılamakla kalmayıp, kente gelen ziyaretçilerin de turistik çekim merkezlerine kolay ve konforlu bir şekilde ulaşmasını sağlamaktadır. Eskişehir’de tramvay, otobüs ve yaya ulaşımını bütünleştiren ulaşım ağı; Odunpazarı, Adalar, Porsuk Çayı, Sazova Bilim Kültür ve Sanat Parkı ile Kentpark gibi başlıca turistik alanlara erişimi kolaylaştırmaktadır (Şekil 4.7).

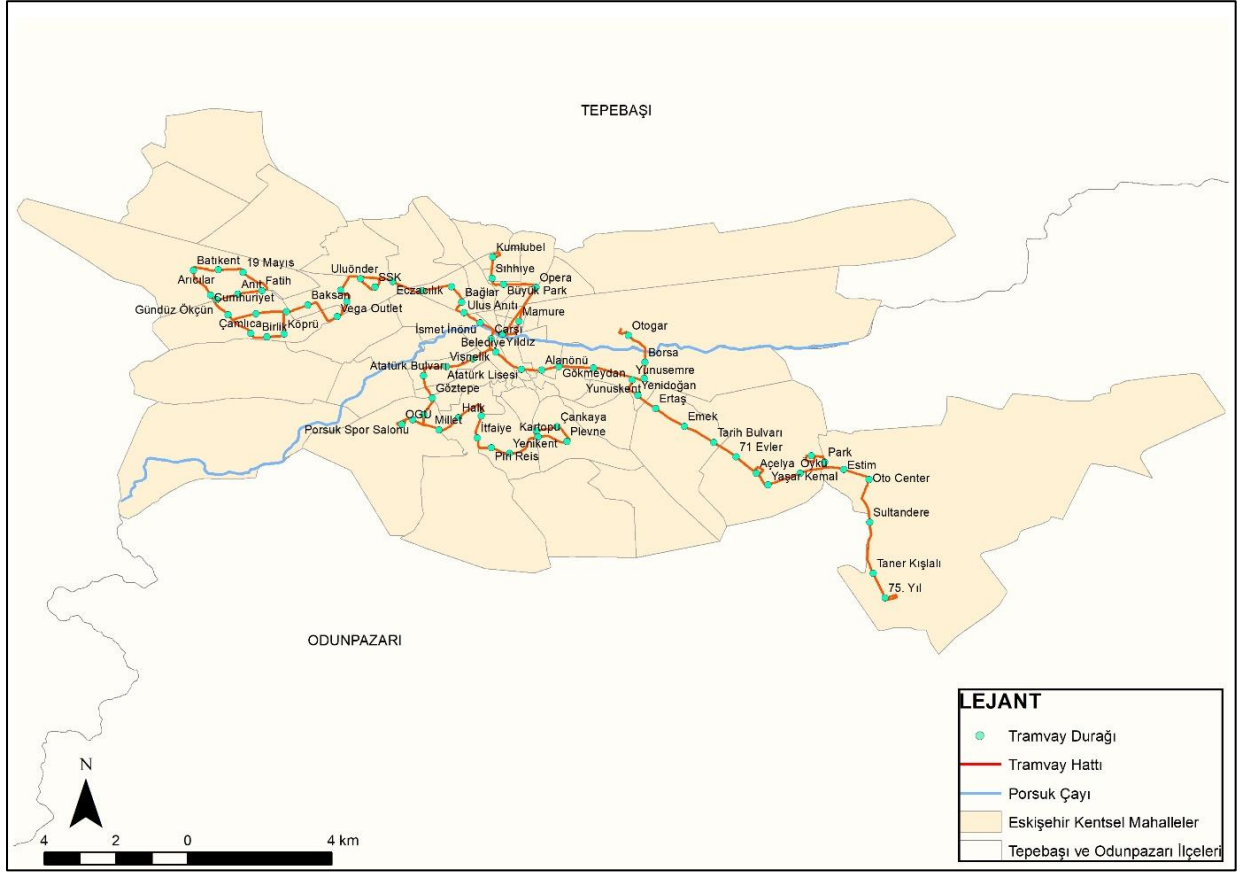


Şekil 4.7. Eskişehir’de ulaşım (Eskişehir Telgraf, 2026)

Eskişehir'de şehir içi trafiğin ve yaya hareketliliğinin yoğunlaştığı cadde ve bulvarlar, kentin ticaret, alışveriş ve sosyal yaşamının şekillendiği başlıca kentsel akslardır. Bu güzergâhlar üzerinde yoğunlaşan mağazalar, yeme-içme işletmeleri ve hizmet alanları, ziyaretçilerin kent merkezindeki turistik ve rekreasyonel mekânlara kolaylıkla ulaşabilmesine ve farklı çekim noktalarını yürüyerek deneyimleyebilmesine olanak sağlamaktadır. Bu yönüyle şehir içi ulaşım ağı, ziyaretçilerin kent deneyimini destekleyen önemli unsurlardan biridir. Eskişehir'in şehir içi ulaşım sisteminin temel akslarını oluşturan cadde ve bulvarlar Şekil 4.8'de gösterilmiştir.

Şekil 4.8. Eskişehir’deki bulvar ve caddeler (Yazar tarafından hazırlanmıştır)

Adalar, tematik müzeler ile Haller Gençlik Merkezi gibi başlıca turistik alanlarla doğrudan bağlantılı hale getirmesidir. Özel araç kullanımını azaltan bu ulaşım sistemi, ziyaretçilerin kent içerisinde güvenli, ekonomik ve konforlu bir şekilde seyahat etmesine olanak sağlarken, Eskişehir'in sürdürülebilir ve çevre dostu ulaşım anlayışını da desteklemektedir (Şekil 4.9).



Şekil 4.9. Eskişehir tramvay hattı ve durakları (Yazar tarafından hazırlanmıştır)

4.4.2. Eskişehir'in Konaklama Olanakları

Konaklama sektörü, turizm arzının temel bileşenlerinden biri olup, bir destinasyonun turizm faaliyetlerini sürdürülebilir biçimde geliştirebilmesi açısından önemli bir işleve sahiptir. Turistik çekiciliklerin ekonomik değere dönüşebilmesi, ziyaretçilerin konaklama ihtiyaçlarını karşılayabilecek yeterli kapasite ve nitelikte tesislerin varlığıyla yakından ilişkilidir. Bu doğrultuda, ziyaretçilerin destinasyondaki ortalama kalış süresi, turistik harcama düzeyi ve genel memnuniyeti üzerinde konaklama hizmetlerinin niteliği ve erişilebilirliği belirleyici bir rol oynamaktadır. Bu nedenle konaklama işletmeleri, yalnızca ziyaretçilerin barınma gereksinimini karşılayan tesisler değil, aynı zamanda destinasyonun rekabet gücünü artıran ve turizm ekonomisini destekleyen temel unsurlar arasında yer almaktadır (Özgüç, 2017).

Eskişehir'de turistik çekiciliklerin artması ve turizmin gelişmesi kentte konaklama talebinin yükselmesine ve konaklama sektörünün gelişmesine önemli katkı sağlamıştır. Eskişehir'in konaklama yapısının kendine özgü niteliği, kentsel mekânda ortaya çıkan fonksiyonel ve tematik çeşitlilikten kaynaklanmaktadır. Kentin çok yönlü turizm profiline paralel olarak gelişen bu yapı, mekânsal ölçekte belirgin bir ikili düzen sergilemektedir. Güney aksında, Tarihi Odunpazarı Kentsel Sit Alanı içerisinde yer alan ve somut kültürel mirasın restorasyonu ile turizme kazandırılan koruma odaklı butik konaklama birimleri yoğunlaşırken; kuzey aksında ise Tepebaşı, istasyon çevresi ve MİA boyunca iş, kongre ve kısa süreli seyahat taleplerine yönelik modern zincir oteller konumlanmaktadır. Bu çift yönlü konaklama deseni, kentin kültürel ve iş turizmi dinamiklerinin mekânsal dağılımını ortaya koymaktadır.

Tablo 4.6 incelendiğinde, Eskişehir'deki Bakanlık belgeli konaklama tesislerine ilişkin göstergelerin 2023–2025 döneminde farklı düzeylerde değişim gösterdiği görülmektedir. İşletme belgeli tesis sayısı 2023 yılında 39 iken 2024 yılında 42'ye, 2025 yılında ise 53'e yükselmiştir. Buna paralel olarak işletme belgeli tesislerin oda ve yatak kapasitelerinde de artış yaşanmıştır. Buna karşılık, yatırım belgeli tesis sayısı ile bu tesislere ait oda ve yatak kapasitelerinde incelenen dönem boyunca herhangi bir değişiklik meydana gelmemiştir. Basit konaklama işletme belgeli tesis sayısı ise 2023 yılında 54 iken, 2024 yılında 63'e yükselmiş, 2025 yılında ise 56'ya gerilemiştir. Bu durum, incelenen dönemde işletme belgeli tesislerin düzenli bir artış gösterdiğini, basit konaklama işletme belgeli tesislerin ise dönemsel değişimler sergilediğini ortaya koymaktadır. 2025 yılı verilerine göre Eskişehir'de toplam 109 adet Bakanlık belgeli konaklama tesisi bulunmaktadır. Bu tesislerin 52'si işletme belgeli, 56'sı basit konaklama işletme belgeli ve 1'i yatırım belgeli statüsündedir. Toplam oda sayısı 4.368, toplam yatak kapasitesi ise 8.758'dir (Tablo 4.6). Veriler incelendiğinde, tesis sayısı bakımından basit konaklama işletme belgeli tesislerin az farkla çoğunlukta olduğu görülmektedir. Buna karşın oda ve yatak kapasitesi açısından en yüksek pay işletme belgeli tesislere aittir. Bu durum, işletme belgeli tesislerin genel olarak daha büyük ölçekli ve daha yüksek kapasiteli olduğunu göstermektedir. Basit konaklama işletme belgeli tesislerin sayısının yüksek olması ise Eskişehir'de özellikle küçük ölçekli konaklama işletmelerinin yaygın olduğunu ortaya koymaktadır. Bu durum, Tarihi Odunpazarı Kentsel Sit Alanı'nda geleneksel konakların butik otel olarak yeniden işlevlendirilmesiyle de ilişkilendirilebilir. Öte yandan yatırım belgeli tesis sayısının yalnızca bir adet olması, kentte yeni konaklama yatırımlarının sınırlı düzeyde seyrettiğine işaret etmektedir. Genel olarak değerlendirildiğinde Eskişehir'in konaklama altyapısı, büyük ölçekli işletme belgeli tesisler ile küçük ölçekli basit konaklama işletmelerinin

bir arada bulunduğu dengeli bir yapı sergilemektedir. Bu yapı, kentin farklı gelir gruplarına ve farklı ziyaretçi profillerine hitap edebilecek çeşitlilikte bir konaklama kapasitesine sahip olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla Eskişehir'in konaklama altyapısı yalnızca turizm talebinin bir sonucu olarak değil, aynı zamanda koruma politikaları, mevzuat düzenlemeleri ve kentsel mekânsal özelliklerin etkisiyle şekillenmiştir.

Tablo 4.6. Eskişehir'deki Bakanlık Belgeli konaklama tesisleri (Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, 2026)

Eskişehir	İşletme Belgeli			Yatırım Belgeli			Basit Konaklama İşletme Belgeli		
Yıl	Tesis Sayısı	Oda Sayısı	Yatak Sayısı	Tesis Sayısı	Oda Sayısı	Yatak Sayısı	Tesis Sayısı	Oda Sayısı	Yatak Sayısı
2023	39	2415	4808	1	110	220	54	1684	3348
2024	42	2606	5199	1	110	220	63	1721	3442
2025	52	2.605	5.232	1	110	220	56	1.653	3.306

Eskişehir'de konaklama tesislerinde gerçekleşen geceleme sayıları, kentin turizm talebinin yıllar içerisindeki değişimini ortaya koyan temel göstergelerden biridir. Bu kapsamda Tablo 4.7'de Odunpazarı ve Tepebaşı ilçelerindeki yerli ve yabancı ziyaretçilere ait geceleme sayıları yıllara göre gösterilmiştir. Tablo 4.7 incelendiğinde, Eskişehir'de konaklama tesislerindeki toplam geceleme sayısının 2010-2019 döneminde toplam geceleme sayıları genel olarak artış eğilimi göstermekle birlikte, bu artış kesintisiz bir seyir izlememiştir. Nitekim 2013 yılında 338.469 olan toplam geceleme sayısı, 2014 yılında 320.197'ye gerileyerek dönem içerisindeki ilk belirgin düşüşü yaşamıştır. Bu durum, Eskişehir turizminin gelişim sürecinde geçici bir duraklama evresine işaret etmektedir. Söz konusu gerileme, kentsel dönüşüm ve turizm altyapısına yönelik devam eden düzenlemelerin yanı sıra ulaşım sistemindeki dönüşüm sürecinin henüz talebe tam olarak yansımamasıyla ilişkilendirilebilir. 2015 sonrasında ise geceleme sayılarında belirgin bir sıçrama yaşandığı görülmektedir. Ulaşım süresinin kısalması ve erişilebilirliğin artması, Eskişehir'i başta İstanbul olmak üzere büyük metropollerin rekreasyonel çeperi hâline getirmiş ve kısa süreli turizm hareketliliğini önemli ölçüde artırmıştır. 2018 ve 2019 yıllarında geceleme sayılarındaki artışın belirgin biçimde güçlenmesinde, kentin kültürel ve turistik markalaşma süreci etkili olmuştur. Özellikle 2019 yılında Odunpazarı Modern Müzesi'nin açılması gibi uluslararası ölçekte dikkat çeken tematik kültür yatırımları, Eskişehir'in kültür turizmi çekiciliğini artırmış ve ziyaret sürelerinin uzamasına katkı sağlamıştır. 2020 yılında ise toplam geceleme sayısının 374.952'ye gerilediği görülmektedir. Bu düşüş, küresel ölçekte turizm hareketliliğini olumsuz etkileyen COVID-19

salgınından kaynaklanmaktadır. Nitekim hem yerli hem de yabancı ziyaretçi sayılarında ciddi bir azalma yaşanmıştır. 2021 yılından itibaren ise toparlanma sürecine girildiği ve geceleme sayılarının yeniden yükselişe geçtiği anlaşılmaktadır. 2022 ve 2023 yıllarında artış devam etmiş, 2025 yılında ise toplam geceleme sayısı 1.063.019'a ulaşarak incelenen dönem içerisindeki en yüksek seviyeye çıkmıştır. Genel olarak değerlendirildiğinde, Eskişehir'de konaklama talebinin uzun vadede artış eğilimi gösterdiği, pandemi döneminde geçici bir daralma yaşandığı ve sonrasında güçlü bir toparlanma sürecine girildiği söylenebilir.

İlçeler bazında değerlendirildiğinde, Tepebaşı ilçesinin geceleme sayıları bakımından her yıl Odunpazarı'na kıyasla daha yüksek değerlere sahip olduğu görülmektedir. Bu fark, yalnızca talep yoğunluğu ile değil, ilçelerin üstlendikleri farklı kentsel fonksiyonlarla da ilişkilidir. Tepebaşı; MİA fonksiyonu, gar çevresi ulaşım düğümü, üniversite yerleşkeleri ve kongre-iş turizmine hizmet eden büyük ölçekli otellerin yoğunlaştığı bir alan olarak daha yüksek yatak kapasitesi üretmektedir. Bu yapısal özellik, ilçede geceleme kapasitesinin ve dolayısıyla toplam konaklama hacminin artmasına neden olmaktadır. Buna karşılık Odunpazarı ilçesi, ağırlıklı olarak tarihi kent dokusu içerisinde gelişen butik konaklama tesisleri ve kültürel miras temelli turizm fonksiyonlarıyla öne çıkmaktadır. Ancak bu tür konaklama yapılarının fiziksel ölçeklerinin sınırlı olması, ilçenin toplam yatak kapasitesini yapısal olarak sınırlamaktadır.

Tablo 4.7. Eskişehir konaklama tesislerinde yıllara göre geceleme sayısı (Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, 2026)

Yıllar	Odunpazarı			Tepebaşı			Toplam
	Yerli	Yabancı	Toplam	Yerli	Yabancı	Toplam	
2010	68.421	2.684	71.105	173.253	15.826	189.079	260.184
2011	72.282	2.026	74.308	202.668	24.816	227.484	301.792
2012	80.068	3.160	83.228	205.194	25.428	230.622	313.850
2013	85.861	7.056	92.917	215.399	30.153	245.552	338.469
2014	83.319	7.696	91.015	195.505	33.677	229.182	320.197
2015	139.912	17.023	156.935	207.226	24.549	231.775	388.710
2016	170.392	12.775	183.167	296.259	34.096	330.355	513.522
2017	214.611	25.178	239.789	274.995	31.612	306.607	546.396
2018	266.012	39.377	305.389	321.943	31.620	353.563	658.952
2019	264.497	41.963	306.460	364.725	37.444	402.169	708.629
2020	133.251	16.422	149.673	215.212	10.067	225.279	374.952
2021	176.148	24.360	200.508	334.896	26.251	361.147	561.655
2022	273.707	47.762	321.469	402.135	46.152	448.287	769.756
2023	304.832	35.250	340.082	420.451	49.338	469.789	809.871
2024	359.494	36.882	396.376	511.698	50.724	562.422	958.798
2025	421.455	29.456	450.911	564.322	47.786	612.108	1.063.019

Eskişehir’de konaklama tesislerinde gerçekleşen ortalama kalış süreleri incelendiğinde, 2010–2025 döneminde yerli ziyaretçilerin her iki ilçede de ortalama 1,4–1,7 gece aralığında konakladığı görülmektedir (Tablo 4.8). Buna karşılık yabancı ziyaretçilerin ortalama kalış süreleri yerli ziyaretçilere göre daha yüksektir. Yerli ziyaretçilerde kalış süresinin uzun yıllar boyunca benzer seviyelerde seyretmesi, Eskişehir’in büyük ölçüde kısa süreli kent turizmi ve hafta sonu rekreasyon destinasyonu niteliği taşıdığını göstermektedir. Bu durum, Ankara ve İstanbul gibi büyük nüfus merkezlerini Eskişehir’e bağlayan YHT ağının sağladığı yüksek erişilebilirlikle de ilişkilendirilebilir. Ulaşım sürelerinin önemli ölçüde kısalması, kente gününbirlik veya bir gecelik ziyaretleri kolaylaştırarak konaklama süresinin yapısal olarak düşük düzeyde seyretmesine neden olmaktadır.

Odunpazarı ilçesinde yerli ziyaretçilerin ortalama kalış süresi yıllar itibarıyla sınırlı dalgalanmalar göstermiş ve özellikle 2022 yılında 1,73 gece ile dönem içindeki en yüksek seviyeye ulaşmıştır. Yabancı ziyaretçilerde ise daha belirgin değişimler dikkat çekmekte; 2016 yılında 2,72 gece ile yüksek bir ortalama görülürken, 2019 yılında 1,94 geceye kadar gerileme yaşanmıştır. Tepebaşı ilçesinde de benzer bir yapı söz konusu olup, yerli ziyaretçilerin kalış süresi çoğunlukla 1,4–1,6 gece bandında gerçekleşmiştir. Yabancı ziyaretçiler açısından ise 2012 ve 2013 yıllarında 3 geceyi aşan ortalamalar dikkat çekerken, 2019 ve 2020 yıllarında belirgin bir düşüş gözlenmiştir. 2021 sonrasında her iki ilçede de ortalama kalış sürelerinin yeniden artış eğilimine girdiği görülmektedir. Genel olarak değerlendirildiğinde, Eskişehir’de konaklama süresinin kısa süreli ziyaret karakteri gösterdiği, yabancı ziyaretçilerin yerli ziyaretçilere kıyasla daha uzun süre konakladığı belirlenmiştir (Tablo 4.8).

Tablo 4.8. Eskişehir konaklama tesislerinde yıllara göre ortalama kalış süresi (Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, 2026)

Yıllar	Odunpazarı Yerli	Odunpazarı Yabancı	Tepebaşı Yerli	Tepebaşı Yabancı
2010	1,39	2,25	1,5	2,6
2011	1,41	2,07	1,5	2,7
2012	1,43	1,88	1,6	3,1
2013	1,41	2,45	1,6	3,1
2014	1,42	2,14	1,6	2,8
2015	1,4	2,1	1,5	2,2
2016	1,53	2,72	1,6	2,5
2017	1,53	2,24	1,59	2,91
2018	1,54	2,24	1,45	2,14

Tablo 4.8. Devamı

2019	1,50	1,94	1,43	1,80
2020	1,45	2,17	1,32	1,41
2021	1,51	2,19	1,45	1,80
2022	1,73	2,06	1,50	1,88
2023	1,58	2,11	1,47	1,89
2024	1,54	2,10	1,53	2,04
2025	1,55	1,95	1,64	2,28

Eskişehir’deki konaklama tesislerine ait doluluk oranlarına bakıldığında yerli ve yabancı turist ayrımında önemli farklılıklar olduğu görülmektedir. Her iki ilçenin de doluluk oranlarının temel belirleyicisinin yerli turistler olduğu görülmektedir. Yabancı turist doluluk oranları ise yerli turistlere kıyasla oldukça düşük seviyelerdedir. Bu durum, Eskişehir turizminin büyük ölçüde iç turizm talebine dayandığını göstermektedir. Odunpazarı’nda yerli doluluk oranları dönemsel dalgalanmalar göstermekle birlikte 2018–2019 yıllarında en yüksek seviyelerine ulaşmış, yabancı ziyaretçi dolulukları ise genel olarak düşük kalmakla birlikte aynı dönemde artış eğilimi sergilemiştir. Tepebaşı’nda hem yerli hem de yabancı ziyaretçilere bağlı dolulukların görece daha dengeli olduğu dikkat çekmektedir. 2018–2019 döneminde her iki ilçede de artan doluluk oranları, Eskişehir’in turistik çekiciliğinin güçlendiğini ortaya koymaktadır. 2020 yılı verilerinde ise her iki ilçede de COVID-19 pandemisinin konaklama sektörü üzerindeki olumsuz etkileri açık biçimde görülmektedir. Nitekim bu yıl Odunpazarı’nda yerli doluluk oranı %19,80’e, Tepebaşı’nda ise %22,83’e gerilemiş; yabancı turist doluluk oranları ise minimum seviyelere düşmüştür. Sonraki yıllarda doluluk oranlarında toparlanma eğilimi gözlenmektedir (Tablo 4.9).

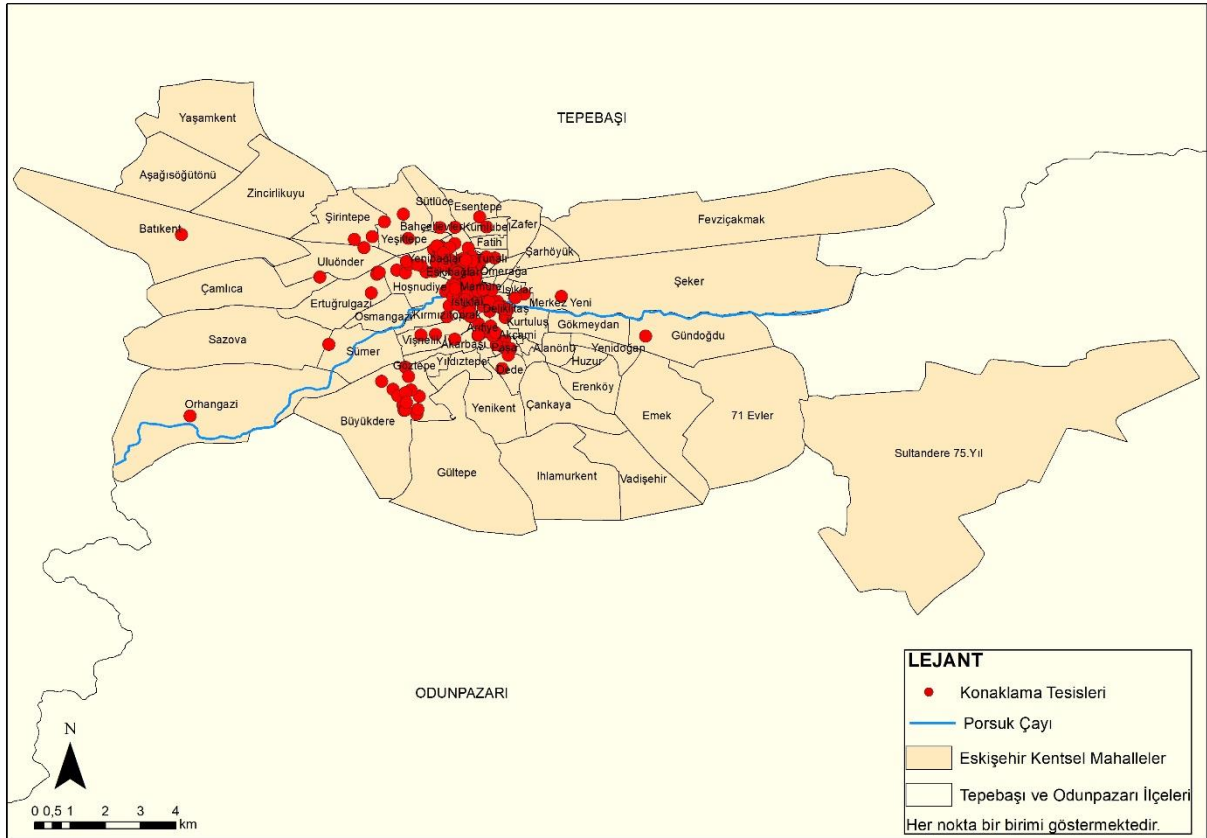
Tablo 4.9. Eskişehir konaklama tesislerinde yıllara göre doluluk oranı (%) (Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, 2026)

Yıllar	Odunpazarı Yerli	Odunpazarı Yabancı	Tepebaşı Yerli	Tepebaşı Yabancı
2010	40,57	1,59	29,43	2,69
2011	36,01	1,01	32,45	3,97
2012	37,87	1,49	33,45	4,15
2013	34,64	2,85	34,03	4,76
2014	31,06	2,87	29,30	5,05
2015	26,81	3,26	30,43	3,60
2016	31,12	2,33	35,91	4,13
2017	31,18	3,66	33,69	3,87
2018	40,03	5,93	39,99	3,93
2019	39,69	6,30	39,90	4,10
2020	19,80	2,44	22,83	1,07
2021	28,33	3,92	35,91	2,81

Tablo 4.9. Devamı

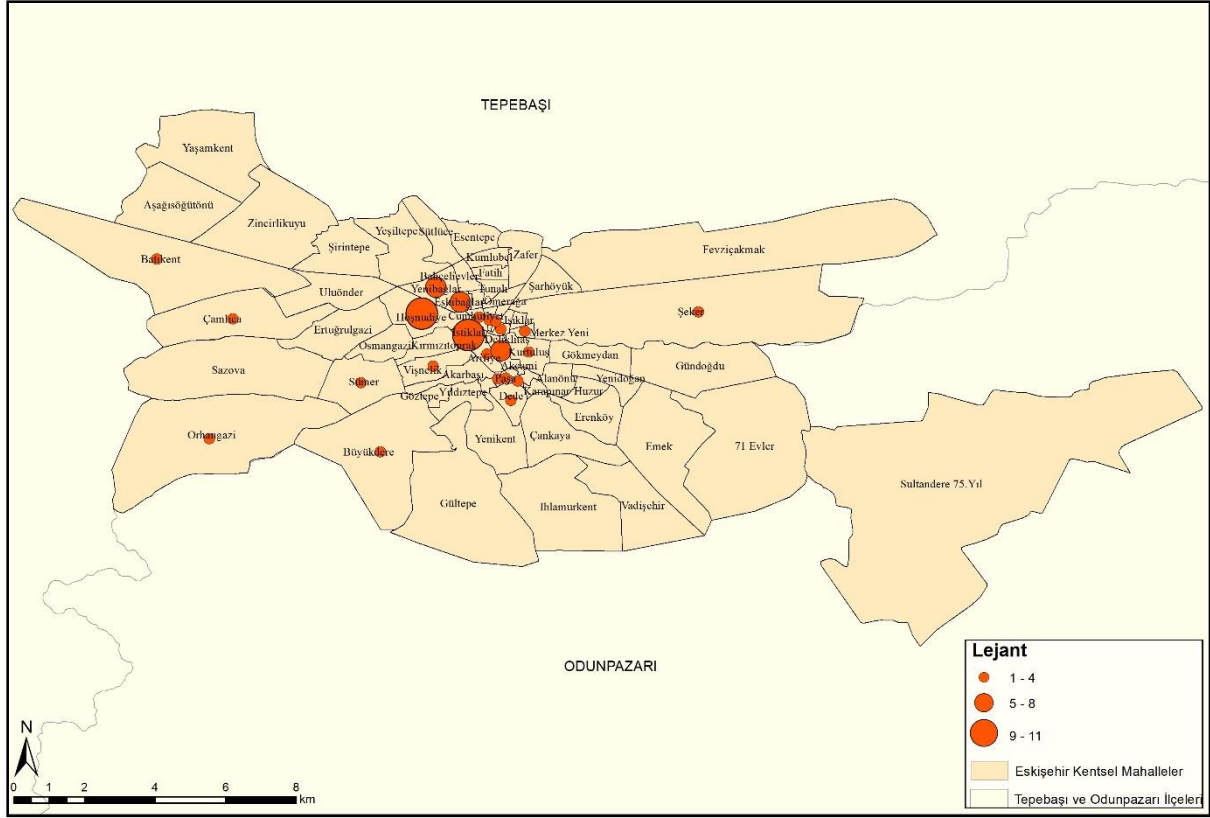
2022	36,05	6,29	40,98	4,70
2023	33,00	3,82	36,94	4,33
2024	35,47	3,64	38,43	3,81
2025	36,58	2,56	38,18	3,23

Eskişehir’deki konaklama tesislerinin (otel, apart, kamu konaklama tesisleri, misafirhaneler vb.) coğrafi dağılışı incelendiğinde, bu tesislerin kent içinde belirli alanlarda yoğunlaştığı görülmektedir. Özellikle Odunpazarı ve Tepebaşı ilçelerinin kesişim noktasına yakın olan şehir merkezi, konaklama birimlerinin en fazla kümелendiği alan olarak dikkat çekmektedir. Bu durum, konaklama işletmelerinin ulaşım olanaklarının güçlü olduğu, hizmet çeşitliliğinin fazla olduğu ve şehirselleşmenin yoğunlaştığı bölgeleri tercih ettiğini ortaya koymaktadır. Merkezden uzaklaştıkça tesis sayısının azalması ise bu alanlarda hem talep düzeyinin hem de şehirselleşmenin daha sınırlı olduğunu göstermektedir (Şekil 4.10).

**Şekil 4.10.** Eskişehir’deki konaklama tesislerinin dağılışı (Yazar tarafından hazırlanmıştır)

Konaklama olanakları içerisinde oteller, sundukları kapasite ve hizmet standartları bakımından şehirselleşme yapısının temel bileşenlerinden birini oluşturmaktadır. Şehirselleşme turizm morfolojisinde otel işletmelerinin yer seçimi; MİA, rekreasyon alanları, konut bölgeleri ve ulaşım ağları gibi kentsel işlevlerin mekânsal organizasyonu ile yakından ilişkilidir. Bu

otel yatırımlarının geleneksel merkezden ziyade, şehirlerarası geçiş koridoru olan Bursa-Ankara Çevre Yolu aksına doğru lineer bir merkezkaç eğilimi gösterdiği de gözden kaçırılmamalıdır.

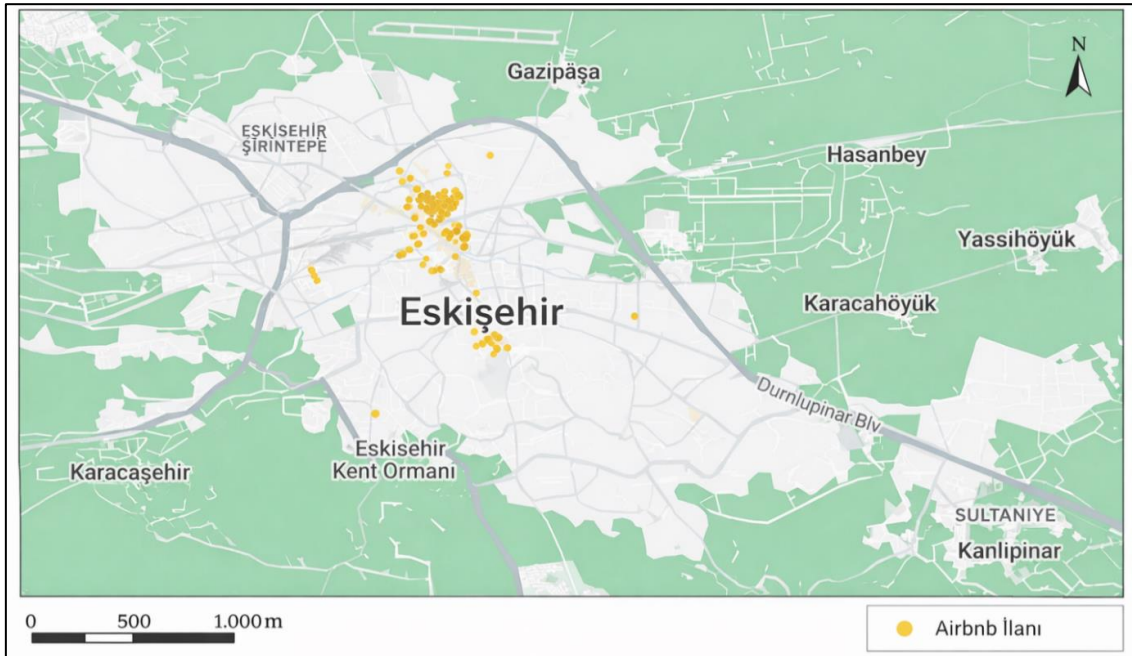


Şekil 4.12. Eskişehir şehirsal mahallelerine göre otel sayılarının dağılışı (Yazar tarafından hazırlanmıştır)

Günümüz şehirsal turizm pazarında, küreselleşme ve dijitalleşmenin bir sonucu olarak geleneksel konaklama tipolojilerine alternatif teşkil eden, paylaşım ekonomisi tabanlı web platformlarına yönelik talep doğrusal bir artış göstermektedir. Bu platformların başında gelen Airbnb, ev sahipleri ile geçici konaklama talep eden ziyaretçileri dijital bir arayüzde buluşturarak şehirsal konut stokunun işlevsel olarak turizm arzına eklemlenmesine aracılık etmektedir (Xie ve Mao, 2017: 2241). Küresel ölçekte Kuzey Amerika ve Avrupa metropollerinde (Londra, Paris, New York) yoğunlaşan bu alternatif konaklama modeli (AllTheRooms, 2021), Türkiye iç turizm pazarında başta İstanbul olmak üzere İzmir, Ankara, Antalya ve Eskişehir gibi şehirsal destinasyonlarda da belirgin bir mekânsal görünürlük kazanmıştır (Avunduk ve Akpınar, 2021: 139).

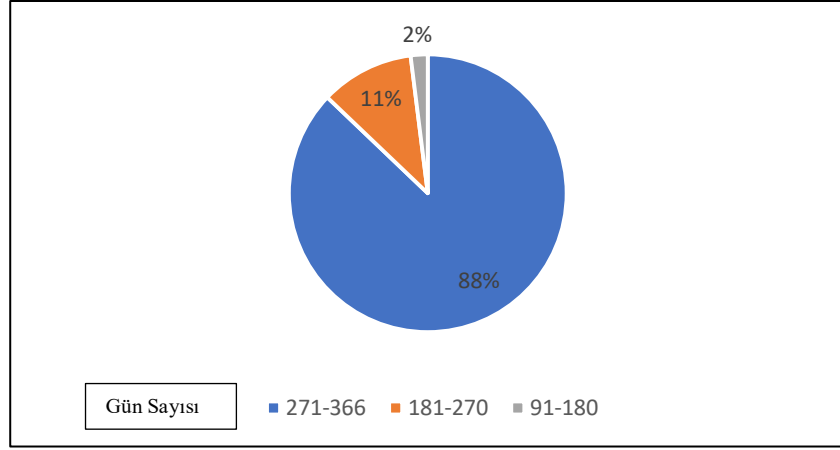
Airbnb ilanlarının kent içindeki mekânsal dağılımının incelenmesi, kısa dönemli konaklama faaliyetlerinin hangi şehirsal alanlarda yoğunlaştığını ve bu dağılışı belirleyen

mekânsal dinamiklerin ortaya konulması açısından önem taşımaktadır. Analiz sonuçları, ilanların ağırlıklı olarak Tepebaşı ilçesinde yoğunlaştığını, mahalle ölçeğinde ise en belirgin kümelenmenin Eskibağlar ve Hoşnudiye mahallelerinde gerçekleştiğini göstermektedir (Şekil 4.13). Bu dağılışı Anadolu Üniversitesi yerleşkesine yakınlık, gelişmiş toplu taşıma olanakları, yüksek yaya erişilebilirliği ile ticaret, yeme-içme ve rekreasyon işlevlerinin yoğunlaştığı şehrsel çevre belirleyici rol oynamaktadır. Bunun yanında, bölgede yaygın olarak bulunan küçük metrekareli apartman daireleri ve stüdyo tipi konutlar, kısa dönemli kiralama modeline uygun bir konut arzı oluşturmaktadır. Dolayısıyla Airbnb ilanlarının mekânsal örüntüsü, üniversite kaynaklı hareketlilik, erişilebilirlik ve şehrsel hizmet fonksiyonlarının birlikte şekillendirdiği bir yer seçimi dinamiğini yansıtmaktadır.



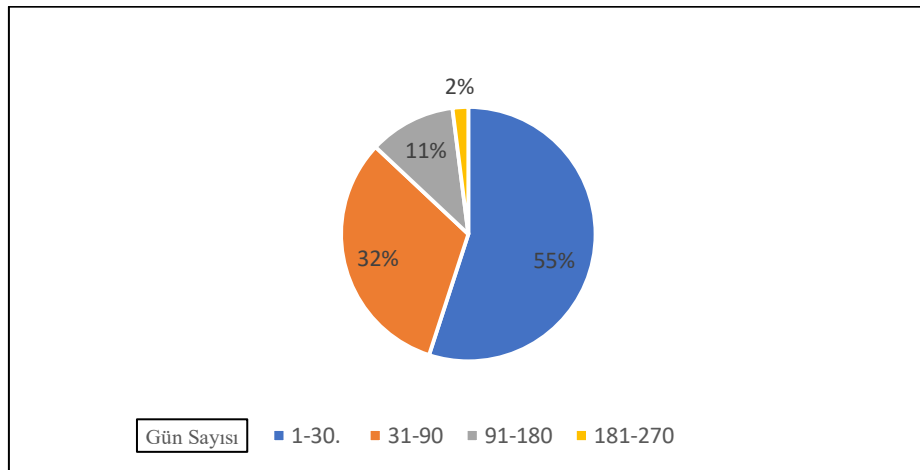
Şekil 4.13. Eskişehir’de Airbnb ilanlarının dağılışı (AirRoi, 2026)

Eskişehir’de kısa dönem kiralama piyasasına ilişkin elde edilen bulgular, mülklerin yıl içerisindeki kullanılabilirlik düzeylerinin yüksek olduğunu ortaya koymaktadır. İncelenen dağılıma göre, ilanların %88’inin 271–366 gün aralığında kiralamaya açık olduğu belirlenmiştir. Buna karşılık, 181–270 gün aralığında aktif olan mülklerin oranı %11 ile sınırlı kalırken, 91–180 gün aralığında yer alan mülklerin oranı yalnızca %2 düzeyindedir (AirRoi, 2026). Bu dağılım, piyasada yer alan konaklama birimlerinin büyük ölçüde yıl geneline yayılan, süreklilik arz eden bir kullanım modeline sahip olduğunu göstermektedir. Bununla beraber mülklerin büyük bölümünün yıl boyunca kiralamaya açık olması, talebin mevsimsellikten bağımsız olarak süreklilik gösterdiğine ve piyasanın istikrarlı bir yapıya sahip olduğuna işaret etmektedir (Şekil 4.14).



Şekil 4.14. Eskişehir’de Airbnb ilanlarının yıllık aktif gün sayısına göre dağılımı (AirRoi (2026) verilerinden yazar tarafından hazırlanmıştır)

Eskişehir özelinde kısa dönem kiralama piyasasında mülklerin yıllık rezerve edilme gün sayılarına ilişkin dağılım incelendiğinde, rezervasyonların büyük ölçüde düşük gün aralıklarında yoğunlaştığı görülmektedir. Buna göre, ilanların %55’inin yıllık 1–30 gün arasında rezerve edildiği, %32’sinin 31–90 gün aralığında yer aldığı tespit edilmiştir. Bu iki grup birlikte değerlendirildiğinde, toplamın %87’sini oluşturarak rezervasyonların ağırlıklı olarak düşük ve orta-düşük yoğunlukta gerçekleştiği anlaşılmaktadır. Daha yüksek rezervasyon seviyelerine sahip mülklerin oranı ise belirgin biçimde düşmektedir; 91–180 gün aralığında yer alan ilanların oranı %11 iken, 181–270 gün aralığında bu oran %2’ye kadar gerilemektedir. Bu durum, piyasada yüksek doluluk seviyesine ulaşabilen mülk sayısının sınırlı olduğunu ortaya koymaktadır (Şekil 4.15).



Şekil 4.15. Eskişehir’de Airbnb ilanlarının yıllık rezerve gün sayısına göre dağılımı (AirRoi (2026) verilerinden yazar tarafından hazırlanmıştır)

4.4.3. Seyahat Acenteleri

Seyahat acenteleri, turizm coğrafyası literatüründe destinasyon arz unsurları ile turist talebi arasında köprü görevi gören, organizasyon ve pazarlama süreçlerinin temel aracı kuruluşlarıdır. Yüz yetmiş yılı aşan tarihsel geçmişleriyle bu kurumlar, turizm hizmetlerinin planlanması ve organizasyonu, ulaşım ve konaklama koordinasyonunun sağlanması ile destinasyon imajının hedef pazarlara ulaştırılmasında önemli bir rol üstlenmektedir (Özgüç, 2017: 110).

Kültür ve Turizm Bakanlığı'ndan elde edilen verilere göre, şehirde toplam 114 seyahat acentesi faaliyet göstermektedir. Bunların 111'i A grubu, 3'ü ise C grubu seyahat acentesi statüsündedir (Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, 2026). A grubu seyahat acentelerinin toplam acenteler içerisindeki %97,3'lük payı, Eskişehir'deki seyahat acenteciliği faaliyetlerinin büyük ölçüde tüm turizm hizmetlerini sunma yetkisine sahip işletmeler tarafından yürütüldüğünü göstermektedir. Bu yapı, kentin yalnızca dışarıya yönelik tur organizasyonlarının gerçekleştirildiği bir merkez olmadığını; aynı zamanda tarihî Odunpazarı Bölgesi, tematik parkları ve müzeleri gibi sahip olduğu rekreasyonel ve kültürel çekicilikler sayesinde dışarıdan ziyaretçi çeken önemli bir turizm merkezi niteliği taşıdığını göstermektedir.

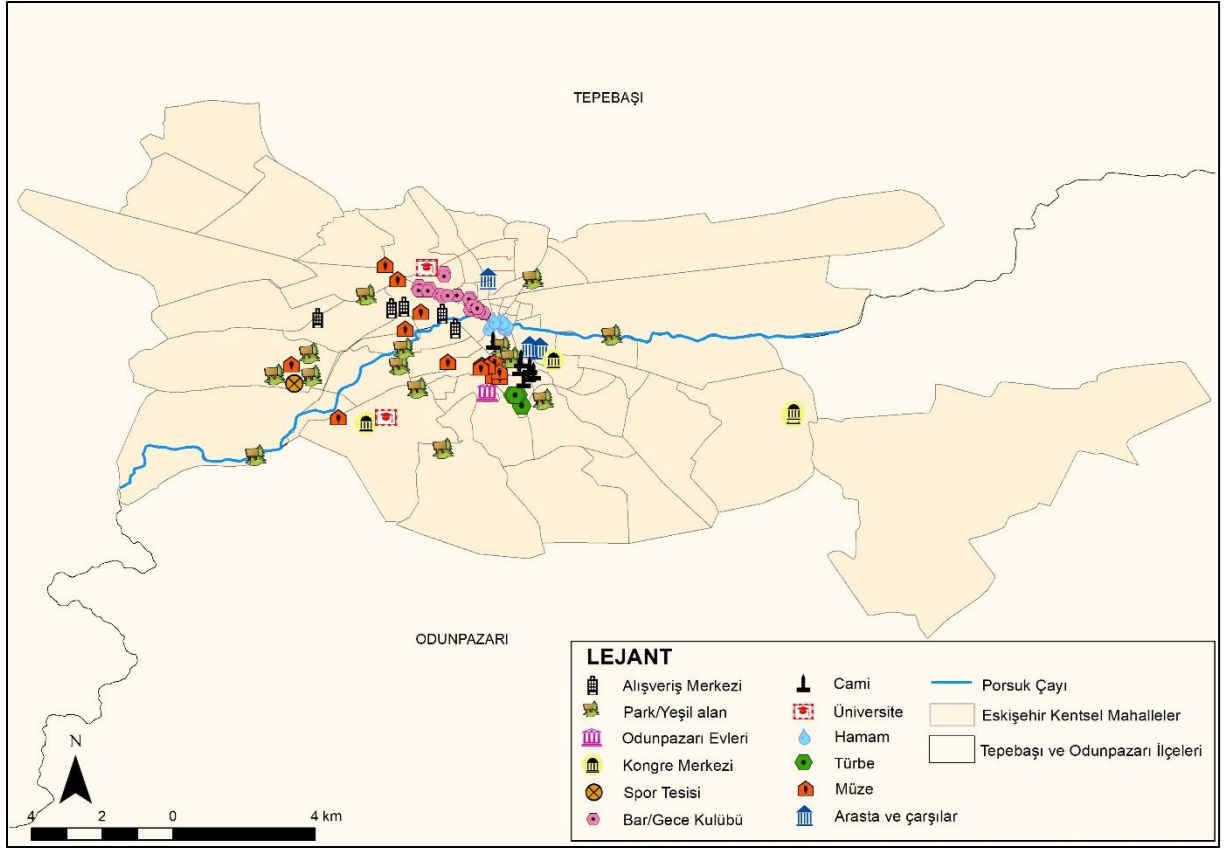
4.5. Eskişehir'de Şehir Turizmi Çekicilikleri

Eskişehir, Orta Anadolu'nun batıya açılan kapısı olarak nitelendirilmektedir. Şehir, ulaşım kolaylığı, enerji olanakları, hammadde kaynakları, uygun tarımsal yapısı ve zengin maden kaynakları ile oldukça gelişmiş şehirlerden biridir. Tüm bu tarım, sanayi ve madenciliğin yanı sıra kültürel zenginliği, doğal güzellikleri, yöresel mutfağı, alışveriş olanakları ile önemli bir turizm merkezidir (İlbay, 2019). Özellikle son yıllarda Türkiye turizminde adından söz ettiren Eskişehir, uluslararası festivaller, eğitim kongreleri, kültür sanat aktiviteleri ve sportif faaliyetler ile iç turizmde bir turizm mucizesi olarak değer görmektedir. Birçok turizm kaynağını bünyesinde barındıran şehir el sanatları, geleneksel yemek ve giyim-kuşam kültürü, yöresel gelenekleri, tarihi yapıları ve sivil mimari örnekleri ile turistler tarafından rağbet gören bir cazibe merkezi olmuştur (Çay ve Aksöz, 2021: 496).

Üç üniversiteye sahip olan ve öğrenci şehri olarak nitelendirilen Eskişehir genç ve dinamik bir nüfusa sahiptir. Eğlence mekânlarıyla desteklenen bu dinamik nüfus ve her yıl düzenlenen festivaller şehre sosyal enerjiye sahip bir görünüm sağlamaktadır. Şehirde gerçekleştirilen kültür, sanat etkinlikleri ve festivaller hem şehirde bulunan genç nüfusun hem

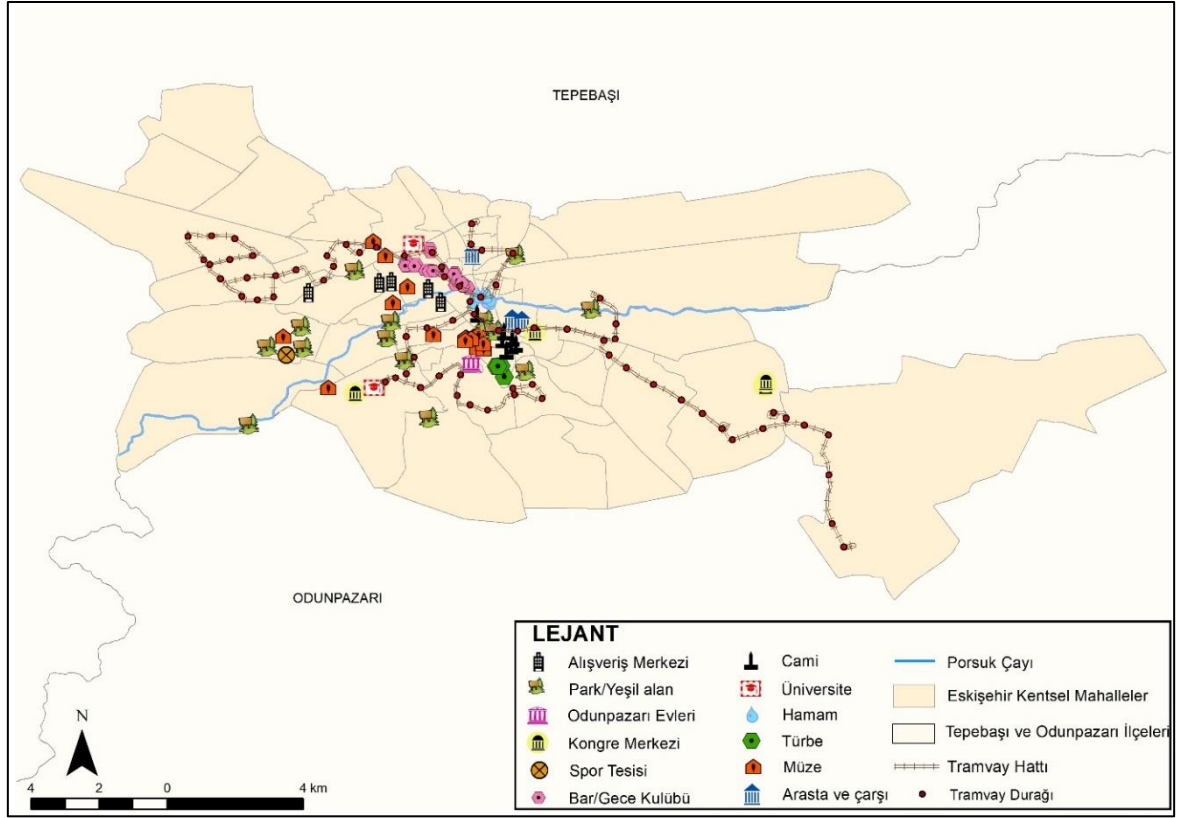
de çevre illerdeki gençlerin bu etkinliklere katılmasını sağlamaktadır (Düşmezkalender, 2020: 191).

Eskişehir, içerisinde barındırdığı bu turizm kaynakları ve modern görünümü ile şehir turizminin önemli destinasyonları arasında yer almaktadır. Özellikle tarihi, kültürel, sanatsal unsurların ve eğlence imkanlarının bir arada bulunması Eskişehir'i şehir turizmi konusunda öne çıkarmaktadır (Özdemir ve Kızılırmak, 2019: 379). Eskişehir'in şehir turizminde öne çıkmasının başlıca etkenleri; Eskişehir'in en eski yerleşim yerlerinden biri olan Tarihi Odunpazarı Evleri, yıl boyu yapılan festivaller, tiyatrolar, gösteriler vb. etkinlikler, Porsuk Çayı, çeşitli rekreasyon faaliyetlerinin gerçekleştirilebileceği Kentpark, Sazova Bilim Sanat ve Kültür Parkı, şehirde yer alan çok sayıdaki müzelerdir (Çoban vd., 2019: 545). Bu çok yönlü turistik ve kültürel değerler, Eskişehir'in şehrsel dokusu üzerinde de belirgin izler bırakmaktadır. Şehrin hem tarihi hem modern çekim noktaları, rekreasyon alanları ve kültürel mekânlar, mekânsal olarak belirli akslar ve bölgelerde yoğunlaşmakta; böylece şehrsel fonksiyonların dağılımı ve şehir içi hareketlilik şekillenmektedir. Özellikle Porsuk Çayı çevresi, bu turistik ve kültürel yoğunluğun merkezini oluşturmakta ve şehir turizminin mekânsal görünümünü belirleyen ana hatları çizmektedir. Şekil 4.16'da Eskişehir şehrsel alanında, farklı şehrsel çekiciliklerin mekânsal dağılımı gösterilmektedir. Şekil incelendiğinde, şehrsel aktivitelerin büyük ölçüde Porsuk Çayı çevresinde yoğunlaştığı ve bu aksın kent içinde birincil çekim merkezi işlevi gördüğü anlaşılmaktadır. Alışveriş merkezleri, bar ve gece kulüpleri, müzeler ve arasta/çarşı gibi ticari ve kültürel kullanımların merkezde kümelenmesi, söz konusu alanın hem ekonomik hem de sosyokültürel açıdan yüksek bir çekim gücüne sahip olduğunu göstermektedir. Bu yoğunlaşma, aynı zamanda üniversite alanlarının merkeze yakın konumlanmasıyla desteklenmekte; genç nüfusun varlığı eğlence ve hizmet sektörünün bu bölgede gelişimini teşvik etmektedir. Öte yandan Odunpazarı çevresinde yoğunlaşan tarihi yapılar, müzeler ve geleneksel doku unsurları ise bu bölgenin turistik ve kültürel kimliğini güçlendirmekte, kent içinde ikinci bir çekim odağı oluşturmaktadır. Yeşil alanlar ise süreklilik gösteren bir sistem oluşturmaktan ziyade kent içinde dağınık ve parçalı bir biçimde yer almaktadır. Bu durum, açık alanların birbiriyle bağlantılı bir yapı oluşturmadığını, daha çok farklı noktalarda bağımsız alanlar şeklinde konumlandığını göstermektedir. Genel olarak değerlendirildiğinde, Eskişehir'in şehrsel yapısının Porsuk Çayı boyunca şekillendiği ve şehrsel fonksiyonların bu hat üzerinde yoğunlaşarak mekânsal organizasyonu belirlediği görülmektedir.



Şekil 4.16. Eskişehir'in şehrsel çekiciliklerinin dağılışı (Yazar tarafından hazırlanmıştır)

Şehir turizminin gelişiminde turizm çekiciliklerinin varlığı kadar, bu çekiciliklere kolay, hızlı ve konforlu bir şekilde ulaşılabilmesi de önemli bir faktördür. Bu nedenle şehir içi toplu ulaşım sistemleri, turistlerin destinasyon içerisindeki hareketliliğini kolaylaştırarak turizm faaliyetlerinin sürdürülebilirliğine katkı sağlamaktadır. Şekil 4.17. incelendiğinde, Eskişehir'deki turizm çekiciliklerinin önemli bir bölümünün tramvay hattı boyunca veya tramvay duraklarının yakın çevresinde konumlandığı görülmektedir. Özellikle kent merkezinde yoğunlaşan tarihi, kültürel, rekreatif ve ticari çekiciliklerin tramvay ağı ile birbirine bağlanması, ziyaretçilerin özel araç kullanma gereksinimini azaltarak destinasyon içerisindeki erişilebilirliği artırmaktadır. Tramvay hattının farklı turizm çekiciliklerini tek bir ulaşım ağı üzerinde bütünleştirilmesi, turistlerin kısa sürede ve düşük maliyetle birden fazla çekiciliği ziyaret edebilmesine olanak sağlamaktadır. Bu durum hem ziyaretçi memnuniyetini artırmakta hem de sürdürülebilir ulaşım ilkeleri doğrultusunda kent turizmini destekleyen önemli bir avantaj oluşturmaktadır.



Şekil 4.17. Eskişehir'de turizm çekiciliklerinin tramvay hattı üzerindeki erişilebilirliği (Yazar tarafından hazırlanmıştır)

Eskişehir’de yer alan şehir turizmi çekicilikleri Tablo 4.10’da sınıflandırılmıştır. Bu tablo, Eskişehir’in şehrsel ve kültürel yapısının çeşitliliğini göstermektedir. Tablo incelendiğinde, şehrin farklı işlevsel ve kültürel katmanları net bir şekilde ortaya çıkmaktadır. Dini yapılar ve türbeler, kentin tarihî ve manevi kimliğinin izlerini taşıırken, müzeler ve geleneksel evler kültürel mirasın korunması ve sergilenmesinde merkezi bir rol üstlenmektedir. Parklar ve rekreasyon alanları kentsel yaşam kalitesini destekleyen önemli açık alanlardır. Aynı zamanda şehirde sosyal etkileşimi güçlendiren mekânlar yaratırlar. Alışveriş merkezleri, arasta ve çarşılar, ticari hayatın hem modern hem de geleneksel biçimlerini bir arada sunarak ekonomik çeşitliliğe katkıda bulunmaktadır. Bunun yanında Eskişehir’deki hamamlar, şehrin geleneksel yaşam kültürünü yansıtan mekânlar olarak hem dinlenme hem de sosyal buluşma alanı olarak kullanılmaktadır. Şehirde bulunan üniversiteler ise eğitim ve bilim faaliyetlerinin yanı sıra öğrenci nüfusu, akademik etkinlikleri ve kültürel yaşamı destekleyerek Eskişehir’in dinamik kent kimliğine ve şehir turizmine önemli katkılar sağlamaktadır. Son olarak, yerel mutfak ürünleri, geleneksel el sanatları ve düzenlenen festivaller, şehrin somut olmayan kültürel değerlerini öne çıkararak turistik çekiciliği artırmaktadır. Bu bütüncül yapı, Eskişehir’in kentsel dokusunun yalnızca fiziksel mekânlarla değil; kültürel, sosyal ve ekonomik

öğelerin etkileşimiyle şekillendiğini ve şehir kimliğinin çok boyutlu bir perspektifle okunabileceğini ortaya koymaktadır.

Tablo 4.10. Eskişehir’deki şehirs el çekiciliklerin sınıflandırılması

Çekicilik Kategorisi	Çekicilik Türü	Eskişehir’deki Örnekler
Tarihi-Kültürel Çekicilikler	Camiler	Kurşunlu Cami ve Külliyesi, Reşadiye Cami, Alaeddin Cami, Tiryakizade Süleyman Ağa Cami, Akcami, Orta Işık Cami, Sivrioğlu Cami
	Türebeler	Şeyh Edebalı Türbesi, Şeyh Şehabettin Sühreverdi Türbesi, Şeyh Ahi Mahmud Türbesi, Şeyh Nusrettin Dede Türbesi (Tezveren Dede Türbesi)
	Müzeler	Odunpazarı Modern Müze, Yılmaz Büyükerşen Balmumu Heykeller Müzesi, Çağdaş Cam Sanatları Müzesi, Ahşap Eserler Müzesi, Türasaş Devrim Arabaları Müzesi, Lületaşı Müzesi, Kurtuluş Müzesi, Vecihi Hürkuş Havacılık Müzesi, ETİ Arkeoloji Müzesi, Eğitim Karikatürleri Müzesi, Cumhuriyet Tarihi Müzesi, Tayfun Talipoğlu Daktilo Müzesi, Osman Yaşar Tanaçan Fotoğraf Müzesi, Kent Belleği Müzesi, Atatürk ile Bir Gün Müzesi, TCDD Müzesi
	Kentsel Sit Alanları	Odunpazarı Kentsel Sit Alanı
	Arasta ve Çarşılar	Atlıhan El Sanatları Çarşısı, Haller Gençlik Merkezi, Arasta Çarşısı
	Festivaller ve Kültürel Etkinlikler	Lületaşı Festivali, Uluslararası Eskişehir Festivali, Uluslararası Eskişehir Film Festivali, Eskişehir Çocuk Tiyatroları Festivali, Eskişehir Sokak Lezzetleri Festivali, Uluslararası Cam Festivali, Eskişehir Opera ve Bale Günleri, Uluslararası Ahşap Heykel Festivali, Uluslararası Pişmiş Toprak Sempozyumu
Modern ve Rekreasyonel Çekicilikler	Parklar ve rekreasyonel alanlar	Sazova Bilim, Kültür ve Sanat Parkı, Kentpark, Şelale Park, Botanik Park, Porsuk Çayı
	Alışveriş Merkezleri	Espark, Kanatlı, Vega, Özdelek, Esnaf Sarayı
Somut Olmayan Kültürel Miras ve Gastronomi Çekicilikleri	Eğlence/Gece Hayatı	Barlar Sokağı ve diğer eğlence mekanları
	Geleneksel Yiyecek ve İçecekler	Met Helvası, Balaban Köfte, Çi börek,
	Geleneksel El Sanatları	Lületaşı işlemeciliği
	Üniversiteler	Anadolu Üniversitesi, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Eskişehir Teknik Üniversitesi
Termal Çekicilikler	Hamamlar	Erler Hamamı, Alçık Hamamı, Şengilcik Hamamı

4.5.1. Camiler

4.5.1.1. Kurşunlu Cami ve Külliyesi

Kurşunlu Cami ve Külliyesi Odunpazarı Kentsel Sit Alanı içerisinde yer alan Kurşunlu Külliyesi, Osmanlı Dönemi'ne ait önemli bir mirastır. Yapı, 1500'li yıllarda Osmanlı vezirlerinden Çoban Mustafa Paşa tarafından yaptırılmıştır. Külliye'nin mimarı kesin olarak bilinmemekle birlikte, mimarbaşı Acem Ali olduğu tahmin edilmektedir (İnce, 2002). Kompleks; cami, medrese, sübyan mektebi, imarethane, tabhane, aşevi, kervansaray ve şadırvandan oluşmaktadır. Külliye bünyesindeki bu yapıların günümüzdeki fonksiyonel kullanımları ise şu şekildedir: Cami ibadete açık olarak işlevini sürdürürken; medresenin doğu bölümü Lületaş Müzesi, batı bölümü El Sanatları Çarşısı, aşevi binası Cam Sanatları Merkezi, sübyan mektebi kütüphane, imarethane kısmı cam atölyesi, tabhane bölümü Fotoğraf Müzesi ve kervansaray kısmı ise Ahşap Eserler Müzesi olarak hizmet vermektedir. Caminin ana kubbesi kurşunla kaplı olduğu için yapı halk arasında bu isimle anılmaktadır (Şekil 4.18).



Şekil 4.18. Kurşunlu Cami ve Külliyesi (Odunpazarı Belediyesi, 2026)

4.5.1.2. Tiryakizade Süleyman Ağa Cami

Tiryakizade Süleyman Ağa Cami Odunpazarı Kentsel Sit Alanı içerisinde yer alan cami, 1778 yılında Tiryakizade Süleyman Ağa tarafından yaptırılmıştır. Yapının son restorasyonu, Eskişehir Türk Dünyası Kültür Başkentliği Ajansı tarafından Kalıcı Eserler projeleri kapsamında yürütülmüş ve bu çalışmaların ardından ibadethane 2014 yılında yeniden

kullanıma açılmıştır. Söz konusu restorasyon sürecinden önce "Tiryakizade Hasan Paşa Cami" olarak bilinen yapının adı, bu onarımla birlikte "Tiryakizade Süleyman Ağa Cami" olarak değiştirilmiştir. Güncel fonksiyonel kullanımı incelendiğinde; yapının zemin katının kafe, birinci kat ve asma katının ise cami olarak hizmet verdiği görülmektedir (Sarıaydın vd., 2024: 946).

4.5.1.3. Reşadiye Cami

Reşadiye Cami, Odunpazarı ilçesinde yer almaktadır. Cami, 1916 yılında Osmanlı padişahı V. Mehmed tarafından inşa edilmiştir. Cami İstanbul Eminönü'ndeki Yeni Cami'nin mimarisine benzer şekilde tasarlanmıştır. İlk kez 1916 yılında yaptırılan cami, 1969-1978 yılları arasında yeniden yaptırılmıştır. Caminin mimarı Cevat Ülger'dir ancak cami mimarının ölümünden sonra tamamlanmıştır. Cami konumu itibari ile de önemli bir noktada yer almaktadır. Eskişehir Valiliği ve Eski Adliye Binası ile komşu olan caminin karşısında ise Taşbaşı Çarşısı ve İl Halk Kütüphanesi yer almaktadır (Kültür Envanteri, 2025).

4.5.1.4. Alaeddin Cami

Alaeddin Cami, Odunpazarı ilçesinde yer almaktadır. Kendi adı ile anılan parkın içerisinde bulunan cami, şehrin en eski camilerinden biridir. Cami, Anadolu Selçuklu döneminde, 1267 yılında III. Gıyaseddin Keyhüsrev zamanında yapılmıştır. Cami üzerinde yapılan değişiklikler nedeniyle cami Selçuklu mimari özelliklerini kaybetmiştir (Kültür Portalı, 2025). Cami üzerinde bulunan kitabede minarenin banisinin Cacaoğlu Cibril olduğu yazılıdır (Aydın, 2017: 48). 1944-1951 yılları arasında müze olarak kullanılan cami, bu tarihten itibaren tekrar onarılarak ibadete açılmıştır (Kültür Envanteri, 2025).

4.5.1.5. Akcami

Akcami, Odunpazarı ilçesinde yer almaktadır. Bir dönem Kümbet Cami ismiyle anılan cami, arşivde İshak Fakih adına kayıtlıdır. Caminin, planına bakıldığında aslında hamam olarak inşa edildiği anlaşılmaktadır. Bir süre hamam olarak kullanıldıktan sonra camiye çevrilmiştir (Altınsapan ve Parla, 2015: 20).

4.5.2. Türbeler

4.5.2.1. Şeyh Edebalı Türbesi

Şeyh Edebalı Türbesi, Odunpazarı mezarlığının batısında yer almaktadır. Türbenin, Osman Bey'in kayınpederi Şeyh Edebalı'ya ait olduğu kabul edilmektedir. Türbe, 14. yüzyıla

tarıhlendirilmektedir. Yapılan restore çalışmalarıyla yapı yenilenerek günümüzdeki hali verilmiştir. Türbe tek katlı dikdörtgen planlı türbe kubbe ile örtülüdür (Altınsapan, 2020: 2).

4.5.2.2. şeyh Nusrettin Dede Türbesi (Tezveren Dede Türbesi)

şeyh Nusrettin Dede Türbesi, Odunpazarı Kentsel Sit Alanı içerisinde isminin verildiği şeyh Nusrettin Sokak'ta yer almaktadır. Türbenin inşa tarihi kesin olarak bilinmemektedir. Türbenin kitabesine göre, Kabe'de Beytullah'ın hizmetkarı olarak görev yapan şeyh Nusrettin Hazretleri arkadaşının ısrarıyla Eskişehir'e misafir gelmiştir. Misafir olduğu evde vefat eden şeyh Nusrettin Hazretleri vefat ettiği alana defnedilmiştir. Kutup şeyh Nusrettin Dede, Tezveren Dede olarak da tanınmaktadır (şekil 4.19).



şekil 4.19. şeyh Nusrettin Dede Türbesi (Tezveren Dede Türbesi) (Yazar tarafından çekilmiştir, 2026)

4.5.2.3. şeyh Ahi Mahmud Türbesi

şeyh Ahi Mahmud Türbesi, Odunpazarı kentsel sit alanı içerisinde yer almaktadır. Türbenin inşa tarihi bilinmemektedir. Türbe, kuzey-güney doğrultusunda uzanan yamuk dikdörtgen planlı ve tek katlı olan yapının, düz ahşap tavanı dıştan kırma çatı ile örtülüdür (Altınsapan ve Parla, 2010: 10).

4.5.2.4. şeyh şehabettin Sühreverdi Türbesi

şeyh şehabettin Sühreverdi Türbesi Odunpazarı kentsel sit alanı içerisinde bulunmaktadır. Türbe, şehabettin Ebu Hafs mer b. Abdullah es-şureverdi adına kurulmuştur. Türbe, Salı Tekkesi olarak da bilinmektedir. Eskişehir'de Fütüvvet teşkilatının kurulması,

teşkilatlandırılması ve benimsetilmesinde Şeyh Şehabettin Sühreverdi etkin bir rol oynamıştır (Doğru, 1992: 81)

4.5.2.5. Hasan Dede Türbesi

Kentsel Sit Alanı sınırları içinde, Kurşunlu Külliyesi'nin hemen arkasındaki bahçede yer alan türbede; Hasan Dede, oğlu ve bu dergâhta görev yapmış diğer önemli şahsiyetlerin kabirleri bulunmaktadır. Hasan Dede, 19. yüzyılda Eskişehir Mevlevihanesi'ni yeniden faal hale getiren ve tekkenin sürdürülebilirliğinde rol oynayan en önemli şeyhlerden biri olarak kabul edilmektedir (Orak, 2018: 83).

4.5.3. Müzeler

4.5.3.1. ETİ Arkeoloji Müzesi

ETİ Arkeoloji Müzesi'nin temelleri 1945'li yıllara uzanmaktadır. Eskişehir il ve ilçelerden toplanan taşınır kültür varlıkları ile 1945 yılında Eskişehir Alaeddin Camii'nde bir depo oluşturulmuştur. 1966 yılında Kurşunlu Cami Külliyesi'nde Eskişehir Müze Müdürlüğü resmen kurularak hizmete açılmıştır. 1974 yılına gelindiğinde ise Atatürk Bulvarı'nda yapılan yeni binasında çalışmalarını sürdürmüştür. 2001 yılına gelindiğinde bu binanın da yetersiz kalmasıyla müze ziyarete kapatılmıştır. Kültür ve Turizm Bakanlığı ile ETİ Şirketler Grubu Yönetim Kurulu arasında imzalanan protokolün ardından 2011 yılında ETİ Arkeoloji Müzesi resmen ziyarete açılmıştır. 1300 metrekarelik bir alana kurulan müzenin üç blok halinde 4000 metrekarelik kullanım alanı bulunmaktadır. Müzenin bahçesinde taşınmaz kültür varlıkları sergilenmektedir. Sergilenen eserler arasında mermer heykel ve heykelcikler, mimari parçalar, steller, idoller, pişmiş toprak kaplar, cam kaplar ve boncuklar, metal kap ve silahlar, takılar, sikkeler yer almaktadır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2025).

4.5.3.2. Vecihi Hürkuş Havacılık Müzesi

Vecihi Hürkuş, Türkiye'nin ilk özel uçuş okulunu kuran, kendi tasarladığı uçaklarla pilot yetiştiren ve Türk sivil havacılığının gelişmesine öncülük eden önemli bir Türk havacısıdır. Havacılığa yaptığı katkılar sayesinde Türk havacılık tarihinin simge isimlerinden biri olarak kabul edilmektedir (Kurt, 2022). Vecihi Hürkuş Havacılık Müzesi, Tepebaşı ilçesinde Anadolu Üniversitesi Yunusemre Yerleşkesi karşısında yer almaktadır. Müze, 1998 yılında açık teşhir olarak ziyarete açılmıştır. Eskişehir'de yer alan 1. İkmal ve Bakım Komutanlığı tarafından oluşturulan müze, 2011 yılında imzalanan protokollerin ardından Anadolu Üniversitesi'ne devredilmiştir. 2020 yılında ise müzenin adı halk anketi ile Vecihi Hürkuş Havacılık Parkı olarak

değişmiş ve Tepebaşı Belediyesinin sorumluluğu altına alınmıştır. Müzede çeşitli modellerde uçak ve uçak motorları yer almaktadır. Bunların yanı sıra pilot giysileri, rozetler, maket uçaklar ve uçak motorları bulunmaktadır (Eskişehir Büyükşehir Belediyesi).

4.5.3.3. Lületaşı Müzesi

Lületaşı Müzesi, Eskişehir'in simgesi hâline gelen lületaşının tarihini ve işleme sanatını tanıtan önemli kültürel çekiciliklerden biridir. Dünyada yalnızca belirli bir mineralin işlenmiş ürünlerine odaklanan ilk özel müzeler arasında gösterilen müze, 1990'lı yılların başında Eskişehir Valiliği tarafından kurulmuştur. Daha sonra 2008 yılında Odunpazarı Belediyesi tarafından Kurşunlu Külliyesi'ne taşınarak yeniden düzenlenmiş ve ziyaretçilerin hizmetine sunulmuştur. Müzede, Eskişehirli sanatçılar tarafından üretilen ve büyük bölümü bağış yoluyla koleksiyona kazandırılan yüzlerce lületaşı eseri sergilenmektedir. Koleksiyon, lületaşı işlemeciliğinin sanatsal gelişimini ve Eskişehir'in bu alandaki geleneksel ustalığını yansıtmaları bakımından önemli bir kültürel miras niteliği taşımaktadır (Güngör, vd., 2023) (Şekil 4.20).



Şekil 4.20. Lületaşı Müzesi (Kültür Portalı, 2026)

4.5.3.4. Odunpazarı Modern Müze

Odunpazarı kentsel sit alanı içerisinde yer alan Modern Müze 2019 yılında açılmıştır (Şekil 4.21). Odunpazarı Evleri'nin kümelendiği tarihi bölge içerisine inşa edilen müze Japon mimar Kengo Kuma ve ekibi tarafından tasarlanmıştır. Proje ekibi, müzenin bölgenin tarihi kent dokusuna uyumlu olması amacıyla müzenin dış kaplamasında ahşap malzeme kullanmıştır (Kızıllıkan ve Yeşildal, 2021: 478). Odunpazarı Modern Müze, Türkiye'den ve dünyadan sanatçıların modern ve çağdaş eserlerini sergilemek, Türk sanatını dünyaya tanıtmak ve Eskişehir'e kültürel bir değer katmak amaçlarıyla yapılmış bir müze tasarımıdır. Müze

toplamda 4500 metrekarelik bir alana sahiptir. Müzenin içerisinde sergileme alanları, çeşitli etkinlik mekânları, kafe, atölyeler ve müze dükkanı bulunmaktadır (Yıldız Kuyrukçu ve Elitok, 2021: 195-196). Müze, hem tasarım süreci hem tarihi doku ile bütünleşmesi hem de içerisinde sergilenen çağdaş sanat eserleriyle ziyaretçilerine çok yönlü bir deneyim yaşatmaktadır (Kızılkın ve Yeşildal, 2021: 478). Müze, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından 2019 Özel Ödülü'ne layık görülmüş olmakla birlikte İngiltere'de düzenlenen Müze ve Kültürel Miras Ödülleri başlığında “Yılın Uluslararası Projesi” ödülünü kazanmıştır (Yıldız Kuyrukçu ve Elitok, 2021: 189).



Şekil 4.21. Odunpazarı Modern Müze (Yazar tarafından çekilmiştir, 2026)

4.5.3.5. Yılmaz Büyükerşen Balmumu Heykeller Müzesi

Yılmaz Büyükerşen Balmumu Heykeller Müzesi, Odunpazarı Kentsel Sit Alanı içerisinde yer almakta olup 2013 yılında ziyarete açılmıştır. Dünyanın birçok ülkesinde bulunan Madame Tussauds Müzesi'nin Türkiye'deki ilk örneği olan müze, Prof. Dr. Yılmaz Büyükerşen tarafından Eskişehir'e kazandırılmıştır. Müzede 200'ün üzerinde tarihi ve tanınmış kişiye ait balmumu heykeli sergilenmektedir (Eskişehir Büyükşehir Belediyesi, 2025). Müzenin ilk kısmında, Kurtuluş Savaşı dönemindeki önemli tarihi kişilerin, Atatürk ve ailesinin, Osmanlı Padişahlarının, geçmiş cumhurbaşkanlarının heykelleri bulunmaktadır. İkinci bölümde bilim, spor, sinema, televizyon ve tiyatro dünyasından tanınmış isimlerin yanı sıra ses sanatçıları ve dünya liderlerine ait heykeller sergilenmektedir. Üçüncü bölümde felsefe alanında tanınmış

kişilerin heykelleri yer alırken dördüncü bölümde siyasetçilerin heykelleri yer almaktadır. Son bölümde ise Prof. Dr. Yılmaz Büyükerşen'in aldığı ödüller ile kendi balmumu heykeli ziyaretçilere sunulmaktadır (Şen, 2019: 39) (Şekil 4.22).



Şekil 4.22. Yılmaz Büyükerşen Balmumu Heykeller Müzesi (Yazar tarafından çekilmiştir, 2026)

4.5.3.6. Türasaş Devrim Arabaları Müzesi

Türasaş Devrim Arabaları Müzesi, TÜRASAŞ koleksiyonunda yer alan eserlerin Eskişehir Bölge Müdürlüğü yerleşkesi içerisinde konumlandırılan sergi alanı 2018 yılında ziyaretçilerin ilgisine sunulmuştur. TÜRASAŞ Devrim Arabaları Müzesi, TÜRASAŞ Eskişehir Bölge Müdürlüğü Basın Yayın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğü koordinesinde kurulmuştur. Açık ve kapalı olarak iki bölümden oluşan müzede, TÜRASAŞ VE Demiryolu tarihini yansıtan çeşitli objeler bulunmaktadır. Türkiye'nin ilk yerli aracı olma özelliğini taşıyan ve 1961 yılında TÜRASAŞ Eskişehir tesislerinde üretilen Devrim otomobili, 1956 yılında yapımına başlanan ilk minyatür buharlı Mehmetçik Lokomotif, 2200 tipi Buharlı Lokomotif, 24000 tipi Lokomotif ait makinist kabini müze içerisinde sergilenmektedir (TÜRASAŞ, 2025).

4.5.3.7. Osman Yaşar Tanaçan Fotoğraf Müzesi

Osman Yaşar Tanaçan Fotoğraf Müzesi, Odunpazarı kentsel sit alanı içerisinde yer alan Kurşunlu Külliyesi'nde yer almaktadır. Kurşunlu Külliyesi'nde eskiden nikah salonu olarak kullanılan alan Osman Yaşar Tanaçan Fotoğraf Müzesi'ne dönüştürüldü. Müzede, Osman Yaşar Tanaçan'ın Odunpazarı Belediyesine bağışladığı 372 adet fotoğraf makinesi, fotoğraflar,

fotoğrafçılıkta kullanılan çeşitli aletler, kitap ve dergilerden oluşan koleksiyonu yer alıyor. Müze, ziyaretçilerin fotoğraf ve fotoğrafçılık hakkında bilgi sahibi olmalarını, fotoğraf meraklılarının aktiviteler yapabilmesini, sergiler açmasını, kütüphaneden faydalanılmasını sağlıyor (Odunpazarı Belediyesi, 2025) (Şekil 4.23).



Şekil 4.23. Osman Yaşar Tanaçan Fotoğraf Müzesi (Yazar tarafından çekilmiştir, 2026)

4.5.3.8. Ahşap Eserler Müzesi

Ahşap Eserler Müzesi, Odunpazarı'ndaki Kurşunlu Külliyesi'ndeki kervansarayın içinde yer almaktadır. Müzede, 2015 yılında dünyada üçüncüsü Türkiye'de ise ilki düzenlenen Uluslararası Ahşap Festivali'nde üretilen ve sonraki yıllarda düzenlenen festivallerde üretilen 160'tan fazla ahşap eser yer almaktadır (Odunpazarı Belediyesi, 2025).

4.5.3.9. Kent Belleği Müzesi

2012 yılında Odunpazarı Kentsel Sit Alanı içerisinde ziyaretçilerine açılan Kent Belleği Müzesi, Eskişehir'in tarihsel, kültürel ve toplumsal birikimini gelecek kuşaklara aktarmayı amaçlayan önemli kültürel mekânlardan biridir. Müze, kentin somut ve somut olmayan kültürel mirasını dijital uygulamalar ve etkileşimli sergileme yöntemleriyle ziyaretçilere sunmaktadır. Tarih, Kültür Mirası, Etnik Kültür, Kültür ve Sanat, Eğitim, Ekonomi, Genetik Miras, Spor ve "Benim Eskişehir'im" başlıklarından oluşan dokuz tematik bölüm aracılığıyla Eskişehir'in tarihsel gelişimi ve kültürel yapısı ziyaretçilere aktarılmaktadır. Ayrıca, 120 kaynak kişiyle gerçekleştirilen sözlü tarih görüşmelerinden oluşturulan arşiv, kentin sosyal ve kültürel geçmişine ilişkin önemli bir bilgi kaynağı niteliği taşımaktadır. Müzenin uluslararası iş

birlikleri kapsamında yürütülen "Eskişehir ve Den Haag Müzeleri Arasında Kültürlerarası Diyalog Kurulması" projesi sonucunda düzenlenen "Sendeki Eskişehir" sanat yarışmasında dereceye giren 13 eser de kalıcı koleksiyona dâhil edilmiştir (Kent Belleği Müzesi, 2025). Bu yönüyle müze, Eskişehir'in kültürel mirasının korunmasına katkı sağlamasının yanı sıra kentin kültür turizmi potansiyelini destekleyen önemli çekim unsurlarından biri olarak değerlendirilmektedir.

4.5.3.10. Tayfun Talipoğlu Daktilo Müzesi

Tayfun Talipoğlu Daktilo Müzesi, Odunpazarı kentsel sit alanında yer alan Şamlıoğlu Konağı'nda 2016 yılında açılmıştır. Bu müze Türkiye'nin ilk daktilo müzesidir. Gazeteci ve televizyon yapımcısı Tayfun Talipoğlu'nun bağışladığı daktilolardan oluşan müzede, Eskişehir'li gazetecilerinde olduğu birçok bağışçının daktilosu yer almaktadır. Müze içerisinde Bülent Ecevit ve Tayfun Talipoğlu'nun balmumu heykellerinin ve daktilolarının yer aldığı özel odalar bulunmaktadır (Odunpazarı Belediyesi, 2025).

4.5.3.11. Kurtuluş Müzesi

Kurtuluş Müzesi, Odunpazarı Kentsel Sit Alanı'nda yer alan tarihî Mestanoğlu Halil Konağı'nın restore edilmesiyle 2016 yılında ziyarete açılmıştır. Müzede, Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluş süreci Kurtuluş Savaşı'na ilişkin belge, fotoğraf ve görsel materyaller aracılığıyla ziyaretçilere aktarılmaktadır. Tarihî olayları kronolojik bir bütünlük içerisinde sunan müze, Milli Mücadele dönemine ilişkin toplumsal hafızanın yaşatılmasına katkı sağlamakta ve Eskişehir'in tarih turizmini destekleyen önemli kültürel çekiciliklerden biri olarak değerlendirilmektedir (Odunpazarı Belediyesi, 2025).

4.5.3.12. Çağdaş Cam Sanatları Müzesi

Çağdaş Cam Sanatları Müzesi, Odunpazarı Kentsel Sit Alanı'nda yer alan ve cam sanatına odaklanan önemli kültürel çekiciliklerden biridir. Eskişehir Büyükşehir Belediyesi, Anadolu Üniversitesi ve Cam Dostları Grubu iş birliğiyle 2007 yılında kurulan müze, Türkiye'nin ilk çağdaş cam sanatları müzesi olma özelliğini taşımaktadır. Müzede, ulusal ve uluslararası sanatçılar tarafından farklı cam işleme teknikleriyle üretilen 125 eser üç ayrı sergi salonunda ziyaretçilere sunulmaktadır. Çağdaş cam sanatının farklı örneklerini bir araya getiren müze, sanatsal üretimin tanıtılmasına katkı sağlamasının yanı sıra Eskişehir'in kültür ve sanat turizmini destekleyen önemli müzelerden biri olarak değerlendirilmektedir (Eskişehir Büyükşehir Belediyesi, 2025).

4.5.3.13. Cumhuriyet Tarihi Müzesi

Cumhuriyet Tarihi Müzesi, Eskişehir'in Odunpazarı bölgesinde yer alan ve kentin yakın tarihine tanıklık eden önemli kültürel çekiciliklerden biridir. Müze, 1916 yılında Turan Numune Mektebi olarak inşa edilmiştir. Birinci Ulusal Mimarlık Dönemi'nin önemli örnekleri arasında kabul edilen binanın mimarı Kemal Bey'dir. Bina, Yunan işgali sırasında hastane olarak kullanılmıştır. Eskişehir, işgalden kurtulduktan sonra ise Yunan askerlerinin tutulduğu hapis haneye dönüştürülmüştür. Cumhuriyet'in ilanından sonra ise yeniden okul olarak kullanılan bina, 1930 yılına kadar Turan Numune İlkokulu olarak değerlendirilmiştir. Bina, 1930-1955 yılları arasında sırasıyla Eskişehir Lisesi, Defterdarlık ve Kız Ortaokulu olarak kullanılmıştır. 1957 yılında Türk Silahlı Kuvvetleri'ne devredilmiş ve 1977 yılına kadar Askerlik Şubesi olarak hizmet vermiştir. 1980 yılında tescillenen bina, Anadolu Üniversitesi'ne tahsis edilmiş ve 1994 yılında "Anadolu Üniversitesi Cumhuriyet Tarihi Müzesi" olarak faaliyet vermeye başlamıştır. 2013 yılında yeniden yapılandırmak amacıyla kapatılan müze 2019 yılında tekrar açılmıştır (Eskişehir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2025). Müzede Türk tarihine ilişkin eserler sergilenmektedir.

4.5.3.14. Atatürk ile Bir Gün Müzesi

Tarihî şahsiyetler ve önemli olaylarla ilişkilendirilen yapılar, destinasyonların kültürel mirasının tanıtılmasında ve kültür turizmi potansiyelinin geliştirilmesinde önemli bir rol üstlenmektedir. Bu kapsamda, Odunpazarı Kentsel Sit Alanı'nda yer alan ve 1890 yılında ilk milletvekillerinden Halil İbrahim Efendi (Yeşil Efendi) tarafından inşa ettirilen geleneksel konak, Eskişehir'in önemli kültürel miras yapılarından biridir. Kurtuluş Savaşı yıllarında Mustafa Kemal Atatürk'ün Eskişehir ziyaretleri sırasında bu konakta konaklamış olması, yapıya tarihsel açıdan ayrı bir önem kazandırmıştır. Yapı, 2018 yılında gerçekleştirilen restorasyon ve yeniden işlevlendirme çalışmaları sonucunda "Atatürk ile Bir Gün Müzesi" adıyla ziyarete açılmıştır. Müzede, Kurtuluş Savaşı ve Cumhuriyet'in ilk yıllarına ilişkin belge, fotoğraf ve çeşitli tarihî materyaller sergilenmektedir (Odunpazarı Belediyesi, 2025). Bu yönüyle müze, Millî Mücadele dönemine ilişkin tarihsel birikimi ziyaretçilere aktaran, destinasyonun kültür turizmi arzını destekleyen önemli müzelerden biridir.

4.5.3.15. Eğitim Karikatürleri Müzesi

Eğitim Karikatürleri Müzesi, Odunpazarı Kentsel Sit Alanı'nda yer almakta olup 2004 yılında ziyaretçilerin hizmetine açılmıştır. Dünyada benzer örnekleri oldukça sınırlı olan müze, 1980 yılında Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kurulu tarafından tescillenen tarihî bir

yapının restore edilerek müzeye dönüştürülmesiyle oluşturulmuştur. Müzede Türk ve yabancı karikatüristlere ait eserlerin yanı sıra müze koleksiyonunda yer alan karikatürler, mizah dergileri, kitaplar, tabaklar ve heykeller sergilenmektedir. Daimi sergi salonlarının yanı sıra kişisel ve karma sergilere ev sahipliği yapan geçici sergi alanlarıyla yaşayan bir müze anlayışını benimseyen müze, bünyesindeki kitaplığıyla araştırma faaliyetlerine de katkı sağlamaktadır. Bu yönüyle Eğitim Karikatürleri Müzesi, Eskişehir'in kültür ve sanat yaşamını zenginleştiren ve kentin önemli kültürel çekiciliklerinden biri olarak öne çıkmaktadır (Aygün, 2012).

4.5.3.16. TCDD Müzesi

TCDD Müzesi, Tepebaşı ilçesinde Eskişehir Garı yanında iki dönümlük bir arazi üzerinde yer almaktadır. 1997 yılında Eskişehir Şube 13. Şefliği malzeme ambarındaki sobaların boyatılıp şube bürosunda sergilenmesiyle bu müzenin ilk adımı atılmıştır. 1908'de Almanya'ya sipariş edilerek yaptırılan lale motifli bu özel sobaların yanında TCDD 1. Bölge Müdürlüğü ile TULOMSAŞ Genel Müdürlüğü tarafından temin edilen malzemelerle kurulan müze 1998'de hizmete açılmıştır. Müzenin bahçesinde motorlu ve elle çalışan drezinler, hemzemin geçit ve bariyerler, buharlı vidanjör, su tankeri, raylar ve lokomotifler yer almaktadır. Tarihî bina içerisinde ise 5 metre uzunluğunda 3.5 metre genişliğindeki bir demiryolu istasyonu maketi ve çevresi; buharlı, dizel ve elektrikli lokomotifler, vagonlar, eski telgraf, teleks ve manyetolu telefonlar, kömür ocakları, lambalar, levhalar ile aralarında Abdülhamit'in Anadolu-Bağdat demiryolunun yapılması ile ilgili fermanının da bulunduğu çok sayıda belge ve eski demiryolu istasyonları ve trenlerinin fotoğrafları bulunmaktadır (Kültür Portalı, 2026).

4.5.3.17. Çağdaş Sanatlar Müzesi

Çağdaş Sanatlar Müzesi, Tepebaşı ilçesinde yer almaktadır. Müze binası, Birinci Ulusal Mimarlık Dönemi örneklerinden olup, eski dönemlerde Askeri Kışla ve Talimgah Binası olarak kullanılmıştır. Bina, Anadolu Üniversitesinin isteği üzerine Kültür Bakanlığı Konya Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kurulu'nun 09.12.1988 tarih ve 358 sayılı yazısı ile tescillenmiş daha sonraki yıllarda restore edilmiştir. Müze koleksiyonu, yıllar içinde gerçekleşen sanat birikiminin sonucu oluşmuştur. Önce Uygulamalı Güzel Sanatlar Yüksekokulu, daha sonra Güzel Sanatlar Fakültesi'nin denetiminde Türk sanatına hizmet veren Palet Sanat Galerisi, burada ürünlerini sergileyen yerli ve yabancı sanatçıların yapıtlarını üniversite koleksiyonuna kazandırmıştır. Üniversite koleksiyonundan seçilen yapıtlarla da Çağdaş Sanatlar Müzesi'nin

koleksiyonu oluşturulmuştur. 2001 yılında hizmete açılan müzenin koleksiyonunda 163'ü Türk, 50'si yabancı olmak üzere 213 sanatçının yapıtı bulunmaktadır (Anadolu Üniversitesi, 2025a).

4.5.3.18. Mustafa Abdülcemil Kırımoğlu Kırım Tatar Müzesi

Odunpazarı Kentsel Sit Alanı'nda yer alan müze, Kırım Tatarlarının tarihini, kültürünü ve geleneklerini yaşatmayı amaçlayan somut bir kültürel miras alanıdır. Yapı, 2016 yılında Odunpazarı Belediyesi ev sahipliğinde gerçekleştirilen Dünya Kırım Tatar Kongresi kapsamında ziyarete açılmıştır. Açılışına Kırım Tatar halkının millî lideri Mustafa Abdülcemil Kırımoğlu'nun da katıldığı müzede; bu topluluğun geleneksel yaşam tarzını ve kültürel kimliğini yansıtan çeşitli obje ile etnografik eserler sergilenmektedir. Bu yönüyle müze, Eskişehir'de yaşayan Kırım Tatar toplumunun kültürel belleğinin korunmasına katkı sağlamakta ve kentin kültürel çeşitliliğini yansıtan önemli müzelerden biri olarak öne çıkmaktadır (Odunpazarı Belediyesi, 2025).

4.5.3.19. Eskişehir Ticaret ve Sanayi Müzesi

Eskişehir Ticaret ve Sanayi Müzesi, tarihi Odunpazarı bölgesinde yer almaktadır. Müze binası 2011 yılında Eskişehir Ticaret Odası tarafından satın alınarak restore edilmiştir. 2014 yılında müze olarak açılmasına karar verilmiş ve 2017 yılında açılmıştır. Müzede, şehrin geçmiş ticari hayatına ışık tutacak nesne ve belgeler yer almaktadır (Eskişehir Ticaret ve Sanayi Müzesi, 2025).

4.5.3.20. ESOGÜ Zooloji Müzesi

Eskişehir Osmangazi Üniversitesi bünyesinde, Rektörlük ve Fen Edebiyat Fakültesi Dekanlığının katkılarıyla 2005 yılında ziyarete açılan müze, barındırdığı yaklaşık 900 fauna örneğiyle Anadolu'nun biyolojik çeşitliliğini gözler önüne sermektedir. Müze envanterinde; omurgasızlar, eklembacaklılar, balıklar, sürüngenler, kuşlar ve memelilerden oluşan zengin sistematik koleksiyonlar yer almaktadır (Anadolu Ajansı, 2013).

4.5.4. Kentsel Sit Alanları

4.5.4.1. Odunpazarı Kentsel Sit Alanı

Odunpazarı Kentsel Sit Alanı, Eskişehir'in tarihsel gelişimini ve geleneksel kent dokusunu günümüze taşıyan en önemli kültürel miras alanlarından biridir. Kentin ilk yerleşim bölgesi olan Odunpazarı, tarihsel süreç içerisinde sivil mimari örnekleri, anıtsal yapıları ve geleneksel sokak dokusunu büyük ölçüde koruyarak Eskişehir'in tarihî kimliğinin

şekillenmesinde önemli bir rol üstlenmiştir. Bu özelliği nedeniyle bölge, 1981 yılında "Tarihî ve Kentsel Sit Alanı" olarak tescil edilmiş, koruma çalışmalarıyla birlikte tarihî dokusunun korunmasına yönelik kapsamlı uygulamalar gerçekleştirilmiştir (Odunpazarı Belediyesi, 2011: 4-31). Koruma çalışmalarının etkisiyle Odunpazarı, 2012 yılında UNESCO Dünya Mirası Geçici Listesi'ne dâhil edilmiş ve Eskişehir'in ulusal ve uluslararası ölçekte tanınırlığını artıran önemli bir kültürel miras alanı hâline gelmiştir (Coşkun, 2021: 39).

Odunpazarı'nın en önemli çekicilik unsurlarından biri, geleneksel Osmanlı sivil mimarisini yansıtan Odunpazarı Evleri'dir (Şekil 4.24). Büyük bölümü Osmanlı Devleti'nin son dönemlerinde inşa edilen bu konutlar; ahşap taşıyıcı sistemi, cumbalı cepheleri, bitişik nizam yerleşimi, çıkmaz sokaklarla bütünleşen organik plan yapısı ve geleneksel yapı malzemeleriyle özgün mimari karakterini günümüze kadar korumuştur. Farklı dönemlerde ve farklı yapım teknikleriyle inşa edilmiş olmalarına rağmen, ortak mekânsal özellikleri ve sokak dokusuyla bütüncül bir tarihî çevre oluşturmaktadırlar (Özkut, 2013: 117).

Odunpazarı Kentsel Sit Alanı yalnızca geleneksel konutlardan oluşmamakta; Kurşunlu Camii ve Külliyesi, Atlıhan El Sanatları Çarşısı, Cumhuriyet Tarihi Müzesi, çeşitli müzeler, hanlar, çeşmeler ve el sanatları atölyeleri gibi tarihî ve kültürel yapıları da bünyesinde barındırmaktadır. Bölge, tarihî mirasın yanı sıra geleneksel el sanatlarının yaşatıldığı çarşıları, müzeleri, butik otelleri, kafe ve restoranlarıyla kültürel ve turistik işlevlerin bir arada bulunduğu canlı bir kent merkezi niteliği taşımaktadır. Restorasyon ve cephe sağlıklaştırma çalışmalarıyla birçok yapı yeniden işlevlendirilmiş; konutların bir kısmı müze, butik otel, sanat evi, restoran ve hediyelik eşya dükkânı gibi turizm odaklı kullanımlara dönüştürülerek bölgenin ziyaretçi çekme potansiyeli artırılmıştır (Odunpazarı Belediyesi, 2011: 31; Olcay Uçkan ve Uçkan, 2002).

Koruma ve yeniden işlevlendirme çalışmaları sonucunda Odunpazarı, yalnızca tarihî dokusunu koruyan bir yerleşim alanı olmanın ötesine geçmiş; Eskişehir'in en önemli turistik çekim merkezlerinden biri hâline gelmiştir. Mimari bütünlüğünü büyük ölçüde koruyan sokak dokusu, kültürel miras yapıları ve turizm odaklı kullanım çeşitliliği sayesinde bölge hem yerel halkın hem de yerli ve yabancı ziyaretçilerin yoğun olarak kullandığı bir kentsel çekicilik alanı olarak öne çıkmaktadır. Bu yönüyle Odunpazarı Kentsel Sit Alanı, Eskişehir'in tarihî kimliğini yansıtan, kültürel mirasın korunmasını destekleyen ve kentin turizm gelişimine önemli katkı sağlayan temel destinasyonlardan biri olarak değerlendirilmektedir.



Şekil 4.24. Odunpazarı Evleri (Yazar tarafından çekilmiştir, 2026)

4.5.5. Arasta ve Çarşılar

4.5.5.1. Atlıhan El Sanatları Çarşısı

Atlıhan El Sanatları Çarşısı, Odunpazarı kentsel sit alanı içerisinde yer almaktadır. Bu el sanatları çarşısı lületaşını dünyaya tanıtmak ve pazarlamak amacıyla 2005 yılında hizmete açılmıştır. Atlı Han, 1850’li yıllarda Eskişehir’in büyük toprak sahiplerinden Takattin Bey tarafından yakın köy, kasaba ve şehirlerden gelen pazarcıların, seyyahların ve köylülerin hem hayvanlarının hem de kendilerinin konaklamaları için yapılmıştır. Odunpazarı meydanında kurulan odun pazarına, odun satmak için gelenler önce Atlı Han’a hayvanlarını bırakır sonra pazara giderlerdi. 20. Yüzyılın sonunda harabe hâline gelen han, Odunpazarı Evleri Yaşatma Projesi kapsamında orijinal mimarisine göre yeniden inşa edilmiştir. 675 metrekarelik bir alanda yer alan han, iki kattan oluşmaktadır. İçerisinde 25 atölye barındıran el sanatları çarşısı, el sanatları ürünlerinin üretildiği, sergilendiği ve satışının yapıldığı çarşılardan biridir (Odunpazarı Belediyesi, 2025) (Şekil 4.25).



Şekil 4.25. Atlihan El Sanatları Çarşısı (Yazar tarafından çekilmiştir, 2026)

4.5.5.2. Haller Gençlik Merkezi

Haller Gençlik Merkezi, Eskişehir'de endüstri mirasının yeniden işlevlendirilmesini yansıtan önemli kentsel mekânlardan biridir. 1930 yılında inşa edilen Yaş Sebze ve Meyve Hali Binası, restore edilerek kültürel ve sosyal işlevlerle yeniden kullanıma kazandırılmıştır (Gök Tokgöz ve Özçevik Bilen, 2021: 7). Günümüzde tiyatro salonu, kafe, restoran ve çeşitli ticari işletmelere ev sahipliği yapan merkez, kent merkezindeki konumu ve çok işlevli yapısıyla hem kent sakinleri hem de ziyaretçiler tarafından yoğun olarak kullanılan sosyal ve kültürel mekânlardan biri hâline gelmiştir (Kavas ve Ertekoğlu, 2025). Tarihi yapının özgün kimliği

korunarak yeniden işlevlendirilmesi, geçmiş ile günümüz arasında mekânsal ve kültürel bir bağ kurulmasına katkı sağlamıştır. Bu yönüyle Haller Gençlik Merkezi, Eskişehir'in kent kimliğini yansıtan ve ziyaretçilere tarihî doku ile çağdaş kent yaşamını bir arada deneyimleme olanağı sunan önemli bir kentsel çekicilik unsuru olarak değerlendirilmektedir (Eskişehir Büyükşehir Belediyesi Stratejik Plan, 2010: 44).

4.5.5.3. Arasta Çarşısı

Arasta Çarşısı, Odunpazarı Kentsel Sit Alanı içerisinde yer alan ve bölgenin turistik çekiciliğini artıran önemli alışveriş ve kültür alanlarından biridir. 2012 yılında sit alanındaki yapıların yeniden düzenlenmesiyle oluşturulan çarşı, geleneksel çarşı kültürünü yansıtan mimarisi ve işlevleriyle ziyaretçilere hizmet vermektedir. Çarşıda butik otel, Kırım Tatar kültürünü tanıtan işletmeler ile çi börek dükkânlarının yanı sıra cam, çini ve seramik gibi geleneksel el sanatlarına ait ürünlerin satışının yapıldığı işletmeler bulunmaktadır. Ayrıca çeşitli kültürel etkinliklere ev sahipliği yapan açık hava etkinlik alanıyla Arasta Çarşısı, alışveriş, gastronomi ve kültürel deneyimi bir araya getiren önemli çekim noktalarından biri olarak değerlendirilmektedir (Kültür Portalı, 2025).

4.5.6. Festival ve Etkinlikler

Etkinlikler, destinasyonların değerini artırmak ve rekabet avantajı sağlamak için önemli bir araçtır. Turizm bölgelerinde düzenlenen festival, şenlik ve benzeri organizasyonlar hem yeni turistik ürünlerin geliştirilmesine hem de destinasyonun tanıtımına katkı sağlar. Bu tür organizasyonlar destinasyonun imajını güçlendirirken ziyaretçi talebinin artmasına da yardımcı olur. Bunun yanında etkinlikler, destinasyonların farklı pazarlara ulaşmasını kolaylaştırmakta ve ziyaretçi hareketliliğini yılın farklı dönemlerine yaymaya yardımcı olmaktadır. Bu nedenle etkinlikler, sürdürülebilir destinasyon gelişimi açısından önemli bir stratejik araç olarak değerlendirilmektedir (Kozak, 2018: 6). Nitekim günümüzde birçok destinasyon bu tür etkinlik ve festivaller düzenlemektedir. Bu tür etkinlik ve festivallerin sıkça yapıldığı destinasyonlardan biri de Eskişehir'dir. Eskişehir, sahip olduğu kültürel ve sanatsal birikim sayesinde yıl boyunca birçok farklı festival ve etkinliğe ev sahipliği yapmaktadır. Kentte düzenlenen bu organizasyonlar hem yerel halkın sosyal ve kültürel yaşamını zenginleştirmekte hem de şehrin turistik çekiciliğini artırmaktadır. Özellikle sanat, müzik, gastronomi ve geleneksel el sanatları alanlarında gerçekleştirilen festivaller Eskişehir'in kültürel kimliğini ön plana çıkarmaktadır. Bu etkinlikler sayesinde şehir hem ulusal hem de uluslararası ziyaretçilerin ilgisini çekmekte

ve turizm hareketliliği artmaktadır. Eskişehir’de düzenlenen bu festival ve etkinliklerden öne çıkanlara aşağıda yer verilmiştir.

4.5.6.1. Lületaşı Festivali

Festivaller, yerel kültürel değerlerin tanıtılmasında ve destinasyonların turizm çekiciliğinin artırılmasında önemli etkinlikler arasında yer almaktadır. Eskişehir ile özdeşleşen ve "Beyaz Altın" olarak da bilinen lületaşı, kentin önemli doğal ve kültürel değerlerinden biridir. Bu değerın tanıtılması amacıyla 1988 yılında Eskişehir Valiliği öncülüğünde düzenlenmeye başlanan Uluslararası Beyaz Altın Festivali, lületaşının ulusal ve uluslararası düzeyde tanıtılmasına katkı sağlamıştır (Güngör vd., 2023: 55). Daha sonraki yıllarda Odunpazarı Belediyesi tarafından düzenlenmeye devam edilen Lületaşı Festivali ise lületaşı işlemeciliği geleneğinin yaşatılmasına, yerel sanatçıların eserlerini sergilemelerine ve bu kültürel mirasın gelecek kuşaklara aktarılmasına katkıda bulunmaktadır (Odunpazarı Belediyesi, 2026). Turizm coğrafyası açısından bu periyodik etkinlikler; kentsel destinasyonlardaki sezonsallık (mevsimsellik) baskısını hafifletmekte, turistlerin alanda kalış sürelerini artırmakta, en önemlisi de yerel bir yer altı kaynağını küresel bir turistik imaj unsuruna dönüştürmektedir.

4.5.6.2. Uluslararası Eskişehir Festivali

Eskişehir Festivali, 1995 yılında Zeytinoğlu Eğitim ve Bilim Kültür Vakfı tarafından başlatılmıştır. Festivalin amacı, Anadolu’da kültür ve sanat faaliyetlerinin gelişmesini teşvik etmek ve yaygınlaştırmaktır. Her yıl ekim veya kasım aylarında yaklaşık 9 gün süren etkinlik, ilk altı yılında uluslararası üne sahip sanatçıları ağırlamıştır. Program kapsamında konserler, bale ve dans gösterileri, tiyatro oyunları, paneller ve resim atölyeleri gibi çeşitli sanat aktiviteleri yer almaktadır. 2001 yılından itibaren festival, Zeytinoğlu Vakfı, Eskişehir Kentsel Gelişim Vakfı, Eskişehir Valiliği, Büyükşehir Belediyesi ve Anadolu ile Osmangazi Üniversiteleri iş birliğiyle düzenlenmeye başlamıştır (Çakır, 2009: 70).

4.5.6.3. Uluslararası Eskişehir Film Festivali

Uluslararası Eskişehir Film Festivali, Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın desteğiyle Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi tarafından organize edilmektedir. Festivalin yürütülmesinde görev alan komitenin büyük bir bölümü, Sinema ve Televizyon Bölümü’nde görev yapan akademisyenlerden oluşur. Etkinlik ilk olarak 1998 yılında “Sinema Günleri”

adıyla gerçekleştirilmiştir. 2007 yılından itibaren ise “Uluslararası Eskişehir Film Festivali” adıyla düzenlenmeye başlanmıştır (Uğurlu ve Aşkan 2018: 89).

4.5.6.4. Uluslararası Çocuk Tiyatroları Festivali

Eskişehir Büyükşehir Belediyesi Şehir Tiyatroları tarafından her yıl düzenlenen Uluslararası Eskişehir Çocuk ve Gençlik Tiyatroları Festivali, 2006 yılında Çocuk ve Gençlik Tiyatrosu Birimi kapsamında gerçekleştirilen bir buluşma olarak ortaya çıkmıştır. Zaman içerisinde gelişim gösteren festival, kapsamını genişleterek uluslararası nitelik kazanmış ve hem Türkiye’de hem de dünya genelinde tanınan ve takip edilen önemli bir kültür-sanat etkinliğine dönüşmüştür. Festival, dünyanın çeşitli ülkelerinden tiyatro topluluklarını bir araya getirerek çocuk ve gençlik tiyatrosu alanında sahnelenen oyun ve performansların nitelikli örneklerini Eskişehir’de izleyiciyle buluşturmaktadır (Festival ESTİ, 2025).

4.5.6.5. Eskişehir Sokak Lezzetleri Festivali

Sokaklar, yalnızca ulaşımı sağlayan mekânlar değil, aynı zamanda sosyal etkileşimin, gastronomi deneyimlerinin ve kültürel etkinliklerin gerçekleştirildiği önemli kamusal alanlardır. İlk kez 1 Ekim 2017 tarihinde kentin alternatif eğlence ve sosyalleşme alanlarından biri olan Barlar Sokağı’nda (Vural Bilen Sokak) düzenlenen Eskişehir Sokak Lezzetleri Festivali, gastronomi turizmi açısından kentin önemli etkinliklerinden biridir (Demirci, vd. 2020: 1097). Festival, sokak lezzetlerini turizm arzının bir parçası hâline getirirken, düzenlendiği bölgenin sosyal ve ekonomik canlılığına da katkı sağlamaktadır. Geleneksel hale gelme eğiliminde olan bu etkinlik, Barlar Sokağı’nın turistik çekiciliğini artırmakta ve farklı yaş gruplarından ziyaretçileri bir araya getirmektedir. Bu yönüyle festival, Eskişehir’in mutfak kültürünün tanıtılmasına katkı sağlayan ve kentsel turizm arzını çeşitlendiren önemli etkinliklerden biri olarak değerlendirilmektedir.

4.5.6.6. Uluslararası Cam Festivali

Eskişehir, cam sanatları alanında gelişmiş şehirlerden biri olarak öne çıkmaktadır. Geçmiş Osmanlı dönemine kadar uzanan cam işçiliği geleneği, günümüzde de çeşitli ustalar tarafından sürdürülmektedir. Bu ustalar tarafından bardak, kolye, yüzük, küpe gibi aksesuarların yanı sıra kentin kültürel özelliklerini yansıtan yöresel ve minyatür cam objeler üretilmektedir. (Varal, 2024: 61). Eskişehir’de cam sanatına dayanan bu köklü gelenek, günümüzde çeşitli kültürel etkinlikler ve festivaller aracılığıyla yaşatılmaya devam etmektedir. Her yıl dünyanın farklı ülkelerinden tanınmış cam sanatçılarının katılımıyla düzenlenen

Odunpazarı Uluslararası Cam Festivali, renkli ve etkileyici anlara ev sahipliği yapmaktadır. Festival, Kurşunlu Külliyesi içinde bulunan Sıcak Cam Atölyesi'nde gerçekleştirilmektedir (Odunpazarı Belediyesi, 2025).

4.5.6.7. Eskişehir Opera ve Bale Günleri

Eskişehir'de Opera ve Bale Günleri, 2004 yılında Opera Binası'nın açılmasıyla birlikte başlamış ve zamanla düzenli bir kültür etkinliği hâline gelmiştir. Büyükşehir Belediye Başkanı Yılmaz Büyükerşen'in sanata verdiği önem bu etkinliğin ortaya çıkmasında ve gelişmesinde önemli rol oynamıştır. İlk yıllarda daha küçük bir salonda gerçekleştirilen temsiller, artan ilgi nedeniyle daha büyük salonlara taşınmış ve geniş bir izleyici kitlesine ulaşmıştır. 2011 yılından itibaren "Eskişehir Ulusal Opera ve Bale Günleri" adıyla düzenli olarak yapılmaya başlanmıştır. Bu etkinlik sayesinde şehir halkı opera ve bale sanatını yakından tanıma fırsatı bulmuştur. Özellikle öğrencilerin ve gençlerin sanatsal etkinliklerle buluşması, kültürel gelişim açısından önemli katkılar sağlamıştır (Arslan, 2018: 176).

4.5.6.8. Uluslararası Ahşap Heykel Festivali

2015 yılında, Dünya Ağaç Günü kapsamında "Wood is Good" sloganıyla hayata geçirilen Uluslararası Ahşap Heykel Festivali, Odunpazarı'nda dünyanın farklı ülkelerinden gelen ünlü ahşap sanatçıları bir araya getirir. Festival boyunca sanatçılar, ahşabı ustalıkla işleyerek birbirinden özgün heykeller ortaya çıkarır. Ortaya çıkan bu eserleri başta Ahşap Eserler Müzesi olmak üzere Odunpazarı'nın farklı noktalarında görmek mümkündür (Odunpazarı Belediyesi, 2025).

4.5.6.9. Uluslararası Pişmiş Toprak Sempozyumu

Kentlerin ekonomik ve endüstriyel geçmişini yansıtan unsurların kültürel ve sanatsal etkinliklerle değerlendirilmesi, kültür turizmi açısından önemli bir uygulama alanı oluşturmaktadır. Eskişehir'in tarihsel süreçte tuğla ve kiremit üretimine dayanan sanayi geçmişini yansıtan pişmiş toprak kültürü, 2001 yılından itibaren Tepebaşı Belediyesi tarafından düzenlenen Uluslararası Eskişehir Pişmiş Toprak Sempozyumu ile kültürel ve sanatsal bir boyut kazanmıştır. Dünyanın farklı ülkelerinden sanatçıları bir araya getiren etkinlik kapsamında pişmiş topraktan özgün eserler üretilmekte; bunun yanı sıra atölye çalışmaları, yarışmalar, konserler ve çeşitli kültürel etkinlikler düzenlenmektedir. Yıllar içinde yüzün üzerinde sanatçının katıldığı sempozyumda çok sayıda eser üretilmiş ve bu eserler Eskişehir'in kültürel mirasına kazandırılmıştır. Böylece sempozyum, hem şehrin pişmiş toprak geleneğini

ulusal ve uluslararası düzeyde tanıtan hem de Eskişehir'in kültürel kimliğine katkı sağlayan önemli bir organizasyon hâline gelmiştir (Atıla, 2018: 133).

4.5.7. Parklar ve Rekreasyon Alanları

4.5.7.1. Sazova Bilim, Kültür ve Sanat Parkı

2008 yılında hizmete açılan Sazova Bilim, Kültür ve Sanat Parkı, Eskişehir Büyükşehir Belediyesi tarafından kentin rekreasyon ve sosyal yaşam altyapısını güçlendirmek amacıyla hayata geçirilen önemli projelerden biridir (Şekil 4.26). Yaklaşık 400 bin metrekarelik bir alana sahip olan park, bilim, kültür, eğitim ve eğlence işlevlerini aynı mekânda buluşturan tematik bir kullanım anlayışıyla tasarlanmıştır (Kültür Portalı, 2026). Eskişehir'in en kapsamlı tematik parkı olan Sazova Parkı bünyesinde Masal Şatosu, Bilim Deney Merkezi, Sabancı Uzay Evi, ETİ Sualtı Dünyası, Hayvanat Bahçesi, Korsan Gemisi, yapay gölet ve amfiteyatro gibi farklı işlevlere sahip yapılar yer almaktadır. Bunun yanında yeme-içme mekânları, hediyelik eşya satış birimleri ve gezi treni gibi donatılar da parkın kullanım çeşitliliğini artırmaktadır. Parkın simgesi hâline gelen Masal Şatosu, mimari özellikleri nedeniyle Disneyland'daki şatolarla benzerlik gösterdiği yönünde değerlendirilmekte; buna karşılık belediye, şatonun kulelerinin Türkiye'nin farklı kentlerindeki tarihî yapılardan esinlenerek tasarlandığını belirtmektedir (Nuhoğlu ve Geçimli, 2019: 717).



Şekil 4.26. Sazova Bilim, Kültür ve Sanat Parkı (Yazar tarafından çekilmiştir, 2026)

4.5.7.2. Kentpark

Eskişehir Otogarı'nın karşısında, yaklaşık 300 bin metrekarelik bir sahada yer alan Kentpark; tramvay hattı ve Porsuk Çayı üzerinde işleyen botlarla kolaylıkla ulaşılabilen önemli bir rekreasyon alanıdır (Bozkurt, 2024: 151). Porsuk Çayı ile bütünleşen konumu sayesinde alan, kentin dinamik buluşma ve sosyal yaşam merkezlerinden biri hâline gelmiştir (Eskişehir Büyükşehir Belediyesi Stratejik Plan, 2010: 52). Kentpark'ın en özgün niteliği, denize kıyısı olmayan şehre kıyı rekreasyonu imkânı sunmayı amaçlayan 350 metre uzunluğundaki yapay plajıdır. Açık ve kapalı yüzme havuzları, çocuk oyun alanları, yapay gölet, restoranlar ve yürüyüş parkurlarıyla alan, kent sakinlerine çok yönlü sosyal ve sportif olanaklar sunmaktadır (Eskişehir Büyükşehir Belediyesi Stratejik Plan, 2020: 9). Türkiye'de aktif kullanıma uygun yapay plaj uygulamalarının ilk ve en özgün örneklerinden biri olarak gösterilen Kentpark, Eskişehir'in simgesel kamusal mekânları arasında değerlendirilmektedir (Bozkurt, 2024: 152) (Şekil 4.27).



Şekil 4.27. Kentpark (Yazar tarafından çekilmiştir, 2026)

Şelale park, şehre hakim yüksek bir tepede 38 bin metrekarelik bir alanda yer almaktadır. Park içerisinde 1400 metrekarelik yapay bir şelale, yer değirmeni, Don Kişot ve Sanço Panço heykelleri bulunmaktadır. Parkta bunların yanı sıra, çocuk oyun alanları, amfi tiyatro, restoran, kafe, çay bahçesi ve seyir terası bulunmaktadır (Kültür Portalı, 2025).

4.5.7.3. Porsuk Çayı

Hidrografik unsurlar, içinden geçtikleri kentlerin mekânsal gelişimini, sosyokültürel yapısını ve turizm faaliyetlerini şekillendiren önemli doğal kaynaklar arasında yer

almaktadır. Kütahya il sınırlarından doğarak Eskişehir kent merkezini ikiye bölen ve Sakarya Nehri'ne dökülen Porsuk Çayı, şehrin doğal ve kültürel kimliğiyle bütünleşen en dinamik çekim unsurlarından biridir (Şimşek ve Yeşiltepe, 2020: 490). Geçmişte taşkın riski, çevre kirliliği ve kötü koku gibi olumsuzluklarla kent yaşamını tehdit eden Porsuk Çayı, 1999 yılında başlatılan ıslah ve çevre düzenleme projeleriyle köklü bir dönüşüm geçirmiştir. Bu çalışmalar kapsamında nehir yatağı temizlenmiş, köprüler estetik bir mimariyle yenilenmiş, kıyı bantları düzenlenmiş ve yeşil alanlar oluşturularak akarsu yeniden kent yaşamına entegre edilmiştir (Kavas ve Ertekoğlu, 2025). Günümüzde Venedik tipi gondol ve tekne turları, yürüyüş parkurları ile kıyısında konumlanan ağırlama ve rekreasyon tesisleriyle Porsuk Çayı, Eskişehir'in turizm markası hâline gelmiştir. Bu mekânsal dönüşüm, Porsuk Çayı'nın yalnızca doğal bir akarsu olmanın ötesine geçerek kentin imajına katma değer sağlayan, kültür ve şehir turizmini doğrudan besleyen işlevsel bir kentsel turizm ürünü olarak öne çıkmasını sağlamıştır (Şekil 4.28).



Şekil 4.28. Porsuk Çayı (Kültür Portalı, 2026)

4.5.7.4. Botanik Park

Botanik park, Odunpazarı ilçesinde Regülatör Mevkiinde 43 bin metrekarelik bir alanda yer almaktadır. Park içerisinde Türk bahçesi, Japon bahçesi, çiçek bahçesi, soğanlı bitkiler bahçesi, yer örtücü bitkiler bahçesi, kaya bahçeleri gibi bahçeler bulunmaktadır. Bunların yanı sıra, sarmaşık tüneli, çocuklar için bitki labirenti, bahçıvan çocuklar için eğitim alanı, süs havuzları, tropik bitkiler serası ve kafeteryalar yer almaktadır (Eskişehir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2025).

4.5.8. Alışveriş Merkezleri

4.5.8.1. Espark Alışveriş Merkezi

Günümüzde alışveriş merkezleri, ticari fonksiyonlarının yanı sıra yeme-içme, eğlence ve sosyal etkinlik olanaklarıyla kentlerin modern odak noktaları arasında yer almaktadır. Eskişehir kent merkezinde 2007 yılında hizmete açılan Espark Alışveriş Merkezi, konumu itibarıyla kentin en dinamik ulaşım ve yaya akslarının kesişim noktasında bulunmaktadır. Anadolu Üniversitesi Yunus Emre Kampüsü ile tarihî kent dokusu arasında yer alan yapı, İsmet İnönü ve Bağlar caddelerini birbirine bağlayan stratejik bir geçiş güzergâhı niteliğindedir (Üstün ve Tural, 2008). Üst ve orta gelir grubunun yoğun olarak yaşadığı, genç nüfusun ağırlıkta olduğu bir bölgede konumlanan merkez; dört katlı mimari yapısı, yaklaşık 150 ulusal ve uluslararası markaya ev sahipliği yapan mağazaları, sinema kompleksleri ve gastronomi alanları sayesinde ziyaretçilerine çok yönlü hizmet sunmaktadır (Espark AVM, 2026). Bu özellikleriyle Espark, hem yerel halkın hem de kente gelen turistlerin rekreasyonel ve sosyal ihtiyaçlarını karşılayan önemli bir kentsel çekim merkezi olarak öne çıkmaktadır (Şekil 4.29).



Şekil 4.29. Espark Alışveriş Merkezi (Espark, 2026)

4.5.8.2. Kanatlı Alışveriş Merkezi

Eskişehir kent merkezinin önemli ticaret akslarından biri olan İsmet İnönü Caddesi üzerinde 2007 yılında hizmete açılan Kanatlı Alışveriş Merkezi, kentin önemli ticaret ve rekreasyon alanlarından biridir. Konut ve ticaret alanlarının yoğunlaştığı bir bölgede yer alan

alışveriş merkezi, 12.142 m² kullanım alanı içerisinde faaliyet gösteren 24 mağazasıyla hizmet vermektedir. Eskişehir'in en büyük sinema komplekslerinden birine ev sahipliği yapan merkez, sinema, yeme-içme ve diğer sosyal etkinlik olanaklarıyla ziyaretçilerine farklı deneyimler sunmaktadır. Merkezi konumu ve yoğun yaya hareketliliği sayesinde Kanatlı Alışveriş Merkezi, kent sakinlerinin yanı sıra Eskişehir'i ziyaret eden turistlerin de zaman geçirmeyi tercih ettiği önemli çekim noktalarından biri olarak kentsel turizm arzına katkıda bulunmaktadır. (Üstün ve Tural, 2008: 274)

4.5.8.3. Vega Outlet Alışveriş Merkezi

Eskişehir'in ilk outlet alışveriş merkezi olarak 2007 yılında Neo Plus Outlet ve Yaşam Merkezi adıyla hizmete açılan yapı, daha sonra Nata Holding tarafından devralınarak Vega Outlet Eskişehir adıyla faaliyetini sürdürmüştür (AVM Dergi, 2019). Tepebaşı ilçesinin konut gelişiminin yoğunlaştığı Yenibağlar, Çamlıca ve Batıkent mahallelerine yakın bir konumda yer alan merkez, kent merkezinde bulunan diğer alışveriş merkezlerinden konumu ve outlet konseptiyle ayrılmaktadır. Yaklaşık 43.400 m² kiralanabilir alana sahip olan alışveriş merkezi, 120 mağaza ile hizmet vermekte olup 2.500 araç kapasiteli açık ve kapalı otoparkı bünyesinde barındırmaktadır (Vega Outlet Eskişehir, 2025). Outlet konseptiyle hizmet veren alışveriş merkezi, Eskişehir'in alışveriş olanaklarını çeşitlendiren ve kentsel turizm arzına katkı sağlayan önemli ticari çekim merkezlerinden biridir.

4.5.8.4. Esnaf Sarayı Alışveriş Merkezi

Kentsel ticaretin gelişim sürecinde çok katlı iş merkezleri, geleneksel çarşı anlayışı ile çağdaş alışveriş mekânları arasında önemli bir geçişi temsil etmektedir. Eskişehir'in merkezi iş alanında, İki Eylül Caddesi üzerinde yer alan Esnaf Sarayı da kentin ticari yaşamında önemli bir yere sahip yapılardan biridir. Temelleri 1973 yılında küçük sermayeli yaklaşık 500 esnafın bir araya gelmesiyle kurulan iş yeri yapı kooperatifi tarafından atılan yapı, 1985 yılında hizmete açılmıştır. Esnaf Sarayı, 3800 metrekarelik bir alan üzerine kurulmuş 10 katlı bir yapıdan oluşmaktadır. Alışveriş merkezinin ilk 6 katında mağazalar bulunmaktadır. Yapıda 475 işyeri, 54 büro ve 11 sosyal tesis ile toplam 540 işyeri bulunmaktadır (Esnaf Sarayı, 2025). Kent içi toplu ulaşım sisteminin önemli duraklarından biri olan İki Eylül Caddesi üzerinde konumlanması, yapının yoğun yaya hareketliliğine sahip olmasını sağlamaktadır. Bünyesinde çok sayıda yerel esnafı barındırmasıyla Esnaf Sarayı, Eskişehir'in ticari kimliğini yansıtan önemli yapılardan biri olarak kent yaşamı ve kentsel turizm arzı içerisinde yer almaktadır

4.5.9. Eğlence/Gece Hayatı

Kentlerde eğlence mekânlarının belirli bölgelerde yoğunlaşması, sosyal yaşamın düzenlenmesi, ekonomik hareketliliğin artırılması ve kamusal alanların daha etkin kullanılmasına katkı sağlamaktadır. Bu tür alanlar, özellikle genç nüfusun yoğun olarak vakit geçirdiği, yeme-içme ve eğlence faaliyetlerinin bir arada sunulduğu önemli kentsel çekim merkezleri olarak öne çıkmaktadır. Eskişehir Barlar Sokağı da şehrin gece hayatının en önemli odak noktalarından biri olmasının yanı sıra, yerel ekonomi, turizm ve hizmet sektörü açısından da önemli bir işlev üstlenmektedir.

Eskişehir'de halk arasında "Barlar Sokağı" olarak bilinen alan, Tepebaşı ilçesinin Hoşnudiye Mahallesi sınırlarında yer almakta olup resmî kayıtlarda Vural Sokak adıyla anılmaktadır. Yaklaşık 412 metre uzunluğundaki bu sokak, İstiklal, Eskibağlar ve Cumhuriyet mahallelerinin kesişim noktasında bulunmaktadır. Tepebaşı Belediye Meclisi'nin 05.01.2006 tarihli ve 02-13 sayılı kararı ile Vural Sokak, içkili yerler bölgesi olarak belirlenmiştir. Bu kararın temel amacı, alkollü içecek hizmeti sunan işletmeleri belirli bir alanda toplayarak denetim ve güvenlik süreçlerini daha etkin biçimde yürütmek, aynı zamanda bu faaliyetlerin kent düzeni üzerindeki etkilerini daha kontrollü bir şekilde yönetebilmektir (Çiftçi, vd., 2015: 1006). Günümüzde Vural Sokak, çok sayıda kafe, bar ve eğlence işletmesini bünyesinde barındırarak hem Eskişehir sakinlerinin hem de kenti ziyaret eden yerli ve yabancı turistlerin yoğun ilgi gösterdiği önemli bir sosyal yaşam alanı niteliği taşımaktadır.

4.5.10. Somut Olmayan Kültürel Miras ve Gastronomi

4.5.10.1. Balaban Köfte

Eskişehir'in bir diğer gastronomik lezzeti Balaban köftedir. Balaban köftenin yapılışı ise şöyledir; dana kemikleri kaynatılarak elde edilen kemik suyu ısıtılmış ve doğranmış özel pidelerin üzerine dökülür. O sırada balaban köfteler kızartılırken pidelerin üstüne incetilmiş yoğurt konulur ve et suyu ile incetilmiş salça sosu dökülür. Ardından köfteler pidelerin üzerine konulduktan sonra eritilmiş tereyağı üzerine dökülür. Maydanoz, domates ve ızgarada közlenmiş biberle yemeğin sunumu yapılır (Üsküdar, 2012: 78).

4.5.10.2. Çi börek

Çi börek, Kırım Tatar mutfağına ait bir yemektir. Çi börek, yufka içerisine soğan, kıyma ve baharat konularak ardından kızgın yağda kızartılarak yapılan geleneksel bir yemektir (Çuhadar, 2024: 648). Çiğböreğin coğrafi işaret başvurusunu Eskişehir Ticaret Odası yapmıştır.

Coğrafi işaret 17.03.2012 tarih ve 28236 sayılı Resmi Gazetede ilan edilmiştir. 555 sayılı Coğrafi İşaretlerin Korunması Hakkındaki Kanun Hükmünde Kararname'nin 12. Maddesi gereğince 19.04.2010 tarihinden geçerli olmak üzere coğrafi işaret olarak tescil edilmiştir. Tescil belgesine göre çi börek “genel olarak un, su ve tuzdan oluşan hamurun dinlendirilip küçük parçalar (topaklar) halinde açıldıktan sonra; kıyma, soğan, tuz, su ve karabiber ile hazırlanan iç malzemesinin konularak kızgın yağda pişirilmesi ile elde edilen bir börek çeşididir” şeklinde ifade edilmiştir (Asya Türk Patent, 2025) (Şekil 4.30).



Şekil 4.30. Çi börek (Ayten Usta, 2026)

4.5.10.3. Met Helvası

Met helvasının adını çubuk ve aşık kemiğiyle oynanan oyunda yenilen tarafın helva çekmesinden aldığı rivayet edilmektedir. Met helvasının coğrafi işaret başvurusunu Eskişehir Ticaret Odası 12.05.2010 tarihinde yapmıştır. Bu coğrafi işaret 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu kapsamında 12.05.2010 tarihinden itibaren korunmak üzere coğrafi işaret olarak tescil edilmiştir. Tescil belgesine göre met helvası, “un, yağ, şeker, sitrik asit monohidrat ve su kullanılarak lif hâline getirilmiş, 2 cm çapında ve 7,5 cm uzunluğunda yuvarlak olarak hazırlanan, yatay kesilmiş bir şekerleme cinsi” şeklinde tanımlanmıştır (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2025).

4.5.11. Eskişehir’deki El Sanatları

4.5.11.1. Lületaş İşlemeciliği

Kentin en önemli simgesel ürünlerinden biri olan lületaş, yalnızca Eskişehir ve çevresinde çıkarılması nedeniyle kente özgü önemli bir kültürel ve ekonomik değer

taşımaktadır. Lületaşı, dünya genelinde “deniz köpüğü” adıyla bilinen doğal bir taştır. Türkiye’de ise en yoğun şekilde Eskişehir ve çevresinde çıkarılıp işlendiği için “Eskişehir taşı” olarak da bilinmektedir. Bunun yanında halk arasında lületaşı için “aktaş” ve “patal” gibi farklı adlandırmaların da kullanıldığı görülmektedir (Çelik, 2009: 3). Lületaşı, kolay işlenebilirliği sayesinde sıklıkla pipo, biblo, takı ve diğer hediyelik eşyaların üretiminde tercih edilmektedir. Bunun yanı sıra, iyi bir filtreleme, yalıtım ve dolgu malzemesi olma özellikleri nedeniyle çeşitli yan sanayi alanlarında da kullanılmaktadır (Elmas ve Akbulut, 2021: 178). Bu özellikleri ve kente özgü değerinden dolayı, Eskişehir’de lületaşı hem kültürel miras hem de turizm açısından önemli bir yere sahiptir. Kentin tarihî ve turistik dokusuna katkı sağlayan unsurlardan biri olarak, Kurşunlu Cami ve Külliyesi içinde yer alan Lületaşı Müzesi ve Lületaşı El Sanatları Çarşısı, bu taşın Eskişehir için taşıdığı kültürel ve turistik değeri ziyaretçilere aktaran önemli merkezlerdir. Ayrıca, Eskişehir Sanayi Odası tarafından yapılan başvuru sonucunda, lületaşı 7 Ocak 1999 tarihinde Türk Patent Enstitüsü tarafından Coğrafi İşaret Tescil Belgesi ile korunma altına alınmıştır. Tescil belgesinde, Eskişehir lületaşının ayırt edici fiziksel ve teknik özellikleri detaylı bir şekilde belirtilmiştir; bunlar arasında hafif ve gözenekli yapısı, yüksek emicilik kapasitesi, ateşe dayanıklılığı, yere düştüğünde kırılmaması ve suda kolay dağılması gibi nitelikler yer almaktadır (Türk Patent ve Marka Kurumu, 1999). Diğer yandan, bu kültürel değerın korunması ve geliştirilmesi amacıyla Kültür ve Turizm Bakanlığı Eskişehir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2009 yılında yürüttüğü Somut Olmayan Kültürel Miras (SOKÜM) çalışmaları kapsamında lületaşı işlemeciliğini kapsamlı bir şekilde incelemiş ve bu zanaatın gelecek kuşaklara aktarılabilmesi için çeşitli koruma ve geliştirme önerileri sunmuştur. Bu çalışmalar, lületaşının hem kentin kültürel kimliğinin bir parçası olarak hem de turistik ürünler ve deneyimler aracılığıyla ziyaretçiler için değer yaratacak bir unsur olarak önemini pekiştirmektedir (Kaya, 2023: 45). Ayrıca lületaşının tanıtımını güçlendirmek, bilinirliğini artırmak ve kültürel değerini daha geniş kitlelere ulaştırmak amacıyla Eskişehir’de çeşitli festival ve etkinlikler düzenlenmektedir. Bu kapsamda gerçekleştirilen Lületaşı Festivali, lületaşının kültürel, sanatsal ve ekonomik değerini vurgulayan önemli organizasyonlardan biri olarak öne çıkmaktadır. Festival kapsamında ustaların eserleri sergilenmekte ve lületaşı işlemeciliğine yönelik farkındalık artırılmaktadır. Bunun yanı sıra lületaşı, Eskişehir’de her yıl düzenlenen çeşitli sempozyum, fuar ve kongrelerde de ele alınan önemli konular arasında yer almakta ve bu etkinlikler aracılığıyla hem ulusal hem de uluslararası düzeyde tanıtılmasına katkı sağlanmaktadır. Ayrıca 1989 yılında İl Özel İdaresi tarafından “Lületaşı Sanayi Okulu” açılmış, daha sonraki yıllarda ise bazı köylerde benzer eğitim kurumları kurulmuştur. Lületaşına yönelik ilginin artırılması amacıyla Uluslararası Lületaşı Heykeltçilik Yarışması,

Lületaşı Bilimsel Araştırma Yarışması ile Lületaşı El Sanatları Yarışma ve Sergisi gibi çeşitli etkinlikler düzenlenmiştir. Bu tür ulusal ve uluslararası organizasyonların sonucunda yurtdışından gelen talepler doğrultusunda Viyana, Berlin, Milano, Bükreş ve Pekin gibi şehirlerde lületaşı sergileri gerçekleştirilmiştir. Benzer sergilerin başta Amerika Birleşik Devletleri olmak üzere farklı ülkelerde de düzenli olarak yapıldığı bilinmektedir (Taşlıgil ve Şahin, 2011: 441) (Şekil 4.31).



Şekil 4.31. Lületaşı İşlemeciliği (KTB, 2026)

4.5.12. Eğitim Çekicilikleri

4.5.12.1. Anadolu Üniversitesi

Üniversiteler, bulundukları kentlerin yalnızca eğitim ve bilim merkezi değil, aynı zamanda ekonomik, sosyal ve turistik gelişimine katkı sağlayan önemli kurumlardır. Öğrenciler, akademisyenler, ulusal ve uluslararası ziyaretçiler ile düzenlenen bilimsel, kültürel ve sanatsal etkinlikler sayesinde şehirlerin tanınırlığı artmakta, turizm hareketliliği yılın büyük bölümüne yayılmaktadır. Bu yönüyle üniversiteler, kent turizmini destekleyen temel aktörlerden biri olarak değerlendirilmektedir.

Anadolu Üniversitesi, 1958 yılında kurulan Eskişehir İktisadi ve Ticari İlimler Akademisinin devamı niteliğinde olup 1982 yılında Anadolu Üniversitesi adını almıştır. Günümüzde eğitim, araştırma ve toplumsal katkı alanlarında faaliyetlerini sürdüren üniversite,

Türkiye'nin köklü yükseköğretim kurumları arasında yer almaktadır. Üniversitenin şehir merkezinde bulunan Yunus Emre Kampüsü; fakülteleri, yüksekokulları, enstitüleri ve araştırma merkezleriyle geniş bir akademik yapıya sahiptir. Özellikle Açıköğretim Sistemi ile Türkiye'nin yanı sıra yurt dışından da çok sayıda öğrenciye eğitim hizmeti sunması, Anadolu Üniversitesinin ulusal ve uluslararası düzeyde tanınmasına katkı sağlamaktadır. Bu durum, Eskişehir'in eğitim turizmi açısından önemli bir çekim merkezi hâline gelmesini desteklemektedir (Anadolu Üniversitesi, 2026b).

Anadolu Üniversitesi, modern eğitim altyapısı, kapsamlı kütüphanesi, kültür ve sanat merkezleri, spor tesisleri ve öğrenci odaklı kampüs yaşamı ile her yıl binlerce öğrenciyi ve ziyaretçiyi Eskişehir'e çekmektedir. Üniversitede düzenlenen kongreler, sempozyumlar, festivaller, konserler, sergiler ve mezuniyet törenleri gibi etkinlikler, konaklama, yeme-içme, ulaşım ve alışveriş sektörlerinde ekonomik hareketlilik oluşturarak şehir turizmine doğrudan katkı sağlamaktadır.

4.5.12.2. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi

Eskişehir'in eğitim kenti kimliğinin güçlenmesinde önemli rol oynayan yükseköğretim kurumlarından biri de Eskişehir Osmangazi Üniversitesidir. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, 1993 yılında kurulmuş olup kökeni Eskişehir Devlet Mühendislik ve Mimarlık Akademisinin kurulduğu 1970 yılına dayanmaktadır. Kuruluş sürecinde Anadolu Üniversitesi bünyesindeki çeşitli fakülte ve akademik birimlerin ayrılmasıyla oluşturulan üniversite, zaman içerisinde yeni fakülteler, enstitüler, meslek yüksekokulları ve araştırma merkezlerinin açılmasıyla sürekli büyüyerek Türkiye'nin önemli yükseköğretim kurumlarından biri hâline gelmiştir (Osmangazi Üniversitesi, 2026). Üniversite bünyesinde yer alan fakülteler, yüksekokullar, meslek yüksekokulları, enstitüler ve uygulama-araştırma merkezleri sayesinde her yıl binlerce öğrenciyi Eskişehir'e çekmektedir. Bunun yanı sıra, üniversite hastanesi ve sağlık uygulama merkezleri, çevre illerden gelen hastalar ve yakınları nedeniyle sağlık turizmi açısından da şehir ekonomisine katkıda bulunmaktadır.

4.5.12.3. Eskişehir Teknik Üniversitesi

Eskişehir Teknik Üniversitesi, 18 Mayıs 2018 tarihinde kurulmuştur. Üniversite, Eskişehir'in eğitim, bilim, kültür ve gençlik kenti kimliğinin gelişmesine katkı sağlayan önemli yükseköğretim kurumlarından biridir. Üniversitenin İki Eylül Yerleşkesi içerisinde yer alan Hasan Polatkan Havalimanı'nın işletmesi, Havacılık ve Uzay Bilimleri Fakültesi tarafından yürütülmektedir. Havalimanından haftanın belirli günlerinde farklı hava yolu şirketleri

tarafından uçuşlar gerçekleştirilmektedir. Üniversite, eğitim ve araştırma faaliyetlerinin yanı sıra kentteki sosyal ve kültürel hareketliliğin gelişmesine de katkı sağlamaktadır. Özellikle üniversite öğrencilerinin oluşturduğu nüfus, Eskişehir'in genç ve dinamik kent yapısının güçlenmesinde önemli bir rol oynamaktadır (Eskişehir Teknik Üniversitesi, 2026).

4.5.13. Termal Çekicilikler

4.5.13.1. Erler Hamamı

Hamamlar, tarihî ve mimari özellikleri sayesinde şehirlerin önemli değerleri arasında yer almaktadır. Tarihi hamamlar, bulundukları şehirlerin mimari mirasını ve geleneksel yaşam kültürünü yansıtarak toplumun farklı kesimleri tarafından ilgi görmektedir. Erler Hamamı, Eskişehir'in Odunpazarı ilçesinde, Hamamyolu Caddesi'ne bağlı Erler Sokağı'nda yer almaktadır. Yapının kitabesi ve vakfiyesi günümüze ulaşmadığından kesin inşa tarihi bilinmemektedir. Vakıflar Bölge Müdürlüğü yapıyı 15. yüzyıla tarihlendirmektedir. Ancak 1878 yılında Eskişehir'i ziyaret eden İngiliz seyyah H. C. Barkley, hamamın kalın taş duvarları, kubbeli yapısı ve doğal sıcak suyla beslenen büyük havuzu nedeniyle yapının Roma veya Bizans dönemine ait olabileceğini belirtmiştir. Bu özellikleriyle Erler Hamamı, Eskişehir'in en eski ve tarihî hamamlarından biri olarak kabul edilmektedir (Manaz, 2022).

4.5.13.2. Alçık Hamamı

Eskişehir'in önemli tarihî hamamlarından bir diğeri Alçık Hamamı'dır. Alçık Hamamı, Eskişehir il merkezi Çarşı Camii Mahallesi, Değirmen Sokak'ta yer almaktadır. Yapının inşa kitabesi bulunmamakla birlikte, Vakıflar Genel Müdürlüğü kayıtlarında 18. yüzyıla tarihlendirilmektedir. Günümüze ulaşmayan 1842 tarihli onarım kitabesi, hamamın Mir Mahmut'un eşi Emine Hanım tarafından onarıldığını göstermektedir (Manaz, 2022).

4.5.13.3. Şengilcik Hamamı

Eskişehir'in önemli tarihî hamamlarından bir diğeri olan Şengilcik (Şengül-Bahçeli) Hamamı, Hamamyolu Caddesi'nde yer almaktadır. Hamam, 1889/1891 tarihli 2 No'lu Şer'iyye Sicili kayıtlarında Şengül Hamamı adıyla anılmaktadır (Manaz, 2022).

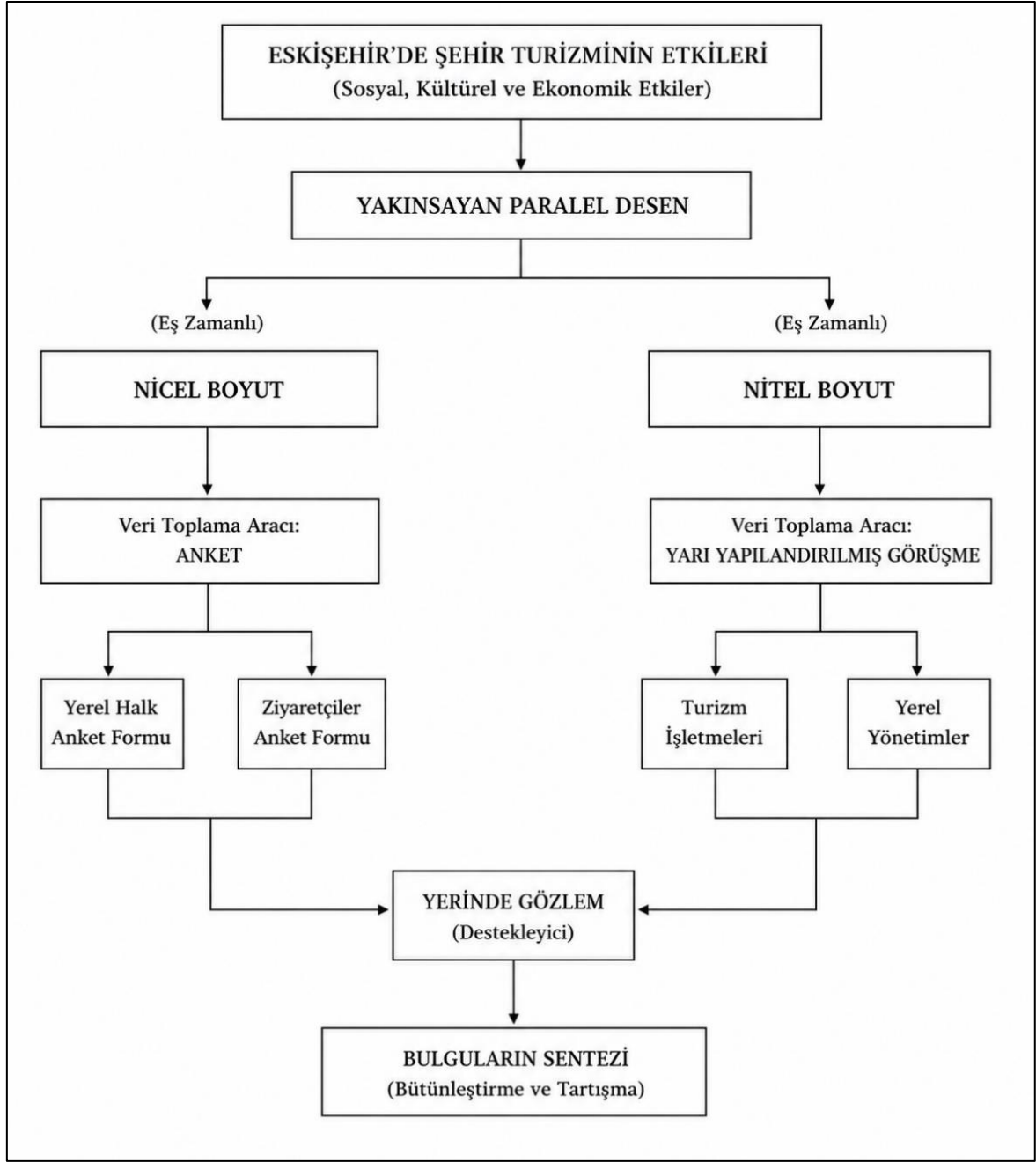
5. YÖNTEM

Bu bölümde; araştırma deseni ve modeli, çalışma evreni ve örnekleme, veri toplama araçları ve özellikleri, veri toplama süreci ve verilerin analizinde başvuru istatistiksel yöntem ve teknikler detaylı bir biçimde açıklanmaktadır.

5.1. Araştırmanın Deseni ve Modeli

Bu araştırmada, nitel ve nicel araştırma yaklaşımlarının bir arada kullanılmasına olanak tanıyan karma araştırma yöntemi benimsenmiştir. Karma yöntem; tek bir çalışma kapsamında nitel ve nicel verilerin toplanmasını, analiz edilmesini ve entegre edilerek yorumlanmasını içeren bütüncül bir yaklaşımdır (Leech ve Onwuegbuzie, 2009). Nicel ve nitel tekniklerin aynı çerçeve içerisinde harmanlanması, her iki yöntemin de güçlü yönlerini öne çıkararak araştırmanın geçerlilik ve güvenilirliğini artırmaktadır (Baki ve Gökçek, 2012). Karma yöntem tasarımları arasından bu çalışmada yakınsayan (eş zamanlı) desen tercih edilmiştir. Yakınsayan desende, nicel ve nitel veriler eş zamanlı olarak toplanmakta, ayrı ayrı analiz edilmekte ve elde edilen bulgular sonuç aşamasında bir araya getirilerek bütünleştirilmektedir (Creswell ve Plano Clark, 2018). Araştırmanın metodolojik tasarım şeması Şekil 5.1’de gösterilmiştir.

Bu doğrultuda araştırmada, Eskişehir’de şehir turist profili ile turizmin ekonomik ve sosyokültürel etkileri nicel veriler aracılığıyla ortaya konulurken, nitel verilerle bu bulgular derinlemesine analiz edilmiştir. Nitel veri toplama sürecinde yarı yapılandırılmış görüşmelerin yanı sıra, bulguların saha koşullarında doğrulanması ve araştırmanın bağlamsal derinliğinin artırılması amacıyla yerinde gözlem tekniğinden de yararlanılmıştır. Nitekim yakınsayan desenin gereği olarak nicel ve nitel veriler eş zamanlı olarak toplanmış, ayrı ayrı analiz edildikten sonra bütünleştirilerek yorumlanmıştır. Böylece farklı veri kaynaklarından elde edilen bulguların birbirini tamamlayan yönleri ortaya konulmuş ve Eskişehir’de şehir turizmine ilişkin kapsamlı ve çok boyutlu bir değerlendirme yapılmıştır.



Şekil 5.1. Araştırmanın metodolojik tasarım şeması

5.2. Evren ve Örneklem

Araştırma alanı, Eskişehir'in merkez ilçeleri olan Odunpazarı ve Tepebaşı'nda yer alan şehrsel mahallelerden oluşmaktadır. Araştırma evreni ise bu şehrsel mahallelerdeki farklı dinamikleri temsil eden dört temel analiz biriminden meydana gelmektedir. Bu birimler; Odunpazarı ve Tepebaşı ilçelerinin şehrsel mahallelerinde ikamet eden yerel halk, alanı ziyaret eden ziyaretçiler, bölgede turizm sektöründen gelir elde eden işletmeciler ile turizm politikalarında söz sahibi olan yerel yönetim temsilcileridir. Araştırma evreninin bu çok boyutlu

yapısı nedeniyle, sahada yer alan her bir analiz birimi için ayrı örneklem grupları ve hesaplama yöntemleri belirlenmiştir.

Araştırmanın nicel verilerinin (yerel halk ve ziyaretçi anketleri) toplanmasında, saha şartları, zaman ve maliyet kısıtları göz önünde bulundurularak kolayda örneklem yöntemi tercih edilmiştir. Bu kapsamda, 69 şehrsel mahallede ve turistik cazibe merkezlerinin yoğun olduğu lokasyonlarda anket uygulamaları gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın nitel verilerinin (işletmeciler ve yerel yönetimler) toplanmasında ise, belirlenen araştırma amaçlarına en uygun ve nitelikli veriyi sağlayabilecek katılımcılara ulaşmak adına amaçlı örneklem yöntemlerinden ölçüt örneklem tekniğine başvurulmuştur. Amaçlı örneklem, araştırma konusuyla ilgili bilgi açısından zengin ve derinlemesine veri sunabilecek stratejik durumların ya da kişilerin seçilmesine olanak tanımaktadır (Patton, 2014: 230).

5.2.1. Nicel Veriler İçin Evren ve Örneklem

Araştırma evreni kapsamında incelenen ilk ve ana analiz birimi yerel halktır. Eskişehir'in merkez ilçelerindeki şehrsel mahallelerde ikamet eden yerel halk, turizmin ekonomik ve sosyokültürel etkilerini doğrudan deneyimleyen kitle olması bakımından araştırmanın odak noktasını oluşturmaktadır. Eskişehir'in Odunpazarı ilçesi ve Tepebaşı ilçesinde toplam 69 şehrsel mahalle yer almaktadır. 2024 yılı TÜİK verilerine göre Odunpazarı ilçesinin şehrsel nüfusu 411.501, Tepebaşı ilçesinin şehrsel nüfusu ise 368.521'dir (TÜİK, 2025). Buna göre yerel halk analiz birimi için toplam evren büyüklüğü 780.022 kişidir. Literatürde (Baş, 2008), evren büyüklüğünün yarım milyon ile bir milyon arasında değiştiği durumlarda; evrendeki heterojenliği maksimum düzeyde yansıtmak amacıyla $p=0,5$ ve $q=0,5$ olasılık değerleri temel alınarak, %5 anlamlılık ($\alpha=0,05$) düzeyinde evreni temsil edecek minimum örneklem büyüklüğü (n) 384 olarak hesaplanmıştır. Araştırmanın nicel boyutundaki ikinci ve destekleyici analiz birimini ise Eskişehir'i ziyaret eden ziyaretçiler oluşturmaktadır. Şehir turizminin dinamik yapısı, günübirlik ziyaretlerin yoğunluğu ve kayıt dışı konaklamalar sebebiyle, Eskişehir'e gelen toplam ziyaretçi sayısını kesin ve net olarak tespit etmek mümkün değildir. Resmi kayıtlara (İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü konaklama verilerine) göre bu sayı yıllık yaklaşık 800.000 civarında görünse de gerçek evrenin belirsizliği ve bu grubun araştırmadaki "tamamlayıcı" rolü dikkate alınarak örneklem hacminde esnekliğe gidilmiştir. Bu doğrultuda, ana odağı yerel halk olan çalışmada, ziyaretçi profilini genel hatlarıyla tespit edebilmek adına Baş (2008) tarafından önerilen daha spesifik bir evren dağılım parametresi ($p=0,8$, $q=0,2$) esas alınmış ve %5 anlamlılık düzeyinde 246 örneklem büyüklüğünün evrendeki genel eğilimi yakalamak adına yeterli olacağı öngörülmüştür.

5.2.2. Nitel Veriler İçin Çalışma Grubu

Araştırma kapsamında, şehrsel turizmin ekonomik ve sosyokültürel etkilerini derinlemesine analiz etmek ve nicel bulguları desteklemek amacıyla nitel veri toplama sürecine başvurulmuştur. Nitel araştırma tasarımı doğrultusunda, örneklem grubunun belirlenmesinde amaçlı örnekleme yöntemlerinden ölçüt örnekleme tekniği kullanılmıştır. Nitel boyutun ilk analiz birimini, şehir turizmi ile doğrudan ticari ve mekânsal bağlantısı bulunan yerel işletmeciler oluşturmaktadır. Bu kapsamda Eskişehir’de şehrsel turizm hareketliliğinin yoğun olduğu lokasyonlarda faaliyet gösteren; hediyelik eşya dükkanları, lokanta/restoranlar, konaklama işletmeleri (otel, pansiyon, apart vb.) ve eğlence ve rekreasyon (kafe ve barlar) araştırmanın kapsamına dahil edilmiştir. Nitel araştırmalarda veri setinin benzer ifadelerle tekrara düştüğü noktayı ifade eden veri doygunluğu ilkesi (Patton, 2014) gözetilerek, her bir işletme grubu için üçer katılımcı ile toplam 12 derinlemesine görüşme gerçekleştirilmiştir (Tablo 5.1). Veri doygunluğuna ulaşılamaması durumunda ise görüşme yapılan katılımcı sayısının artırılması ve araştırmanın amacı ve kapsamı doğrultusunda farklı işletme grupları ile yerel yönetim temsilcilerinin de örnekleme dâhil edilmesi planlanmıştır.

Tablo 5.1. İşletmeci örneklem grubu

Sektörel Grup Kategorileri	Görüşülen Katılımcı Sayısı (n)
Hediyelik eşya ticareti	3
Lokanta ve restoranlar	3
Konaklama işletmeleri (Otel, pansiyon, apart vb.)	3
Eğlence ve rekreasyon (Kafe ve barlar)	3
Toplam	12

Araştırmanın nitel boyutundaki ikinci analiz birimini ise şehir turizminin planlanmasında, yönetiminde ve sosyo-mekânsal etkilerinin idari sürecinde rol oynayan kamu, yerel yönetim ve yerel topluluk temsilcileri oluşturmaktadır. Bu doğrultuda; kurumsal perspektifleri ve yerel dinamikleri dengeli yansıtabilmek amacıyla İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Tepebaşı Belediyesi, Odunpazarı Belediyesi ve turizm odaklı şehrsel mahallelerin muhtarları örneklem grubuna dahil edilmiştir. Her bir idari ve yerel birim grubundan ikişer yetkili/temsilci ile görüşülerek toplam 8 mülakat tamamlanmıştır (Tablo 5.2).

Tablo 5.2. Yerel yönetim örneklem grubu

Grup Kategorileri	Görüşülen Katılımcı Sayısı (n)
İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	2
Tepebaşı Belediyesi	2
Odunpazarı Belediyesi	2
Yerel Mahalle Muhtarları	2
Toplam	8

5.3. Veri Toplama Araçları ve Kaynakları

Araştırma amacına ulaşmak için gerekli olan veriler, birincil ve ikincil kaynaklar aracılığıyla temin edilmiştir. İkincil kaynaklar kapsamında; konuya ilişkin ulusal ve uluslararası literatür, kurumsal raporlar, TÜİK ve ilgili bakanlıkların veri tabanları detaylı bir biçimde taranmıştır. Birincil verilerin toplanması amacıyla ise araştırmanın karma yöntem desenine uygun olarak nicel ve nitel veri toplama araçları araştırmacı tarafından geliştirilmiştir. Bu kapsamda hazırlanan anket formu ile yarı yapılandırılmış görüşme formu, araştırmanın amacı, araştırma soruları ve literatürde yer alan kuramsal çerçeve doğrultusunda oluşturulmuştur. Veri toplama araçlarının kapsam geçerliğini ve içerik uygunluğunu sağlamak amacıyla bu konu alanında uzmanların görüşlerine başvurulmuştur. Uzman görüşleri doğrultusunda soru ifadeleri kapsam, içerik, dil ve anlaşılabilirlik açısından gözden geçirilerek gerekli düzenlemeler yapılmıştır. Tüm veri toplama araçlarının sahada uygulanması, verilerin güvenilirliğini ve geri dönüş oranını artırmak amacıyla yüz yüze anket ve mülakat teknikleriyle gerçekleştirilmiştir.

5.3.1. Nicel Veri Toplama Araçları

Araştırmanın nicel boyutunda, yerel halk ve ziyaretçilere yönelik hazırlanmış anket formlarından yararlanılmıştır:

Yerel Halk Anket Formu: Toplam üç bölümden oluşan bu formun ilk bölümünde; katılımcıların cinsiyet, yaş, meslek, eğitim ve gelir durumu gibi sosyodemografik özelliklerini belirlemeye yönelik sorular yer almaktadır. İkinci bölümde, yerel halkın Eskişehir'deki şehrsel turizm hareketliliğinin ekonomik ve sosyokültürel etkilerine yönelik algı, tutum ve farkındalıklarını ölçmeyi hedefleyen 5'li Likert tipinde bir ölçek kullanılmıştır. Ölçekteki ifadeler; "1=kesinlikle katılmıyorum, "2=katılmıyorum",

“3=kararsızım”, “4=katılıyorum”, “5=kesinlikle katılıyorum” şeklinde derecelendirilmiştir. Anketin üçüncü ve son bölümünde ise yerel halkın şehirdeki turizm gelişimine yönelik genel memnuniyet düzeyleri ile geleceğe dönük beklentilerini belirleyen sorulara yer verilmiştir (EK-1).

Ziyaretçi Anket Formu: Bu form da yapısal olarak üç bölümden meydana gelmektedir. Anketin ilk bölümünde, ziyaretçilerin cinsiyet, yaş, meslek, eğitim ve gelir düzeylerine ilişkin demografik özellikleri sorgulanmıştır. İkinci bölümde, katılımcıların Eskişehir’i seyahat etme amaçları, şehre geliş sıklıkları, konaklama süreleri ve destinasyon tercih durumlarını belirlemeye yönelik kategorik sorular yer almaktadır. Anketin son bölümünde ise ziyaretçilerin Eskişehir’deki turizm olanaklarına (altyapı, üstyapı, hizmet kalitesi vb.) yönelik genel memnuniyet durumları ile destinasyondan beklentilerini ölçen ifadeler yer almaktadır (EK-2).

5.3.2. Nitel Veri Toplama Araçları

Araştırmanın nitel boyutunda ise, işletme sahipleri ve yerel yönetimlere yönelik hazırlanmış yarı yapılandırılmış görüşme formlarından yararlanılmıştır:

İşletmeci Görüşme Formu: Sektör temsilcilerinin derinlemesine görüşlerini alabilmek adına hazırlanan yarı yapılandırılmış görüşme formu toplam beş bölümden oluşmaktadır. Formun ilk bölümü katılımcıların sosyodemografik özelliklerini, ikinci bölümü ise faaliyette bulundukları işletmenin yapısal niteliklerini belirlemeye yönelik sorulardan meydana gelmektedir. Üçüncü bölüm; şehrsel turizm faaliyetlerinin sahada yarattığı ekonomik ve sosyokültürel etkileri sorgulayan bir içeriğe sahiptir. Dördüncü bölümde Eskişehir’e gelen turistlerin genel profili, ziyaret amaçları, turizm paydaşları arasındaki iş birliği ile şehir turizminin gelişimine katkı sağlayan kurum ve aktörlere ilişkin sorular yer almaktadır. Son bölümde ise işletmecilerin şehir turizminin gidişatına yönelik memnuniyet düzeyleri ile geleceğe dair beklenti ve önerilerini ortaya koyan açık uçlu sorular yer almaktadır (EK-3).

Kamu ve Yerel Yönetim Görüşme Formu: İdari ve kurumsal perspektifi yansıtmak amacıyla tasarlanan yarı yapılandırılmış görüşme formu, yapısal tutarlılık adına dört temel bölüm halinde yapılandırılmıştır. İlk bölümde, kurumların mevcut turizm faaliyetleri ve şehir turizminin tarihsel/mekânsal gelişimine yönelik kurumsal değerlendirmeleri ele alınmıştır. İkinci bölüm, şehrsel turizmin Eskişehir genelinde ortaya çıkardığı ekonomik ve sosyokültürel değişimleri analiz etmeye yönelik sorulardan oluşmaktadır. Üçüncü bölüm, şehir turizminin yönetimi kapsamında özgün değerlerin korunması, turizmde paydaş katılımı, karar alma süreçleri ile turizm yatırımlarında karşılaşılan sorunlar ve kolaylıklara

ilişkin değerlendirmelerden oluşmaktadır. Dördüncü ve son bölümde ise yerel yönetim ve kamu temsilcilerinin şehir turizminin mevcut yönetim modelinden duydukları memnuniyet ile vizyoner beklentileri yer almaktadır (EK-4).

5.3.3. İkincil Veri Kaynakları

Araştırmada birincil verilere ek olarak, sahadaki bulguları doğrulamak ve mekânsal analizleri zenginleştirmek amacıyla çeşitli kurumlardan elde edilen kapsamlı ikincil verilerden yararlanılmıştır. Bu doğrultuda, ilk olarak Esri'den temin edilen mekânsal altlık veriler kullanılarak CBS ortamında haritalar oluşturulmuştur.

Eskişehir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü ile Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü'nden Eskişehir'e gelen yerli ve yabancı turist sayılarına ilişkin istatistikler temin edilmiştir. Ayrıca aynı kurumlardan; işletme belgeli ve basit konaklama tesislerine ait tesise geliş, geceleme, ortalama kalış süresi ve doluluk oranlarının il ve ilçe bazlı dağılımlarını içeren veri setleri çekilmiştir. Şehrin konaklama kapasitesine dair veriler, Odunpazarı ve Tepebaşı belediyelerinden alınan güncel ticari işletme listeleriyle desteklenmiştir. Ulaşım konusunda ise Eskişehir Büyükşehir Belediyesi'nden şehirlerarası karayolu ağı, şehrsel yol hiyerarşisi ve tramvay hatlarına ilişkin sayısal veriler temin edilmiştir. Elde edilen bu veriler CBS ortamında sayısallaştırılarak tematik haritaların hazırlanmasında kullanılmıştır. Araştırmada kullanılan bir diğer ikincil veri kaynağını, Meteoroloji Genel Müdürlüğü'nden temin edilen istatistiksel veriler oluşturmaktadır. Bu kapsamda, Eskişehir'in iklim özelliklerine ilişkin veriler elde edilerek araştırmada kullanılmıştır.

Turistik faaliyetlerin sosyokültürel boyutunu bütüncül bir bakış açısıyla analiz edebilmek amacıyla, Eskişehir Büyükşehir Belediyesi'nden kentte gerçekleştirilen kültürel, sanatsal ve sosyal etkinliklerin verileri temin edilmiştir. Çalışmanın coğrafi ve mekânsal analizlerinde (coğrafi bilgi sistemleri uygulamalarında) kullanılmak üzere Eskişehir Büyükşehir, Odunpazarı ve Tepebaşı belediyelerinden güncel imar planları ve şehrsel/kırsal mahallelerin idari sınırlarına ilişkin sayısal veriler elde edilmiştir. Son olarak, Eskişehir'in il, ilçe ve mahalle düzeyindeki güncel nüfus hareketliliğini ve demografik yapısını ortaya koymak adına TÜİK'ten ADNKS verileri temin edilmiştir. Söz konusu geniş kapsamlı ikincil veri seti; turist hareketliliği, konaklama kapasitesi, etkinlik çeşitliliği ve mekânsal dağılım gibi parametrelerin çok boyutlu ve bütüncül bir biçimde analiz edilmesine imkân tanımıştır.

5.4. Veri Toplama Süreci ve Etik Esaslar

Bu araştırmanın yürütülmesine başlamadan önce araştırma etiği ilkeleri doğrultusunda gerekli etik kurul izni alınmıştır. Araştırma için Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi Etik Kurulundan 10.06.2024 tarihli ve 21 sayılı etik kurul onayı alınmıştır.

Araştırmanın tüm aşamalarında bilimsel araştırma ve yayın etiği ilkelerine uygun hareket edilmiştir. Araştırmaya katılım gönüllülük esasına dayandırılmış, katılımcılar araştırmanın amacı, kapsamı ve veri toplama süreci hakkında bilgilendirilmiştir. Katılımcılardan elde edilen veriler yalnızca bilimsel amaçlarla kullanılmıştır. Verilerin saklanması, işlenmesi ve raporlanması süreçlerinde etik ilkelere bağlı kalınmıştır.

Ayrıca araştırma kapsamında anket uygulanan yerel halk ve ziyaretçiler ile görüşme gerçekleştirilen işletme sahipleri ve yerel yönetim temsilcilerinin yöneltilen soruları tam olarak anladıkları, sorulara objektif ve içtenlikle yanıtlar verdikleri varsayılmıştır.

5.4.1. Nicel Verilerin Toplanma Süreci

Veri toplama süreci, araştırmanın geçerlilik ve güvenilirlik düzeyini artırmaya yönelik olarak sistematik bir biçimde yürütülmüştür. İlk aşamada gerçekleştirilen pilot çalışma, 28.12.2023–24.01.2024 tarihleri arasında yerel halktan 36 kişiye ve ziyaretçilerden 20 kişiye uygulanmıştır. Bu sayede anket formunun anlaşılabilirliği, soru ifadelerinin açıklığı ve ölçme aracının işlevselliği test edilmiştir. Pilot çalışmadan elde edilen bulgular doğrultusunda anketlerde gerekli düzenlemeler yapılarak, anketler uygulamaya hazır hale getirilmiştir. Düzenlenen nihai anketler, 21.09.2024–27.04.2025 tarihleri arasında uygulanmıştır. Bu kapsamda, belirlenen minimum örneklem büyüklüğünün üzerinde olacak şekilde yerel halktan 69 mahallenin tamamında 390 kişiden veri toplanmıştır. Ziyaretçilerden ise şehir turizm hareketliliğinin yoğun olduğu yerlerde 300 kişiden veri toplanmıştır.

5.4.2. Nitel Verilerin Toplanma Süreci

Nicel boyutta olduğu gibi, nitel verilerin toplanması sürecinde de veri toplama araçlarının geçerliliğini ve işlevselliğini test etmek amacıyla bir pilot uygulama yürütülmüştür. 27.01.2024–10.02.2024 tarihleri arasında gerçekleştirilen bu ön çalışma kapsamında, belirlenen yapılandırılmış ölçütlere uygun iki işletme sahibi ve bir yerel yönetim temsilcisi ile mülakatlar gerçekleştirilmiştir. Pilot görüşmeler sonucunda açık uçlu soruların anlaşılma düzeyleri test edilmiş, yapısal ifadeler yeniden gözden geçirilerek yarı yapılandırılmış görüşme formlarına nihai şekli verilmiştir. Araştırmanın ana nitel veri

toplama süreci ise 21.09.2024–27.04.2025 tarihleri arasında sahada yürütülmüştür. Bu doğrultuda, belirlenen dört farklı turizm sektörünün her birinden üçer kişi olmak üzere toplam 12 işletmeci ve yerel yönetim kademelerinden 8 temsilci ile derinlemesine görüşmeler tamamlanmıştır. Ortalama 30-40 dakika süren bu mülakatlar, nitel analizin veri altyapısını oluşturmuştur.

Araştırma etiği ilkeleri gereğince, görüşme öncesinde katılımcılara çalışmanın amacı açıklanmış ve kimlik bilgilerinin tamamen gizli tutulacağı taahhüt edilmiştir. Görüşme esnasında ses kaydına onay veren katılımcıların mülakatları dijital olarak kaydedilmiş; ses kaydına izin vermeyen katılımcıların yanıtları ise mülakat anında detaylı bir biçimde not edilerek kayıt altına alınmıştır. Katılımcıların kimlik bilgilerinin gizliliğini sağlamak amacıyla görüşme kayıtları ve araştırma bulgularında kodlama sistemi (K1, K2) kullanılmıştır.

5.5. Verilerin Analizi

5.5.1. Nicel Verilerin Analizi

Bu araştırmada gerçekleştirilen nicel analizler, yerel halk ve ziyaretçilerden toplanan verilere dayanmaktadır. İlk olarak yerel halktan elde edilen bulgular değerlendirilmiştir. İstatistiksel analizler SPSS 21 paket programı kullanılarak yürütülmüştür. Süreç, verilerin programa aktarılmasıyla başlamış, ardından kayıtların eksiksizliği ve istatistiksel değerlendirmeye uygunluğu kontrol edilmiştir. Ardından istatistiksel değerlendirme aşamasına geçilmiştir. Katılımcılara ilişkin tanımlayıcı istatistikler (yüzde, frekans, ortalama, standart sapma) hesaplanarak yerel halkın sosyodemografik profili ortaya konmuştur. Yerel halkın şehir turizminin ekonomik ve sosyokültürel etkilerine ilişkin algı puanları 5’li Likert ölçeği kullanılarak ölçülmüştür. Ölçek, 1 = *Kesinlikle Katılmıyorum* ile 5 = *Kesinlikle Katılıyorum* aralığında yapılandırılmıştır. Ölçeğin yapısal geçerliliğini test etmek amacıyla SPSS 21 üzerinden Açımlayıcı Faktör Analizi (AFA) uygulanmıştır. AFA öncesinde Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) katsayısı ve Bartlett küresellik testi gerçekleştirilmiş; KMO değerinin 0.70’in üzerinde çıkması ve Bartlett testinin anlamlı olması veri yapısının faktör analizine oldukça uygun olduğunu göstermiştir. Analiz sonucunda maddeler modelle uyumlu biçimde altı faktörde toplanmıştır: *Ticari ve Sektörel Gelişim Etkileri*, *İstihdam ve Kalkınma Etkileri*, *Olumsuz Ekonomik Etkiler*, *Olumlu Sosyokültürel Etkiler*, *Olumsuz Sosyokültürel Etkiler* ve *Kültürel Miras Üzerindeki Olumlu Etkiler*. Faktör yüklerinin kabul edilebilir değerlerin üzerinde olması ve açıklanan toplam varyansın yeterli düzeye ulaşması, ölçeğin güçlü bir yapısal geçerliliğe sahip olduğunu ortaya koymuştur. Faktör analizinin ardından, ölçeğin içsel tutarlılığı Cronbach Alfa katsayıları aracılığıyla değerlendirilmiştir. Tüm faktörlerde Alfa

katsayılarının 0.60'ın üzerinde olması, kullanılan ölçeklerin güvenilir olduğunu ve ölçümlerin tutarlı bir şekilde yapıldığını göstermektedir.

Algıların demografik değişkenlere göre farklılaşıp farklılaşmadığını test etmek için istatistiksel testlere geçilmiştir. Verilerin normallik ve varyans homojenliği varsayımlarını karşılaması nedeniyle parametrik testlerden bağımsız örneklem t-testi (ör., iki grup karşılaştırmalarında) ve tek yönlü varyans analizi (ANOVA) (çok kategorili değişkenlerde) kullanılmıştır. ANOVA sonucunda anlamlı fark saptanan değişkenlerde, farkın hangi gruplardan kaynaklandığını belirlemek amacıyla homojen varyanslar söz konusu olduğunda ($p>0.05$) Tukey testi, homojen olmayan varyanslar durumunda ($p<0.05$) ise, Games-Howell testi kullanılmıştır. Bu testler aracılığıyla gerçekleştirilen analizler sonucunda, yerel halkın turizmin ekonomik ve sosyokültürel etkilerine ilişkin algılarında çeşitli demografik değişkenlere göre anlamlı farklılıklar olduğu saptanmıştır.

Ziyaretçilere uygulanan anket formlarından elde edilen veriler, analiz sürecine hazırlanmak üzere SPSS 21.0 istatistik yazılımına aktarılmış ve tüm istatistiksel işlemler bu program vasıtasıyla yürütülmüştür. İlk etapta örneklemin cinsiyet, yaş, meslek, eğitim düzeyi ve gelir durumlarına dair dağılımlarını belirlemek amacıyla frekans ile yüzde analizleri gerçekleştirilmiş; bu sayede ziyaretçi kitlesinin sosyodemografik profili netleştirilmiştir. Katılımcıların seyahat amaçları ile tercihlerini incelemek adına elde edilen veriler, frekans ve yüzdelik dağılımları içeren tablolar vasıtasıyla betimlenmiştir. Ardından, katılımcıların sosyodemografik özellikleri ile seyahat tercihleri ve seyahat amaçları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunup bulunmadığını belirlemek amacıyla Ki-kare (χ^2) bağımsızlık testi uygulanmıştır. Ki-kare testi, kategorik değişkenler arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığını değerlendirmek amacıyla kullanılmıştır. Analiz kapsamında cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi, meslek ve gelir durumu gibi sosyodemografik değişkenler ile katılımcıların seyahat tercihleri ve seyahat amaçlarına ilişkin değişkenler arasındaki ilişkiler değerlendirilmiştir. Elde edilen bulgular doğrultusunda, söz konusu değişkenler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunup bulunmadığı belirlenmiş ve sonuçlar $p<0,05$ anlamlılık düzeyi esas alınarak yorumlanmıştır.

5.5.2. Nitel Verilerin Analizi

Araştırma kapsamında yürütülen nitel analizler; işletme sahipleri ile yerel yönetim yetkililerinden elde edilen verileri kapsamaktadır. Analiz sürecinde, yarı yapılandırılmış görüşmelerden sağlanan veriler sistematik bir biçimde işlenmiştir. Bu doğrultuda, ilk aşamada ses kayıtları ve saha notları bilgisayar ortamına aktararak yazılı dökümleri hazırlanmıştır. Elde

edilen transkript metinleri, nitel veri analizi süreçlerinde yaygın olarak kullanılan MAXQDA 2020 paket programına aktarılmıştır.

Nitel verilerin çözümlenmesinde içerik analizi yöntemi benimsenmiş ve süreç, sistematik veri kodlama aşamasıyla başlatılmıştır. Kodlama sürecinde katılımcı ifadeleri satır satır incelenerek anlamlı birimler belirlenmiş ve bu birimlerden açıklayıcı, kavramsal kodlar üretilmiştir. Ardından, benzer niteliklere ve kavramsal ilişkilere sahip kodlar bir araya getirilerek üst temalar ve kategoriler altında sınıflandırılmıştır. Böylece verilerin çok boyutlu bir yapıda yorumlanmasına imkân tanıyan analitik ve tematik bir çerçeve geliştirilmiştir. Kod ve tematik yapıların netleşmesinin ardından, kavramsal ilişkileri görselleştirmek ve temalar arası bağlantıları daha somut ortaya koymak amacıyla program üzerinden kavram haritaları ve görsel modeller hazırlanmıştır. Her bir görüşme sorusu bağımsız ve derinlemesine analiz edilerek; ilgili içerik kodları, üst temaları ve kavram haritaları sistematik bir biçimde rapora yansıtılmıştır. Bulguların geçerliliğini, nesnelliğini ve yorumların derinliğini artırmak amacıyla, analiz sonuçları katılımcı ifadelerinden doğrudan alıntılarla desteklenmiştir.

5.5.3. İkincil Verilerin Analizi

Araştırma kapsamında kurum ve kuruluşlardan temin edilen ikincil veriler, istatistiksel çözümlemeler ile Coğrafi Bilgi Sistemleri (CBS) tabanlı mekânsal analiz teknikleri kullanılarak ayrıntılı biçimde değerlendirilmiştir. Mekânsal analizlerin ilk aşamasında, Odunpazarı ve Tepebaşı Belediyelerinden elde edilen idari sınırlar temel alınarak ArcMap 10.7 programı ortamında şehirselle mahalle ölçeğinde çalışma alanı altlığı üretilmiştir. Daha sonra TÜİK'ten sağlanan nüfus verileri coğrafi veri tabanına aktarılmış ve mahalle ölçeğinde tematik nüfus haritaları hazırlanmıştır. Bu haritalar aracılığıyla yıllara bağlı nüfus değişimi, şehirselle büyüme eğilimleri ve gelişim aksları mekânsal açıdan değerlendirilmiştir.

Eskişehir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü ile Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğünden temin edilen konaklama istatistikleri yıllara göre karşılaştırmalı tablolar hâlinde düzenlenmiştir. Bu veriler doğrultusunda Eskişehir'in turistik talep yapısı, doluluk oranları ve konaklama eğilimleri incelenmiştir. Turistik arzı temsil eden konaklama tesislerine ilişkin mekânsal değerlendirmelerde ise ilçe belediyelerinden sağlanan güncel otel listelerinden yararlanılmıştır. Listelerde yer alan tesisler, coğrafi koordinatları esas alınarak Google Earth Pro üzerinde konumlandırılmış, güncel uydu görüntüleri yardımıyla doğrulandıktan sonra coğrafi veri tabanına aktarılmıştır. Elde edilen konumsal veriler kullanılarak konaklama tesislerinin kent içindeki dağılışını ve yoğunlaşma alanlarını gösteren

tematik haritalar oluşturulmuştur. Böylece turistik arzın kent içindeki mekânsal örüntüsü ile fonksiyonel yoğunlaşma alanları ortaya konulmuştur.

Ulaşım altyapısının şehirsal turizm hareketleri üzerindeki etkisini ve erişilebilirlik düzeyini belirlemek amacıyla Eskişehir Büyükşehir Belediyesinden elde edilen veriler kullanarak şehirlerarası karayolu ağı, şehirsal yol hiyerarşisi ve tramvay hatları sayısallaştırılmış ve tematik haritalar hazırlanmıştır. Ulaşım kapsamında oluşturulan bir diğer çalışma ise TCDD verileri doğrultusunda YHT hattının mekânsal gösterimidir. Bu kapsamda, YHT güzergâhı öncelikle Google Earth Pro ortamında koordinatlandırılarak noktasal veri olarak oluşturulmuştur. Elde edilen mekânsal veriler daha sonra CBS programına aktarılmış ve gerekli düzenlemeler yapılarak YHT hattının mekânsal dağılımını gösteren harita oluşturulmuştur. Elde edilen ulaşım verileri; erişilebilirlik, ulaşım bağlantıları ve turistik alanlara ulaşım kolaylığı bakımından değerlendirilmiş, ulaşım ağlarının şehir turizmine katkısı coğrafi açıdan analiz edilmiştir.

Son olarak Eskişehir kent merkezindeki somut turistik çekiciliklerin (müzeler, tarihî yapılar, rekreasyon alanları vb.) mekânsal dağılışını belirlemek amacıyla ilgili odak noktaları Google Earth Pro üzerinden koordinatlandırılarak CBS programına aktarılmış ve şehirsal çekicilik envanteri oluşturulmuştur. Hazırlanan tematik harita, turistik çekiciliklerin kent içindeki dağılışını bütüncül bir bakış açısıyla ortaya koyarak mekânsal analizlere önemli katkı sağlamıştır.

6. BULGULAR

Bu bölümde, karma araştırma deseni kapsamında elde edilen nicel ve nitel bulgular değerlendirilmiştir. İlk olarak nicel araştırma sonuçlarına yer verilmiş, ardından bu verileri destekleyen nitel bulgular ele alınmıştır.

6.1. Nicel Bulgular

Araştırma kapsamında Eskişehir’de şehir turizminin sosyal, ekonomik ve kültürel etkilerini ortaya çıkarmak için yerel halka ve ziyaretçilere anket uygulanmıştır. Uygulanan anketlerin sonuçları ilgili başlıklar altında değerlendirilmiştir.

6.1.1. Yerel Halka İlişkin Bulgular

Bu kısımda, Eskişehir’de daimî olarak ikamet eden ve araştırmaya katılan yerel halkın demografik özellikleri ile şehir turizminin ekonomik ve sosyokültürel etkilerine yönelik algıları detaylı biçimde değerlendirilmiştir.

6.1.1.1. Yerel Halkın Sosyodemografik Profilleri

Araştırmaya katılan yerel halktan oluşan örneklem grubu 390 kişiden meydana gelmektedir. Katılımcıların demografik profili incelendiğinde; kadınların (%51,8) ve bekar bireylerin (%55,1) çoğunlukta olduğu görülmektedir. Yaş dağılımında ise 18–30 (%35,1) ve 31–40 (%28,2) yaş grupları öne çıkmakta, örneklemin büyük bir kısmını genç ve orta yaş grubu oluşturmaktadır. Katılımcıların %61,0’ı ön lisans/lisans mezunu olup eğitim düzeyi bakımından en büyük grubu oluşturmaktadır. Mesleki dağılım incelendiğinde ise katılımcıların ağırlıklı olarak özel sektör çalışanlarından (%26,7) ve öğrencilerden (%21,0) oluştuğu görülmektedir. Aylık gelir düzeyinin ağırlıklı olarak orta segmentte yoğunlaştığı görülmektedir. Ayrıca katılımcıların %52,1’inin 15 yıl ve üzeri süredir Eskişehir’de yaşadığı tespit edilmiştir (Tablo 6.1).

Tablo 6.1. Yerel halkın sosyodemografik özellikleri

Demografik Özellikler	Frekans (N)	Yüzde (%)
Cinsiyet		
Kadın	202	51,8
Erkek	188	48,2
Toplam	390	100
Medeni Durum		
Bekar	215	55,1
Evli	175	44,9
Toplam	390	100
Yaş		
18-30	137	35,1
31-40	110	28,2
41-50	75	19,2
51-60	42	10,8
61 yaş ve üzeri	26	6,7
Toplam	390	100
Eğitim Düzeyi		
İlköğretim	20	5,1
Lise	108	27,7
Ön Lisans/Lisans	238	61,0
Lisansüstü	24	6,2
Toplam	390	100
Meslek		
Kamuda çalışan	72	18,5
Kendi iş yerine sahip/Esnaf	46	11,8
Özel sektörde çalışan	104	26,7
Ev Hanımı	29	7,4
Emekli	42	10,8
İşsiz	15	3,8
Öğrenci	82	21,0
Toplam	390	100
Aylık Gelir (TL)		
10000 TL ve altı	68	17,4
10001-20000	80	20,5
20001-30000	81	20,8
30001-40000	69	17,7
40001-50000	45	11,5
50001 TL ve üstü	47	12,1
Toplam	390	100
Eskişehir’de ikamet süresi		
1 yıldan az	21	5,4
1-5 yıl	72	18,5
6-10 yıl	43	11,0
11-15 yıl	51	13,1
15 yıldan fazla	203	52,1
Toplam	390	100

6.1.1.2. Faktör Analizi Sonuçları

Bu çalışmada şehir turizminin ekonomik ve sosyokültürel etkileri konusunda mevcut literatür kapsamında 49 maddeden oluşan bir ölçek kullanılmıştır. Bu maddelerin, araştırma modelindeki yapılara uyumlu boyutlar altında toplanıp toplanmadığını belirlemek amacıyla AFA uygulanmıştır. Bu yöntem, birbiri ile ilişkili olan değişkenleri bir araya getirerek daha az sayıda yeni değişkenler (faktörler, boyutlar) oluşturmayı amaçlayan bir istatistiksel bir analiz yöntemidir (Büyüköztürk, 2002: 472). AFA öncesinde, verilerin faktör analizine uygunluğunu değerlendirmek amacıyla Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ve Bartlett Küresellik Testi uygulanmıştır. KMO testinde bulunan değer 1'e yaklaştıkça mükemmel, 0,50'nin altında ise kabul edilemez olduğu belirtilmektedir (Hoyle, 1995: 180). Nitekim KMO'nun 0,50'den yüksek çıkması beklenir. Bununla birlikte, verilerin faktör analizine uygunluğunun sağlanabilmesi için Bartlett Küresellik Testi sonucunun da istatistiksel olarak anlamlı ($p < 0,05$) olması gerekmektedir (Büyüköztürk, 2005).

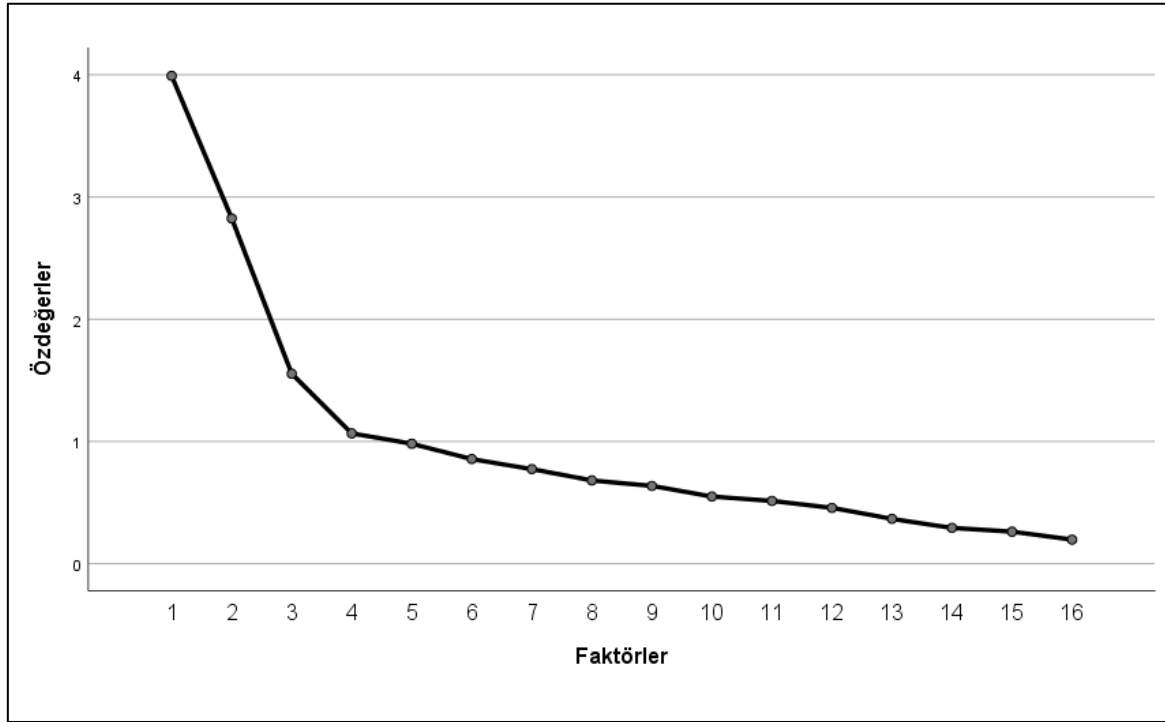
Ekonomik Etkiler Ölçeğine Ait Faktör Analizi

Araştırma kapsamında, yerel halkın şehir turizminin ekonomik etkilerine yönelik tutumlarını ortaya koymak amacıyla ölçekte yer alan 16 maddeye AFA uygulanmıştır. Analize başlanmadan önce verilerin faktörleşme uygunluğunu belirlemek üzere Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem yeterliliği katsayısı ve Bartlett Küresellik (Sphericity) testi sonuçları incelenmiştir. Yapılan analiz neticesinde Ekonomik Etkiler Ölçeği için KMO değeri 0,791 olarak saptanmış; Bartlett Küresellik Testi değeri de istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($p=0,000$). Bu bulgular, örneklem büyüklüğünün ve veri setinin faktör analizi gerçekleştirmek adına oldukça uygun olduğunu göstermektedir (Tablo 6.2).

Tablo 6.2. Ekonomik etki ölçeğine ait Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem yeterliliği testi ve Bartlett's Sphericity testi sonuçları

KMO and Bartlett Test		
Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Katsayısı		0,791
Bartlett Sphericity Testi	Approx, Chi-Square (Yaklaşık Ki-Kare)	2068,906
	Df (Serbestlik Derecesi)	120
	Sig (Anlamlılık)	0,000

Veri setinde yapısal olarak anlamlı boyutların ayırt edilebilmesi için maddelerin faktör yük değerlerinin alt sınırı 0,30 olarak kabul edilmiştir. Faktör analizi sonucunda, şehir turizminin ekonomik etkilerini ölçen 16 maddenin, öz değeri 1’den büyük olan üç faktör altında toplandığı tespit edilmiştir. Bu üç faktörün açıkladığı toplam varyans %52,31’dir. Faktör sayısının belirlenmesinde öz değer esasının yanı sıra yamaç-birikinti grafiğindeki kırılma noktaları da dikkate alınmıştır. Grafiğin düzleşme eğilimine girdiği noktadan itibaren elde edilen ek faktörlerin toplam varyansa anlamlı bir katkı sağlamadığı görülmüş ve ölçeğin üç boyutlu yapısı uygun bulunmuştur (Şekil 6.1).



Şekil 6.1. Ekonomik etki ölçeğinin faktörlerine ait özdeğerler grafiği

Faktör analizi sonucu belirlenen faktörler, maddelerin içeriklerine göre isimlendirilmiştir. İlk faktör; yeme-içme, konaklama ve hediyelik eşya gibi turizm odaklı ticari işletmelerdeki artışı ve sektörel gelişimi ifade eden 6 maddeden oluştuğu için “Ticari ve Sektörel Gelişim Etkileri” olarak adlandırılmıştır. Bu faktör, toplam varyansın %24,94’ünü açıklamaktadır ve şehir turizminin ticari faaliyetlerin gelişimi üzerindeki etkilerini yansıtmaktadır. İkinci faktör; genel istihdam olanakları, yerel halkın gelir artışı ve altyapı yatırımları gibi unsurları barındıran 5 maddeyi kapsadığı için “İstihdam ve Kalkınma Etkileri” şeklinde isimlendirilmiştir. Bu faktörün toplam varyansı açıklama oranı %17,65 olup şehir turizminin ekonomik kalkınmaya yönelik katkılarını ortaya koymaktadır. Üçüncü faktör ise hayat pahalılığı, konut ve iş yeri kiralardaki artışlar gibi turizmin getirdiği ekonomik yükleri

içeren 5 maddeden meydana geldiği için “Olumsuz Ekonomik Etkiler” olarak tanımlanmıştır. Bu son faktör ise toplam varyansın %9,71’ini açıklamakta olup şehir turizminin ekonomik açıdan ortaya çıkarabileceği olumsuz sonuçları yansıtmaktadır (Tablo 6.3).

Tablo 6.3. Ekonomik etki ölçeğine ilişkin faktör analizi sonuçları

Faktörler	F1	F2	F3
F1. Ticari ve Sektörel Gelişim Etkileri			
Yeme-içme tesisleri artmıştır.	0,854		
Hediyelik eşya dükkanları artmıştır.	0,815		
Diğer sektörler gelişmiştir (inşaat, ulaşım).	0,709		
Konaklama (otel, Pansiyon, apart) işletmeleri artmıştır.	0,669		
Günlük kiralık evlerin sayısı artmıştır (Airbnb gibi çevrimiçi platformlardan yararlanma).	0,544		
Vergi gelirleri artmıştır.	0,320		
F2. İstihdam ve Kalkınma Etkileri			
Yeni iş fırsatları ortaya çıkmıştır.		0,867	
Yerel halkın geliri artmıştır.		0,836	
Şehre yapılan yatırımlar artmıştır.		0,731	
Kadınların istihdamı artmıştır.		0,635	
Şehrin altyapısı gelişmiştir.		0,445	
F3. Olumsuz Ekonomik Etkiler			
İşyeri kira fiyatları artmıştır.			0,818
Hayat pahalılığı artmıştır.			0,806
Konut kira fiyatları artmıştır.			0,784
Ürün ve hizmetlerin fiyatları artmıştır.			0,591
Yerel halktan ziyade yabancı istihdamı artmıştır.			0,455
Cronbach alpha (α)	0,757	0,769	0,716
Açıklanan Varyans (%)	24,94	17,65	9,71
Toplam Açıklanan Varyans (%)		52,31	

Sosyokültürel Etki Ölçeğine Ait Faktör Analizi

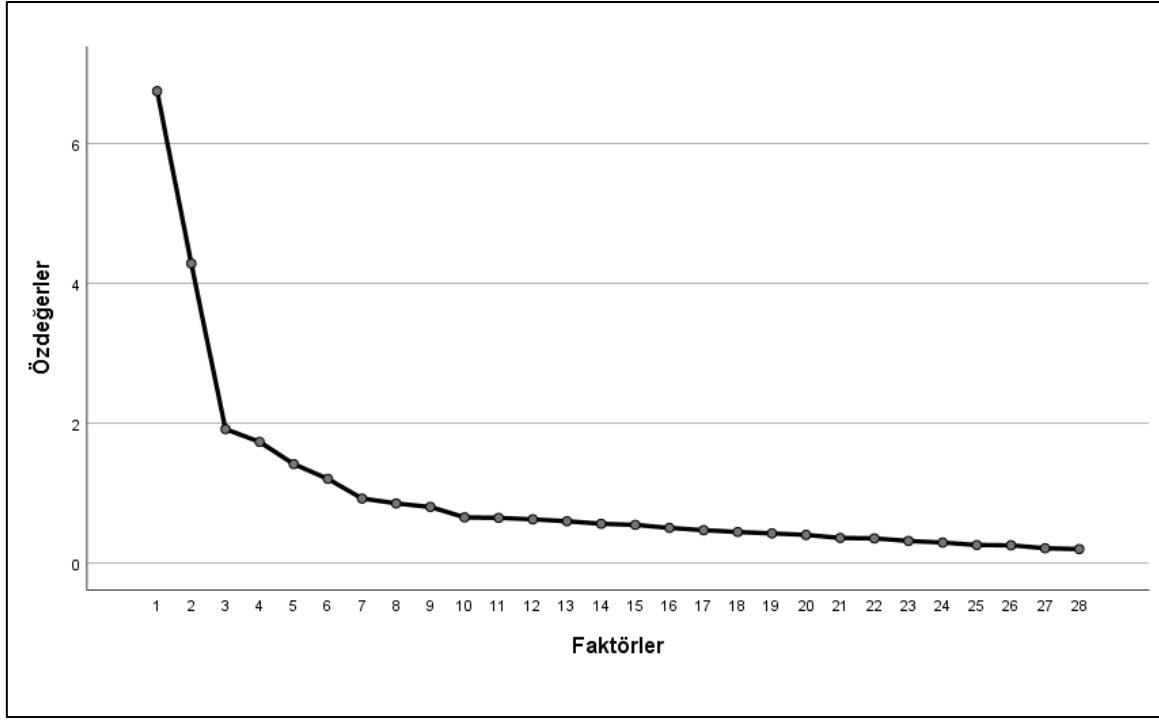
Araştırmaya katılan yerel halkın şehir turizminin sosyokültürel etkilerine yönelik algı ve tutumlarını ortaya koymak amacıyla ölçekte yer alan 33 maddeye AFA uygulanmıştır. Analiz öncesinde veri setinin faktörleşmeye uygunluğunu test etmek üzere Kaiser-Meyer-Olkin

(KMO) örneklem yeterliliği katsayısı ve Bartlett Küresellik (Sphericity) testi gerçekleştirilmiştir. Analiz sonucunda Sosyokültürel Etkiler Ölçeği için KMO değeri 0,868 olarak oldukça yüksek bir düzeyde tespit edilmiş; Bartlett Küresellik Testi sonuçları da istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($p=0,000$). Elde edilen sonuçlar, örneklemin faktör analizi için yeterli olduğunu ve verilerin analize uygunluk gösterdiğini ortaya koymaktadır (Tablo 6.4).

Tablo 6.4. Sosyokültürel etkiler ölçeğine ait Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) katsayısı ve Bartlett Sphericity testi sonuçları

KMO and Bartlett Test		
Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Katsayısı		0,868
Barlett Sphericity Testi	Approx, Chi-Square (Yaklaşık Ki-Kare)	4826,917
	Df (Serbestlik Derecesi)	378
	Sig (Anlamlılık)	0,000

Şehir turizminin sosyokültürel etkilerine ait faktör yapılarını netleştirmek amacıyla yürütülen analizde, öz değeri 1,00'in ve faktör yük değeri 0,30'un üzerinde olan maddeler değerlendirmeye alınmıştır. Analiz sürecinde, birden fazla faktörde faktör yüküne sahip olan ve çapraz yüklenme (binişiklik) göstererek faktörlerin birbirinden ayrışmasını güçleştiren 5 madde ölçekten çıkarılmıştır. Bu bağlamda analizden çıkarılan maddeler şunlardır; “(1) Yerel halkın konser, etkinlik ve festivaller vb. katılımı azalmıştır. (2) Şehrin nüfusu artmıştır. (3) Yerel halkın ahlaki değerleri bozulmuştur. (4) Yabancı dil öğrenimi artmıştır. (5) Tarihi yapıların tahribatı artmıştır.” Maddelerin ayıklanmasıyla birlikte ölçekteki toplam ifade sayısı 33'ten 28'e düşürülmüştür. Yenilenen analiz sonucunda sosyokültürel etkiler ölçeğinin toplam varyansın %46,24'ünü açıklayan üç faktör altında toplandığı görülmüştür. Faktör sayısının belirlenmesinde öz değer kriterinin yanı sıra yamaç-birikinti grafiği de incelenmiş ve üç boyutlu yapı uygun bulunmuştur (Şekil 6.2)



Şekil 6.2. Sosyokültürel etki ölçeğinin faktörlerine ait özdeğerler grafiği

Faktör analizi sonucunda belirlenen üç faktör içeriklerine göre adlandırılmıştır. Birinci faktör; kültürel/sanatsal faaliyetlerdeki, müze sayısındaki ve şehir imajındaki artış gibi olumlu gelişmeleri içeren 14 maddeden oluştuğu için “Olumlu Sosyokültürel Etkiler” olarak adlandırılmıştır. Bu faktör tek başına toplam varyansın %24,10’unu açıklamaktadır. İkinci faktör; uyuşturucu/alkol kullanımı, suç oranları, trafik sorunu, kalabalık ve turist baskısı gibi olumsuz yansımaları içeren 11 maddeden meydana geldiği için “Olumsuz Sosyokültürel Etkiler” olarak isimlendirilmiştir. Toplam varyansın %15,30’unu açıklamaktadır. Üçüncü faktör ise tarihi yapıların restorasyonu, yeniden işlevlendirilmesi ve koruma bilincinin artması gibi doğrudan kültürel miras odaklı 3 maddeyi barındırdığı için “Kültürel Miras Üzerindeki Olumlu Etkiler” olarak tanımlanmıştır. Bu son faktör ise toplam varyansın %6,84’ünü açıklamaktadır (Tablo 6.5).

Tablo 6.5. Sosyokültürel etki ölçeğine ilişkin faktör analizi sonuçları

Faktörler	F1	F2	F3
F1. Olumlu Sosyokültürel etkiler			
Kültürel ve sanatsal faaliyetler artmıştır.	0,748		
Konser ve festival vb, etkinlikler artmıştır.	0,719		
Alışveriş olanakları artmıştır.	0,698		
Gece hayatı canlanmıştır.	0,657		
Yerel kültür canlanmıştır.	0,656		
Turistik ve rekreasyonel alanlar artmıştır.	0,643		
El sanatları canlanmıştır.	0,634		
Müze sayısı artmıştır.	0,627		
Yerel mutfak canlanmıştır.	0,607		
Yerel halk ve ziyaretçiler arasında kültür alışverişi artmıştır.	0,572		
Park ve dinlenme alanları artmıştır.	0,551		
Yerel planlama çalışmaları artmıştır.	0,529		
Yerel halkın yaşam kalitesi artmıştır.	0,482		
Şehrin imajı artmıştır.	0,474		
F2. Olumsuz sosyokültürel etkiler			
Uyuşturucu kullanımı artmıştır.		0,799	
Alkol kullanımı artmıştır.		0,797	
Suç oranları (fuhuş, kumar, hırsızlık) artmıştır.		0,760	
Kişisel güvenlik algısı azalmıştır.		0,693	
Kalabalık artmıştır.		0,626	
Trafik sorunu artmıştır.		0,622	
Kamusal alanlarda (park, meydan, sokak) turist baskısı artmıştır.		0,561	
Turistler yerel halkın günlük faaliyetlerini kısıtlamıştır.		0,548	
Gürültü kirliliği artmıştır.		0,542	
Yerel halkın turistik sokak ve mahallerden göç etmesine neden olmuştur.		0,463	
Yerel halkın tüketim alışkanlıkları değişmiştir (yeme-içme, giyim-kuşam, harcama).		0,390	
F3. Kültürel Miras Üzerindeki Olumlu Etkiler			
Tarihi yapıları restore ve yenileme çalışmaları artmıştır.			0,807
Tarihi yapıların otel, kafe vb, gibi işlevlendirme çalışmaları artmıştır.			0,797
Doğal ve kültürel mirası koruma bilinci artmıştır.			0,759
Cronbach alpha (α)	,884	,635	0,812
Açıklanan Varyans (%)	24,10	15,30	6,84
Toplam Açıklanan Varyans (%)		46,24	

6.1.1.3. Ekonomik ve sosyokültürel Etkiler Ölçeklerinin Güvenirlik Analizi

Ölçüm aracının güvenilirliğini belirlemek amacıyla içsel tutarlılık yöntemi kullanılmıştır. Bu kapsamda, her bir yapının güvenilirliği Kuder–Richardson formüllerinden türetilmiş olan Cronbach Alpha (α) katsayısı ile değerlendirilmiştir. Cronbach Alpha katsayısı, ölçekte yer alan

maddelerin birbirleriyle olan tutarlılığını temel alan bir güvenilirlik ölçüsüdür (Balcı, 2011). Cronbach Alpha katsayısına göre ölçeğin güvenilirlik düzeyi aşağıdaki şekilde sınıflandırılmaktadır (Özdamar, 2013):

- $\alpha < 0,40$ ise ölçek güvenilir değildir,
- $0,40 \leq \alpha < 0,60$ ise ölçeğin güvenilirliği düşüktür,
- $0,60 \leq \alpha < 0,80$ ise ölçek oldukça güvenilirirdir,
- $0,80 \leq \alpha \leq 1,00$ ise ölçek yüksek derecede güvenilirirdir.

Araştırma kapsamında kullanılan ölçeklerin güvenilirlik analizi sonucu her bir yapı için hesaplanmıştır. Ölçekteki yapıların Cronbach's Alpha değerleri 0,635-0,884 arasında değişmektedir. Yapıların genel Cronbach's Alpha değeri ise 0,879 olup ölçeğin yüksek derecede güvenilir olduğu belirlenmiştir (Tablo 6.6).

Tablo 6.6. Faktörlerin güvenilirlik katsayıları

Faktörler	Madde Sayısı	Cronbach's Alfa (α)	Güvenirlik Düzeyi
Ticari ve Sektörel Gelişim Etkileri	6	,757	Oldukça güvenilir
İstihdam ve Kalkınma Etkileri	5	,769	Oldukça güvenilir
Olumsuz Ekonomik Etkiler	5	,716	Oldukça güvenilir
Olumlu Sosyokültürel Etkiler	14	,884	Yüksek derecede güvenilir
Olumsuz Sosyokültürel Etkiler	11	,635	Oldukça güvenilir
Kültürel Miras Üzerindeki Olumlu Etkiler	3	,812	Yüksek derecede güvenilir
Genel Ölçek Güvenirlik Katsayısı	44	,879	Yüksek derecede güvenilir

6.1.1.4. Ekonomik ve sosyokültürel Etkiler Ölçeklerinin Normallik Analizi

İstatistiksel analiz sürecine başlamadan önce normallik testinin yapılması, analizlerin geçerliliği açısından temel bir ön koşul olarak kabul edilmektedir. Veri analizinin ilk aşaması, uygulanacak hipotez testlerine ilişkin varsayımların sağlanıp sağlanmadığının değerlendirilmesidir. Özellikle veri setinin dağılımsal varsayımları karşılamadığı durumlarda, gerçekleştirilen istatistiksel işlemler bilimsel geçerliliğini yitirmekte ve elde edilen sonuçlar çoğu zaman hatalı yorumlara neden olmaktadır (Field, 2013; Altman ve Bland, 1995). Bu nedenle, istatistiksel analizlerin güvenilirliğini ve doğruluğunu artırmak amacıyla, normallik varsayımının test edilmesi ve gerekli koşulların sağlanıp sağlanmadığının önceden belirlenmesi büyük önem taşımaktadır. Veri setinin normal dağılıma uyum gösterip göstermediğini değerlendirmek amacıyla çarpıklık ve basıklık (Skewness–Kurtosis) değerlerine dayalı

normallik analizi uygulanmıştır. Çarpıklık, dağılımın simetri durumunu yansıtırken; basıklık ise dağılım eğrisinin ne kadar sivri veya yayvan olduğunu gösteren istatistiksel ölçütlerdir (Tabachnick ve Fidell, 2013: 113). Literatürde çarpıklık ve basıklık katsayılarının kabul edilebilir normallik sınırları konusunda farklı yaklaşımlar mevcuttur. Hair ve arkadaşları (2013) söz konusu değerlerin -1 ile +1 aralığında olmasını öngörürken; Tabachnick ve Fidell (2013) bu sınırı $\pm 1,5$, George ve Mallery (2010) ise ± 2 olarak daha esnek ve kabul edilebilir bir aralıkta tanımlamaktadır (Gürbüz, 2022: 146). Araştırma kapsamında elde edilen boyutlara ait çarpıklık değerlerinin -1,087 ile 0,003; basıklık değerlerinin ise -0,639 ile 1,718 arasında değiştiği saptanmıştır (Tablo 6.7). George ve Mallery (2010) tarafından önerilen ± 2 sınır kriteri temel alındığında, elde edilen tüm faktörlerin çarpıklık ve basıklık değerlerinin normal dağılım varsayımı çerçevesinde kabul edilebilir sınırlar içinde kaldığı görülmüştür. Bu bulgu, veri setinin ileri aşamalarda uygulanacak olan t-testi ve ANOVA gibi parametrik hipotez testleri için gerekli normallik şartını sağladığını doğrulamaktadır.

Tablo 6.7. Faktörlerin normallik testleri

Faktörler	Madde Sayısı	Skewness (Çarpıklık)	Kurtosis (Basıklık)
Ticari ve Sektörel Gelişim Etkileri	6	-0,712	0,572
İstihdam ve Kalkınma Etkileri	5	-0,538	-0,240
Olumsuz Ekonomik Etkiler	5	-1,087	1,718
Olumlu Sosyokültürel Etkiler	14	-0,995	0,930
Olumsuz Sosyokültürel Etkiler	11	0,003	-0,544
Kültürel Miras Üzerindeki Olumlu Etkiler	3	-0,487	-0,639

6.1.1.5. Ekonomik Etkilere İlişkin Algılamalar

Bu kısımda, Eskişehir’de gelişen şehir turizminin yerel halk tarafından algılanan olumlu ve olumsuz ekonomik etkileri tanımlayıcı istatistikler (ortalama ve standart sapma) üzerinden değerlendirilmektedir. Ankete katılan yerel halkın ölçek maddelerine atfettikleri önem derecelerine göre oluşan ortalama değerler incelendiğinde, bazı maddeler yüksek önem dereceleriyle öne çıkmaktadır (Tablo 6.8). “Ticari ve Sektörel Gelişim Etkileri” boyutuna ait istatistikler incelendiğinde, boyut genel ortalamasının ($\bar{X} = 3,89$) olduğu görülmektedir. Katılımcıların bu boyutta en yüksek katılım gösterdikleri maddeler; "Konaklama (otel, pansiyon, apart) işletmeleri artmıştır" ($\bar{X} = 4,03$), "Yeme-içme tesisleri artmıştır" ($\bar{X} = 4,02$) ve "Hediyelik eşya dükkanları artmıştır" ($\bar{X} = 4,01$) şeklindedir. Bu bulgular, şehirsiz turizm hareketliliğinin Eskişehir’deki ticari arzı büyüttüğünü ve sektörel çeşitliliği artırdığını yerel halkın da net bir şekilde gözlemlediğini ortaya koymaktadır.

Turizmin "İstihdam ve Kalkınma Etkileri" boyutundaki algılamalar ise diğer olumlu boyuta kıyasla biraz daha düşük bir ortalamaya ($\bar{X} = 3,60$) sahiptir. Bu boyutta, "Kadınların istihdamı artmıştır" ($\bar{X} = 3,85$), "Yerel halkın geliri artmıştır" ($\bar{X} = 3,76$) ve "Yeni iş fırsatları ortaya çıkmıştır" ($\bar{X} = 3,74$) ifadeleri görece yüksek ortalamalara sahiptir. Özellikle Eskişehir'in öğrenci ve dinamik yapısıyla uyumlu olarak kadın istihdamına yönelik olumlu algı dikkat çekicidir. Boyutun ve tüm ekonomik ölçeğin en düşük ortalamasına sahip maddesi ise "Şehrin altyapısı gelişmiştir" ($\bar{X} = 3,00$) ifadesidir. Tam ortada yer alan bu değer, katılımcıların turizmin altyapısal yatırımlara olan katkısı konusunda belirgin bir kararsızlık içinde olduğunu göstermektedir. "Olumsuz Ekonomik Etkiler" boyutunda ise yerel halkın büyük çoğunluğunun benzer görüşte olduğu saptanmıştır; zira bu boyut ($\bar{X} = 4,08$) ile en yüksek genel ortalamaya sahip faktördür. Boyutta yer alan beş ifadeden dördünün ortalaması 4,00 ve üzerindedir. Yerel halk; şehir turizminin bir yan etkisi olarak "iş yeri kira fiyatları artmıştır" ($\bar{X} = 4,38$), "hayat pahalılığı artmıştır" ($\bar{X} = 4,24$), "ürün ve hizmetlerin fiyatları artmıştır" ($\bar{X} = 4,11$) ve "konut kira fiyatları artmıştır" ($\bar{X} = 4,00$) ifadelerine yüksek düzeyde katılım göstermektedir. Bu durum, turizm kaynaklı şehrsel rant ve enflasyonist baskının Eskişehir sakinleri üzerinde ciddi bir ekonomik yük yarattığının en somut göstergesidir.

Tablo 6.8. Ekonomik etkilere ilişkin yerel halkın görüşlerinin ortalamaları

İfadeler	Ortalama	Standart Sapma
F1: Ticari ve Sektörel Gelişim Etkileri	3,89	0,67
Konaklama (otel, pansiyon, apart) işletmeleri artmıştır.	4,03	0,90
Yeme-içme tesisleri artmıştır.	4,02	0,86
Hediyelik eşya dükkanları artmıştır.	4,01	0,88
Günlük kiralık evlerin sayısı artmıştır (Airbnb gibi çevrimiçi platformlardan yararlanma).	3,95	0,94
Vergi gelirleri artmıştır.	3,75	1,13
Diğer sektörler gelişmiştir (inşaat, ulaşım).	3,63	1,00
F2: İstihdam ve Kalkınma Etkileri	3,60	0,74
Kadınların istihdamı artmıştır.	3,85	1,17
Yerel halkın geliri artmıştır.	3,76	1,13
Yeni iş fırsatları ortaya çıkmıştır.	3,74	1,24
Şehre yapılan yatırımlar artmıştır.	3,70	0,98
Şehrin altyapısı gelişmiştir.	3,00	1,16
F3: Olumsuz Ekonomik Etkiler	4,08	0,63
İşyeri kira fiyatları artmıştır.	4,38	0,80
Hayat pahalılığı artmıştır.	4,24	0,81
Ürün ve hizmetlerin fiyatları artmıştır.	4,11	1,02
Konut kira fiyatları artmıştır.	4,00	0,69
Yerel halktan ziyade yabancı istihdamı artmıştır.	3,66	1,22

6.1.1.6. Sosyokültürel Etkilere İlişkin Algılamalar

Bu kısımda, Eskişehir’de şehirselleşmenin yerel halk tarafından algılanan sosyokültürel etkileri tanımlayıcı istatistikler üzerinden değerlendirilmektedir. Gerçekleştirilen faktör analizi neticesinde ortaya çıkan üç boyutun ortalamaları incelendiğinde, yerel halkın turizmin yarattığı sosyokültürel dönüşüme yönelik algılarının farklılaştığı görülmektedir (Tablo 6.9).

"Olumlu Sosyokültürel Etkiler" boyutuna ait genel katılım ortalaması ($\bar{X}=3,87$) olarak saptanmıştır. Bu değer, yerel halkın turizmin sosyal faydaları konusunda genel olarak olumlu bir eğilime sahip olduğunu göstermektedir. Katılımcıların bu boyutta en yüksek katılım gösterdikleri ifadeler; "Turistik ve rekreasyonel alanlar artmıştır" ($\bar{X}=4,17$), "Şehrin imajı artmıştır" ($\bar{X}=4,15$), "Kültürel ve sanatsal faaliyetler artmıştır" ($\bar{X}=4,03$), "El sanatları canlanmıştır" ($\bar{X}=4,03$) ve "Müze sayısı artmıştır" ($\bar{X}=4,01$) şeklindedir. Söz konusu bulgular, Eskişehir’de hayata geçirilen tematik parklar, müzeler ve kültürel etkinlik odaklı şehirselleşme modelinin yerel halk tarafından güçlü bir şekilde tescillendiğini ortaya koymaktadır. Boyutun en düşük ortalamasına sahip maddesi ise "Yerel halkın yaşam kalitesi artmıştır" ($\bar{X}=3,38$) ifadesidir. Kentte fiziksel ve kültürel alanlarda yaşanan gelişmelere rağmen, bu gelişmelerin bireysel yaşam kalitesine yansımaya ilişkin katılım düzeyinin diğer ifadelerle kıyasla daha düşük olduğu görülmektedir.

Şehir turizminin "Olumsuz Sosyokültürel Etkiler" boyutu ise ($\bar{X}=3,25$) ile ölçekteki en düşük genel ortalamaya sahiptir. Bu boyut içinde yer alan "Trafik sorunu artmıştır" ($\bar{X} = 4,28$) ve "Kalabalık artmıştır" ($\bar{X} = 4,16$) ifadeleri, katılımcılar tarafından en yüksek ortalamalarla değerlendirilmiş olup, turizmin en belirgin olumsuz etkileri olarak öne çıkmaktadır. Buna karşılık boyutun en düşük ortalamaları "Kamusal alanlarda (park, meydan, sokak) turist baskısı artmıştır" ($\bar{X}=2,90$), "Suç oranları artmıştır" ($\bar{X}=2,90$), "Yerel halkın tüketim alışkanlıkları değişmiştir (yeme-içme, giyim-kuşam, harcama)" ($\bar{X}=2,85$), "Uyuşturucu kullanımı artmıştır" ($\bar{X}=2,63$) ve "Alkol kullanımı artmıştır" ($\bar{X}=2,55$) şeklindedir. Bu durum, katılımcıların turizmin trafik ve kalabalık gibi fiziksel etkilerini olumsuz değerlendirmelerine rağmen, turizmin kentin güvenliği ve toplumsal yapısı üzerinde belirgin bir olumsuz etki yarattığını düşünmediklerini göstermektedir.

Son olarak, "Kültürel Miras Üzerindeki Olumlu Etkiler" boyutunun genel ortalaması ($\bar{X}=3,76$) olarak hesaplanmıştır. Bu boyut altında yer alan " Tarihi yapıların otel, kafe vb. gibi işlevlendirme çalışmaları artmıştır" ($\bar{X}=3,90$), "Tarihi yapıları restore ve yenileme çalışmaları artmıştır" ($\bar{X}=3,71$) ve "Doğal ve kültürel mirası koruma bilinci artmıştır" ($\bar{X}=3,67$) ifadeleri, yerel halkın kültürel mirasın korunması ve yeniden işlevlendirilmesine yönelik uygulamaları

genel olarak olumlu değerlendirdiğini göstermektedir. Eskişehir özelinde bu durumun en belirgin örneklerinden biri, Odunpazarı Tarihi Şehirsel Sit Alanı'nda gerçekleştirilen restorasyon ve yeniden işlevlendirme çalışmalarıdır. Ayrıca bu bulgular, turizmin Eskişehir örneğinde kültürel miras üzerinde olumsuz baskı oluşturan bir unsur olarak değil, restorasyon, koruma ve yeniden işlevlendirme faaliyetlerini destekleyen bir araç olarak değerlendirildiğine işaret etmektedir.

Tablo 6.9. Sosyokültürel etkilere ilişkin yerel halkın görüşlerinin ortalamaları

İfadeler	Ortalama	Standart Sapma
F1: Olumlu Sosyokültürel Etkiler	3,87	0,63
Turistik ve rekreasyonel alanlar artmıştır.	4,17	0,91
Şehrin imajı artmıştır.	4,15	1,04
Kültürel ve sanatsal faaliyetler artmıştır.	4,03	1,03
El sanatları canlanmıştır.	4,03	0,95
Müze sayısı artmıştır.	4,01	1,03
Konser ve festival vb. etkinlikler artmıştır.	3,97	1,03
Gece hayatı canlanmıştır.	3,96	0,92
Alışveriş olanakları artmıştır.	3,95	0,93
Yerel kültür canlanmıştır.	3,89	0,93
Yerel mutfak canlanmıştır.	3,78	1,09
Yerel halk ve ziyaretçiler arasında kültür alışverişi artmıştır.	3,76	0,98
Park ve dinlenme alanları artmıştır.	3,72	0,96
Yerel planlama çalışmaları artmıştır.	3,43	0,99
Yerel halkın yaşam kalitesi artmıştır.	3,38	1,17
F2: Olumsuz Sosyokültürel Etkiler	3,25	0,53
Trafik sorunu artmıştır.	4,28	0,98
Kalabalık artmıştır.	4,16	1,01
Gürültü kirliliği artmıştır.	3,76	1,10
Turistler yerel halkın günlük faaliyetlerini kısıtlamıştır.	3,34	1,27
Yerel halkın turistik sokak ve mahallerden göç etmesine neden olmuştur.	3,22	1,05
Kişisel güvenlik algısı azalmıştır.	3,13	1,16
Kamusal alanlarda (park, meydan, sokak) turist baskısı artmıştır.	2,90	1,24
Suç oranları (fuhuş, kumar, hırsızlık) artmıştır.	2,90	1,23
Yerel halkın tüketim alışkanlıkları değişmiştir (yeme-içme, giyim-kuşam, harcama).	2,85	1,15
Uyuşturucu kullanımı artmıştır.	2,63	1,25
Alkol kullanımı artmıştır.	2,55	1,25
F3. Kültürel Miras Üzerindeki Olumlu Etkiler	3,76	0,94
Tarihi yapıların otel, kafe vb. gibi işlevlendirme çalışmaları artmıştır.	3,90	1,01
Tarihi yapıları restore ve yenileme çalışmaları artmıştır.	3,71	1,18
Doğal ve kültürel mirası koruma bilinci artmıştır.	3,67	1,10

6.1.1.7. Sosyodemografik Özelliklere Göre Etki Algılarındaki Farklılaşmalar

Bu bölümde, ankete katılan yerel halkın sosyodemografik özellikleri ile şehir turizminin ekonomik ve sosyokültürel etkilerine yönelik algıları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olup olmadığı parametrik hipotez testleri aracılığıyla incelenmiştir. Bu doğrultuda, iki kategorili bağımsız değişkenler için Bağımsız Örneklem T-Testi; ikiden fazla kategoriye sahip değişkenler için ise ANOVA uygulanmıştır. ANOVA uygulanan testlerde anlamlı farklılık saptanan boyutlarda, farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığını belirlemek amacıyla öncelikle varyansların homojenlik durumu Levene testi ile değerlendirilmiş, ardından Post-Hoc analizleri kapsamında Tukey HSD ve Games-Howell testleri uygulanarak gruplar arasındaki ikili karşılaştırmalar gerçekleştirilmiştir. Böylece ANOVA sonucunda belirlenen anlamlı farklılıkların hangi gruplar arasında ortaya çıktığı ayrıntılı olarak değerlendirilmiştir.

Katılımcıların cinsiyetleri temelinde şehir turizminin ekonomik ve sosyokültürel etkilerine yönelik algılarında bir farklılaşma olup olmadığını belirlemek amacıyla gerçekleştirilen bağımsız örneklem t-testi sonuçları Tablo 6.10'da sunulmuştur. Analiz sonuçlarına göre; Ticari ve Sektörel Gelişim Etkileri, İstihdam ve Kalkınma Etkileri, Olumsuz Ekonomik Etkiler ve Olumlu Sosyokültürel Etkiler boyutlarında kadın ve erkek katılımcıların algı puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık saptanmamıştır ($p>0,05$). Bu bulgular doğrultusunda, söz konusu boyutlarda cinsiyete bağlı bir farklılaşma öngören H1a, H2a, H3a ve H4a hipotezleri reddedilmiştir. Başka bir ifadeyle, Eskişehir halkı cinsiyetten bağımsız olarak turizmin kente getirdiği sektörel büyümeyi, ekonomik yükleri ve genel kültürel canlılığı benzer düzeylerde algılamaktadır.

Olumsuz Sosyokültürel Etkiler ($t=-2,357$; $p=0,019$) ve Kültürel Miras Üzerindeki Olumlu Etkiler ($t=-2,515$; $p=0,012$) boyutlarında ise cinsiyet grupları arasında istatistiksel açıdan anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir ($p<0,05$). Olumsuz sosyokültürel etkilere yönelik katılım ortalamaları incelendiğinde, erkek katılımcıların ($\bar{X}=3,31$) kadın katılımcılara ($\bar{X}=3,19$) kıyasla turizmin getirdiği kalabalık, trafik ve gürültü gibi olumsuz yansımaları daha yüksek düzeyde hissettikleri görülmektedir. Benzer şekilde, Kültürel Miras Üzerindeki Olumlu Etkiler boyutunda da erkeklerin ortalama puanları ($\bar{X}=3,88$), kadınlarınkinden ($\bar{X}=3,65$) anlamlı derecede yüksek çıkmıştır. Bu bulgu, erkek katılımcıların Eskişehir'deki tarihi yapıların restorasyonu ve turizm odaklı yeniden işlevlendirilmesi çalışmalarını daha olumlu değerlendirdiklerini ortaya koymaktadır. Elde edilen bu anlamlı farklılıklar neticesinde H5a ve H6a hipotezleri kabul edilmiştir (Tablo 6.10).

Tablo 6.10. Cinsiyet gruplarına göre şehir turizminin algılanan etkilerinin t-testi sonuçları

Faktörler	Kadın ($\bar{X}$)	Erkek ($\bar{X}$)	Df	T	P
Ticari ve Sektörel Gelişim Etkileri	3,90	3,87	388	0,412	0,680
İstihdam ve Kalkınma Etkileri	3,62	3,59	388	0,428	0,669
Olumsuz Ekonomik Etkiler	4,10	4,05	388	0,781	0,435
Olumlu Sosyokültürel Etkiler	3,84	3,91	388	-1,180	0,239
Olumsuz Sosyokültürel Etkiler	3,19	3,31	388	-2,357	0,019*
Kültürel Miras Üzerindeki Olumlu Etkiler	3,65	3,88	388	-2,515	0,012*

* $p < 0,05$ seviyesinde istatistiksel olarak anlamlıdır.

Katılımcıların medeni durumlarına bağlı olarak şehir turizminin ekonomik ve sosyokültürel etkilerine yönelik algılarında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılaşma olup olmadığını belirlemek amacıyla gerçekleştirilen bağımsız örneklem t-testi sonuçları Tablo 6.11’de yer almaktadır. Analiz bulguları incelendiğinde; bekar ve evli katılımcıların Ticari ve Sektörel Gelişim Etkileri, İstihdam ve Kalkınma Etkileri, Olumsuz Ekonomik Etkiler, Olumlu Sosyokültürel Etkiler ve Kültürel Miras Üzerindeki Olumlu Etkiler boyutlarına ait algı puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ($p > 0,05$). Bu sonuçlar doğrultusunda, söz konusu beş boyutta medeni duruma göre anlamlı bir farklılık öngören H1b, H2b, H3b, H4b ve H6b alt hipotezleri reddedilmiştir.

Olumsuz Sosyokültürel Etkiler boyutunda ise katılımcıların medeni durumuna bağlı olarak istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($t = 2,493$; $p = 0,013 < 0,05$). Katılım ortalamaları incelendiğinde, bekar katılımcıların olumsuz sosyokültürel etki algılarının ($\bar{X} = 3,31$), evli katılımcılara ($\bar{X} = 3,17$) kıyasla anlamlı derecede yüksek olduğu saptanmıştır. Bu bulgu, bekar bireylerin şehrsel mekân kullanım dinamikleri, sosyal hareketlilik alanları ve kent içi yaşam rutinlerindeki dönüşümleri evli bireylere göre daha belirgin ve hassas bir şekilde hissettiklerini göstermektedir. Özellikle Eskişehir’deki bekar nüfusun şehrsel eğlence, dinlenme ve kamusal alanları (Adalar, Porsuk çevresi vb.) kullanma sıklığı göz önüne alındığında, turizmin getirdiği kalabalık ve gürültü gibi fiziki baskılara bu kitlenin mekânsal

olarak daha fazla maruz kaldığı söylenebilir. Elde edilen bu anlamlı farklılık neticesinde H5b hipotezi kabul edilmiştir (Tablo 6.11).

Tablo 6.11. Medeni duruma göre şehir turizminin algılanan etkilerinin t-testi sonuçları

Faktörler	Bekar ($\bar{X}$)	Evli ($\bar{X}$)	Df	T	P
Ticari ve Sektörel Gelişim Etkileri	3,88	3,90	388	-0,278	0,781
İstihdam ve Kalkınma Etkileri	3,59	3,63	388	-0,517	0,606
Olumsuz Ekonomik Etkiler	4,03	4,13	388	-1,494	0,136
Olumlu Sosyokültürel Etkiler	3,92	3,82	388	1,632	0,103
Olumsuz Sosyokültürel Etkiler	3,31	3,17	388	2,493	0,013*
Kültürel Miras Üzerindeki Olumlu Etkiler	3,75	3,77	388	-0,231	0,818

* $p < 0,05$ seviyesinde istatistiksel olarak anlamlıdır.

Araştırma kapsamında, şehrsel turizmin algılanan etkilerinin katılımcıların yaş gruplarına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gösterip göstermediği ANOVA ile test edilmiştir. Yaş değişkenine ait ANOVA testi sonuçları Tablo 6.12’de sunulmuştur. Analiz sonuçlarına göre; Ticari ve Sektörel Gelişim Etkileri, Olumsuz Ekonomik Etkiler ve Kültürel Miras Üzerindeki Olumlu Etkiler boyutlarında yaş grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık saptanmamıştır ($p > 0,05$). Bu bulgular doğrultusunda, söz konusu üç boyutta yaşa bağlı bir algı farklılaşması öngören H1c, H3c ve H6c alt hipotezleri reddedilmiştir. Eskişehir halkı, yaş grubundan bağımsız olarak turizmin şehrsel rant/enflasyonist etkilerini benzer şekilde yüksek düzeyde algılamaktadır.

İstihdam ve Kalkınma Etkileri ($F = 4,919$, $p = 0,001$), Olumlu Sosyokültürel Etkiler ($F = 7,360$; $p = 0,000$) ve Olumsuz Sosyokültürel Etkiler ($F = 7,920$; $p = 0,000$) faktörleri ile yaş grupları arasında ise anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir ($p < 0,05$). Bu doğrultuda H2c, H4c ve H5c alt hipotezleri kabul edilmiştir. Farkın kaynağını belirlemek üzere yapılan Post-Hoc test bulgularına göre; İstihdam ve Kalkınma Etkileri boyutunda, 31–40 yaş grubunun katılım ortalaması ($\bar{X} = 3,86$) 60 yaş üstüne ($\bar{X} = 3,36$) kıyasla anlamlı derecede yüksek çıkmıştır. Benzer şekilde Olumlu Sosyokültürel Etkiler boyutunda da 31–40 yaş grubunun ortalaması ($\bar{X} = 4,10$), 18–30 ($\bar{X} = 3,73$) ve 60 yaş üstü ($\bar{X} = 3,57$) gruplarından anlamlı şekilde yüksektir.

Olumsuz Sosyokültürel Etkiler boyutunda ise 31–40 yaş grubunun ortalaması ($\bar{X}$ =3,53) diğer tüm yaş gruplarını geride bırakarak en yüksek düzeye ulaşmıştır. Bu bulgular toplu olarak değerlendirildiğinde, yaş değişkeninin Eskişehir'deki turizm algısı üzerinde belirgin bir farklılaştırıcı rol oynadığı görülmektedir. 31-40 yaş arasındaki orta yaş grubu, turizmin hem olumlu hem de olumsuz yönlerini en uç düzeyde algılayan gruptur. Bu yaş grubu, Eskişehir iş gücü piyasasında ve şehrsel ekonomide en üretken, en aktif rolü üstlenen gruptur; dolayısıyla turizmin yarattığı istihdam ve ekonomik hareketliliği doğrudan deneyimlemektedir. Eş zamanlı olarak, gündelik yaşam rutinleri (işe gidiş-geliş, çocuk hareketliliği vb.) gereği şehrsel kamusal alanları en yoğun kullanan nüfus kesimi olduklarından, turizm kaynaklı şehrsel sıkışıklık, trafik ve kalabalık gibi negatif dışsallıklardan da en fazla rahatsız olan grubu oluşturmaktadırlar.

Tablo 6.12. Yaş değişkeninin faktörlere göre ANOVA testi sonuçları

Faktörler	18-30 ($\bar{X}$)	31-40 ($\bar{X}$)	41-50 ($\bar{X}$)	51-60 ($\bar{X}$)	60+ ($\bar{X}$)	F	P
Ticari ve Sektörel Gelişim Etkileri	3,81	3,97	3,77	4,07	3,97	2,299	0,058
İstihdam ve Kalkınma Etkileri	3,50	3,86	3,56	3,53	3,36	4,919	0,001*
Olumsuz Ekonomik Etkiler	4,04	4,04	4,12	4,16	4,20	0,674	0,611
Olumlu Sosyokültürel Etkiler	3,73	4,10	3,93	3,84	3,57	7,360	0,000*
Olumsuz Sosyokültürel Etkiler	3,29	3,53	3,12	2,94	2,72	7,920	0,000*
Kültürel Miras Üzerindeki Olumlu Etkiler	3,64	3,83	3,78	4,03	3,64	1,695	0,150

**p<0,05 seviyesinde istatistiksel olarak anlamlıdır.*

Araştırma bulgularına göre, katılımcıların eğitim düzeyine göre şehir turizminin etkilerine ilişkin algıları arasında bazı boyutlarda anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Tek yönlü ANOVA sonuçlarına göre, Ticari ve Sektörel Gelişim Etkileri, Olumsuz Ekonomik Etkiler ve Kültürel Miras Üzerindeki Olumlu Etkiler değişkenlerinde anlamlı bir fark saptanmamıştır ($p>0,05$). Bu doğrultuda; H1d, H3d ve H6d hipotezleri reddedilmiştir.

İstihdam ve Kalkınma Etkileri ($F = 5,629$, $p = 0,001$), Olumlu Sosyokültürel Etkiler ($F = 13,179$, $p = 0,000$) ve Olumsuz Sosyokültürel Etkiler ($F = 12,287$, $p = 0,000$) boyutlarında

ise anlamlı farklılıklar gözlenmiştir. Buna göre; H2d, H4d ve H5d hipotezleri kabul edilmiştir. İstihdam ve Kalkınma Etkileri lise ($\bar{X}=3,42$) ile ön lisans/lisans ($\bar{X}=3,70$) düzeyleri arasında anlamlı bir fark gözlenmiştir ($p=0,013$). Bu fark, ön lisans/lisans düzeyindeki bireylerin turizmin ekonomik getirilerine dair algılarının lise düzeyindekilere göre daha yüksek olduğunu göstermektedir. Diğer eğitim düzeyleri arasındaki farklar istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ($p>0,05$).

Olumlu sosyokültürel etkiler boyutunda, lisansüstü eğitim düzeyine sahip olanların ($\bar{X}=4,23$) algısı ilköğretim ($\bar{X}=3,51$) ve lise ($\bar{X}=3,63$) düzeyindekilere göre anlamlı biçimde daha yüksektir. Ayrıca, ön lisans/lisans düzeyindekilerin ($\bar{X}=3,98$) algısı ise lise düzeyindekilerinden ($\bar{X}=3,63$) anlamlı biçimde yüksektir.

Olumsuz sosyokültürel etkiler boyutunda ise ön lisans/lisans ($\bar{X}=3,32$) ve lisansüstü düzeylerin ($\bar{X}=3,56$), ilköğretim ($\bar{X}=2,81$) ve lise düzeyine ($\bar{X}=3,10$) göre anlamlı derecede daha yüksek bir olumsuz etki algısına sahiptir. Bu bulgular, eğitim düzeyi arttıkça bireylerin şehir turizminin hem olumlu hem de olumsuz sosyokültürel etkilerine ilişkin farkındalıklarının yükseldiğini göstermektedir. Yüksek eğitim düzeyine sahip bireyler, turizmi yalnızca ekonomik fayda sağlayan bir sektör olarak değil, aynı zamanda sosyal yapıyı dönüştüren ve yerel yaşam biçimlerini etkileyen çok boyutlu bir olgu olarak değerlendirmektedirler (Tablo 6.13).

Tablo 6.13. Eğitim durumu değişkeninin faktörlere göre ANOVA testi sonuçları

Faktörler	İlköğretim ($\bar{X}$)	Lise ($\bar{X}$)	Ön Lisans/ Lisans ($\bar{X}$)	Lisansüstü ($\bar{X}$)	F	P
Ticari ve Sektörel Gelişim Etkileri	3,99	3,84	3,87	4,20	2,154	0,093
İstihdam ve Kalkınma Etkileri	3,26	3,42	3,70	3,79	5,629	0,001*
Olumsuz Ekonomik Etkiler	4,04	4,15	4,05	4,10	0,713	0,544
Olumlu Sosyokültürel Etkiler	3,51	3,63	3,98	4,23	13,179	0,000*
Olumsuz Sosyokültürel Etkiler	2,81	3,10	3,32	3,56	12,287	0,000*
Kültürel Miras Üzerindeki Olumlu Etkiler	3,46	3,81	3,74	4,04	1,510	0,211

* $p<0,05$ seviyesinde istatistiksel olarak anlamlıdır.

Katılımcıların mevcut mesleki statülerine göre turizm algılarının farklılaşıp farklılaşmadığını incelemek amacıyla yapılan ANOVA testi sonuçları Tablo 6.14'te verilmiştir. Analiz neticesinde; Ticari ve Sektörel Gelişim Etkileri, İstihdam ve Kalkınma Etkileri ve Kültürel Miras Üzerindeki Olumlu Etkiler boyutlarında meslekler arasında anlamlı bir fark bulunamamış ($p > 0,05$); H1e, H2e ve H6e hipotezleri reddedilmiştir. Buna karşın; Olumsuz Ekonomik Etkiler ($F = 4,129$; $p = 0,000$), Olumlu Sosyokültürel Etkiler ($F = 6,983$; $p = 0,000$) ve Olumsuz Sosyokültürel Etkiler ($F = 6,394$; $p = 0,000$) boyutlarında meslek grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar belirlenerek H3e, H4e ve H5e hipotezleri kabul edilmiştir.

Post-Hoc karşılaştırma analizlerine göre; Olumsuz Ekonomik Etkiler boyutunda, kamu çalışanlarının algı düzeyi ($\bar{X} = 3,97$), işsiz katılımcılara ($\bar{X} = 4,45$) kıyasla anlamlı derecede düşük bulunmuştur. Bu bulgu, kamu çalışanlarının düzenli ve güvenceli bir gelire sahip olmaları nedeniyle Eskişehir'deki turizm kaynaklı fiyat artışları ve hayat pahalılığından, işsiz bireyler kadar derin bir sosyoekonomik kırılganlık hissetmediklerini açıkça yansıtmaktadır.

Olumlu Sosyokültürel Etkiler boyutunda kamu çalışanları ($\bar{X} = 4,16$); ev hanımları ($\bar{X} = 3,37$), emekliler ($\bar{X} = 3,75$), öğrenciler ($\bar{X} = 3,81$) ve esnafa ($\bar{X} = 3,78$) kıyasla turizmin sosyal katkılarını anlamlı derecede daha yüksek puanlamışlardır. Benzer şekilde özel sektör çalışanları da ($\bar{X} = 3,93$), ev hanımlarına ($\bar{X} = 3,37$) göre daha olumlu bir algıya sahiptir. Bu durum, kentin aktif iş gücü mekânizmasında yer alan bireylerin şehrsel turizmin getirdiği sosyokültürel canlılığı daha yakından takip edebildiklerini göstermektedir.

Olumsuz Sosyokültürel Etkiler boyutunda katılımcıların mesleki durumlarına göre anlamlı farklılık bulunduğu görülmektedir ($F = 6,394$; $p < 0,001$). Nitekim işsiz katılımcıların ($\bar{X} = 3,72$), olumsuz sosyokültürel etki algılarının özel sektör çalışanları, ev hanımları, emekliler ve esnaflara göre anlamlı düzeyde daha yüksek olduğunu ortaya koymaktadır. Bunun yanı sıra, kamu çalışanları, özel sektör çalışanları ve öğrencilerin söz konusu boyuta ilişkin algılarının da emeklilere ($\bar{X} = 2,95$), kıyasla anlamlı düzeyde daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Elde edilen bulgular, katılımcıların şehir turizminin sosyokültürel sonuçlarını değerlendirme biçimlerinin mesleki statüye göre farklılaşabildiğini göstermektedir. Özellikle işsiz katılımcıların olumsuz sosyokültürel etkilere ilişkin daha yüksek puanlara sahip olması, bu grubun kent yaşamında turizm kaynaklı değişimleri ve olası sosyal olumsuzlukları daha belirgin biçimde algıladığını düşündürmektedir.

Tablo 6.14. Meslek durumu değişkeninin faktörlere göre ANOVA testi sonuçları

Faktörler	Kamu ($\bar{X}$)	Esnaf ($\bar{X}$)	Özel sektör ($\bar{X}$)	Ev Hanımı ($\bar{X}$)	Emekli ($\bar{X}$)	İşsiz ($\bar{X}$)	Öğrenci ($\bar{X}$)	F	P
Ticari ve Sektörel Gelişim Etkileri	3,93	3,83	3,96	3,61	4,04	3,94	3,80	1,732	0,112
İstihdam ve Kalkınma Etkileri	3,83	3,56	3,61	3,49	3,46	3,83	3,50	2,060	0,057
Olumsuz Ekonomik Etkiler	3,97	4,20	4,21	3,82	4,15	4,45	3,92	4,129	0,000 *
Olumlu Sosyokültürel Etkiler	4,16	3,78	3,93	3,37	3,75	4,05	3,81	6,983	0,000 *
Olumsuz Sosyokültürel Etkiler	3,32	3,07	3,30	3,11	2,95	3,72	3,33	6,394	0,000 *
Kültürel Miras Üzerindeki Olumlu Etkiler	3,54	3,84	3,85	3,45	4,00	3,97	3,74	1,980	0,68

* $p < 0,05$ seviyesinde istatistiksel olarak anlamlıdır.

Katılımcıların aylık gelir durumlarına bağlı olarak şehir turizminin etkilerine yönelik algılarında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılaşma olup olmadığını belirlemek amacıyla gerçekleştirilen ANOVA sonuçları Tablo 6.15’te sunulmuştur. Analiz bulguları incelendiğinde; Ticari ve Sektörel Gelişim Etkileri, Olumsuz Ekonomik Etkiler, Olumsuz Sosyokültürel Etkiler ve Kültürel Miras Üzerindeki Olumlu Etkiler boyutlarında gelir grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık saptanmamıştır ($p > 0,05$). Bu sonuçlar doğrultusunda H1f, H3f, H5f ve H6f alt hipotezleri reddedilmiştir. Buna karşılık; İstihdam ve Kalkınma Etkileri ($F = 3,102$; $p = 0,009$) ve Olumlu Sosyokültürel Etkiler ($F = 3,881$; $p = 0,002$) boyutlarında gelir grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar tespit edilmiş ve bu doğrultuda H2f ve H4f alt hipotezleri kabul edilmiştir. Farkın kaynağını tespit etmek amacıyla uygulanan Post-Hoc test sonuçlarına göre; İstihdam ve Kalkınma Etkileri boyutunda, 10.001–20.000 TL alt-orta gelir grubundaki katılımcıların algı ortalaması ($\bar{X} = 3,35$), 30.001–40.000 TL ($\bar{X} = 3,71$) ve 40.001–50.000 TL ($\bar{X} = 3,82$) üst-orta gelir gruplarına kıyasla anlamlı derecede düşük bulunmuştur. Benzer bir örüntü Olumlu Sosyokültürel Etkiler boyutunda da görülmektedir; 10.001–20.000 TL gelire sahip bireylerin olumlu sosyokültürel etki algısı ($\bar{X} = 3,67$), 30.001–40.000 TL ($\bar{X} = 4,03$) ve 40.001–50.000 TL ($\bar{X} = 4,07$) gelir gruplarına göre anlamlı biçimde daha düşüktür. Bu durum, şehirsiz turizmin yerel halk üzerindeki etkilerinin gelir dağılımı ve satın alma gücüyle

doğrudan ilişkili olduğunu ortaya koymaktadır. Eskişehir'deki şehrsel turizm arzı; müzeler, tematik parklar, gastronomi unsurları ve nitelikli tüketim mekânları üzerinden şekillenmektedir. Gelir düzeyi görece düşük olan kent sakinleri, bütçe kısıtlamaları nedeniyle bu yeni rekreasyonel ve kültürel olanaklardan yeterince faydalanamamakta ve turizmin getirdiği genel refah ile iş fırsatlarını kendi hayatlarında doğrudan hissedememektedir. Orta ve üst gelir grupları ise turizmin getirdiği şehrsel canlılığı ve sosyo-mekânsal imkanları tüketebildikleri ölçüde bu süreci daha olumlu değerlendirmektedir.

Tablo 6.15. Gelir durumu değişkeninin faktörlere göre ANOVA testi sonuçları

Faktörler	10000 TL < ($\bar{X}$)	10001- 20000 TL ($\bar{X}$)	20001- 30000 TL ($\bar{X}$)	30001- 40000 TL ($\bar{X}$)	40001- 50000 TL ($\bar{X}$)	50001 TL > ($\bar{X}$)	F	P
Ticari ve Sektörel Gelişim Etkileri	3,87	3,87	3,88	3,91	3,92	3,90	0,048	0,999
İstihdam ve Kalkınma Etkileri	3,65	3,35	3,57	3,71	3,82	3,68	3,102	0,009*
Olumsuz Ekonomik Etkiler	4,10	4,04	4,10	4,23	3,94	3,99	1,418	0,217
Olumlu Sosyokültürel Etkiler	3,88	3,67	3,79	4,03	4,07	3,95	3,881	0,002*
Olumsuz Sosyokültürel Etkiler	3,39	3,12	3,27	3,26	3,17	3,26	2,064	0,069
Kültürel Miras Üzerindeki Olumlu Etkiler	3,92	3,68	3,67	3,85	3,77	3,69	0,813	0,541

* $p < 0,05$ seviyesinde istatistiksel olarak anlamlıdır.

Katılımcıların Eskişehir'deki ikamet sürelerine bağlı olarak şehir turizminin etkilerine yönelik algılarında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılaşma olup olmadığını belirlemek amacıyla gerçekleştirilen ANOVA sonuçları Tablo 6.16'da sunulmuştur. Analiz bulguları incelendiğinde; Ticari ve Sektörel Gelişim Etkileri ile Olumsuz Sosyokültürel Etkiler boyutlarında katılımcıların ikamet sürelerine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık saptanmamıştır ($p > 0,05$). Bu doğrultuda H1g ve H5g alt hipotezleri reddedilmiştir. Buna karşılık; İstihdam ve Kalkınma Etkileri ($F = 3,394$; $p = 0,010$), Olumsuz Ekonomik Etkiler ($F = 2,626$; $p = 0,034$), Olumlu Sosyokültürel Etkiler ($F = 2,457$; $p = 0,045$) ve Kültürel Miras Üzerindeki Olumlu Etkiler ($F = 6,363$; $p = 0,000$) boyutlarında ikamet süresine bağlı olarak anlamlı farklılıklar saptanmış ve H2g, H3g, H4g ve H6g alt hipotezleri kabul edilmiştir.

Farkın kaynağını belirlemek üzere yapılan Post-Hoc karşılaştırma analizlerine göre; İstihdam ve Kalkınma Etkileri boyutunda anlamlı farkın özellikle 11–15 yıl ($\bar{X} = 3,84$) ile 15 yıl ve üzeri ($\bar{X} = 3,51$) süreyle kentte yaşayanlar arasında olduğu görülmektedir. Bölgede 15 yıldan uzun süredir yaşayan köklü sakinlerin turizmin getirdiği refah ve istihdam olanaklarına yönelik algısı, orta süreli yerleşiklere göre daha düşüktür. Olumsuz Ekonomik Etkiler boyutunda ise istatistiksel olarak anlamlı fark kente yeni yerleşenler (1 yıldan az) ile köklü yerleşikler (15 yıl üstü) arasında saptanmıştır. Kentte 1 yıldan az süredir ikamet edenlerin olumsuz ekonomik etki algıları ($\bar{X} = 3,76$), 15 yıl üstü ikamet edenlere ($\bar{X} = 4,16$) kıyasla anlamlı derecede düşüktür. Bu bulgu, Eskişehir'de ikamet süresi uzadıkça yerel halkın şehirselleşmenin getirdiği hayat pahalılığı, enflasyonist baskı ve fiyat artışları gibi negatif dışsallıkları çok daha keskin ve birikimli bir deneyimle hissettiğini göstermektedir.

Olumlu Sosyokültürel Etkiler boyutundaki anlamlı fark 1–5 yıl grubu ($\bar{X} = 3,77$) ile 11–15 yıl grubu ($\bar{X} = 4,10$) arasında ortaya çıkmıştır. Kentte 11-15 yıldır yaşayan orta dönemli yerleşikler kentin sosyal canlılığından ve kültürel etkileşiminden en yüksek düzeyde faydalandıklarını belirtirken, ikamet süresi 15 yılı aşan grupta bu olumlu algının hafif bir düşüş eğilimine girmesi ($\bar{X} = 3,85$) uzun dönemli turistik maruziyetin yarattığı algısal doyuma işaret etmektedir. Son olarak, Kültürel Miras Üzerindeki Olumlu Etkiler boyutunda 1 yıldan az ikamet edenlerin algı düzeyleri ($\bar{X} = 3,26$), 15 yıl üstü ikamet edenlere ($\bar{X} = 3,92$) kıyasla çok daha düşük kalmıştır. Kentin fiziksel ve mekânsal dönüşüm sürecine doğrudan tanıklık eden uzun süreli yerleşiklerin, özellikle Odunpazarı ve çevresinde gerçekleştirilen restorasyon ve koruma çalışmalarını, kente yeni gelen bireylere kıyasla daha yüksek düzeyde olumlu değerlendirdiği görülmektedir.

Tablo 6.16. İkamet durumu değişkeninin faktörlere göre ANOVA testi sonuçları

Faktörler	1 yıldan az ($\bar{X}$)	1-5 yıl ($\bar{X}$)	6-10 yıl ($\bar{X}$)	11-15 yıl ($\bar{X}$)	15 yıl üstü ($\bar{X}$)	F	P
Ticari ve Sektörel Gelişim Etkileri	3,59	3,85	3,73	3,99	3,94	2,297	0,059
İstihdam ve Kalkınma Etkileri	3,54	3,56	3,85	3,84	3,51	3,394	0,010*
Olumsuz Ekonomik Etkiler	3,76	4,03	3,96	4,07	4,16	2,626	0,034*
Olumlu Sosyokültürel Etkiler	3,80	3,77	3,95	4,10	3,85	2,457	0,045*
Olumsuz Sosyokültürel Etkiler	3,28	3,27	3,30	3,37	3,19	1,330	0,258
Kültürel Miras Üzerindeki Olumlu Etkiler	3,26	3,65	3,29	3,88	3,92	6,363	0,000*

* $p < 0,05$ seviyesinde istatistiksel olarak anlamlıdır.

6.1.1.8. Memnuniyet ve Öneriler

Turizm literatüründe, yerel halkın turizmden duyduğu memnuniyet ve turizme verdiği destek, destinasyonda turizmin sürdürülebilir gelişimini etkileyen temel unsurlar arasında gösterilmektedir (Urry, 2009: 182). Bu doğrultuda, yerel halkın memnuniyet ve turizmi destekleme düzeylerinin belirlenmesi önem taşımaktadır. Bu kapsamda, Eskişehir’de yaşayan yerel halkın memnuniyet ve turizmi destekleme düzeylerini belirlemek amacıyla yerel halka çeşitli ifadeler yöneltilmiştir. Elde edilen bulgulara göre, yerel halkın şehirde yaşamaktan ($\bar{X} = 4,12$) ve gelişen turizm faaliyetlerinden ($\bar{X} = 4,05$) memnun olduğu belirlenmiştir. Yerel halkın Eskişehir’deki turizm faaliyetlerine yönelik destek düzeyi incelendiğinde ise; "Turizmin gelişmesini destekliyorum" ($\bar{X} = 4,46$), "Şehir turizmini geliştirmek için plan ve projeler geliştirilmelidir" ($\bar{X} = 4,44$) ve "Şehre ilişkin tanıtım ve pazarlama çalışmaları yapılmalıdır" ($\bar{X} = 4,43$) ifadelerinin yüksek ortalamalara sahip olduğu görülmektedir. Bu bulgular, yerel halkın memnuniyet ve turizme destek düzeyinin 4 (Katılıyorum) ile 5 (Kesinlikle Katılıyorum) arasında değiştiğini göstermektedir (Tablo 6.17).

Tablo 6.17. Yerel halkın memnuniyet ve turizmi destekleme durumları

İfadeler	Ortalama ($\bar{X}$)	Standart Sapma
Eskişehir’de yaşamaktan memnunum.	4,12	0,90
Eskişehir’deki şehir turizm faaliyetlerinden memnunum.	4,05	1,04
Turizmin gelişmesini destekliyorum.	4,46	0,77
Şehir turizmini geliştirmek için plan ve projeler geliştirilmelidir.	4,44	0,76
Şehre ilişkin tanıtım ve pazarlama çalışmaları yapılmalıdır.	4,43	0,81

6.1.2. Ziyaretçilere İlişkin Bulgular

6.1.2.1. Ziyaretçilerin Sosyodemografik Profilleri

Araştırmaya katılan toplam 300 katılımcının demografik özellikleri incelendiğinde, %58,3’ünün kadınlardan, %41,7’sinin erkeklerden oluştuğu görülmektedir. Katılımcıların %59,3’ü bekarlardan, %40,7’si evlilerden oluşmaktadır. Ankete katılanların yaş durumuna bakıldığında çoğunluk 18-30 (%62,0) ve 31-40 (20,0) yaş aralığındadır. Ankete katılan ziyaretçilerin eğitim durumuna bakıldığında ön lisans/lisans düzeyinin (%74,0) yüksek bir oranla ilk sırada yer aldığı görülmektedir. Katılımcıların meslek durumuna bakıldığında ise çoğunluğun öğrencilerden (%34,0) ve kamuda çalışanlardan (%29,3) oluştuğu görülmektedir. Aylık gelir dağılımında katılımcılar farklı gelir gruplarına dağılmakla birlikte, en yüksek oran %24,0 ile 10.000 TL ve altı gelir grubunda yer alan bireylere aittir. Katılımcılar arasında

gençlerin, öğrencilerin ve düşük gelir grubundaki bireylerin ağırlıklı olarak yer alması, Eskişehir'in öğrenci kenti kimliğiyle ilişkilendirilebilir (Tablo 6.18).

Tablo 6.18. Ankete katılan ziyaretçilerin sosyodemografik özellikleri

Demografik Özellikler	Frekans (N)	Yüzde (%)
Cinsiyet		
Kadın	175	58,3
Erkek	125	41,7
Toplam	300	100
Medeni Durum		
Bekar	178	59,3
Evli	122	40,7
Toplam	300	100
Yaş		
18-30	186	62,0
31-40	60	20,0
41-50	26	8,7
51-60	16	5,3
60 üstü	12	4,0
Toplam	300	100
Eğitim		
İlköğretim	11	3,7
Lise	40	13,3
Ön Lisans/Lisans	222	74,0
Lisansüstü	27	9,0
Toplam	300	100
Meslek		
Kamuda çalışan	88	29,3
Kendi iş yerine sahip/Esnaf	18	6,0
Özel sektörde çalışan	60	20,0
Ev Hanımı	14	4,7
Emekli	14	4,7
İşsiz	4	1,3
Öğrenci	102	34,0
Toplam	300	100
Aylık Gelir		
10000 TL ve altı	72	24,0
10001-20000 TL	38	12,7
20001-30000 TL	44	14,7
30001-40000 TL	35	11,7
40001-50000 TL	48	16,0
50001 TL ve üstü	63	21,0
Toplam	300	100

6.1.2.2. Ziyaretçilerin Seyahat Davranışları ve Tercihleri

Eskişehir'e gelen ziyaretçilerin geldikleri iller incelendiğinde, ziyaretçilerin önemli bir bölümünün İstanbul (%19,7) ve Ankara'dan (%19,3) geldiği görülmektedir. Bu iki il, toplam ziyaretçilerin yaklaşık %39'unu oluşturmakta olup, Eskişehir'in Ankara ve İstanbul arasında yer alan stratejik konumu ile güçlü ulaşım bağlantılarının bu dağılım üzerinde etkili olduğu değerlendirilmektedir. İstanbul ve Ankara'yı sırasıyla Bilecik (%7,7), Kütahya (%6,0), İzmir (%5,0) ve Bursa (%4,7) izlemektedir (Şekil 6.3). Genel olarak değerlendirildiğinde, ziyaretçi profiline ağırlıklı olarak Eskişehir'e coğrafi yakınlığı bulunan veya ulaşım erişilebilirliği yüksek olan illerden oluştuğu görülmektedir. Bu durum, şehir turizminde mesafe ve ulaşılabilirlik unsurlarının ziyaretçi tercihleri üzerinde belirleyici bir rol oynadığını ortaya koymaktadır.



Şekil 6.3. Eskişehir’i ziyaret eden katılımcıların geldikleri şehre göre yoğunlukları (Yazar tarafından hazırlanmıştır)

Ankete katılan ziyaretçilerin Eskişehir’i ziyaret etme sıklığına bakıldığında katılımcıların %43,7’si Eskişehir’i ilk kez ziyaret etmektedir; bu oran, şehrin özellikle yeni turistler tarafından ilgi gördüğünü ve destinasyonun tanınırlığının giderek arttığını göstermektedir. Bunun yanında ziyaretçilerin %18,7’si ikinci kez, %8’i üçüncü kez şehre gelmiştir. Katılımcıların %29,7’si ise dörtten daha fazla kez şehri ziyaret etmiştir. Bu grup büyük ölçüde yakın çevre illerden gelen ziyaretçilerden oluşmakta olup, Eskişehir’in bölgesel ölçekte güçlü bir cazibe merkezi olduğunu göstermektedir (Tablo 6.19).

Tablo 6.19. Ziyaretçilerin Eskişehir’i ziyaret etme sıklığı

Ziyaret Sayısı	Frekans (N)	Yüzde (%)
İlk kez	131	43,7
İkinci kez	56	18,7
Üçüncü kez	24	8,0
Dördüncü kez ve daha fazlası	89	29,7
Toplam	300	100

Eskişehir’i ziyaret eden ziyaretçilerin şehri ziyaret etmek için kullandıkları ulaşım araçlarına bakıldığında en fazla otobüs (%38,3) ve hızlı treninin (%36,7) kullandıkları görülmektedir. Bu iki aracın toplamda yaklaşık %75 oranında tercih edilmesi Eskişehir’in yüksek hızlı tren ve otobüs bağlantıları sayesinde güçlü bir ulaşılabilirlik yapısına sahip olduğunu göstermektedir. Katılımcıların %23,3’ünün özel aracı tercih etmesi, bireysel seyahatlerde karayolu ulaşımının önemli bir yere sahip olduğunu göstermektedir. Buna karşılık, konvansiyonel tren kullanımının ise düşük düzeyde kalması, Eskişehir’e yönelik demiryolu ulaşım talebinin büyük ölçüde YHT ekseninde şekillendiğini ortaya koymaktadır (Tablo 6.20).

Tablo 6.20. Ziyaretçilerin Eskişehir’i ziyaret ederken kullandıkları ulaşım araçları

Araç Türü	Frekans (N)	Yüzde (%)
Otobüs	115	38,3
Hızlı tren	110	36,7
Özel araç	70	23,3
Tren	5	1,7
Toplam	300	100

Katılımcıların destinasyon hakkında yararlandıkları bilgi kaynakları incelendiğinde; sosyal medya ve internetin (%38,3) en yüksek paya sahip olduğu görülmektedir. Bu durum, dijital platformların destinasyona ilişkin bilgi edinme sürecinde temel bilgi kaynağı hâline geldiğini göstermektedir. Bunu "zaten biliyordum" (%36,7) seçeneği izlemekte olup, katılımcıların önemli bir bölümünün destinasyon hakkında önceden bilgi sahibi olduğunu ortaya koymaktadır. Söz konusu durum, destinasyonun yüksek bilinirlik düzeyi ile ilişkilendirilebileceği gibi, katılımcıların daha önce Eskişehir’i ziyaret etmiş olmalarından da kaynaklanabilir. Arkadaş-akraba (%22,0) seçeneği, ağızdan ağıza iletişimin destinasyon

hakkında bilgi edinme sürecinde önemli bir bilgi kaynağı olarak varlığını sürdürdüğünü göstermektedir. Seyahat acenteleri ise %1,7 ile oldukça düşük bir paya sahiptir (Tablo 6.21).

Tablo 6.21. Ziyaretçilerin yararlandıkları bilgi kaynakları

Bilgi Kaynağı	Frekans (N)	Yüzde (%)
Sosyal medya-internet	115	38,3
Zaten biliyordum	110	36,7
Arkadaş-akraba	66	22,0
Seyahat acentesi	5	1,7
Diğer	4	1,3
Toplam	300	100

Ankete katılan ziyaretçilerin ziyaret şekilleri incelendiğinde, katılımcıların %64,7'sinin şehri bireysel olarak ziyaret ettiği, buna karşılık %35,3'ünün ise şehri bir tur kapsamında ziyaret ettiği görülmüştür. Bu sonuç, Eskişehir'e gelen ziyaretçilerin çoğunluğunun kendi planını yaparak bağımsız bir şekilde seyahat etmeyi tercih ettiğini göstermektedir (Tablo 6.22).

Tablo 6.22. Ziyaretçilerin seyahat organizasyon şekline göre dağılımı

Katılımcı Sayısına göre turizm türü	Frekans (N)	Yüzde (%)
Bireysel	194	64,7
Tur	106	35,3
Toplam	300	100

Katılımcıların Eskişehir'i kimlerle ziyaret ettikleri incelendiğinde; %49,7'lik oranla "arkadaş" grubunun açık ara ilk sırada yer aldığı görülmektedir. Bu bulgu, önceki bölümlerde tespit edilen baskın genç yaş (18-30) ve öğrenci profiliyle tam bir tutarlılık göstermekte, kentin sosyalleşme, akran ziyareti ve grup rekreasyonuna dayalı dinamik bir gençlik destinasyonu olma kimliğini pekiştirmektedir. Arkadaş grubu ile gerçekleştirilen ziyaretleri, eş/partner (%19,3) ve aile (%14,7) odaklı seyahatler izlemektedir. Bu dağılım, Eskişehir'in farklı sosyal gruplar tarafından tercih edilen çok yönlü bir destinasyon yapısına sahip olduğunu göstermektedir. Özellikle Sazova Bilim, Kültür ve Sanat Parkı ve Kentpark gibi tematik alanlar ile kültürel etkinlik mekânlarının varlığı, kentin hem aile rekreasyonu hem de çift ve arkadaş gruplarına yönelik ziyaretler açısından çeşitli kullanım imkânları sunduğunu ortaya koymaktadır. Yalnız seyahat edenlerin %7,7 ile sınırlı kalması ise destinasyonun bireysel keşiften ziyade paylaşımlı sosyal deneyimler üzerinden tüketilen bir kent turizmi karakterine sahip olduğunu ortaya koymaktadır (Tablo 6.23).

Tablo 6.23. Ziyaretçilerin ziyaret esnasındaki eşlik durumları

Ziyarete Eşlik Eden Kişi	Frekans (N)	Yüzde (%)
Arkadaş	149	49,7
Partner	58	19,3
Anne/Baba ve çocuklar	44	14,7
Akraba	26	8,7
Yalnız	23	7,7
Toplam	300	100

Katılımcıların Eskişehir’deki konaklama durumları incelendiğinde, %60,3’ünün şehirde konaklama yapmadığı, %39,7’sinin ise konaklamayı tercih ettiği görülmektedir. Bu bulgu, Eskişehir’in önemli ölçüde günübirlik ziyaretlerin gerçekleştiği bir destinasyon niteliği taşıdığını göstermektedir. Bu durum, ulaştırma altyapısının (özellikle Yüksek Hızlı Tren ve karayolu bağlantılarının) sağladığı erişilebilirlik ile çevre illerden (Ankara, Bilecik, Kütahya, Bursa) gelen kısa süreli rekreasyon talebiyle ilişkilendirilebilir. Günübirlik ziyaret oranının yüksekliği, kentte geceleme sürelerinin sınırlı kalmasına bağlı olarak konaklama temelli turizm gelirleri ve tesis doluluk oranları üzerinde kısıtlayıcı bir etki oluşturabilmektedir. Buna karşılık, yaklaşık %40 düzeyindeki konaklama oranı, kentin konaklamalı turizm talebi de çektiğini; özellikle butik otelcilik ve akşam saatlerinde yoğunlaşan kültürel ve rekreatif faaliyetlerin belirli bir ziyaretçi grubunun kentte daha uzun süre kalmasını desteklediğini ortaya koymaktadır (Tablo 6.24).

Tablo 6.24. Ziyaretçilerin destinasyondaki konaklama durumlarına göre dağılımı

Konaklama Durumu	Frekans (N)	Yüzde (%)
Evet (Konaklama Yapanlar)	119	39,7
Hayır (Günübirlik Ziyaretçiler)	181	60,3
Toplam	300	100

Ankete katılan katılımcılardan konaklama yapanların konaklama tercihlerine bakıldığında %50,4’ünün otellerde, %16,8’inin arkadaş yanında, %13,4’ünün misafirhanelerde konakladığı belirlenmiştir. Diğer katılımcılar ise günlük evleri, pansiyonları ve akraba yanını tercih etmiştir. Bu bulgular, Eskişehir’e gelen konaklamalı ziyaretçilerin yarısından fazlasının otelleri tercih ettiğini, bunun dışında daha ekonomik ve sosyal bağlantılara dayalı alternatif konaklama türlerinin de belirli oranlarda talep gördüğünü ortaya koymaktadır (Tablo 6.25).

Tablo 6.25. Ziyaretçilerin konaklama tercihleri

Konaklama Yeri	Frekans (N)	Yüzde (%)
Otel	60	50,4
Arkadaş yanında	20	16,8
Misafirhane	16	13,4
Günlük ev	11	9,2
Pansiyon	7	5,9
Akraba yanında	5	4,2
Toplam	300	100

Geceleme yapan katılımcıların destinasyonda kalış süreleri incelendiğinde, “1 gece” konaklayanların %54,2 ile en yüksek orana sahip olduğu görülmektedir. Kalış süresi arttıkça konaklayan ziyaretçi oranının düzenli biçimde azalması, Eskişehir’de ziyaretlerin ağırlıklı olarak kısa süreli gerçekleştiğini göstermektedir. Bu bulgu, şehir turizminin genellikle 1–3 günlük kısa süreli konaklamalara dayandığını ortaya koyan literatürle (Bock, 2015: 19) uyumludur. Ayrıca, önceki bulgularda belirlenen yüksek gününbirlik ziyaretçi oranı (%60,3) ile birlikte değerlendirildiğinde, Eskişehir turizminin büyük ölçüde kısa süreli ve hafta sonu odaklı ziyaretler üzerine şekillendiğini göstermektedir. Bu durum, destinasyonun ağırlıklı olarak rekreasyon amaçlı kısa süreli seyahatlere hizmet ettiğini, uzun süreli konaklamaya dayalı bir turizm yapısının ise henüz belirginleşmediğini ortaya koymaktadır (Tablo 6.26).

Tablo 6.26. Konaklama yapan ziyaretçilerin geceleme sayısı

Geceleme Sayısı	Frekans (N)	Yüzde (%)
1 gece	64	54,2
2 gece	26	22,0
3 gece	21	17,8
4 gece	4	3,4
5 gece ve üzeri	3	2,5
Toplam	300	100

Eskişehir’i ziyaret eden ziyaretçilerin yaptıkları ortalama harcamalarına bakıldığında katılımcıların %56’sının 1–5000 TL aralığında, %42,7’sinin 5001–10000 TL aralığında harcama yaptığı belirlenmiştir. Bu bulgular, Eskişehir’i ziyaret eden turistlerin genel olarak orta düzeyde bir harcama profiline sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Bunun temel nedenlerinden biri, ziyaretçilerin önemli bir bölümünün gününbirlik gelenlerden ve kısa süreli konaklama

yapanlardan oluşmasıdır; bu tür ziyaretçiler genellikle ulaşım, yeme-içme ve sınırlı sayıda aktivite ile harcamalarını minimal seviyede tutmaktadır. Bir diğer önemli neden ise, Eskişehir'in öğrenci nüfusuna sahip bir şehir olmasıdır. Şehre gelen ziyaretçilerin belli bir bölümü, öğrencileri ziyaret eden arkadaş gruplarından oluşmaktadır. Bu nedenle şehir içi harcamalar daha sınırlı kalabilmektedir (Tablo 6.27).

Tablo 6.27. Katılımcıların ziyaretleri boyunca ortalama harcamaları

Harcama Grubu (TL)	Frekans (N)	Yüzde (%)
1-5000 TL	168	56,0
5001-10000 TL	128	42,7
10001-15000	2	0,7
15001-20000	2	0,7
Toplam	300	100

6.1.2.3. Ziyaretçilerin Eskişehir'i Tercih Etme Nedenleri ve Ziyaret Amaçları

Eskişehir'i ziyaret eden ziyaretçilerin şehri ziyaret amaçları çalışma açısından önemli bulgulardan biridir. Ziyaretçilerin en büyük kısmı, %59,3 oranıyla tarihi ve kültürel çekicilikleri görmek amacıyla şehri tercih etmiştir. Bu, Eskişehir'in zengin kültürel mirası, tarihi mekânları ve müzeleriyle turistlerin ilgisini çektiğini ortaya koymaktadır. Bunu yakından takip eden ikinci amaç ise gezip eğlenmek (%57,0) olarak belirlenmiştir. Şehirdeki eğlence ve sosyal yaşam olanaklarının, genç ve aktif ziyaretçi kitlesi için çekici olduğunu göstermektedir. Arkadaş ziyareti (%13,3) ve etkinliklere katılmak (festival, sergi, konser, tiyatro) (%12,3) sosyal ve kültürel etkileşimlerin belirli bir grup için önemli olduğunu göstermektedir. Alışveriş (%12,0) ve akraba ziyareti (%7,7) ise şehirde günlük yaşam ve sosyal bağlantılardan kaynaklanan motivasyonları ortaya koymaktadır. Termal ve hamamlardan yararlanma (%6,0), Eskişehir'in sağlık turizmi potansiyeline işaret etmektedir. Daha düşük oranlı ziyaret amaçları ise iş, eğitim, sempozyum, medikal olanaklar, dini ziyaretler ve spor faaliyetleri gibi spesifik ilgi alanları kapsamaktadır (Tablo 6.28). Bu bulgular, Eskişehir'in tarih, kültür ve eğlenceyi bir arada sunan çok yönlü bir destinasyon olarak öne çıktığını ve ziyaretçilerin büyük çoğunluğunun bu alanlardan motive olduğunu ortaya koymaktadır. Ayrıca bu bulgular, Eskişehir ile ilgili yapılan önceki çalışmalardaki sonuçlarla da örtüşmektedir (Evren ve Kozak, 2012: 225).

Tablo 6.28. Katılımcıların Eskişehir'i ziyaret amaçları

Ziyaret Amacı	Frekans (N)	Yüzde (%)*
Tarihi ve kültürel çekicilikleri görmek	178	59,3
Gezip eğlenmek	171	57,0
Arkadaş ziyareti	40	13,3
Etkinliklere katılmak (festival, sergi, konser, tiyatro)	37	12,3
Alışveriş yapmak	36	12,0
Akraba ziyareti	23	7,7
Termal ve hamamlardan yararlanma	18	6,0
İş nedeniyle	14	4,7
Eğitim, kurs vb. katılmak	12	4,0
Sempozyuma, kongreye vb. katılmak	10	3,3
Medikal ve tıbbi olanaklardan yararlanma	9	3,0
Dini nedenler (ibadet, türbe ziyareti vb.)	6	2,0
Spor faaliyetlerine katılmak	3	1,0
Diğer	3	1,0

***Yüzde (%) değerleri:** Birden fazla seçeneğin işaretlenebildiği çoklu cevap (multiple response) sorusudur. Toplam anket sayısı olan 300 katılımcı üzerinden hesaplandığı için toplam %100'ü geçmektedir.

Katılımcıların Eskişehir'i tercih etme nedenleri incelendiğinde, en yüksek oranın %56,2 ile şehrsel imaj ve atmosfere ait olduğu görülmektedir. Bu bulgu, Eskişehir'in ziyaretçiler açısından yalnızca belirli turistik çekicilikleriyle değil, aynı zamanda sunduğu şehrsel yaşam deneyimi, estetik çevresi ve kendine özgü atmosferiyle öne çıkan bir destinasyon olarak algılandığını ortaya koymaktadır. Tarihi ve kültürel değerler (%44,1), şehrin sahip olduğu kültürel mirasın destinasyon tercihinde önemli bir rol oynadığını gösterirken; konum olarak yakın olması (%41,5) ve ulaşım kolaylığı (%38,5), özellikle çevre illerden gelen ziyaretçiler için erişilebilirliğin önemli bir tercih kriteri olduğunu düşündürmektedir. Etkinliklerin fazla olması (%17,4) ise şehrin kültürel ve sosyal yaşamının ziyaret deneyimini destekleyen tamamlayıcı unsurlar arasında yer aldığını ortaya koymaktadır. Bulgular bir bütün olarak değerlendirildiğinde, Eskişehir'in ziyaretçi tercihinde belirleyici olan unsurun turizm tesislerinden ziyade kentin oluşturduğu özgün çekicilik olduğu anlaşılmaktadır. Nitekim, şehrsel imaj ve atmosferin %56,2 ile ilk sırada yer almasına karşın, konaklama olanaklarının yalnızca %2,7 oranında tercih nedeni olarak belirtilmesi, ziyaretçilerin Eskişehir'i ağırlıklı olarak sunduğu şehrsel deneyim, kültürel ortam ve sosyal atmosfer nedeniyle tercih ettiklerine işaret etmektedir (Tablo 6.29).

Tablo 6.29. Katılımcıların Eskişehir’i tercih etme nedenleri

Tercih Nedeni	Frekans (N)	Yüzde (%)*
Eskişehir’in şehirs el imajı ve atmosferi	168	56,2
Tarihi ve kültürel değ erleri	132	44,1
Konum olarak yakın olması	124	41,5
Ulaşım kolaylığı	115	38,5
Etkinliklerin fazla olması	52	17,4
Kent güvenliği	37	12,4
Fiyatların uygunluğu	35	11,7
Halkın konukseverliği	22	7,4
Temiz çevre ve çevre düzenlemesi	20	6,7
Kent mutfağı (gastronomi)	15	5,0
Konaklama olanakları	8	2,7
Diğ er	11	3,7

***Yüzde (%) değ erleri:** Birden fazla seçeneğ in işaretlenebildiğ i çoklu cevap (multiple response) sorusudur. Toplam anket sayısı olan 300 katılımcı üzerinden hesaplandığ ı için toplam %100’ü geçmektedir.

Eskişehir’i ziyaret eden ziyaretçilerin en çok nereleri ziyaret ettiklerine bakıldığında müzeler (%66) ve tarihi yapılar (%62,7) en çok ziyaret edilen yerler olarak belirlenmiştir. Bu durum, şehrin kültür-tarih odaklı bir turizm profiline sahip olduğunu göstermektedir. Bir diğ er en fazla ziyaret edilen yer ise temalı parklardır (%60,3). Temalı parkların bu yüksek oranı, özellikle aileler ve gençler için şehrin güçlü bir eğ lence çekim merkezi olduğunu göstermektedir. AVM’ler ise (%30) orta seviyede bir ziyaret alanı olarak ö ne çıkıyor. Bu oran, alışveriş ve sosyal yaşam aktivitelerinin şehirde önemli ama birincil olmayan bir ziyaret motivasyonu olduğunu ifade etmektedir. Sergi ve sanatsal etkinlikler (%22), gece kulüpleri/barlar (%15) ve festivallerin (%14,7) orta seviyede bir ilgiye sahip oldukları görülmektedir. Bu, kültürel etkinlik ve gece hayatına ilginin var olduğunu ancak çoğ unluk için öncelikli olmadığını göstermektedir. Dini yapılar, hamam/termal tesisler, konserler, kongre merkezleri, hastaneler ise daha düşük ziyaret oranlarıyla listenin alt sıralarında yer almaktadır (Tablo 6.30).

Tablo 6.30. Katılımcıların Eskişehir’de ziyaret ettikleri yerlerin dağılımı

Ziyaret yerleri	Frekans (N)	Yüzde (%)*
Müzeler	198	66,0
Tarihi yapılar	188	62,7
Temalı parklar (Sazova vb.)	181	60,3
Avm’ler	90	30,0
Sergi ve sanatsal etkinlikler	66	22,0
Gece kulüpleri/barlar	45	15,0
Festivaller	44	14,7
Dini yapılar	30	10,0
Hamamlar/termal tesisler	18	6,0
Konserler	18	6,0
Kongre merkezleri ve konferans salonları	11	3,7
Hastaneler	9	3,0
Diğer	8	2,7

***Yüzde (%) değerleri:** Birden fazla seçeneğin işaretlenebildiği çoklu cevap (multiple response) sorusudur. Toplam anket sayısı olan 300 katılımcı üzerinden hesaplandığı için toplam %100’ü geçmektedir.

Katılımcıların Eskişehir şehirsal merkezi dışındaki tarihi, kültürel ve doğal çekim alanlarını ziyaret etme eğilimlerine ilişkin bulgular Tablo 6.31’de yer almaktadır. Elde edilen veriler incelendiğinde, ziyaretçilerin çoğunluğunun (%80,0) şehir merkezi dışındaki yakın çevreyi ziyaret etmediği/etmeyeceği belirlenmiştir. Bu bulgu, Eskişehir’deki turizm hareketliliğinin ve buna bağlı sosyoekonomik etkilerin ağırlıklı olarak kent merkezinde yığıldığını ve çevre ilçelerde yer alan destinasyonlara yönelik turistik ilginin oldukça düşük düzeyde kaldığını göstermektedir. Şehir merkezi dışına çıkan sınırlı sayıdaki ziyaretçinin ise en çok Sivrihisar Konakları’nı (%8,7) ve Nasreddin Hoca’nın Evi’ni (%5,0) tercih ettiği görülmektedir. Frigya bölgesinin en önemli miraslarından biri olan Midas Anıtı (%3,7) ile inanç turizmi potansiyeli taşıyan Yunus Emre Külliyesi (%3,3) ve Seyyid Battal Gazi Külliyesi (%1,3) gibi ulusal düzeyde tanınırlığı olan kültür varlıklarının dahi oldukça düşük ziyaret oranlarında kalması dikkat çekicidir. Bu bulgu, Eskişehir’de şehirsal turizm ürünlerinin güçlü bir çekim oluşturduğunu, buna karşılık çevre ilçelerde bulunan kültürel miras değerlerinin turizm pazarına entegrasyonunun kent merkeziyle karşılaştırıldığında daha sınırlı düzeyde gerçekleştiğini göstermektedir.

Tablo 6.31. Katılımcıların şehir merkezi dışındaki yerleri ziyaret durumu

Ziyaret yerleri	Frekans (N)	Yüzde (%)*
Yakın çevreyi ziyaret etmeyeceğim	240	80,0
Sivrihisar Konakları	26	8,7
Nasreddin Hoca'nın Evi	15	5,0
Midas Anıtı	11	3,7
Yunus Emre Külliyesi ve Türbesi	10	3,3
Seyyid Battal Gazi Türbesi ve Külliyesi	4	1,3
Seyyid Sultan Şüceaddin Veli Külliyesi	2	0,7
Melikgazi Türbesi	2	0,7
Diğer	8	2,7

*Yüzde (%) değerleri: Birden fazla seçeneğin işaretlenebildiği çoklu cevap (multiple response) sorusudur. Toplam anket sayısı olan 300 katılımcı üzerinden hesaplandığı için toplam %100'ü geçmektedir.

6.1.2.4. Sosyodemografik Özellikler ile Ziyaretçi Tercihleri Arasındaki İlişkiler

Araştırmaya katılan ziyaretçilerin sosyodemografik özellikleri (cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim, meslek ve gelir) ile Eskişehir'e seyahat ederken tercih ettikleri ulaşım araçları arasındaki ilişki Ki-Kare analizi ile test edilmiş ve elde edilen bulgular Tablo 6.32'de gösterilmiştir.

Yapılan analizler sonucunda, katılımcıların yaş ($p=0,134$) ve eğitim durumları ($p=0,073$) ile ulaşım aracı tercihleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir ($p>0,05$). Bu bulgu doğrultusunda yaş (H7c) ve eğitim durumu (H7d) hipotezleri reddedilmiştir. Buna karşın; cinsiyet ($p=0,004$), medeni durum ($p=0,002$), meslek ($p=0,001$) ve aylık gelir düzeyi ($p=0,031$) değişkenleri ile ulaşım aracı tercihleri arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişkiler bulunmuştur ($p<0,05$). Bu doğrultuda H7a (cinsiyet), H7b (medeni durum), H7e (meslek) ve H7f (gelir) hipotezleri kabul edilmiştir.

Anlamlı bulunan ilişkilerin detayları incelendiğinde; kadın ziyaretçilerin ağırlıklı olarak otobüs (%44,6) ve YHT (%34,3) kullanımına yöneldiği, erkeklerin ise YHT (%40,0) ve özel araç (%30,4) tercihlerinin daha yüksek olduğu görülmektedir. Medeni durum değişkeninde, bekar katılımcıların daha çok otobüs (%41,6) ve YHT (%39,3) kullandığı, evli katılımcıların ise özel araç (%33,6), otobüs (%33,6) ve YHT (%32,8) arasında oldukça dengeli bir dağılım sergilediği belirlenmiştir. Meslek grupları açısından, kamuda çalışanların YHT (%39,8) ve özel araç (%28,4) kullanımında öne çıktığı; öğrenci grubunun ise belirgin bir şekilde otobüs (%46,1) ve YHT (%42,2) tercihlerinde yoğunlaştığı saptanmıştır. Gelir grupları arasında özel araç

kullanım oranlarının farklılaştığı, özellikle 20.001–30.000 TL gelir grubunda özel araç kullanımının %43,2 ile en yüksek düzeye ulaştığı görülmektedir.

Tablo 6.32. Demografik Özelliklere göre ulaşım aracı tercihlerinin karşılaştırılmasına ilişkin ki-kare analizi

Değişken	Grup	Özel Araç (n/%)	Otobüs (n/%)	YHT (n/%)	Tren (n/%)	χ^2	df	P
Cinsiyet	Kadın	32 (18,3)	78 (44,6)	60 (34,3)	5 (2,9)	13,071	3	0,004*
	Erkek	38 (30,4)	37 (29,6)	50 (40,0)	0 (0,0)			
Medeni Durum	Bekar	29 (16,3)	74 (41,6)	70 (39,3)	5 (2,8)	14,770	3	0,002*
	Evli	41 (33,6)	41 (33,6)	40 (32,8)	0 (0,0)			
Yaş	18–30	35 (18,8)	70 (37,6)	76 (40,9)	5 (2,7)	17,440	12	0,134
	31–40	15 (25,0)	26 (43,3)	19 (31,7)	0 (0,0)			
	41–50	9 (34,6)	8 (30,8)	9 (34,6)	0 (0,0)			
	51–60	5 (31,3)	5 (31,3)	6 (37,5)	0 (0,0)			
	60+	6 (50,0)	6 (50,0)	0 (0,0)	0 (0,0)			
Eğitim	İlköğretim	3 (27,3)	7 (63,6)	1 (9,1)	0 (0,0)	15,840	9	0,073
	Lise	9 (22,5)	22 (55,0)	9 (22,5)	0 (0,0)			
	Ön Lisans/Lisans	48 (21,6)	78 (35,1)	91 (41,0)	5 (2,3)			
	Lisansüstü	10 (37,0)	8 (29,6)	9 (33,3)	0 (0,0)			
Meslek	Kamuda Çalışan	25 (28,4)	27 (30,7)	35 (39,8)	1 (1,1)	41,160	18	0,001*
	Özel Sektör	22 (36,7)	13 (21,7)	24 (40,0)	1 (1,7)			
	Emekli	6 (42,9)	6 (42,9)	2 (14,3)	0 (0,0)			
	Ev Hanımı	4 (28,6)	8 (57,1)	2 (14,3)	0 (0,0)			
	Öğrenci	9 (8,8)	47 (46,1)	43 (42,2)	3 (2,9)			
	İşsiz	0 (0,0)	2 (50,0)	2 (50,0)	0 (0,0)			
	Esnaf	4 (22,2)	12 (66,7)	2 (11,1)	0 (0,0)			
Gelir (TL)	10.000 ve altı	5 (6,9)	36 (50,0)	29 (40,3)	2 (2,8)	26,787	15	0,031*
	10.001–20.000	6 (15,8)	17 (44,7)	15 (39,5)	0 (0,0)			
	20.001–30.000	19 (43,2)	11 (25,0)	14 (31,8)	0 (0,0)			
	30.001–40.000	8 (22,9)	13 (37,1)	13 (37,1)	1 (2,9)			
	40.001–50.000	13 (27,1)	16 (33,3)	18 (37,5)	1 (2,1)			
	50.000+	19 (30,2)	22 (34,9)	21 (33,3)	1 (1,6)			

* $p < 0,05$ seviyesinde istatistiksel olarak anlamlıdır.

Araştırma kapsamındaki ziyaretçilerin sosyodemografik özellikleri ile Eskişehir destinasyonunda konaklama yapma durumları arasındaki ilişki Ki-Kare analizi ile incelenmiş ve elde edilen bulgular Tablo 6.33’te sunulmuştur. Yapılan analiz sonuçlarına göre; katılımcıların cinsiyet ($p=0,705$), medeni durum ($p=0,268$) ve eğitim düzeyi ($p=0,380$) değişkenleri ile konaklama durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir ($p>0,05$). Bu bulgular doğrultusunda H8a (cinsiyet), H8b (medeni durum) ve H8d (eğitim) hipotezleri reddedilmiştir. Elde edilen veriler, cinsiyet rollerinin, medeni durumun

ve eğitim seviyelerinin ziyaretçilerin konaklama eğilimleri üzerinde belirleyici bir farklılık yaratmadığına işaret etmektedir. Buna karşılık; katılımcıların yaş ($p=0,002$), meslek ($p=0,005$) ve aylık gelir düzeyleri ($p=0,012$) ile konaklama durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişkiler saptanmıştır ($p<0.05$). Bu bulgular çerçevesinde H8c (yaş), H8e (meslek) ve H8f (gelir) hipotezleri kabul edilmiştir.

Anlamlı bulunan ilişkilerin detayları incelendiğinde, yaş grubu yükseldikçe konaklama eğiliminin arttığı görülmektedir. Özellikle 60 yaş ve üzeri katılımcıların %91,7 gibi oldukça yüksek bir oranla konaklama yapmayı tercih etmesi dikkat çekicidir. Benzer bir eğilim meslek değişkeninde de kendini göstermiş ve emekli katılımcıların %92,9'unun destinasyonda konakladığı belirlenmiştir. Bu durum, zaman kısıtı olmayan ve belirli bir yaştan üzerindeki ziyaretçi gruplarının günübirlik seyahatler yerine konaklamalı seyahatleri tercih ettiğini göstermektedir. Öğrenciler (%34,3) ile kamu (%37,5) ve özel sektör (%36,7) çalışanlarında ise konaklama oranlarının görece düşük kaldığı tespit edilmiştir. Son olarak, gelir düzeyi ile konaklama durumu arasındaki ilişki incelendiğinde, 50.000 TL ve üzeri gelire sahip en üst grubun %58,7 oranında konaklama yaptığı, orta ve alt gelir gruplarında ise bu oranın düştüğü saptanmıştır. Bu bulgu, ekonomik imkânların ve satın alma gücünün destinasyonda geceleme kararı üzerinde etkili bir faktör olduğunu ortaya koymaktadır.

Tablo 6.33. Demografik özelliklere göre konaklama yapma durumunun karşılaştırılmasına ilişkin ki-kare analizi

Değişken	Grup	Konaklama Yapma Durumu (%)	Konaklama Yapma Durumu (n)	χ^2	df	P
Cinsiyet	Kadın	40,6	71	0.144	1	0,705
	Erkek	38,4	48			
Medeni durum	Bekar	37,1	66	1.225	1	0,268
	Evli	43,4	53			
Yaş	18–30	34,9	65	16,606	4	0,002*
	31–40	38,3	23			
	41–50	50,0	13			
	51–60	43,8	7			
	60 ve üzeri	91,7	11			
Eğitim	İlköğretim	36,4	4	3,074	3	0,380
	Lise	27,5	11			
	Önlisans/Lisans	41,4	92			
	Lisansüstü	44,4	12			

Tablo 6.33. Devamı

Meslek	Kamuda çalışan	37,5	33	18,580	6	0,005*
	Özel sektör	36,7	22			
	Emekli	92,9	13			
	Ev hanımı	42,9	6			
	Öğrenci	34,3	35			
	İşsiz	50,0	2			
	Esnaf	44,4	8			
Gelir	10.000 TL ve altı	40,3	29	14,683	5	0,012*
	10.001–20.000	39,5	15			
	20.001–30.000	29,5	13			
	30.001–40.000	28,6	10			
	40.001–50.000	31,3	15			
	50.000 ve üzeri	58,7	37			

**p<0,05 seviyesinde istatistiksel olarak anlamlıdır.*

Araştırmaya katılan ziyaretçilerin sosyodemografik özellikleri ile destinasyondaki konaklama türü tercihleri (otel, pansiyon, arkadaş yanı, misafirhane, günlük ev ve akraba yanı) arasındaki ilişki Ki-Kare analizi ile test edilmiş ve analiz sonuçları Tablo 6.34'te sunulmuştur. Yapılan analizler sonucunda, katılımcıların cinsiyet ($p=0,929$) ve aylık gelir düzeyleri ($p=0,079$) ile konaklama türü tercihleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunamamıştır ($p>0.05$). Bu bulgular doğrultusunda H9a (cinsiyet) ve H9f (gelir) hipotezleri reddedilmiştir. Buna karşılık; medeni durum ($p=0,001$), yaş ($p=0,014$), eğitim düzeyi ($p=0,037$) ve meslek ($p=0,003$) değişkenleri ile konaklama türü tercihleri arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişkiler tespit edilmiştir ($p<0.05$). Bu doğrultuda H9b, H9c, H9d ve H9e hipotezleri kabul edilmiştir.

Anlamlı bulunan ilişkilerin dağılımları incelendiğinde; bekar katılımcıların otel (%37,9) ve arkadaş yanını (%25,8) daha sık tercih ettiği, evli katılımcıların ise belirgin bir farkla otel (%66,0) konaklamasına yöneldiği saptanmıştır. Yaş değişkeninde, 18–30 yaş arası genç kitlede otel (%38,5) ve arkadaş yanı (%27,7) seçenekleri yoğunlaşırken, 60 yaş ve üzeri ileri yaş grubunun %81,8 gibi büyük bir çoğunlukla oteli tercih ettiği görülmektedir. Eğitim düzeyi değişkeninde; ilköğretim düzeyinin otel (%50,0) ve misafirhaneyi (%50,0) eşit oranda tercih ettiği, lise (%63,6) ve ön lisans/lisans (%50,0) düzeyinin çoğunlukla otele yöneldiği saptanmıştır. Lisansüstü eğitim seviyesindeki katılımcıların ise otel (%41,7) ve günlük kiralık ev (%41,7) seçeneklerini eşit oranlarda tercih etmesi dikkat çekici bir diğer

bulgudur. Meslek grupları açısından bakıldığında, kamuda çalışanların otel (%48,5) ve günlük ev (%21,2) tercihlerinde yoğunlaştığı; emekli (%76,9) ve esnaf (%75,0) gruplarının ise ağırlıklı olarak otelleri seçtiği belirlenmiştir. Öğrenci grubunda, diğer gruplardan farklı olarak otel (%31,4) tercihi öne çıkmakla birlikte, arkadaş yanında konaklama (%28,6) ve pansiyon (%17,1) gibi daha ekonomik alternatif konaklama türlerine yönelimin daha yüksek olduğu görülmektedir.

Tablo 6.34. Demografik özelliklere göre konaklama tercihlerinin karşılaştırılmasına ilişkin ki-kare analizi

Değişken	Grup	Otel n (%)	Pansiyon n (%)	Arkadaş n (%)	Misafir hane n (%)	Günlük ev n (%)	Akraba n (%)	χ^2	df	p
Cinsiyet	Kadın	35 (49,3)	4 (5,6)	13 (18,3)	9 (12,7)	6 (8,5)	4 (5,6)	1,356	5	0,929
	Erkek	25 (52,1)	3 (6,3)	7 (14,6)	7 (14,6)	5 (10,4)	1 (2,1)			
Medeni Durum	Bekar	25 (37,9)	7 (10,6)	17 (25,8)	6 (9,1)	8 (12,1)	3 (4,5)	20,767	5	0,001 *
	Evli	35 (66,0)	0 (0,0)	3 (5,7)	10 (18,9)	3 (5,7)	2 (3,8)			
Yaş	18–30	25 (38,5)	7 (10,8)	18 (27,7)	3 (4,6)	8 (12,3)	4 (6,2)	36,463	20	0,014 *
	31–40	14 (60,9)	0 (0,0)	1 (4,3)	6 (26,1)	2 (8,7)	0 (0,0)			
	41–50	8 (61,5)	0 (0,0)	1 (7,7)	3 (23,1)	1 (7,7)	0 (0,0)			
	51–60	4 (57,1)	0 (0,0)	0 (0,0)	2 (28,6)	0 (0,0)	1 (14,3)			
	60 ve üzeri	9 (81,8)	0 (0,0)	0 (0,0)	2 (18,2)	0 (0,0)	0 (0,0)			
Eğitim	İlköğretim	2 (50,0)	0 (0,0)	0 (0,0)	2 (50,0)	0 (0,0)	0 (0,0)	26,084	15	0,037 *
	Lise	7 (63,6)	0 (0,0)	1 (9,1)	2 (18,2)	1 (9,1)	0 (0,0)			
	Ön Lisans	46 (50,0)	7 (7,6)	18 (19,6)	11 (12,0)	5 (5,4)	5 (5,4)			
	/Lisans	5 (41,7)	0 (0,0)	1 (8,3)	1 (8,3)	5 (41,7)	0 (0,0)			
	Lisansüstü									

Tablo 6.34. Devamı

	Kamuda çalışan	16 (48,5)	0 (0,0)	4 (12,1)	5 (15,2)	7 (21,2)	1 (3,0)			
	Özel sektör	14 (63,6)	1 (4,5)	4 (18,2)	2 (9,1)	0 (0,0)	1 (4,5)			
	Emekli	10 (76,9)	0 (0,0)	0 (0,0)	3 (23,1)	0 (0,0)	0 (0,0)			
Meslek	Ev hanımı	3 (50,0)	0 (0,0)	0 (0,0)	3 (50,0)	0 (0,0)	0 (0,0)	55,631	30	0,003*
	Öğrenci	11 (31,4)	6 (17,1)	10 (28,6)	2 (5,7)	3 (8,6)	3 (8,6)			
	İşsiz	0 (0,0)	0 (0,0)	2 (100,0)	0 (0,0)	0 (0,0)	0 (0,0)			
	Esnaf	6 (75,0)	0 (0,0)	0 (0,0)	1 (12,5)	1 (12,5)	0 (0,0)			
	10.000 TL ve altı	9 (31,0)	4 (13,8)	9 (31,0)	2 (6,9)	2 (6,9)	3 (10,3)			
	10.001–20.000	5 (33,3)	2 (13,3)	3 (20,0)	3 (20,0)	2 (13,3)	0 (0,0)			
	20.001–30.000	10 (76,9)	0 (0,0)	1 (7,7)	2 (15,4)	0 (0,0)	0 (0,0)	35,518	25	0,079
Gelir	30.001–40.000	7 (70,0)	1 (10,0)	1 (10,0)	1 (10,0)	0 (0,0)	0 (0,0)			
	40.001–50.000	11 (73,3)	0 (0,0)	1 (6,7)	2 (13,3)	0 (0,0)	1 (6,7)			
	50.000 ve üzeri	18 (48,6)	0 (0,0)	5 (13,5)	6 (16,2)	7 (18,9)	1 (2,7)			

* $p < 0,05$ seviyesinde istatistiksel olarak anlamlıdır.

Araştırma kapsamındaki katılımcıların Eskişehir destinasyonunu ziyaret etme amaçlarının cinsiyet değişkenine göre farklılık gösterip göstermediği Ki-Kare analizi ile incelenmiştir (Tablo 6.35). Yapılan analizler sonucunda; tarihi ve kültürel çekicilikleri görmek ($p=0,781$), arkadaş ziyareti ($p=0,566$), akraba ziyareti ($p=0,533$), alışveriş yapmak ($p=0,471$), etkinliklere katılmak ($p=0,389$) ve dini nedenler ($p=0,696$) başta olmak üzere diğer tüm ziyaret amaçları ile cinsiyet değişkeni arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir ($p>0,05$).

Buna karşılık, katılımcıların destinasyonu "iş nedeniyle" ($p=0,000$) ve "gezip/eğlenmek amacıyla" ($p=0,015$) ziyaret etme durumları ile cinsiyetleri arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar saptanmıştır ($p<0,05$). Bu bulgular doğrultusunda, genel ziyaret amaçlarının cinsiyete göre farklılaştığını ileri süren H10a hipotezi alt boyutlar düzeyinde kısmen desteklenmiştir.

Anlamlı çıkan ilişkilerin yönü incelendiğinde; iş amaçlı seyahat eden ziyaretçiler içinde erkeklerin oranının (%10,4), kadın katılımcılara göre (%0,6) belirgin şekilde yüksek olduğu görülmektedir. Bu bulgu, iş gücü piyasasındaki cinsiyet dağılımı ve iş seyahatlerinde üstlenilen

aktif roller ile açıklanabilir. Diğer taraftan, gezip/eğlenmek rekreasyonel amacıyla şehre gelenler içinde kadın katılımcıların oranının (%62,9) erkeklerden (%48,8) anlamlı derecede yüksek olması dikkat çekicidir. Bu durum, kadın ziyaretçilerin boş zaman değerlendirme eğilimlerinde şehirsiz turizm alanlarına, kültürel çevreye ve rekreasyonel alanlara (temalı parklar, porsuk çayı çevresi vb.) yönelik sosyo-psikolojik motivasyonlarının daha güçlü olduğunu ortaya koymaktadır.

Tablo 6.35. Cinsiyete göre ziyaret amaçlarının karşılaştırılmasına ilişkin ki-kare analizi

Ziyaret amacı	Kadın (n)	Kadın (%)	Erkek (n)	Erkek (%)	χ^2	df	P
Tarihi ve kültürel çekicilikleri görmek	105	60,0	73	58,4	0,077	1	0,781
Arkadaş ziyareti	25	14,3	15	12,0	0,330	1	0,566
Akraba ziyareti	12	6,9	11	8,8	0,389	1	0,533
İş nedeniyle	1	0,6	13	10,4	15,833	1	0,000*
Gezip/ eğlenmek	110	62,9	61	48,8	5,879	1	0,015*
Alışveriş yapmak	19	10,9	17	13,6	0,519	1	0,471
Spor faaliyetlerine katılmak	2	1,1	1	0,8	0,087	1	1,000
Termal ve hamamlardan yararlanma	9	5,1	9	7,2	0,547	1	0,459
Medikal ve tıbbi olanaklardan yararlanma	6	3,4	3	2,4	0,265	1	0,740
Etkinliklere katılmak (festival, sergi, konser, tiyatro)	24	13,7	13	10,4	0,741	1	0,389
Eğitim, kurs vb. katılmak	7	4,0	5	4,0	0,000	1	1,000
Sempozyuma, kongreye vb. katılmak	5	2,9	5	4,0	0,296	1	0,746
Dini nedenler (ibadet, türbe ziyareti vb.)	3	1,7	3	2,4	0,175	1	0,696

* $p < 0,05$ seviyesinde istatistiksel olarak anlamlıdır.

Tablo 6.36'daki Ki-kare analiz sonuçlarına göre, ziyaretçilerin medeni durumlarına göre ziyaret amaçları arasında farklılıklar bulunmaktadır. Analize göre, bekar ziyaretçiler arkadaş ziyaretini ($p=0,004$) ve etkinliklere katılmayı ($p=0,031$) evli ziyaretçilere göre anlamlı derecede daha fazla tercih etmektedir. Akraba ziyareti amacı ise evli bireyler tarafından, bekarlara kıyasla daha sık tercih edilmiştir ($p=0,013$). Diğer ziyaret amaçlarıyla ise bekar ve evli bireyler arasında anlamlı bir fark tespit edilmemiştir ($p>0,05$). Elde edilen sonuçlar genel olarak değerlendirildiğinde, ziyaret amaçlarının yalnızca belirli boyutlarının medeni durum değişkenine göre farklılaştığı, buna karşın diğer ziyaret amaçlarında bekar ve evli bireylerin tercih ve davranışlarının büyük ölçüde benzer olduğu anlaşılmaktadır. Bu doğrultuda, H10b

hipotezi tamamen değil, yalnızca anlamlı farklılık tespit edilen boyutlar açısından desteklenmiş olup kısmen kabul edilmiştir.

Tablo 6.36. Medeni duruma göre ziyaret amaçlarının karşılaştırılmasına ilişkin ki-kare analizi

Ziyaret Amacı	Bekar (n)	Bekar (%)	Evli (n)	Evli (%)	χ^2	df	P
Tarihi ve kültürel çekicilikleri görmek	98	55,1	80	65,6	3,319	1	0,069
Arkadaş ziyareti	32	18,0	8	6,6	8,170	1	0,004*
Akraba ziyareti	8	4,5	15	12,3	6,222	1	0,013*
İş nedeniyle	8	4,5	6	4,9	0,029	1	0,864
Gezip / eğlenmek	109	61,2	62	50,8	3,204	1	0,073
Alışveriş yapmak	23	12,9	13	10,7	0,352	1	0,553
Spor faaliyetlerine katılmak	3	1,7	0	0,0	2,077	1	0,274
Termal ve hamamlardan yararlanma	9	5,1	9	7,4	0,691	1	0,406
Medikal ve tıbbi olanaklardan yararlanma	4	2,2	5	4,1	0,852	1	0,494
Etkinliklere katılmak	28	15,7	9	7,4	4,672	1	0,031*
Eğitim, kurs vb. katılmak	10	5,6	2	1,6	2,984	1	0,132
Sempozyum, kongre vb. katılmak	8	4,5	2	1,6	1,831	1	0,209
Dini nedenler	2	1,1	4	3,3	1,715	1	0,228

* $p < 0,05$ seviyesinde istatistiksel olarak anlamlıdır.

Yaş gruplarının ziyaret amaçları açısından farklılıkları incelendiğinde, bazı amaçlarda gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Analiz sonuçlarına göre, akraba ziyareti ($p = 0,017$), termal ve hamamlardan yararlanma ($p = 0,008$) ve etkinliklere katılmak ($p = 0,025$) amaçlarında yaş grupları arasında anlamlı farklılıklar saptanmıştır. 41–50 ve 60+ yaş grupları akraba ziyaretlerini diğer yaş gruplarına göre daha yoğun olarak tercih ederken, 18–30 yaş grubunun etkinliklere katılımda ön plana çıktığı görülmektedir. Termal ve hamam kullanımında ise 31–40 yaş aralığı diğer yaş gruplarına kıyasla daha belirgin bir tercih göstermektedir. Bunun dışında, diğer ziyaret amaçları ile yaş grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık saptanmamıştır ($p > 0,05$). Bu kapsamda, H10c hipotezi kısmen kabul edilmiştir; bazı ziyaret amaçlarının yaş grubu ile ilişkili olduğu, ancak çoğu amaçta yaşa bağlı belirgin bir farkın bulunmadığı görülmektedir (Tablo 6.37).

Tablo 6.37. Yaş durumuna göre ziyaret amaçlarının karşılaştırılmasına ilişkin ki-kare analizi

Ziyaret Amacı	18-30 n (%)	31-40 n (%)	41-50 n (%)	51-60 n (%)	60+ n (%)	χ^2	df	P
Tarihi ve kültürel çekicilikleri görmek	110(59,1)	38 (63,3)	16 (61,5)	6 (37,5)	8 (66,7)	3,882	4	0,422
Arkadaş ziyareti	32 (17,2)	5 (8,3)	1 (3,8)	1 (6,3)	1 (8,3)	6,689	4	0,153
Akraba ziyareti	8 (4,3)	7 (11,7)	5 (19,2)	1 (6,3)	2 (16,7)	10,663	4	0,017*
İş nedeniyle	8 (4,3)	3 (5,0)	2 (7,7)	1 (6,3)	0 (0,0)	1,283	4	0,864
Gezip / eğlenmek	116(62,4)	32 (53,3)	10 (38,5)	6 (37,5)	7 (58,3)	8,651	4	0,070
Alışveriş yapmak	25 (13,4)	7 (11,7)	1 (3,8)	3 (18,8)	0 (0,0)	4,336	4	0,362
Spor faaliyetlerine katılmak	2 (1,1)	1 (1,7)	0 (0,0)	0 (0,0)	0 (0,0)	0,825	4	0,935
Termal ve hamamlardan yararlanma	5 (2,7)	7 (11,7)	3 (11,5)	3 (18,8)	0 (0,0)	13,825	4	0,005*
Medikal ve tıbbi olanaklardan yararlanma	4 (2,2)	3 (5,0)	1 (3,8)	1 (6,3)	0 (0,0)	2,302	4	0,680
Etkinliklere katılmak	32 (17,2)	3 (5,0)	1 (3,8)	0 (0,0)	1 (8,3)	11,227	4	0,025*
Eğitim, kurs vb. katılmak	9 (4,8)	3 (5,0)	0 (0,0)	0 (0,0)	0 (0,0)	2,747	4	0,601
Sempozyum, kongre vb. katılmak	8 (4,3)	1 (1,7)	1 (3,8)	0 (0,0)	0 (0,0)	2,045	4	0,728
Dini nedenler	4 (2,2)	2 (3,3)	0 (0,0)	0 (0,0)	0 (0,0)	1,668	4	0,797

* $p < 0,05$ seviyesinde istatistiksel olarak anlamlıdır.

Eğitim durumunun ziyaret amaçları açısından farklılıkları incelendiğinde, ziyaret amaçlarının katılımcıların eğitim düzeyi ile anlamlı farklılıklar gösterdiğini ortaya koymaktadır. Özellikle ön lisans/lisans ve lisansüstü mezunları, seyahatlerini ağırlıklı olarak arkadaş ziyareti, gezip eğlenme, eğitim/kurslara katılım ve sempozyum/kongre gibi bilimsel ve mesleki etkinlikler için planlamakta olup, bu gruptaki bireyler bilgi edinme, kültürel deneyim, profesyonel gelişim ve sosyal ilişkileri sürdürme odaklı motivasyonlar sergilemektedir. Buna karşılık ilköğretim ve lise mezunları, seyahatlerini daha çok iş gereklilikleri, arkadaş ve akraba ziyaretleri gibi sosyal amaçlar doğrultusunda gerçekleştirmekte, dolayısıyla motivasyonları daha çok gündelik sosyal ilişkiler ve iş gereklilikleriyle ilişkilidir. İstatistiksel olarak anlamlı farklılıklar özellikle arkadaş ziyareti ($p=0,047$), iş amaçlı seyahat ($p=0,001$), gezip/eğlenme ($p=0,001$), eğitim ve kurslara katılım ($p=0,007$) ile sempozyum/kongre katılımı ($p=0,023$) amaçlarında gözlenmiştir. Diğer amaçlarda, ise eğitim düzeyine bağlı olarak istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ($p > 0,05$). Bu doğrultuda, H_{10d} hipotezi kısmen kabul edilmiştir; bazı ziyaret amaçlarının eğitim durumu ile ilişkili olduğu, ancak çoğu amaçta belirgin bir farkın bulunmadığı görülmektedir (Tablo 6.38).

Tablo 6.38. Eğitim durumuna göre ziyaret amaçlarının karşılaştırılmasına ilişkin ki-kare analizi

Ziyaret Amacı	İlköğretim n (%)	Lise n (%)	Ön Lisans/Lisans n (%)	Lisansüstü n (%)	χ^2	df	P
Tarihi ve kültürel çekicilikleri görmek	5 (45,5)	23(57,5)	138 (62,2)	12 (44,4)	4,151	3	0,246
Arkadaş ziyareti	0 (0,0)	2 (5,0)	37 (16,7)	1 (3,7)	8,397	3	0,047*
Akraba ziyareti	3 (27,3)	1 (2,5)	18 (8,1)	1 (3,7)	6,591	3	0,086
İş nedeniyle	2 (18,2)	6 (15,0)	5 (2,3)	1 (3,7)	17,082	3	0,001*
Gezip / eğlenmek	1 (9,1)	17(42,5)	139 (62,6)	14 (51,9)	16,878	3	0,001*
Alışveriş yapmak	0 (0,0)	7 (17,5)	25 (11,3)	4 (14,8)	2,963	3	0,435
Spor faaliyetlerine katılmak	0 (0,0)	0 (0,0)	3 (1,4)	0 (0,0)	1,065	3	1.000
Termal ve hamamlardan yararlanma	0 (0,0)	4 (10,0)	12 (5,4)	2 (7,4)	2,071	3	0,532
Medikal ve tıbbi olanaklardan yararlanma	0 (0,0)	4 (10,0)	5 (2,3)	0 (0,0)	8,337	3	0,097
Etkinliklere katılmak	0 (0,0)	2 (5,0)	30 (13,5)	5 (18,5)	4,778	3	0,206
Eğitim, kurs vb. katılmak	0 (0,0)	0 (0,0)	7 (3,2)	5 (18,5)	17,361	3	0,007*
Sempozyum, kongre vb. katılmak	0 (0,0)	0 (0,0)	6 (2,7)	4 (14,8)	13,079	3	0,023*
Dini nedenler	0 (0,0)	0 (0,0)	5 (2,3)	1 (3,7)	1,513	3	0,660

* $p < 0,05$ seviyesinde istatistiksel olarak anlamlıdır.

Tablo 6.39'daki Ki-kare analiz sonuçlarına göre, ziyaretçilerin meslek durumları ile ziyaret amaçları arasında farklılıklar bulunmaktadır. Analiz bulguları, arkadaş ziyareti ($p=0,040$) ve iş gerekçeli seyahatler ($p=0,000$) ile meslek grupları arasında istatistiksel açıdan anlamlı farklılıklar olduğunu ortaya koymaktadır ($p < 0,05$). Bulgular detaylı olarak incelendiğinde; iş nedeniyle seyahat etme oranının %33,3 ile en fazla esnaf meslek grubunda yoğunlaştığı görülmektedir. Bu sonuç, esnafın ticari faaliyetleri, tedarik süreçleri veya iş bağlantıları gereği seyahat etme olasılığının diğer meslek gruplarına kıyasla belirgin şekilde daha yüksek olduğunu göstermektedir. Öte yandan, arkadaş ziyareti amacıyla gerçekleştirilen seyahatlerde %50,0'lik bir oranla işsiz katılımcıların ön plana çıktığı, bu grubu kamu çalışanları esnafın takip ettiği saptanmıştır. İşsiz bireylerin arkadaş ziyareti odaklı seyahat eğiliminin yüksek olması, bu gruptaki katılımcıların ekonomik bütçe gerektiren seyahatler yerine, tanıdık/arkadaş odaklı seyahatleri tercih etmeleriyle açıklanabilir. Ayrıca, istatistiksel olarak tam anlamlılık sınırına ulaşmasa da gezip/eğlenme motivasyonunun ($p=0,055$) meslek grupları arasında dikkate değer bir eğilim gösterdiği ve tahmin edileceği üzere en yüksek oranın %68,6

ile öğrencilere ait olduğu gözlenmiştir. Belirtilen bu amaçlar dışındaki diğer tüm ziyaret gerekçelerinde meslek grupları arasında homojen bir dağılım söz konusu olup, istatistiksel olarak anlamlı bir farklılaşma tespit edilmemiştir ($p > 0.05$). Bu bulgular doğrultusunda, H10e hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

Tablo 6.39. Meslek durumuna göre ziyaret amaçlarının karşılaştırılmasına ilişkin ki-kare analizi

Ziyaret Amacı	Kamu da çalışan n (%)	Özel sektör n (%)	Emekli n (%)	Ev hanımı n (%)	Öğrenci n (%)	İşsiz n (%)	Esnaf n (%)	χ^2	df	P
Tarihi ve kültürel çekicilikleri görmek	51 (58,0)	40 (66,7)	8 (57,1)	11 (78,6)	58 (56,9)	3 (75,0)	7 (38,9)	7,365	6	0,288
Arkadaş ziyareti	16 (18,2)	4 (6,7)	0 (0,0)	0 (0,0)	15 (14,7)	2 (50,0)	3 (16,7)	13,399	6	0,040 *
Akraba ziyareti	8 (9,1)	2 (3,3)	3 (21,4)	3 (21,4)	6 (5,9)	0 (0,0)	1 (5,6)	10,239	6	0,115
İş nedeniyle	3 (3,4)	4 (6,7)	0 (0,0)	0 (0,0)	1 (1,0)	0 (0,0)	6 (33,3)	38,783	6	0,000 *
Gezip / eğlenmek	48 (54,5)	32 (53,3)	7 (50,0)	4 (28,6)	70 (68,6)	2 (50,0)	8 (44,4)	12,306	6	0,055
Alışveriş yapmak	14 (15,9)	5 (8,3)	1 (7,1)	1 (7,1)	13 (12,7)	0 (0,0)	2 (11,1)	3,275	6	0,890
Spor faaliyetlerine katılmak	2 (2,3)	0 (0,0)	0 (0,0)	0 (0,0)	1 (1,0)	0 (0,0)	0 (0,0)	2,551	6	0,777
Termal ve hamamlarda yararlanma	9 (10,2)	5 (8,3)	1 (7,1)	0 (0,0)	2 (2,0)	0 (0,0)	1 (5,6)	7,506	6	0,204
Medikal ve tıbbi olanaklardan yararlanma	5 (5,7)	4 (6,7)	0 (0,0)	0 (0,0)	0 (0,0)	0 (0,0)	0 (0,0)	9,648	6	0,116
Etkinliklere katılmak	14 (15,9)	6 (10,0)	0 (0,0)	2 (14,3)	13 (12,7)	0 (0,0)	2 (11,1)	3,965	6	0,775
Eğitim, kurs vb. katılmak	7 (8,0)	0 (0,0)	0 (0,0)	0 (0,0)	5 (4,9)	0 (0,0)	0 (0,0)	8,383	6	0,291
Sempozyum, kongre vb. katılmak	4 (4,5)	2 (3,3)	0 (0,0)	0 (0,0)	4 (3,9)	0 (0,0)	0 (0,0)	2,235	6	1,000
Dini nedenler	3 (3,4)	3 (5,0)	0 (0,0)	0 (0,0)	0 (0,0)	0 (0,0)	0 (0,0)	6,749	6	0,288

* $p < 0,05$ seviyesinde istatistiksel olarak anlamlıdır.

Tablo 6.40'daki analiz sonuçları, ziyaret amaçları ile gelir düzeyi arasındaki olası farklılıkları belirlemek amacıyla gerçekleştirilen Ki-Kare analizi sonuçlarını sunmaktadır. Analiz bulguları incelendiğinde; seyahat amaçları arasında yalnızca dini nedenler ($p=0,002$) boyutunda gelir grupları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir ($p < 0,05$). Bulgular detaylı olarak değerlendirildiğinde; dini gerekçelerle

gerçekleştirilen seyahatlerin yalnızca orta gelir düzeyine sahip olan 30.001–40.000 TL (%8,6) ve 40.001–50.000 TL (%6,3) gruplarında yoğunlaştığı görülmektedir. Öte yandan, istatistiksel olarak tam anlamlılık sınırına ulaşmasa da etkinliklere katılmak motivasyonunun ($p=0,068$) gelir grupları arasında dikkate değer bir eğilim gösterdiği ve yine en yüksek oranın %25,7 ile 30.001–40.000 TL orta gelir grubuna ait olduğu saptanmıştır. Bu amaçlar haricindeki diğer tüm seyahat amaçları ile gelir grupları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılaşma saptanmamıştır ($p > 0,05$). Bu bulgular, ziyaret amaçları ile gelir düzeyi arasındaki ilişkinin yalnızca belirli bir alanla sınırlı kaldığını ve destinasyonu ziyaret eden katılımcıların genel seyahat eğilimlerinde ekonomik gelirin belirleyici bir faktör olmadığını ortaya koymaktadır. Bu doğrultuda, "Ziyaretçilerin ziyaret amaçları gelir durumlarına göre farklılık göstermektedir" şeklinde kurulan (H10f) hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

Tablo 6.40. Gelir durumuna göre ziyaret amaçlarının karşılaştırılmasına ilişkin ki-kare analizi

Ziyaret Amacı	≤10.000 TL n (%)	10.001–20.000 TL n (%)	20.001–30.000 TL n (%)	30.001–40.000 TL n (%)	40.001–50.000 TL n (%)	≥50.001 TL n (%)	χ^2	df	P
Tarihi ve kültürel çekicilikleri görmek	44 (61,1)	20 (52,6)	25 (56,8)	24 (68,6)	34 (70,8)	31 (49,2)	7,464	5	0,188
Arkadaş ziyareti	10 (13,9)	7 (18,4)	4 (9,1)	5 (14,3)	6 (12,5)	8 (12,7)	1,634	5	0,897
Akraba ziyareti	5 (6,9)	5 (13,2)	2 (4,5)	1 (2,9)	4 (8,3)	6 (9,5)	3,758	5	0,585
İş nedeniyle	0 (0,0)	3 (7,9)	2 (4,5)	2 (5,7)	3 (6,3)	4 (6,3)	5,174	5	0,176
Gezip/eğlenmek	45 (62,5)	20 (52,6)	22 (50,0)	23 (65,7)	23 (47,9)	38 (60,3)	5,047	5	0,410
Alışveriş yapmak	10 (13,9)	4 (10,5)	3 (6,8)	7 (20,0)	2 (4,2)	10 (15,9)	7,245	5	0,203
Spor faaliyetlerine katılmak	0 (0,0)	1 (2,6)	0 (0,0)	1 (2,9)	0 (0,0)	1 (1,6)	4,117	5	0,340
Termal ve hamamlardan yararlanma	1 (1,4)	3 (7,9)	3 (6,8)	1 (2,9)	2 (4,2)	8 (12,7)	8,919	5	0,109
Medikal ve tıbbi olanaklardan yararlanma	0 (0,0)	1 (2,6)	3 (6,8)	3 (8,6)	1 (2,1)	1 (1,6)	8,753	5	0,66
Etkinliklere katılmak	7 (9,7)	6 (15,8)	4 (9,1)	9 (25,7)	2 (4,2)	9 (14,3)	10,281	5	0,068
Eğitim, kurs vb. katılmak	3 (4,2)	1 (2,6)	1 (2,3)	2 (5,7)	0 (0,0)	5 (7,9)	5,343	5	0,380
Sempozyum, kongre vb. katılmak	3 (4,2)	1 (2,6)	1 (2,3)	1 (2,9)	1 (2,1)	3 (4,8)	1,023	5	0,980
Dini nedenler	0 (0,0)	0 (0,0)	0 (0,0)	3 (8,6)	3 (6,3)	0 (0,0)	16,563	5	0,002*

* $p < 0,05$ seviyesinde istatistiksel olarak anlamlıdır.

Tablo 6.41'deki analiz sonuçları, cinsiyet ile ziyaret edilen yerler arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktadır. Cinsiyet ile ziyaret edilen yerler arasındaki ilişki incelendiğinde, yalnızca müze ziyaretleri açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunduğu görülmektedir ($p = 0,002$). Kadın ziyaretçilerin müze ziyaret etme oranlarının erkek ziyaretçilere göre daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Buna karşılık tarihi yapılar, dini yapılar, sergi ve sanatsal etkinlikler, temalı parklar, kongre ve konferans alanları, hamam/termal tesisler, hastaneler, gece kulüpleri/barlar, alışveriş merkezleri, festivaller ve konserler gibi diğer ziyaret türlerinde cinsiyete göre anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ($p > 0,05$). Bu bulgular doğrultusunda H11a hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

Tablo 6.41. Cinsiyete göre ziyaret edilen yerlerin karşılaştırılmasına ilişkin ki-kare analizi

Ziyaret Edilen Yerler	Kadın (n)	Kadın (%)	Erkek (n)	Erkek (%)	χ^2	df	p
Müzeler	128	73,1	70	56,0	9,549	1	0,002*
Tarihi yapılar	112	64,0	76	60,8	0,319	1	0,572
Dini yapılar	15	8,6	15	12,0	0,952	1	0,329
Sergi ve sanatsal etkinlikler	40	22,9	26	20,8	0,180	1	0,672
Temalı Parklar (Sazova vb.)	107	61,1	74	59,2	0,115	1	0,735
Kongre merkezleri ve konferans salonları	6	3,4	5	4,0	0,067	1	0,795
Hamamlar/Termal tesisler	9	5,1	9	7,2	0,547	1	0,459
Hastaneler	7	4,0	2	1,6	1,443	1	0,313
Gece kulüpleri/Barlar	22	12,6	23	18,4	1,943	1	0,163
AVM'ler	53	30,3	37	29,6	0,016	1	0,898
Festivaller	25	14,3	19	15,2	0,049	1	0,825
Konserler	13	7,4	5	4,0	1,520	1	0,218

* $p < 0,05$ seviyesinde istatistiksel olarak anlamlıdır.

Yapılan ki-kare testine göre medeni durum, bireylerin bazı ziyaret tercihleri üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir. Bekar bireylerin kongre/konferans ($p = 0,030$), AVM ($p = 0,000$) ve konser ($p = 0,008$) ziyaretlerine katılım oranları, evli bireylerden daha yüksektir. Kongre/konferans ziyaretleri bilgi edinme veya mesleki/akademik amaçları yansıtırken, AVM ve konser ziyaretleri bireylerin alışveriş ve eğlence tercihlerini ortaya koymaktadır. Buna

karşılık müze, tarihi yapı, dini yapı, sergi/sanat, temalı park, hamam, hastane, bar ve festival ziyaretlerinde medeni durum ile katılım arasında anlamlı bir fark bulunmamaktadır. Genel olarak, bulgular medeni durumun bilgi edinme, eğlence ve tüketim odaklı etkinliklerde katılım üzerinde etkili olduğunu, kültürel ve rutin ziyaretlerde ise anlamlı bir etkisinin bulunmadığını ortaya koymaktadır (Tablo 6.42). Bu kapsamda, H11b hipotezi kısmen kabul edilmiştir; bazı ziyaret edilen yerlerin medeni durum ile ilişkili olduğu, ancak çoğunda belirgin bir farkın bulunmadığı görülmektedir

Tablo 6.42. Medeni duruma göre ziyaret edilen yerlerin karşılaştırılmasına ilişkin ki-kare analizi

Ziyaret Edilen Yerler	Bekar (n)	Bekar (%)	Evli (n)	Evli (%)	χ^2	df	p
Müzeler	121	68,0	77	63,1	0,763	1	0,382
Tarihi yapılar	109	61,2	79	64,8	0,383	1	0,536
Dini yapılar	18	10,1	12	9,8	0,006	1	0,938
Sergi ve sanatsal etkinlikler	39	21,9	27	22,1	0,002	1	0,964
Temalı Parklar (Sazova vb.)	104	58,4	77	63,1	0,665	1	0,415
Kongre merkezleri ve konferans salonları	10	5,6	1	0,8	4,718	1	0,031*
Hamamlar/Termal tesisler	9	5,1	9	7,4	0,691	1	0,406
Hastaneler	4	2,2	5	4,1	0,852	1	0,494
Eğlence/Gece hayatı	27	15,2	18	14,8	0,010	1	0,921
AVM'ler	71	39,9	19	15,6	20,377	1	0,000*
Festivaller	24	13,5	20	16,4	0,490	1	0,484
Konserler	16	9,0	2	1,6	6,932	1	0,008*

* $p < 0,05$ seviyesinde istatistiksel olarak anlamlıdır.

Yapılan ki-kare testine göre yaş, bireylerin ziyaret tercihlerini bazı alanlarda anlamlı şekilde etkilemektedir. Tablo 6.43'e göre 18–30 yaş grubundaki katılımcıların müze ($p=0,002$), tarihi yapı ($p=0,012$), sergi ve sanatsal etkinlik ($p=0,014$) ile AVM ($p=0,029$) ziyaretlerine beklenenden daha yüksek katılım gösterdiği belirlenmiştir. Hamam ve termal tesis ziyaretlerinde ($p=0,008$) 31–40 ve 51–60 yaş gruplarının, eğlence ve gece hayatı ziyaretlerinde ise ($p < 0,001$) 60 yaş ve üzeri grubun beklenenden daha yüksek katılım gösterdiği saptanmıştır. Buna karşılık diğer ziyaret yerleri ile yaş arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmamıştır. (Tablo 6.43). Bu bulgular doğrultusunda H11c hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

Tablo 6.43. Yaş durumuna göre ziyaret edilen yerlerin karşılaştırılmasına ilişkin ki-kare analizi

Ziyaret Edilen Yerler	18-30 n (%)	31-40 n (%)	41-50 n (%)	51-60 n (%)	60+ n (%)	χ^2	df	p
Müzeler	135 (72,6)	31 (51,7)	13 (50,0)	8 (50,0)	11 (91,7)	17,397	4	0,002*
Tarihi yapılar	125 (67,2)	30 (50,0)	15 (57,7)	7 (43,8)	11 (91,7)	12,788	4	0,012*
Dini yapılar	22 (11,8)	5 (8,3)	2 (7,7)	0 (0,0)	1 (8,3)	2,844	4	0,584
Sergi ve sanatsal etkinlikler	53 (28,5)	7 (11,7)	3 (11,5)	1 (6,3)	2 (16,7)	12,476	4	0,014*
Temalı Parklar (Sazova vb.)	114 (61,3)	29 (48,3)	16 (61,5)	12 (75,0)	10 (83,3)	7,788	4	0,100
Kongre merkezleri ve konferans salonları	10 (5,4)	1 (1,7)	0 (0,0)	0 (0,0)	0 (0,0)	4,274	4	0,370
Hamamlar/Termal tesisler	5 (2,7)	7 (11,7)	3 (11,5)	3 (18,8)	0 (0,0)	13,825	4	0,008*
Hastaneler	5 (2,7)	2 (3,3)	1 (3,8)	1 (6,3)	0 (0,0)	1,101	4	0,894
Eğlence/Gece hayatı	26 (14,0)	6 (10,0)	3 (11,5)	1 (6,3)	9 (75,0)	36,416	4	0,000*
AVM'ler	66 (35,5)	13 (21,7)	8 (30,8)	3 (18,8)	0 (0,0)	10,762	4	0,029*
Festivaller	30 (16,1)	9 (15,0)	4 (15,4)	1 (6,3)	0 (0,0)	3,302	4	0,509
Konserler	13 (7,0)	4 (6,7)	0 (0,0)	1 (6,3)	0 (0,0)	2,797	4	0,592

* $p < 0,05$ seviyesinde istatistiksel olarak anlamlıdır.

Tablo incelendiğinde, eğitim düzeyi ile ziyaret türleri arasında bazı anlamlı ilişkiler gözlenmektedir. Analiz sonuçlarına göre müze ziyaretleri açısından, ön lisans/lisans düzeylerinin diğer eğitim gruplarına kıyasla daha yüksek oranda müzeyi tercih ettikleri tespit edilmiştir ($p = 0,010$). Sergi ve sanat etkinliklerinde ise ön lisans/lisans düzeylerinin diğer gruplara göre daha yoğun katılım gösterdiği belirlenmiştir ($p = 0,048$). Ayrıca eğlence/gece hayatı ziyaretleri ile eğitim düzeyi arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Nitekim lisansüstü eğitim alan katılımcılar barları diğer gruplara kıyasla daha sık tercih etmiştir ($p = 0,039$). Öte yandan diğer ziyaret türlerinde (tarihi yapılar, dini yapılar, temalı parklar, kongre/konferans, hamam, AVM, festival, konser) eğitim düzeyi ile anlamlı bir ilişki gözlenmemiştir ($p > 0,05$).

Bu bulgular, kültürel ve sosyal etkinliklere katılımın eğitim düzeyine bağlı olarak farklılık gösterdiğini ortaya koymaktadır; özellikle yüksek eğitim seviyesine sahip bireylerin müze ve sanat etkinliklerine daha fazla yöneldiği, lisansüstü grubun ise sosyal mekânlara

(eğlence/gece hayatı) daha fazla katılım gösterdiği söylenebilir (Tablo 6.44). Bu bulgular doğrultusunda H11d hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

Tablo 6.44. Eğitim durumuna göre ziyaret edilen yerlerin karşılaştırılmasına ilişkin ki-kare analizi

Ziyaret Edilen Yerler	İlköğretim n (%)	Lise n (%)	Ön Lisans/Lisans n (%)	Lisansüstü n (%)	χ^2	df	p
Müzeler	4 (36,4)	27(67,5)	155 (69,8)	12 (44,4)	11,380	3	0,010*
Tarihi yapılar	6 (54,5)	25(62,5)	145 (65,3)	12 (44,4)	4,808	3	0,186
Dini yapılar	1 (9,1)	4 (10,0)	21 (9,5)	4 (14,8)	0,778	3	0,855
Sergi ve sanatsal etkinlikler	1 (9,1)	3 (7,5)	57 (25,7)	5 (18,5)	7,908	3	0,048*
Temalı Parklar (Sazova vb.)	6 (54,5)	25(62,5)	136 (61,3)	14 (51,9)	1,124	3	0,771
Kongre merkezleri ve konferans salonları	0 (0,0)	0 (0,0)	8 (3,6)	3 (11,1)	6,180	3	0,103
Hamamlar/Termal tesisler	0 (0,0)	4 (10,0)	12 (5,4)	2 (7,4)	2,071	3	0,558
Hastaneler	0 (0,0)	3 (7,5)	6 (2,7)	0 (0,0)	4,026	3	0,259
Eğlence/Gece hayatı	1 (9,1)	4 (10,0)	31 (14,0)	9 (33,3)	8,390	3	0,039*
AVM'ler	3 (27,3)	10(25,0)	69 (31,1)	8 (29,6)	0,640	3	0,887
Festivaller	1 (9,1)	4 (10,0)	33 (14,9)	6 (22,2)	2,208	3	0,530
Konserler	0 (0,0)	2 (5,0)	13 (5,9)	3 (11,1)	2,032	3	0,566

* $p < 0,05$ seviyesinde istatistiksel olarak anlamlıdır.

Tablo 6.45'teki bulgulara göre ziyaret edilen yerlerin mesleğe göre farklılık gösterip göstermediği incelendiğinde, bazı ziyaret türlerinde istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar olduğu görülmektedir. Buna göre müze ziyaretleri ($p=0.000$) açısından meslek grupları arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Benzer şekilde eğlence/gece hayatı ($p=0.014$) açısından da meslek grupları arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Ayrıca alışveriş merkezleri (AVM'ler) ($p=0.008$) açısından da meslek grupları arasında anlamlı bir farklılık söz konusudur. AVM ziyaret oranının özellikle öğrenciler (%41,2) ve esnaflar (%33,3) arasında daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Buna karşılık tarihi yapılar, dini yapılar, sergi ve sanatsal etkinlikler, temalı parklar, kongre ve konferans alanları, hamam/termal tesisler, hastaneler, festivaller ve konserler gibi diğer ziyaret türlerinde mesleğe göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ($p>0.05$). Bu nedenle H11e hipotezi kısmen kabul edilmiştir (Tablo 6.45).

Tablo 6.45. Meslek durumuna göre ziyaret edilen yerlerin karşılaştırılmasına ilişkin ki-kare analizi

Ziyaret Edilen Yerler	Kamu da çalışan n (%)	Özel sektör n (%)	Emekli n (%)	Ev hanımı n (%)	Öğrenci n (%)	İşsiz n (%)	Esnaf n (%)	χ^2	df	p
Müzeler	40 (45,5)	44 (73,3)	11 (78,6)	8 (57,1)	80 (78,4)	4 (100,0)	11 (61,1)	28,744	6	0,000*
Tarihi yapılar	44 (50,0)	39 (65,0)	9 (64,3)	10 (71,4)	71 (69,6)	4 (100,0)	11 (61,1)	11,152	6	0,084
Dini yapılar	8 (9,1)	7 (11,7)	1 (7,1)	4 (28,6)	7 (6,9)	1 (25,0)	2 (11,1)	7,898	6	0,194
Sergi ve sanatsal etkinlikler	15 (17,0)	15 (25,0)	2 (14,3)	1 (7,1)	30 (29,4)	0 (0,0)	3 (16,7)	8,552	6	0,272
Temalı parklar (Sazova vb.)	44 (50,0)	35 (58,3)	12 (85,7)	8 (57,1)	66 (64,7)	3 (75,0)	13 (72,2)	10,092	6	0,121
Kongre merkezleri ve konferans salonları	2 (2,3)	3 (5,0)	0 (0,0)	0 (0,0)	6 (5,9)	0 (0,0)	0 (0,0)	4,107	6	0,808
Hamam/Termal tesisler	9 (10,2)	5 (8,3)	1 (7,1)	0 (0,0)	2 (2,0)	0 (0,0)	1 (5,6)	7,506	6	0,204
Hastaneler	6 (6,8)	3 (5,0)	0 (0,0)	0 (0,0)	0 (0,0)	0 (0,0)	0 (0,0)	9,934	6	0,114
Eğlence/Gece hayatı	15 (17,0)	7 (11,7)	7 (50,0)	0 (0,0)	12 (11,8)	1 (25,0)	3 (16,7)	17,924	6	0,014*
AVM'ler	28 (31,8)	10 (16,7)	1 (7,1)	2 (14,3)	42 (41,2)	1 (25,0)	6 (33,3)	16,557	6	0,008*
Festivaller	15 (17,0)	14 (23,3)	0 (0,0)	1 (7,1)	13 (12,7)	0 (0,0)	1 (5,6)	9,221	6	0,234
Konserler	7 (8,0)	2 (3,3)	0 (0,0)	0 (0,0)	8 (7,8)	0 (0,0)	1 (5,6)	4,016	6	0,675

* $p < 0,05$ seviyesinde istatistiksel olarak anlamlıdır.

Tablo 6.46 incelendiğinde, gelir düzeyine göre ziyaret edilen mekânlar arasında bazı farklılıkların anlamlı olduğu görülmektedir. Özellikle müze ziyaretleri ($p = 0,001$) düşük ve yüksek gelir gruplarında daha yoğun iken, eğlence/gece hayatı ($p = 0,007$) yüksek gelir grubunda belirgin şekilde daha sık tercih edilmektedir. Hastaneler ($p = 0,018$) ise orta gelir gruplarında daha fazla ziyaret edilmektedir. Diğer ziyaret türleriyle ise gelir grubu arasında anlamlı bir ilişki olmadığı tespit edilmiştir ($p > 0,05$). Bu durumda H11 f hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

Tablo 6.46. Gelir durumuna göre ziyaret edilen yerlerin karşılaştırılmasına ilişkin ki-kare analizi

Ziyaret Edilen Yerler	≤10.000 n (%)	10.00- 20.000 n (%)	20.00- 30.000 n (%)	30.001- 40.000 n (%)	40.001- 50.000 n (%)	≥50.000 n (%)	χ^2	df	p
Müzeler	61 (84,7)	20 (52,6)	30 (68,2)	20 (57,1)	25 (52,1)	42 (66,7)	19,745	5	0,001*
Tarihi yapılar	52 (72,2)	22 (57,9)	27 (61,4)	21 (60,0)	29 (60,4)	37 (58,7)	3,839	5	0,573
Dini yapılar	6 (8,3)	3 (7,9)	6 (13,6)	3 (8,6)	8 (16,7)	4 (6,3)	4,439	5	0,520
Sergi ve sanatsal etkinlikler	15 (20,8)	11 (28,9)	13 (29,5)	4 (11,4)	8 (16,7)	15 (23,8)	5,781	5	0,328
Temalı Parklar (Sazova vb.)	48 (66,7)	23 (60,5)	27 (61,4)	18 (51,4)	30 (62,5)	35 (55,6)	3,082	5	0,687
Kongre merkezleri ve konferans salonları	3 (4,2)	1 (2,6)	2 (4,5)	3 (8,6)	1 (2,1)	1 (1,6)	3,758	5	0,610
Hamamlar/Term al tesisler	1 (1,4)	3 (7,9)	3 (6,8)	1 (2,9)	2 (4,2)	8 (12,7)	8,919	5	0,109
Hastaneler	0 (0,0)	1 (2,6)	3 (6,8)	3 (8,6)	2 (4,2)	0 (0,0)	10,355	5	0,018*
Eğlence/Gece hayatı	6 (8,3)	6 (15,8)	4 (9,1)	5 (14,3)	5 (10,4)	19 (30,2)	15,892	5	0,007*
AVM'ler	28 (38,9)	14 (36,8)	10 (22,7)	12 (34,3)	11 (22,9)	15 (23,8)	7,267	5	0,202
Festivaller	10 (13,9)	5 (13,2)	9 (20,5)	6 (17,1)	7 (14,6)	7 (11,1)	2,090	5	0,837
Konserler	6 (8,3)	1 (2,6)	1 (2,3)	4 (11,4)	3 (6,3)	3 (4,8)	4,549	5	0,473

* $p < 0,05$ seviyesinde istatistiksel olarak anlamlıdır.

6.1.2.5. Memnuniyet ve Öneriler

Çalışma açısından bir diğer önemli bulgu Eskişehir'deki turizm sorunlarının belirlenmesidir. Bu bağlamda Eskişehir'de turizme ilişkin sorunların durumuna bakıldığında katılımcıların %32'sinin herhangi bir sorun belirtmemesi, genel memnuniyet düzeyinin belirli ölçüde yüksek olduğunu göstermekle birlikte, geri kalan katılımcıların belirttiği sorunlar şehrsel turizm altyapısının geliştirilmesi gereken yönlerine dikkat çekmektedir. En fazla ifade edilen sorunların trafik ve park alanı yetersizliği (%19,7) ile tuvalet eksikliği (%19,3) gibi temel şehrsel altyapı unsurlarına ilişkin olduğu görülmektedir. Bu bulgu, ziyaretçi yoğunluğunun arttığı dönemlerde mevcut altyapının talebi karşılamakta zorlandığını göstermektedir. Fiyatların yüksekliği (%13,3), şehir içi ulaşımın yetersizliği (%12,3), yönlendirme tabelaları

(%11,7), oturma ve dinlenme alanları (%11,3) ve konaklama imkânları (%10) gibi ziyaretçi deneyimini etkileyen unsurların yetersiz bulunması, hizmet altyapısının güçlendirilmesi gerektiğine işaret etmektedir (Tablo 6.47).

Tablo 6.47. Katılımcılara göre Eskişehir’deki turizm sorunları

Sorunlar	Frekans (N)	Yüzde (%)
Bir sorun görmüyorum	93	32,0
Trafik sorunu ve park alanlarının yetersizliği	59	19,7
Tuvaletlerin yetersizliği	58	19,3
Fiyatların pahalılığı	40	13,3
Şehir içi ulaşımın yetersizliği	37	12,3
Yönlendirme ve bilgilendirme tabelalarının yetersizliği	35	11,7
Oturma ve dinlenme alanlarının yetersizliği	34	11,3
Konaklama imkanlarının yetersizliği	30	10,0
Yeme-içme tesislerinin yetersizliği	24	8,0
Turizm danışma bürolarının yetersizliği	20	6,7
Şehirlerarası ulaşımın yetersizliği	19	6,3
Açık ve yeşil alanların yetersizliği	16	5,3
Alışveriş olanaklarının yetersizliği	13	4,3
Hediyelik eşya dükkanlarının yetersizliği	12	4,0
Yerel halkın ziyaretçilere olan tutumu	12	4,0

Ziyaretçilerin Eskişehir ziyaretine ilişkin genel memnuniyet düzeyi çalışma açısından önemli bir bulgudur. Katılımcıların %96’sı şehri ziyaret etmekten memnun olduğunu belirtirken, yalnızca %4’ü memnun olmadığını ifade etmiştir. Bu bulgu, Eskişehir’in ziyaretçilerin genel beklentilerini büyük ölçüde karşılayan ve olumlu bir destinasyon deneyimi sunan bir kent olarak değerlendirildiğini ortaya koymaktadır. Her ne kadar önceki bulgularda çeşitli şehrsel ve turizmle ilişkili unsurlara yönelik eksiklikler dile getirilmiş olsa da bu eksikliklerin ziyaretçilerin genel memnuniyet düzeyini önemli ölçüde etkilemediği anlaşılmaktadır. Bu durum, Eskişehir’in sahip olduğu şehrsel atmosfer, kültürel çekicilikler ve genel ziyaret deneyiminin, algılanan altyapı eksikliklerine rağmen yüksek düzeyde ziyaretçi memnuniyeti oluşturduğunu göstermektedir (Tablo 6.48).

Tablo 6.48. Ankete katılan ziyaretçilerin gerçekleştirdikleri Eskişehir ziyaretine ilişkin memnuniyet durumu

Memnuniyet Durumu	Frekans (N)	Yüzde (%)
Memnunum	288	96,0
Memnun değilim	12	4,0
Toplam	300	100

Katılımcıların yerel halkın tutum ve davranışlarına ilişkin memnuniyet düzeyi oldukça yüksektir. Verilere göre ziyaretçilerin %94'ü yerel halkın tutum ve davranışlarından memnun olduğunu belirtirken, yalnızca %6'sı memnun olmadığını ifade etmiştir. Bu bulgu, Eskişehir'de ziyaretçiler ile yerel halk arasındaki etkileşimin olumlu değerlendirildiğini ve misafirperverliğin destinasyon deneyiminde önemli bir yer tuttuğunu göstermektedir. Yerel halkın tutumuna yönelik yüksek memnuniyet ile genel memnuniyet düzeyinin (%96) birlikte değerlendirilmesi, ziyaretçi memnuniyetinin yalnızca fiziksel ve kültürel unsurlardan değil, sosyal etkileşimden de etkilendiğini ortaya koymaktadır. (Tablo 6.49).

Tablo 6.49. Ziyaretçilerin yerel halkın tutumuna ilişkin memnuniyet durumu

Yerel Halkın Tutumuna İlişkin Memnuniyet Durumu	Frekans (N)	Yüzde (%)
Memnunum	282	94,0
Memnun değilim	18	6,0
Toplam	300	100

Katılımcıların %66,0'sı Eskişehir'i tekrar ziyaret etmeyi düşündüğünü belirtirken, %34,0'ü tekrar ziyaret etmeyi düşünmediğini ifade etmiştir. Genel memnuniyet oranının (%96,0) çok yüksek olmasına karşın, katılımcıların %34,0'ünün şehri tekrar ziyaret etmeyi düşünmemesi dikkat çekici bir bulgudur. Bu durum, Eskişehir'in bazı ziyaretçiler nezdinde 'bir kez deneyimlenip tüketilen' (günübirlik/hafta sonu odaklı) bir destinasyon algısına sahip olduğunu göstermektedir (Tablo 6.50).

Tablo 6.50. Ziyaretçilerin Eskişehir'i tekrar ziyaret etme niyeti

Tekrar ziyaret düşüncesi	Frekans (N)	Yüzde (%)
Tekrar ziyaret edeceğim	198	66,0
Tekrar ziyaret etmeyeceğim	102	34,0
Toplam	300	100

Ziyaretçilerin Eskişehir'i tavsiye etme oranının (%96,3) oldukça yüksek olması, kentin ziyaretçiler üzerinde güçlü ve olumlu bir izlenim bıraktığını göstermektedir. Bu bulgu, Eskişehir'in ağızdan ağıza iletişim yoluyla yeni ziyaretçi çekme potansiyelinin güçlü olduğuna işaret etmektedir. Buna karşın, tekrar ziyaret etme niyetinin %66,0 düzeyinde kalması, tavsiye etme davranışı ile tekrar ziyaret niyeti arasında belirgin bir farklılaşma olduğunu göstermektedir. Bu bulgular birlikte değerlendirildiğinde, Eskişehir'in özellikle ilk kez gelen ziyaretçiler üzerinde güçlü bir tavsiye edilebilir imaj oluşturduğu, ancak tekrar ziyaret niyetinin daha sınırlı kaldığı görülmektedir. Bu durum, ziyaret deneyiminin büyük ölçüde kısa süreli ve tek seferlik ziyaretlere dayandığını göstermektedir (Tablo 6.51).

Tablo 6.51. Ziyaretçilerin Eskişehir’i ziyaret etmeyi tavsiye etme durumu

Tavsiye Etme Durumu	Frekans (N)	Yüzde (%)
Tavsiye edeceğim	289	96,3
Tavsiye etmeyeceğim	11	3,7
Toplam	300	100

6.2. Nitel Bulgular

Bu bölümde, Eskişehir’deki şehir turizmine ilişkin yerel yönetim temsilcileri ile işletmecilerin görüşlerini ortaya koymak amacıyla gerçekleştirilen nitel analizlerden elde edilen bulgular sunulmaktadır. Ayrıca, önceki bölümde yerel halk anketlerinden elde edilen nicel bulgularla bu nitel görüşler karşılaştırılarak değerlendirilecektir. Böylece, şehir turizmine ilişkin görüşler çok yönlü bir bakış açısıyla analiz edilecektir.

6.2.1. Yerel Yönetimlere Ait Tanımlayıcı Bilgiler

Çalışma kapsamında yerel yönetimlerle 8 görüşme gerçekleştirilmiştir. Bu görüşmelerin 2’si Eskişehir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü ile, 2’si muhtarla, 2’si Odunpazarı Belediyesi ile, 2’si Tepebaşı Belediyesi ile yapılmıştır. Nitekim yerel yönetim katılımcıları farklı kurumlarından 2’şer kişi olarak seçilmiştir. Görüşme yapılan katılımcılar 7 erkek, 1 kadından oluşmaktadır (Tablo 6.52).

Tablo 6.52. Yerel yönetim temsilcilerinin demografik ve kurumsal özellikleri

Katılımcı Kodu	Cinsiyet	Kurum / Görev Kapsamı
K1	Erkek	Muhtar
K2	Erkek	Muhtar
K3	Erkek	İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü
K4	Erkek	İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü
K5	Kadın	Tepebaşı Belediyesi
K6	Erkek	Tepebaşı Belediyesi
K7	Erkek	Odunpazarı Belediyesi
K8	Erkek	Odunpazarı Belediyesi

6.2.2. İşletmelere ve Katılımcılara Ait Tanımlayıcı Bilgiler

Çalışma kapsamında, belirlenen sektörlerde faaliyet gösteren 12 işletmeci ile yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılarak mülakatlar gerçekleştirilmiştir. Görüşme yapılan işletmelerin sektörlere göre dağılımı eşit olup 3’ü konaklama tesisleri, 3’ü hediyelik eşya dükkânları, 3’ü lokanta ve restoranlar ile 3’ü kafe ve bar işletmelerinden oluşmaktadır.

Katılımcıların 7'si erkek, 5'i kadındır. Eğitim düzeyleri incelendiğinde, 7 katılımcının üniversite, 5 katılımcının ise lise mezunu olduğu görülmektedir. Aylık gelirleri 18.000 TL ile 50.000 TL arasında değişmektedir. Katılımcıların çoğunun Eskişehirli olduğu belirlenmiştir. Dışarıdan gelenlerin ise (Afyonkarahisar, Kastamonu, Kırşehir) Eskişehir'de ikamet süreleri 1-10 yıl arasında değişmektedir. Bu durum Eskişehir turizm ve hizmet sektörünün az da olsa göç alan bir yapıya sahip olduğunu göstermektedir (Tablo 6.53).

Tablo 6.53. İşletmecilere ait bilgiler

Katılımcı	Cinsiyet	Yaş	İş Kapsamı	Eğitim Durumu	Gelir (TL)	Nereli	Eskişehir'de ikamet süresi (Yıl)
K9	Erkek	35	Kafe-bar	Üniversite	50.000	Eskişehir	35
K10	Erkek	32	Kafe-bar	Üniversite	25.000	Eskişehir	32
K11	Kadın	37	Kafe-bar	Üniversite	30.000	Eskişehir	37
K12	Kadın	38	Konaklama	Üniversite	40.000	Afyonkarahisar	10
K13	Erkek	24	Konaklama	Üniversite	50.000	Kastamonu	1
K14	Erkek	34	Konaklama	Lise	45.000	Eskişehir	34
K15	Kadın	41	Hediyelik eşya	Lise	20.000	Eskişehir	41
K16	Erkek	64	Hediyelik eşya	Üniversite	18.000	Eskişehir	64
K17	Kadın	43	Hediyelik eşya	Lise	24.000	Eskişehir	43
K18	Kadın	52	Lokanta- restoran	Lise	40.000	Eskişehir	45
K19	Erkek	47	Lokanta- restoran	Lise	45.000	Eskişehir	47
K20	Erkek	31	Lokanta- restoran	Üniversite	25.000	Kırşehir	7

Araştırmada görüşülen işletmelere ilişkin tanımlayıcı bulgular Tablo 6.54'te gösterilmiştir. Bu tablo Eskişehir'de turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin yapısal özelliklerini ve sektörel dinamiklerini ortaya koymaktadır. Görüşmeler, Odunpazarı ilçesine bağlı Orta, Paşa, Deliklitaş, Arifiye, İstiklal, Kurtuluş ve Şarkıye mahalleleri ile Tepebaşı ilçesine bağlı Işıklar, Eskibağlar, Hoşnudiye, Yenibağlar ve Güllük mahallelerinde gerçekleştirilmiştir. Bunun temel nedeni, bu mahallelerin Eskişehir'de turizm, hizmet ve ticaret faaliyetlerinin en yoğun biçimde yürütüldüğü bölgeler olmasıdır. Odunpazarı'ndaki mahalleler kentin tarihi dokusunu, turistik çekim alanlarını ve geleneksel esnaf yapısını barındırdığı için

özellikle konaklama ve turizme yönelik işletmeler burada yoğunlaşmaktadır. Tepebaşı'ndaki mahalleler ise üniversiteye yakınlığı, genç nüfusun fazlalığı ve modern ticari yaşamın merkezi olması nedeniyle kafe, restoran ve çeşitli hizmet işletmelerinin en fazla bulunduğu bölgeler olarak öne çıkmaktadır. Bu nedenle görüşmeler, Eskişehir'de hizmet ve turizm sektörünü en iyi temsil eden ve sektörün dinamiklerini en görünür şekilde yansıtan bu mahallelerde yapılmıştır.

Katılımcıların işletmedeki pozisyonlarına bakıldığında, %41,7'sinin iş yeri sahibi, %58,3'ünün ise ücretli çalışan olduğu görülmektedir. İş yerlerinin açılış yıllarına bakıldığında, işletmelerin yaklaşık yarısının (%41,7) 2011–2020 arasında kurulduğu görülmektedir. Bu dönem, Eskişehir'de turizmin geliştiği, yeni girişimlerin arttığı döneme denk gelmektedir. Bu nedenle ilgili zaman aralığında işletme açılışlarının yoğunlaşması, şehrin turizm sektöründe cazip bir yatırım alanı hâline geldiğine işaret etmektedir. Ayrıca 2020 yılı sonrasında ise açılan işletmelerin oranı %25'tir. Katılımcıların işletmedeki çalışma süreleri değerlendirildiğinde, %41,7'sinin 5–15 yıl arası deneyime sahip olduğu görülmektedir. Bu bulgu, işletmelerde orta düzey deneyim sahibi çalışanların ağırlıkta olduğunu göstermektedir. %33,3'ünün 5 yıldan az, %25'inin 15 yıldan fazla deneyime sahip olduğu görülmektedir. Bu durum, çalışmada ulaşılan sonuçların sahaya hâkim, deneyimli kişiler tarafından aktarıldığını ve elde edilen verilerin güvenilir ve temsil gücü yüksek olduğunu ortaya koymaktadır. İşletmelerin büyük çoğunluğunun (%83,3) özel mülkiyet altında faaliyet göstermesi, turizm sektörünün ağırlıklı olarak özel girişimcilik ile yürüdüğünü göstermektedir; kamu işletmeleri ise oldukça sınırlı (%16,7) bir paya sahiptir. İşletmelerin faaliyet sürelerine bakıldığında, %91,7'sinin yıl boyunca kesintisiz hizmet vermesi, bölgedeki turizm talebinin mevsimsel dalgalanmalara kıyasla daha dengeli ve süreklilik arz eden bir yapıya sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Bunun aksine yalnızca %8,3'lük bir kesim mevsimlik/sezonluk çalışmaktadır. Katılımcıların turizme ilişkin eğitim durumuna bakıldığında, yalnızca %8,3'ünün turizm alanında eğitim almış olması dikkat çekicidir; büyük çoğunluğun (%91,7) turizm eğitimi olmaması, sektörün büyük ölçüde uygulamalı deneyim ve saha bilgisine dayandığını göstermektedir. Bu durum, işletmelerin insan kaynağı açısından formal eğitimden ziyade deneyim ve pratik bilgiye dayalı bir yapı sergilediğini ortaya koymaktadır. İşletmelerin en fazla gelir elde ettikleri günlere bakıldığında işletmelerin büyük kısmı (%83,3) hafta sonlarında daha fazla gelir elde ettiklerini belirtmiştir. Hafta içi gelir elde edenlerin oranı ise %16,7'de kalmaktadır. Bu durum Eskişehir'in özellikle yakın çevre metropollerden (Ankara, İstanbul vb.) YHT ve karayolu ile gelen, kısa süreli ve hafta sonu odaklı seyahatler için bir çekim merkezi olduğunu doğrulamaktadır. Sektörel gelirlerin hafta sonuna yığılması, destinasyondaki ziyaretçi profilinin ağırlıklı olarak günübirlik

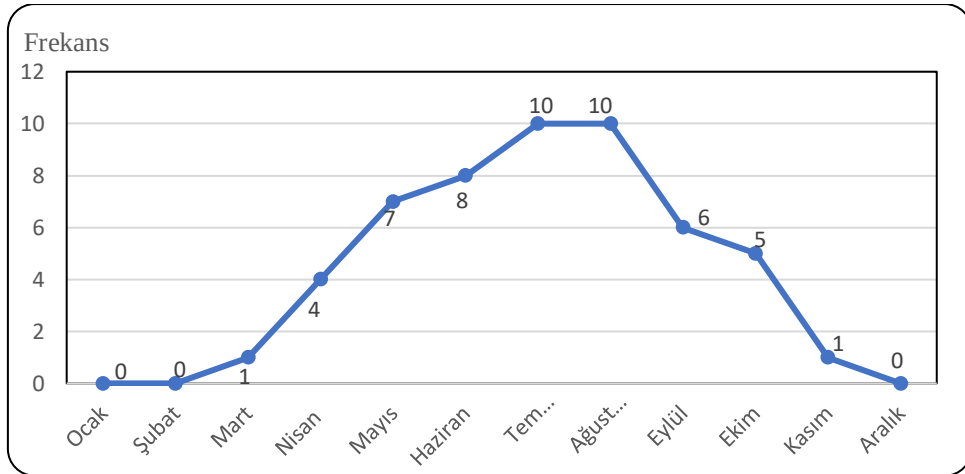
veya tek gecelik kısa konaklama sürelerine sahip kitlelerden oluştuğunun yapısal bir göstergesidir.

Tablo 6.54. İşletmelerin karakteristikleri

İşletmelerin Tanımlayıcı Özellikleri	Frekans (n)	%
İşletmedeki pozisyon		
İş yeri sahibi	5	41,7
Ücretli Çalışan	7	58,3
Toplam	12	100
İş yerinin açılma tarihi		
2001-2010	4	33,3
2011-2020	5	41,7
2020-2025	3	25,0
Toplam	12	100
Kaç yıldır işletmede çalıştığı		
15 yıldan fazla	3	25,0
15-5 yıl	5	41,7
5 yıldan az	4	33,3
Toplam	12	100
İşletmenin mülkiyet yapısı		
Özel	10	83,3
Kamu	2	16,7
Toplam	12	100
İşletmenin faaliyet süresi		
Devamlı	11	91,7
Mevsimlik /sezonluk	1	8,3
Toplam	12	100
Turizme ilişkin eğitim		
Evet	1	8,3
Hayır	11	91,7
Toplam	12	100
En fazla gelir elde edilen günler		
Hafta içi	2	16,7
Hafta sonu	10	83,3
Toplam	12	100

İşletmecilerin turizmden en fazla gelir elde ettikleri dönemlerin aylık dağılımı incelendiğinde, nisan ve mayıs aylarından itibaren şehrsel turizm hareketliliğinin kademeli olarak yükselişe geçtiği görülmektedir. Her ne kadar Eskişehir, şehir turizmi ve kültür turları açısından özellikle ilkbahar (nisan-mayıs) ile sonbahar (eylül-ekim) dönemlerinde yoğun

ziyaretçi çeken bir destinasyon olarak öne çıksa da mülakat bulgularında işletmecilerin en yüksek gelirlerini temmuz ve ağustos aylarında elde ettiklerini belirtmeleri dikkat çekici bir sonuçtur. Bu durum, turizm işletmelerinin gelir düzeyinin yalnızca ziyaretçi sayısıyla açıklanamayacağını; ziyaretçilerin harcama eğilimleri, konaklama süreleri ve turistik hizmet tüketim düzeyleri gibi ekonomik unsurların da gelir üzerinde belirleyici olduğunu göstermektedir. Katılımcı beyanları doğrultusunda, yaz döneminde okul tatili ve yıllık izinlerin etkisiyle artan yerli turist hareketliliğinin yanı sıra, yurt dışında yaşayan vatandaşların (gurbetçilerin) yaz aylarında gerçekleştirdikleri ziyaretler, düğün ve akraba ziyareti amaçlı seyahatler ile Eskişehir'in yaz tatili güzergâhlarında kısa süreli konaklama veya mola noktası olarak tercih edilmesi, işletme gelirlerinin artmasını açıklayan başlıca faktörlerdir. Diğer taraftan, Sonbahar (eylül-ekim) döneminde ise gelirlerin durağanlaşma eğilimine girmesine rağmen nispeten yüksek seviyelerini koruması, şehirselleşimdeki turizm talebinin geleneksel kıyı turizminin aksine ani düşüşler yaşamadığını ve yıl geneline dengeli yayıldığını doğrulamaktadır (Şekil 6.4).



Şekil 6.4. İşletme sahiplerinin en fazla gelir elde ettikleri aylar

İşletmecilerin yıllık toplam gelirleri içerisinde turizmden elde ettikleri gelir oranı incelendiğinde, turizmin önemli bir paya sahip olduğu görülmektedir. Katılımcıların %50'si yıllık gelirlerinin %67–100'lük kısmının turizm faaliyetlerinden elde edildiğini belirtirken, %41,7'si turizm gelirlerinin toplam gelir içindeki payının %34–66 aralığında olduğunu ifade etmiştir. Buna karşılık, katılımcıların %8,3'ü turizm gelirlerinin yıllık toplam gelir içindeki payının %0–33 aralığında kaldığını belirtmiştir. Bu durum, özellikle konaklama ve turistik hediyelik eşya gibi sektörlerde turistlerin işletmelerin gelir kaynakları açısından kritik öneme sahip olduğunu göstermektedir (Tablo 6.55).

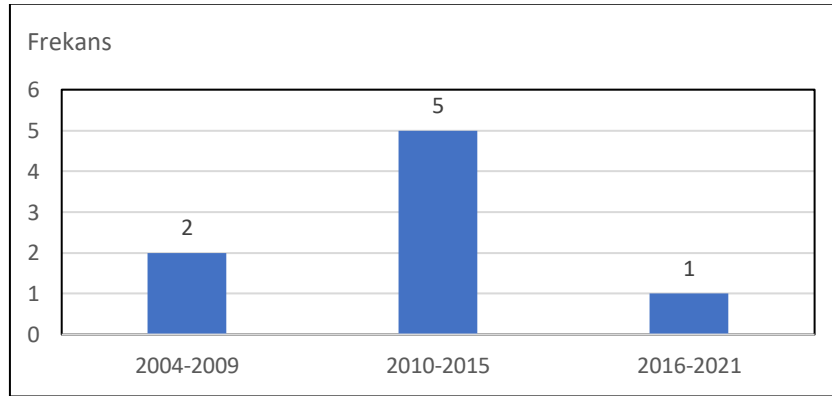
Tablo 6.55. İşletmecilerin yıllık gelirleri içerisinde turizm kaynaklı gelir oranlarının dağılımı

Turizm Kaynaklı Gelir Oranı	Frekans (n)	Yüzde (%)
0–33	1	8,3
34–66	5	41,7
67–100	6	50,0
Toplam	12	100,0

6.2.3. Eskişehir Şehir Turizminin Gelişimine, Motivasyonlarına ve Sosyal Etkileşimlerine İlişkin Görüşler

Eskişehir’de şehir turizminin ne zaman gelişmeye başladığını öğrenmek amacıyla yerel yönetimlere “Sizce Eskişehir’de şehir turizm faaliyetleri ne zaman gelişmeye başladı?” sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların çoğunluğu Eskişehir’de şehir turizminin 2010-2015 yılları arasında geliştiğini ifade etmiştir (Şekil 6.5). Katılımcıların çoğunluğunun bu yılları işaret etmesi, şehir turizminin bu dönemde belirgin bir ivme kazandığını göstermektedir. Bu bulgu, Odunpazarı özelinde yapılan bir çalışmada yerel halkın çoğunluğunun turizm faaliyetlerinin 2008–2011 yılları arasında başladığını ifade etmesiyle de örtüşmektedir (Coşkun, 2021: 76). Eskişehir’de şehir turizminin gelişmesine ilişkin görüşlerinden biri şöyledir:

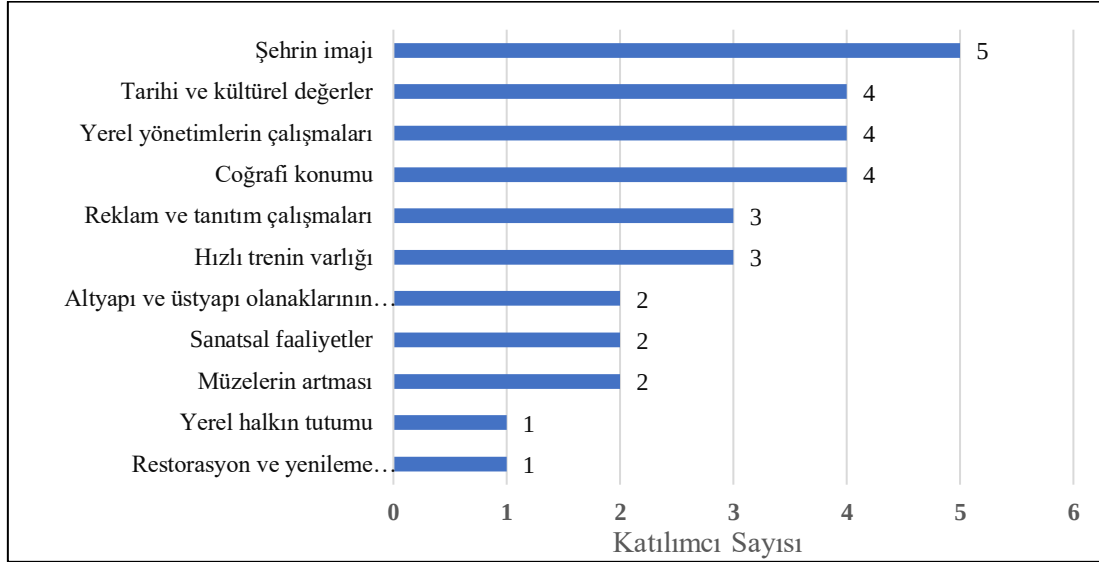
“Genç nüfusun artışından sonra turizm faaliyetlerinde de artış olmuştur. Bununla birlikte şehrin tanıtımın artması ve bu tanıtımın daha iyi yapılmasından sonra şehir turizm faaliyetleri artmıştır. Yıl olarak şehir turizminin gelişmesi 2010 yılı ve sonrası diyebiliriz” (K5).



Şekil 6.5. Görüşme yapılan yerel yönetimlere göre şehir turizmin gelişmeye başladığı yıllar

Eskişehir’de şehir turizminin gelişmesini etkileyen faktörlere bakıldığında turizmin çok boyutlu ve birden fazla unsurun etkileşimiyle şekillendiği görülmektedir. Katılımcıların değerlendirmelerine göre, Eskişehir’in şehir imajı şehir turizminin gelişiminde öne çıkan en önemli unsurlardan biridir. Bunu takiben, tarihi ve kültürel değerler şehir turizminin

gelişiminde kritik bir rol oynamaktadır. Nitekim bu değerler Eskişehir'in turistik kimliğinin oluşumunda önemli bir etken olarak dikkat çekmektedir. Bir diğer etkili olan unsur yerel yönetimlerin turizmi destekleyici çalışmaları ve planlı stratejileridir. Şehrin coğrafi konumu, hızlı tren gibi ulaşım imkanları, reklam ve tanıtım faaliyetleri, müze sayısının artması ve sanatsal etkinliklerin çoğalması gibi faktörler, şehrin hem ziyaretçi profilini çeşitlendirmekte hem de turizmin sürekliliğini desteklemektedir. Altyapı ve üstyapı yatırımları ile restorasyon çalışmalarının artması, fiziksel ve görsel çekiciliğin artmasını sağlayarak turizmin gelişimine katkıda bulunmaktadır. Son olarak, yerel halkın modern yaşam tarzı ve misafirperverliği, turistlerin deneyimini olumlu yönde etkileyerek şehir turizminin gelişimine dolaylı katkı sağlamaktadır. Bu bulgular, şehir turizminin gelişiminin tek bir faktöre bağlı olmadığını, kültürel, ekonomik ve sosyal birçok unsurun etkileşimi ile şekillendiğini göstermektedir (Şekil 6.6).



Şekil 6.6. Eskişehir’de şehir turizminin gelişmesinde etkili olan unsurlar

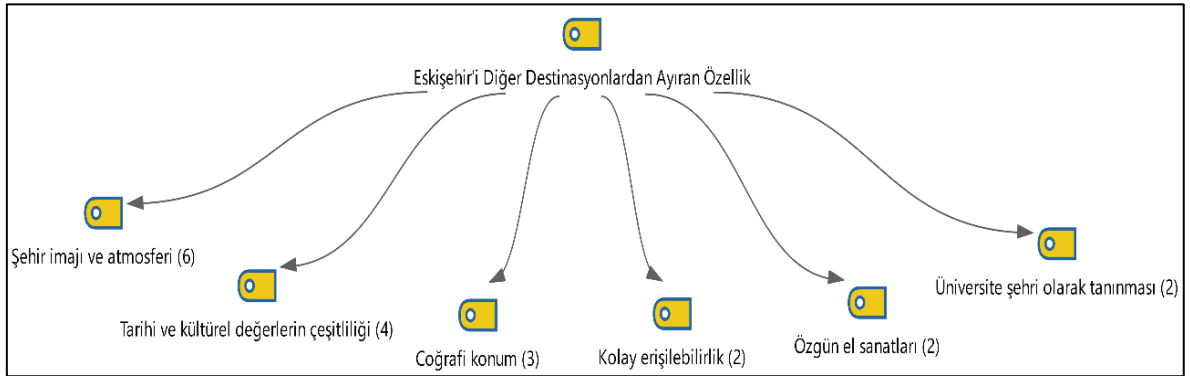
Eskişehir’i diğer destinasyonlardan ayıran özellikleri öğrenmek amacıyla katılımcıların bu konudaki görüşleri alındı. Katılımcıların görüşlerine göre şehri farklı kılan unsurlar sırasıyla şöyledir; şehir imajı ve atmosferi, tarihi ve kültürel değerlerin çeşitliliği, coğrafi konumu, kolay erişilebilirlik, özgün el sanatları ve üniversite şehri olmasıdır. Bu bağlamda Eskişehir, fiziksel, kültürel ve sosyal özellikleri bir araya gelerek diğer destinasyonlardan farklı ve çekici bir şehir hâline gelmektedir (Şekil 6.7). Bu konudaki görüşlerin bazıları şöyledir:

“Eskişehir, jeopolitik olarak iyi bir konumda yer almaktadır. Yüksek hızlı tren ile birlikte Ankara ve İstanbul’la eşit zamanda ve kolay ulaşılabilir olması. Diğer bir özellik ise genç nüfus ile sosyal yaşantının sürekli canlı tutulmasıdır” (K3).

“Şehrin, özgün tarihi ve kültürel çekiciliklere sahip olması. Buna ek olarak günümüzde de şehirde yapılan sanatsal ve kültürel faaliyetler şehri farklı kılmaktadır. Yine şehrimizin öğrenci şehri olarak tanınması da şehre gençlerin daha çok gelmesini sağlamaktadır” (K6).

“Eskişehir’in, İç Anadolu’da modern bir Avrupa şehri görüntüsü vermesi veya bu imajın yaratılmış olması diğer şehir turizmi destinasyonlarından ayıran en önemli özelliklerden biri. Bursa mesela önemli bir destinasyon. Hem kültür, tarih vs. açısından belki Eskişehir’den de daha zengin. Nihayetinde Osmanlı’ya başkentlik yapmış bir şehir aynı zamanda Bursa. Eskişehir sanayisinin belki 15 katı büyük bir sanayisi var ve o şirketlerin çalışanları üzerinden işleyen bir şehir turizmi gerçekliği var. Tarihsel ve kültürel olarak da belki daha fazla birikime sahip ama iki destinasyon şehir turizmi açısından değerlendirdiğimizde Eskişehir’de bunu farklı kılan şey bence işte bu Anadolu’nun ortasında bir Avrupa kenti olma imajı, insanların gelip görmek istemesi, bazen konaklamak istemesi. Bence bu farklılaştırıyor diğer destinasyonlardan. Yani destinasyon kimliği diyebiliriz, destinasyon imajı diyebiliriz” (K7).

“Şimdi bir kere zaten deniz, kum, güneş turizmi yok burada haliyle. İç Anadolu bölgesinde bulunan küçük de bir şehrimizdir. Rahmetli Tayfun Talipoğlu’nun da dediği gibi çölde bir vaha gibidir. Görüyorsun değil mi? Diğer turizm destinasyonlarından ayıran özelliği İç Anadolu bölgesinde bu kadar okur yazar oranı çok fazla olan, eğlence sektörünün çok fazla olduğu, müzelerin bir arada bulunduğu, bazı devlet dairelerinin bir arada bulunduğu, eğlence mekânlarının bir yerde bulunduğu çok kompakt bir şehir olduğu için. Bu tip özellikleri ve şehrsel imajıyla diğer turizm destinasyonlarından ayrılıyor bence” (K8).



Şekil 6.7. Eskişehir’i diğer destinasyonlardan ayıran özellikler

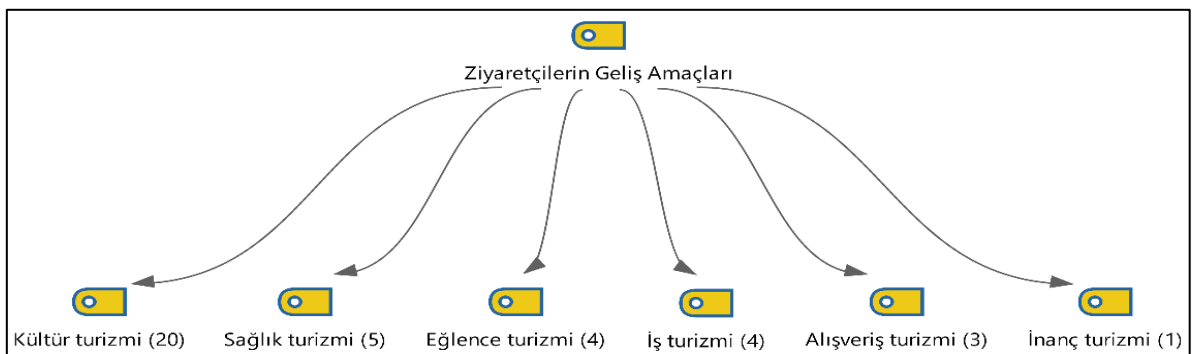
Not: Parantez içerisinde verilen değerler kişi sayılarını göstermektedir.

İnsanların seyahat etme davranışı, farklı ihtiyaçlar ve beklentiler doğrultusunda şekillenen çok yönlü nedenlere dayanmaktadır. İş, sağlık, eğitim, akraba ve arkadaş ziyareti gibi amaçlara yönelik seyahatlerin yanı sıra, günlük yaşamın monotonluğundan uzaklaşma,

rahatlama, dinlenme, yeni deneyimler edinme, macera yaşama, eğlenme ve kültürel olarak kendini geliştirme isteği de bireyleri yolculuk yapmaya teşvik etmektedir (Altun ve Çınar, 2019: 22). Bu bağlamda bu araştırma kapsamında ziyaretçilerin motivasyon kaynakları da ele alınmıştır. Görüşmeye katılanların çoğunluğu, Eskişehir’i ziyaret edenlerin ziyaret amaçlarında kültür turizminin öne çıktığını belirtmiştir. Bu nitel değerlendirme, anket sonuçlarıyla da tutarlılık göstermektedir. Nitekim anket verilerine göre ziyaretçilerin %59,3’ü şehri kültürel ve tarihi çekicilikleri görmek amacıyla şehri ziyaret etmiştir. Bu durum, şehrin kültür odaklı bir destinasyon olarak konumlandığını ve ziyaretçi motivasyonlarının önemli ölçüde kültürel deneyimlerle ilişkili olduğunu doğrulamaktadır. Katılımcılara göre ziyaretçilerin diğer ziyaret amaçları arasında ise sırasıyla sağlık turizmi, eğlence turizmi, iş turizmi, alışveriş turizmi ve inanç turizmi yer almaktadır. 20 kişiyle yapılan görüşme neticesinde elde edilen bulgular doğrultusunda oluşturulan kavram haritası Şekil 6.8’de yer almaktadır. Bu konudaki görüşlerin bazıları şöyledir:

“Eskişehir’in en popüler bölgesi Odunpazarı Tarihi Bölge. Odunpazarı Tarihi Bölge, ciddi anlamda tarihi ve kültürel birikimin mirasın bulunduğu bir bölge. Benzer destinasyonlar var, çevremizde de ama bizde bunun iyi bir PR’ının (tanıtım faaliyetleri) yapılmış olması bence hem büyükşehir belediyesi açısından hem de Odunpazarı Belediyesi açısından bunun iyi planlandığını veya iyi duyurulduğunu söyleyebiliriz. Kültür ve ağırlıklı olarak tarih kültür meselesi üzerinden ziyaret ediliyor. Birçok müze var, birçok inanç merkezi, inanca yönelik türbeler, külliye vs. gibi sayabileceğimiz turistik ürünler var. Bunlar çekici kılıyor” (K7).

“Ziyaretçileri Eskişehir’e tarihi ve kültürel yerleri gezip görmek için gelmektedir. Ancak çevre illerden alışveriş ve eğlence amaçlı da gelenler oluyor” (K5).



Şekil 6.8. Ziyaretçilerin geliş amaçları

Not: Parantez içerisinde verilen değerler kişi sayılarını göstermektedir.

Yerel halkın turistlere yönelik tutumları, destinasyonun turistik çekiciliği ve turizm sektörünün sürdürülebilir gelişimi açısından kritik bir belirleyici olarak değerlendirilmektedir.

Literatürde de ifade edildiği üzere, yerel halkın düşmanca veya olumsuz davranışları, turistlerin destinasyona yönelik algılarını zayıflatmakta ve ziyaret etme eğilimlerini azaltmaktadır. Buna karşılık, misafirperver ve destekleyici tutumlar, turistlerin destinasyonda kendilerini kabul edilmiş hissetmelerini sağlayarak turizm deneyimini olumlu yönde etkilemekte ve destinasyonun yeniden tercih edilme olasılığını artırmaktadır. (Sert, 2019: 411). Bu nedenle yerel halkın turistlere karşı tutumu araştırma açısından önem arz etmektedir. Yerel yönetimlerin bu konudaki görüşünü anlayabilmek amacıyla katılımcılara “Sizce Eskişehir halkının şehir turizmine ve turiste bakış açısı nasıldır?” sorusu yöneltilmiştir. Bütün katılımcılar yerel halkın turizm ve turiste olumlu yaklaştığını ifade etmiştir. Bu bağlamda Eskişehir’de şehir turizminin gelişiminde yerel halkın tutumu, turizmin başarısı ve sürdürülebilirliği açısından önemli bir rol oynamaktadır. Halkın turistlere karşı samimi ve hoşgörülü yaklaşımı, turizmin gelişmesini doğrudan desteklemekte ve şehirdeki kültürel ve sosyal etkileşimleri güçlendirmektedir. Bu konuda bazı katılımcıların görüşleri şöyledir:

“Eskişehir’de turizmin bu denli gelişmesinde ve bu seviyeye gelmesinde yerel halkın etkisi büyüktür. Yerel halk turistlere daima samimi ve hoşgörülü davranmıştır. Bu nedenle turizmin gelişmesinde en önemli rol onlara aittir” (K3).

“Bölge açısından, yani tarihi bölge açısından şunu söyleyebilirim. Yani belediye olarak oralarda çalışmalar yürüttüğümüz için çeşitli festivaller ve turizme dair de çeşitli çalışmalarımız var. Bölge halkı bundan belli ölçüleriyle memnun. Niye memnun? Çünkü turizm aynı zamanda bir kazanç kapısı ve bölgenin canlanmasını sağlıyor. Odunpazarı bölgesi ana cadde ve çevresindeki birçok sokaktan oluşan turistik bir alan. Bölgenin içerisinde müzeler, diğer kültür sanat alanları, inanç merkezleri dağılmış tamamen. Ziyaretçiler turla geliyor olsa bile birçok yeri geziyor ve yerel halkla doğrudan bir etkileşim kuruyor. Bunun hem sosyoekonomik yönleri var hem de şehrin tanıtımına vs. de çok büyük katkıları var. Ben yerel halkın o anlamıyla, olumlu bir bakış açısının olduğunu düşünüyorum” (K7).

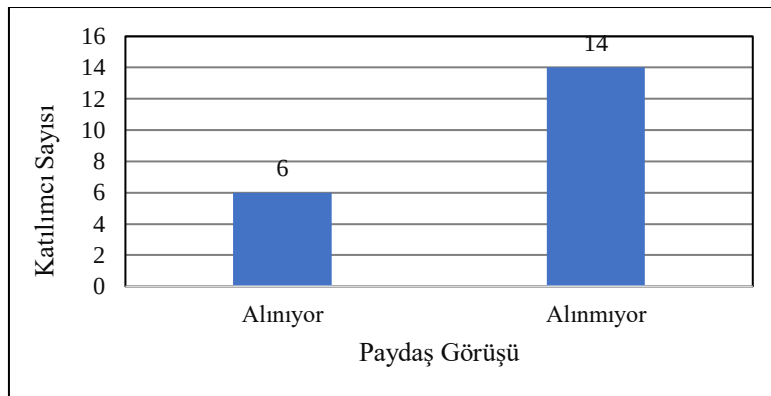
“Gayet iyidir. İnsanlarımız zaten naif insanlardır. Burada aslında her insan fahri bir turizm elçisi gibidir. Turist rehberi gibidir. Yani burada yer yön soran herhangi bir insana hiç çekinmeden gayet güzel tarifte bulunabilir. Ekonomik anlamda turistlerin getirisi çok fazla olduğu için tabii ki de halkın da esnafın da turizme ve turiste bakış açısı olumlu.” (K8).

Yerel yönetim temsilcilerine, Eskişehir’de şehir turizmi geliştirilirken şehrin özgün değerlerinin korunup korunmadığı ve bu süreçte hangi unsurlara dikkat edildiği sorulmuştur. Elde edilen bulgular, yerel yönetimlerin şehir turizminin geliştirilmesi sürecinde tarihi ve kültürel mirasın korunması, yerel kimliğin yaşatılması ve koruma-kullanma dengesinin gözetilmesine önem verdiğini ortaya koymaktadır. Bu konuda bazı katılımcıların görüşleri şöyledir:

"Eskişehir'de şehir turizmini geliştirirken öncelikle şehrin kendine özgü kimliğini korumaya çalışıyoruz. Özellikle tarihi yapıların, kültürel mirasın ve şehri diğer destinasyonlardan ayıran değerlerin korunmasına önem veriyoruz. Yapılan düzenlemelerde yeni uygulamaların mevcut dokuya uyumlu olmasına dikkat ediyor, turizmi geliştirirken şehrin özgün yapısının zarar görmemesini hedefliyoruz. Çünkü Eskişehir'i tercih edilir kılan en önemli unsur, sahip olduğu bu özgün değerlerdir" (K4).

Turizmde başarının sağlanabilmesi için tüm paydaşların planlama ve karar alma süreçlerine dahil edilmesi kritik öneme sahiptir; aksi takdirde alınan kararlar kapsayıcı olmayabilir ve uygulamada yetersiz kalabilir (Büyükkuru, 2020: 276). Bu bağlamda Eskişehir'de turizm faaliyetleri konusunda karar alma sürecine tüm paydaşların katılım katılmadığını öğrenmek amacıyla katılımcıların görüşleri alınmıştır. Katılımcıların çoğunluğu karar alma sürecinde paydaşların görüşlerinin alınmadığını belirtmiştir. Dolayısıyla Eskişehir'de turizm faaliyetlerinin karar alma süreçleri, paydaş katılımı açısından sınırlı bir görünüm sergilemektedir (Şekil 6.9). Bu konudaki görüşlerin bazıları şöyledir:

"Yani şöyle, bütün paydaşların görüşü ne yazık ki tabii ki alınamıyor. Bazı çalışmalar var. Valiliğin, İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'nün buna dair çalışmaları var. Anadolu Üniversitesi ve Osmangazi Üniversitesi Turizm Fakültesi ile Eskişehir'in turizmine dair çalıştaylar yaptılar. Ancak biz davet edilmedik. Üniversiteden hocalar, okurlar, uzmanlar, İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'nün personeli, profesyonel personeli muhtemelen. Onun dışında çok detaylarına da hakim değiliz ama davet almadığımızı biliyoruz. İşte bir ortaklık sağlanması için kamu özel ve diğer turizm paydaşları, turistler, yerel halk, yerel yönetimler, STK'lar, işletmeciler. Tabii işte işletmeciler de alt başlıklarında işte otelciler, hediyelik eşyacılar, yiyecek içecek işletmecileri. Bütünlüklü bir şeye dönüştürülebilir" (K7).



Şekil 6.9. Katılımcıların paydaş görüşlerinin alınıp alınmadığına ilişkin değerlendirmeleri

Yerel yönetim temsilcilerine, Eskişehir'de turizm yatırımlarının gerçekleştirilmesi sürecinde karşılaşılan sorunlar ve bu süreci kolaylaştıran unsurlara ilişkin değerlendirmeleri sorulmuştur. Görüşmelerden elde edilen bulgular, turizm yatırımlarının hayata geçirilmesinde yerel yönetimlerin destekleyici yaklaşımı ve Eskişehir'in güçlü turizm potansiyelinin önemli kolaylıklar sağladığını ortaya koymaktadır. Bununla birlikte, finansman yetersizlikleri, bürokratik süreçler, yatırım maliyetlerinin artması ve koruma mevzuatından kaynaklanan uygulama sınırlılıklarının zaman zaman yatırımların önünde engel oluşturduğu ifade edilmiştir. Bu konuda bazı katılımcıların konuya ilişkin görüşleri şu şekildedir:

“Zorluklar genellikle maddi olarak oluyor. Yatırım büyük bütçeler istiyor. Bu nedenle sıkıntılar yaşanabiliyor. Eskişehir'de turizm yatırımları konusunda en büyük avantajımız şehrin güçlü turizm potansiyeline sahip olmasıdır. Bununla birlikte şehir halkı modern düşünce kafasında olduğu için turizm faaliyetleri çabuk kabul görüyor” (K5).

“En büyük sorun maddi kaynakların yetersiz olması. Yerel yönetim olarak bu konuda zaman zaman sıkıntılar yaşıyoruz. Bir de bulunduğumuz bölgenin sit alanı olması nedeniyle yapılacak her uygulama için izin ve onay süreçlerinden geçmek gerekiyor. Bu da yatırımların hayata geçirilmesini zaman zaman geciktirebiliyor. Ancak kolaylık tarafına baktığımızda, yöneticilerimizin yeni fikirlere açık olması ve önerilerimize değer vermesi bizim için büyük bir avantaj. Fikirlerimizi rahatça paylaşıyor, üst yönetimle birlikte değerlendirebiliyoruz (K8).

Yerel yönetim temsilcilerine, Eskişehir'de turizmin gelişiminde ve sürdürülebilirliğinde en fazla katkıyı sağlayan kişi ve kurumlara ilişkin görüşleri sorulmuştur. Görüşmelerden elde edilen bulgular, katılımcıların Eskişehir'in turizmde bugünlere gelmesinde belediyelerin önemli bir rol üstlendiğini ve özellikle Yılmaz Büyükerşen'in şehre kazandırdığı projelerin turizmin gelişimine önemli katkılar sağladığını ifade ettiklerini göstermektedir. Bununla birlikte, Valilik, İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü ile turizm alanında faaliyet gösteren diğer kurum ve kuruluşların yürüttüğü çalışmalar, etkinlikler ve iş birliklerinin de şehir turizminin gelişimi ve sürdürülebilirliğine katkı sağladığı belirtilmiştir. Katılımcıların bu konudaki görüşleri şöyledir:

“Eskişehir'in turizmde bugünlere gelmesinde Yılmaz Büyükerşen'in çok büyük katkısı var. Özellikle Porsuk'un düzenlenmesi, müzelerin açılması ve Odunpazarı'na yapılan çalışmalar şehrin havasını tamamen değiştirdi. İnsanlar artık sadece gezmek için bile Eskişehir'e gelmeye başladı. Tabii bu süreçte sadece belediyenin değil, turizmle ilgili diğer kurumların da önemli katkıları olmuştur” (K17)

"Bence Eskişehir'de turizmin gelişmesine en büyük katkıyı belediyeler sağlıyor. Bunun yanında Valilik, İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü ve biz turizm işletmeleri de elimizden gelen desteği veriyoruz. Düzenlenen etkinlikler, festivaller ve tanıtım çalışmaları şehrin daha fazla tanınmasına katkı sağlıyor" (K9)

6.2.4. Şehir Turizminin Etkilerine İlişkin Görüşler

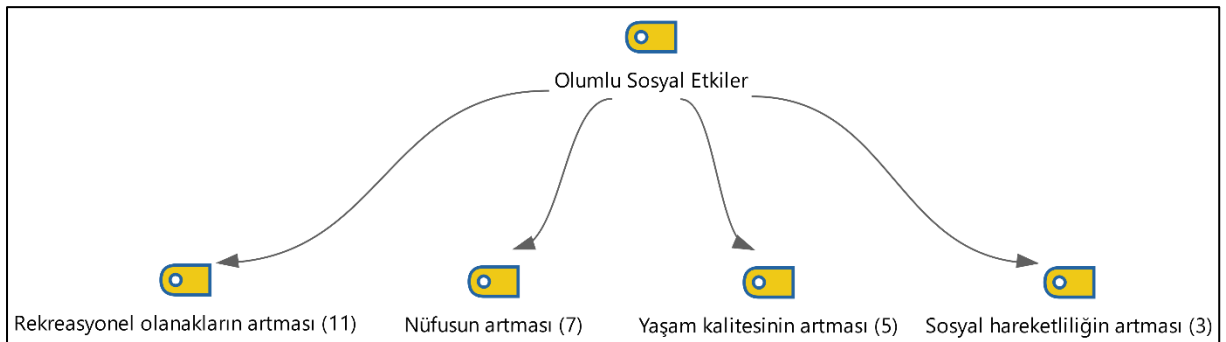
Bu kısımda, şehir turizminin ekonomik ve sosyokültürel etkilerine ilişkin yerel yönetim temsilcileri ve turizm işletmecileriyle gerçekleştirilen görüşmelerden elde edilen nitel bulgular sunulmaktadır.

6.2.4.1. Sosyokültürel Etkiler

Çalışmadan elde edilen nicel bulgulara göre şehir turizminin sosyokültürel etkileri ile ilgili olarak üç faktör ortaya çıkmıştır. Bunlar olumlu sosyokültürel etkiler, olumsuz sosyokültürel etkiler ve kültürel miras üzerindeki etkiler faktörleridir (Tablo). Nitel araştırma kapsamında yapılan derinlemesine görüşmeler sonucunda ise sosyokültürel etkiler “Olumlu Sosyal Etkiler”, “Olumsuz Sosyal Etkiler” ve “Olumlu Kültürel Etkiler” etkiler olarak üç tema altında toplanmıştır. Çalışmada olumlu sosyal etkilere ilişkin dört, olumsuz sosyal etkilere ilişkin beş ve olumlu kültürel etkilere ilişkin altı açıklayıcı kod ortaya çıkmıştır.

Olumlu Sosyal Etkiler

Bu bölümde, Eskişehir'de şehir turizminin olumlu sosyal etkilerine ilişkin nitel araştırma bulguları değerlendirilmiştir. Bu kapsamda, 20 katılımcıyla gerçekleştirilen derinlemesine mülakatlardan elde edilen verilerin analizi sonucunda oluşturulan kavram haritası Şekil 6.10'da sunulmaktadır. Ortaya çıkan dört açıklayıcı kod; şehrsel turizmin yerel halkın yaşam kalitesi, şehir kimliği ve toplumsal dinamikleri üzerindeki dönüştürücü ve yapıcı rolünü anlamak adına analitik bir çerçeve sunmaktadır.



Şekil 6.10. Olumlu sosyal etkiler

Not: Parantez içerisinde verilen değerler kişi sayılarını göstermektedir.

Rekreasyonel Olanakların Artması

Yerel halka uygulanan anket sonuçlarına göre; kentteki turistik ve rekreasyonel olanakların arttığı yönündeki ifade, ($\bar{X}=4,17$) ile yerel halkın çok güçlü bir katılım gösterdiğini ortaya koymaktadır. Bu konudaki görüşler, 1-5 puan aralığında 4'ün üzerinde katılıyorum ile kesinlikle katılıyorum aralığında çıkmıştır (Tablo 52). Nitel araştırma grubunda yer alan katılımcılar da yerel halkın değerlendirmeleriyle örtüşen görüşlerde bulunmuşlardır. Katılımcılar, şehirselleşme yatırımlarının yerel rekreasyon alanlarını genişlettiğini ifade etmişlerdir. Bu konuya ilişkin katılımcı görüşleri şu şekildedir:

“Yerel halkın yaşam alanları genişlemiştir. Eskişehir'de yaşayanların aileleri ve arkadaş çevreleriyle katılabilecekleri aktiviteler artmıştır. Halkın tatillerde ve bayramlarda şehir dışına çıkmadan vakit geçirecekleri yerler artmıştır” (K1).

Kentsel Nüfusun Artması

Destinasyonlarda turizm endüstrisinin gelişim göstermesi, şehirselleşmeyi artırarak göç eğilimlerini ve dolayısıyla yerel nüfus yapısını dolaylı olarak etkileyebilmektedir. Eskişehir özelinde şehir turizminin gelişiminin nüfus hareketliliğine olan yansımaları incelendiğinde, sahadaki aktörlerin bu durumu çok boyutlu şehirselleşme faktörleriyle ilişkilendirdikleri görülmektedir. Katılımcılar, kentteki nüfus artışını ve göç hareketlerini tamamen turizme bağlamamakta; şehre ait diğer sosyal ve ekonomik imkanların da bu süreçte pay sahibi olduğunu vurgulamaktadır. Bu konuya ilişkin katılımcı görüşü şu şekildedir:

“Şehre yapılan göçler arttı. Ama bu durum tümüyle turizmle bağlantılı mı bilemem. Çünkü şehirde iş olanakları geniş bunun yanı sıra şehrin eğlence, sağlık, ulaşım olanakları çok fazla. Turizmle alakalı olarak yaz dönemlerinde turizm daha yoğun oluyor bu dönemlerde mevsimlik göçler daha fazla olabilir diye düşünüyorum” (K18).

Yaşam Kalitesinin Artması

Şehir turizminin Eskişehir'de yaşayan yerel halkın yaşam kalitesini artırdığı yönündeki ifade, ($\bar{X}=3,38$) algı puanı ile "kararsızım" ile "katılıyorum" seçenekleri arasında dengeli bir dağılım göstermektedir. Nicel bulgularda ortaya çıkan bu kararsız eğilimin altında yatan nedenleri daha ayrıntılı ortaya koyabilmek amacıyla, nitel araştırma kapsamında gerçekleştirilen derinlemesine mülakatlarda katılımcılara şehir turizminin yaşam kalitesi üzerindeki etkilerine ilişkin değerlendirmeleri sorulmuştur. Mülakatlardan elde edilen bulgular, katılımcıların yaşam kalitesi kavramına farklı bakış açılarıyla yaklaşıtlarını ortaya koymaktadır. Katılımcıların bir kısmı turizmin getirdiği şehirselleşmeyi yaşam kalitesinin

bir göstergesi olarak kabul ederken; diğer bir kısmı ise somut ve homojen bir ekonomik fayda sağlanamadığı sürece doğrudan bir yaşam kalitesi artışından söz edilemeyeceğini savunmaktadır. Bu konudaki katılımcı görüşleri şu şekildedir:

“Şehirdeki insanların yaşam kalitesi olumlu anlamda etkilendi. İnsanlar turizmin o canlı doğasından hoşlanıyor ve bu onlara bir canlılık kazandırıyor” (K12).

“Turizmin insanların yaşam kalitesi üzerinde doğrudan bir etkisi olduğunu düşünmüyorum. Varsa da maddi olarak kazanç sağlaması ile ilişkilendirilebilir. Bu da baktığımız zaman tüm yerel halka yönelik bir durum değil. O yüzden bu konuda gördüğüm kadarıyla bir etkiden söz etmek zor bence” (K14).

“Yerli halkın yaşam kalitesi turizmden sonra arttı diyebiliriz. Çünkü şöyle turizm şehre bir canlılık bir dinamizm getirdi. Şehirdeki etkinlikler ve sosyalliğin artması da şehirdeki insanların zamanlarını geçirebilecekleri ortamların artmasını sağlamaktadır. Bu durum da insanların yaşam kalitesini olumlu etkilemektedir diyebiliriz” (K18).

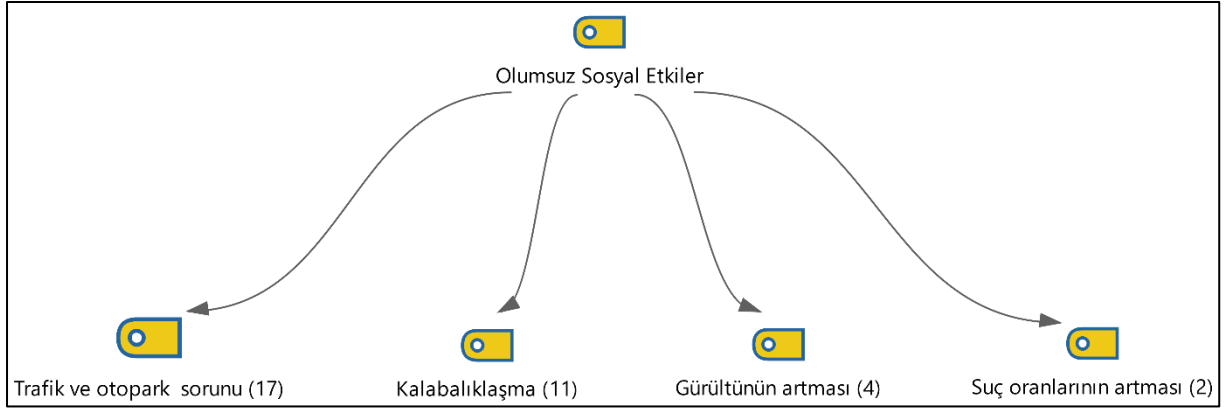
Sosyal Hareketliliğin Artması

Turizmin gelişmesi, kentlerde sosyal hareketliliğin artmasına ve kamusal yaşamın daha canlı bir yapıya kavuşmasına katkı sağlayan önemli dinamiklerden biridir. Turizm faaliyetleri, rekreasyon alanlarının kullanımını yaygınlaştırarak sosyal etkileşimi güçlendirmekte ve kent mekânlarının günün farklı zamanlarında daha yoğun kullanılmasını sağlayarak şehrsel yaşamın canlılığını artırmaktadır. Eskişehir örneğinde de katılımcılar, turizmin kent yaşamını hareketlendirdiğini ve sosyal etkileşimi güçlendirdiğini vurgulamışlardır. Nitekim elde edilen bu bulgu, literatürde yer alan çalışmaları destekler niteliktedir (Castela, 2018). Bu duruma ilişkin katılımcı görüşlerinden biri şu şekildedir:

“Turizmle birlikte şehirdeki eğlenme ve dinlenme olanakları arttı. Bu olanaklar sadece turistler için değil aynı zamanda yerli halk içindir. Yerli halkta özellikle hafta sonları buralarda vakit geçirmektedir. Bu anlamda turizm şehrin hareketlenmesini ve canlanmasını sağlamıştır” (K13).

Olumsuz Sosyal Etkiler

Bu bölümde Eskişehir’de şehir turizminin olumsuz sosyal etkilerine yönelik elde edilen bulgular değerlendirilmiştir. Şehir turizminin olumsuz sosyal etkilerine ilişkin olarak 20 katılımcının görüşleriyle oluşturulan kavram haritası aşağıda gösterilmiştir (Şekil 6.11). Olumsuz sosyal etkilere ilişkin dört açıklayıcı kod oluşturulmuştur.



Şekil 6.11. Olumsuz sosyal etkiler

Not: Parantez içerisinde verilen değerler kişi sayılarını göstermektedir.

Trafik ve Otopark Sorunu

Nicel bulgulara sosyokültürel etkiler ölçeğinde en yüksek algı puanına sahip ifade “trafik sorunu artmıştır” ($\bar{X}=4,28$) ifadesidir. Bu bağlamda yerel halka göre Eskişehir’de şehir turizminin en önemli olumsuz sosyal etkisi trafik sorunudur. Nitel araştırma kapsamında görüşme yapılan katılımcılarda benzer şekilde, şehir turizminin kentte ortaya çıkardığı en önemli sorunların başında trafik yoğunluğu ve otopark yetersizliğinin geldiğini ifade etmişlerdir. Katılımcılar, şehrin sokak ve caddelerinin dar olması nedeniyle mevcut bir trafik sorununun bulunduğunu, özellikle hafta sonlarında turist yoğunluğunun artmasıyla birlikte bu sorunun daha da belirgin hale geldiğini ifade etmiştir. Nitekim elde edilen bu bulgular, literatürde yer alan çalışmaları destekler niteliktedir (Akış, 2011; Yüksel, vd., 2020). Bu konuda katılımcıların bazıları görüşlerini şöyle ifade etmiştir:

"Yaşam kalitemizde özellikle trafik açısından sorunlar yaşanabiliyor. Ancak 'gülü seven dikenine katlanır' anlayışıyla bunu turizmin doğal bir sonucu olarak değerlendiriyoruz. Özellikle hafta sonları, trafik yoğunluğu ciddi boyutlara ulaşıyor. Örneğin, iki hafta önce yaklaşık 250 tur otobüsü şehre geldi. Buna bireysel araçlarıyla gelen ziyaretçiler de eklendiğinde, otopark konusunda ciddi sıkıntılar yaşıyor. Bu soruna yönelik olarak yerel yönetimler, Ulaştırma Koordinasyon Merkezi ve Valiliğin iş birliği içerisinde çözüm üretmesi gerektiğini düşünüyorum. Büyükşehir Belediyesi'nin Tasigo Oteli çevresinde otobüsler için oluşturduğu park alanı bu anlamda önemli bir rahatlatma sağladı. Ancak Eskişehir turizmi yalnızca bu bölgeden ibaret değil. Kentpark, Sazova Bilim, Kültür ve Sanat Parkı ile şehir merkezindeki Porsuk Çayı çevresi de yoğun olarak ziyaret ediliyor. Bu nedenle tur otobüsleri sürekli farklı noktalara yönelmek zorunda kalıyor. Özellikle aynı anda çok sayıda otobüsün şehir merkezine ve Porsuk Çayı çevresine ulaşmaya çalışması, dar cadde yapısı nedeniyle

önemli trafik sorunlarına yol açıyor. Her ne kadar otobüs şoförleri kendi imkânlarıyla park yeri bularak bu durumu yönetmeye çalışsalar da özellikle hafta sonlarında ambulans ve itfaiye gibi acil durum araçlarının ulaşımında ciddi güçlükler yaşanabileceğini düşünüyorum. Bu sorunlar önemli bir dezavantaj oluşturmakla birlikte, ilerleyen süreçte gerekli planlamalarla çözülebileceğine inanıyorum." (K8)

"Şehirde zaten bir trafik sorunu var. Tabi buna bide turistler ve tur otobüsleri eklenince bu sorun iyice büyüyor. Özellikle hafta sonları trafik çok yoğun oluyor" (K18).

Kalabalıklaşma

Yerel halka uygulanan anket sonuçlarına göre, şehir turizminin kentteki kalabalığı artırdığı yönündeki ifade ($\bar{X}=4,16$) "katılıyorum" ve "kesinlikle katılıyorum" seçenekleri arasında yoğunlaşan yüksek bir ortalamaya sahiptir. Bu bulgu, yerel halkın büyük çoğunluğunun turizm faaliyetlerinin özellikle belirli dönemlerde kentteki fiziksel yoğunluğu artırdığı görüşünde olduğunu göstermektedir. Nitel bulgular da bu değerlendirmeyi desteklemektedir. Katılımcılar, özellikle hafta sonları ve yaz aylarında turistik çekim merkezlerinde ziyaretçi yoğunluğunun belirgin şekilde arttığını ve bu durumun şehrsel mekânlarda kalabalıklaşmaya neden olduğunu ifade etmişlerdir. Nitekim elde edilen bu bulgular, literatürde yer alan çalışma sonuçlarıyla örtüşmektedir (Yüksel, vd., 2020). Bu konuya ilişkin katılımcı görüşleri şu şekildedir:

"Şehirdeki sosyal hareketlenme arttı. Tabi bu hareketlenmeler şehirde bir kalabalıklaşmaya neden oldu. Özellikle hafta sonları şehir çok kalabalık oluyor" (K7).

"Şehirdeki kalabalık arttı. Özellikle yaz ve bahar dönemlerinde şehir aşırı kalabalık oluyor. Yine hafta sonları da kalabalık çok fazla. Odunpazarı tarihi bölge, Sazova ve Porsuk Çayı etrafı aşırı kalabalık oluyor. Buralarda yerli halktan çok turist var" (K11).

Gürültü Baskısı

Nicel bulgularda şehir turizminin gürültü üzerindeki etkisine ilişkin ifadenin ortalaması ($\bar{X}=3,76$) olarak hesaplanmıştır. Bu bulgu, yerel halkın turizm faaliyetlerinin kentte belirli ölçüde gürültü artışına neden olduğunu kabul ettiğini göstermektedir. Nitel görüşmelerde de katılımcılar, özellikle araç ve yaya hareketliliğinin artmasına bağlı olarak gürültü seviyesinde belirli bir artış yaşandığını ifade etmişlerdir. Bununla birlikte, oluşan gürültünün günlük yaşamı önemli ölçüde olumsuz etkileyecek veya yaşam konforunu düşürecek düzeyde olmadığı vurgulanmıştır. Bu konuya ilişkin katılımcı görüşü aşağıda sunulmuştur:

“Kalabalıkla birlikte elbette gürültüde arttı. Ancak bu gürültü çok rahatsız edici derecede değil. Araba gürültüsü ve kalabalığın vermiş olduğu bir gürültü” (K15).

Kentsel Güvenlik ve Suç Oranlarına Yönelik Algılar

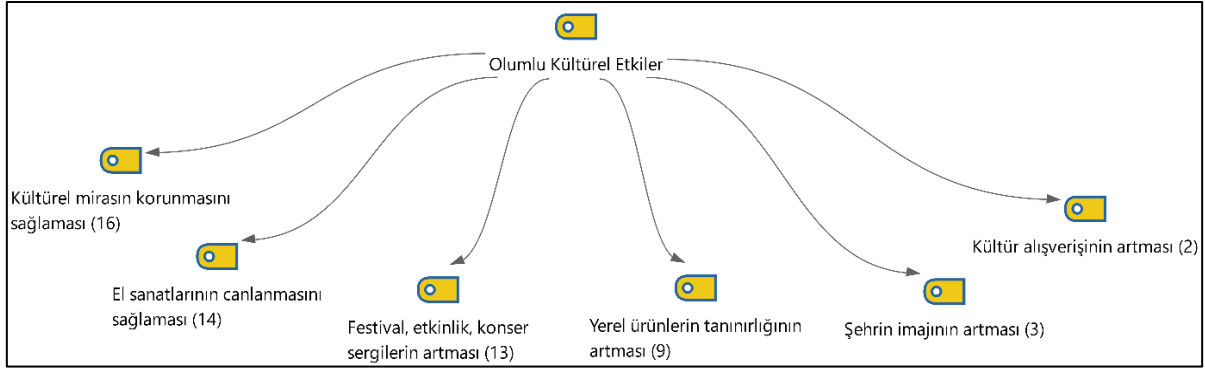
Destinasyonlarda turizmin gelişimine paralel olarak şehrsel güvenlik yapısının zayıflaması ve suç oranlarının tırmanması, turizm literatüründe sıkça vurgulanan olumsuz sosyal etkiler arasındadır. Ancak Eskişehir örneğinde yerel halkın şehir turizminin suç oranlarını artırdığı yönündeki ifadeye katılım düzeyi ($\bar{X}=2,90$) oldukça düşüktür. 1–5’li Likert ölçeğinde "katılmıyorum" ile "kararsızım" sınırında seyreden bu algı puanı, yerel paydaşların turizmi doğrudan bir güvenlik tehdidi olarak görmediğini ortaya koymaktadır. Derinlemesine mülakat yapılan yerel yönetim temsilcileri ve işletmeciler de yerel halkın bu güvenli kent algısını destekleyen değerlendirmelerde bulunmuşlardır. Katılımcılar, şehir turizminin kentteki suç oranları üzerinde doğrudan belirleyici bir etkiye sahip olmadığını ve Eskişehir’in genel güvenlik yapısının büyük ölçüde korunduğunu ifade etmişlerdir. Bununla birlikte, ziyaretçi yoğunluğunun arttığı dönemlerde kalabalıklaşmaya bağlı olarak güvenlik algısını etkileyebilecek bazı dolaylı sorunların ortaya çıkabileceğini belirtmişlerdir. Bu bağlamda elde edilen bu bulgular, literatürde yer alan çalışmalarla paralellik göstermektedir (Çetin, 2009; Çolak ve Batman, 2021). Konuya ilişkin katılımcı ifadeleri aşağıda yer almaktadır:

“Suç oranları kısmi olarak artmış olabilir belki. Çok fazla etkisinin olduğunu düşünmüyorum” (K16).

“Bence turizmin suç oranları üzerinde belli ölçüde bir etkisi oluyor. Ancak bu etkinin çok büyük olduğunu düşünmüyorum. Özellikle turist yoğunluğunun arttığı dönemlerde alkol tüketimine bağlı bazı olumsuzluklar yaşanabiliyor. Bunun yanında, kalabalığın artmasına bağlı olarak hırsızlık gibi olaylarda da zaman zaman artış görülebiliyor. Bunun dışında turizmin suç oranlarını ciddi ölçüde artırdığını söylemek doğru olmaz.” (K19).

Olumlu Kültürel Etkiler

Bu bölümde şehir turizminin Eskişehir’deki olumlu kültürel etkileri ele alınacaktır. Katılımcılar ile yapılan görüşmeler sonucunda olumlu kültürel etkilere ilişkin altı açıklayıcı kod oluşturulmuştur. 20 katılımcının görüşleri doğrultusunda oluşturulan kavram haritası Şekil 6.12’de gösterilmiştir.



Şekil 6.12. Olumlu kültürel etkiler

Not: Parantez içerisinde verilen değerler kişi sayılarını göstermektedir.

Kültürel Mirasın Korunması, Restorasyonu ve Yeniden İşlevselleştirilmesi

Turizmin en önemli kültürel etkilerinden biri, kültürel miras üzerindeki yansımalarıdır. Eskişehir'de şehir turizminin kültürel miras üzerindeki etkilerine ilişkin elde edilen nicel ve nitel bulgular birbiriyle örtüşmektedir. Bulgular, şehir turizminin kültürel mirasın korunmasına, değer kazanmasına ve yeniden işlevlendirilmesine olumlu katkılar sağladığını ortaya koymaktadır. Bu sonuçlar, literatürde benzer bulgulara ulaşan çalışmalarla da paralellik göstermektedir (Yorulmaz, 2019; Coşkun ve Okuyucu, 2022). Katılımcılar da konuya ilişkin görüşlerini şu şekilde ifade etmişlerdir:

“Turizmin gelişmesiyle birlikte kültürel mirasa daha fazla sahip çıkılmaya başlandı. Yani aslında kültürel mirası koruma bilinci arttı. Bununla beraber yerel yönetimler tarafında da bu miras değerlerini yenileme ve restore etme çalışmaları arttı ve hızlandı” (K9).

“Kültürel miras değerleri daha fazla ilgi görmeye başladı. Onları koruma çalışmaları arttı. Bu konuda yerel yönetimler özellikle Odunpazarı bölgesinde çok fazla çalışma gerçekleştirdi. Odunpazarı'nda birçok ev restore edildi. Restore edilen bu evlerin bazıları otellere kafelere çevrildi. Bazıları müzelere çevrildi. Hepsi talep görüyor ve ziyaret ediliyor” (K14).

“Turizm faaliyetleri ile birlikte kültürel miras varlıkları daha değerli hale geldi. İnsanlar turizmden gelir elde ettiği için kültürel miras varlıklarına gereken önemi vermeye başladı. Tabi aynı zamanda yerel yönetimlerin bu varlıkları koruma faaliyetleri de arttı. Turizmden sonra kültürel miras yapılarına izinsiz çivi bile çakılamıyor” (K19).

Geleneksel El Sanatlarının Canlanması

Şehir turizminin destinasyonlar üzerindeki en dinamik kültürel çıktılarından biri, zaman içinde görünürlüğü azalmış ya da yerel ölçekte sınırlı kalmış geleneksel el

sanatlarının yeniden canlandırılmasına ve ekonomik bir sektöre dönüşmesine katkı sağlama potansiyelidir. Nicel araştırma bulgularına göre el sanatlarının canlanması ifadesi ($\bar{X}=4,03$) algı puanına sahiptir. Yerel halk şehir turizminin el sanatlarının canlanmasını olumlu etkilediği görüşündedir. Nitel araştırma bulgularına göre de benzer şekilde Eskişehir’de şehir turizm faaliyetlerinin el sanatları üzerinde olumlu etkilerinin olduğu belirlenmiştir. Şehirde turizmin gelişmesiyle birlikte el sanatları canlanmış, yeni atölyeler ve dükkanlar açılmıştır. Nitekim elde edilen bu bulgular, literatürde yer alan çalışmaları destekler niteliktedir (Uslu ve Kiper, 2006; Çolak ve Batman, 2021). Bu konuda görüş bildiren katılımcıların görüşleri şöyledir:

“Eskişehir zaten bir sanat şehri. Turizmden sonra da bu konuda iyice kendini geliştirdi. Şehirde çok sayıda sanat atölyeleri açıldı. Özellikle lületaş bu konuda başı çekiyor. Bir diğeri cam sanatları yine çok meşhur. Ayrıca bunlarla ilgili her yıl sergiler ve etkinlikler düzenleniyor. Sizde bilirsiniz ki böyle etkinlikler ve sergiler sanatın gelişmesi için önemlidir” (K14).

“El sanatları turizmle birlikte büyük bir yükselişe geçti. Hem el sanatları çeşitlendi hem bunlarla ilgili çok fazla atölye açıldı. Şehirdeki el sanatları ürünlerinin tanınırlığı arttı. Bugün günümüzde çok insan lületaş işlemeciliğın burada yapıldığını biliyordur. Sadece lületaş da değil cam sanatları da çok popüler” (K16).

“Turizmle birlikte en çok gelişen faaliyet el sanatları olmuştur. Bu konuda en çokta lületaş, seramik, cam sanatları gelişti. Yine her yıl el sanatları faaliyetleri ile ilgili festivaller düzenlenmeye başlandı. Bu festivallere Türkiye’nin her yerinden insanlar geliyor” (K19).

Etkinlikler, Festivaller, Konser ve Sergilerin Artışı

Yerel halka uygulanan anket bulgularına göre festival ve konser gibi etkinlikler atmıştır ifadesinin algı puanı ($\bar{X}=3,97$)’dir. Bu ifadenin algı puanı 3 (kararsızım) ile 4 (katılıyorum) arasında değişmektedir. Nitekim ifadenin ortalama algı değeri 4’e çok yakındır. Nitel araştırma bulguları da bu durumu desteklemekte, katılımcılar şehir turizm faaliyetlerinin gelişmesi festival, etkinlik ve konserlerin artmasını sağladığı konusunda hemfikir olduklarını ve her yıl düzenli olarak bu tür organizasyonların gerçekleştirildiğini belirtmişlerdir. Dolayısıyla hem nicel hem de nitel veriler, kültürel ve sanatsal etkinliklerin artmasında şehir turizminin gelişmesinin kritik önemde olduğunu ortaya koymaktadır. Bu konudaki görüşlerin bazıları şöyledir:

“Biz Odunpazarı Belediyesi olarak kültürel öğelere sahip çıkıp geliştirmek için çok fazla faaliyet yürütüyoruz. Örneğın iki hafta önce Lületaş Festivalimizi gerçekleştirdik bölgede. Lüle Taşı Eskişehir’in en önemli kültürel miraslarından birisi. Türkiye’deki rezervlerin

neredeyse yüzde doksanı Eskişehir'den çıkartılıyor. Biz bu kültürel değeri yaşatmak, sanatla buluşturmak ve çağdaş yorumlarını ortaya çıkarmak için bir festival düzenliyoruz. Bu festivale katılım veya işte o festivalin desteklenmesi yerel halk tarafından, bölge esnafı tarafından çok önemli ve insanlar da önemsiyorlar. Buraya o dönemde gelen ziyaretçiler de bu festivallere katılıyor aynı zamanda. Onlar da çok önemsiyorlar ve nihayetinde bir kültürel etkileşim alanı ortaya çıkarmış oluyorsunuz. Bu sadece Lüle Taşı için değil. Birçok festivalimiz var. Cam, ahşap, seramik, gençlik festivalleri vesaire de yapıyoruz. O etkileşimi sağlamaya çalışıyoruz. Yerel halkla gelen ziyaretçilerin beraber buluşabileceği konserler, workshoplar, başka başka çalışmalar düzenlemeye çalışıyoruz” (K7).

“Kültürel etkiler yani tabii şimdi nasıl söyleyeyim? Bizim zaten belediyelerimiz sosyal kültürel anlamda gerçekten çok ciddi çalışmalar yapan belediyeler. Valiliğimiz de bunları destekliyor. Zaten Büyükerşen'i biliyorsunuz anlatmama hiç gerek yok hocamızı. Onun dışındaki Odunpazarı Belediye Başkanımız Kazım Kurt, Tepebaşı Belediye Başkanımız Ahmet Ataç. Yani bu insanlar hakikaten kültürel etkinliklere, kültürel anlamda çok fazla yatırım yapan, çok fazla bunları teşvik eden insanlar, başkanlar. Biz zaten her sene uluslararası festivaller düzenliyoruz. Bunun dışında kendi belediyemiz bünyesinde bulunan tiyatro ekibimiz var, tiyatro oyuncularımız var, sanatçılarımız var. Yani şehrimizin, özellikle çocuklarımızın kültürel anlamda gelişebilmeleri adına yaptığımız çok fazla etkinlik var” (K8).

“Festival ve etkinliklerde artışlar oldu. Şehirde her yıl etkinlik düzenlenmeye başlandı. Gençlik konserleri, sokak lezzetleri festivalleri, sergiler, fuarlar her yıl belirli zamanlarda düzenleniyor. Bu etkinlik ve festivaller hem yerel halkın hem de turistlerin büyük ilgisini çekiyor” (K20).

Yerel Ürünlerin Tanınırlığının Artması

Derinlemesine görüşmelerden elde edilen bulgular, şehir turizminin Eskişehir'e özgü yerel ürünlerin tanıtımına ve tanınırlığının artmasına önemli katkılar sağladığını ortaya koymaktadır. Katılımcılar, turizm faaliyetlerinin gelişmesiyle birlikte el sanatları, hediyelik eşyalar ve yöresel lezzetlere yönelik işletmelerin sayısının arttığını, turistlerin bu ürünlere ilgi göstermesinin hem satışları artırdığını hem de yerel ürünlerin daha geniş kitlelere tanıtılmasına katkı sağladığını ifade etmişlerdir. Bu konuda görüş bildiren katılımcıların ifadeleri şöyledir:

“Turizm yerel ürünlerin canlanmasını sağladı. Turizmden sonra şehirde yerel ürünlerle ilgili birçok dükkan açıldı. İşte gerek el sanatları olsun gerek yerel lezzetlerle ilgili dükkanlar arttı. Tabi şehrimize gelen turistler şehre özgü yerel lezzetleri görmek istiyor tatmak istiyor.

Bunun yanı sıra evlerine dönerken bu yerel ürünlerden hediyeelik eşyalar almaktadır. Bu da şehirdeki yerel ürünlerin tanınırlığının artmasını sağlamaktadır” (K10).

“Gelen turistler şehre özgü yerel ürünleri bizlere soruyorlar. Bizlerde onları ürünleri anlatıyor tanıtıyor ve tavsiyeler veriyoruz. Bu anlamda turizmle birlikte şehirdeki yerel ürünlerin tanıtımı arttı” (K13).

Şehrsel İmajın Güçlenmesi

Nicel araştırma bulgularına göre, "Şehrin imajı artmıştır" ifadesi ($\bar{X}=4,15$) ortalama algı puanına sahiptir. Bu bağlamda Eskişehir'deki yerel halk şehir turizminin şehrin imajını arttırdığı görüşündedir. Nitel araştırma bulguları da bu sonucu desteklemektedir. Katılımcılar, şehir turizminin gelişmesiyle birlikte Eskişehir'in ulusal düzeyde daha fazla tanındığını, medyada daha görünür hale geldiğini ve şehrin olumlu bir imaj kazandığını ifade etmişlerdir. Katılımcılar özellikle Yılmaz Büyükerşen döneminde gerçekleştirilen şehrsel düzenleme ve dönüşüm çalışmalarının şehrin imajının güçlenmesinde önemli rol oynadığını vurgulamışlardır. Bu konuda görüş bildiren bazı katılımcıların ifadeleri şöyledir:

“Turizm şehrin imajının artmasını sağlamıştır. Özellikle Sanatçıların ve sanatseverelerin şehre ilgisi artmıştır. Bu vesileyle basınında ilgisi artmış hem ulusal hem yerel basının ilgisini çekerek medyada yer bulmuştur” (K1).

“Artan turizm faaliyetleri ile birlikte şehrin tanınırlığı da artmıştır. Eskişehir'in ülkemizde popülerliği sürekli artmaktadır. Bunda belediyemizin yaptığı çalışmalar yüzde yüz etkilidir. Özellikle Yılmaz Büyükerşen'in yaptığı çalışmalar şehrin imajının artmasını sağlamıştır” (K4).

Kültür Alışverişinin Artması

Yerel halka uygulanan anket sonuçlarına göre yerel halk ve ziyaretçiler arasında kültür alışverişi artmıştır ifadesinin algı puanı ($\bar{X}=3,76$)'dır. Bu ifade 3 (kararsızım) ile 4 (katılıyorum) arasında değişen bir algı puanına sahiptir. Derinlemesine görüşmelerden elde edilen bulgular ise kültür alışverişine ilişkin farklı değerlendirmelerin bulunduğunu ortaya koymaktadır. Katılımcıların bir kısmı, şehir turizminin yerel halk ile ziyaretçiler arasındaki kültürel etkileşimi artırdığını ifade etmiştir. Bu bulgu literatürde benzer sonuçlara ulaşan çalışmalarla da örtüşmektedir (Çetin, 2009). Buna karşın bazı katılımcılar, turistlerle kültürel etkileşim kurabilecek yeterli zaman ve ortamın oluşmadığını, bu nedenle kültür alışverişinin sınırlı düzeyde gerçekleştiğini belirtmişlerdir. Katılımcıların konuya ilişkin görüşlerinden bazıları aşağıda sunulmuştur:

“Turizm faaliyetleri elbette kültür alışverişini olumlu etkilemektedir. Eskişehir'e çok farklı şehir ve ülkelerden gelen insanlar var. Bu da farklı kültürler ve diller demek. Bu insanlar gezerken esnafla ve yerli harıklar tanışıyor ve kaynaşıyor” (K6).

“Turizmin, kültürel anlamda kültürel kaynaşma veya var olan kültürün korunması ve aktarılması açısından önemli olduğunu düşünüyorum. Yine tarihi bölgenin de kendine ait bir has kültürü var. Bunu esnafla konuşurken veya yerel halkla konuşurken de anlayabiliyorsunuz aslında o kültürel öğeleri. Bu kültür gelen ziyaretçiyede yansıtılmaktadır. Bu sayede gelen turist şehri gezerken kültürel zenginlik kazanmaktadır” (K7).

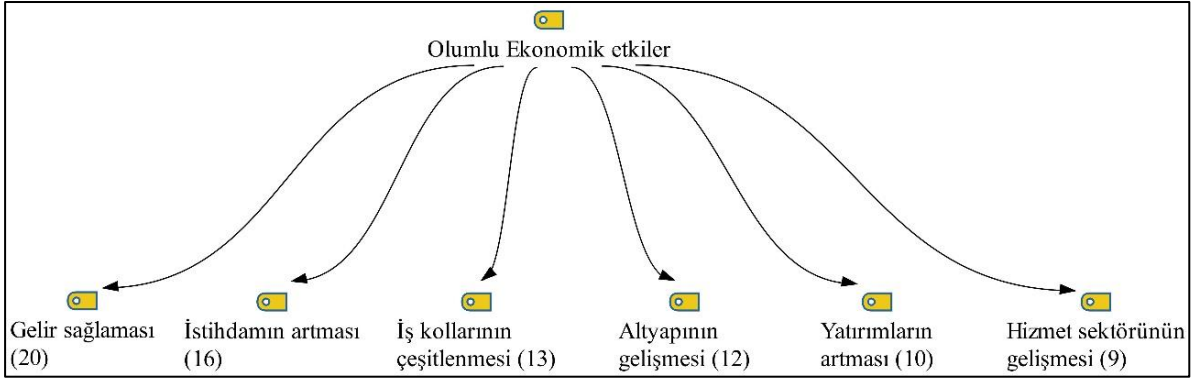
“Şehre çok farklı yerlerden insanlar geliyor. Hatta farklı ülkelerden yabancı uyruklu insanlarda geliyor. Ancak kültür alışverişi denen şey için insanların şehirde daha uzun vakit geçirmesi gerekir. Buraya gelen insanlar şehri hızlıca geziyor ve gidiyor. Bu yüzden kültür alışverişinden bahsetmek zor” (K11).

6.2.4.2. Ekonomik Etkiler

Çalışmadan elde edilen nicel bulgulara göre şehir turizminin ekonomik etkileri ile ilgili olarak üç faktör ortaya çıkmıştır. Bunlar “Ticari ve Sektörel Gelişim Etkileri”, “İstihdam ve Kalkınma Etkileri”, “Olumsuz Ekonomik Etkiler” faktörleridir (Tablo 6.3). Nitel araştırma kapsamında yapılan derinlemesine görüşmeler sonucunda ise ekonomik etkiler olumlu ekonomik etkiler ve olumsuz ekonomik etkiler olarak iki tema altında toplanmıştır. Çalışmada olumlu ekonomik etkilere ilişkin altı, olumsuz etkilere ilişkin dört açıklayıcı kod ortaya çıkmıştır.

Olumlu Ekonomik Etkiler

Bu kısımda Eskişehir’de şehir turizminin olumlu ekonomik etkilerine yönelik elde edilen nitel bulgular değerlendirilecektir. Bu bağlamda katılımcılara Eskişehir’de şehir turizm faaliyetlerinin şehri ekonomik olarak nasıl etkilediğine ilişkin açık uçlu sorulmuştur. Nitekim 20 katılımcı ile yapılan görüşmeler sonucunda şehir turizminin olumlu ekonomik etkilerine ilişkin hiyerarşik kod-alt kod modeli oluşturulmuştur (Şekil 6.13). Bu durumda şehir turizminin olumlu ekonomik etkilerine ilişkin altı açıklayıcı kod ortaya çıkmıştır. Bu kodlar, şehrin turizm kaynaklı ekonomik dinamiklerini anlamaya yönelik önemli bir çerçeve sunmaktadır.



Şekil 6.13. Olumlu ekonomik etkilere ilişkin temalar

Not: Parantez içerisinde verilen değerler kişi sayılarını göstermektedir

Gelir Sağlaması

Çalışmada elde edilen nicel bulgulara göre katılımcıların, şehir turizminin geliri arttırdığı yönündeki ifadeye verdikleri ortalama puan ($\bar{X}=3,76$)'dır. Katılımcıların algı puanları 3 (Kararsızım) ile 4 (Katılıyorum) arasında değişmektedir. Yerel yönetimler ve işletmeciler ise şehir turizminin gelir arttırıcı etkisine yerel halktan daha fazla önem vermektedir. Dolayısıyla katılımcıların büyük çoğunluğu Eskişehir'de turizminin yerel halka gelir sağladığını belirtmiştir. Katılımcılar, şehirde turizmin gelişmeye başlamasıyla birlikte birçok yeni iş yerinin açıldığını ve birçok kişinin kazanç sağlamaya başladığını belirtmiştir. Bu bulgu, literatürde turizminin yerel halkın gelir düzeyini olumlu yönde etkilediğini ortaya koyan çalışmalarla benzerlik göstermektedir (Castela, 2018; Kapan, 2018; Kavaklı ve Karakaş, 2022). Katılımcıların turizmin gelire olan etkisi konusundaki görüşleri şöyledir:

“Turizm şehri ekonomik olarak olumlu etkilemektedir. Çünkü esnaf turizm faaliyetlerinden ekonomik gelir elde ediyor. Örneğin Porsuk'ta gondollar çalışıyor gelen insanlar hediyelik eşya dükkanlarından hediyeler alıyor. Yeme içme dükkanları canlanıyor. Kısacası ticari işletme sayıları artıyor. Yerel halka iş imkanı sağlıyor. Her yönüyle şehri olumlu etkiliyor” (K2).

“Turizmle birlikte şehirde gelişiyor. Müzelerin ve çevre esnafın ürünlerini sürekli yenilemesiyle turizmden elde ettikleri gelir artmaktadır. Şehirdeki hizmet kalitesi arttı. Turistlerin taleplerine yönelik gelişti. Yerel halka iş olanakları doğdu. Turizm insanlara ekmek teknesi oldu bir nevi” (K3).

“Olumlu ekonomik etkileri aslında baştan beri söylüyoruz. Hediyelik eşya dükkanından gastronomiye kadar, yiyecek içecek işletmelerine kadar, seyahat acentalarına kadar birçok sektörün içerisindeki alt birimlere olumlu birçok etkisi var. Bunların başında gelir etkisi gelmektedir” (K7).

“Gelir elbette olumlu etkileniyor. Sadece turizmle uğraşanların değil dolaylı olarak diğer esnaflarında turizmden sonra gelirleri arttı. Otelcisinden kafecisine, dolmuşçusundan taksicisine birçok kesimin geliri arttı” (K14).

İstihdamın Artması

Şehir turizminin yerel ekonomi üzerindeki önemli etkilerinden biri istihdama sağladığı katkıdır. Özellikle kadınların iş hayatına girmesini sağlayan turizm sektörü kadın ve erkek istihdamındaki dengeyi de sağlamaktadır (Civelelek, vd., 2014: 24). Elde edilen bulgular, Eskişehir'de şehir turizminin gelişmesiyle birlikte yeni iş olanaklarının ortaya çıktığını ve turizm faaliyetlerinin doğrudan ve dolaylı istihdamı artırarak yerel halkın çalışma yaşamına önemli katkılar sağladığını göstermektedir. Katılımcılar, turizmin istihdama olan etkisi konusunda özellikle kadınlara dikkat çekmişlerdir. Turizmden sonra kadınların iş hayatında daha çok yer aldığını ifade etmişlerdir. Nicel kapsamdaki bulgular da bu konuda nitel bulguları desteklemektedir. Nitekim yerel halkın kadınların istihdamı artmıştır ifadesine atfettikleri önem ($\bar{X}=3,85$)'dir. Elde edilen bu bulgu, literatürde yer alan (Çetin, 2009; Özel, 2014; Çolak ve Batman 2021) çalışmaların sonuçlarıyla benzerlik göstermektedir. Katılımcıların, turizmin istihdama etkisi konusundaki görüşlerinin bazıları şöyledir:

“Turizmin istihdama olumlu olarak etki ettiğini düşünüyorum. Turizmin gelişmesi ile istihdam arttı. Özellikle kadınların istihdamı arttı. Kadınlar daha fazla iş olanakları elde etti. Özellikle el sanatları ve yöresel yiyecek içecek üzerine işlerde çalışmaya başladılar” (K13).

Yeni İş Kollarının Gelişmesi

Turizm, ekonomik faaliyetlerin çeşitlenmesine katkı sağlayarak yeni iş kollarının ortaya çıkmasını teşvik eden önemli sektörlerden biridir. Turizm faaliyetlerinin gelişmesiyle birlikte turizme doğrudan ve dolaylı olarak bağlı birçok yeni iş alanı oluşmakta ve girişimcilik faaliyetleri desteklenmektedir. Araştırma kapsamında elde edilen bulgular da bu durumu desteklemektedir. Yerel halka uygulanan anketlerden elde edilen bulgulara göre katılımcılar, şehir turizminin yeni iş kollarının gelişmesini sağladığı görüşüne katılmaktadır ($\bar{X}=3,74$). Yerel yönetim temsilcileri ve turizm işletmecileri de şehir turizminin yeni iş alanlarının oluşmasına katkı sağladığını ifade etmişlerdir. Katılımcıların bu konudaki görüşleri şöyledir:

“Turizm yeni iş fırsatları doğurdu. Turizmden sonra şehirde işsizlik oranı azaldı. Şehirde çok sayıda lokanta, eğlence yeri, kafe, otel açılıyor. Tüm bunlar halkın karşısına birer iş fırsatı olarak çıkıyor” (K12).

“Turizmden sonra şehirde çok fazla yeni işletme açılmaya başlandı. Lokantalar, kafeler, pansiyonlar daha birçok işletme açıldı ve açılmaya devam ediyor. Özellikle yöresel ürünlere yönelik talep çok fazla Eskişehir'de ünlü olan ürünlere yönelik. Çi börek dükkanları balaban köfteci, helvacılar açılıyor. Çünkü dışarıdan gelen turist bunu merak ediyor bunları tatmak istiyor. İnsanımız bu talebe karşılık vermeye çalışıyor” (K15).

Altyapı Olanaklarının Gelişmesi

Yerel halka uygulanan anket sonuçlarına göre; şehrin altyapısı gelişmiştir ($\bar{X}=3,00$) ifadesi “İstihdam ve Kalkınma Etkileri” faktöründeki en düşük algı puanına sahip ifade olmuştur. Yerel halkın bu konuda tam bir kararsızlık içinde olduğu görülmektedir. Derinlemesine yapılan görüşme sonuçlarında da benzer sonuçlara ulaşılmıştır. Yerel yönetim ve işletmeciler de kararsızlık içinde olup farklı görüşlere sahiptir. Yerel yönetimler altyapı olanaklarının gelişmesi konusuna daha olumlu bakarken, işletme sahipleri ise altyapı olanaklarının yeterince gelişmediğini düşünmektedir. Yerel yönetimler genel olarak şehir turizminin gelişmesiyle birlikte altyapının geliştiğini belirtmişlerdir. Turizm işletmecilerinin çoğunluğu ise turizmle birlikte altyapı olanaklarında bir gelişme olduğunu ancak bunun yeterli düzeyde olmadığını ifade etmişlerdir. Katılımcıların Eskişehir’de altyapının gelişmesiyle ilgili olarak belirttikleri görüşlerin bazıları aşağıda verilmiştir:

“Turizm, altyapı ve üstyapıyı değiştirdi ve geliştirdi. Bir kere belediyeçilik anlayışı çok gelişmiş durumda biz de. Belediye, çevre konusunda gerçekten çalışıyor. Peyzaj anlamında şehrin her tarafında park ve yeşil alan yapılıyor. Bunun dışında geçmiş yıllarda doğalgaz, elektrik sorunları çok fazla yaşıyorduk. Günümüzde bu sorunlar azaldı. Şehirde şu an altyapı konusunda internet altyapısında bazı sorunlar yaşıyor diyebilirim” (K4).

“Şehrin altyapısında turizmin gelişmeye başlamasından sonra önemli değişiklikler oldu. Altyapı olanakları turizmden sonra çok çok gelişti. Şehirdeki atıl yerler yok edildi. Tahribata uğramış yerler onarıldı” (K6).

“Şehrin altyapısı problemlidir. Evet geçmişte daha problemliydi şimdi geçmişe nazaran iyi durumda ancak hala problemler yaşanmakta. Bu konuda yapılması gereken çözülmesi gereken çok şey var” (K14).

“Altyapı olanakları gelişti gelişmedi diyemem ancak yeterince geliştiğini düşünmüyorum. Şehirde hala halihazırda altyapıyla ilgili yaşanan problemler var. İnternet altyapısı ve kanalizasyon konularında problemler yaşanmaya devam ediyor” (K19).

Yatırımların Artması

Turizm, destinasyonlarda yatırım faaliyetlerini teşvik ederek ekonomik gelişime katkı sağlayan önemli bir sektördür. Turizm talebindeki artış, kamu ve özel sektör yatırımlarının artmasına, turizm altyapısının güçlendirilmesine ve yeni yatırım alanlarının oluşmasına zemin hazırlamaktadır. Araştırma kapsamında elde edilen bulgular da bu durumu desteklemektedir. Yerel halka uygulanan anketlerden elde edilen bulgulara göre katılımcılar, şehir turizminin yatırımların artmasını sağladığı görüşüne katılmaktadır ($\bar{X}=3,70$). Yerel yönetim temsilcileri ve turizm işletmecileri de şehir turizminin şehirde yatırımları teşvik ettiği yönünde benzer görüşler dile getirmişlerdir. Katılımcıların bu konudaki görüşleri şöyledir:

“Şehre yapılan yatırımlar arttı. Özellikle son yıllarda şehre çok fazla konaklama yatırımı yapıldı. Şehirde büyük oteller açıldı. En son mesela yeni bir otel açıldı Odunpazarı'nın üst tarafında termal bir otel. Bunun dışında şehre açılan mekân sayısı da arttı çeşitlendi. Şehirdeki eğlence olanakları daha da arttı” (K7).

“Turizm geliştikçe şehre yapılan yatırımlar da arttı. Yeni işletmeler açıldı, farklı iş alanları oluştu. İnsanlar turizmin hareketlenmesiyle yatırım yapmaya daha istekli oldu. Bu da hem yeni iş imkânları oluşturdu hem de şehrin ekonomisini canlandırdı. Yani turizm sayesinde şehir her geçen gün daha fazla yatırım alıyor ve gelişmeye devam ediyor.” (K5).

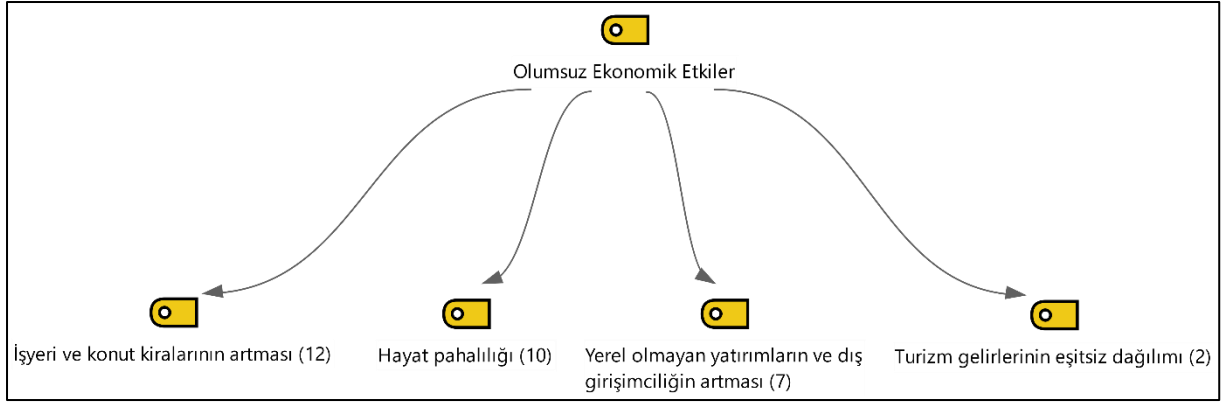
Hizmet Sektörünün Gelişmesi

Turizm sektörü, ağırlıklı olarak hizmet üretimi yapan bir sektördür. Nitekim gelişmekte olan ülkeler için sosyal ve ekonomik kalkınmayı olumlu olarak etkileme gücünün olması hizmet sektörüne olan en önemli etkisidir. Turizm hareketlerinin ekonomiyi canlandırması, gelişen turizm çeşitleri ve artan yatırımlar hizmet sektörü için itici bir güç niteliğindedir (Oktayer vd., 2007:109). Bu bağlamda Eskişehir'de şehir turizminin gelişmesiyle birlikte hizmet sektöründe önemli bir hareketlilik yaşandığı belirlenmiştir. Katılımcılar, turizm faaliyetlerinin artmasının yeni işletmelerin açılmasını teşvik ettiğini, mevcut işletmelerin ise hizmet kapasitelerini ve faaliyet alanlarını genişlettiğini ifade etmişlerdir. Özellikle konaklama, yeme-içme, kafe, hediyelik eşya ve eğlence işletmelerinin sayısındaki artışın şehir ekonomisine canlılık kazandırdığı ve hizmet sektörünün gelişimini desteklediği belirtilmiştir. Bu konudaki görüşlerden biri şöyledir:

“Eskiden bu kadar işletme yoktu. Turizm geliştikçe şehirde hizmet sektörü de büyüdü. Şimdi her yerde yeni kafeler, restoranlar, oteller ve pansiyonlar açılıyor. Turist geldikçe bu işletmeler de kendini geliştiriyor, hizmet kalitesini artırıyor.” (K8)

Olumsuz Ekonomik Etkiler

Bu bölümde Eskişehir'de şehir turizminin olumsuz ekonomik etkilerine yönelik bulgular ele alınmıştır. Şehir turizminin olumsuz etkileri ile ilgili olarak 20 katılımcının görüşlerine ilişkin oluşturulan kavram haritası aşağıda gösterilmiştir (Şekil 6.14). Olumsuz ekonomik etkilere ilişkin dört açıklayıcı kod oluşturulmuştur.



Şekil 6.14. Olumsuz ekonomik etkiler

Not: Parantez içerisinde verilen değerler kişi sayılarını göstermektedir.

İşyeri ve Konut Kiralarının Artması

Yerel halka uygulanan anket sonuçlarına göre; işyeri kira fiyatları artmıştır ($\bar{X}=4,38$) ve konut kira fiyatları artmıştır ($\bar{X}=4,00$) ifadeleri yüksek algı puanına sahiptir. Yerel halk, şehir turizminin işyeri ve konut kiralarının artmasına neden olduğu görüşündedir. Nitel araştırma bulgularında da benzer sonuçlara ulaşılmıştır. Bu sonuçlar, turizm gelişiminin konut ve işyeri kiralarında artışa yol açtığını ortaya koyan literatürdeki çalışmalarla paralellik göstermektedir (Çetin, 2009; Yüksel, vd., 2020). Katılımcılar özellikle iş yeri kira fiyatlarının arttığını belirtmiştir. Katılımcıların bu konudaki görüşleri aşağıda verilmiştir:

“Turizmden sonra işyeri ve konut kira fiyatları arttı. Turizmin yoğun olduğu yerlerdeki işyeri kiralaları daha fazla arttı” (K3).

“Turizm, şehirdeki kira fiyatlarını olumsuz etkiledi. Konut kiralaları bir miktar artarken, iş yeri kiralaları bir hayli arttı. Özellikle merkezi yerlerde bu kiralalar çok çok yüksek fiyatlarda” (K11).

“Kira fiyatları arttı. Özellikle turizmin yoğun olduğu Odunpazarı bölgesindeki dükkanların ve evlerin fiyatları çok arttı. Yine çarşı merkezdeki ev ve iş yerleri kiralaları da arttı. Bir de normal konutların dışında günübirlik evler var tabi. Son zamanlarda bu evlere artan taleple birlikte bunların da kiralaları artmış durumda” (K15).

Hayat Pahalılığı

Nitel bulgulardan elde edilen sonuçlara göre hayat pahalılığı artmıştır ifadesi ($\bar{X}=4,24$) algı puanına sahiptir. Nitekim yerel halk şehir turizminin hayat pahalılığına sebep olduğunu düşünmektedir. Yerel yönetimler ve işletmeciler ile yapılan derinlemesine görüşme sonuçlarında ise farklı görüşler yer almaktadır. Katılımcılar, şehir turizminin bazı ürün ve

hizmetlerin fiyatlarının artmasına katkı sağladığını ancak hayat pahalılığının tek nedeninin turizm olmadığını ifade etmişlerdir. Katılımcılara göre fiyat artışlarında enflasyon ve genel ekonomik koşullar da belirleyici bir rol oynamaktadır. Bununla birlikte, turizmden doğrudan etkilenen sektörlerde fiyat artışlarının daha belirgin olduğu görüşü öne çıkmıştır. Bu konudaki görüşler şöyledir:

“Turizmden sonra olumsuz olarak hayat pahalılığı arttı. Bazı ürün ve hizmetlerin fiyatları turizmle birlikte arttı. Ancak bu her şeyde geçerli değil. Turizmin etkilediği sektörler için geçerli bir durum” (K4).

“Şehrin gelişmesi ve büyümesi bunun yanında turizmin de gelişmesiyle şehirde hizmet fiyatlarında bir artış oldu ama bu her anlamda değil. Sebze-meyve fiyatlarında bir değişim söz konusu olmadı. Fiyatı artan şeyler daha çok konaklama, ulaşım, eğlence sektörü oldu. Çünkü bu sektörler turizmle ilişkili olduğu için turizmden sonra fiyatları yükselmeye başladı” (K11).

“Şehirde birçok şeyin fiyatı arttı. Özellikle turizmin yoğun olduğu çevrelerde bu fiyatlar daha da yüksek. Ancak buradaki tek etken turizm değil elbette. Ülkedeki enflasyona bağlı olarak her şey çok pahalı zaten. Bu yüzden bu pahalılığı sadece turizme bağlamak doğru olmaz” (K17).

“Tabi fiyatlar turizmden etkilendi. Turizmin olduğu her yerde ister istemez fiyatlar da birtakım artışlar olmaktadır. Ancak bu sadece turizm faaliyetleri ile ilişkili olan şeylere yansdı” (K20).

Yerel Olmayan Yatırımların ve Dış Girişimciliğin Artması

Yerel halka uygulanan nicel araştırma bulgularına göre, şehirselleşmenin gelişmesiyle birlikte istihdam ve yatırımlarda yerel aktörlerden ziyade kent dışından gelen girişimcilerin payının arttığına ilişkin algının ortalama puanı ($\bar{X}=3,66$) olup, katılımcıların bu konuya ilişkin değerlendirmelerinin "kararsızım" ile "katılıyorum" düzeyi arasında olduğu görülmektedir. Derinlemesine yapılan mülakat sonuçları da yerel halkın bu algısını destekler niteliktedir. Görüşme yapılan katılımcılar, Eskişehir’de şehir turizminin gelişmesiyle birlikte kent ölçeğinde yerel olmayan (dışsal) sermaye ve girişimci yoğunluğunun arttığına dikkat çekmiştir. Özellikle turistik cazibe merkezlerinin çevresinde, Eskişehir dışından gelen yatırımcılar tarafından kurulan ticari işletmelerin sayısında belirgin bir artış yaşandığı ifade edilmiştir. Katılımcılardan bazıları bu durumu şu şekilde ifade etmiştir:

“Turizmin bu denli gelişmesinin ardından şehre yerli halk dışında dışardan gelip işletme kuran insanlar var. Böyle kurulan birçok otel ve lokantalar var. Ancak bu civardaki ve genel olarak çoğu yerli halktan oluşuyor diyebiliriz” (K6).

“Turizmden sonra şehre yapılan yatırımlar o kadar çok arttı ki. Özellikle son beş altı yıldır şehirde sürekli yeni yerler açılıyor. Yeni oteller, yeni kafeler, yeni eğlence mekânları, yeni restoranlar. Ve işin ilginç tarafı bunu sadece bizim yerli halkımız değil dışardan gelip bu işletmeleri açanlar var. Çünkü bu insanlar kazanacaklarını biliyorlar ve gelip burada dükkan açıyorlar” (K10).

“Turizm şehrin gelir kaynaklarından biri olduğu için şehirde turizme yönelik yatırımlar artışta diyebiliriz. Sadece yerli yatırımcı değil yabancı yatırımcılar da şehirde yatırımlar yapmaya başladı” (K14).

Turizm Gelirlerinin Eşitsiz Dağılımı

Eskişehir’de şehir turizminin bir diğer olumsuz etkisi ise turizm gelirlerinin eşitsiz dağılımı olarak belirlenmiştir. Katılımcılar, turizm gelirlerinden herkesin aynı oranda yararlanmadığını bazı kesimlerin turizm gelirlerinden daha fazla yararlandığını ifade etmiştir. Bu konuda belirtilen görüşler ise şöyledir:

“Bu konuda olumsuz olarak şunu söyleyebiliriz. Yani sadece belli ürünlere odaklanması bu noktada bazı ürünleri üreten üreticilere veya bunu satan ticaretiyle uğraşanların boşa düşmesine neden oluyor. Örneğin balaban köfte çok tanınan bilinen ve gelen ziyaretçiler tarafından tüketilen bir yiyecek ama Eskişehir'in başka bir yiyeceği tüketilmeyince veya insanlarla etkileşim hâline gelebilecek bir noktaya gelemeyince unutulup gidebiliyor. Ve bir diğer mesele de bazı çekim merkezleri dışında kalan esnafın ziyaret edilmemesi gibi bir durumda var” (K7).

“Şehirdeki herkes turizmden aynı derecede faydalanamıyor maalesef. Tur şirketleri belli dükkanlarla anlaşıyor ve gelen turisti sadece o dükkanlara götürüyor. Durum böyle olunca sadece belirli esnaflar kazanmış oluyor diğerleri daha az kazanıyor” (K16).

6.2.5. Memnuniyet ve Öneriler

Katılımcıların Eskişehir’deki mevcut şehir turizm faaliyetlerinden memnuniyet durumunu ortaya koymak amacıyla katılımcıların bu konudaki görüşleri alınmıştır. Tablo 6.56’da görüldüğü üzere katılımcıların büyük çoğunluğu turizm faaliyetlerinden memnun

olduğunu belirtirken, yalnızca 2 kişi memnun olmadığını ifade etmiştir. Bu konudaki bazı görüşler şöyledir:

“Tabi ki kesinlikle memnunuz. Şehrimize gelen yerli ve yabancı turist sayısının artışından, ilimiz turizminin ülke çapında merkezi bir konuma oturmasından dolayı Eskişehir yerel halkının ve bizlerin memnuniyet durumu üst seviyededir” (K3).

“Tabii ki de memnunuz. Ekmek yiyoruz bu işten. Herkes ekmek yiyor. Daha da gelişmesini tabi ki de isteriz ileride bakalım göreceğiz ne kadar gelişecek ne kadar dibe çökecek dibe çökeceğini zannetmiyorum buradan artık çünkü en karşı olan insan bile şurada bu bölgede yıllar öncesinden bahsediyorum ya olmaz öyle şey diyen insanlar bile şu anda ya oh be diyorlar. Niye? Çünkü para kazanıyorlar. O yüzden yani ben dahil herkes turizm gelişmesinden memnun. Sadece işte belli başlı trafik ile ilgili sıkıntılar var. Onunla ilgili bazen sıkıntı olabiliyor. Onun dışında kalabalık evet şehir merkezinde çok kalabalık oluyor. Eşiyle, dostuyla, çocuğuyla, gidip bir yerde yemek yemek isteyen insanlar bazen kalabalıktan ötürü yer bulamıyor olabilirler. Bundan dolayı bir sıkıntı yaşıyor olabilirler. Ama bunlar da sorun yaratacak şeyler değil bence. Yani bunlar olacak şeyler, olması gereken şeyler” (K8).

Tablo 6.56. Katılımcıların mevcut şehir turizmi faaliyetlerinden memnuniyet durumu

Memnuniyet Durumu	Frekans (N)	Yüzde (%)
Memnunuz	18	90
Memnun değilim	2	10
Toplam	20	100

Bir destinasyonun sürdürülebilir gelişimi ve turizm kalitesinin artırılması, yerel paydaşların sahada deneyimledikleri sorunların ve geliştirilmesi gereken alanların sistematik biçimde analiz edilmesine bağlıdır. Bu doğrultuda, Eskişehir’de şehir turizminin geliştirilmesine ve destinasyon yönetiminin güçlendirilmesine yönelik olarak nitel araştırma kapsamında katılımcıların stratejik öneri ve beklentileri elde edilmiştir. Katılımcıların turizmin geliştirilmesine yönelik önerileri incelendiğinde, görüşlerin dört temel tema altında yoğunlaştığı görülmektedir. Önerilerin ağırlıklı olarak altyapı ve ulaşım düzenlemeleri ile turizm arzının geliştirilmesi ve çeşitlendirilmesi ekseninde toplandığı dikkat çekmektedir. Altyapı ve ulaşım düzenlemeleri kapsamında özellikle trafik ve otopark sorunlarının çözülmesi, havaalanının aktifleştirilmesi öne çıkmaktadır. Turizm arzı ve çeşitlendirme kapsamında ise turizm türlerinin bütünleştirilmesi, termal turizmin geliştirilmesi ve konaklama olanaklarının artırılması yönündeki beklentiler dikkat çekmektedir. Bunun yanı sıra destinasyonun pazarlanması kapsamında tanıtım faaliyetlerinin güçlendirilmesi, turizm paydaşları arasındaki

iş birliğinin geliştirilmesi ve destinasyonun ziyaretçi çekiciliğinin artırılmasına yönelik öneriler de öne çıkmaktadır. Ekonomik ve sosyal sürdürülebilirlik kapsamında ise hizmet fiyatlarının düşürülmesi ve kültürel mirasın korunmasına yönelik çalışmaların artırılması gerektiği ifade edilmiştir. Bu bulgular, Eskişehir’de bütüncül bir destinasyon yönetimi yaklaşımına duyulan ihtiyacı ortaya koymaktadır.

Tablo 6.57. Katılımcılara göre şehir turizminin geliştirilmesine yönelik öneriler

Ana tema	Öneriler	Katılımcı sayısı
Altyapı ve Ulaşım Düzenlemeleri	Trafik sorunu çözülmeli	8
	Otopark sorunu çözülmeli	8
	Havaalanı aktifleştirilmeli	7
	Şehir içi ulaşım olanakları arttırılmalı	4
	Hızlı tren seferleri arttırılmalı	4
	Yönlendirme tabelaları arttırılmalı	4
Turizm Arzı ve Çeşitlendirme	Turizm çeşitleri birbirine entegre edilmeli	5
	Termal turizm geliştirilmeli	5
	Konaklama olanakları arttırılmalı	4
	Rekreasyonel olanaklar arttırılmalı	2
	Etkinlik ve faaliyetler arttırılmalı	2
	Kongre turizmi geliştirilmeli	2
Pazarlama, Tanıtım ve Destinasyon Yönetimi	Tanıtım çalışmaları arttırılmalı	8
	Turizm danışma büroları arttırılmalı	3
	Paydaşlar arası iş birliği arttırılmalı	3
	Gelen turların sayısı arttırılmalı	2
Ekonomik ve Sosyal Sürdürülebilirlik	Hizmet fiyatları azaltılmalı	3
	Kültürel mirası koruma çalışmaları arttırılmalı	2

7. TARTIŞMA VE SONUÇ

Şehir turizmi, son yıllarda giderek daha fazla önem kazanan çok boyutlu bir turizm türüdür. Bu turizm türü, kentleri yalnızca ziyaret edilen mekânlar olmaktan çıkararak, deneyimlenen sosyal ve kültürel yaşam alanları olarak yeniden tanımlamaktadır. Bu bağlamda, klasik deniz-kum-güneş temelli turizm anlayışının yerini kültürel etkileşim, yerel yaşamı deneyimleme, kent atmosferini hissetme ve kısa süreli ziyaret motivasyonları almaktadır. Söz konusu dönüşüm, turizm talebinde ortaya çıkan niteliksel değişimlerle doğrudan ilişkili olup, deneyim temelli turizm anlayışının giderek güçlenmesine zemin hazırlamaktadır. Küreselleşme süreci, ulaşım teknolojilerindeki gelişmeler, dijitalleşme ve bilgiye erişimin kolaylaşması gibi faktörler şehir turizminin gelişimini hızlandıran temel dinamikler arasında yer almaktadır (Kaya ve Keleş, 2022: 813). Bu gelişmeler doğrultusunda şehirler; tarihsel ve kültürel mirasları, müzeleri, mimari dokuları, gastronomik zenginlikleri, festivalleri, etkinlikleri ve rekreasyon alanlarıyla turistik çekim gücü yüksek merkezlere dönüşmüştür. Böylece şehirler, yalnızca ekonomik ve idari işlevleriyle değil, aynı zamanda kültürel üretim, etkileşim ve deneyim alanları olarak da yeniden konumlanmaktadır.

Bu çalışma, Eskişehir örneğinde şehir turizminin ekonomik ve sosyokültürel etkilerini Sosyal Mübadele Teorisi çerçevesinde, çok paydaşlı bir yaklaşımla incelemeyi amaçlamaktadır. Bu kapsamda şehir turizminin kent ölçeğinde yarattığı dönüşüm, yalnızca sağladığı ekonomik, sosyal ve kültürel katkılar açısından değil, beraberinde getirdiği ekonomik, sosyal ve mekânsal maliyetler bakımından da bütüncül bir yaklaşımla ele alınmaktadır. Her ne kadar şehir turizmi kentlerin gelişimine önemli katkılar sağlasa da tek yönlü ve tamamen olumlu bir süreç değildir. Bu yönüyle Eskişehir örneği, şehir turizminin çok aktörlü, dinamik ve sürdürülebilir planlama gerektiren bir süreç olduğunu kanıtlamaktadır.

Araştırma bulguları, Eskişehir'i ziyaret eden turist profilinin ağırlıklı olarak genç, eğitim düzeyi yüksek, gezi-eğlence ve kültürel deneyim arayışında olan, İstanbul ve Ankara başta olmak üzere çevre illerden gelen bireylerden oluştuğunu göstermektedir. Nitekim, Avrupa kent turizmine ilişkin araştırmalar, kent turizminin her yaş grubuna hitap etmekle birlikte özellikle genç turistler açısından giderek daha fazla tercih edilen bir turizm türü hâline geldiğini ortaya koymaktadır (ETC, 2005). Ziyaretçilerin önemli bir bölümünün seyahatlerini günübirlik gerçekleştirdiği, konaklayan ziyaretçilerin ise büyük kısmının yalnızca bir gece şehirde kaldığı belirlenmiştir. Bu bulgu, şehir turizmini diğer turizm türlerinden ayıran en temel özelliklerden birinin kısa konaklama süresi olduğunu ortaya koymaktadır. Şehir turizmi destinasyonlarında konaklama süresi, kıyı turizmi veya kış turizmi destinasyonlarına kıyasla daha kısadır

(Ashworth ve Page, 2011). Bunun yanında ziyaret motivasyonlarının büyük ölçüde Odunpazarı Tarihi Bölgesi, müzeler, tarihi yapılar, Porsuk Çayı çevresi ve tematik rekreasyon alanları etrafında şekillendiği görülmektedir. Tüm bu bulgular birlikte değerlendirildiğinde Eskişehir'in kültürel deneyim ve rekreasyon odaklı, kısa süreli şehir kaçamaklarının tercih edildiği ve özellikle hafta sonu şehir turizmi pazarında güçlü bir çekim merkezi konumunda olduğu anlaşılmaktadır.

Araştırma kapsamında Eskişehir'i ziyaret eden ziyaretçilerin sosyodemografik özellikleri ile seyahat davranışları arasındaki ilişkileri belirlemek amacıyla araştırma hipotezleri oluşturulmuş ve test edilmiştir. Araştırma bulguları, Eskişehir'i ziyaret eden ziyaretçilerin sosyodemografik özellikleri ile seyahat davranışları arasında anlamlı ilişkiler bulunduğunu ortaya koymaktadır. Bu kapsamda, ulaşım aracı tercihlerinde cinsiyet, medeni durum, meslek ve gelir düzeyi öne çıkmaktadır. Destinasyonda geceleme yapma durumu yaş, meslek ve gelir düzeyi ile ilişkili bulunurken, konaklama türü tercihlerinde medeni durum, yaş, eğitim ve meslek gruplarına göre anlamlı ilişkiler tespit edilmiştir. Ziyaretçilerin seyahat amaçları ve ziyaret ettikleri yerler de sosyodemografik özelliklere göre çeşitli anlamlı ilişkiler göstermektedir. Tüm bu bulgular, ziyaretçilerin sosyodemografik özelliklerinin seyahat davranışlarının farklı boyutlarıyla ilişkili olduğunu göstermektedir. Bu durum, Eskişehir'de şehir turizminin tek tip bir ziyaretçi profiline dayalı olarak değerlendirilmemesi gerektiğine işaret etmektedir. Bu doğrultuda, ziyaretçilere yönelik oluşturulan hipotezlerin test sonuçları Ek-5'te ayrıntılı olarak sunulmuştur.

Ziyaretçi profiline paralel olarak araştırma bulguları, Eskişehir'in ulaşım ve turizm altyapısının şehir turizminin gelişimini destekleyen önemli avantajlara sahip olduğunu göstermektedir. Özellikle Ankara ve İstanbul ile yüksek hızlı tren bağlantısına sahip olması, şehrin erişilebilirliğini artırarak ziyaretçi hareketliliğini önemli ölçüde desteklemektedir. Bununla birlikte bu ulaşım kolaylığı, ziyaretçilerin büyük bölümünün günübirlik veya kısa süreli seyahatleri tercih etmesine de zemin hazırlamaktadır. Konaklama altyapısı açısından değerlendirildiğinde ise son yıllarda yeni otellerin hizmete açıldığı, butik otellerin sayısının arttığı ve özellikle Odunpazarı bölgesinde restore edilen tarihi yapıların butik otel ve konaklama tesislerine dönüştürüldüğü görülmektedir. Ayrıca termal konaklama yatırımlarının başlaması şehir turizminin çeşitlendirilmesi açısından önemli bir gelişme olarak değerlendirilmektedir. Ancak ziyaretçilerin büyük bölümünün yalnızca bir gece konaklaması, Eskişehir'in büyük ölçüde günübirlik ve hafta sonu turizmine dayalı bir destinasyon niteliği taşıdığını göstermektedir. Bu durum, şehir ekonomisinin turizmden elde ettiği katma değer sınırlı

kalmasına neden olmakta; konaklama süresini uzatacak yeni turizm ürünlerinin geliştirilmesini, gece ekonomisinin güçlendirilmesini ve kültür, termal ile rekreasyon odaklı bütünleşik turizm deneyimlerinin oluşturulmasını gerekli kılmaktadır.

Şehir turizmi, kent ekonomileri üzerinde önemli etkiler yaratan ve ekonomik yapının şekillenmesinde belirleyici rol oynayan turizm türlerinden biri olarak değerlendirilmektedir (Emekli, 2011; Füller ve Michel, 2014; Yorulmaz, 2019). Araştırma kapsamında elde edilen ekonomik bulgular, şehir turizminin Eskişehir ekonomisi üzerinde genel olarak olumlu etkiler oluşturduğunu ortaya koymaktadır. Gerek nicel gerekse nitel bulgular birlikte değerlendirildiğinde, turizm faaliyetlerinin şehir ekonomisinde gelir artışı, istihdamın genişlemesi, hizmet sektörünün gelişmesi ve yeni yatırım alanlarının oluşmasına önemli katkılar sağladığı görülmektedir. Özellikle şehir turizminin gelişmeye başlamasıyla birlikte konaklama, yeme-içme, ulaşım, eğlence, hediyelik eşya, gastronomi ve kültürel ürünler gibi birçok alt sektörde ekonomik hareketlilik artmıştır. Bu bulgular, literatürdeki çalışmalar sonuçlarıyla benzerlik göstermektedir (Castela, 2018; Kapan, 2018; Kavaklı ve Karakaş, 2022). Araştırmada özellikle dikkat çeken bulgulardan biri, şehir turizminin istihdam üzerindeki etkisidir. Katılımcılar, turizm faaliyetlerinin gelişmesiyle birlikte şehirde yeni işletmelerin açıldığını, buna bağlı olarak yeni iş olanaklarının oluştuğunu ve özellikle kadın istihdamının belirgin biçimde arttığını ifade etmişlerdir. Kadınların el sanatları, yöresel ürün üretimi, gastronomi ve hizmet sektöründe daha görünür hale gelmesi, şehir turizminin ekonomik etkilerinin aynı zamanda sosyal kalkınmayı da desteklediğini göstermektedir. Elde edilen bu bulgu, literatürde yer alan (Çetin, 2009; Özel, 2014; Çolak ve Batman 2021) çalışmaların sonuçlarıyla benzerlik göstermektedir. Bununla birlikte araştırma, şehir turizminin ekonomik açıdan tamamen sorunsuz bir yapı oluşturmadığını da ortaya koymaktadır. Özellikle işyeri ve konut kiralardaki artış ve hayat pahalılığı turizmin kent ekonomisi üzerindeki en önemli olumsuz etkileri arasında yer almaktadır. Ancak katılımcılar bu artışın yalnızca turizmden değil, ülke genelindeki enflasyonist süreçten de kaynaklandığını vurgulamışlardır. Ayrıca turizm gelirlerinin ağırlıklı olarak Odunpazarı ve Porsuk Çayı çevresinde yoğunlaşması, ekonomik faydaların şehir geneline dengeli biçimde yayılmasını sınırlandıran önemli bir unsur olarak değerlendirilmiştir.

Şehir turizmi, destinasyonların sosyal ve kültürel yapısını doğrudan ve dolaylı biçimde etkileyen, toplumsal ve kültürel dönüşüm süreçlerinde önemli rol üstlenen dinamik bir turizm türü olarak kabul edilmektedir (Emekli, 2011; Yorulmaz, 2019). Nitekim araştırmanın sosyokültürel boyutuna ilişkin bulgular değerlendirildiğinde, şehir turizminin Eskişehir'e

önemli katkılar sağladığı görülmektedir. Rekreasyon alanlarının artması, kültür ve sanat faaliyetlerinin çeşitlenmesi, sosyal etkinliklerin yaygınlaşması ve kamusal alanların daha aktif kullanılmaya başlanması şehirde yaşayan bireylerin yaşam kalitesini olumlu yönde etkilemiştir. Parklar, müzeler, yürüyüş alanları, kültür merkezleri ve festival alanları hem yerel halk hem de ziyaretçiler tarafından ortak kullanılan sosyal yaşam mekânlarına dönüşmüştür.

Araştırma bulguları, şehir turizminin kültürel mirasın korunması ve yeniden işlevlendirilmesi üzerinde önemli katkılar sağladığını göstermektedir. Bu sonuç, şehir turizminin tarihi alanların korunması, yeniden işlevlendirilmesi ve şehrsel canlandırma süreçlerinin temel araçlarından biri olduğunu ortaya koyan Yorulmaz'ın (2019) çalışmasıyla paralellik göstermektedir. Yorulmaz (2019), şehir turizmi kapsamında gerçekleştirilen şehrsel canlandırma projelerinin tarihi kentlerin özgün kimliğinin korunmasına katkı sağlarken aynı zamanda ekonomik ve mekânsal canlanmayı desteklediğini, kent imajının güçlenmesi ve markalaşma sürecinde önemli bir rol üstlendiğini vurgulamaktadır. Bu çalışmada da özellikle Odunpazarı Tarihi Bölgesi'nde gerçekleştirilen restorasyon çalışmaları sayesinde tarihi yapıların korunarak butik otel, müze, sanat atölyesi ve kültürel mekân olarak yeniden işlevlendirildiği belirlenmiştir. Böylece kültürel miras yalnızca korunması gereken bir değer olmaktan çıkarak ekonomik ve sosyal yaşamın aktif bir bileşeni hâline gelmiştir. Benzer şekilde şehir turizminin gelişmesiyle birlikte lületaşı işlemeciliği, cam sanatları ve seramik gibi geleneksel el sanatlarının yeniden canlandığı, yeni sanat atölyelerinin açıldığı ve düzenlenen festival, sergi ile çalıştaylar aracılığıyla Eskişehir'in kültürel üretim kapasitesinin güçlendiği görülmektedir. Bu bulgular, şehir turizminin yalnızca kültürel mirasın korunmasına değil, aynı zamanda yaşayan kültürel değerlerin sürdürülebilirliğine ve kentin kültürel kimliğinin güçlenmesine de önemli katkılar sunduğunu ortaya koymaktadır.

Araştırmanın dikkat çeken bulgularından biri de şehir turizminin Eskişehir'in destinasyon imajını önemli ölçüde güçlendirmesidir. Katılımcılar, Eskişehir'i yalnızca tarihi ve kültürel çekicilikleriyle değil; kent dokusu ve atmosferi, estetik şehir görünümü, parkları, rekreasyon alanları, kültür-sanat etkinlikleri ve canlı sosyal yaşamıyla diğer şehir destinasyonlarından ayrılan bir kent olarak değerlendirmiştir. Hatta bazı katılımcılar, Eskişehir'in sahip olduğu kent atmosferi nedeniyle "Anadolu'nun ortasında bir Avrupa kenti" algısı oluşturduğunu ifade etmiştir. Bu güçlü destinasyon imajının oluşmasında ise yerel yönetimlerin uzun yıllardır sürdürdüğü planlı kentleşme politikalarının önemli katkı sağladığı belirtilmiştir. Özellikle tarihi dokunun korunması, Odunpazarı bölgesindeki restorasyon çalışmaları, müzecilik faaliyetlerinin geliştirilmesi, park ve rekreasyon alanlarının artırılması

ile kültür ve sanat yatırımları Eskişehir'in marka şehir kimliğini güçlendirmiştir. Ayrıca katılımcılar, uzun yıllar Büyükşehir Belediye Başkanlığı görevini yürüten Yılmaz Büyükerşen'in ortaya koyduğu kent vizyonunun ve öncülük ettiği projelerin, Eskişehir'in ulusal ölçekte tanınırlığının artmasına ve güçlü bir destinasyon imajı kazanmasına önemli katkılar sağladığını vurgulamışlardır. Nitekim bu bulgu, Evren ve Kozak'ın (2012) Eskişehir'i ziyaret eden günübirlik turistler üzerine gerçekleştirdikleri araştırmada, 'Yılmaz Büyükerşen imajı'nın ziyaretçilerin şehrsel çekicilik algısında en yüksek önem derecesine sahip unsur olduğunun tespit edilmesiyle benzerlik göstermektedir. Literatürde de yerel yönetimlerin destinasyon yönetimi ve kentin tanıtımı ile sürdürülebilir turizm politikalarının uygulanmasındaki kritik rolü sıklıkla vurgulanmaktadır (Mateksas, 2007).

Bununla birlikte araştırma, şehir turizminin bazı olumsuz sosyal etkiler oluşturduğunu da ortaya koymaktadır. Özellikle hafta sonlarında yaşanan yoğun ziyaretçi hareketliliği şehir merkezinde trafik, otopark ve kalabalıklaşma sorunlarını artırmaktadır. Araştırmada hem yerel halk hem de turizm paydaşları tarafından en sık dile getirilen sorunların başında trafik yoğunluğu gelmektedir. Dar kent dokusu içerisinde aynı anda çok sayıda tur otobüsünün hareket etmesi özellikle Odunpazarı, Porsuk Çayı çevresi ve şehir merkezinde ulaşımı olumsuz etkilemektedir. Bunun yanında kalabalıklaşma ve buna bağlı gürültü artışı da yerel halk tarafından dile getirilen diğer olumsuz etkiler arasında yer almaktadır. Buna karşın araştırma sonuçları, Eskişehir'in güvenli şehir imajını büyük ölçüde koruduğunu ve turizmin suç oranlarını belirgin düzeyde artırmadığını göstermektedir. Elde edilen bu bulgular, literatürde yer alan çalışmaları destekler niteliktedir (Akış, 2011; Yüksel, vd., 2020).

Araştırma kapsamında yerel halkın turizmin ekonomik ve sosyokültürel etkilerine yönelik algılarının sosyodemografik özelliklere göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla araştırma hipotezleri oluşturulmuş ve test edilmiştir. Analiz sonuçları, ticari ve sektörel gelişim etkilerine yönelik algıların sosyodemografik değişkenlere göre anlamlı bir farklılık göstermediğini ortaya koyarken, istihdam ve kalkınma etkilerine yönelik algıların yaş, eğitim düzeyi, gelir seviyesi ve ikamet süresine göre anlamlı farklılık gösterdiğini ortaya koymuştur. Turizmin olumsuz ekonomik etkilerine yönelik algıların meslek ve ikamet süresine göre; olumlu sosyokültürel etkilerine yönelik algıların ise yaş, eğitim düzeyi, meslek, gelir seviyesi ve ikamet süresine göre anlamlı farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Olumsuz sosyokültürel etkilere yönelik algılarda cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim düzeyi ve meslek değişkenlerine göre anlamlı farklılıklar tespit edilirken, kültürel miras üzerindeki olumlu etkilere yönelik algıların yalnızca cinsiyet ve ikamet süresine göre anlamlı farklılık gösterdiği

saptanmıştır. Bu doğrultuda, araştırma kapsamında oluşturulan hipotezlerin büyük ölçüde desteklendiği, ancak bazı alt hipotezlerin desteklenmediği görülmüştür. Elde edilen bulgular, yerel halkın turizmin ekonomik ve sosyokültürel etkilerine yönelik algılarının sosyodemografik özelliklere göre farklılaşabildiğini ve bu algıların homojen bir nitelik taşımadığını ortaya koymaktadır. Araştırma kapsamında yerel halka yönelik oluşturulan hipotezlerin test sonuçları ve desteklenme durumları Ek-6'da ayrıntılı olarak sunulmuştur.

Görüşme bulguları, Eskişehir'de şehir turizmine ilişkin karar alma ve planlama süreçlerinde kurumlar ve ilgili aktörler arasındaki koordinasyonun geliştirilmesi gerektiğini ortaya koymaktadır. Bu doğrultuda, Eskişehir'in turizm potansiyelinin daha etkin değerlendirilebilmesi ve turizm gelişiminin sürdürülebilir bir yapıya kavuşturulabilmesi için kamu kurumları, yerel yönetimler, üniversiteler, özel sektör, sivil toplum kuruluşları ve yerel halkın planlama süreçlerine daha etkin şekilde dâhil edildiği bütüncül bir destinasyon yönetimi anlayışının benimsenmesi önem taşımaktadır.

Araştırma bulguları, Sosyal Mübadele Teorisi'nin temel varsayımlarını büyük ölçüde desteklemektedir. Yerel halk ve turizm paydaşları, şehir turizminin ekonomik ve sosyokültürel faydalarını algıladıkları ölçüde turizmi desteklemekte; trafik yoğunluğu, otopark sorunu, kalabalıklaşma ve artan yaşam maliyetleri gibi olumsuz etkileri ise yönetilebilir maliyetler olarak değerlendirmektedir. Başka bir ifadeyle, Eskişehir örneğinde şehir turizminden elde edilen algılanan faydalar, algılanan maliyetlerden daha yüksek düzeyde olduğundan yerel halkın turizme yönelik genel tutumu olumlu yönde şekillenmektedir. Bu sonuç, Sosyal Mübadele Teorisi'nin öngördüğü fayda-maliyet dengesi yaklaşımını desteklemekte ve Eskişehir'de şehir turizminin sürdürülebilir gelişimi açısından en önemli unsurun, elde edilen faydaların korunurken ortaya çıkan maliyetlerin etkin planlama ve katılımcı destinasyon yönetimi anlayışıyla kontrol altına alınması olduğunu göstermektedir.

Son olarak çalışmanın temel kuramsal çerçevesi, yerel halkın turizme yönelik tutum ve destek düzeyini fayda-maliyet dengesi üzerinden açıklayan Sosyal Mübadele Teorisi üzerine kurgulanmıştır. Bununla birlikte ampirik bulgular, Doxey'nin Irridex Modeli bağlamında yerel halkın algıladığı maliyet artışlarına bağlı olarak tutumların "kayıtsızlık" evresinden "tahriş/rahatsızlık" boyutuna doğru evrilme eğilimi gösterdiğine işaret etmektedir. Butler'ın Destinasyon Yaşam Döngüsü Modeli açısından değerlendirildiğinde ise Eskişehir'in gelişme evresinden pekişme evresine doğru ilerleyen bir destinasyon görünümü sergilediği söylenebilir.

8. ÖNERİLER

Bu araştırma, Eskişehir'in sahip olduğu kültürel miras, planlı kentleşme anlayışı, güçlü destinasyon imajı, gelişmiş rekreasyon alanları, ulaşım kolaylığı ve yerel halkın turizme yönelik olumlu tutumu sayesinde Türkiye'nin önde gelen şehir turizmi destinasyonlarından biri hâline geldiğini ortaya koymaktadır. Bununla birlikte trafik yoğunluğu, otopark yetersizliği, kısa konaklama süresi, turizm hareketlerinin belirli alanlarda yoğunlaşması ve destinasyon yönetimindeki koordinasyon eksiklikleri, sürdürülebilir şehir turizmi açısından çözüm bekleyen temel sorunlar olarak öne çıkmaktadır. Bu nedenle Eskişehir'de turizmin geleceğinin yalnızca ziyaretçi sayısını artırmaya odaklanan bir yaklaşımla değil; ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel boyutları birlikte ele alan bütüncül ve sürdürülebilir bir destinasyon yönetimi anlayışıyla planlanması büyük önem taşımaktadır. Nitekim Eskişehir'de şehir turizminin geliştirilmesine yönelik öneriler şöyledir:

- Eskişehir'de kültür, eğlence ve rekreasyon turizminin yanı sıra gastronomi, termal turizm, kongre turizmi, sağlık turizmi, yaratıcı turizm ve deneyim odaklı turizm ürünlerinin geliştirilmesi önerilmektedir. Özellikle mevcut termal kaynakların ve termal yatırımların değerlendirilerek turizm faaliyetlerinin yıl geneline yayılması sağlanabilir.
- Kısa süreli ve günübirlik ziyaretlerin azaltılması amacıyla tematik tur güzergâhları, konaklamalı tur paketleri ve akşam saatlerine yönelik kültür-sanat etkinlikleri geliştirilebilir. Böylece ziyaretçilerin kentte daha uzun süre kalmaları ve turizm harcamalarının artırılması desteklenebilir.
- Araştırma bulguları doğrultusunda, Eskişehir destinasyonunda ziyaretçilerin sosyodemografik özellikleri ile seyahat davranışları arasında tespit edilen anlamlı ilişkilerin destinasyon yönetimi ve pazarlama stratejilerinin geliştirilmesinde dikkate alınması önerilmektedir. Seyahat davranışı ile sosyodemografik değişkenler arasındaki anlamlı ilişkiler, tüm ziyaretçi gruplarına yönelik tek tip turizm politikaları yerine, farklı ziyaretçi gruplarının özelliklerini dikkate alan stratejilerin geliştirilmesi gerektiğine işaret etmektedir.
- Destinasyon sadakatinin güçlendirilmesi amacıyla, daha önce Eskişehir'i ziyaret etmiş turistlere yönelik "Eskişehir'i Yeniden Keşfet" temasıyla alternatif gezi programları geliştirilmelidir. Bu programlarda kentin simgesel çekim merkezlerinin yanı sıra yaratıcı atölyeler, gastronomi deneyimleri ve dönemsel kültür-sanat etkinlikleri gibi alternatif turistik ürünlere yer verilerek ziyaretçilere her ziyaretlerinde yeni deneyimler sunulması sağlanmalıdır. Bu uygulamaların, ziyaretçilerin destinasyona yönelik bağlılıklarını

güçlendirmesi, tekrar ziyaret davranışını teşvik etmesi ve Eskişehir'in sürdürülebilir şehir turizmi kapsamında rekabet gücüne katkı sağlaması beklenmektedir.

- Eskişehir'in sahip olduğu zengin müze çeşitliliğinin daha etkin değerlendirilmesi amacıyla, Eskişehir Valiliği, Büyükşehir Belediyesi ve Özel Müze işletmeleri iş birliğiyle kentte bulunan müzeleri kapsayan ve belirli bir süre boyunca geçerli olacak ortak bir "Eskişehir Müze Kartı" uygulaması geliştirilmelidir. Bu uygulama ile ziyaretçilerin farklı müzeleri tek bir kart aracılığıyla ziyaret etmeleri teşvik edilmeli, müzeler arasındaki ziyaretçi dağılımı daha dengeli hale getirilmelidir. Böylece yalnızca yoğun ilgi gören müzeler değil, görece daha az ziyaret edilen müzelerin de görünürlüğü ve ziyaretçi sayısı artırılarak Eskişehir'in kültürel mirasının daha bütüncül bir şekilde deneyimlenmesi sağlanmalıdır.
- Kentteki demiryolu, TÜLOMSAŞ/Cer Atölyeleri, Şeker Fabrikası, işçi yerleşimleri ve diğer üretim alanlarını birbirine bağlayan bir “Eskişehir Endüstri Kültürü Rotası” oluşturulabilir. Rota boyunca belirlenen endüstri mirası noktalarında, geçmişteki üretim faaliyetlerini ve bu faaliyetlerin kent üzerindeki etkilerini görünür kılan duraklar oluşturulabilir. Bu duraklar; eski fotoğraflar, üretim süreçlerini gösteren görseller, yapıların geçmişteki kullanımlarını anlatan kısa bilgiler ve yönlendirme elemanlarıyla desteklenerek ziyaretçinin mekân ile endüstriyel geçmiş arasındaki ilişkiyi kurması sağlanabilir.
- Özellikle hafta sonları Odunpazarı Tarihi Bölgesi, Porsuk Çayı çevresi ve Sazova Bilim Kültür ve Sanat Parkı çevresinde oluşan yoğunluk hem ziyaretçi deneyimini hem de yerel halkın günlük yaşamını olumsuz etkilemektedir. Bu doğrultuda kent içi ulaşım planlamasının turizm hareketleri dikkate alınarak yeniden ele alınması gerekmektedir. Ayrıca trafik sıkışıklığını önlemek amacıyla, Eskişehir Otogarı ile Kentpark civarında 'Tur Otobüsü Toplama ve Park Alanları' oluşturulmalıdır. Şehre gelen tur otobüsleri bu alanlara yönlendirilmeli; turistlerin tarihi ve turistik merkezlere ulaşımı ise Büyükşehir Belediyesi tarafından tahsis edilecek ring otobüsleri veya ücretsiz tramvay aktarma kartlarıyla sağlanmalıdır.
- Frig Vadisi, Seyitgazi ve Sivrihisar başta olmak üzere Eskişehir'in yakın çevresindeki kültürel ve doğal çekim alanları şehir turizmiyle bütünleştirilmelidir. Ortak güzergâhlar ve günübirlik veya konaklamalı tur paketleri oluşturularak ziyaretçilerin kentte ve çevresinde daha uzun süre kalmaları desteklenebilir.
- Tur şirketleri tarafından hazırlanan gezi programlarında yalnızca yoğun ziyaretçi alanlarının değil, farklı turizm bölgelerinin ve yerel işletmelerin de daha fazla yer alması teşvik edilmelidir. Böylece turizm faaliyetlerinden elde edilen ekonomik faydanın belirli

merkezlerde yoğunlaşmasının önüne geçilmesi ve kent genelindeki işletmelerin turizm hareketinden daha fazla yararlanması sağlanabilir.

- Ankara ve İstanbul'dan YHT ile sağlanan ulaşım kolaylığının yanı sıra Hasan Polatkan Havalimanı'nın yolcu taşımacılığındaki kullanımının geliştirilmesi değerlendirilmelidir. Ulaşım olanaklarının çeşitlendirilmesi, özellikle uzak pazarlardan Eskişehir'e ulaşımın kolaylaştırılması açısından önem taşımaktadır.
- Yerel yönetimler, İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, üniversiteler, turizm işletmeleri, meslek odaları, sivil toplum kuruluşları ve yerel halk temsilcilerinin aktif katılım sağlayacağı kurumsal bir Destinasyon Yönetim Organizasyonu oluşturulması önerilmektedir. Böyle bir yapılanma, turizm planlamasının daha katılımcı, koordineli ve sürdürülebilir biçimde yürütülmesine katkı sağlayacaktır.
- Yerel halkın turizme yönelik tutumlarında görülen demografik farklılıklar dikkate alınarak belirli aralıklarla yerel halkın turizm algısının ölçülmesi ve elde edilen sonuçların planlama süreçlerinde değerlendirilmesi önerilmektedir. Böylece farklı toplumsal grupların beklentilerine daha duyarlı politikalar geliştirilerek yerel halkın turizme yönelik desteğinin güçlendirilmesi ve destinasyonun sürdürülebilir turizm gelişiminin desteklenmesi mümkün olacaktır.
- Eskişehir'in güçlü destinasyon imajının sürdürülebilmesi için tarihi çevrenin korunması, kamusal alanların estetik niteliğinin devam ettirilmesi, kültürel mirasın restorasyonu ve geleneksel el sanatlarının desteklenmesine yönelik çalışmalar sürdürülmelidir.
- Eskişehir'in sahip olduğu güçlü destinasyon imajının ulusal ve uluslararası ölçekte daha görünür hale getirilebilmesi amacıyla dijital destinasyon pazarlama stratejileri güçlendirilmelidir. Bu kapsamda sosyal medya platformları, dijital içerik üretimi, sanal destinasyon tanıtımları, artırılmış gerçeklik ve mobil uygulamalar gibi dijital teknolojilerden daha etkin yararlanılarak özellikle genç ve deneyim odaklı turist pazarına yönelik yenilikçi tanıtım faaliyetleri geliştirilmelidir.
- Araştırmada ortaya çıkan trafik yoğunluğu, otopark yetersizliği, altyapı eksiklikleri ve ziyaretçi yoğunluğunun belirli alanlarda kümelenmesi gibi sorunlar dikkate alındığında, Eskişehir'de turizm planlamasının yalnızca ziyaretçi sayısını artırmaya odaklanan bir anlayıştan uzaklaşarak sürdürülebilir destinasyon yönetimi ilkeleri doğrultusunda ele alınması gerekmektedir. Bu doğrultuda, başta Eskişehir Büyükşehir Belediyesi ve ilçe belediyeleri olmak üzere, İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü ile ilgili kamu kurumları, söz konusu sorunları dikkate alarak turizm planlamalarını gerçekleştirmelidir.

- Bu çalışma kapsamında Eskişehir'in tarihi, kültürel, rekreatif ve ticari çekim merkezlerini kapsayan bütünsel bir şehir turizmi rotası önerilmiştir. Rota, kente demiryolu ile gelen ziyaretçilerin ilk karşılama noktası olan Yüksek Hızlı Tren (YHT) Garı'ndan başlamaktadır. Buradan Espark AVM, Haller Gençlik Merkezi, Barlar Sokağı ve Hamamyolu güzergâhı takip edilerek ziyaretçiler şehrin sosyal ve ticari yaşamını deneyimlemektedir. Rota daha sonra Kurşunlu Camii ve Külliyesi, Odunpazarı Evleri, Atlıhan El Sanatları Çarşısı, OMM (Odunpazarı Modern Müze) ve Yılmaz Büyükerşen Balmumu Heykeller Müzesi gibi kültürel miras alanlarını kapsamaktadır. Son durak olarak ise Sazova Bilim Kültür ve Sanat Parkına ulaşılmakta ve rota tamamlanmaktadır. Önerilen güzergâh, Eskişehir'in kültürel mirasını, modern yaşam alanlarını, alışveriş ve gastronomi merkezlerini tek bir rota üzerinde bir araya getirmektedir. Böylece ziyaretçiler şehir merkezinde kolay yönlendirilebilir bir gezi deneyimi yaşarken, turistik alanlar arasındaki ulaşım da planlı bir şekilde sağlanmaktadır. Rota yaklaşık bir günlük gezi programına uygun olarak tasarlanmış olup yürüyüş, tramvay ve diğer toplu taşıma seçenekleriyle desteklenebilecek niteliktedir. Özellikle YHT ile şehre gelen turistlerin şehir merkezindeki önemli çekim noktalarını kısa sürede ziyaret edebilmesi hedeflenmiştir. Bu durum hem ziyaretçi memnuniyetini artıracak hem de şehir ekonomisine katkı sağlayarak yerel işletmelerin turizm gelirlerinden daha fazla pay almasına yardımcı olacaktır (EK-7).

KAYNAKÇA

- AirROI. (2026). *Airbnb Data | Short-Term Rental Analytics*. [Erişim: 08.03.2026, <https://www.airroi.com/>]
- Akarçay, E., & Suğur, N. (2016). Eskişehir’de kentin ve tüketim mekânlarının dönüşümü. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 71(3), 797-825.
- Akdemir, N. (2019). Şehir Turizmi, İçinde, Kozak, N. (Ed.), Online Türkiye Turizm Ansiklopedisi. (Erişim: 24.08.2024, <https://turkiyeturizmansiklopedisi.com/sehir-turizmi>).
- Akengin, H., & Dinç, Y. (2020). Turizm şehirleşmesinin iş ve ticaret alanlarını şekillendirmesi üzerine karşılaştırmalı bir araştırma: Alanya ve Manavgat örneği. *Aegean Geographical Journal*, 29(2), 273-295.
- Akış, A. (2011). Turizmin kentsel gelişim üzerine etkileri: Bir örnek inceleme Antalya-Türkiye. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 16(25), 193-206.
- Akkan, M. M., & Cura, F. (2022). Turizmde Uluslararası Taşımacılık: Havayolu İşletmelerinde Markalaşma. *Turizm Sektöründe Markalaşma: Analizler, Sorunlar, Çözümler*, M. Sezgin & A. Köseoğlu (Ed.), Eğitim Yayınları, Konya, 231-250.
- Akkuş, O., & Güneş, G. (2016). Mersin-Aydıncık ilçesi ve çevresinin kültür turizmi potansiyeli açısından değerlendirilmesi. *Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(2), 73-98.
- Akoğlu Kozak, M. (2016). 2013 Türk kültür başkenti olmasının ardından Eskişehir. *Balikesir University Journal Of Social Sciences Institute*, 19(36), 419-428.
- Akova, O. (2006). Yerel halkın turizmin etkilerini algılamalarına ve tutumlarına yönelik bir araştırma. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 1(2), 77-109.
- Aktan, E.Ö.A. (2006). *Kent Biçimi-Ulaşım Etkileşiminin İlişkin (Tarihsel ve Güncel) Yaklaşımlar ve İstanbul Örneği*. (Doktora Tezi). Yıldız Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Alaeddinoğlu, F., & Tekin, M. K. (2020). Turizmin ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel açıdan yerel halkın yaşam kalitesine etkileri: Batman örneği. *Ege Coğrafya Dergisi*, 29(2), 243-257.
- Alagöz, G., Güneş, E., Uslu, A., & Taş, M. (2023). Turizmin etkilerinin turizmin gelişimine destek üzerindeki etkisi: Yerel halkın yaşam kalitesinin aracı rolü. *Business & Management Studies: An International Journal*, 11(1), 270-291.
- Albek, S. (1991). *Dorylaion’dan Eskişehir’e*. Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir.
- Aliağaoğlu, A., & Uğur, A. (2016). Osmanlı şehri. *Süleyman Demirel Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (38), 203-226.
- Allen, L. R., Long, P. T., Perdue, R. R., & Kieselbach, S. (1988). The impact of tourism development on residents' perceptions of community life. *Journal of travel research*, 27(1), 16-21.
- AllTheRooms. (2021). *Airbnb & Vacation Rental Statistics [2022]*. (Erişim: 08.07.2026, <https://www.alltherooms.com/analytics/Airbnb-statistics/>)
- Altınsapan, E. (1999). *Ortaçağ’da Eskişehir ve çevresinde Türk sanatı (11-15. yy. mimarisi)*. Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir.
- Altınsapan, E. & Parla, C. (2010). *Eskişehir zaviye ve türbeleri*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Altınsapan, E., & Parla, C. (2015). İşlevi değiştirilerek hamamdan camiye dönüştürülen özgün bir örnek: Eskişehir Ak Cami. *The Journal of Academic Social Science*, 12(12), 19-35.
- Altınsapan, E. (2020). Eskişehir Ahi Edebalı Türbesindeki adak geleneği üzerine bir gözlem. *The Journal of Academic Social Science*, 8(109), 1-18.
- Altman, D. G., & Bland, J. M. (1995). Statistics notes: the normal distribution. *Bmj*, 310(6975), 298.

- Altun, E., & Çınar, K. (2019). İnanç turizmi kapsamında Mevlana müzesini ziyaret eden turistlerin seyahat motivasyonları üzerine bir araştırma. *Necmettin Erbakan Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 1(1), 14-4
- Altunışık, R., Avcıkurt, C., Batman, O., Demirkol, Ş., Sarıışık, M., Uçkun, G. C., ... & Zengin, B. (2004). *Turizm İşletmeleri*. Değişim Yayınları, İstanbul.
- Anadolu Ajansı. (2013). *Anadolu'nun Biyolojik Zenginliğini Anlatan Müze*. (Erişim: 08.07.2025, <https://www.aa.com.tr/tr/kultur-sanat/anadolumun-biyolojik-zenginligini-anlatan-muze/211209>)
- Anadolu Üniversitesi. (2026b). *Anadolu Üniversitesi Hakkında*. (Erişim: 19.07.2026, <https://www.anadolu.edu.tr>)
- Anadolu Üniversitesi. (2025a). *Çağdaş Sanatlar Müzesi*. (Erişim: 08.07.2025, <https://www.anadolu.edu.tr>)
- Andereck, K. L., Valentine, K. M., Knopf, R. C., & Vogt, C. A. (2005). Residents' perceptions of community tourism impacts. *Annals Of Tourism Research*, 32(4), 1056-1076.
- Andereck, K. L., Valentine, K. M., Vogt, C. A. & Knopf, R. C. (2007). A cross-cultural analysis of tourism and quality of life perceptions, *Journal of Sustainable Tourism*, 15(5), 483–502.
- Andereck, K. L., & Vogt, C. A. (2000). The relationship between residents' attitudes toward tourism and tourism development options. *Journal Of Travel Research*, 39(1), 27-36.
- Ap, J. (1992). Residents' perception on tourism impacts. *Annals Of Tourism Research*, 19(3), 665-90.
- Ap, J., & Crompton, J. L. (1993). Residents' strategies for responding to tourism impacts. *Journal Of Travel Research*, 32(1), 47-50.
- Archer, B., Cooper, C., & Ruhanen, L. (2005). The Negative And Positive Impacts Of Tourism. *Global Tourism*, W. F. Theobald (Ed.), Elsevier, Burlington, s. 79–102.
- Arslan, S. A. (2018). Eskişehir Opera ve Bale Günleri. *Dünden Bugüne Eskişehir Ve Yöresindeki 16 Etkinliğin Öyküsü (Festivaller, Şenlikler, Özel Günler)*, N. Kozak (Ed.), Eskişehir Tepebaşı Belediyesi, Eskişehir, s. 159–178.
- Artal-Tur, A. (2018). Culture and cultures in tourism. *Anatolia An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 29(2), 179-182.
- Ashworth, G.J. (1989). Urban Tourism: An İmbalance İn Attention. *Progress İn Tourism, Recreation And Hospitality Management*, Cooper, C.P. (Ed.), Belhaven Press, London, 33-54.
- Ashworth, G. J. (1992). Is there an urban tourism?. *Tourism Recreation Research*, 17(2), 3-8.
- Ashworth, G. J. (2003). Urban Tourism: Still An İmbalance İn Attention?. *Classic Reviews in Tourism*, C. Cooper (Ed.), Channel View, Clevedon, 143-163.
- Ashworth, G. J. (2009). Questioning The Urban In Urban Tourism. *Enhancing The City: New Perspectives For Tourism And Leisure*, G. Maciocco & S. Serreli (Ed.), Springer, Dordrecht, s. 207–221.
- Ashworth, G., & Page, S. J. (2011). Urban tourism research: Recent progress and current paradoxes. *Tourism Management*, 32(1), 1-15.
- Asya Türk Patent (2025). *Eskişehir Çiğböreği Coğrafi İşareti*. (Erişim: 21.05.2025, <https://www.asyaturkpatent.com>)
- Atağ, R. (2021). *Şehir Niteliklerinin Yerli Turistlerin Memnuniyet ve Tekrar Ziyaret Etme Niyetleri Üzerindeki Etkisi: Eskişehir İli Örneği*. (Yüksek Lisans Tezi) Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Atila, O. (2018). Pişmiş Toprak Kültürü ve Eskişehir'e Bir Vefa Borcu; Uluslararası Eskişehir Pişmiş Toprak Sempozyumu. *16, Dünden Bugüne Eskişehir ve Yöresindeki 16 Etkinliğin Öyküsü (Festivaller, Şenlikler, Özel Günler)*, N. Kozak (Ed.), Eskişehir Tepebaşı Belediyesi, Eskişehir, s. 133–145.

- Avrupa Komisyonu (2000). Towards quality urban tourism Integrated quality management (IQM) of urban tourist destinations. Brussels, Enterprise Directorate General Tourism Unit.
- Avcıkurt, C. (2009). *Turizm Sosyolojisi Genel ve Yapısal Yaklaşım*. Detay Yayıncılık, Ankara.
- AVM Dergi (2019). *Neo Plus Outlet AVM El Değiştirdi*. (Erişim: 07.06.2025, <https://www.avmdergi.com/neoplus-outlet-avm-el-degistirdi/>)
- Avunduk H., & Akpınar A. (2021). Seyahat ve turizmde paylaşım ekonomisi: airbnb Türkiye örneği. *International Journal of Contemporary Tourism Research*, 5(Özel Sayı), 135-149.
- Aydın, B. (2016). *Sürdürülebilir Şehir Turizmi Başarı Faktörleri ve Küçük Turizm İşletmelerinin Ekonomik Performansı*. (Doktora Tezi). Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Aydın, B. (2023). Şehir Pazarlamasında Yaşam Döngüsü. *Turizm ve Şehir Pazarlaması*, A. Ünal, O. Çelen & E. Çilesiz (Ed.), Nobel Akademik Yayıncılık, Ankara.
- Aydın, E. (2017). Kültür bağlamında sosyal mübadele: kuramsal bir çalışma. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, (16. UIK Özel Sayısı), 547-562.
- Aydın, R. (2017). Eskişehir Alâeddin Camisi'nin onarılmasına dair girişimler (1878-1886). *Akdeniz İnsani Bilimler Dergisi*, 7(2), 47-60.
- Aygün, S. (2012). Anadolu Üniversitesi Eğitim Karikatürleri Müzesi Seramikleri. *Sanat ve Tasarım Dergisi*, 3(3), 10-23.
- Aylan, F. K., & Şalvarcı, S. (2018). Kent turizmi açısından rekreasyon alanlarının önemi: Konya temalı parklar örneği. *Çatalhöyük Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (3), 49-62.
- Ayten Usta. (2026). Çi börek. (Erişim: 17.07.2026. <https://www.aytenusta.com.tr/ciborek>)
- Baki, A., & Gökçek, T. (2012). Karma yöntem araştırmalarına genel bir bakış. *Electronic Journal Of Social Sciences*, 11(42), 1-21.
- Balcı, A. (2011). *Sosyal bilimlerde araştırma: Yöntem, teknik ve ilkeler*. Pegem Akademi.
- Baş, T. (2008). *Anket nasıl hazırlanır, uygulanır, değerlendirilir?*. Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- Başarangel, İ. (2014). Kent turizminin sürdürülebilir geleceği: turizm potansiyeli açısından Kırklareli İli'nin değerlendirilmesi. *Uluslararası Hakemli Pazarlama ve Pazar Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 82-99.
- Baykal, F. (2015). Uluslararası turizm ulaştırmasının akış yönü ve dağılış dokusu. *Ege Coğrafya Dergisi*, 24(2), 57-68.
- BEBKA, (2020). *Eskişehir İlinin Turizm Kaynaklarının Mekânsal Analizi ve Pazarlama Stratejisi*. Bursa, Eskişehir, Bilecik Kalkınma Ajansı.
- Beeho, A. J., & Prentice, R. C. (1997). Conceptualizing the experiences of heritage tourists: A case study of New Lanark World Heritage Village, *Tourism Management*, 18(2), 75-87.
- Belisle, F. J., & D. R. Hoy (1980). The perceived impact of tourism by residents: a case study in Santa Marta, Columbia. *Annals Of Tourism Research* 7(1), 83-101.
- Berg, L. V. D., Borg, J. V. D., & Meer, J. V. D. (1995). *Urban Tourism: Performance and Strategies in Eight European Cities*. Avebury, Aldershot.
- Bilgili, B. (2022). Kocaeli'nin iş turizmi potansiyelinin değerlendirilmesi. *Şura Akademi Dergisi*, (1), 77-88.
- Bock, K. (2015). The changing nature of city tourism and its possible implications for the future of cities. *European Journal of Futures Research*, 3(1), 2-8.
- Boivin, M., & Tanguay, G. A. (2019). Analysis of the determinants of urban tourism attractiveness: The case of Québec City and Bordeaux. *Journal Of Destination Marketing & Management*, 11, 67-79.
- Boz, M., & Özkan, Ç. (2021). Sürdürülebilir şehir turizmi: Barselona örneği. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 110-129.

- Bozkurt, M. S. (2024). *Bir ömür ki Yılmaz Büyükerşen*. Eskişehir: Dorlion Yayınları.
- Brougham, J. E., & Butler, R. W. (1981). A segmentation analysis of resident attitudes to the social impact of tourism. *Annals Of Tourism Research*, 8(4), 569-590.
- Butler, R. W. (1980). The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources. *The Canadian Geographer/Le Géographe canadien*, 24(1), 5-12.
- Büyükkuru, M. (2020). Turizm paydaşlarının turizmin etkilerine bakış açısı: Kapadokya örneği. *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (24), 373-402.
- Büyüköztürk, Ş. (2002). Faktör analizi: temel kavramlar ve ölçek geliştirmede kullanımı. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 32(32), 470-483.
- Büyüköztürk, Ş. (2005). Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El kitabı, Ankara: Pegem A Yayıncılık.
- Castela A (2018) Impacts of tourism in an urban community: The case of Alfama. *Athens Journal of Tourism* 5(2): 133–148.
- Charag, A. H., Fazili, A. I., & Bashir, I. (2021). Residents' perception towards tourism impacts in Kashmir. *International Journal of Tourism Cities*, 7(3), 741-766.
- Charterina, J., & Aparicio, G. (2015). A comparison of antecedents of satisfaction in City Break travelling. *Revista Española de Investigación de Marketing Esic*, 19(2), 71-82.
- Civelek, M., Dalgın, T., & Çeken, H. (2014). Agro-turizm ve kırsal kalkınma ilişkisi: Muğla yöresindeki agro-turizm alanlarında bir araştırma. *Turizm Akademik Dergisi*, 1(1), 15-28.
- Cocola-Gant, A. C. (2015). Tourism And Commercial Gentrification. *The Ideal City: Between Myth And Reality. Representations, Policies, Contradictions And Challenges For Tomorrow's Urban Life*'da sunulmuş bildiri, Urbino, Italy.
- Coles, T. (2004). Tourism, Shopping, And Retailing: An Axiomatic Relationship? *A Companion To Tourism*, A. A. Lew, C. M. Hall ve A. M. Williams (Ed.), Blackwell Publishing, Oxford, s. 360–373.
- Costello, C.A., & Fairhurst, A. (2002). Purchasing behavior of tourists towards tennessee-made products. *International Journal of Hospitality&Tourism Administration*. 3(3), 7-17.
- Coşkun, R. (2021). *Kentsel kültürel mirasın korunması ve turizmle ilişkisi: Eskişehir Odunpazarı örneği* (Yüksek Lisans Tezi). Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bilecik.
- Coşkun, R., & Okuyucu, A. (2022). Kültürel mirasın korunması ve turizmle ilişkisine yönelik yerel halkın algı ve tutumları: Odunpazarı örneği. *Coğrafi Bilimler Dergisi*, 20(1), 246-281.
- Crandall, L. (1994). *The Social Impact Of Tourism On Developing Regions And Its Measurement*. In B. Ritchie, & C. R. Goeldner (Ed.), *Travel, Tourism And Hospitality Research* (2nd ed.) (pp. 413-424). New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Creswell, J. W., & Plano Clark, V. L. (2018). *Designing and conducting mixed methods research*. Sage, Los Angeles.
- Çakıcı, C. A., & Yıldırım, O. (2013). Türk iş insanlarının konaklama tercihlerini etkileyen faktörlerin belirlenmesi: Mersin ve Adana'daki dört ve beş yıldızlı otellerde bir araştırma. *Turizm ve Araştırma Dergisi*, 2(2), 4-27.
- Çakır, M. (2009). Anadolu'da destinasyon markası: Eskişehir. *TÜROFED*, 32, 62-72.
- Çam, O., & Çelik, C. (2022). Aşırı turizm kapsamında turistlere yönelik olumsuz ifadeler, yapılan eylemler ve bunların turizme yansımalarının değerlendirilmesi. *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(1), 66-84.
- Çay, G. & Aksöz, E. O. (2021). Yoksul Yanlı Turizm Yaklaşımının Desteklenmesinde ve Kırsal Yoksulluğun Azaltılmasında Kırsal Turizmin Rolü: Eskişehir Örneği. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 9(1), 488-510.
- Çeken, H. (2008). Turizmin bölgesel kalkınmaya etkisi üzerine teorik bir inceleme. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10(2), 293-306.

- Çelik, İ. (2009). Lületaşı, lületaşı pipo ve Ali Osman denizköpüğü. *Paylaşım Kartonsan Yaşam Kültürü Dergisi*, (1), 2-6.
- Çetin, T. (2009). Beypazarı'nda turist-yerli halk etkileşimi ve turizmin sosyal, kültürel ve ekonomik etkileri. *Türk Dünyası İncelemeleri Dergisi*, 9(1), 15-32.
- Çetin, T. (2010). Cumalıkızık köyünde kültürel miras ve turizm algısı. *Milli Folklor Dergisi*, 11(87), 181-190.
- Çevik, S. (2015). *Turistik Destinasyonlarda Marka Stratejileri: Eskişehir 2013 Türk Dünyası Kültür Başkenti*. (Doktora Tezi). Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Çiftçi, F., Aydın, S., & Aksöz, O. (2015, Kasım). *Eğlence alanlarının sosyal etki açısından incelenmesi: Eskişehir Barlar Sokağı örneği*. 16. Ulusal Turizm Kongresi, Çanakkale, Türkiye, 1002-1020.
- Çiftçi, H., & Özsoy, T. (2008). *Türkiye'de Şehir Turizminin: Dünü, Bugünü, Yarını – Öğrenen Turizm Bölgeleri Yaklaşımı*. Mehmet Kemal Dedeman Araştırma ve Geliştirme Proje Yarışması, İstanbul, Türkiye.
- Çoban, S., Çoban, E., & Yetgin, D. (2019). Şehir turizminde faaliyet gösteren otellere yönelik e-yorumların incelenmesi: Eskişehir İli örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(3), 542-558.
- Çolak, O., & Batman, O. (2021). Turizmin sosyo-kültürel etkileri: Taraklı'da bir araştırma. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 149-174.
- Çuhadar, Y. (2024). Eskişehir'de faaliyet gösteren çibörek restoranlarına yönelik çevrimiçi tüketici şikayetlerinin incelenmesi. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*(46), 640-678.
- Darkot, B. (1955). *Türkiye iktisadî coğrafyası*. İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Yayınları.
- Değirmenci, K. (2011). Kentsel Mekânda “Yerin” Ya Da Otantik Olanın Yeniden İnşası. *Değişim Sosyolojisi: Dünya'da ve Türkiye'de Toplumsal Değişme*, E. Eğribel & U. Özcan (Ed.), Kitabevi Yayınları, İstanbul, s. 277–291.
- Demirci, B., Yılmazdoğan, O. C., & Düşmezkalender, E. (2020). Festival algısı, festival memnuniyeti, festival değeri ve aidiyet ilişkisi: Eskişehir sokak lezzetleri festivali örneği. *Business & Management Studies: An International Journal*, 8(1), 1096-1112.
- Deniz, O. (2022). *Kentsel Turizmin Sürdürülebilir Gelişimi İçin Yerel Halkın Bakış Açısının Belirlenmesi: Eskişehir İli Örneği*. (Yüksek Lisans Tezi). Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Doğru, H. (1992). *XVI. Yüzyılda Eskişehir ve Sultanönü sancağı*. Afa Yayıncılık, İstanbul.
- Düşmezkalender, E. (2020). An Assessment on Eskişehir's Alternative Tourism. *Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 4(3), 185-197.
- Edwards, D., Griffin, T., & Hayllar, B. (2008). Urban tourism research: developing an agenda. *Annals of Tourism Research*, 35(4), 1032-1052.
- Elmas, Ş. Ş., & Akbulut, D. (2021). Lületaşı işleme zanaatının ustaların mesleki yönelim ve yaklaşımları bağlamında güncel durumunun belirlenmesi. *Online Journal of Art & Design*, 9(4), 175-193.
- Emekli, G. (2011). Öğrenen turizm bölgeleri, kentler ve kent turizmine kuramsal yaklaşım. *Ege Coğrafya Dergisi*, 20(2), 27-39.
- Emekli, G. (2013). *Öğrenen turizm bölgeleri yaklaşımı ve kent turizmi: Öğrenen turizm bölgeleri, kentler ve kent turizmine kuramsal yaklaşım*. R. Efe, İ. Atalay & İ. Cürebal (Ed.), 3rd International Geography Symposium GEOMED, Kemer, Türkiye. s. 381–392.
- Emekli, G. (2018). *Kent Turizminde Kültür ve Yaratıcılık*. N. Türkoğlu, R. Bayar, K. Karabacak, C. Kurtar Anlı, C. Kılar, & E. Gökkaya (Ed.). TÜCAUM, Ankara, Türkiye, 469-489.

- Emir, O., & Avan, A. (2010). Yabancı turistlerin satın alma karar sürecinde kültürel varlıkların etkisi: Konya örneği. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (24), 203-219.
- Erçoban, G. (2023). *Eskişehir Halkının Gözünde Eskişehir Algısı ve İmajı Üzerine Teorik ve Uygulamalı Bir Çalışma*. (Yüksek Lisans Tezi). Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Erdoğan, İ. H., Sürme, M., & Işık, N. (2022). Yiyecek içecek işletmelerinde işgörenlerin turizme ve turistlere ilişkin görüş ve davranışlarının değerlendirilmesi. *Turizm Ekonomi ve İşletme Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 6-29.
- Erdoğan, N. (2013). Seyahat acenteleri örneğiyle turizmde sürdürülebilirlik: Ekoetiket, sertifikasyon ve akreditasyon programı. *Verimlilik Dergisi*, (3), 65-92.
- Erol, G., & Düşmezkalender, E. (2020). *Aşırı Turizm (Overtourism): Neden, Sonuç Bağlamında Kavramsal Bir Yaklaşım*. İ. Yazıcıoğlu, E. Konaklıoğlu, Ö. Altunöz, & Y. Arslantürk (Ed.), *International Travel And Tourism Dynamics: Overtourism*, Ankara, Türkiye, s. 348-350.
- Ertamay, S. İ. (2019). Yiyecek-içecek işletmeleri. In N. Kozak (Ed.), *Online Türkiye Turizm Ansiklopedisi*. (Erişim: 04.03.2026, <https://turkiyeturizmansiklopedisi.com/>).
- Ertin, G. (1994). *Eskişehir Kentinde Yerleşmenin Evrimi*. (Doktora Tezi). İstanbul Üniversitesi, Deniz Bilimleri ve İşletmeciliği Enstitüsü, Eskişehir.
- Ertin, G. (2018). Eskişehir kentinin eski sit alanları ve fonksiyonel özellikleri (ilk çağdan cumhuriyete kadar). *Art-Sanat*, (9), 35-49.
- Eskişehir Büyükşehir Belediyesi. (2025). *Eskişehir*. (Erişim: 08.07.2025, <https://www.eskisehir.bel.tr>)
- Eskişehir Büyükşehir Belediyesi Stratejik Plan (2025). *Eskişehir*. (Erişim:17.04.2025, <https://www.eskisehir.bel.tr/stratejik-plan>).
- Eskişehir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2025). *Eskişehir*. (Erişim: 08.05.2025, <https://eskisehir.ktb.gov.tr>).
- Eskişehir Osmangazi Üniversitesi. (2026). *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi hakkında*. (Erişim: 19.07.2026, <https://www.ogu.edu.tr>).
- Eskişehir Teknik Üniversitesi. (2026). *Eskişehir Teknik Üniversitesi hakkında*. (Erişim: 03.09.2026, <https://www.eskisehir.edu.tr/tr/Icerik/Detay/hakkimizda>)
- Eskişehir Telgraf. (2026). *Eskişehir Ulaşım*. (Erişim: 25.06.2026, <https://www.eskisehirtelgraf.com/gundem/ozel-araci-olmayanlar-icin-eskisehir-ulasim-yollari-nelerdir-5-farkli-ulasim-yontemi/545>).
- Eskişehir Ticaret Odası (ETO). (2002). *Kentimiz Eskişehir*. Eskişehir: Eskişehir Ticaret Odası Yayınları
- Eskişehir Ticaret ve Sanayi Müzesi. (2025). *Hakkımızda*. (Erişim: 08.07.2025, <http://www.etomuze.org/hakkimizda.aspx>).
- Eskişehir Valiliği (2025). *İlçelerimiz*. (Erişim: 07.07.2026, <https://www.eskisehir.gov.tr/ilcelerimiz>).
- Eslami, S., Khalifah, Z., Mardani, A., Streimikiene, D., & Han, H. (2019). Community attachment, tourism impacts, quality of life and residents' support for sustainable tourism development. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36(9), 1061-1079.
- Esnaf Sarayı (2025). *Esnaf Sarayı*. (Erişim: 23.06.2025, <https://www.esnafsarayi.com.tr>)
- Espark Alışveriş Merkezi (2025). *Espark Alışveriş Merkezi*. (Erişim: 26.08.2025, <https://www.espark.com.tr/>)
- ESTRAM Hafif Raylı Sistemler Ulaşım San. ve Tic. A.Ş. (2025.). *Tarihçe*. (Erişim: 08.10.2025, <https://www.estram.com.tr/>)
- ETC Research Report. 2005. City tourism & culture. The European experience. A report of the research group of the european travel comission and of the world tourism organization. LA group and interart. Madrid: WTO.

- Euromonitor International. (2025). *Top 100 City Destinations Index 2025: Driving Growth and Innovation*. (Erişim: 14.05.2026, <https://www.euromonitor.com/article/top-100-city-destinations-index-2025-driving-growth-and-innovation>)
- European Commission. (2000). *Towards quality urban tourism, integrated quality management (iqm) of urban tourist destinations*. European Communities Publications, Brussels.
- Evcim, S. (2015). *Dağlık Frigya Bölgesi Bizans Dönemi Kaya Mimarisini*. (Doktora Tezi). Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Evren, S., & Kozak, N. (2012). Eskişehir'in çekici faktörlerinin günübirlik ziyaretçilerin bakış açılarıyla değerlendirilmesi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 23(2), 220-232.
- Festival ESTİ (2025.). *Uluslararası Çocuk Tiyatroları Festivali*. (Erişim: 08.03.2025, <http://www.festivalesti.com/>)
- Field, A. P. (2013). *Discovering statistics using IBM SPSS statistics*. Sage Publications.
- Füller, H., & Michel, B. (2014). 'Stop being a tourist!' new dynamics of urban tourism in Berlin-Kreuzberg. *International Journal of Urban and Regional Research*, 38(4), 1304-1318.
- García-Hernández, M., la Calle-Vaquero, D., & Yubero, C. (2017). Cultural heritage and urban tourism: Historic city centres under pressure. *Sustainability*, 9(8), 1346.
- Gilbert, D., & Clark, M (1997) An exploratory examination of urban tourism impact, with reference to residents' attitudes, in the cities of Canterbury and guildford. *Cities* 14(6), 343-352.
- Gotham, K. F. (2005). Tourism gentrification: The case of New Orleans' Vieux Carre (French Quarter). *Urban Studies*, 42(7), 1099-1121.
- Gökyurt, F., Kindap, A., & Sarı, V. İ. (2015). Türkiye için yeni bir şehir tanımı gerekli mi. *Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi*, 24(1), 1-32.
- Güner, D., & Temizkan, S. P. (2022). Eskişehir'in medikal turizm potansiyeli üzerine nitel bir araştırma. *Gastroia: Journal Of Gastronomy And Travel Research*, 6(2), 478-498.
- Güneş, N. (2014). *Yerel Halkın Turizm Algısı ve Turizme Katılımı: Antalya Konyaaltı ve Kepez İlçesi Örneği*. (Yüksek Lisans Tezi). Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Güngör, N., Demir, B. G., & Özdoğan, A. K. (2023). The role and importance of meerschaum-type sepiolite in the promotion of Türkiye. *Eskişehir Technical University Journal of Science and Technology A-Applied Sciences and Engineering*, 24, 51-62.
- Gürbüz, Z. (2022). *Trbl Bölgesinde Yaşayan Yerel Halk Algısıyla Turizmin Etkilerinin Yaşam Kalitesi İle İlişkisi*. (Doktora Tezi). Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Gürkan, M. İ. (1996). Turizmin sosyal yapı üzerindeki etkileri. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 7(1), 112-119.
- Güzel, F. Ö. (2012). Türkiye'deki Hristiyan pazarı değerlerinin analizi ve inanç tabanlı pazarlama kapsamında bu değerlerin ilgili pazarlara iletilmesi. *Mediterranean Journal of Humanities*, 2(2), 133- 141.
- Hall, C. M., Page, S. (2006). *The geography of tourism and recreation: Environment, place and space*. Routledge, London.
- Hall, P. (2006). Seven types of capital city. *Planning twentieth century capital cities*, D.L.A. Gordon (Ed.), Routledge, New York, (8-14).
- Hall, T., & Barrett, H. (2018). *Urban geography*. Routledge, London.
- Hammad, N., Ahmad, S. Z., & Papastathopoulos, A. (2017). Residents' perceptions of the impact of tourism in Abu Dhabi, United Arab Emirates. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 11(4), 551-572.
- Haralambopoulos, N., & Pizam, A. (1996). Perceived impacts of tourism: The case of Samos. *Annals of tourism Research*, 23(3), 503-526.

- Harunoğulları, M. (2016). Kilis'in inanç turizmi potansiyeli ve kutsal mekânları. *Electronic Turkish Studies*, 11(21), 177-210.
- Hayllar, B., & Griffin, T. (2005). The precinct experience: a phenomenological approach. *Tourism Management*, 26 (4), 517–528.
- Hayllar, B., Griffin, T. & Edwards, D. (2008). *City spaces-tourist places*. Routledge, London.
- Henderson, J.C. (2002). Managing tourism and Islam in peninsula Malaysia. *Tourism Management*, 24(4), 447–456.
- Hoffman, L. M., Fainstein, S. & Judd, D. R. (2003). Cities and visitors regulating people, markets, and city space. Blackwell, UK.
- Hoyle, R. H. & Panter, A. T. (1995). Writing About Structural Equation Models İn Structural Equation Modeling. *Structural equation modeling: Concepts, issues, and applications*, R. H. Hoyle (Ed.), Sage, USA, 158–176.
- Hussein, A. Z. & Saç, F. (2008). *Genel turizm gelişimi- geleceği*. Siyasal Yayınevi, Ankara.
- İçelloğlu, C. Ş. (2014). Kent turizmi ve marka kentler: turizm potansiyeli açısından İstanbul'un swot analizi. *Sosyal Bilimler Dergisi*, (1), 37-55.
- İçöz, O. (2001). *Turizm işletmelerinde pazarlama, ilkeler ve uygulamalar*. Turhan Kitabevi, Ankara.
- İçöz, O., Var, T., & İlhan, İ. (2009). *Turizm planlaması ve politikası: turizmde bölgesel planlama*. Turhan Kitabevi Yayınları, Türkiye.
- İlbay, B. (2019). Eskişehir, İçinde, Kozak, N. (Editör), Online Türkiye Turizm Ansiklopedisi, (Erişim: 03.02.2026, <https://turkiyeturizmansiklopedisi.com/>).
- İlgar, E. (2008). *Kent kimliği ve kentsel değişimin kent kimliği boyutu: Eskişehir örneği* (Yüksek lisans tezi, Anadolu Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü), Eskişehir.
- İnce, K. (2002). *Kurşunlu Külliyesi*. TDV İslâm Ansiklopedisi. (Erişim: 07.07.2024, <https://islamansiklopedisi.org.tr/kursunlu-kulliyesi>)
- İzbrak, R. (1992), Coğrafya Terimleri Sözlüğü, İstanbul: MEB Yayınları.
- Jafari, J. (1990). Research and scholarship. The basis of tourism education. *Journal of Tourism Studies*, 1,33–41.
- Jansen-Verbeke, M. (1986). Inner-city tourism: Resources, tourists and promoters. *Annals of Tourism Research*, 13(1), 79-100.
- Jansen-Verbeke, M. (1988). *Leisure, Recreation And Tourism In Inner Cities: Explorative Case-Studies*. (Doktora Tezi). Katholieke Universiteit Nijmegen, Interfaculteit Der Geografie En Prehistorie, Geografisch En Planologisch Instituut, Nijmegen.
- Jansen-Verbeke, M. (1991). Leisure shopping: a magic concept for the tourism industry. *Tourism Management*, 12(1), 9-15.
- Jurdana, D. S., & Z. Susilovic. (2006). Planning city tourism development: principles and issues. *Tourism and Hospitality Management*, 12(2), 135-144.
- Fainstein, S. S., Gladstone, D. (1999). Evaluating Urban Tourism. *The Tourist City*, D. R. Judd, S. S. Fainstein (Ed.), Yale University Press, New Haven, s. 21–34.
- Kızıllan, G., & Yeşildal, Ö. (2021). Tarihi Dokuda Çağdaş Kültür Yapısının Görsel Etki Değerlendirmesi: Odunpazarı Modern Müze Örneklem Alanı. *İDEALKENT*, 12(32), 471-491.
- Koca, S., & Mentese, S. (2020). Eskişehir merkez ilçelerinde (Odunpazarı ve Tepebaşı) topografik faktörlere göre yerleşimin dağılışı. *Ege Coğrafya Dergisi*, 29(2), 217-228.
- Miller, D., Merrilees, B., & Coghlan, A. (2015). Sustainable urban tourism: Understanding and developing visitor pro-environmental behaviours. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(1), 26-46.
- Kahraman, N. (2019). Turizm İşletmesi. N. Kozak (Ed.), Online Türkiye Turizm Ansiklopedisi. (Erişim: 04.03.2026, <https://turkiyeturizmansiklopedisi.com/>).

- Kapan, K. (2018). Turizm ve rekreasyon faaliyetlerinin ekonomi üzerindeki etkileri: Antalya örneği. *Journal of Geography*, (37), 47-56.
- Kapan, K., & Timor, A. N. (2018). Turizm gelişme modellemeleri açısından Antalya şehri. *Türk Coğrafya Dergisi*, (71), 53-61.
- Kaşgarlı Mahmud (1939), *Divan-ü Lûgat-ıt-Türk*, I, (Çev. B. Atalay), Ankara. *Türk Dil Kurumu Yayınları*.
- Kaşlı, M., & Yılmazdoğan, O. C. (2012). İmajın turistik talebe etkisi: Eskişehir örneği. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 4(2), 199-209.
- Kavaklı, E., & Karakaş, A. (2022). Turizmin bölgesel kalkınmaya etkisi üzerine bir inceleme. *Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13(25), 37-50.
- Kavas, A., & Ertekoğlu, R., (2025). Çeyrek asırlık dönüşüm: Eskişehir ili Yılmaz Büyükerşen dönemi. *Karadeniz Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 24-35.
- Kaya, A. (2023). Somut olmayan kültürel miras olarak lületaşının seyahatnamelerdeki yeri. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 34(2), 44-56.
- Kaya, M., & Keleş, Y. (2022). Şehir turizmi kavramından ne anlıyoruz? kuramsal bir çözümleme. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 24(2), 810-822.
- Keleş Eriçok, A. (2019). Küreselleşme bağlamında Van'ın kent turizmi olanaklarının değerlendirilmesi. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (44), 171-191.
- Kent Belleği Müzesi. (2025). *Müze Planı*. (Erişim: 08.07.2025, http://www.kentbellegi.org/muze_plani.php)
- Kerimoğlu, E., & Çıracı, H. (2006). İstanbul'da uluslararası ziyaretçilerin memnuniyet düzeyleri. *İTÜ Dergisi/a*, 5(1) 35-46, 2006.
- Kılıç, İ., & Seçilmiş, C. (2018). Turistik destinasyonlarda yerel halk ve turist gözünden taşıma kapasitesinin değerlendirilmesi: Eskişehir örneği. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 15(3), 506-522.
- Kızılırmak, İ., & Kurtuldu, H. (2005). Kültürel turizmin önemi ve tüketici tercihlerinin belirlenmesine yönelik bir çalışma. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1, 100-120.
- Kızılkın, G., & Yeşildal, Ö. (2021). Tarihi Dokuda Çağdaş Kültür Yapısının Görsel Etki Değerlendirmesi: Odunpazarı Modern Müze Örneklem Alanı. *İdealkent*, 12(32), 471-491.
- King, B., A. Pizam., & A. Milman (1993). Social impacts of tourism: host perceptions. *Annals Of Tourism Research*, 20(4), 650-665.
- King, B., Richards, G., & Yeung, E. (2024). City neighbourhood branding and new urban tourism. *Current Issues in Tourism*, 27(10), 1649-1665.
- Koca, S. (2025). *Arazi örtüsü ve kullanımındaki değişimlerin kentsel ısı adalarına olan etkilerinin zamansal ve mekânsal olarak araştırılması: Eskişehir kent merkezi örneği* (Doktora tezi). Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Bilecik.
- Koca, S., & Mentese, S. (2020). Eskişehir Merkez İlçelerinde (Odunpazarı ve Tepebaşı) Topografik Faktörlere Göre Yerleşimin Dağılışı. *Ege Coğrafya Dergisi*, 29(2), 217-228.
- Kolb, B. (2006). *Tourism marketing for cities and towns*. Routledge, New York.
- Kozak, N. (2018). Sosyal ve Ekonomik Yönleriyle Etkinlik Turizmi ve Eskişehir. *Dünden Bugüne Eskişehir ve Yöresindeki 16 Etkinliğin Öyküsü (Festivaller, Şenlikler, Özel Günler)*, N. Kozak (Ed.), Eskişehir Tepebaşı Belediyesi, Eskişehir, s. 1-10.
- Kozak, N., Kozak, M. A. & Kozak, M. (2020). *Genel turizm ilkeler-kavramlar*, Detay Yayınları.
- Kurt, E. (2022). Türkiye'nin ilk özel uçuş okulu: Vecihi (Hürkuş) sivil tayyare mektebi. *Belgi Dergisi*, (24), 61-91.

- Küçükaşcı, M. S. (1999). Şehir. *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi*. Ankara: Türkiye Diyanet Vakfı, Cilt 38, s. 441-446.
- Kültür Envanteri (2025). *Reşadiye Camii, Eskişehir*. (Erişim: 08.01.2025, <https://kulturenvanteri.com/yer/resadiye-camii-3/>)
- Kültür Portalı (2025). *Eskişehir*. (Erişim: 08.07.2025, <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/eskisehir>)
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2007). *Türkiye Turizm Stratejisi 2023 – Eylem Planı 2007–2013*. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Türkiye.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2025). *Eskişehir* (Erişim: 11.07.2025, <https://muze.gov.tr/muze-detay?DistId=MRK&SectionId=ETI01>)
- Kültür ve Turizm Bakanlığı Eskişehir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2025). *Alaaddin Camii (Odunpazarı)*. (Erişim: 08.01.2025, <https://eskisehir.ktb.gov.tr/TR-336961/alaaddin-camii-odunpazarı.html>)
- Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü. (2026). *Bakanlık Belgeli Tesis İstatistikleri*. (Erişim: 19.04.2026, <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-201136/bakanlik-belgeli-tesis-istatistikleri.html>)
- Law, C. M. (1992). Urban tourism and its contribution to economic regeneration. *Urban studies*, 29(3-4), 599-618.
- Law, C.M. (1996). *Tourism in major cities*. International Thomson Business Press, London.
- Law, C. M. (2002). *Urban tourism: visitor economy and the growth of large cities*. Continuum Press, London.
- Lee, T. H. (2013). Influence analysis of community resident support for sustainable tourism development. *Tourism management*, 34, 37-46.
- Leech, N. L., & Onwuegbuzie, A. J. (2009). A typology of mixed methods research designs. *Quality & quantity*, 43(2), 265-275.
- Lew, A.A., Hall, C.M. & Timothy, D.J. (2008). *World geography of travel and tourism: a regional approach*. Elsevier, Canada.
- Liu, J. C., & Var, T. (1986). Resident attitudes toward tourism impacts in Hawaii. *Annals Of Tourism Research*, 13(2), 193-214.
- Luo, J. M., & Fan, D. X. (2023). Exploring entertainment tourism experience in integrated resorts: a process-based perspective. *Anatolia*, 34(4), 612-625.
- Luo, J. M., Fan, Y., & Shang, Z. (2022). Analysis of critical success factors for entertainment tourism destinations: The supply perspective. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 23(5), 1159-1182.
- Luo, J. M. & Lam, C. F. (2017). *Entertainment tourism*. Routledge, New York.
- Luo, J. M., Lam, C. F., & Fan, D. X. (2020). The development of measurement scale for entertainment tourism experience: A case study in Macau. *Current Issues in Tourism*, 23(7), 852-866.
- MacDonald, G. M. E. (2004) *Unpacking Cultural Tourism*. Unpublishing MBA Thesis. Simon Fraser University, School of Communication.
- Manaz, S. (2022). Seyyahların gözüyle Eskişehir hamamları. O. Uçkan (Ed.), *Anadolu'da bir çınar: Prof. Dr. Erol Altınsapan'a 60. yaş armağanı*. Anadolu Yayınları, s. 351-366
- Mason, P. (2003). *Tourism impacts, planning and management*. Butterworth-Heinemann, Amsterdam.
- Matexas, T., 2007. City marketing and city competitiveness: an effort of reviewing the last 25 years, *Discussion Paper Series*, 13(8): 401-422.
- Mbaiwa, J. E. (2008). *Tourism Development, Rural Livelihoods, And Conservation In The Okavango Delta, Botswana*. (Doktora Tezi). Texas A&M University, College Station.
- McCool, S. F., & Martin, S. R. (1994). Community attachment and attitudes toward tourism development. *Journal of Travel research*, 32(3), 29-34.

- McIntosh, R. W., & Goeldner, C. R. (1990). *Tourism: Principles, practices, philosophies*. John Wiley & Sons, USA.
- Meteoroloji Genel Müdürlüğü. (2026). *İllerimize Ait Genel İstatistik Verileri*. (Erişim: 08.05.2026, <https://www.mgm.gov.tr/veridegerlendirme/il-ve-ilceler-istatistik.aspx?k=A&m=ESKISEHIR>)
- Milman, A., & Pizam, A. (1988). Social impacts of tourism on central Florida. *Annals of tourism research*, 15(2), 191-204.
- Nuhoğlu, M., & Geçimli, M. (2019). Kentsel mekân tasarımı ve tematik projelere yeni yaklaşımlar ve Eskişehir örneği. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 8(1), 711-734.
- Ocak, A., Orhan, A., & Özdeniz, E. (2012). Porsuk Çayı ve çevresinin florası. *Biological Diversity and Conservation*, 5(2), 41-52.
- Odunpazarı Belediyesi (2011). *Odunpazarı Koruma Amaçlı Revizyon İmar Planı Plan Araştırma Raporu*. Odunpazarı Belediyesi.
- Odunpazarı Belediyesi (2024). *Odunpazarı* (Erişim: 19.07.2024, <https://www.odunpazarı.bel.tr/>)
- Odunpazarı Belediyesi (2025). *Mustafa Abdülcemil Kırımoglu Kırım Tatar Müzesi*. (Erişim: 08.07.2025, <https://www.odunpazarı.bel.tr/projeler/kultur-sanat-ve-turizm-projeleri/mustafa-abdulcemil-kirimoglu-kirim-tatar-muzesi>)
- Oğan, O., & Yasak, Ü. (2020). Küreselleşme bağlamında mekânsal kent kimliği ve markalaşmanın kent turizmine etkisi. *Türk Coğrafya Dergisi*, (74), 97-105.
- Oğuzoğlu, Y., & Emecen, F. (1995). *Eskişehir*. TDV İslâm Ansiklopedisi. [Erişim: 07.07.2026, <https://islamansiklopedisi.org.tr/eskisehir#1>]
- Oktayer, N., Susam, N., & Çak, M. (2007). *Türkiye'de turizm ekonomisi*. İnfomag Yayıncılık.
- Okuyucu, A., & Somuncu, M. (2015). Yalova-Çınarcık'taki ikinci konutların ekonomik etkilerinin değerlendirilmesi. *Coğrafi Bilimler Dergisi*, 13(2), 139-160.
- Olçay Uçkan, B. Y., & Uçkan, E. (2002). *Eskişehir Odunpazarı Evleri*. Kültür Bakanlığı Yayınları.
- Orbaşlı, A. (2000). *Tourists in historic towns: Urban conservation and heritage management*. E & FN Spon Press, UK.
- Ovalı, T. (2024). Şehirlerin kökeninde güven unsuru olarak dini inanışların rolü. *Liberal Düşünce Dergisi*, (114), 97-118.
- Öncü, H., Katırcı, H., & Yüce, A. (2020). Marka şehir algısı ve rekreasyon ilişkisi: Eskişehir İli örneği. *Gsi Journals Serie B: Advancements In Business And Economics*, 3(1), 85-98.
- Özcan, Z. K., & Öztürk, M. (2023). "City Break" hareketi yerel kalkınmada etkili bir kamu politikası olabilir mi?. *Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi (AKAD)*, 15(29), 471-494.
- Özdamar, K. (2013). *Paket programlar ile istatistiksel veri analizi*. Eskişehir: Nisan Yayıncılık.
- Özdemir, M. A., & Kervankıran, İ. (2011). Turizm ve turizmin etkileri konusunda yerel halkın yaklaşımlarının belirlenmesi: Afyonkarahisar örneği. *Marmara Coğrafya Dergisi*, (24), 1-25.
- Özdemir, M. A., & Kızılırmak, İ. (2019). Şehir turizminin tur programları kapsamında değerlendirilmesi: Eskişehir üzerine bir araştırma. *Journal Of Recreation And Tourism Research*, 6(4), 372-383.
- Özel, Ç. H. (2014). Turizmin sosyo-kültürel boyutta ortaya çıkardığı etkilerin incelenmesi: Marmaris örneği. *Dumlupınar University Journal of Social Science/Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (42), 57-69.
- Özgüç, N. (2003). *Turizm coğrafyası*. Çantay Kitabevi, İstanbul.
- Özgüç, N. (2017). *Turizm Coğrafyası Özellikler ve Bölgeler*. Çantay Kitabevi, İstanbul.

- Özkut, D. (2013). Odunpazarı Kentsel Sit Alanında Konut Dokusu Özelliklerinin Koruma Kararlarının Oluşturulmasına Yönelik Olarak Saptanması. *TÜBA-KED Türkiye Bilimler Akademisi Kültür Envanteri Dergisi*, (11), 105-135.
- Özsöz, F. M. (2018). Şehir pazarlamasında bir marka şehir olarak Eskişehir'in incelenmesi. *Uluslararası Batı Karadeniz Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 2(1), 12-34.
- Page, S.J. (1995). *Urban tourism*. London, Routledge.
- Page, S. J., & Duignan, M. (2023). Progress in tourism management: Is urban tourism a paradoxicalresearch domain? Progress since 2011 and prospects for the future. *Tourism Management*, 98, 104737.
- Parlaktuna, İ., & Dinçer, E. (2019). Termal turizmin bölgesel kalkınmaya etkisi: Eskişehir uygulaması. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 16(2), 259-273.
- Patton, A.Q. (2014). Nitel araştırma ve değerlendirme yöntemleri. (Çev. M. Bütün, S.B. Demir). Ankara: Pegem Akademi.
- Pearce, D. G. (2001). An integrative framework for urban tourism research. *Annals Of Tourism Research*, 28(4), 926-946.
- Pizam, A. (1978). Tourism's impacts: the social costs to the destination community as perceived by its residents. *Journal Of Travel Research*, 16(4), 8-12.
- Postma, A., & Schmuecker, D. (2017). Understanding and overcoming negative impacts of tourism in city destinations: conceptual model and strategic framework. *Journal of Tourism Futures*, 3(2), 144-156.
- Raj, R. & Morpeth, N.D. (2007). *Religious tourism and pilgrimage management: an International Perspective*. CABI.
- Ratz, T. (2000). The socio-cultural impacts of tourism case of lake Balaton. *Research Support Scheme*, 1-20.
- Reuter, E. (1946). Şehirlerimizin nüfus gelişmesi: Dört genel sayımın sonuçları. *Siyasal Bilgiler Okulu Dergisi*, 1(4), 775–790.
- Richards, G. (2001). *Cultural attractions and European tourism*. CABI Publishing, USA.
- Rinschede, G. (1992). Forms of religious tourism. *Annals of Tourism Research*, 19, 51–67.
- Roney A. S. (2011). *Turizm bir sistemin analizi*. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Ross, G. F. (1992). Resident perceptions of the impact of tourism on an australian city. *Journal Of Travel Research*, 30(3), 13-17.
- Ryan, C. (2003). *Recreational tourism: demand and impacts*. Clevedon: Channel View Publications.
- Sadioğlu, U., & Yürük, E. (2020). Eskişehir'in endüstriyel mirası fabrikalar bölgesinin kent kimliği üzerindeki etkileri. *Idealkent*, 11(Kentleşme ve Ekonomi Özel Sayısı), 1049-1072.
- Sağiroğlu, M. (2016). *A Policy Framework For Sustainable Tourism Management In Historic Cities: The Case Of Amasya* (Yüksek Lisans Tezi) Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Ankara.
- Sargın, S. (2006). Yalvaç'ta inanç turizmi. *Fırat üniversitesi sosyal bilimler dergisi*, 16(2), 1-18.
- Sariaydın, E., Gücyeter, B., & Halaç, H. (2024). Planning the monitoring process and energy performance evaluation in historical buildings: The case of Tiryakizade Süleyman Ağa. *Journal of the Faculty of Engineering and Architecture of Gazi University*, 39(2), 943-958.
- Sbobha, K. (2019). A case study on irritation among local people towards the growth of tourism in Kodagu district: With the reference of Doxey's irridex model. *International Journal of Innovative Research and Advanced Studies*, 6(1), 146-148.

- Schwamborn, İ. Y. (2019). Hostel, İçinde, Kozak, N. (Editör), *Online Türkiye Turizm Ansiklopedisi*. (Erişim: 04.03.2026, <https://turkiyeturizmansiklopedisi.com/>).
- Seçilmiş, C. (2011). Ziyaretçilerin gözüyle Eskişehir turizminin gelişmesini etkileyen sorunlar. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 3(3), 37-57.
- Selçuk, Ç. (2019). *The use of integrated approach for urban tourism development in İzmir*. (Yüksek Lisans Tezi). İzmir Katip Çelebi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Sert, A. N. (2019). Sürdürülebilir turizm gelişiminde turizmin yerel halk tarafından algılanan etkilerinin, toplum katılımının ve turizm gelişimine desteğin rolü: Beypazarı örneği. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22(42), 407-428.
- Sipahi, S. (2013). *Otel İç Mekânlarında Enerji Kullanımı Açısından Sürdürülebilirlik Antalya Örneği*. (Yüksek Lisans Tezi). Karadeniz Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Trabzon.
- Sivas, T. (2008). Frigler (Midas'ın Ülkesi Anadolu). *National Geographic Dergisi*. 59-79.
- Shafaei, F., & Mohamed, B. (2015). A stage-based model development study on tourism social impact assessment. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 5(3), 1-6.
- Shafiee, M. M., Shams, H., Yahai, M. R., & Golchin, H. (2013). ICT capacities in creating sustainable urban tourism and its effects on resident quality of life. *E-Commerce in Developing Countries*, 1-10.
- Shoval, N. (2002). Global Trends In The Tel Aviv Tourism Sector. *Emerging Nodes In The Global Economy: Frankfurt And Tel Aviv Compared*, D. Felsenstein, E. W. Schamp, A. Shachar (Ed.), *Kluwer Academic Publishers*, Dordrecht, s. 195-212.
- Smith, N. (1987). Gentrification and the rent gap. *Annals of the Association of American Geographers*, 77(3), 462-465.
- Smith, N., & Williams, P. (2015). *Kentin mutenalaştırılması* (Çev. M. Uzun). İstanbul: Yordam Kitap. (Orijinal yayın tarihi 1986).
- Svab, A. (2002). Consuming western image well-being-shopping tourism in socialist Slovenia. *Cultural Studies*, 16(1), 63-79.
- Şahin, İ. (1999). Şehir. *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi*. Ankara: Türkiye Diyanet Vakfı, Cilt 38, s. 446-449.
- Şarkaya İçellioğlu, C. (2014). Kent turizmi ve marka kentler: Turizm potansiyeli açısından İstanbul'un swot analizi. *Sosyal Bilimler Dergisi*, (1), 37-55.
- Şen, B. (2019). *Yılmaz Büyükerşen Balmumu Heykeller Müzesi Ziyaretçilerinin Taşıma Kapasitesi ve Memnuniyet Algılarının Değerlendirilmesi*. (Yüksek Lisans Tezi). Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Şenel, E., & Kılıç, İ. (2020). Eskişehir'in ilinde inanç turizmi üzerine bir değerlendirme: Odunpazarı örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(4), 3873-3886.
- Şenel, S. A. (2007). Turizm sektöründe yatırım kararları. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, (1), 1-12.
- Şensoy, G., & Üstün, B. (2016). Eskişehir fabrikalar bölgesi: "Çiftkurt fabrikası için yeni işlev önerisi". *Balıkesir Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 18(1), 86-104.
- Şimşek, G., & Yeşiltepe, A. D. (2020). Eskişehir Kenti Porsuk Çayı kıyısında mekânsal örüntü ve suyla kurulan bağlantının analizi. *Kent Akademisi*, 13(3), 487-512.
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2013). *Using multivariate statistics* (6th ed.). Pearson.
- Taşlıgil, N., & Şahin, G. (2011). Doğal ve kültürel özellikleri ile lületaşı. *Journal of International Social Research*, 4(16)- 436-452.
- Temiz, M., Sağlık, A., Sağlık, E., Kelkit, A., & Bayrak, M. İ. (2019). Kent turizminin marka kent oluşumundaki etkisi: Çanakkale kent turizminin swot analizi. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 257-273.

- Tokgöz, Ö. G. (2019). *Eskişehir Sanayi Mirasının Kentin İşitsel Peyzajındaki Yeri, Dönüşümü ve Etkileri* (Yüksek Lisans Tezi), Anadolu Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Eskişehir.
- Tokgöz, Ö. G. ve Bilen, A. Ö. (2021). *Erken Cumhuriyet Döneminden Günümüze Eskişehir Fabrikalar Bölgesinin Mekânsal Değişim ve Dönüşümünün Kentli Algısı Üzerindeki Etkisi*. 5. Ulusal Yapı Kongresi ve Sergisi: Yapı Sektöründe Çok Yönlü Kalkınma: Eğitim, Araştırma, Uygulama, Çevrim içi.
- Tokmak, C., Avcı, D., & Baranaydın, D. (2022). Yerel toplumların turizmin gelişimiyle birlikte yaşadığı değişimler: Eskişehir örneği. *Journal Of Tourism & Gastronomy Studies*, 10(4), 2973-2992.
- Tooman, L.A. (1997). Applications of the life-cycle model in tourism. *Annals of Tourism Research*, 24(1), 214-234.
- Tuncel, M. (1995). *Eskişehir*. TDV İslâm Ansiklopedisi. (Erişim: 29.12.2024, <https://islamansiklopedisi.org.tr/eskisehir#2-bugunku-eskisehir>)
- Tunçdilek, N. (1953). Eskişehir bölgesinde yerleşme tarihine toplu bir bakış. *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası*, 15(1-4).
- Tunçdilek, N., & Tümertekin, E. (1959). *Türkiye nüfusu*. İstanbul Üniversitesi Yayınları.
- Tutar, F. K., & Musayeva, S. (2022). Sürdürülebilir turizm kapsamında şehir turizmi: Türk dünyasının medeniyet başkenti Şeki uygulaması. *International Journal of Disciplines in Economics & Administrative Sciences Studies*, 8(44), 587-598.
- Tümertekin, E. (1965). *Türkiye'deki şehirlerin fonksiyonel sınıflandırması*. İstanbul Üniversitesi Coğrafya Enstitüsü Yayını.
- Tümertekin E., & Özgüç, N. (2010). *Beşeri coğrafya insan kültür mekan*. Çantay Kitabevi.
- TÜRASAS. (2025). *TÜRASAS Devrim Arabaları Müzesi Eskişehir*. (Erişim: 08.04.2025, <https://www.turasas.gov.tr/galeri-detay/turasas-devrim-arabalari-muzesi--eskisehir>)
- Türk Dil Kurumu (2023). *Şehir*. (Erişim: 07.07.2023, <https://sozluk.gov.tr>)
- Türk Patent ve Marka Kurumu (1999). *Lületaşı*. (Erişim: 08.011.2025, <https://ci.turkpatent.gov.tr/cografi-isaretler/detay/37890>)
- Türk Patent ve Marka Kurumu (2025). *Eskişehir Met Helvası*. (Erişim: 08.011.2025, <https://ci.turkpatent.gov.tr>)
- Türker, N., Selçuk, Ş., & Özyıldırım, A. (2016). Turizmin yerel halkın yaşam kalitesi üzerine etkisi: Safranbolu örneği. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(1), 1-13.
- Türkiye İstatistik Kurumu (2026). *Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi Sonuçları, 2025*. (Erişim: 06.04.2026, <https://data.tuik.gov.tr>)
- Türkiye'nin Tarihi Eserleri (2019). *Kutup Şeyh Nusrettin Dede (Tezveren Dede)–Odunpazarı–Eskişehir Merkez*. (Erişim: 08.07.2026, <https://www.turkiyenintarihieserleri.com/?oku=3775>)
- Uca Özer, S. (2010). *Şehir Turizmi ve Kültür: Yabancı Turistlerin Kültürel Bir Destinasyon Olarak İstanbul'u Değerlendirmeleri Üzerine Bir Araştırma*. (Doktora Tezi). Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Uğur, A. ve Aliagaoglu, A. (2015). *Şehir coğrafyası*, Nobel Akademik Yayıncılık, Ankara.
- Uğurlu, E. G., & Aşkan, H. (2018). Türkiye'deki Uluslararası Film Festivalleri ve Uluslararası Eskişehir Film Festivali İzleyici Araştırması. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(2), 81-98.
- United Nations Department Of Economic And Social Affairs (2026). *68%Of The World Population Projected To Live In Urban Areas By 2050, Says UN*. (Erişim: 07.06.2026, <https://www.un.org/development/desa/en/news/population/2018-revision-of-world-urbanization-prospects.html>)

- United Nations Human Settlements Programme (2022). *World Cities Report: Envisaging The Future Of Cities*. [Erişim: 14.07.2025, <https://unhabitat.org/world-cities-report-2022-envisaging-the-future-of-cities>]
- Urry, J. (1999). Sensing The City. *The Tourist City*, D. R. Judd, S. S. Fainstein (Ed.), Yale University Press, New Haven, s. 71–86.
- Urry, J. (2009). *Turist Bakışı* (Çev. E. Tataroğlu ve İ. Yıldız). Ankara: BilgeSu Yayıncılık.
- Uslu, A., & Kiper, T. (2006). Turizmin kültürel miras üzerine etkileri: Beypazarı/Ankara örneğinde yerel halkın farkındalığı. *Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi*, 3(3), 305-314.
- Uygur Meydan, S., & Baykan, E. (2007). Kültür turizmi ve turizmin kültürel kültür turizmi ve turizmin kültürel varlıklar üzerindeki etkileri. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, (2), 30-49.
- Üsküdar, Ş. (2012). *Eskişehir'in Kültür Turizmi Potansiyeli ve Yerli Turistlerin Buna İlişkin Algıları Üzerine Bir Araştırma* (Yüksek Lisans Tezi). Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- Üsküdar, Ş., Çakır, M., & Temizkan, S. P. (2014). Yerli turistlerin Eskişehir'in kültür turizmine ilişkin algıları. *Journal Of Tourism And Gastronomy Studies*, 2(2), 67-76.
- Üstün, B., & Tural, O. (2008). Tüketim alışkanlıklarındaki değişimler ve bu değişimlerin alışveriş mekânlarına etkisinin Eskişehir örneğinde irdelenmesi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(2), 259-282.
- Varal, Ö. (2023). *Ürün Tasarımında Hediyelik Eşya Olarak Camın Yeri ve Eskişehir'e Yönelik Uygulama Örnekleri*. (Yüksek Lisans Tezi). Anadolu Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü, Eskişehir.
- Vatan, A. (2019). Konaklama tesisi. In N. Kozak (Ed.), *Online Türkiye Turizm Ansiklopedisi*. (Erişim: 04.03.2026, <https://turkiyeturizmansiklopedisi.com/>).
- Vega Outlet Eskişehir (2026). *Vega Outlet Eskişehir*. (Erişim: 22.06.2025, <https://www.vegaoutleteskisehir.com>)
- Yanardağ, M. Ö. (2014). İzmir'de turizm yatırımlarının ihtiyaç analizi. *Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(1), 81-104.
- Yıldız Kuyrukçu, E., & Elitok, M. K. (2021). Çağdaş müze mimarisine bağlamsal bir yaklaşım: Odunpazarı Modern Müze örneği. *The Journal of Academic Social Science*, 9, 187–201.
- Yılmaz, H. (2014). Eskişehir'in biricik destinasyon önerisi endüstriyel miras. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 29(2), 205-225.
- Yorulmaz, B. (2019). *Effects Of Urban Tourism On The Historical Urban Space Within The Framework Of Urban Revitalization: The Case Of Hamamönü*, Ankara. (Yüksek Lisans Tezi). Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Yurdakul, E. (2005). *Türkiye'de Sanayileşme Sürecinde Organize Sanayi Bölgeleri ve Eskişehir OSB Uygulaması*. (Yüksek Lisans Tezi), Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Yüksel, A. (2004). Shopping experience evaluation: A case of domestic and international visitors. *Tourism Management*, 25(6), 751-759.
- Yüksel, F., Esen, F. Ö., Kılıç, B., & Akçay, S. (2020). Paydaşların gözüyle yavaş şehir Akyaka'da aşırı turizm. *Turizm Akademik Dergisi*, 7(1), 257-268.
- Zaman, M. (2010). Türkiye'nin önemli inanç turizmi merkezlerinden biri: Sumela (Meryamana) Manastırı. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(2), 1-24.
- Zeğerek, P., & Ortaçesme, V. (2017). Yeşil alanların kent turizmine katkısının Antalya örneğinde incelenmesi. *Mediterranean Agricultural Sciences*, 30(3), 205-212.
- Xiao, G. (2007). *Urban tourism: Global-local relationships in Dalian, China* (Doktora Tezi). University of Waterloo, Waterloo.

- Xie, K., & Mao, Z. (2017). The impacts of quality and quantity attributes of airbnb hosts on listing performance. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(9): 2240-2260.
- Wall, G. & Mathieson, A. (2006). *Tourism: change, impacts, and opportunities*. Pearson Education, Great Britain
- Wang, J., Huang, X., Gong, Z., & Cao, K. (2020). Dynamic assessment of tourism carrying capacity and its impacts on tourism economic growth in urban tourism destinations in China. *Journal of Destination Marketing & Management*, 15, 100383.
- World Tourism Organization and World Tourism Cities Federation (2018), *UNWTO/WTCF City Tourism Performance Research*, UNWTO, Madrid.

EKLER

EK-1: YEREL HALK ANKET FORMU

YEREL HALK ANKET FORMU

AÇIKLAMA

Değerli katılımcı,

Bu çalışma, Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Coğrafya Anabilim Dalı, Doktora Programı çerçevesinde yürütülen “Eskişehir’de Şehir Turizminin Ekonomik ve Sosyokültürel Etkilerine Yönelik Bir Araştırma” başlıklı doktora tez çalışmasına veri toplamak amacıyla yapılmaktadır. Veriler yalnızca bilimsel araştırmalarda kullanılacaktır. Ankete katılım tamamen isteğe bağlıdır. Araştırmanın amacına ulaşması için sorulara içtenlikle cevap veriniz. Katkılarınızdan dolayı şimdiden teşekkür ederim.

Doktora Öğrencisi Raziye COŞKUN

Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi

1. BÖLÜM: DEMOGRAFİK BİLGİLER
1- Cinsiyetiniz? ☐ Kadın ☐ Erkek
2- Medeni durumunuz? ☐ Bekar ☐ Evli
3- Yaşınız? ☐ 18-30 ☐ 31-40 ☐ 41-50 ☐ 51-60 ☐ 60+
4- Eğitim durumunuz? ☐ İlköğretim ☐ Lise ☐ Ön Lisans/Lisans ☐ Lisansüstü
5- Mesleğiniz? ☐ Kamuda çalışan ☐ Kendi iş yerine sahip/Esnaf ☐ Özel sektörde çalışan ☐ Ev hanımı ☐ Emekli ☐ İşsiz ☐ Öğrenci ☐ Diğer (Belirtiniz).....
6- Aylık geliriniz? ☐ 10000 TL’den az ☐ 10001-20000 TL ☐ 20001-30000 TL ☐ 30001-40000 TL ☐ 40001-50000 ☐ 50001 TL+
7- İkamet ettiğiniz mahalle neresidir?.....
8- Kaç yıldır Eskişehir’de ikamet ediyorsunuz? ☐ 1yıldan az ☐ 1-5 yıl ☐ 6-10 yıl ☐ 11-15 yıl ☐ 15+

2. BÖLÜM: ŞEHİR TURİZMİNİN EKONOMİK VE SOSYOKÜLTÜREL ETKİLERİ					
Şehir turizminin Eskişehir’e etkilerine ilişkin aşağıdaki ifadelere katılım düzeyinizi karşısına × işareti koyarak belirtiniz.					
Etkiler	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
Şehir turizmiyle birlikte Eskişehir’de;					
Sosyal Etkiler					
Turistik ve rekreasyonel alanlar artmıştır.	1	2	3	4	5
Alışveriş olanakları artmıştır.	1	2	3	4	5
Konser ve festival vb. etkinlikler artmıştır.	1	2	3	4	5
Kültürel ve sanatsal faaliyetler artmıştır.	1	2	3	4	5
Gece hayatı canlanmıştır.	1	2	3	4	5
Yerel halkın yaşam kalitesi artmıştır.	1	2	3	4	5
Yerel planlama çalışmaları artmıştır.	1	2	3	4	5
Yerel halkın tüketim alışkanlıkları değişmiştir (yeme-içme, giyim-kuşam, harcama).	1	2	3	4	5
Park ve dinlenme alanları artmıştır.	1	2	3	4	5
Kamusal alanlarda (park, meydan, sokak) turist baskısı artmıştır.	1	2	3	4	5
Turistler, yerel halkın günlük faaliyetlerini kısıtlamıştır.	1	2	3	4	5
Yerel halkın konser, etkinlik ve festivaller vb. katılımı azalmıştır.	1	2	3	4	5
Yerel halkın turistik sokak ve mahallerden göç etmesine neden olmuştur.	1	2	3	4	5
Kişisel güvenlik algısı azalmıştır.	1	2	3	4	5
Suç oranları (fuhuş, kumar, hırsızlık) artmıştır.	1	2	3	4	5
Alkol kullanımı artmıştır.	1	2	3	4	5
Uyuşturucu kullanımı artmıştır.	1	2	3	4	5
Kalabalık artmıştır.	1	2	3	4	5
Şehrin nüfusu artmıştır.	1	2	3	4	5
Trafik sorunu artmıştır.	1	2	3	4	5
Gürültü kirliliği artmıştır.	1	2	3	4	5
Şehrin imajı artmıştır.	1	2	3	4	5
Kültürel Etkiler					
Tarihi yapıları restore ve yenileme çalışmaları artmıştır.	1	2	3	4	5
Tarihi yapıların otel, cafe vb. gibi işlevlendirme çalışmaları artmıştır.	1	2	3	4	5
Doğal ve kültürel mirası koruma bilinci artmıştır.	1	2	3	4	5
Tarihi yapıların tahribatı artmıştır.	1	2	3	4	5
Müze sayısı artmıştır.	1	2	3	4	5
Yerel kültür canlanmıştır.	1	2	3	4	5
El sanatları canlanmıştır.	1	2	3	4	5

EK-1. Devamı

Yerel mutfak canlanmıştır.	1	2	3	4	5
Yerel halk ve ziyaretçiler arasında kültür alışverişi artmıştır.	1	2	3	4	5
Yabancı dil öğrenimi artmıştır.	1	2	3	4	5
Yerel halkın ahlaki değerleri bozulmuştur.	1	2	3	4	5
Ekonomik Etkiler					
Yerel halkın geliri artmıştır.	1	2	3	4	5
Yeni iş fırsatları ortaya çıkmıştır.	1	2	3	4	5
Kadınların istihdamı artmıştır.	1	2	3	4	5
Şehre yapılan yatırımlar artmıştır.	1	2	3	4	5
Vergi gelirleri artmıştır.	1	2	3	4	5
Şehrin altyapısı gelişmiştir.	1	2	3	4	5
Konaklama (otel, pansiyon, apart) işletmeleri artmıştır.	1	2	3	4	5
Yeme-içme tesisleri artmıştır.	1	2	3	4	5
Hediyelik eşya dükkanları artmıştır.	1	2	3	4	5
Diğer sektörler gelişmiştir (inşaat, ulaşım).	1	2	3	4	5
Günlük kiralık evlerin sayısı artmıştır (Airbnb gibi çevrimiçi platformlardan yararlanma).	1	2	3	4	5
Ürün ve hizmetlerin fiyatları artmıştır.	1	2	3	4	5
İşyeri kira fiyatları artmıştır.	1	2	3	4	5
Konut kira fiyatları artmıştır.	1	2	3	4	5
Hayat pahalılığı artmıştır.	1	2	3	4	5
Yerel halktan ziyade yabancı istihdamı artmıştır.	1	2	3	4	5
3. BÖLÜM: MEMNUNİYET VE BEKLENTİLER					
Memnuniyet ve beklenti durumu	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
Eskişehir’de yaşamaktan memnunum.	1	2	3	4	5
Eskişehir’deki şehir turizm faaliyetlerinden memnunum.	1	2	3	4	5
Turizmin gelişmesini destekliyorum.	1	2	3	4	5
Şehir turizmini geliştirmek için plan ve projeler geliştirilmelidir.	1	2	3	4	5
Şehre ilişkin tanıtım ve pazarlama çalışmaları yapılmalıdır.	1	2	3	4	5

EK-2: ZİYARETÇİ ANKET FORMU

ZİYARETÇİ ANKET FORMU

AÇIKLAMA

Değerli katılımcı,

Bu çalışma, Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Coğrafya Anabilim Dalı, Doktora Programı çerçevesinde yürütülen “Eskişehir’de Şehir Turizminin Ekonomik ve Sosyokültürel Etkilerine Yönelik Bir Araştırma” başlıklı doktora tez çalışmasına veri toplamak amacıyla yapılmaktadır. Veriler yalnızca bilimsel araştırmalarda kullanılacaktır. Ankete katılım tamamen isteğe bağlıdır. Araştırmanın amacına ulaşması için sorulara içtenlikle cevap veriniz. Katkılarınızdan dolayı şimdiden teşekkür ederim.

Doktora Öğrencisi Raziye COŞKUN

Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi

1. BÖLÜM: DEMOGRAFİK BİLGİLER

1- Cinsiyetiniz?
☐ Kadın ☐ Erkek
2- Medeni durumunuz?
☐ Bekar ☐ Evli
3- Yaşınız?
☐ 18-30 ☐ 31-40 ☐ 41-50 ☐ 51-60 ☐ 60+
4- Eğitim durumunuz?
☐ İlköğretim ☐ Lise ☐ Ön Lisans/Lisans ☐ Lisansüstü
5- Mesleğiniz?
☐ Kamuda çalışan ☐ Kendi iş yerine sahip/Esnaf ☐ Özel sektörde çalışan ☐ Emekli ☐ Ev hanımı ☐ Öğrenci ☐ İşsiz ☐ Diğer (Belirtiniz).....
6- Aylık geliriniz?
☐ 10000 TL'den az ☐ 10001-20000 TL ☐ 20001-30000 TL ☐ 30001-40000 TL ☐ 40001-50000 TL ☐ 50000 TL'den fazla

2. BÖLÜM: ZİYARETÇİ DAVRANIŞLARI VE TERCİHLERİ

7- Eskişehir'e nereden geliyorsunuz?
8- Eskişehir'e kaçınıcı kez geliyorsunuz?
☐ İlk kez ☐ İkinci kez ☐ Üçüncü kez ☐ Dördüncü veya daha fazla
9- Eskişehir'e gelmeden önce hangi bilgi kaynaklarından yararlandınız?
☐ İnternet ☐ Sosyal Medya ☐ Arkadaş-akraba ☐ Seyahat Acentesi ☐ Diğer (Belirtiniz).....
10- Eskişehir'e gelirken hangi ulaşım aracını kullandınız?
☐ Özel araç ☐ Otobüs ☐ Hızlı Tren (YHT) ☐ Tren ☐ Uçak ☐ Diğer(Belirtiniz).....
11- Bu ziyaretiniz katılan kişi sayısına göre nasıl bir turizm faaliyetidir?
☐ Bireysel ☐ Tur
12- Eskişehir'i ziyarete kiminle geldiniz?
☐ Arkadaş ☐ Akraba ☐ Anne/Baba çocuklar ☐ Partner ☐ Yalnız ☐ Diğer (Belirtiniz).....
13- Bu ziyaretinizde Eskişehir'de konaklayacak mısınız? (Cevabınız Evet ise 14. sorudan hayır ise 17. sorudan devam ediniz)
☐ Evet ☐ Hayır
14- Eskişehir'de nerede konaklıyorsunuz ya da konaklayacaksınız?
☐ Otel ☐ Butik otel ☐ Pansiyon ☐ Arkadaş yanında ☐ Akraba yanında ☐ Misafirhane ☐ Günlük kiralık ev ☐ Diğer (Belirtiniz).....
15- Kaç gece konakladınız ya da konaklayacaksınız?
☐ 1 gece ☐ 2 gece ☐ 3 gece ☐ 4 gece ☐ 5 gece ve fazlası

EK-2. Devamı

16- Eskişehir'i ziyaret etme amacınız nedir? (Birden fazla şık işaretleyebilirsiniz) ☐ Tarihi ve kültürel çekicilikleri görmek ☐ Arkadaş ziyareti ☐ Akraba ziyareti ☐ İş nedeniyle ☐ Gezip/eğlenmek ☐ Alışveriş yapmak ☐ Spor faaliyetlerine katılmak ☐ Termal ve hamamlardan yararlanma ☐ Medikal ve tıbbi olanaklardan yararlanma ☐ Etkinliklere katılmak (festival, sergi, konser, tiyatro) ☐ Eğitim, kurs vb. katılmak ☐ Sempozyuma, kongreye vb. katılmak ☐ Dini nedenler (ibadet, türbe ziyareti vb.) ☐ Diğer (Belirtiniz).....
17- Eskişehir'i tercih etme nedeniniz nedir? (Birden fazla şık işaretleyebilirsiniz) ☐ Eskişehir'in şehirselleşmesi ve atmosferi ☐ Tarihi ve kültürü ☐ Konaklama olanakları ☐ Ulaşım kolaylığı ☐ Konum olarak yakın olması ☐ Fiyatların uygunluğu ☐ Konukseverliği ☐ Mutfağı ☐ Etkinliklerin fazla olması ☐ Temiz çevresi ☐ Güvenliği ☐ Diğer (Belirtiniz).....
18- Eskişehir'de bu ziyaretinizde nereleri ziyaret ettiniz ya da edeceksiniz? (Birden fazla şık işaretleyebilirsiniz) ☐ Müzeler ☐ Tarihi yapılar ☐ Dini yapılar ☐ Sergi ve sanatsal etkinlikler ☐ Temalı Parklar (Sazova vb.) ☐ Kongre merkezleri ve konferans salonları ☐ Spor merkezleri ☐ Hamamlar/Termal tesisler ☐ Hastaneler ☐ Gece kulüpleri/Barlar ☐ AVM'ler ☐ Festivaller ☐ Konserler ☐ Diğer (Belirtiniz).....
19- Bu ziyaretinizde şehir merkezi dışında başka nereleri ziyaret ettiniz ya da edeceksiniz? (Birden fazla şık işaretleyebilirsiniz) ☐ Yakın çevreyi ziyaret etmeyeceğim ☐ Nasreddin Hoca'nın Evi ☐ Sivrihisar Konakları ☐ Midas Anıtı ☐ Melikgazi Türbesi ☐ Yunus Emre Külliyesi ve Türbesi ☐ Seyyid Battal Gazi Türbesi ve Külliyesi ☐ Seyyid Sultan Şüceaddin Veli Külliyesi ☐ Diğer (Belirtiniz).....
20- Bu ziyaretiniz için toplam ne kadar harcama yaptınız ya da yapacaksınız?
3. BÖLÜM: MEMNUNİYET VE BEKLENTİLER
21- Eskişehir'e yapmış olduğunuz bu ziyaretinizden memnun kaldınız mı? ☐ Evet ☐ Hayır
22- Yerel halkın turistlere olan tutum ve davranışlarından memnun kaldınız mı? ☐ Evet ☐ Hayır
23- Eskişehir'i tekrar ziyaret etmeyi düşünür müsünüz? ☐ Evet ☐ Hayır
24- Eskişehir'i ziyaret etmeyi yakın çevrenizdeki insanlara tavsiye eder misiniz? ☐ Evet ☐ Hayır
25- Eskişehir'de turizm açısından sorun olarak gördüğünüz neler var? (Birden fazla şık işaretleyebilirsiniz) ☐ Konaklama imkanlarının yetersizliği ☐ Hediyelik eşya dükkanlarının yetersizliği ☐ Yeme-içme tesislerinin yetersizliği ☐ Yönlendirme ve bilgilendirme tabelalarının eksikliği ☐ Turizm danışma bürolarının yetersizliği ☐ Alışveriş olanaklarının yetersizliği ☐ Şehir içi ulaşımın yetersizliği ☐ Şehirlerarası ulaşımın yetersizliği ☐ Yerel halkın ziyaretçilere olan tutumu ☐ Fiyatların pahalılığı ☐ Tuvaletlerin yetersizliği ☐ Oturma ve dinlenme alanlarının yetersizliği ☐ Açık ve yeşil alanların yetersizliği ☐ Bir sorun görmüyorum ☐ Diğer (Belirtiniz).....

EK-3: İŞLETMECİ GÖRÜŞME FORMU

İŞLETME GÖRÜŞMESİ AÇIKLAMA

Değerli katılımcı,

Bu çalışma, Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Coğrafya Anabilim Dalı, Doktora Programı çerçevesinde yürütülen “Eskişehir’de Şehir Turizminin Ekonomik ve Sosyokültürel Etkilerine Yönelik Bir Araştırma” başlıklı doktora tez çalışmasına veri toplamak amacıyla yapılmaktadır. Veriler yalnızca bilimsel araştırmalarda kullanılacaktır. Ankete katılım tamamen isteğe bağlıdır. Araştırmanın amacına ulaşması için sorulara içtenlikle cevap veriniz. Katkılarınızdan dolayı şimdiden teşekkür ederim.

Doktora Öğrencisi Raziye COŞKUN

Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi

Tarih:
Saat:
Yer:
1. BÖLÜM: DEMOGRAFİK BİLGİLER
1. Cinsiyetiniz?
2. Yaşınız?
3. Eğitim durumunuz?
4. Aylık geliriniz?
5. Aslen nerelisiniz?
6. Kaç yıldır Eskişehir’de yaşıyorsunuz?
2. BÖLÜM: İŞLETMEYE İLİŞKİN BİLGİLER
7. İşletmedeki pozisyonunuz nedir?
8. İşletme kaç yılında açıldı?
9. Kaç yıldır bu işletmede çalışıyorsunuz?
10. İşletmenin bulunduğu mahalle hangisidir?
11. İşletmenin türü?
12. İşletmenin mülkiyeti yapısı nedir?
13. İşletmeniz faaliyet süresine göre nasıl bir işletmedir?
14. Turizme ilişkin bir eğitim aldınız mı? Eğitim aldıysanız nereden aldınız?
15. En fazla geliri hangi aylarda elde ediyorsunuz?
16. En fazla geliri haftanın hangi günlerinde elde ediyorsunuz?
17. Yıllık elde ettiğiniz toplam gelir içerisinde turistlerin payı yüzde kaçtır?

EK-3. Devamı

3. BÖLÜM: ŞEHİR TURİZMİNİN EKONOMİK VE SOSYOKÜLTÜREL ETKİLERİ
18. Sizce Eskişehir’de turizm faaliyetlerinin gelişmesi şehri ekonomik olarak nasıl etkiledi? (Olumlu/olumsuz)
Gelir.....
Fiyat.....
İş fırsatları.....
Hizmet sektörü.....
Kadınların istihdamı.....
Kiralar.....
Yatırım.....
Vergiler.....
Enflasyon.....
19. Sizce Eskişehir’de turizm faaliyetlerinin gelişmesi şehri sosyal olarak nasıl etkiledi? (Olumlu/olumsuz)
Yaşam kalitesi.....
Suç oranları.....
Nüfus.....
Kalabalıklaşma.....
Trafik.....
Gürültü.....
Altyapısı.....
Üstyapı/Turistik ve rekreasyonel olanaklar.....
20. Sizce Eskişehir’de turizm faaliyetlerinin gelişmesi şehri kültürel olarak nasıl etkiledi? (Olumlu/olumsuz)
El sanatları.....
Yerel ürünler.....
Kültürel miras.....
Yerel gelenekler.....
Yaşam tarzı.....
Ahlaki değerler.....
Festival, sergi vb. etkinlikler.....
4. BÖLÜM: TURİZM PROFİLİ VE PAYDAŞLAR
21. Eskişehir’e gelen turist profilini (cinsiyet, yaş, uyruk, şehir vb.) nasıl tanımlarsınız?
22. Sizce ziyaretçilerin Eskişehir’e geliş amaçları genellikle nelerdir?
23. Sizce turizm paydaşları arasında iş birliği durumu nasıl?
24. Sizce Eskişehir’de turizmin gelişiminde ve sürdürülmesinde en çok katkıyı kimler ve hangi kurumlar sağlamaktadır?
5. BÖLÜM: MEMNUNİYET VE BEKLENTİLER
25. Eskişehir’deki mevcut şehir turizm faaliyetlerinden memnun musunuz?
26. Sizce Eskişehir’in şehir turizmi açısından geliştirilmesi için neler yapılabilir?

EK-4: YEREL YÖNETİM GÖRÜŞME FORMU

YEREL YÖNETİM GÖRÜŞME FORMU

AÇIKLAMA

Değerli katılımcı,

Bu çalışma, Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Coğrafya Anabilim Dalı, Bu çalışma, Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Coğrafya Anabilim Dalı, Doktora Programı çerçevesinde yürütülen “Eskişehir’de Şehir Turizminin Ekonomik ve Sosyokültürel Etkilerine Yönelik Bir Araştırma” başlıklı doktora tez çalışmasına veri toplamak amacıyla yapılmaktadır. Veriler yalnızca bilimsel araştırmalarda kullanılacaktır. Ankete katılım tamamen isteğe bağlıdır. Araştırmanın amacına ulaşması için sorulara içtenlikle cevap veriniz. Katkılarınızdan dolayı şimdiden teşekkür ederim.

Doktora Öğrencisi Raziye COŞKUN

Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi

Tarih:
Saat:
Yer:
1. BÖLÜM: ESKİŞEHİR'DE ŞEHİR TURİZMİNİN GELİŞİMİ VE MEVCUT DURUMU
1. Sizce Eskişehir’de şehir turizm faaliyetleri ne zaman gelişmeye başladı?
2. Sizce Eskişehir’de şehir turizminin gelişmesinde neler etkili olmuştur?
3. Sizce Eskişehir’i diğer şehir turizm destinasyonlarından ayıran özellikleri nelerdir?
4. Sizce ziyaretçilerin Eskişehir’e geliş amaçları genellikle nelerdir?
5. Sizce Eskişehir halkının şehir turizmine ve turiste bakış açısı nasıldır?
2. BÖLÜM: ŞEHİR TURİZMİNİN EKONOMİK VE SOSYOKÜLTÜREL ETKİLERİ
6. Sizce Eskişehir’de şehir turizminin yol açtığı ekonomik etkiler nelerdir?
7. Sizce Eskişehir’de şehir turizminin yol açtığı sosyal etkiler nelerdir?
8. Sizce Eskişehir’de şehir turizminin yol açtığı kültürel etkiler nelerdir?
3. BÖLÜM: ŞEHİR TURİZMİNİN YÖNETİMİ VE PLANLANMASI
9. Sizce Eskişehir’de şehir turizmi geliştirilirken özgün değerler korunuyor mu? Bu konuda nelere dikkat ediliyor?
10. Sizce turizm faaliyetlerinde karar alma sürecine bütün paydaşların görüşleri alınıyor mu? Paydaşların görüşleri alınıyorsa hangi yöntemlerle alınıyor?
11. Eskişehir’de turizm yatırımları yapmanızda karşılaştığınız sorunlar ve kolaylıklar nelerdir?
4. BÖLÜM: MEMNUNİYET VE BEKLENTİLER
12. Eskişehir’de şehir turizm faaliyetlerinin gelişmesinden memnun musunuz?
13. Eskişehir’de turizm sektörünün geliştirilmesi için yapılması planlanan yatırım, plan ve projeler nelerdir? (Mevcut yatak kapasitesi, konaklama tesisi, rekreasyon, eğlence)
14. Sizce Eskişehir’in şehir turizmi açısından geliştirilmesi için neler yapılabilir?

**EK-5: YEREL HALKA YÖNELİK ARAŞTIRMA HİPOTEZLERİNİN
DESTEKLENME DURUMU**

Hipotez	Hipotez İçeriği	Karar
H1:	Yerel halkın, ticari ve sektörel gelişim etkilerine yönelik algıları sosyodemografik özelliklerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.	
H1a	Cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.	Desteklenmedi
H1b	Medeni duruma göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.	Desteklenmedi
H1c	Yaşa göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.	Desteklenmedi
H1d	Eğitim düzeyine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.	Desteklenmedi
H1e	Mesleğe göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.	Desteklenmedi
H1f	Gelir düzeyine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.	Desteklenmedi
H1g	İkamet süresine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.	Desteklenmedi
H2:	Yerel halkın, istihdam ve kalkınma etkilerine yönelik algıları sosyodemografik özelliklerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.	
H2a	Cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.	Desteklenmedi
H2b	Medeni duruma göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.	Desteklenmedi
H2c	Yaşa göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.	Desteklendi
H2d	Eğitim düzeyine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.	Desteklendi
H2e	Mesleğe göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.	Desteklenmedi
H2f	Gelir düzeyine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.	Desteklendi
H2g	İkamet süresine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.	Desteklendi
H3:	Yerel halkın, turizmin olumsuz ekonomik etkilerine yönelik algıları sosyodemografik özelliklerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.	
H3a	Cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.	Desteklenmedi
H3b	Medeni duruma göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.	Desteklenmedi
H3c	Yaşa göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.	Desteklenmedi
H3d	Eğitim düzeyine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.	Desteklenmedi
H3e	Mesleğe göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.	Desteklendi
H3f	Gelir düzeyine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.	Desteklenmedi
H3g	İkamet süresine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.	Desteklendi

EK-5. Devamı

H4: Yerel halkın, turizmin olumlu sosyokültürel etkilerine yönelik algıları sosyodemografik özelliklerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.		
H4a	Cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.	Desteklenmedi
H4b	Medeni duruma göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.	Desteklenmedi
H4c	Yaşa göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.	Desteklendi
H4d	Eğitim düzeyine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.	Desteklendi
H4e	Mesleğe göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.	Desteklendi
H4f	Gelir düzeyine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.	Desteklendi
H4g	İkamet süresine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.	Desteklendi
H5: Yerel halkın, turizmin olumsuz sosyokültürel etkilerine yönelik algıları sosyodemografik özelliklerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.		
H5a	Cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.	Desteklendi
H5b	Medeni duruma göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.	Desteklendi
H5c	Yaşa göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.	Desteklendi
H5d	Eğitim düzeyine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.	Desteklendi
H5e	Mesleğe göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.	Desteklendi
H5f	Gelir düzeyine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.	Desteklenmedi
H5g	İkamet süresine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.	Desteklenmedi
H6: Yerel halkın, turizmin kültürel miras üzerindeki olumlu etkilerine yönelik algıları sosyodemografik özelliklerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.		
H6a	Cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.	Desteklendi
H6b	Medeni duruma göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.	Desteklenmedi
H6c	Yaşa göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.	Desteklenmedi
H6d	Eğitim düzeyine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.	Desteklenmedi
H6e	Mesleğe göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.	Desteklenmedi
H6f	Gelir düzeyine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.	Desteklenmedi
H6g	İkamet süresine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.	Desteklendi

**EK-6: ZİYARETÇİLERE YÖNELİK ARAŞTIRMA HİPOTEZLERİNİN
DESTEKLENME DURUMU**

Hipotez	Hipotez İçeriği	Karar
H7:	Ziyaretçilerin ulaşım aracı tercihleri ile sosyodemografik özellikleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.	
H7a	Cinsiyete göre anlamlı bir ilişki vardır.	Desteklendi
H7b	Medeni duruma göre anlamlı bir ilişki vardır.	Desteklendi
H7c	Yaşa göre anlamlı bir ilişki vardır.	Desteklenmedi
H7d	Eğitim düzeyine göre anlamlı bir ilişki vardır.	Desteklenmedi
H7e	Mesleğe göre anlamlı bir ilişki vardır.	Desteklendi
H7f	Gelir düzeyine göre anlamlı bir ilişki vardır.	Desteklendi
H8:	Ziyaretçilerin konaklama yapma durumları ile sosyodemografik özellikleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.	
H8a	Cinsiyete göre anlamlı bir ilişki vardır.	Desteklenmedi
H8b	Medeni duruma göre anlamlı bir ilişki vardır.	Desteklenmedi
H8c	Yaşa göre anlamlı bir ilişki vardır.	Desteklendi
H8d	Eğitim düzeyine göre anlamlı bir ilişki vardır.	Desteklenmedi
H8e	Mesleğe göre anlamlı bir ilişki vardır.	Desteklendi
H8f	Gelir düzeyine göre anlamlı bir ilişki vardır.	Desteklendi
H9:	Ziyaretçilerin konaklama türü tercihleri ile sosyodemografik özellikleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.	
H9a	Cinsiyete göre anlamlı bir ilişki vardır.	Desteklenmedi
H9b	Medeni duruma göre anlamlı bir ilişki vardır.	Desteklendi
H9c	Yaşa göre anlamlı bir ilişki vardır.	Desteklendi
H9d	Eğitim düzeyine göre anlamlı bir ilişki vardır.	Desteklendi
H9e	Mesleğe göre anlamlı bir ilişki vardır.	Desteklendi
H9f	Gelir düzeyine göre anlamlı bir ilişki vardır.	Desteklenmedi
H10:	Ziyaretçilerin Eskişehir’i ziyaret etme amaçları ile sosyodemografik özellikleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.	
H10a	Cinsiyete göre anlamlı bir ilişki vardır.	Kısmen desteklendi
H10b	Medeni duruma göre anlamlı bir ilişki vardır.	Kısmen desteklendi
H10c	Yaşa göre anlamlı bir ilişki vardır.	Kısmen desteklendi

EK-6. Devamı

H10d	Eğitim düzeyine göre anlamlı bir ilişki vardır.	Kısmen desteklendi
H10e	Mesleğe göre anlamlı bir ilişki vardır.	Kısmen desteklendi
H10f	Gelir düzeyine göre anlamlı bir ilişki vardır.	Kısmen desteklendi
H11: Ziyaretçilerin ziyaret ettikleri yerler ile sosyodemografik özellikleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.		
H11a	Cinsiyete göre anlamlı bir ilişki vardır.	Kısmen desteklendi
H11b	Medeni duruma göre anlamlı bir ilişki vardır.	Kısmen desteklendi
H11c	Yaşa göre anlamlı bir ilişki vardır.	Kısmen desteklendi
H11d	Eğitim düzeyine göre anlamlı bir ilişki vardır.	Kısmen desteklendi
H11e	Mesleğe göre anlamlı bir ilişki vardır.	Kısmen desteklendi
H11f	Gelir düzeyine göre anlamlı bir ilişki vardır.	Kısmen desteklendi

EK-7: ESKİŞEHİR ŞEHİR TURİZMİ ROTA ÖNERİSİ

