



Deniz Yüncü, Yeliz Mert Kantar, Semra Günay Aktaş, Hakan Sezerel

Anadolu University, Eskişehir-Turkey

dkaragoz@anadolu.edu.tr; ymert@anadolu.edu.tr;

semragunay@anadolu.edu.tr; hakansezerel@anadolu.edu.tr

DOI	http://dx.doi.org/10.12739/NWSA.2017.12.4.3C0168	
ORCID ID	0000-0003-2868-8567	0000-0001-7101-8943
	0000-0001-6663-6827	0000-0003-1521-8638

TURIST ÇEKİCİLİKLERİ VE TURIST AKIŞI ARASINDAKİ İLİŞKİLERİN MEKÂNSAL BAĞIMLILIĞA DAYALI OLARAK İNCELENMESİ

ÖZ

Bu çalışmada, turist çekicilikleri ve turist akışı arasındaki ilişkiler mekansal bağımlılığa dayalı olarak incelenerek farklı bir yaklaşımla oluşturulmuştur. Çalışmada Bursa, Eskişehir ve Bilecik bölgesinde yer alan 39 ilçede turist çekicilikleri ve yerli/yabancı turistlerin geceleme sayılarına ilişkin ikincil veriler kullanılmıştır. Verilerin analizi için içerik analizi, haritalama analizi, Local ve Global Moran's I otokorelasyon istatistikleri, klasik regresyon ve mekansal hata modelleri kullanılmıştır. Turist çekicilikleri ve turist akışı arasındaki ilişkiler incelendiğinden yabancı turist akışının modellenmesinde mekansal hata modellerinin klasik regresyon modelinden daha iyi sonuçlar verdiği belirlenmiştir. Mekansal hata modeli bulgularına göre, yerli ve yabancı turist akışı ile kültürel çekicilikler arasında anlamlı ilişkiler tespit edilmiştir. Bunun yanı sıra yabancı turist akışı ve tarihi çekicilikler arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Çalışmada mekansal modellerin turizm araştırmalarında kullanımı ve çalışma bulgularının destinasyon yönetimi uygulamaları tartışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Turist Akışı, Turist Çekicilikleri, Mekansal Otokorelasyon, Mekansal Bağımlılık, Mekansal Hata Modeli

INVESTIGATION OF THE RELATIONSHIPS BETWEEN TOURIST ATTRACTIONS AND TOURIST FLOW BASED ON SPATIAL DEPENDENCY

ABSTRACT

This study constitutes a novel approach for examining the tourist attractions and tourist flows. Secondary data for 39 districts in total, which are visited by domestic and foreign tourists in the Bursa, Eskişehir and Bilecik (BEBKA) region in Turkey, have been used in this study. Within this context, tourism materials available as printed or online for these 39 districts have been used to identify the tourist overnight stay data and the attractions. Content analysis, mapping analysis, global and local Moran's I autocorrelation measures, classical regression and spatial error models have been used in the research. When we examined the relationships between tourist attractions and tourist flows, our analyses showed that the spatial error model offered us the best results than classical regression for modelling the flows of foreign tourists. A significant relationship has been determined between the flows of domestic and foreign tourists and cultural attractions, as a result of spatial error analysis. Furthermore, a significant relationship has also been identified between the foreign tourist flow and historical attractions. The study contributes in the development of the spatial error model for examining the relationships between attractions and tourist flows. Also, this study provides deeper insight into the relationships between tourist flow and tourist attractions. The destination management implications derived from the study are also discussed.

Keywords: Tourist Flow, Tourist Attractions, Spatial Autocorrelation, Spatial Dependency, Spatial Error Model

1. GİRİŞ (INTRODUCTION)

How to Cite:

Yüncü, D., Mert Kantar, Y., Günay Aktaş, S. ve Sezerel, H., (2017). Turist Çekicilikleri ve Turist Akışı Arasındaki İlişkilerin Mekânsal Bağımlılığa Dayalı Olarak İncelenmesi, **Social Sciences (NWSASOS)**, 12(4):232-247, DOI:10.12739/NWSA.2017.12.4.3C0168.



Turist çekicilikleri, turizm gelişiminin çekirdek unsurlarıdır ve dolayısıyla yerel turizm gelişiminin desteklenmesinde de önemlidir. Bir destinasyon içerisinde turistik çekicilikler ziyaretçilerin temel seyahat motivasyonlarını tatmin etmek amacıyla (Salazar vd., 2001) gerekli rekreasyon ve eğlence fırsatları sağlamaktadır. Dolayısıyla çekicilikler turizm aktiviteleri için önemli bir odak sağlamakta ve turistlerin seyahat kararlarını etkilemektedir. Bu kritik önemi nedeniyle 1970'li yıllardan itibaren turizm çekiciliklerinin tanımlanması, sınıflandırılması, belirli destinasyonlarda turist çekiciliklerinin potansiyellerinin değerlendirilmesi, yerlilerin (locals) ve turistlerin çekicilikleri algılamaları, turist akışı ve çekiciliklerin mekansal dağılımı konularında betimleyici çalışmalar yapıldığı görülmüştür. Ancak turist çekiciliklerinin destinasyonlar için bu önemine rağmen (Jansen-Verbeke, 1985), turizm çekicilikleri ve turist akışı arasındaki ilişkiyi açıklamaya yönelik çalışmaların oldukça sınırlı kaldığı görülmektedir. Destinasyonlara yönelik turist akışında temel motivasyon kaynaklarından biri olarak gösterilen çekiciliklerin (Salazar vd., 2001) teorik olarak varsayıldığı gibi turist akışı üzerinde nasıl bir etkisinin olduğunun araştırması hem destinasyon planlama aşamasında hem de tutundurma çalışmalarında destinasyon pazarlamacıları için önemli bir bilgi olacağı düşünülmektedir. Bu nedenle bu çalışmanın amacı, Türkiye'deki üç il ve bu üç ile ait 39 ilçeden oluşan bir bölgeye yönelik yerli ve yabancı turist akışı ile turist çekicilikleri (kültürel, tarihi ve doğal çekicilikler) arasındaki ilişkinin incelenmesidir. Bunun için turist akışının ve turist çekiciliklerinin mekansal dağılımı, mekansal bağımlılığı ve etkileşimin bulunup bulunmadığı araştırılmıştır. Çünkü bilindiği üzere coğrafi değişkenler genellikle ilişkilidir ve bu nedenle klasik lineer regresyon çerçevesinde bağımsızlık varsayımı ihlal edilmektedir. Bu nedenle bu çalışmada turist çekicilikleri (kültürel, tarihi ve doğal çekicilikler) ve yerli/yabancı turist akışı arasındaki ilişkinin incelenmesinde klasik regresyon modellerin yanı sıra mekansal hata modelleri kullanılmıştır.

2. ÇALIŞMANIN ÖNEMİ (RESEARCH SIGNIFICANCE)

Turizm destinasyonlarının mekana bağımlı doğaları gereği, turist akışı ile turizm çekicilikleri arasındaki ilişkilerin incelenmesinde mekansal analizlerin kullanılması kaçınılmazdır. Bu önemine rağmen turizm literatüründe mekansal analizlerin sınırlı olduğu görülmektedir. Mekansal bağımlılık nedeniyle destinasyonlardaki ilişkilerin incelenmesinde mekansal hata modelleri gibi analizlerin daha açıklayıcı modeller sunması benetlenmektedir. Bu nedenle çalışmada görgül olarak mekansal bağımlılık dikkate alınarak turist çekicilikleri ile turist akışı arasındaki ilişki incelenmiştir.

3. LİTERATÜR İNCELEMESİ (LITERATURE REVIEW)

3.1. Turist Çekicilikleri (The Tourist Attractions)

Turist çekicilikleri, şehirler için turizm gelişiminin çekirdek unsurlarıdır ve dolayısıyla yerel turizm gelişiminin desteklenmesinde en önemli faktörler arasındadır. Çekicilikler turizm aktiviteleri için önemli bir odak sağlamakta ve turistlerin seyahat kararlarını etkilemektedir. Schmidt (1979) ve Lew'e göre (1987) bir bölge, mekân (space) ya da yer (place) sahip olduğu çekicilikleri ve nitelikleri var olduğu sürece bir turizm destinasyonu olarak tanımlanabilmekte ve turist çekebilmektedir. Destinasyondaki çekicilikler ürün demetinin bir bileşeni olarak ele alınmaktadır (Smith, 1994:584). Bu bağlamda bir destinasyonun nitelikleri/özellikleri ile çekicilikleri birbirinden ayrılamaz bir oluşum içerisinde. Turizm literatüründe çekiciliklere ilişkin farklı tanımlar ve sınıflandırmalar bulunmaktadır. Gunn (1988:46-47) çekicilikleri bir destinasyon için "çekici manyetizma" olarak tanımlamakta ve çekim gücünü bir



destinasyonun varolduğunun gerçek kanıtı olarak belirtmektedir. Burkart ve Medlik (1974:44) ise çekicilikleri, yerleşik olmayanlar üzerinde çekim etkisi gösteren turist çekicilikleri ya da etkinlik çekicilikleri olarak tanımlamaktadırlar.

Literatürde çekiciliklerin sınıflandırılmasına ilişkin en önemli çalışma Lew (1987) tarafından yapılmıştır. Lew (1987) çekirdek elementlerin sınıflandırılması için "organizasyonel (organizational)", "bilişsel (cognitive)" ve "kavramsal (ideographic)" perspektiften oluşan üç yaklaşım öne sürmüştür. Turist çekicilikleri tipolojisi ve araştırmaları için geniş kapsamlı çerçevenin temeli bu üç perspektife dayanmaktadır (Lew, 1987:555). Organizasyonel yaklaşım, çekicilikler arasındaki mekansal ve zamansal ilişkileri ile ilgili iken; bilişsel yaklaşım çekicilikler ile ilişkili deneyimsel özelliklere dayanmaktadır ve turizm talebinin bileşenlerine odaklanmaktadır. Sınıflandırmada yer alan kavramsal yaklaşıma dayalı çekicilik tipolojileri, bir destinasyonun soyut evrensel karakteristiklerinden çok, destinasyonun somut eşsizliklerini tanımlamaktadır. Kavramsal yaklaşım daha çok turizmin arz bileşenleri ile ilgilidir. Lew'in kavramsal çekiciliklerinin daha detaylı sınıflandırması, Ferrario (1976:111-114), Gearing, Swart ve Var (1974:93), Ritchie ve Zinns (1978:256-257) ve Shih (1986:8) tarafından yapılmıştır. Ritchie ve Zinns'in tipolojisi kavramsal yaklaşımın tipik bir örneğidir. Çekicilikler, bir destinasyonun başka bir destinasyon ile karşılaştırılmasına olanak sağlamaktadır (Lew, 1987:556). Ritchie ve Zihns (1978) kavramsal perspektiften turist çekiciliklerini doğal güzellik ve iklim; kültür ve sosyal karakteristikler; spor, rekreasyon ve eğitsel faaliyetler; alışveriş ve ticari faaliyetler; altyapı; fiyat düzeyi; turistlere yönelik tutumlar; ve ulaşılabilirlik olarak sınıflandırmaktadır (Ritchie ve Zinns, 1978:256-257). Bu çalışmada destinasyonlara yönelik turist akışında temel motivasyon kaynaklarından biri olarak gösterilen çekicilikler Lew'in kavramsal yaklaşımına dayalı olarak sınıflandırılmıştır. Bu kapsamda destinasyona özgü spesifik nitelikler destinasyon çekicilikleri olarak tanımlanmış ve sınıflandırılmıştır.

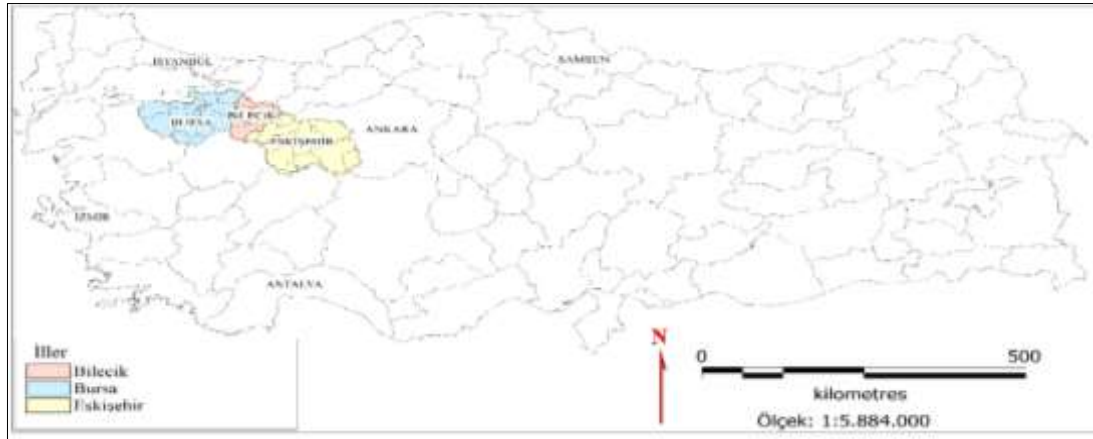
3.2. Turizm Çalışmalarında Mekansal Analizler (Spatial Analyses in Tourism Studies)

Turizm literatüründe mekansal analizlerin kullanıldığı çalışmalar incelendiğinde bunların genel olarak üç grup altında incelenmesi mümkündür. İlki, mekansal analizler aracılığı ile turist profilleri, turistlerin mekansal tutum ve davranışlarının incelendiği çalışmalardır. İkinci grup çalışmalar ise, belirli destinasyonlarda turistlerin ve turizm sektöründe yer alan konaklama işletmelerinin mekansal dağılımların mekansal tanımlayıcı istatistikler yardımıyla incelendiği çalışmalardır. Üçüncü grup ise mekansal ekonometrik modellerin kullanıldığı çalışmalardır. Özellikle son yıllarda turizm araştırmalarında mekansal ekonometri ile ilgili olarak ampirik çalışmalar giderek artış göstermiştir. Örneğin, Lin ve diğerleri (2001) mekansal regresyon modelleri ile Tayvan'daki turizm destinasyonlarındaki turist sayısı ise sosyo-ekonomik değişkenler arasındaki ilişkileri incelemişlerdir. Lin ve diğerleri (2003) Tayvan'da turizm gelişiminin faydalarının coğrafi bölgeler ve sosyo-ekonomik gruplar arasında eşit dağılıp dağılmadığını incelemek amacıyla mekansal regresyon modellerinden yararlanmışlardır. Yang ve Fik (2014) ise mekansal dağılım (spatial spillover) ve mekansal hetorejenliğin (heterogenetiy) bölgesel turizm büyümesindeki mekansal etkilerini incelemişlerdir. Araştırmacılar bölgesel turizm büyüme oranlarının mekansal modellerini açıklamak için mekansal heterojenliği içeren genel mekansal büyüme regreasyon modelini kullanmıştır (Yang ve Fik, 2014). Li ve diğerleri (2015) Hong Kong'ta otel lokasyonunu etkileyen çevresel faktörleri incelemişlerdir. Çalışmada, otelleri

haritalamak için coğrafi bilgi sistemlerinden yararlanılmışlar ve oteller çevresindeki çekicilikler, alan kullanımı ve ulaşım hizmetleri özelliklerinin mekansal ilişkilerini incelemek için lojistik regresyon modellerini kullanmışlardır. Broekel ve Alfken (2015) mekansal panel regresyon tekniklerini kullanarak Almanya'da belediyeler (municipalities) çevresindeki rüzgar tribünleri ve turizm talebi arasında negaif bir ilişki olduğunu belirlemişlerdir. Turizm literatüründe mekansal analizlere ek olarak, turistlerin kalış sürelerini açıklamak ve tahmin etmek için çeşitli mekansal regresyon türleri farklı araştırmalarda kullanılmıştır (Santos, 2016; Berkel ve diğerleri, 2015).

4. ÇALIŞMA ALANI (WORKING AREA)

Çalışma alanı olarak, Türkiye'nin batısında yer alan ve son yıllarda turizm faaliyetlerinin artış gösterdiği Bursa, Eskişehir ve Bilecik illeri seçilmiştir (Şekil 1). Bu birbirine komşu olan üç il, ülkenin kalkınma politikalarında tarım, sanayi, sağlık ve turizm gibi kamusal gelişim gerektiren tüm konular açısından benzer öncelikte geliştirilmesi planlanan bir bölgedir. Bu üç il aynı zamanda çekicilikler bakımından zengin bir değere sahip olsa da Türkiye ortalamasına göre yerli ve yabancı turist akışı ve turizm gelirleri bakımından alt sıralarda yer almaktadır. Çalışma kapsamındaki üç il ve kapsadıkları ilçelerde turizme yönelik alternatif politika ve planlar geliştirmektedir. Bu üç ilde aynı zamanda BEBKA (Bursa-Eskişehir-Bilecik Kalkınma Ajansı) adıyla bölgesel bir kalkınma ajansı aracılığı ile planlama ve kalkınma faaliyetleri yürütülmektedir.



Şekil 1. Çalışma alanının coğrafi konumu
(Figure 1. Geographical location of the study area)

Bursa Türkiye'nin en kalabalık dördüncü ilidir. Bursa toplam 17 ilçeye sahiptir ve Osmangazi, Yıldırım ve Nilüfer ilçeleri metropolitan areadır. Bursa, inceleme kapsamındaki üç il arasında sosyo-ekonomik açıdan en gelişmiş olan ildir. Aynı zamanda turistik çekicilikler bakımından da en fazla varlığa sahip olan ildir. Osmanlı İmparatorluğu'nun ilk başkenti olması nedeniyle günümüze kadar gelen pek çok tarihsel ve kültürel mirasa sahiptir. Ekonomik açıdan Türkiye'nin en gelişmiş illerinden biridir. Bursa, sanayi istatistiklerine göre Türkiye'nin en büyük sanayi illerinden biri ve otomotiv üretim merkezidir (TÜİK, 2014). Sanayinin varlığı nedeniyle Bursa genel olarak iş amaçlı seyahatlerin merkezi ve iş amaçlı turizm destinasyonu olarak da tanımlanabilmektedir. 2014 yılı turizm verilerine göre Bursa'ya gelen yabancı turist sayısı 464.308; yerli turist sayısı ise 746.070 kişi olarak tanımlanmıştır. Bursa için yerli ve yabancı turistler için konaklama süresi ortalaması 1.7 gün olarak ifade edilmektedir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2015). Ayrıca,



Bursa'nın diğer illere kıyasla gelişmiş bir altyapıya ve özellikle konaklama yatırımlarına sahip oluşu, turizm açısından görece bir rekabet avantajı sunmaktadır.

Eskişehir, Türkiye'de İç Anadolu Bölgesi'nde yer almaktadır. Şehirde toplam 14 ilçe bulunmaktadır. İl sınırları içerisinde yer alan Odunpazarı ve Tepebaşı ilçeleri metropolitan arealardır. Eskişehir ili ise, özellikle ekonomik gelişim, genç nüfus, kültür sanat alanında yapılan yatırımlar ve şehir merkezindeki somut olmayan kültür mirasının yoğunluğu açısından diğer illerden ayrılmaktadır. Eskişehir şehir merkezi, yerel yönetim tarafından bir Avrupa şehri olarak konumlandırılmış ve son yıllarda Anadolu'nun en popüler şehirlerinden biri haline gelmiştir. Eskişehir, tarihi ve kültürel dokusu, ekonomisi, eğlence ve gece hayatı, altyapısı (yollar, iletişim, ulaşım, vb.), alışveriş merkezleri, rekreasyonel etkinlikler, konut, güvenirlik, spor tesisleri, parklar, hizmetler, trafik, tıbbi tesisler, restoranlar ve yeşil alanlar, küçük bir kasabada büyük şehir konforu sunma özelliğine sahiptir (Tokay Argan, 2016). Özellikle sanatsal ve kültürel faaliyetlerin yoğunluğu açısından yerli turistler için bir çekim merkezi haline gelmiştir. Üsküdar ve diğerleri (2014) tarafından yerli turistler üzerine yapılan bir çalışmada araştırmacılar Eskişehir'i öğrenci ve kültür şehri olarak tanımlamışlardır. Ayrıca Eskişehir 2013 yılında UNESCO tarafından somut olmayan kültürel miras başkenti seçilmiştir. Bu nedenlerle Eskişehir'i kültür turizmi destinasyonu olarak tanımlamak mümkündür. 2014 yılı turizm verilerine göre Eskişehir'e gelen yabancı turist sayısı 41.373 kişi, yerli turist sayısı ise 282.029 kişidir. Eskişehir için yerli ve yabancı turistler için konaklama süresi ortalaması 1.6 gün olarak ifade edilmektedir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2015)

Bilecik ili, Bursa ve Eskişehir illeri arasında yer almaktadır ve toplam sekiz ilçeye sahiptir. Bilecik merkez ve Bozüyük, nüfusun en yoğun olduğu ilçelerdir. Bilecik, diğer iki ile göre hem nüfus sayısı, sosyo-ekonomik gelişim ve turist çekicilikleri hem de turist akışı açısından en alt sıradaki ildir. Gelişmekte olan sosyal ve ekonomik yapısının yanı sıra Bilecik, aynı zamanda zengin bir kültürel geçmişe sahiptir. Bilecik ili yerel yönetim tarafından bir kırsal turizm destinasyonu olarak projelendirilmektedir. Örneğin Bilecik'in çömlek yapıyla ünlü Pazaryeri ilçesine bağlı Kınık Köyü, Bilecik Belediyeler Birliği'nin organizasyonu ve Bursa Eskişehir Bilecik Kalkınma Ajansı'nın BEBKA) mali desteğiyle, kırsal turizm köyü projesi kapsamında turizme kazandırılmıştır. Bilecik'i ziyaret eden yabancı turist sayısı 8.643 kişi, yerli turist sayısı ise 57.617 kişidir. Bilecik için yerli ve yabancı turistlerin konaklama süresi ortalaması 2.0 gün olarak ifade edilmektedir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2015).

Çalışmada özellikleri birbirinden farklı üç destinasyon türü seçilmiştir. Formica ve Uysal (2006) turizm uzmanlarının gerçek ya da potansiyel turistlerden daha fazla bilgili olmasına karşılık, bölgeler arasındaki farklılıkları ve benzerlikleri ifade etme ve ayrıştırmada zorluklar çekebildiklerini ifade etmişlerdir. Bu nedenle Brayley (1990) uzmanlar tarafından bir destinasyonda çekiciliklerin tanımlanmasında ortaya çıkacak problemleri ortadan kaldırmak için actual regions yerine farklı destinasyon türlerinin kullanılmasını önermektedir. Bu nedenle çalışmada iş amaçlı turizm destinasyonu olarak Bursa, kültür turizmi destinasyonu olarak Eskişehir ve kırsal turizm destinasyonu olarak Bilecik seçilmiştir.

5. YÖNTEM (METHOD)

5.1. Araştırma Süreci (Research Process)

Bu çalışmada araştırma kapsamındaki il ve ilçelerde yer alan çekicilikler ile turist akışı arasında ilişkinin varlığını araştırmak için beş adımdan oluşan bir süreç izlenmiştir. Çalışmanın birinci aşamasında turist akışını temsil eden yerli ve yabancı geceleme



sayıları için ikincil veriler toplanmıştır. İkinci aşamada, çalışma alanındaki çekiciliklerin tanımlanabilmesi için çeşitli kaynaklardan ikincil veriler toplanmıştır. Bu kapsamda Lew'in (1986) çalışması temel alınmıştır. Lew (1986) inceleme kapsamındaki alanda turist çekiciliklerini tanımlamak için rehber kitaplarda yer alan verilere yönelik bir içerik analizi gerçekleştirmiştir. Turizm kaynaklarının bölgesel analizine ilişkin çalışmalar bu yöntem yararlı olarak değerlendirilmektedir (Formica ve Uysal, 2006). Ayrıca çekiciliklerin tanımlanmasında destinasyonun somut eşsizliklerini tanımlayan Lew'in ideographic çekicilik sınıflandırılması temel alınmıştır. Bu nedenle bu araştırmada incelenen alan kapsamında çekiciliklerin belirlenebilmesi için öncelikle her üç il için hazırlanan basılı ve online kaynaklara başvurularak içerik analizi gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda her il ve ilçelere ait il kültür ve turizm müdürlükleri, valilikler ve belediyelerin web siteleri, turizm broşürleri, seyahat rehber kitaplar, üç il için hazırlanmış turizm raporları, tezler, projeler, araştırma makaleleri ve fotoğraflara başvurulmuştur. İçerik analizinde güvenilirliği sağlamak için Potter ve Levine-Donnerstein (1999:273) ve Krippendorff'un (2004:414) önerdiği gibi çekiciliklerin kodlanması sürecinde iki araştırmacı kodlayıcı olarak görev yapmış ve aynı materyalleri birbirinden bağımsız şekilde incelemiş ve karşılaştırmışlardır. Lew'in sınıflandırmasına dayalı olarak iki kodlayıcının incelemesi sonucunda örtüşen çekicilikler araştırmaya dahil edilmiştir.

Üçüncü aşamada, içerik analizi ile sınıflandırılmış olan turistik çekiciliklerin ve turist akışının mekansal dağılımını ortaya koyabilmek için mapping analiz yapılmıştır. Ardından, çalışma alanında yerli ve yabancı turist sayısı açısından mekansal ilişkinin olup olmadığını tespit edebilmek için mekansal otokorelasyon analizi yapılmıştır. Son aşamada ise, yerli ve yabancı turist akışının turist çekicilikleri ilişkisini incelemek amacıyla öncelikle klasik regresyon analizi gerçekleştirilmiştir. Ardından, mekansal bağımlılığı barındıran modellerden mekansal hata modeli ile lag modeli çalıştırılmıştır. Mekansallık hata teriminde gözlemlendiği için mekansal hata modelinin daha uygun olduğu belirlenmiştir. Bu nedenle çalışmaya turist akışı ve çekicilikler arasındaki ilişkinin incelenmesi amacıyla mekansal hata modeli ile devam edilmiştir.

5.2. Veri (Data)

Çalışmada turist çekiciliklerinin tanımlanması ve yerli/yabancı turist akışının belirlenebilmesi amacıyla ikincil veriler toplanmıştır. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Türkiye'deki il ve ilçeler düzeyinde yerli ve yabancı turistlerin konaklama/geceleme istatistiklerini üretmektedir. Bu çerçevede söz konusu kurumdan 2014 yılı Bursa, Eskişehir ve Bilecik il ve 39 ilçesine ait turist geceleme verileri elde edilmiştir. BEBKA bölgesindeki çekiciliklerin tanımlanmasında ise üç il ve il sınırları içerisinde yer alan 39 ilçe için valilikler, belediyeler, il kültür ve turizm müdürlükleri ile sivil toplum kuruluşları tarafından hazırlanan web siteleri, turizm rehber kitapları, broşürleri ve turizm alanında hazırlanmış raporlar, projeler ve tezlerden ikincil veriler toplanmıştır.

6. ANALİZ VE BULGULAR (ANALYSIS AND FINDINGS)

6.1. Çekiciliklerin Tanımlanmasına İlişkin Bulgular (Identification of attractions Related Findings)

Bursa, Eskişehir ve Bilecik bölgesinde yer alan çekiciliklerin tanımlanabilmesi amacıyla, bölgeye ait basılı ve online kaynaklara gerçekleştirilen içerik analizi sonuçlarına Tablo 1'de yer verilmiştir. Lew'in sınıflandırmasına benzer şekilde çalışma alanındaki bölgede de çekicilikler tarihi çekicilikler, doğal çekicilikler ve kültürel çekicilikler olarak üç ana grup altında



toplanmıştır. Tabloda görüldüğü gibi araştırma kapsamındaki üç il sahip oldukları çekicilikler bakımından farklılaşmaktadır. İçerik analizi bulgularına göre Bursa ili doğal ve tarihi çekicilikler bakımından diğer illere göre üst sırada yer almaktadır. Eskişehir ise kültürel çekicilikler bakımından önemli bir yer almaktadır.

Tablo 1. BEBKA bölgesinde belirlenen turist çekicilikleri
(Table 1. Tourist Attractions in BEBKA)

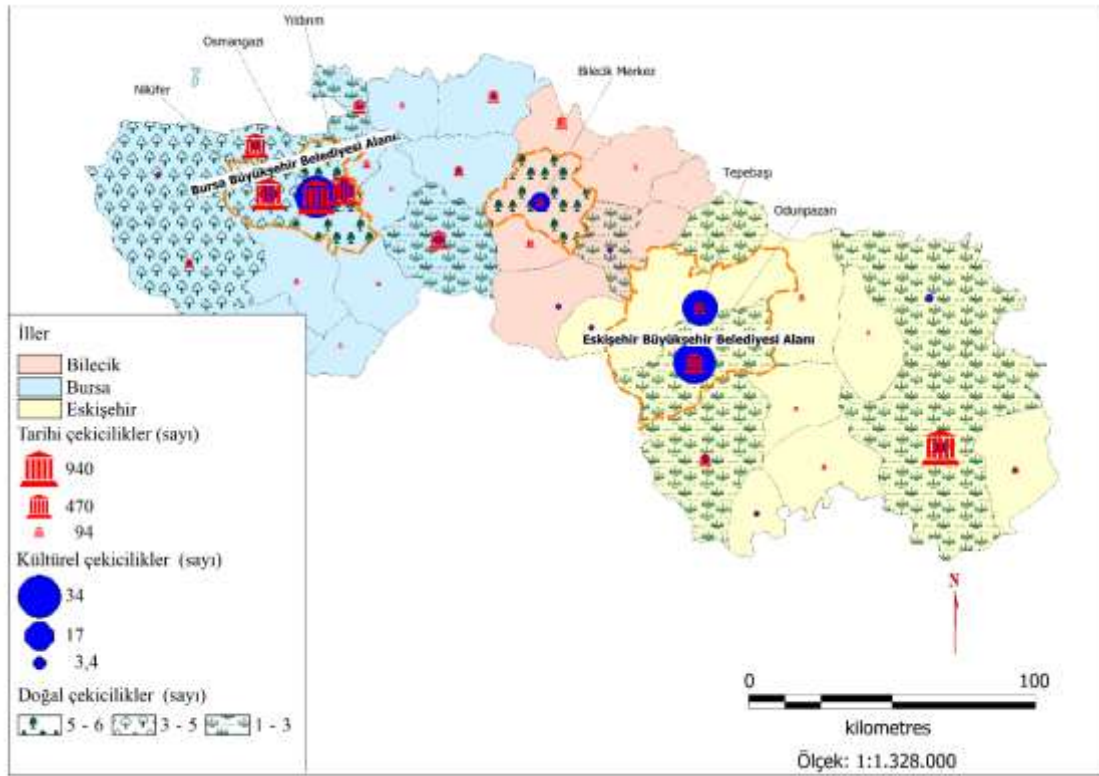
Çekicilikler		Eskişehir	Bilecik	Bursa
Tarihi Çekicilikler	Askeri Yapılar	9	-	3
	Anıtlar	260	134	645
	Şehir İçindeki Koruma Alanları	3	-	15
	Sivil Mimari	1080	194	2407
	Koruma Altındaki Arkeolojik Alanlar	451	48	144
	Doğal Çekicilikler	Koruma Altındaki Doğal Alanlar (Milli Parklar, Doğal Sit Alanları)	6	6
Kültürel Çekicilikler	Müzeler	16	2	16
	Sinemalar	3	2	7
	Tiyatrolar	7	-	4
	Kültür Merkezleri	28	2	14
	Opera	1	-	-
	Orkestralar	2	3	4
	Festivaller	12	3	9

6.2. Çekiciliklerin ve Turist Akışının Haritalandırılması (Mapping Attractions and Tourist Flow)

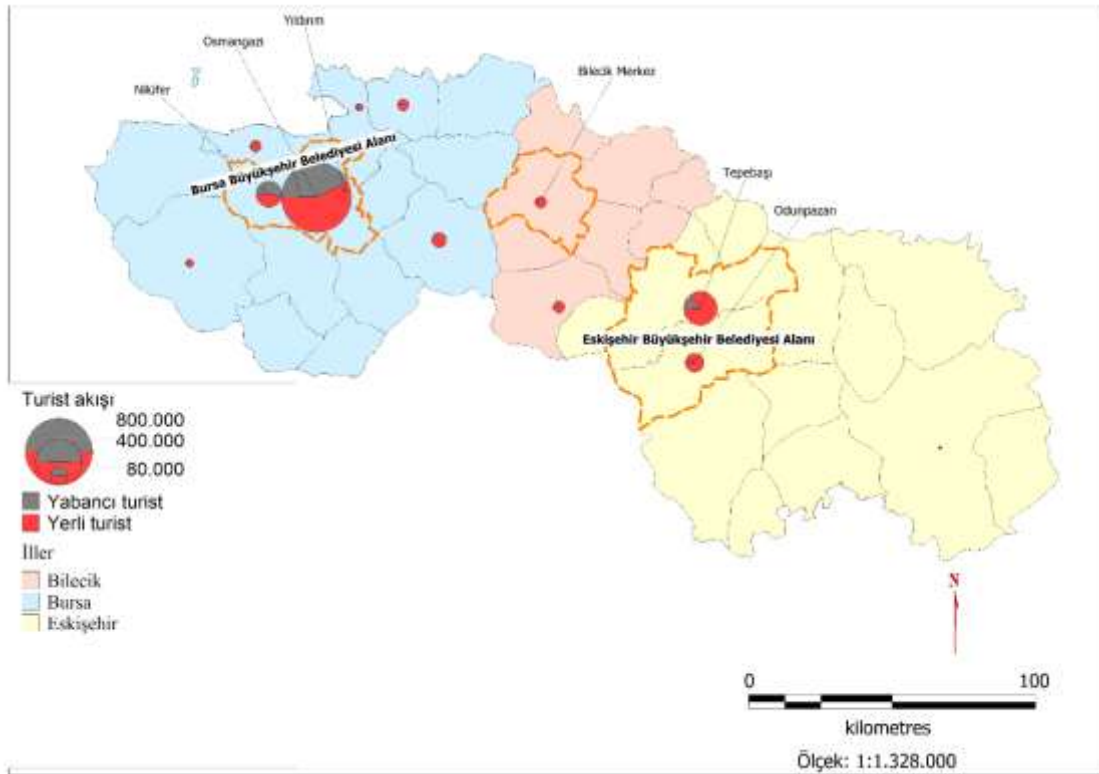
İçerik analizi ile sınıflandırılmış olan turist çekiciliklerinin ve turist akışının mekansal dağılımını ortaya koyabilmek için haritalama analizi yapılmıştır. MapInfo Profetional (12.5) yazılımı kullanılarak çalışma alanındaki sınıflanmış çekiciliklerin mekansal dağılımını gösteren tematik harita çizilmiştir (Şekil 2). Haritada her bir il ve ilçe renklendirme yöntemiyle ayırd edilmiştir. Çalışmada tarihi ve kültürel çekicilikler büyüyen semboller ile, doğal çekiciliklerin bulunduğu ilçeler ise yeşil renkli bitki desenleri ile görselleştirilmiştir.

Şekil 2 incelendiğinde büyükşehir belediyeleri tarafından yönetilen ve nüfusun yoğun olduğu ilçelerde (Bursa büyük şehir belediyesi (Osmangazi, Yıldırım ve Nilüfer ilçeleri) Eskişehir Büyük Şehir Belediyesi (Odunpazarı ve Tepebaşı ilçeleri) ve Bilecik-Merkezde kültürel çekiciliklerin yoğun olduğu dikkat çekmektedir. Kültürel çekiciliklerin doğası gereği nüfusun yoğun olduğu ve sosyoekonomik açıdan gelişmişlik düzeyinin yüksek olduğu yerlerde daha fazla olması beklenen bir dağılımdır (Aranburu, Plaza ve Esteban, 2016). Diğer taraftan belirtilen bu büyük şehirlerde aynı zamanda tarihi ve doğal çekicilikler de bulunmasına karşılık özellikle doğal çekiciliklerin kırsal alanlarda dağılım gösterdiği belirlenmiştir. Diğer 25 ilçelerde tarihi çekicilikler, yedi şehirde ise hem tarihi hem kültürel çekicilikler bulunmasına rağmen kültürel çekicilikler yok ya da çok azdır.

Şekil 3'te yerli ve yabancı turist akışının mekansal dağılımı görülmektedir. Bu dağılıma göre, hem yerli turistler hem de yabancı turistler açısından incelendiğinde her üç ilde de turistlerin Nilüfer, Osmangazi, Yıldırım, Tepebaşı ve Odunpazarı gibi metropolitan alanlarda yoğunlaştığı görülmektedir. Ancak üç il dikkate alındığında turist dağılımının her üç ilde de homojen bir dağılım sergilemediği belirlenmiştir.



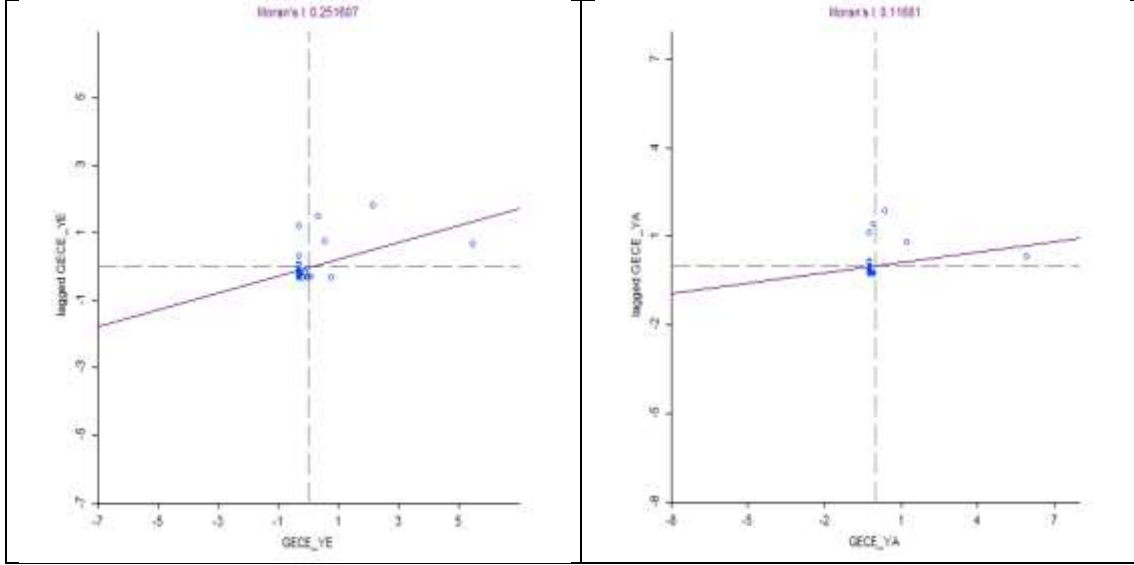
Şekil 2. Bursa-Bilecik-Eskişehir bölgesindeki turist çekiciliklerinin dağılımı
(Figure 2. The Distribution of tourist attractions in Bursa-Bilecik-Eskişehir region)



Şekil 3. Bursa-Bilecik-Eskişehir bölgesindeki turist akışının dağılımı
(Figure 3. The distribution of tourist flow in Bursa-Bilecik-Eskişehir region)

6.3. Mekansal Otokorelasyon Analizi (Spatial Autocorrelation Analysis)

Çalışma alanında yerli ve yabancı turist sayısı açısından mekansal bağımlılığın olup olmadığını tespit edebilmek için mekansal otokorelasyon analizi yapılmıştır. Çalışmada Local and Global Moran's I değeri GeoDa programında hesaplanmıştır. Yerli ve yabancı turist sayısı için hesaplanan Moran's I değerleri ve saçılım grafikleri Şekil 4'te verilmektedir. Analiz sonucunda yerli turist sayısına ilişkin Moran's I değeri 0.251607, yabancı turistlere ait Moran's I değeri ise 0.11681 olarak bulunmuştur. Elde edilen bu değerler, düşük bir düzeyde olsa da bir mekansal otokorelasyonun olduğunu işaret etmektedir.



Şekil 4. Yerli ve yabancı turistler için Moran's I değeri
(Figure 4. Moran's I value for local and foreign tourists)

6.4. Klasik Lineer Regresyon ve Mekansal Regresyon Modelleri (Classical linear regression and Spatial Regression Models)

Klasik lineer regresyon, coğrafi çalışmalarda yaygın olarak kullanılmasına rağmen, çoğunlukla mekandan kaynaklanan korelasyon yüzünden doğrusal regresyonun bağımsızlık varsayımı ihlal edilmektedir. Coğrafi verilerin analizinde mekansal heterojenlik, mekansal otokorelasyonun tespiti ve buna bağlı olarak analizi önemlidir. Bu çalışmadaki veriler coğrafi olarak verildiği için öncelikle "mekansal bağımlılık var mı?, bağımlılık hata teriminde mi yoksa bağımlı değişkende mi?" soruları araştırılmalıdır. Mekansal veri analizinde, mekansal ilişkilerin tespiti ve modellenmesi temel iki ayrı konudur. Mekansal ilişkilerin tespiti mekansal korelasyon ölçütleri ile yapılırken, modellenmesi ise mekansal ekonometrik modellerle yapılmalıdır (Anselin, 2010). Sunulan çalışmanın temel amacı, Bilecik, Bursa ve Eskişehir illerinin toplam 39 ilçesine gelen yerli ve yabancı turist sayıları ile söz konusu destinasyonların tarihi, doğal ve kültürel çekicikleri arasındaki ilişkiyi mekansal olarak incelemektedir. İlk olarak, klasik regresyon ve en küçük kareler yöntemi (EKK) uygulanarak değişkenlerin anlamlı olup olmadığına bakılmış ve tüm varsayımların test edilmesinde kullanılan EKK artık serisi elde edilmiştir. Jarque-Bera, Breusch-Pagan, Koenker-Bassett testi uygulanarak, sırası ile hataların normal dağılım göstermediği ve değişen varyans olduğu görülmüştür. Bu durum, klasik regresyon modelinin yabancı turist sayısının modellenmesi için uygun olmadığını ve mekansal regresyon modellerinin alternatif model olabileceğini göstermektedir.



Mekansal modelleri uygulamak için, ilçe, bölge, eyalet veya hatta ülkeler arasındaki potansiyel etkileşimi gösteren mekansal ağırlık matrisi bilinmelidir. Literatürde, komşuluk, mesafeye dayalı ve her ikisinin birleşimi olarak tanımlanan matrisler kullanılmaktadır. Bu çalışmada ise Queen komşuluk matrisi hem Moran I hemde mekansal regresyon modeline kullanılmaktadır. Tablo 2, yerli turist sayılarının, kültürel, doğal ve tarihi çekiciliklerle kurulan lineer regresyon sonuçlarını göstermektedir. Yerli turist sayıları ve kültürel çekicilikler pozitif ilişkilidir, kurulan model anlamlıdır ve model belirlilik katsayısı 0.67 dir. Bununla birlikte yerli turist sayılarını açıklamakta doğal ve tarihi çekicilikler yetersiz kalmıştır (Model 2, 3 ve 4). Sonuç olarak kültürel çekicilik nedeniyle yerli turistlerin ziyaretlerini gerçekleştirdiği söylenebilir.

Tablo 2. Yerli turistler için OLS ile klasik lineer regresyon modelleri

(Table 2. The classical linear models with OLS for domestic tourists)

Modeller	Katsayılar and p-değerleri				Kriterler		
	Eğim	Kültürel Çek.	Doğal Çek.	Tarihi Çek.	R ²	LOG	AIC
Model 1	-2358.616	7697.672 (0.00000)	-	-	0.670853	-472.977	949.953
Model 2	-6262.416	7145.079 (0.00000)	6042.398 (0.23719)	-	0.683554	-472.209	950.419
Model 3	-7073.879	6979.372 (0.0000)		46.93239 (0.18521)	0.686729	-472.013	950.025
Model 4	-4641.509		11256.1 (0.19108)	121.923 (0.03799)	0.317242	-487.205	980.409
Model 5	-8065.15	6852.599 (0.0000)	3478.417 (0.55914)	34.43083 (0.40644)	0.689812	-471.82	951.64

Not: En iyi model, en küçük Akaike Bilgi Ölçütü (AIC) ve en yüksek log olasılığını (LOG) ve R²'ye göre seçilmelidir.

Tablo 3. Yerli turistler için mekansal lineer regresyon modelleri
(Table 3. The spatial linear regression models for domestic tourists)

Model	Katsayılar and p-değerleri				Kriterler			
	Eğim	Kültürel Çek.	Doğal Çek.	Tarihi Çek.	Lamda	R ²	LOG	AIC
Model 1	-1612.97	7424.965 (.000)	-	-	0.165879 (0.44442)	0.676296	-472.77	949.546
Model 2	-5384.188	6834.951 (.4055)	5970.004 (.20405)	-	0.179181 (0.40546)	0.689464	-471.984	949.968
Model 3	-6372.55	6870.52 (.0000)	-	43.85472 (0.18630)	0.09544 (0.6704)	0.688262	-471.96	949.913
Model 4	777.478		11982.25 (.09939)	83.88715 (0.09825)	0.4515026 (0.00967)	0.405140	-485.53	977.053
Model 5	-7189.336	6689.456 (.0000)	3812.379 (.4897)	28.99232 (0.4528)	0.125689 (0.5699)	0.692403	-471.725	951.451

Tablo 3 ise mekansal regresyon sonuçlarını göstermektedir. Mekansal katsayı λ , Model 4 dışında tüm mekansal modellerde anlamsızdır. Model 4 ise tüm kriterlere göre iyi bir model değildir. Daha önceki sonuçlara paralel olarak yerli turist akışını sadece kültürel çekicilikler açıklamaktadır.

Tablo 4'te kültürel çekicilikler ile yabancı turist sayıları arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif bir ilişki görülmektedir. Doğal çekicilikler tüm modellerde anlamlı iken, R² ve AIC kriterleri doğal ve kültürel çekiciliklerin olduğu Model 1'i işaret etmektedir.



Tablo 4. Yabancı turistler için OLS ile klasik lineer regresyon modelleri

(Table 4. The classical linear models with OLS for foreign tourists)

Modeller	Katsayılar and p-değerleri				Kriterler		
	Eğim	Doğal Çek.	Tarihi Çek.	Kültürel Çek.	R ²	log	AIC
Model 1	-2712.524	4294.21 (0.00001)			0.4223	-470.207	944.414
Model 2	-9027.758	3400.274 (0.00049)	9774.875 (0.03606)		0.489566	-467.794	941.588
Model 3	-10049.73	3176.497 (0.00130)		73.02936 (0.02346)	0.5000	-467.388	940.776
Model 4	-10257.98		9281.713 (0.11043)	89.54912 (0.02399)	0.377473	-471.665	949.331
Model 5	-11737.18	2960.689 (0.00294)	5921.337 (0.25970)	51.74784 (0.15841)	0.518161	-466.67	941.34

Tablo 5. Yabancı turistler için MLE ile mekansal regresyon modelleri
(Table 5. The spatial linear regression models with MLE for foreign tourists)

Modeller	Katsayılar and p-değerleri				Kriterler			
	Eğim	Kültürel Çek.	Doğal Çek.	Tarihi Çek.	Lamda	R ²	LOG	AIC
Model 1	-3120.78	4477.991 (.00000)			-0.18763 (.43880)	0.433262	-469.97	943.957
Model 2	-9533.38	3619.656 (.00001)	9818.383 (.02361)		-0.19093 (.43099)	0.499191	-467.57	941.144
Model 3	-11661.9	3400.445 (.00002)		82.61631 (.00377)	-0.40634 (.09626)	0.538610	-466.48	938.971
Model 4	-10196.6		9297.333 (.08774)	88.95656 (.01486)	0.01009 (.96522)	0.37750	-471.66	949.329
Model 5	-13278.1	3223.521 (.00007)	5183.712 (.27959)	64.56763 (.04680)	-0.383346 (.11704)	0.550317	-465.91	939.825

Tablo 5'te yabancı turistler için mekansal hata modelinin bulguları verilmiştir. Bulgulara göre, kültürel çekicilikler tüm modellerde anlamlıdır. Mekansal hata modellerin arasından Model 3 en iyi uyumu göstermektedir.

7. SONUÇ VE ÖNERİLER (CONCLUSION AND RECOMMENDATIONS)

Bu araştırma, turizm destinasyonlarının kültürel, doğal ve tarihi çekiciliklerinin yerli ve yabancı turist akışı arasındaki ilişkilerin değerlendirilmesine katkı sağlamaktadır. Araştırmada çalışma alanı, Türkiye Ulusal Kalkınma Ajansı tarafından BEBKA olarak adlandırılan, Bursa, Eskişehir ve Bilecik illerinin sınırları içinde yer alan 39 ilçeyi kapsamaktadır. Söz konusu alanda yer alan üç il sosyo-ekonomik özellikler, çekiciliklerin yapısı ve turist profili bakımından birbirinden farklılık göstermektedir. Çalışmada içerik analizi sonucunda inceleme kapsamındaki illerin sahip olduğu çekicilikler kültürel çekicilikler, doğal çekicilikler ve tarihi çekicilikler olarak sınıflandırılmıştır. Tanımlanan çekiciliklerin haritalama analizi ile mekansal dağılımları incelendiğinde her üç ilde de kültürel çekiciliklerin büyükşehir belediyeleri tarafından yönetilen, nüfusun yoğun olduğu ve şehir merkezi olarak adlandırılabilen alanlarda yoğunlaştığı ancak şehir merkezi dışında kalan alanlara yayılım sağlayamadığı belirlenmiştir. Elde edilen bilgiler dikkate alındığında turistlerin her üç ilde de mekansal dağılımlarının homojen bir dağılım sergilemediği belirlenmiştir. Elde edilen bu bulgu literatürde de vurgulanmıştır. Aranburu ve diğerleri (2016) çalışmalarında kültürel çekiciliklerin doğası gereği nüfusun yoğun olduğu ve sosyoekonomik açıdan gelişmişlik düzeyinin yüksek olduğu yerlerde daha fazla dağılım gösterdiğini belirtmişlerdir.



BEBKA bölgesinde turist akışının mekânsal dağılımı incelendiğinde ise her üç ilde de yerli ve yabancı turistlerin şehir merkezlerinde yer alan nüfusun ve kültürel çekiciliklerin yoğun olduğu ilçelerde yoğunlaştığı belirlenmiştir. Turistler tarafından İsrail'de turist çekiciliklerinin tüketimini inceledikleri çalışmalarında Shoval ve Raveh (2014) ziyaret sayısı ve konaklama süresinin çekiciliklerin tüketiminde belirleyici bir rolü olduğunu belirtmişlerdir. Araştırmacılar konaklama süresi kısa olan turist gruplarının daha çok şehir merkezinde özellikle yürüyüş mesafesindeki çekicilikleri ziyarete ettiklerini; şehrin yeni bölümü olarak adlandırdıkları alanları ise konaklama süresi daha fazla olan ve şehri birden fazla kez ziyaret etmiş turistlerin ziyaret ettiklerini belirtmişlerdir. Benzer şekilde, araştırma kapsamında yer alan her üç ilde de yerli ve yabancı ziyaretçilerin ortalama konaklama sürelerinin (1.6-2.0 gün) oldukça düşük olması şehir merkezidenki turist yoğunlaşmasını açıklamaktadır. Ayrıca rekabet avantajı, tedarik kolaylığı gibi çeşitli nedenler ile turizm arzının da (konaklama, seyahat acentaları, kongre merkezleri, müzeler ve turizm ile ilişkili diğer hizmetler) şehir merkezlerinde coğrafi olarak kümelenmesi ve yoğunlaşması da bu sonucun ortaya çıkmasında bir diğer neden olarak düşünülebilir.

Çalışmada öncelikle yerli ve yabancı turist akışı için araştırılan bölgelerde global bir mekansal otokorelasyonun olup olmadığı araştırılmıştır. Elde edilen bulgularda orta düzeyde bir bağımlılığın olduğu görülmüştür. Araştırma kapsamındaki üç ilde ait 39 ilçeden oluşan bölgeye yönelik yerli ve yabancı turist akışı ile turist çekicilikleri kültürel, tarihi ve doğal çekicilikler) arasındaki ilişki klasik lineer regresyon ve mekansal hata modelleri ile incelenmiştir. Klasik regresyon analizi sonuçlarına göre yerli ve yabancı turist akışı ile kültürel çekicilikler arasındaki ilişki anlamlı bulunmuştur. Ancak düşük R^2 değeri, Jarque-Bera, Breusch-Pagan, Koenker-Bassett testi uygulanarak, sırası ile hataların normal dağılım göstermediği ve değişen varyans olduğu görülmüştür. Bu bulgular OLS modelinin yabancı turist akışının modellenmesi için iyi bir model olmadığını göstermektedir. Bu nedenle çalışmada yerli ve yabancı turist akışı ile turist çekicilikleri arasındaki ilişki mekansal hata modeli ile tekrar incelemiştir. Elde edilen bulgulara göre; inceleme kapsamındaki destinasyonlarda hem yerli hem de yabancı turist akışı ile kültürel çekicilikler arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu belirlenmiştir. Ayrıca yabancı turist akışı ile tarihsel çekicilikler arasında da anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Turizm destinasyonlarının mekana bağımlı doğaları gereği, turist akışı ile turizm çekicilikleri arasındaki ilişkilerin incelenmesinde mekansal analizler daha açıklayıcı modeller sunmaktadır. Turizm destinasyonları gibi mekana dayalı alanlarda mekansal analizlerin kullanımı daha açıklayıcı modeller sunmaktadır. Araştırma görgül olarak mekansal bağlamda turist çekicilikleri ile turist akışı arasındaki ilişkiyi saptamıştır. Bu konuda ilgili yazındaki araştırmaların sınırlılığını düşündüğünde, araştırmacının özgün bir katkısının olduğu söylenebilir. Araştırmacının bir diğer katkısı ise, yöntemsel olarak mekansal hata analizlerini işe koşmasıdır. Özellikle turizm alanında mekansal analizlerin kullanımının sınırlı olduğu dikkate alınır bu çalışma ile turizm literatüründe mekansal bağımlılığa dayalı olarak turist çekicilikleri ve turist akışına yönelik güncel bilginin geliştirilmesine yardımcı olacağı düşünülmektedir.

Araştırma kapsamında yer alan üç il ve ilçeleri de turist çekicilikleri bakımından zengin olmasına karşılık turist sayısı ve turist akışının dağılımı bakımından yetersiz görülmektedir. Şehir merkezinden uzak olan ilçelere turizm arzının ve man made olarak anılan kültürel çekiciliklerin genişletilmesi bu ilçelere olan turist akışının artırabileceği söylenebilir. Sonuç olarak, araştırma



bulguları söz konusu bölgede daha etkin planlama ve pazarlama programlarının geliştirilebilmesi ve tasarlanmasına imkan vermektedir.

Tüm çalışmalarda olduğu gibi bu çalışmanın da çeşitli sınırlıkları bulunmaktadır. Öncelikle çalışma bulguları sadece incelenen araştırma alanı ile sınırlıdır. Ayrıca her ne kadar araştırma alanı seçilirken ve turist çekiciliklerinin tanımlanmasında Brayley'in (1990) belirttiği gibi farklı destinasyon türleri tercih edilse de, turist çekiciliklerinin tanımlanması içerik analizi bulguları ile sınırlıdır. Gelecek çalışmalarda, turist çekicilikleri ve turist akışı arasındaki ilişki zaman ve mekân etkisi dikkate alınarak geliştirilebilir. Ayrıca bu çalışmada sunulan çekicilik modelleri farklı destinasyon türlerinde test edilebilir. Bu çalışma geliştirilerek Kapadokya olarak bilinen Peribacaları Turizm Bölgesi'nde tekrar çalışılacaktır.

NOT (NOTE)

Bu çalışma Anadolu Üniversitesi'nin Bilimsel Araştırma Projeleri tarafından desteklenen 1506E478 nolu proje kapsamında gerçekleştirilmiştir.

KAYNAKLAR (REFERENCES)

- Alhemoud, A.M. and Armstrong, E.G., (1996). Image of Tourism Attractions in Kuwait. *Journal of Travel Research*, 34(4), ss:73-76.
- Anselin, L., (1988). *Spatial Econometrics: Methods and Models*. Dordrecht: Kluwer Academic.
- Anselin, L., (2010). Thirty Years of Spatial Econometrics. *Papers in Regional Science*, 89(1), ss:3-25.
- Aranburu, I., Plaza, B., and Estaban, M., (2016). Sustainable Cultural Tourism in Urban Destinations: Does Space Matter?. *Sustainability*, 8(8), ss:699-706.
- Baloğlu, S. and Brinberg, D., (1997). Affective images of tourism destinations. *Journal of Travel Research*, 35(4), ss:11-15.
- BEBKA, (2016). Bursa Eskişehir Bilecik Development Agency Official Site. <http://www.bebka.org.tr/site-sayfa-16-bilecik.html?dUserLangAydi=2> Erişim tarihi: 05.04.2016.
- Brayley, R.E., (1990). *An Analysis of Destination Attractiveness and The Use of Psychographics and Demographics in Segmentation of The Within-State Tourism Market* (Yayınlanmamış doktora tezi). Texas A&M University, Texas, USA.
- Broekel, T. and Alfken, C., (2015). Gone with The Wind? The Impact of Wind Turbines on Tourism Demand. *Energy Policy*, 86, ss:506-519.
- Burkart, A.J. and Medlik, S., (1974). *Tourism: Past, Present and Future*. William Heinemann Ltd.
- Chadeaud, M., (1981). *Lourdes: Un p'elerinage*. Aix-en-Provence: une Ville Edisud.
- Chhetri, A., Arrowsmith, C., Chhetri, P., and Corcoran, J., (2013). Mapping Spatial Tourism and Hospitality Employment Clusters: An Application of Spatial Autocorrelation. *Tourism Analysis*, 18, ss:559-573.
- Cooper, C.P., (1981). Spatial and Temporal Patterns of Tourist Behavior. *Regional Studies*, 15, ss:359-371.
- Debbage, K.G., (1991). Spatial Behaviour in a Bahamian Resort. *Annals of Tourism Research*, 18, ss:251-268.
- Deller, S., (2010). Rural Poverty, Tourism and Spatial Heterogeneity. *Annals of Tourism Research*, 37(1), ss:180-205.



- Durak, S., Tupal Yeke, S., and Vural Arslan, T., (2016). Significance of Cultural Heritage Preservation in Sustainable Cultural Tourism: Muradiye Complex in Bursa, Turkey. *European Journal of Sustainable Development*, 5(4), ss:1-12.
- Edwards, E., Griffin, T., and Hayllar, B., (2008). Urban Tourism Research: Developing an Agenda. *Annals of Tourism Research*, 35(4), ss:1032-1052.
- Ferrario, F.F., (1979). The Evaluation of Tourist Resources: An Applied Methodology. *Journal of Travel Research*, 17(3), ss:18-22.
- Formica, S. and Uysal, M., (2006). Destination Attractiveness based on Supply and Demand Evaluations: An Analytical Framework. *Journal of Travel Research*, 44, ss:418-430.
- Gearing, C.E., Swart, W., and Var, T., (1974). Establishing a Measure of Touristic Attractiveness. *Journal of Travel Research*, 12, ss:1-8.
- Gunn, C.A., (1972). *Vacationscape: Designing Tourist Regions*. Washington: Taylor & Francis.
- Gunn, C.A., (1988). *Vacationscape: Designing tourist regions*. (İkinci baskı), New York: Van Nostrand.
- Günay Aktaş, S., Yüncü, D., and Kantar, Y.M., (2017). Spatial Distribution of Occupancy Rate in The Hospitality Sector in Turkey according to International and Domestic Tourist Arrivals. İçinde Ed.: Saufi A., Andilolo I., Othman N., and Lew, A. *Balancing Development and Sustainability in Tourism Destination* (ss:367-376). Singapore: Springer.
- Jansen-Verbeke, M., (1985). Inner City Leisure Resources. *Leisure Studies*, 4(2), ss:141-157.
- Krippendorff, K., (2004). Reliability in Content Analysis. Some Common Misconceptions and Recommendations. *Human Communication Research*, 30(3), ss:411-433.
- Kreisel, W.A., (2012). Some Thoughts on The Future Research on Leisure and Tourism Geography. *Current Issues in Tourism*, 15(4), ss:397-403.
- Leiper, N., (1990). Tourist Attraction Systems. *Annals of Tourism Research*, 17, ss:379-81.
- Lew, A.A., (1987). A Framework of Tourist Attraction Research. *Annals of Tourism Research*, 14(4), ss:553-575.
- Li, M., Fang, L., Huang, X., and Goh, C., (2015). A Spatial-Temporal Analysis of Hotels in Urban Tourism Destination. *International Journal of Hospitality Management*, 45, ss:34-43.
- Li, H.Y., Chen, J.L., Li, G., and Goh, C., (2016). Tourism and Regional Income Inequality: Evidence from China. *Annals of Tourism Research*, 58, ss:81-99.
- Lin, C.H., Morais, D.B., and Hou, J.S., (2003). Case Study of The Relationship between Socio-Economic Equality and Spatial Distribution of Tourist Sites in Taiwan: An Application of Geographic Information Systems (Rapor No. NE-317). Gen. Tech. Rep. NE-317. Newtown Square, PA: U.S. Department of Agriculture, Forest Service, Northeastern Research Station.
- Lu, S., Zhang, J., and Zhang, H., (2011). Spatial Differential Features of Inbound Tourists in Jiangsu, China. 19. Uluslararası Geoinformatics Konferansı (ss:1374-1377). Shanghai, China. <http://ieeexplore.ieee.org/document/5980861/> Erişim tarihi: 28.02.2016.
- Lundberg, D., (1985). *The Tourist Business*. New York: Van Nostrand Reinhold.



- Luo, J.M., Qiu, H., and Lam, C.F., (2016) Urbanization Impacts on Regional Tourism Development: A Case Study in China. *Current Issues in Tourism*, 19(3), ss:282-295.
- Ma, T., Hong, T., and Zhang, H., (2015). Tourism Spatial Spillover Effects and Urban Economic Growth. *Journal of Business Research*, 68(1), ss:74-80.
- MacCannell, D., (1976). *The Tourist: A New Theory of The Leisure Class*. New York: Schocken Books.
- Montanari, A. and Muscara, C., (1995). Evaluating Tourist Flows in Historic Cities: The Case of Venice. *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geographie*, 86, ss:80-87.
- Moran, P.A.P., (1950). Notes on Continuous Stochastic Phenomena. *Biometrika*, 37(1/2), ss:17-23.
- Naude, W. and Saayman, A., (2005). Determinants of Tourist Arrivals in Africa: A Panel Data Regression Analysis. *Tourism Economics*, 11, 3, ss:365-391.
- Paci, R. and Marrocu, E. (2014). Tourism and Regional Growth in Europe. *Papers in Regional Science*, 93(1), ss:25-50.
- Potter, W.J. and Levine-Donnerstein, D., (1999). Rethinking Validity and Reliability in Content Analysis. *Journal of Applied Communication Research*, 27(3), ss:258-284.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, (2015). Konaklama İstatistikleri. <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR,9857/isletme-belgeli-tesisler.html> Erişim tarihi: 24.06.2016.
- Ritchie, B.J.R. and Zins, M., (1978). Culture as a Determinant of The Attractiveness of a Tourist Region. *Annals of Tourism Research*, 5(2), ss:252-67.
- Salazar, J.P., Chang, S., and Girard, T.C., (2001). Visitor Sharing among Country Attractions and Hotels. *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, 8(1/2), ss:33-43.
- Santos, G.E.O., (2016). An Efficient Method for Modelling Tourists' Length of Stay. *Tourism Economics*, 22(6), ss:1367-1379.
- Schmidt, C., (1979). The Guided Tour. *Urban Life*, 7(4), ss:441-467.
- Shih, D., (1986). VALS as a Tool Of Tourism Market Research: The Pennsylvania Experience. *Journal of Travel Research*, 24(4), ss:2-11.
- Shi, B., Zhao, J., and Chen, P., (2016). Exploring Urban Tourism Crowding in Shanghai via Crowdsourcing Geospatial Data. *Current Issues in Tourism*, 20(11), ss:1186-1209.
- Shoal, N. and Raveh, A., (2004). Categorization of Tourist Attractions and The Modelling of Tourist Cities: Based on The Co-Plot Method of Multivariate Analysis. *Tourism Management*, 25(6), ss:741-750.
- Smith, S.L.J., (1994). The Tourism Product. *Annals of Tourism Research*, 21(3), ss:582-595.
- Tokay Argan, M., (2016). Eskişehir, Turkey as a Crossroads for Leisure, Travel and Entertainment. *Cities*, 56, ss:74-84.
- Türkiye İstatistik Kurumu (TUIK), (2014). Seçilmiş Göstergelerle Bursa-2013. Ankara: TUIK, Yayın No: 4210.
- Van Berkel, D.B., Munroe, D.K., and Gallemore, C., (2014). Spatial Analysis of Land Suitability, Hot-Tub Cabins and Forest Tourism in Appalachian Ohio. *Applied Geography*, 54, ss:139-148.
- Vural Arslan, T., (2015). Developing A Strategic Approach for Managing Sustainable Revitalisation in World Heritage Sites: Historical Bazaar and Khans District, Bursa-Turkey. *Archnet-*



IJAR: International Journal of Architectural Research, 9(1),
ss:289-304.

- Wu, C.L. and Carson, D., (2008). Spatial and Temporal Tourist Dispersal Analysis in Multiple Destination Travel. *Journal of Travel Research*, 46, ss:311-317.
- Xing-Zhu, Y. and Qun, W., (2014). Exploratory Space-Time Analysis of Inbound Tourism Flows to China Cities. *International Journal of Tourism Research*, 16(3), ss:303-312.
- Yang, C.H., Lin, H.L., and Han, C.C., (2010). Analysis of International Tourist Arrivals in China: The Role of World Heritage Sites. *Tourism Management*, 31(6), ss:827-837.
- Yang, Y. and Fik, T., (2014). Spatial Effects in Regional Tourism Growth. *Annals of Tourism Research*, 46, ss:144-162.
- Yang, Z., Lu, S., and Jin, X., (2011). Tourism Spatial Association Analysis Based on GIS Technology for the Cities in Anhui of China. 19th International Conference on Geoinformatics (ss. 208-212), Shanghai, China.
<http://ieeexplore.ieee.org/document/5980861>/Erişim tarihi: 28.02.2016.
- Yüncü D., Günay S., and Kantar Y.M., (2017). Spatial Relationship of Tourist Distribution in Turkey. İçinde Saufi A., Andilolo I., Othman N. ve Lew, A. (Ed.) *Balancing Development and Sustainability in Tourism Destinations* (ss:353-365). Singapore: Springer.
- Zhang, Y., Xu, J-H., and Zhuang, P., (2011). The Spatial Relationship of Tourist Distribution in Chinese Cities. *Tourism Geographies*, 13(1), ss:75-90.
- Alhemoud, A.M. and Armstrong, E.G., (1996). Image of tourism attractions in Kuwait. *Journal of Travel Research*, 34(4), ss:73-76.
- Anselin, L., (1988). *Spatial Econometrics: Methods and Models*. Dordrecht: Kluwer Academic.