



**T.C.
GAZİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**YÜKSEK
LİSANS
TEZİ**

**YEREL HALKIN BAKIŞ AÇISIYLA CİLO DAĞI'NIN
KIŞ TURİZM POTANSİYELİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ**

İSMAİL BOZKURT

TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI

TEMMUZ 2019



**YEREL HALKIN BAKIŞ AÇISIYLA CİLO DAĞI'NIN KIŞ TURİZM
POTANSİYELİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ**

İsmail BOZKURT

**YÜKSEK LİSANS TEZİ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI**

**GAZİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

TEMMUZ 2019

İsmail BOZKURT tarafından hazırlanan "Yerel Halkın Bakış Açısıyla Cilo Dağı'nın Kış Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi" adlı tez çalışması aşağıdaki jüri tarafından OY BİRLİĞİ/ ~~OX~~ ~~ÇOKLUĞU~~ ile Gazi Üniversitesi Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalında YÜKSEK LİSANS TEZİ olarak kabul edilmiştir.

Başkan ve Danışman : Prof. Dr. Kurban ÜNLÜÖNEN

Turizm İşletmeciliği, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi

Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Yüksek Lisans Tezi olduğunu ~~onaylamıyorum/onaylıyorum.~~ 

Üye: Doç. Dr. Evren GÜÇER

Rekreasyon Yönetimi, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi

Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Yüksek Lisans Tezi olduğunu ~~onaylamıyorum/onaylıyorum.~~ 

Üye: Doç. Dr. Cüneyt TOKMAK

Turizm İşletmeciliği, Eskişehir Osman Gazi Üniversitesi

Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Yüksek Lisans Tezi olduğunu ~~onaylamıyorum/onaylıyorum.~~ 

Tez Savunma Tarihi: 26/07/2019

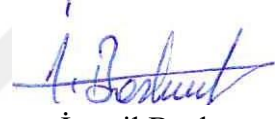
Jüri tarafından kabul edilen bu tezin Yüksek Lisans Tezi olması için gerekli şartları yerine getirdiğini onaylıyorum.


.....
Prof. Dr. Figen ZAI F

Enstitü Müdürü

ETİK BEYAN

Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Yazım Kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada; tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi, tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu, tez çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi, kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı, bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu, bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.


İsmail Bozkurt
26/07/2019

**Yerel Halkın Bakış Açısıyla Cilo Dağı'nın Kış Turizm Potansiyelinin
Değerlendirilmesi
Yüksek Lisans Tezi**

İsmail BOZKURT

**GAZİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
Temmuz 2019**

ÖZET

Araştırmanın amacı, Türkiye'nin ikinci büyük dağı olmasına rağmen kış turizminden yeteri faydayı sağlayamayan Cilo Dağı'nda kış turizmini gerçekleştirememesi sebeplerinin yerel halkın bakış açısıyla incelenmesidir. Bununla birlikte bölgenin kış turizmine açılabilmesi için gereksinimlerin neler olduğu, bölgede kış turizm faaliyetleri gerçekleşirse bölgeye sağlayabileceği olumlu ve olumsuz etkiler de araştırılmıştır. Araştırma Cilo Dağının hinterlandını oluşturan Hakkâri ve Van illerinde yaşayan yerli halka 01/10/2018 - 30/11/2018 tarihleri arasında anket uygulayarak gerekli veriler elde edilmiştir. Araştırma kapsamında katılımcılar, Türkiye İstatistik Kurumunun 2017 yılı adrese dayalı nüfus kayıt sistemi sonuçları temel alınarak belirlenmiştir. Araştırmada zaman ve maliyet sınırlılıkları nedeniyle örnekleme yoluna gidilmiştir. Kolayda örnekleme yoluyla 600 kişiye anket uygulanmış, uç değerler ve eksik veriler değerlendirmeye alınmamıştır. Toplamda 486 anket değerlendirmeye alınmıştır. Elde edilen veriler istatistik paket programıyla analiz edilmiştir. Cilo Dağı'nda kış turizmi gerçekleşmemesinin en büyük nedeninin tanıtım eksikliği olduğu ortaya çıkmıştır. Nitekim katılımcılar, yapılan görüşmelerde de en büyük sıkıntının yanlış algıdan kaynaklandığı, bölgenin sadece olumsuz olaylarla anılmasının bölge imajını yıpratmış olduğunu belirtmişlerdir. İkinci sıradaki neden ise ulaşım sorunlarıdır. Bölgenin bulunduğu coğrafi alan da bu sorunun önemli bir nedenidir. 2015 yılında Yüksekova Selahattin Eyyubi Havaalanı'nın açılması bu sorunun aşılmasında önemli bir etken olabilir. Üçüncüsü güvenlik problemleridir. Bölgenin kötü imajının oluşmasındaki temel problem de budur. Dördüncü problem ise mekanik tesis ve eğlence olanaklarının yetersizliğidir. Beşinci ve en az etkili problem ise kalifiye personel eksikliği olarak ortaya çıkmıştır.

Bilim Kodu : 116905

Anahtar Kelimeler : Kış turizmi, Cilo Dağı, Yerel halk, Hakkâri, Turizm potansiyeli

Sayfa Adedi : 78

Tez Danışmanı : Prof. Dr. Kurban ÜNLÜÖNEN

**Evaluation of Winter Tourism Potential of Cilo Mountain with Local People's
Perspective**

(M.S. Thesis)

İsmail BOZKURT

**GAZİ UNIVERSITY
GRADUATE SCHOOL OF SOCIAL SCIENCES**

July 2019

ABSTRACT

The purpose of the study, Turkey's second largest mountain, although not providing enough benefits from the causes inability to perform its winter tourism, winter tourism in the Mount Cilo is examined from the perspective of local people. However, the needs of the region to open to winter tourism, the winter tourism activities in the region can be provided to the region, the positive and negative effects can be investigated. The research conducted a survey between 01/10/2018 - 30/11/2018 to the local people living in Hakkari and Van provinces, which constitute the hinterland of Cilo mountain. Within the scope of the research, the participants were determined based on the results of the address-based population registry system of the Turkish Statistical Institute in 2017. In the research, sampling was made due to time and cost limitations. 600 people were interviewed by easy sampling, and extreme values and missing data were not taken into consideration. A total of 486 significant data were evaluated. The data were analyzed with statistical package program. The biggest reason for not having winter tourism on Cilo Mountain is the lack of publicity. As a matter of fact, the participants stated that the biggest distress in the interviews was caused by the wrong perception, and that the only negative events in the region was the destruction of the image of the region. The second reason is transportation problems. The geographical area where the region is located is also an important cause of this problem. The opening of Yüksekova Selahattin Eyyubi Airport in 2015 may be an important factor in overcoming this problem. The third problem is security problems. This is the main problem in creating the bad image of the region. The fourth problem is the lack of mechanical facilities and entertainment opportunities. The fifth and least effective problem emerged as a lack of qualified personnel.

Science Code : 116905
Key Words : Winter tourism, Cilo mountain, Local people, Hakkâri, tourism potential
Page Number : 78
Supervisor : Prof. Dr. Kurban ÜNLÜÖNEN

TEŞEKKÜR

Tezin hazırlanmasında yardımını esirgemeyen, konu sınırlandırmasında bulunmayan defalarca okuyup hatalarımı görmemi sağlayan, tezin her aşamasında sürekli sabır gösteren ve destek veren danışmanım **Prof. Dr. Kurban ÜNLÜÖNEN**'e teşekkürü borç bilirim.

Anketlerin analizinde ve sınıflandırılmasında çok büyük emeği olan **Arş. Gör. Dr. Yakup Kemal ÖZEKİCİ**'ye, anketler toplamada çok büyük emeği geçen arkadaşlarım **Atila TURGUT, Deniz EDİŞ, Gamze YAY ve Delan KUL**'a, anketleri tasnif etmemde de büyük emeği geçen **Erdinç BOZKURT**'a çok teşekkür ederim. Ayrıca burada belirtmediğim ancak tezin hazırlanmasında emeği geçen tüm kişi ve kurumlara da çok teşekkür ederim.

İÇİNDEKİLER

	Sayfa
ÖZET	iv
ABSTRACT.....	v
TEŞEKKÜR.....	vi
İÇİNDEKİLER	vii
ÇİZELGELERİN LİSTESİ	viii
RESİMLERİN LİSTESİ	x
1. GİRİŞ	1
2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE	5
2.1. Kış Turizmi	5
2.1.1. Kış Turizminin Ekonomik Yönleri.....	6
2.1.2. Kış Turizmi İçin Gerekli Koşullar.....	10
2.1.3. Kış Turizminde Tehlikeler.....	11
2.1.4. Kış Turisti	14
2.1.5. Türkiye’de Kış Turizmi	16
2.2. Cilo Dağı	21
2.2.1. Jeolojik ve İklimsel Yapısı	22
2.2.2. Cilo ve Çevresindeki Turizm İmkânları	23
3. YÖNTEM	27
3.1. Evren ve Örneklem.....	27
3.2. Faktör Analizi.....	28
3.3. Ölçeğe İlişkin Normal Dağılım ve Güvenilirlik Durumları	29
3.4. Araştırmanın Hipotezleri.....	29
3.5. Kullanılan İstatistiksel Yöntemler.....	30
4. BULGULAR.....	33
4.1. Katılımcıların Demografik Bilgileri.....	35
4.2. Bölgede Kış Turizmi Gerçekleşmemesinin Nedenleri.....	44
4.3. Bölgede Kış Turizm Potansiyelinin Gelişmesi için Yapılacaklar	49
4.4. Bölgede Kış Turizmi Gelişmesinin Olası Etkileri.....	52
4.5. Hipotezlere Testlerine İlişkin Sonuçlar	57
5. SONUÇ ve ÖNERİLER	61
KAYNAKLAR	65
EKLER.....	77
EK-1. Anket Formu.....	77
ÖZGEÇMİŞ	79

ÇİZELGELERİN LİSTESİ

Çizelge	Sayfa
Çizelge 1. 2016- 2017 Kış turizmi sezonunda Alplerdeki bazı ülkelerin konaklama harcamaları	8
Çizelge 2. 2016- 2017 Kış turizmi sezonunda Alplerdeki bazı ülkelerin doluluk oranları	12
Çizelge 3. Türkiye’de kış turizmine ilişkin veriler... ..	18
Çizelge 4. 1926 – 2016 yılları ortalama değerlerine göre Hakkâri’nin yağışlı gün sayısı, miktarı ve güneşlenme süresinin aylara göre durumu.....	25
Çizelge 5. Kış turizmini etkileyen faktörler ölçeğine ilişkin faktör analizi sonuçları	32
Çizelge 6. Kış turizmini etkileyen faktörler ölçeğine ilişkin döndürülmüş bileşenler ... matrisi çizelgesi.....	33
Çizelge 7. Kış turizmini etkileyen faktörler ölçeğinin alt boyutlarına ilişkin çarpıklık ve basıklık değerleri	34
Çizelge 8. Kış turizmini etkileyen faktörler ölçeğinin alt boyutlarına ilişkin güvenilirlik katsayıları	34
Çizelge 9. Araştırmaya katılanların demografik özelliklerine ilişkin dağılımlar	35
Çizelge 10. Katılımcıların cinsiyetlerine göre kış turizmini etkileyen faktörlerin karşılaştırılması	36
Çizelge 11. Katılımcıların medeni durumlarına göre kış turizmini etkileyen faktörlerin karşılaştırılması	37
Çizelge 12. Katılımcıların eğitim durumlarına göre kış turizmini etkileyen faktörlerin karşılaştırılması	38
Çizelge 13. Turizmin algılanan pozitif etkisi faktörü ile eğitim durumunun karşılaştırılması	39
Çizelge 14. Turizmin algılanan pozitif etkisi faktörü ile eğitim durumunun karşılaştırılması	40
Çizelge 15. Katılımcıların yaş durumlarına göre kış turizmini etkileyen faktörlerin karşılaştırılması	40
Çizelge 16. Turistik potansiyeli etkileyen iç faktörler ile yaş durumunun karşılaştırılması	41
Çizelge 17. Katılımcıların gelir durumlarına göre kış turizmini etkileyen faktörlerin	

karşılaştırılması	42
Çizelge 18. Turistik potansiyeli etkileyen iç faktörler ve turizmin algılanan pozitif etkisi faktörlerinin gelir durumuna göre karşılaştırılması.....	43
Çizelge 19. Araştırmaya katılanların bölgede kış turizminin gerçekleşmeme sebepleri ile ilgili ifadeler katılımlar düzeylerine ilişkin frekans, yüzde, ortalama ve standart sapma değerleri.....	44
Çizelge 20. Turistik potansiyeli etkileyen faktörler ile diğer faktörler arasındaki korelasyon analizi.....	45
Çizelge 21. Turistik potansiyeye etki eden iç faktörler ile turistik potansiyeye etki eden diğer faktörler arasındaki regresyon analizi	46
Çizelge 22. Turistik potansiyeye etki eden dış faktörleri ile turistik potansiyeye etki eden diğer faktörler arasındaki regresyon analizi	47
Çizelge 23. Araştırmaya katılanların bölgede kış turizminin gelişmesine etki edebilecek faktörlerle ilgili ifadeler katılımlar düzeylerine ilişkin frekans, yüzde, ortalama ve standart sapma değerleri	48
Çizelge 24. Turistik arz gereksinimlerine etki eden faktörler ile diğer faktörler arasındaki korelasyon analizi.....	49
Çizelge 25. Turistik arz gereksinimleri faktörüyle turistik potansiyeye etki eden diğer faktörler arasındaki regresyon analizi	50
Çizelge 26. Araştırmaya katılanların bölgede kış turizm potansiyelinin gelişmesi için yapılacaklar faktörlerle ilgili ifadeler katılımlar düzeylerine ilişkin frekans, yüzde, ortalama ve standart sapma değerleri.....	52
Çizelge 27. Turizmin algılanan etkisi faktörüyle diğer faktörler arasındaki korelasyon analizi	53
Çizelge 28. Turizmin algılanan negatif etkisi faktörüyle diğer faktörler arasındaki regresyon analizi.....	54
Çizelge 29. Turizmin algılanan pozitif etkisi faktörüyle diğer faktörler arasındaki regresyon analizi.....	55
Çizelge 30. Hipotez Sonuçları	56

RESİMLERİN LİSTESİ

Resim	Sayfa
Resim 1. Kayakçıların ziyaret ettikleri ülkeler	7
Resim 2. Kayakçıların bölgelere göre dağılımı	7
Resim 3. Kış turizmi merkezleri	17
Resim 4. Türkiye yıllık ortalama kar örtülü gün sayısı.....	20
Resim 5. Türkiye Topografyası	20
Resim 6. Cilo Dağının konumu.....	21
Resim 7. Cilo Dağının merkezlere uzaklığı	22
Resim 8. Cilo Dağındaki buzullar	24

1. GİRİŞ

20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren başlayan kitle turizm hareketlerinde ağırlığı yaz dönemlerinde gerçekleştirilen turizm faaliyetleri oluşturmaktadır. Ancak ülkeler turizm sezonunu uzatmak ve gelirlerini arttırmak için kış turizmine yatırım yapmaktadırlar. Türkiye bulunduğu coğrafi konum nedeniyle özellikle doğu Anadolu bölgesindeki dağlık alanlarda kış turizmi için uygun imkânlarla sahiptir. Türkiye'nin ikinci yüksek dağı olması nedeniyle kış turizmi için önemli bir fırsata sahip olmasına rağmen bölgede kış turizmi faaliyetleri gerçekleştirilememektedir.

Problem Durumu

Hakkâri ili iktisadi olarak yeterli gelire sahip değildir. TÜİK (2019), ve Hakkâri İl Turizm Müdürlüğü'nün (2019) verilerine göre, şehirleşme oranı, nüfus artış hızı, kişi başına gayri safi yurtiçi hâsıla, sanayi iş kolunda çalışanların toplam istihdama oranı bakımından da Hakkâri ili Türkiye ortalamalarının altında kalmaktadır. Hakkâri ilinde genelde ekonomi tarım ve hayvancılık ağırlıklı olup, istihdamın oldukça düşük olması ciddi bir problemdir. Bu bağlamda işsizliğin Hakkâri ili için önemli bir makroekonomik sorun olduğu ifade edilebilir. Kalkınma Bakanlığı'nın 2011 yılında yaptığı İllerin ve Bölgelerin Sosyo-ekonomik Gelişmişlik Sıralaması Araştırması'na göre Hakkâri ili 81 il arasından 80. sıradadır (Kalkınma Bakanlığı, 2013:56; 2011:76). Ayrıca Birleşmiş Milletler tarafından hesaplanan insani gelişme endeksi de kişilerin eğitim, sağlık ve gelir bileşenlerinden oluşmakta ve yaşam standartlarında ne derecede olduğunu ortaya koymaya çalışmaktadır. Hakkâri, Gülel vd., (2017:214) belirttiği gibi insani gelişmişlik endeksinde 81 il içerisinde 75. sıradadır. Turizm sektörü bölgelere gelir sağlayabilmekte, istihdam oluşturabilmektedir. Araştırmanın temel problemi, yerel halkın bakışıyla kış turizmi için önemli kaynaklara sahip olan Cilo Dağı'nın bu kaynakları kullanamama nedenlerinin, turizmin gelişmesi için bölgede yapılabileceklerin belirlenmesi ve turizmin bölgeye olası etkilerinin ortaya konulmasıdır.

Araştırmanın Amacı

Yukarıda belirtilen nedenlerde görüldüğü gibi Cilo Dağının bulunduğu Hakkâri ili geri kalmış bir bölgedir ve kış turizmi bölgenin kalkınmasında olumlu bir etken

sağlayabilecektir. Araştırmaya katılan yerel halka aşağıda belirtilen temel amaçlara uygun sorular sorulmuştur:

1. Bölgenin kış turizmine açılması için gerekliliklerin neler olduğunun belirlenmesi,
2. Yatırım yapılacak önceliklerin seçilmesi,
3. Kış turizminin bölgeye yansiyabilecek olası etkilerinin öğrenilmesi
4. Kış turizmini etkileyen faktörlerin tercihinde demografik unsurlar açısından bir farklılık olup olmadığının ortaya konulması
5. Kış turizmini etkileyen faktörlerin birbirlerini arasında ilişki olup olmadığının ortaya konulması
6. Kış turizmini etkileyen faktörlerin birbirlerini açıklamada istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığının ortaya konulmasıdır.

Araştırmada kullanılan anket formunun ilk bölümünde demografik veriler ölçülmektedir. Bunları cinsiyet, yaş, eğitim durumu, medeni durum ve aylık gelir oluşturmaktadır. Anket formunun ikinci bölümünde bölgede kış turizminin gerçekleşmeme sebeplerinin neler olduğunu belirten sorular sorulmaktadır. Bu sorular araştırmanın ilk amacını cevaplamaya yöneliktir ve bu bölüm kış turizmini etkileyen iç ve dış faktörleri oluşturmaktadır. Anket formunun üçüncü bölümü ise kış turizminin gelişebilmesi için yapılması gerekenlerin neler olduğunun araştırılmasıdır. Üçüncü bölümdeki sorular araştırmanın ikinci amacını ölçmeye yöneliktir ve turistik arz gereksinimi faktörünü ölçmektedir. Anket formunun dördüncü bölümde ise bölgede kış turizminin gelişmesinin olası etkilerinin neler olduğu sorulmaktadır. Dördüncü bölümdeki sorular turizmin algılanan pozitif ve negatif etkisi faktörünü ölçmektedir ve araştırmanın üçüncü amacını belirlemeye yöneliktir. Hipotezler kurulurken bu faktörlere (turizmi etkileyen iç ve dış faktörler, turistik arz gereksinimleri, turizmin algılanan negatif ve pozitif etkisi) göre oluşturulmuştur.

Araştırmada kış turizmini etkileyen faktörlerle ilgili üç temel hipotez geliştirilmiştir ve bu üç hipotez araştırmanın dördüncü, beşinci ve altıncı amacını belirlemeye yöneliktir. Ayrıca kış turizmini oluşturan beş temel faktörlere ilişkin alt hipotezler geliştirilmiştir. İlk hipotezde kış turizmini etkileyen faktörlerin demografik faktörlere göre anlamlı bir farklılık gösterdiği düşünülmüş H_1 hipotezi geliştirilmiştir, ikinci hipotezde kış turizmini etkileyen faktörlerin birbirleri arasında ilişki olabileceği düşünülmüş H_2 hipotezi geliştirilmiştir, üçüncü hipotezde kış turizmini etkileyen faktörlerin birbirlerini açıklamada istatistiksel olarak

anlamli olabilecegi düşünölmüş H₃ hipotezi geliştirilmiş ve temel hipotezler aşağıda belirtilmiştir.

H₁: Yerel halkın bakış açısına göre kış turizmini etkileyen faktörler demografik özelliklere göre istatistiki olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H₂: Yerel halkın bakış açısına göre kış turizmini etkileyen faktörler arasında istatistiki olarak anlamlı bir ilişki vardır.

H₃: Yerel halkın bakış açısına göre kış turizmini etkileyen faktörler birbirlerini açıklamada istatistiksel olarak anlamlıdır.

Araştırmanın Önemi

Cilo Dağı kış turizmi imkânlarına sahip olmasına (Yücel, 2005:4; Köşker ve Unur, 2014:777) rağmen bunu değerlendirememektedir. Problemlerin çözülmesinde ilk aşama, sorunların belirlenmesidir. Bu nedenle araştırmada yerel halkın bakış açısıyla değerlendirilemeye nedenleri ortaya konularak, problemlerin çözülmesi için önemli bir adımın gerçekleştirilmesi açısından araştırma önemlidir. Ayrıca yerli literatürde kış turizmine ilişkin çalışmalar incelendiğinde (Kaya, 2018; Naghipour, 2017; Kardeş ve Kındır, 2017; Kahraman ve Gül, 2016; Kopar ve Çakır, 2016; Sezer, 2016; Evren, 2016; Demir ve Alım, 2016; Daştan vd., 2016; Cimilli vd., 2016; Bayraktar, 2016; Apak, 2016; Bagdalkhan, 2016; Aydın, 2016; Eren, 2016; Aksakallı, 2016; Şahin ve Şeker, 2015; Yılmaz vd., 2015; Altaş vd., 2015; Baş, 2015; Işık, 2015; Bulut ve Yalçın, 2014; Şahbaz ve Bayram, 2013; Ceylan ve Demirkaya, 2009; Şahin, 2009; Ceylan, 2009; Boyraz ve Özdemir, 2005; Üzel, 2003; İbragimov, 2001; Çalayer, 2001; Demir, 2000; Yılmaz, 1997) Cilo Dağını kış turizmi açısından inceleyen araştırmalara rastlanmamış, yapılan araştırmaların jeolojik (Hakkâri Master Planı, 2012; Hakkâri Madenleri, 2010; Erinç, 1953), coğrafi (İzbırak, 1946) ve bitki örtüsü (Hakkâri Bitki Örtüsü, 2017; Kürşad ve Civelek, 2011; Özgen, 2010) gibi alanlarda olduğu görölmüştür. Cilo Dağını ve kış turizmini birlikte inceleyen çalışmaya rastlanmaması nedeniyle literatüre katkı sağlanması açısından da çalışma önemlidir.

Varsayımlar ve Sınırlılıklar

Araştırmada kullanılan ölçeğin kapsam geçerliliğini sağladığı, katılımcıların kış turizmi ve Cilo Dağı hakkında bilgi sahibi oldukları, sorulara objektif ve samimi cevaplar verdikleri, verdikleri cevapların evreni güçlü şekilde temsil ettiği varsayılmıştır. Çalışma

konusu Hakkâri ilindeki Cilo Dağı ile sınırlandırılmıştır. Ayrıca evreni oluşturan yerel halk tanımını Cilo Dağının hinterlandını oluşturan Hakkâri ve Van illeri ile sınırlandırılmıştır.



2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Kış Turizmi

Eylül 1864'te St. Moritz'de otel müdürü Johannes Badrutt, İngiltere'den misafirlerini davet ederek ve konaklamalarını sağlayarak kış turizmini başlatmışsa da (St. Moritz, 2018; Kulm, 2017) teknolojinin gelişmesi sayesinde de büyük kentsel pazarlarda kayak sporuna ve turizmine yönelik talep artmış kitle kış turizmi hareketleri 1950 ve 1960'lardan sonra gelişmeye başlamıştır (Goeldner ve Standley, 1980:106; Shackley, 2006:98; Fry, 2006:17; Weed ve Bull, 2011:194). Dünyada kış turizmine öncülük eden çalışmalar öncelikle Orta ve Kuzey Avrupa ülkelerinde başlamış bunları Amerika, Kanada ve Japonya gibi ülkeler izlemiştir (Ağger, 2011:5). Çeşitli araştırmacılar tarafından farklı tanımları (Yılmaz, 1997:2; Doğaner, 1997:19; İncekara, 1998:3; Doğanay ve Doğanay, 2005:151; Oktayer vd., 2007:141; Zeydan ve Sevim, 2008:3; İlban ve Kaşlı, 2008:321; Altaş vd., 2015:346; Daştan vd., 2016:404) yapılsa da kış turizmi, genellikle karlı alanlarda yapılan ve kış sporları uygulamalarının ağırlıkta olduğu merkez ve alanlar üzerinde yoğunlaşan bir turizm hareketi olarak tanımlanabilir (Ülker, 1992:12; Ülker, 2006:21).

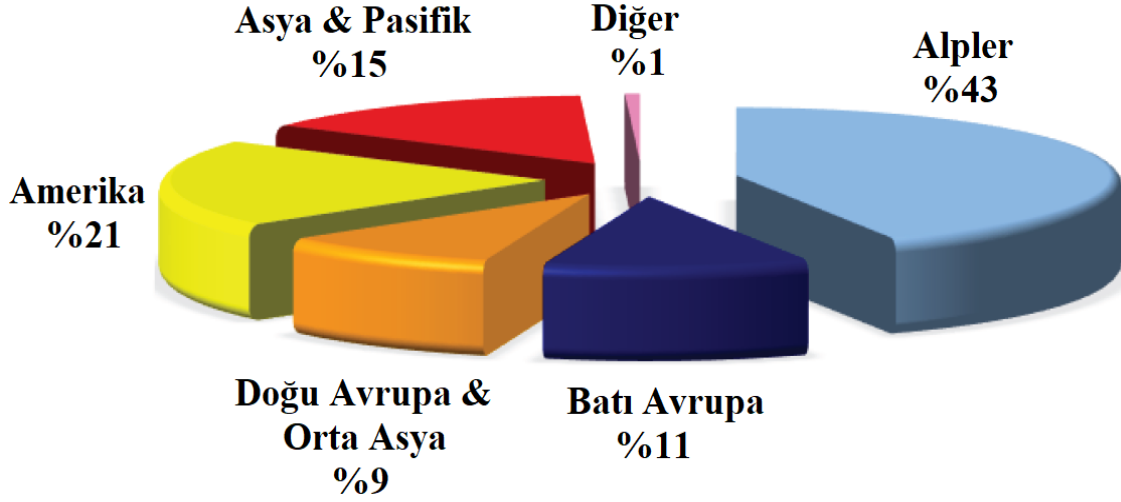
Kış turizm faaliyetleri için belli yükseklik ve eğime sahip, kayak yürüyüş ve tırmanış gibi aktivitelerin yapılabilmesine imkân sunan yerlerin varlığı gereklidir (Gönençgil ve Güngör, 2002:40; Katkat ve Mızrak, 2010:34). Ayrıca kayak sporuna elverişli kalitede kar varlığı ve karın yerde uzun süre kalması da kış turizmi için gereken diğer unsurlardır. Diğer taraftan kış turizmi merkezinde kayakçıları belli yüksekliklere taşıyacak telesiyej ve teleski gibi bazı temel mekanik tesislerin bulunması gerekmektedir (Mursalov, 2009:17). Kış turizm merkezleri, kış turizmi ile ilgili aktivitelerin yapılabilirdiği; konaklama tesisleri, günübirlik tesisler ile eğlence ve ticari ünitelerin de yer aldığı; birden fazla kayak merkezi ve kayak alanlarını içerebilen merkezler olarak tanımlanabilir (Doğaner, 2001:178; Şen, 2008:5).

Kış turizmi faaliyetlerinin yanında sağlık, av, kültür, doğa ve spor turizmi gibi farklı turizm faaliyetlerine de katılabilme olanakları kış turizm arzını ve talebini artıran faaliyetlerdir (Katkat ve Mızrak, 2010:33). Ayrıca kış aylarında kış turizm merkezi olarak kullanılan yerler yaz aylarında doğa turizmi, yayla turizmi, gençlik kampları, kongre turizmi, dağ turizmi gibi diğer etkinlikler için de kullanılabilir (Doğaner, 1991:138; Demir, 2000:8; Doğanay, 2009:183; Türkdoğdu, 2010:73). Kış turizminin gelişimi öncelikle

tesisleşme ve tanıtım faaliyetlerinden geçmektedir. Bu özelliklerin sağlanmasında da devletin rolü büyüktür (Ağger, 2011:6). Kış turizmi yatırım ve işletme faaliyetleri kuruluş yeri etrafında bulunan diğer sektörlerden girdi sağlayarak kaynak oluşturmaya yardımcı olmaktadır. Bölgedeki turizm faaliyetleri sonucunda yapılan turizm harcamalarının önemli bir kısmının bölge halkına gelir olarak yansımaları, ayrıca sadece yaz aylarında değil yılın diğer aylarında da işsizliği azaltarak istihdam oluşturma olanağı bölgenin ekonomik gelişimi açısından oldukça önem arz etmektedir (Ülker,1987:150; Walter, 2001:15; Ceylan, 2009:228; Yıldız, 2011: 69; Türkeri, 2014:14).

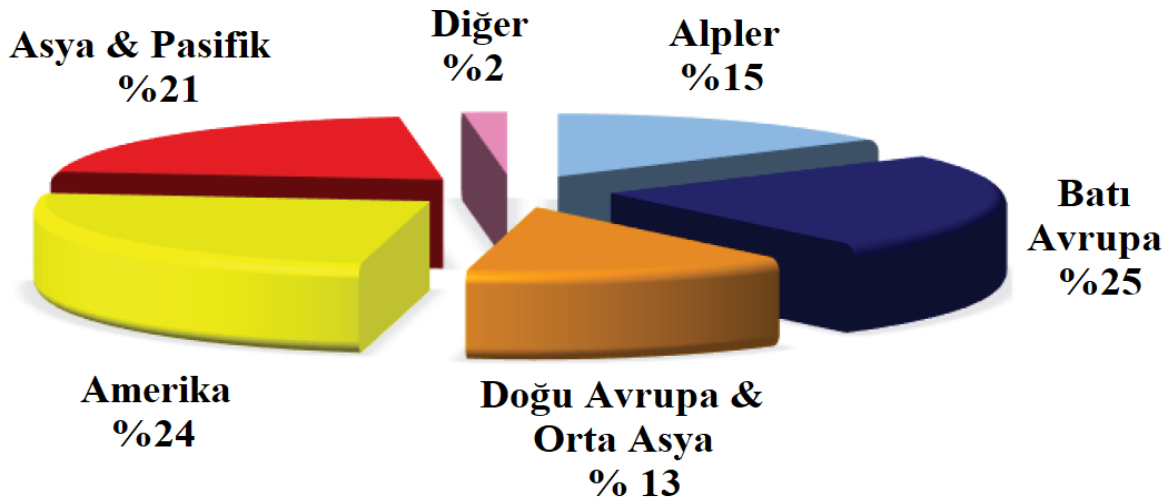
2.1.1. Kış Turizminin Ekonomik Yönleri

Turizm alanında gelişim gösteren ülkeler; turizm çeşitliliğini artırmak, turizm mevsimini uzatmak ve alanda nitelikli personel istihdamı sağlayarak turizm faaliyetlerinin yıl boyu sürekliliğini sağlamak amacıyla kış turizmi olanaklarını etkin bir şekilde değerlendirme yoluna gitmişlerdir (Usal, 1984:27; Ülker, 1992:8; Yılmaz, 2013:1; Ülker, 2006:20; Korgavuş, 2017:15). Kış turizmi dünyadaki yıllık turizm gelirin (2016 yılında 1.392.251.580.000 \$) %15-20'lik payına sahip olup, 200-300 milyar dolar arası bir hacme sahip olduğu tahmin edilmektedir (Orta Anadolu Kalkınma Ajansı, 2015:21; Worldbank, 2018). Dünya çapındaki tüm kayak merkezlerinin (2132) üçte birinden fazlası Alplerde bulunmaktadır. Dünya çapında 49 önemli kış turizm tatil köyü bulunmaktadır ve bunların %80'den fazlası Alplerdedir (Vanat, 2017:13). Kış turizmi sektöründe veri toplamada, organizasyon eksikliği ve hava koşullarına bağlı olarak yıllık ziyaret sayısı değişmesinden dolayı kesin sonuçlar elde edilememesine rağmen birkaç yıldır dünya genelinde yaklaşık 400 milyon kayak pisti ziyareti yapıldığı tahmin edilmektedir. Alpler dünyadaki kayakçı ziyaretlerinin %43'ünü elinde tutan dünyanın en büyük kayak merkezidir. İkinci en büyük varış noktası Amerika ise ziyaretlerin %21'ini oluşturmaktadır (Resim 1) (Vanat, 2017:15). Amerika'da kış turizm merkezlerinin %90'ı kuzeydedir ve yaklaşık 500 kayak merkezi bulunmaktadır (Hudson, 2003: 90-91; Vanat, 2017:134).



Resim 1: Kayakçıların ziyaret ettikleri bölgeler
Kaynak: Vanat, 2017:134

Alp bölgesi 11.500 mekanik tesis (gondol lift, teleski, telesiyej), 25.000 km uzunluğunda toplam 18.000 kayak pisti, her yıl yaklaşık olarak kayak yapmak üzere gelen 20 milyondan fazla ziyaretçiyi ağırlamaktadır (Tourism Benchmarking, 2010:40). Bölge 5 milyon yatağa, ortalama 6,2 gün kalış süresine, 370 milyon geceleme, 900 milyon geceleme kapasitesine ve 26 milyar Euro turizm cirosuna sahiptir (Ennemoser 2013:4). Alpler, uluslararası alanda ziyaret edilen en popüler kayak merkezidir ve ziyaretlerinin % 43'üne ev sahipliği yapmasına rağmen kayakçıların % 15'i bölgede yetişmektedir. Hiçbir bölgede yabancı ziyaretçilerin oranı bu kadar yüksek değildir. Kayakçıların bölgelere göre dağılımı Resim 2'de göstermektedir (Vanat, 2017:17).



Resim 2: Kayakçıların bölgelere göre dağılımı
Kaynak: Vanat, 2017:17

Avrupa kış turizm pazarında Fransa, İsviçre ve Avusturya oldukça gelişmiş ülkelerdir (Katkat vd., 2010:34). Almanya'nın 12 milyondan fazla kayakçısı ve 500'den fazla kayak alanı bulunmasına rağmen dağlık alanlarının 1500 metrenin altında olması nedeniyle elindeki alanlardan faydalanamamaktadır. Bundan dolayı İsviçre ve Avusturya için önemli bir pazar kaynağıdır (Özgüç, 2007:273; Vanat, 2017:54). İspanya'da kış turizm gelirleri, mevsimin ılık geçmesi nedeniyle kış turizmi faaliyetlerine değil golf, gastronomi ve kültürel etkinliklere dayanmaktadır (Fernandez-Morales ve Mayorga-Toledano, 2008:941). Alp Kuşağı Avrupa ülkeleri, sadece kış turizminden sağladıkları gelirlerle önemli ölçüde ekonomik gelişme göstermektedirler (Uçar vd., 2010:199). Fransa'da kış sporları tatil pazarı, turizm ekonomisinin büyük bir kısmını oluşturmaya (Paget, vd. 2010:829) rağmen Fransa'da kış turizmini temel olarak iç talebin ayakta tuttuğu görülmektedir.

Çizelge 1. 2016- 2017 Kış turizmi sezonunda Alplerdeki bazı ülkelerin konaklama harcamaları (Milyon Euro)

Ülkeler	Toplam Harcamalar	Yerleşik Olmayanlar	Yerleşiklerin Harcamaları	Yabancıların Yerlilere Oranı(%)
İsviçre	15.744	8.184	7.560	52
Avusturya	43.539	32.772	10.768	75,3
Fransa	86.685	27.613	59.072	31,9
İtalya	85.168	40.437	44.732	47,5
Avrupa Birliği Toplamı	317.387	282.653	334.734	45,8

Kaynak: Eurostat 2016-2017 Konaklama Harcamaları

İsviçre kış turizminden ekonomisine 15.744 milyon Euro katkı sağlamaktadır. İsviçre'de kış turizmine katılan yabancı ve yerli ziyaretçi sayıları ve gelirlerinin birbirine yakın olduğu görülmektedir (Çizelge 1). Alpler bölgesinin kış turizmi destinasyonu olarak tercih edilmesinde iklim, temiz hava, vahşi doğayla bir arada olma, manzara, yerel kültür, tarih, kar aktiviteleri ve ekstrem sporlar gibi birçok neden vardır. (Orta Anadolu Kalkınma Ajansı, 2015:21). İsviçre ve Avusturya'da kış turizmi, ilk olarak çiftçi ailelerin bazı odalarını turistlere kiralamasıyla küçük ölçekli aile işletmeleri şeklinde ortaya çıkmış (Özgüç, 2003:301; Özgüç, 2007: 273-274), bölgede zayıf olan tarım, hayvancılık, ormancılık gibi sektörleri turizm yoluyla canlandırarak nüfus hareketlerini önlemiştir (Soykan, 2000:21-33; Agrawala, 2007:18). Daha sonra devlet küçük işletmelerin restore edilmesini sağlayacak teşvikler vererek bu tarz evleri de turizme katmıştır. Devletin öğrencilere kayak öğretimini teşvik etmesi ve "Her Avusturyalı İyi Bir Kayakçısıdır" sözü ulusal turizm bilincini ve kış turizmine katılımı arttırmıştır. Ayrıca kayak merkezlerinin yanına kurulan sağlık kuruluşları, yetişmiş teknik elemanların teknik güvenliği sağlaması, güçlü bağlantı sağlayan

telekomünikasyon sistemi, sporcuları eğitecek uzman kadronun mevcut olması ve diskotek, sinema, kafeterya gibi sosyal tesisler sayesinde Avusturya'nın turizm sektörü gelişmekte ve büyümektedir (Yılmaz, 1997:37-39). Kış turizmi için ülkeye gelen yabancı turistlerin üçte ikisini Alman turistler oluşturmaktadır. Alman turistlerin bu ülkeyi tercih etmelerinde iki neden bulunmaktadır. Bunlardan birincisi “yakınlık” unsurudur. Diğeri ise, Avusturya'ya yönelik talebi artırmak için seyahatlerinde gittikleri yerde yeteri kadar kar bulunmuyorsa, müşteriler ücretsiz olarak kar bulunan yerlere taşınmasıdır (Aksoy,1999:48; Hudson, 2000:163). Coğrafi konumu ve uyguladığı kış turizm politikaları nedeniyle Avusturya kış turizminden 2016-2017 sezonunda 43,539 milyon Euro gelir elde etmiştir. Ülkeye gelen ziyaretçilerin %75'ini yabancı ziyaretçiler oluşturmaktadır (Çizelge 1). Türkiye'de Kayak Federasyonu tarafından lisanslı 6.306 Kadın, 18.587 Erkek, toplam 24.893 kayak sporcusu vardır (<http://sgm.gsb.gov.tr/>). Sporcu sayısının az olması nedeniyle kış turizminin geliştirilmesinde Avustralya iyi bir örnektir. Avusturya örneğinde olduğu gibi iktisaden az gelişmiş bir konumda bulunan Doğu ve Güney Doğu Anadolu'daki bölgelere kış turizm merkezleri canlılık kazandırabilir. Bölgede oluşturulabilecek kış turizm merkezleri sayesinde hem batı bölgelere göç önlenmiş hem de ekonomik olarak o bölgelerin kalkınmaları sağlanmış olur (Aksu, 2003:95; Ceylan ve Demirkaya, 2009:91; Türkdoğan, 2010:74; Çalışkan, 2014:42). Ayrıca bölgelerin kalkınmalarıyla birlikte kadınların iş hayatında yer almalarına, bölgelerde yaşayanların eğitim seviyelerini artırıcı ve yabancı dillerini geliştirici yönde olumlu etkileri de olabilmektedir (Şebin vd., 2010a:28).

Kış Olimpiyatları, tüm kış sporlarının yapılabildiği bölgeler başta olmak üzere düzenlendiği yerlerin bilinirliğini sağlamıştır. Örneğin 1994 Kış Olimpiyatlarının yapıldığı Lillehammer kentinde, oyunlar nedeniyle yatak sayısı 8.600'den 15.000'e ulaşmış, 1989-1999 yılları arasında turist geceleme sayısı yıllık 300.000'den 800.000'e çıkmıştır (Ok ve Palacıoğlu, 2000:17). 1988 Calgary Kış Olimpiyatları, düzenlendiği bölgede yaşayan halkın bölge ile ilgili bilincinin artmasını, bölge ile gurur duymasını ve bölgenin uluslararası tanınırlığa sahip olmasını sağlamıştır. Bu sosyal etkiler bölge halkı için ekonomik etkilerden daha fazla önemlidir (Gürsoy ve Kendall, 2006:609). 1992 Albertville Kış Olimpiyatları, bölgedeki bozulan alanların rehabilite edilmesini, zararlı etkileri en aza indirmek için gerekli olan tasarımların yapılmasını, su arıtma sistemlerinin ve kalitesinin iyileşmesini, yolların geliştirilmesiyle kaza oranlarının düşmesini, hava kirliliğinin azalmasını, bölgesel tarım imajının geliştirilmesini, göl ekosisteminin korunmasını ve ağaç sayısının arttırılmasını sağlamıştır (May, 2005:273-274). Türkiye'nin de Kış Olimpiyatları'na aday olmayı

planlaması, yurtiçi kayak merkezlerinin dünya çapında tanınmasını sağlayabilecektir (Emil, 2004:10). Kış Olimpiyatlarına katılmayı hedefleyen ülkeler olimpiyatlara ev sahipliği yapmadan önce oluşabilecek riskleri hesaplamalıdır. Kış Olimpiyatları etkinliği yapıldığı bölgenin ziyaretçi sayısı istikrarını bozabilmekte ve yayın hakları için ödenen bedelin değerinden daha fazla olmasına neden olabilmektedir. Örneğin, Soçi'deki 2014 Kış olimpiyatları 51 milyar dolara malolmuştur, bu oran 2010 Vancouver Kış olimpiyatlarının 7 katıdır (Müller, 2015:633).

2.1.2. Kış Turizmi İçin Gerekli Koşullar

Kış turizmi için iklimin büyük önemi bulunmaktadır. Yeterli ölçüde kar alabilen, kar kalınlığı en az 1 metre olan, karın yerde kalma süresi 120 günü aşan yerler kayak alanları olarak seçilmektedir (Doğaner, 1997:19; Özgüç, 2007:55; Aydınözü, vd., 2012:121). Kayak alanlarının yüksekliğinin 1650-3000 metre arasında olması, karasal iklimin hâkim olduğu, ulaşımın kolay olduğu, kayak dışı uygulamalara elverişli, içme ve kullanma sularına elverişli, doğal güzelliği olan, heyelan ve çığ tehlikesi olmayan yerler kayak alanları için en uygun yerlerdir (Yılmaz, 1997:33-34; Won ve Hwang, 2009:19). Kış turizmi sporlarının yapılması için kayak pistleri ve kayakçıları taşıyan mekanik tesislerin bulunacağı alanların yükselti kuşağı Uluslararası Kayak Federasyonu'nun belirttiği kurallara uygun olması zorunluluğuna (Doğaner, 1997:23) rağmen kayak sporu her araziye uygun kayaklar sayesinde uzman kayakçıların el değmemiş ve bol karlı dağlarda kayma faaliyetlerini gerçekleştirmektedirler (Clifford, 2002: 19-20). Kış turizmi için önemli bir diğer husus daimi kar sınırıdır (İbret, 2006:62). Daimi kar ve kar yağışı sınırlarının uzanışına etki eden unsurlar; enlem, yükseklik, nem ve yağış, karasallık, bakı ve eğim olarak sıralanabilir (Erol, 2004:248).

Kayak alanlarının rüzgâr durumu kış sporları açısından önemlidir. Özellikle kayak alanlarının güneybatı rüzgârlarına (lodos) açık olması durumunda lodos karı yumuşatarak karın kalitesini bozmaktadır. Bu nedenle güney rüzgârına kapalı kuzey yamaçlar seçilmektedir (Doğaner, 1997:33). Kayak için aranan diğer bir özellik daha az güneş radyasyonu olarak, karın yerde kalış süresinin uzun olduğu kuzey yamaçlarının seçilmesidir. Fakat Alp dağlarında olduğu gibi kuzey yamaçlarının dik olması durumunda güney yamaçları tercih edilmektedir (Doğaner, 1997:27). Kayak alanlarının seçiminde diğer bir husus ise ormanlık açık alanların seçilmesidir. Çevrede orman olması görsel açıdan güzellik

kattığı gibi, kayak alanlarının çevresindeki orman rüzgârın hızını keserek kayak sporu için uygun bir hava oluşturur. Orman olmayan yamaçlar pist için öncelikle seçilmekle beraber, pist açmak için ağaç ve zemin temizleme çalışmaları yapılabildiği gibi, yamaç eğimi düzeltilebilir veya ayrışmalar için yamaca eğim verilebilir (Doğaner, 1997:27). Mevcut orman örtüsünün ve ekolojik dengenin korunması için merkezin bulunduğu alanın kati hükümlere dayalı olarak tamamen koruma alanı olarak ilan edilmesi ve alan üzerindeki tasarruflar için çevre koruma üzerine uzmanlaşmış yetkililerden oluşturulacak bir komisyonun kurulması gerekmektedir (Demir ve Alım, 2016:273).

Turizm açısından önem arz eden kaynaklar yurt içi ve yurt dışından ziyaretçi çekebilmek için kış turizmi yapılacak alanlarda nitelik ve niceliğini karşılayacak uygun konaklama, ağırlama, hizmet ve eğlence tesisleri de önemli birer unsurdur (Hudson, 2003:90; Boyraz ve Özdemir, 2005:268).

2.1.3. Kış Turizminde Tehlikeler

Turizm alanında ilerleme kaydetmiş ülkeler 1980'lerden sonra çeşitli sorunlarla karşılaşmaya başlamışlardır. Düşüşün temel nedeni kar kalınlığının ve kış mevsiminden yararlanma süresinin azalmasıdır (Gilbert ve Hudson, 2000:920-921). Bununla birlikte kış turizminin pahalı olduğu algısı (Brandon, 2011:4), yaşanan ekonomik krizlerin seyahat eden kişiler üzerinde oluşturduğu ekonomik baskı (Williams ve Dossa, 1995:62-63), tesislerin kalabalık olması ve bakımsızlığı (Jackson, 1993:129) kış turizminin düşüşündeki diğer nedenlerdir. Çizelge 2'de kış turizminden en çok gelir sağlayan bazı ülkelerin doluluk oranları verilmiş olup, dolulukların ortalama %35-40 bandında olduğu, ilkbahar mevsimine doğru doluluğun arttığı görülmüştür. İklim değişikliğinin turizm talebine olan etkisi net olarak görülmektedir. En fazla doluluk oranına sahip ülke Avusturya'dır.

Çizelge 2. 2016- 2017 Kış turizmi sezonunda Alplerdeki bazı ülkelerin doluluk oranları (%)

Ülkeler/ Aylar	Kasım	Aralık	Ocak	Şubat	Mart	Nisan	Tüm Sezon
İsviçre	33,3	35	35,8	43,7	40,3	38	37,8
Avusturya	27,6	38,6	51,9	65,3	50,3	35,8	45,4
Fransa	38	40	37	41	42	50	41,5
İtalya	26,1	28,9	29	43,4	33,8	36,8	32,7
Avrupa Birliği Ortalama	36,6	36,3	34,9	42,1	40,7	45,7	39,5

Kaynak: Eurostat 2016-2017 Doluluk Oranları

Kış turizmine ilişkin riskler doğal ve insan kaynaklı riskler olarak sınıflandırılabilir (Schmidt, 2004:3). Doğal riskler kontrol edilmesi mümkün olmayan, insan kaynaklı riskler ise kontrol edilebilen ve sorumluluğun yüklenebileceği kişi veya kurumun olduğu risklerdir (Jungermann ve Slovic, 1993:94; Schmidt, 2004:6). Kişilerden kaynaklı riskler genelde asansör ve pistlerden kaynaklanmaktadır. Kayak asansörlerini kullanan operatörler için ana zorluk, hava durumu risk yönetimi ve ilgili araçlar hakkındaki bilginin az olmasıdır. Hava durumları ile ilgili bilgi vermek ve bilinç düzeylerini arttırmak, risk yönetim atölyeleri kurmak olası aksaklıkları en aza indirerek (Bank ve Wiesner, 2011:67), turistlerin güvenlik beklentisini sağlamada (Pizam vd., 1997:23; George, 2003:583) insan kaynaklı riskleri en aza indirecektir. Alışveriş, kayak dışındaki sporlar ve konaklama faaliyetlerinin özgün ve çeşitli olması durumunda turistler güvenlikten kaynaklı riskleri ikinci plana itebilmekte ve risk alabilmektedir (Weiermair ve Fuchs, 1999:1018). Ayrıca turizmde yerel katılımın sınırlı kaldığı Güney-Batı Antalya Turizm Gelişim Projesinde olduğu gibi yerel halkın turizm gelişme sürecinin dışında kalması, toplumun ekonomik fayda sağlayamamasına ve sosyal açıdan turizm olayına düşmanlaşmasına yol açabilmektedir (Eke ve Özdemir, 2000:177).

Kış turizmi, iklim değişikliğinden doğrudan ve en hızlı şekilde etkilenmektedir (Scott vd., 2012:201). Küresel ısınmaya bağlı iklim değişiklikleri kış turizmi üzerinde ciddi etkiler doğuracaktır. Mevsimlik kar ve daimi kar-buz örtüsünün kapladığı alan ve karla örtülü devrenin uzunluğu azalabilecektir. Bu durum bir yandan kış turizminin temel kaynağı kar alanlarının azalmasına diğer yandan da ani kar erimelerine bağlı olarak çığların tehlikelerinin ve sel felaketlerinin artmasına yol açabilecektir (Giles ve Perry, 1998:80; Yıldız, 2009: 84-85; Sezer, 2016:138).

1966-2004 döneminde ortalama alanı 23,9 milyon km² olan Kuzey Yarımküre kar örtüsünün her on yılda yaklaşık %2 oranında daralmıştır. Söz konusu alan, 1988-2004 döneminde, 1967-1987 dönemine göre %5 küçülmüştür. Bu daralma, artan erimeler nedeniyle dönemsel açıdan özellikle bahar aylarında gözlemlenmiştir. Bu durum kayak sezonunun kapanış tarihlerinde de bir gerilemeye neden olmuş, özellikle Avrupa'da Paskalya döneminde yoğunlaşan talebe yönelik arzda sıkıntı yaşanmaya başlamıştır. Mekânsal açıdan ise, en belirgin daralmalar Kuzey Amerika'nın batısı ve Avrupa Alplerinin alçak kesimlerinde meydana gelmiştir. Bunlara ek olarak, birçok dağ buzulu da 19. Yüzyılın ortalarından itibaren gerilemeye başlamış, kütle dengelerindeki bu negatif eğilim 1970'li yıllardan itibaren şiddetlenmiştir. Bu kayıp, sıcak mevsimlerde kayak yapılabilen bazı niş

merkezlerin de olumsuz etkilenmesine neden olmuştur (Demiroğlu ve Lundmark, 2013:179).

İsviçre kayak sahalarındaki mevcut iklim koşullarında 1200'den fazla kayak alanının 2°C sıcaklığının altında 1500 metreden yüksek tüm kayak alanlarının %85'inin karlı, kış sporları için uygun ve güvenli olduğu görülmüştür. Sıcaklığın 2°C artması karlı alanları %63'e düşmesine, İsviçre'nin Doğu, Batı ve Merkez bölgelerinin kış turizm olanaklarını kaybetmesine ve bölgede kış turizmi tarafından oluşturulan dengeli ekonominin son bulmasına neden olacaktır. İklim değişikliği devam ettiğinde suni kar yapımı alanının genişlemesi ve kayak alanlarının daha yükseklere yayılması çevresel nedenlerden dolayı reddedilmeli, çeşitlendirme (Soykan, 2002:154; Çakır, vd., 2012:12) ve işbirliği stratejilerine odaklanılmalıdır. Kış turizminin geleceği, iklim değişikliği senaryolarının öngördüğü sonuçlarla büyük ölçüde ilgilidir. İklimsel açıdan oldukça hassas olan turizm sektörü ile karşı karşıya kalan dağlık bölgelerde turizm planlamasında iklim değişikliğinin olası etkileri hesaba katılmak zorundadır (Bakırcı, 2005:306; Koenig ve Abegg, 2010:56; Karaman ve Gül, 2016:596).

İklim değişikliği ile geceleme sayısı arasındaki ilişkiyi gösteren unsurlardan birisi de kar kalınlığıdır. Kar kalınlığı arttıkça geceleme sayısı da artmakta, kar kalınlığı azaldığında ise ortalama geceleme sayısı azalmaktadır. Alçak ve yüksek rakımlı kayak merkezleri arasında kar kalınlığı açısından önemli farklar bulunmaktadır. Özellikle, 2000 m'nin altında, eğimli ve yüksek irtifada yaşayan tatil köyleri için kar kalınlığı daha önemliken, yüksekteki yerleşim yerlerinde gecelermeler kar kalınlığından daha az etkilenirler (Falk, 2010:920). Erken sezonda kar derinliğinde düşüş asansör bilet satışlarını olumsuz etkilemektedir. Özellikle kar derinliğindeki her azalma Kasım-Aralık ve Ocak dönemlerinde, asansör bilet satışlarında %9 ile %5 arası bir düşüşe neden olmaktadır (Falk ve Hagsten, 2016:67).

Küresel ısınma, kayak merkezi işletmecileri tarafından ilgilenilmemiş ancak geçen zaman zarfında kardan yoksun sezonların artması, bu bakış açısını biraz daha değiştirerek olası uyum stratejilerine ilgiyi artırmıştır (Demiroğlu ve Lundmark, 2013:179). Uyum stratejileri şunlardır (UNEP ve UNWTO, 2008:8; Demiroğlu ve Lundmark, 2013:183-191 Demiroğlu vd., 2016:6):

- Meteorolojik verilerle turizm talebinin belli dönemlerde artması ve azalmasını önleyerek talebin sezona dağıtılması,

- İşletmeler iklim değişikliğinden en fazla etkilenen gruplardan biri olması nedeniyle arz ve talep açısından mikro yönetim stratejilerini uygulayabilmesi,
- Yapay kar üretimi ile kar kalınlığının artırılması,
- Arazi düzeltme, kar tımarı, kar tarımı, kar taşıma, buzul örtme ve tuzlama gibi pist düzenlemeleri ile kayak için uygun alanların oluşturulması
- Verimli enerji tüketimi ve turistlere güneşli ortam sunulabilmesi için kayak merkezlerinin güney bakı yamaçlarında kurulması,
- Yapay pistler kurulması,
- Kış turizmi için yeterli kar olmaması durumunda turistlerin hak kaybına uğramaması için başka bir bölgede kayak yapılması garantisinin verilmesi,
- Hava dizin sigorta sistemi kurularak hava koşullarının uygun olmadığı alanlardaki kayıpların önlenmesi,
- Tesislerin tüketicilere yönelik faaliyetlerini kongre, sağlık, eğlence ve diğer sporlar gibi kış sporlarından farklı ürünlerle zenginleştirmelerini içeren çeşitlendirme stratejilerinin uygulanması,
- Küresel çevre değişikliğinin etkileri konusunda turistlerin farkındalığının artırılması ve eğitilmesi,
- Acil duruma hazırlıklı olunması, çığ önlemek için gerekli altyapıları yapmak, uyarı ve tahliye sistemlerini uygulamak ve geliştirmek

2.1.4. Kış Turisti

Kış turistleri diğer turist tiplerinden daha fazla gelire (Özgüç, 1994:116; Albayrak, 2013a: 199), düzenli ziyarete, uzun kalış süresine ve memnuniyete sahiptir (Simpson ve Siguaw, 2008:174). Kış turizmine katılan turistler için temel beklentilerse hızlı ve konforlu ulaşım, kar, pist, konforlu mekanik tesisler ve optimal hizmet zinciri olarak ifade edilmektedir (Koşan, 2013:294). Ayrıca kış destinasyonu turistin tatil beklentilerini yerine getirmesi durumunda mesafeler destinasyon seçimini etkilememektedir (Larsen ve Guiver, 2013:978). İsveç gibi niş pazara hitap eden egzotik ve çekici bölgelerde yabancı turistlerin yerli turistlerden daha fazla harcama yapmaya meyilli olduğu görülmüştür (Margaryan ve Fredman, 2017:90).

Yerli ziyaretçilerin kış turizmine yönelik seyahat motivasyonları; rahatlama, kendini geliştirme, huzur ve sosyalleşmedir. Seyahat memnuniyetleri ise eğitmen, pist, ulaşım,

güvenlik, konaklama ve alışveriş öncelik sırasında şekillenmiştir. Ayrıca yerli ziyaretçilerin seyahat öncesi güdeleri ile seyahat sonrası memnuniyetleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Bu sonuçlar perspektifinde kış turizmi destinasyonlarını tercih eden ziyaretçilerin destinasyon tercihleri, destinasyon çekiciliklerinin yanı sıra güdüleriyle şekillenmektedir. Kış turizmine katılan turistlerin seyahat öncesi güdülerinin doğru bir şekilde tespit edilmesi halinde beklentilerine uygun turistik ürün geliştirerek memnuniyetleri artırılabilir (Ayaz ve Apak, 2017:38-39). Memnuniyeti artan turistlerin turizm destinasyonunu da tavsiye etme oranı artmaktadır (Silik, 2018:202).

Turistlerin kayak merkezine göre en yüksek algıları kayak pistleri boyutu olarak belirlenmiştir. Bu sonuçla kayak sporunu gerçekleştiren turistlerin pistlerin sayısı, uzunluğu, genişliği, modern araç gereç kullanımı ve konaklama tesislerinin özellikleri gibi fiziksel unsurların turistlerin kalite algılarını etkileyen faktörler olduğunu ifade edilebilir. Turistlerin hizmet kalite algısı açısından en düşük ortalamaya sahip boyut eğlence olanaklarıdır. Kayak merkezine gelen turistler için kayak yapmak temel tatil amacı olsa da, kayak merkezlerinde faaliyet gösteren işletmelerin turistlerin konaklama, yeme-içme ve eğlence gibi hizmetleri de bir arada bulacakları alternatif olanaklar geliştirmesi, tatil süresince aktivite çeşitliliğini sağlayıp memnuniyet artırmada etkili olabilir (Weiermair ve Fuchs, 1999:1018; Kozak vd., 2001:24; Sağlık ve Kocaman, 2014:83). Turistlerin gelir ve eğitim düzeyi arttıkça kayak pistlerinin kalitesine yönelik değerlendirmelerinin de daha olumlu olduğu söylenebilir (Sağlık ve Kocaman, 2014:83-84).

Albayrak (2013b), Türkiye’de kış turizmini gerçekleştiren turistlerin önemli bir bölümünün gençlerden oluştuğunu ortaya koymakla birlikte orta yaşın üzerindeki bireyler tarafından da kış turizminin gerçekleştirildiğini; gençlerin daha çok sportif nedenler ve prestij sağlama amacıyla bu turizm türünü gerçekleştirdiklerini; orta ve üst yaşlardaki turistlerin ise yenilik, yeni bilgiler edinme, doğal çekicilikler gibi nedenlerle de kış turizmine katıldıklarını göstermiştir. Bu veriler ışığında kış turizminin sadece gençlerin karlı alanlarda yapılan sportif faaliyetlere katılmak için gerçekleştirdiği bir turizm türü olmadığını aynı zamanda turistlerin spor dışındaki farklı deneyimleri yaşamak amacıyla da gerçekleştirildiği sonucuna varılabilir (Albayrak, 2013b:160). Daştan vd., (2016), Erzurum’da yaptığı araştırmada kış turistlerinin %71.4’ünün ücretli çalışan olduğu ve her şey dahil sistemiyle tatil yaptığını, ortalama gelirlerinin 4117 TL olduğunu, günlük ortalama harcamalarının 81 TL de kaldığını ve ekstra harcama eğiliminde olmadıklarını göstermektedir (Daştan, vd.,

2016:418). Erzurum’da yöre halkı kış turizmi ile ilgili oldukça yüksek oranda olumlu tutum ve beklenti içerisinde oldukları görülmüştür (Şebin, vd., 2010b:34). Çelik (2018:96) Sarıkamış’ta yaptığı çalışmada kış turistlerinin yüksek eğitilmiş, yüksek gelirli (aylık 4000 TL) ve itibarlı meslek gruplarından oluşması nedeniyle kayak merkezinin marka değerini de yükselttiğini belirtmiştir. Marka değerini yükseltmek için turistik ürün çeşitlendirilmesine de gidilmelidir (Dudu, 2015:90)

2.1.5. Türkiye’de Kış Turizmi

Türkiye, Alp – Himalaya sıradağları üzerinde yüz ölçümünün yaklaşık %55’i, 1500 – 3000 m. yükseklikteki dağlık alanlarla kaplı bir ülkedir. Bu sıra dağların Türkiye’deki uzantıları Beydağları, Toroslar, balkanlar, Aladağlar, Munzurlar, Cilo ve Sat dağları ile Kaçkarlar, Avrupa’daki Alpler ile aynı zaman diliminde oluşmuşlardır. Bu sebeple aynı yükseltide ve aynı floraya sahiptir. Ancak büyüklükleri bakımından Alplerin 2-3 katıdır ve önemli bir kış turizmi imkânı sunmaktadır (İncekara,1998:18; Aksu, 2003:6; Somuncu, 2004:18; Hacıoğlu ve Avcıkurt, 2008:321). Türkiye’de kayak alanı olabilecek yükselti kuşakları 1200 ile 3100 metre arasında bulunmaktadır (Doğaner, 1997:26). Kış turizmine çok uygun alanlara sahip olmasına rağmen, uzun yıllar bu potansiyeli yeterince değerlendirilememiştir (Ağger 2011:5; Çetin, 2013:171; Doğanay ve Zaman, 2013:130; Çakıcı vd., 2014: 75). Ancak 1989’da Erciyes, 1991’de Sarıkamış, 1993’te Palandöken ve 1997’de Kartalkaya kayak merkezi ilan edilmesiyle (Kudaka, 2012: 36; Erzurum Turizm raporu, 2014:13) bu alanda yapılan yatırımlar artmaya başlamış, kış turizm açısından belirgin bir ilerleme sağlanmıştır (Hacıoğlu ve Avcıkurt, 2008:320; Hussein ve Saç, 2008:42; Zeydan ve Sevim, 2008:161; Altaş vd., 2015:347; Yılmaz, vd., 2015:409). Kış turizmine ait mevcut merkezlerin coğrafi görünümü Resim 3’te verilmiştir.



Resim 3. Kış turizmi merkezleri

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2019a

Kültür ve Turizm Bakanlığınca Kış Turizmine yönelik olarak ilan edilmiş bölgelere ait mevcut ve hedef yatak kapasiteleri ile mekanik tesisler hakkında bilgiler (adet, kapasite ve uzunluk) Çizelge 3'te açıklanmıştır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2019b).

Çizelge 3. Türkiye’de kış turizmine ilişkin veriler

No	Kış Turizmi Merkezleri	Yatak Kapasitesi		Mevcut Mekanik Tesisler		
		Mevcut	Hedef	Adet	Kapasite (Kişi/Saat)	Uzunluk (m)
1	Erzurum – Palandöken (*)	2.466	8.850	19	24.563	22.018
2	Bursa – Uludağ (*)	2.250	3.500	22	15.000	16.145
3	Bolu – Köroğlu (*)	1.713	4.000	14	10.000	10.380
4	Kayseri – Erciyes (*)	1.072	6.000	13	19.300	21.832
5	Kastamonu Çankırı – Ilgaz (*)	1.217	1.300	6	5.639	5.983
6	Kocaeli – Kartepe (*)	800	1.000	4	6.400	3.250
7	Kars – Sarıkamış (*)	833	12.000	4	5.348	6.263
8	Isparta – Davraz (*)	467	1.600	4	3.800	3.621
9	Sivas – Yıldız Dağı (*)	110	1.600	3	3.000	4.547
10	Çankırı Ilgaz - Yıldıztepe (**)	80	400	1	1.200	1.588
11	Ardahan – Uğurludağ (**)	74	4.250	3	2.800	5.250
12	Bayburt – Kop Dağı (**)	60	810	1	600	1.220
13	Gümüşhane – Zigana (**)	40	470	1	843	661
14	Erzincan – Ergan (**)		8.000	3	3.450	6.967
15	Denizli Tavas – Bozdağ (**)		2.250	3	2.400	3.822
16	Samsun, Ladik – Akdağ (**)		800	1	800	1.360
17	Aksaray - Hasan Dağı	97	1.235			
18	Mersin– Gülek Karboğazı		8.000			
19	Gümüşhane – Çakırgöl		5.600			
20	Antalya, Alanya – Akdağ		3.000			
21	Muğla Fethiye – Seki Eren Dağı		1.500			
22	Gümüşhane – Süleymaniye		1.180			
23	Artvin – Kafkasör		2.000			
24	Düzce – Kardüz Yaylası		380			
25	Malatya – Hekimhan Yamadağı					
26	Rize İkizdere – Ovit Dağı					
27	Antalya Alanya - Akseki		450			
28	Bitlis - Sapkör					
29	Konya - Derbent					
	TOPLAM	11.459	80.175	102	105.143	114.907

(*) Faal Olan Turizm Merkezleri (9 Adet)

(**) Tam Anlamıyla Faal Olmayan Kış Turizmi Merkezleri (7 Adet)

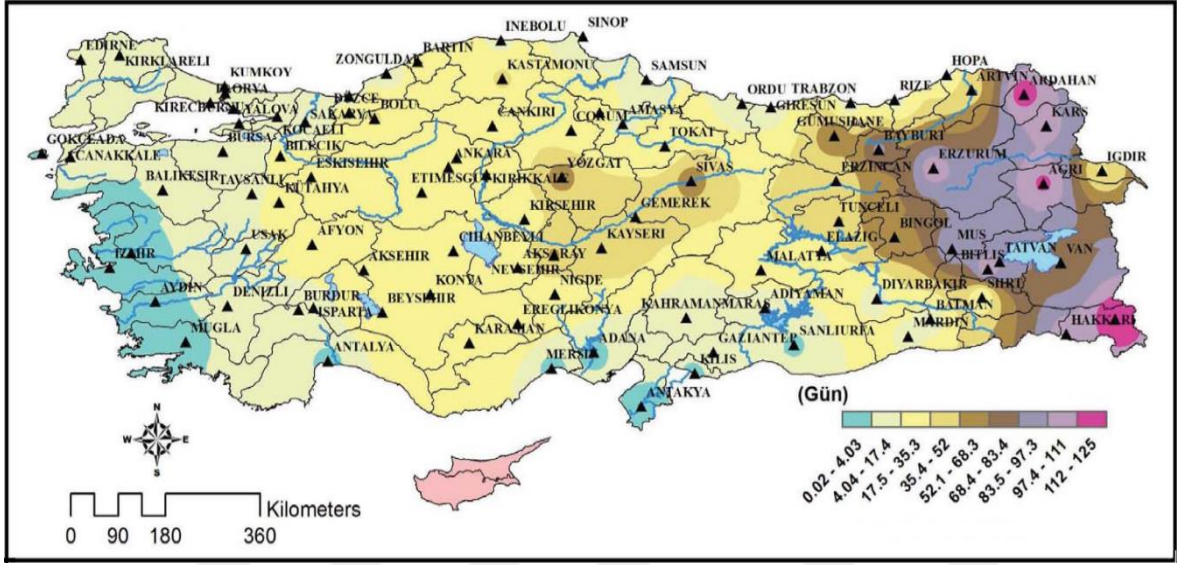
Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2019b

Türkiye’de 29 adet kış turizm destinasyonu bulunmaktadır ve bunlardan 9 tanesi tam anlamıyla kış turizmine hizmet vermekteyken, 7 destinasyon tam anlamıyla hizmet verememektedir. Diğer 13 destinasyon ise planlama sürecindedir. Kış turizmi destinasyonlarındaki toplam mevcut yatak kapasitesi 11459’dur ve hedeflenen sayı ise 80175’tir. Mevcut yatak kapasitesinin en fazla olduğu destinasyon Erzurum - Palandöken’dir (2466). Bunu sırasıyla Bursa – Uludağ (1600) ve Bolu – Köroğlu (1580) kış turizmi destinasyonları izlemektedir. En az mevcut yatak kapasitesine sahip destinasyon Gümüşhane – Zigana (40)’dır. Kış turizm destinasyonlarında toplam 102 mekanik tesis bulunmakta ve mekanik tesisler 1 saatte toplam 105.143 kişi taşıyabilmektedir. Türkiye’de mekanik tesisleri en fazla olan kış turizm destinasyonu Bursa – Uludağ’dır (22 adet). En uzun mekanik tesis hat uzunluğuna sahip destinasyon ise Erzurum – Palandöken’dir (22018 m.). Erzurum – Palandöken, mekanik tesislerin sayısı (19 adet) bakımından 2. sırada yer almasına rağmen mekanik tesislerinin taşıma kapasitesi (24563 kişi/saat) en fazla olan kış turizm destinasyonudur.

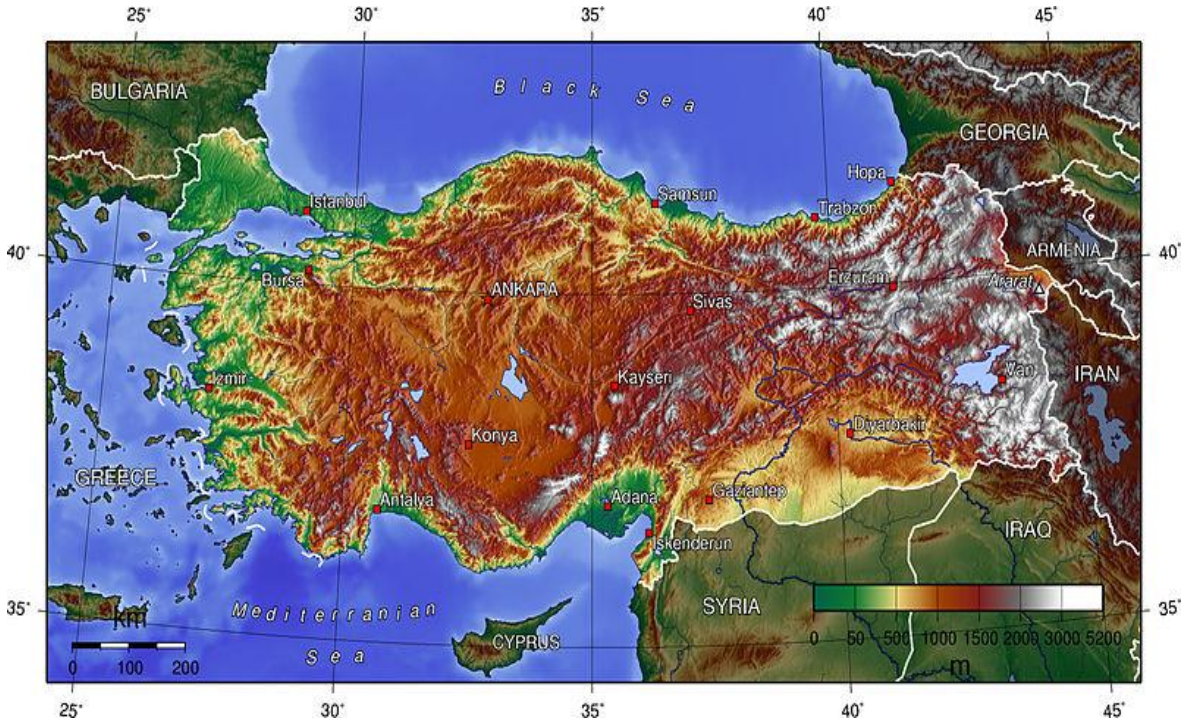
Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), Kültür ve Turizm Bakanlığı ve Eurostat’ta Türkiye kış turizmi gelirlerine ait kesin veriler bulunmamaktadır. Türkiye Seyahat Acenteleri Birliğinin (TÜRSAB) 2014 yılında yayımladığı Kış Turizm Raporunda gelen ziyaretçi sayılarını hesaplarken Tük’in Ocak, Şubat ve Mart ayında gelen ziyaretçilerin toplamı hesaplanmıştır (Kış Turizm Raporu, 2014:3). Ocak, Şubat ve Mart ayında gelen ziyaretçilerin hepsini kış turizmi için ziyarete geldiğini belirtmek, kış aylarında spor turizmi, kış turizmi, kongre turizmi gibi alanlarda yapılan ziyaretlerinde bu hesaba katılması gerçek verilere ulaşılmasını engellemektedir. Güvenilir bilgilere ulaşılması için Tük, Eurostat ve Kültür ve Turizm Bakanlığı gibi kurumların kış turizmine ilişkin veri toplaması ve paylaşması gerekmektedir.

Kış turizminin geliştirilmesi için gerekli iklim özellikleri de Doğu Anadolu bölgesinde fazlasıyla mevcuttur. Bölgede kar örüntüsü yılın büyük bir bölümünde bütün bölgeyi kapsamaktadır (Resim 4) (Resim 5) (Türkdoğan, 2010:74). Türkiye’de yeni kurulabilecek kayak merkezlerinin çoğu Doğu Anadolu bölgesinde yer aldığı belirlenmiştir. Potansiyele sahip olan yeni kayak merkezlerinin zemin etüt çalışmaları yapılmaktadır. Bölgenin ve arazinin kayak sporu için uygun yerler olduğu tespit edilmiştir. Yeni kayak merkezleri sayesinde Türkiye’de bölgeler arası gelir eşitsizliğini önleyebilmesi açısından önem arz etmektedir. Doğu bölgelerinde kurulacak olan yeni kayak merkezleri ve yeni tesisler

sayesinde bölge canlandırılabilir ve turizm açısından önemli gelirler elde edilebilir. Ayrıca bölgenin ulusal ve uluslararası tanıtımı da yapılabilir. Türkiye'nin dağlık bölgeler bakımından zengin bir ülke olduğu düşünüldüğünde (Resim 5), yapılacak doğru planlamalar ve tesisler ile ülkeye gerek ekonomik gerekse de sosyal katkılar sağlanabilir (Silik ve Ünlüoğlu, 2018:350).



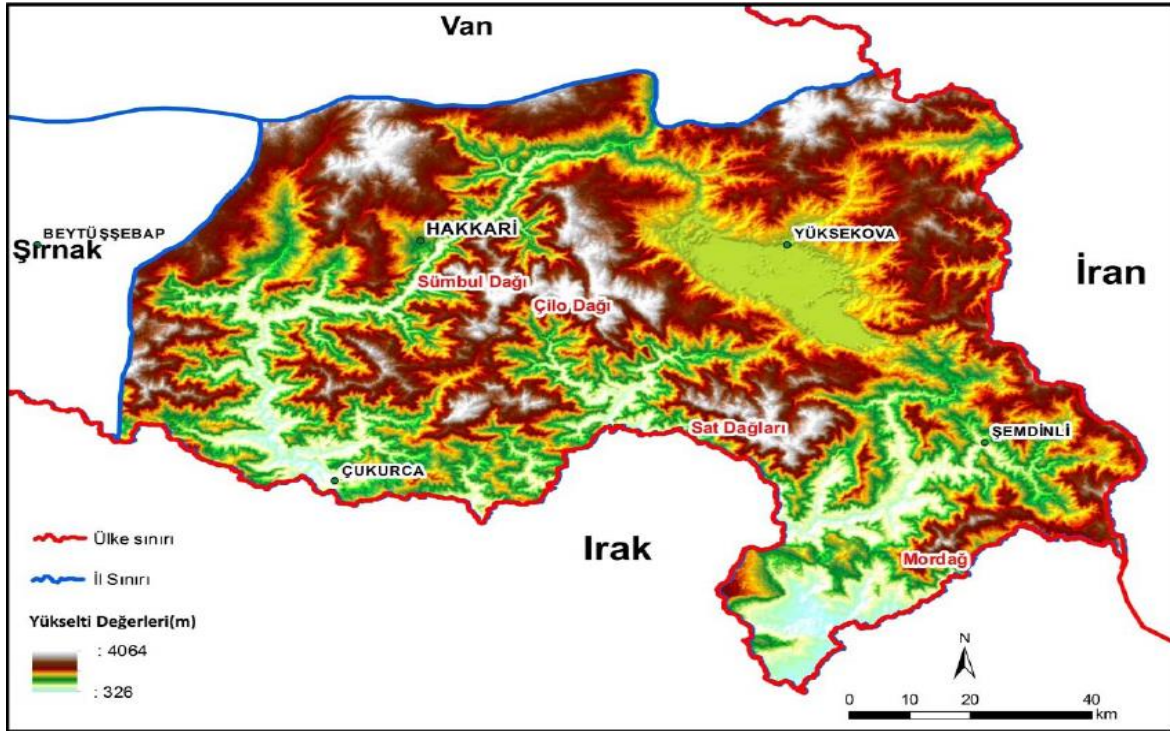
Resim 4. Türkiye yıllık ortalama kar örtülü gün sayısı
Kaynak: MGM Karlı Gün Sayısı, 2017



Resim 5. Türkiye Topografyası
Kaynak: Topografya, 2017

2.2. Cilo Dağı

Ağrı Dağı'ndan sonra Türkiye'nin ikinci en yüksek dağı olan Cilo Dağı (37.5°N, 44°E, 4135 m), Türkiye'nin güneydoğu sınırının köşesinde Toroslar-Zağros Dağları'nın en yüksek tepesinde yer almaktadır (Resim 6) (Sarıkaya, 2009:200-201).

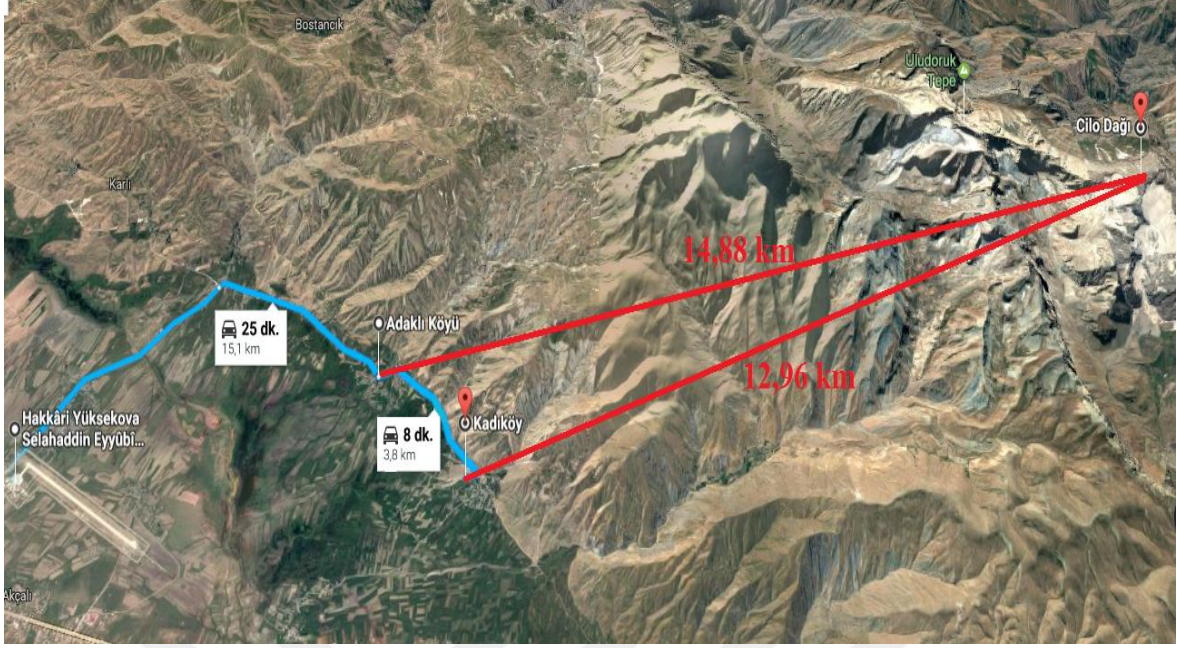


Resim 6. Cilo Dağının konumu

Kaynak: Şahin ve Kahraman, 2017:7

Cilo Dağındaki mağaralara kazınmış şekilde bulunan insan ve hayvan figürleri nedeniyle buradaki yaşamın başlangıcının 9000 ile 4000 bin yıl öncesine dayandığını göstermektedir. Yörede eski tarihlere ilişkin yerleşimler bulunması rağmen bölgede yaşayan toplumlar ve kültürlerle ilişkin veriler çok sınırlıdır (Alaaeddinoğlu, 2010:90; Hakkâri Yazılı Tarih Öncesi Dönem, 2019). Nitekim Cilo Dağı adını Birinci Dünya Savaşı'na kadar bölgede yaşamış nasturi kabilelerden birinin isminden (Cilo veya Ceylo) almıştır (Erinç, 1953:102).

Cilo Dağı, Hakkâri il merkezine 37 km, Yüksekova ilçe merkezine 31 km uzaklıktadır. 2015 yılında açılan Hakkâri Yüksekova Selahaddin Eyyubi Havalimanı (Devlet Hava Meydanları İşletmesi, 2018) ile Cilo Dağına ulaşım kolaylaşmıştır. Havalimanı ile Cilo Dağı arasındaki mesafe Resim 7'de gösterilmiştir.



Resim 7. Cilo Dağının merkezlere uzaklığı

Kaynak: Google Maps,2017; MTA Haritalar, 2019

2.2.1. Jeolojik ve İklimsel Yapısı

Hakkâri Toroslarının ana çatısını oluşturan Cilo Dağı ve çevresinin jeolik yapısı, tektonik hareketler ve aşınmalarla yakından ilgilidir. Bölgedeki yassı platolar, tersiyer tabanlarından oluşur. Sivri dorukların temeli sert volkanik oluşumlar, güneydeki basamakların temeli ise triyas tabakalarıdır. Cilo Dağı ve çevresinin kuzeyindeki, Yüksekova çöküntü alanı ile Büyük Zap oyulma ve boşalma alanları ortaya çıkmıştır (Hakkâri Master Planı, 2012:13-14).

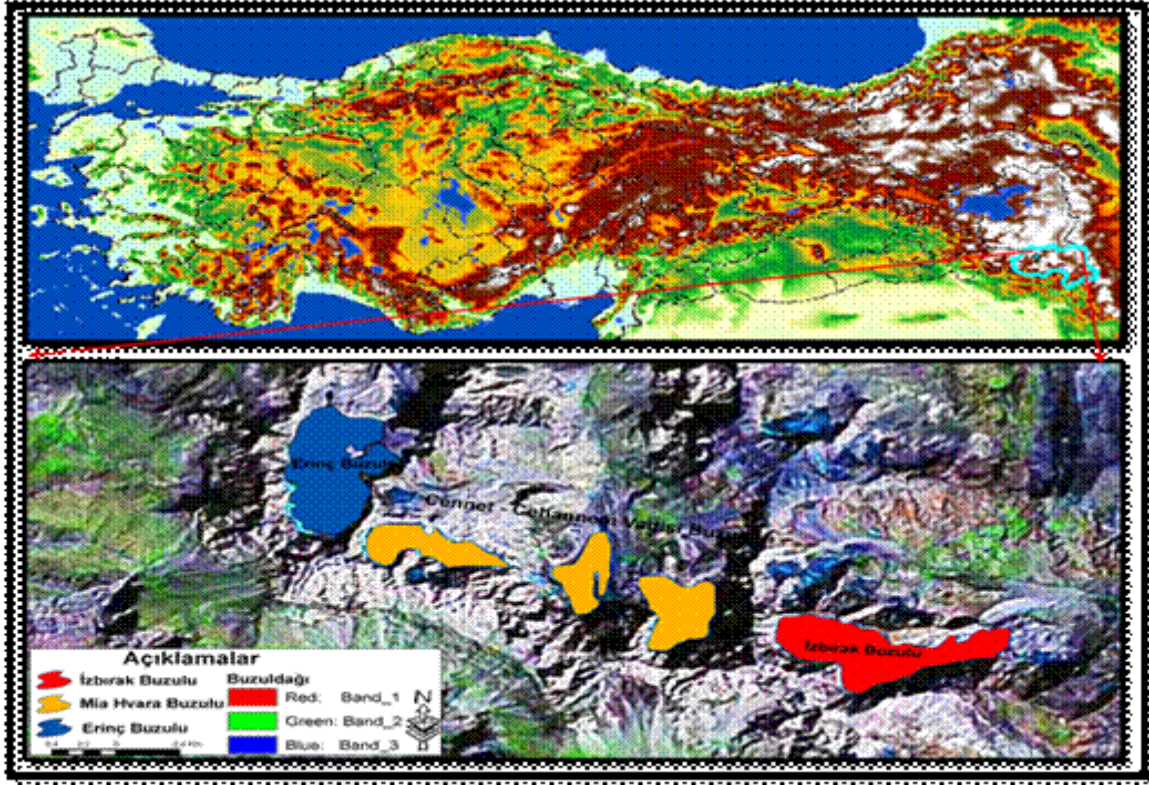
Cilo kütesinin temelini, kalkerli ve volkanik kayalar oluşturmuştur. Batı-doğu yönünde uzanan bir kıvrım dağı olan bu kütle, doğuya gidildikçe yükselmektedir. Ana kütle, 3.000 metre yüksekliğinde bir kabartı durumundadır. Sırtın sağında ve solunda genellikle çıplak, dik ve sarp çok sayıda doruk yükselir. Bunlar sırasıyla 3.500 metre yükseltili Kisara Dağı, 4.060 metre yükseltili Suppa Durek Dağı, 3.700 metre yükseltili Köşedireği Dağı ve bütün Cilo kütesinin en yüksek noktası olan 4.135 metre yükseltili Reşko (Gelyaşın ya da Uludoruk) tepesidir. 3.850 metre yükseltili Maunseli Sivrisi ve 3.650 metre yükseltili Gelyano tepesi asıl kütlede ayrılarak kuzey yönünden uzanan bir kol üzerindedir. Cilo ve Şemdinli yörelerindeki yüksek dağlardan çıkan ve güney yönünde akan akarsular, kalkerler ve volkanik kayalardan oluşan toprakların zamanla oymuş ve birtakım sarp bölmelere ayırmıştır. Cilo dağından güney batı yönünde Zap suyu dirseği içine doğru uzanan geniş dağ

kütlesi, bu şekilde yontulmuş ve parçalanmıştır. Bu engebeli kütle üzerinde 3.000 metreyi geçen çok sayıda doruk vardır (Hakkâri Master Planı, 2012:12-13). Hakkâri ili bulunduğu jeolojik ve coğrafik konumu nedeniyle maden çeşitliliği ve rezervi yönünden fakir bir yerleşim birimidir (Hakkâri Madenleri, 2010:1).

Dağ sırası büyük ölçüde Paleozoyik ve Mesozoyik yaşlı metamorfik ve volkanik kayalardan, katlanmış Mesozoyik kalker ve Tersiyer karasal tortul kayaçlardan oluşmaktadır. Toros-Zağros Dağları arasında iklim Akdeniz iklimi görülmektedir. (Sarıkaya, 2009:200-201). Yeryüzünde sadece Hakkâri'nin Cilo Dağları'nda yetişen “Ters Lale”, dünyanın en nadide çiçeklerinden biridir (Hakkâri Madenleri, 2010:1). Geçmişte Hakkâri yöresinde yaşayan Asurîlerin her sabah göbeğinden su yaydığı için “Ağlayan Lale” adını verdiği ve bu yüzden kutsal saydığı *Ters Lale*; Avrupa’da (*Fritillasio imperialis*), Kejan Lalesi, (Prestika) Karagöz Lalesi, (*Emperyalis*) Ağlayan Gelin gibi isimlerle anılmaktadır. Ayrıca yörede; Kerbela ve Kral Lalesi olarak da bilinmektedir (Hakkâri İl Çevre Durum Raporu, 2006; Özgen, 2010:1405, Hakkâri Bitki Örtüsü, 2017). Cilo Yavşanı (*Artemisia haussknechtii*) ise sadece Cilo Dağı’nda yayılış göstermektedir. Habitat olarak kayalık ve yamaçlarda yetişmektedir (Kürşad ve Civelek, 2011:24). Ayrıca Cilo dağında Hindiba (*Cousinia hakkarica*), Mendi (*Chaerophyllum hakkaricum*), Pelemir Otu (*Cephalaria hakkarica*), Can Çiçeği (*Cephalaria hakkarica*) gibi diğer bitki türleri de yetişmektedir (Hakkâri Master Planı, 2012:26).

2.2.2. Cilo ve Çevresindeki Turizm İmkânları

Cilo da kış turizmi için uygun morfolojik manzara ve iklimik koşullar mevcuttur (Özgen, 2010:1396) Cilo dağında daimi kar sınırı ortalama 3500 metredir (Erinç, 1953:104). Türkiye’nin en büyük buzul alanı olan Cilo- Sat Dağındaki buzul kalınlıkları 500 metreyi, uzunlukları 10 km’yi aşmış durumdadır, buzul gölleri 3000 metreye yakın rakımlarda bulunmakta ve buzul dilleri de 2000 metrelere kadar alçalmıştır (Türkunal, 1950:26; Kurter, 1991:21; Kesici, 2005:19). Yirmiden fazla irili ufaklı buzula sahip olmasıyla Türkiye’nin en önemli buzul sahasında olan Cilo Dağı’nda (Erinç, 1953;103-104; Doğu Karadeniz Bölgesel Gelişme Planı, 2000:3; Günal, 2013:10) yazlar çok sıcak ve kurak olup, sert karasal iklim özellikleri görülmektedir.



Resim 8. Cilo Dağındaki buzullar

Kaynak: Bahadır ve Dikbaş, 2011:3

Meteoroloji Müdürlüğü'nün Hakkâri istasyonundaki verilere göre yörede yıllık ortalama yağış miktarı 782 mm civarındadır (Çizelge 4) (MGM Ortalama Değer, 2017). Bu saha da karasal iklime rağmen buzulların görülmesi ve gelişimi bakı etkisi, sahanın çok eğimli ve yarılmanın çok fazla olması ile ilgilidir. Yarılmaya bağlı olarak bölgede gölge etkisi çok fazladır. Aynı zamanda kış aylarında düşen yağışların kar şeklinde olması bölgeyi buzullar bakımından zengin kılmıştır. Bölgede dikkat çeken bir olay da yağış getiren rüzgârların güney ve güneybatı istikametinde olmasına rağmen buzulların kuzey ve kuzeydoğu yamaçlardadır. Burada belirleyici olan etken kuzey yönlü yamaçlarda yarılmanın ve gölge etkisinin fazla olmasıdır. Bu sahada üç büyük buzul bulunmaktadır (Resim 8). Bunlar; Erineç Buzulu, Cennet – Cehennem vadisi Buzulları ve İzbrak (Uludoruk) Buzuludur (Bahadır ve Dikbaş, 2011:3). Erineç buzulunda 1990 yılında buzul alanının 1,68 km² iken 2000 yılında bu alanın 1,22 km²'ye gerilediği, buzul yüksekliğinin 2900 metrede olduğu görülmüştür. Çıkan sonuca göre buzul alanında yaklaşık %25 oranında bir gerileme sözkonusu olmuştur (Bahadır ve Dikbaş, 2011:3) Mia Hvara (Cennet – Cehennem) vadisinde bulunan Batı buzulunun 1990 da 1,6 km², 2000 yılında ise bu alanın 1,2 km²'ye gerilediği, Orta buzulun ise aynı yıllar baz alınarak 1,3 km²'den 0,88 km²'ye Doğu buzulunun ise yine 1,98 km²'den 1,3 km²'ye gerilemiştir. Bu duruma göre Cennet – Cehennem vadisindeki

buzul alanında yaklaşık olarak %30 – 40 oranında bir kayıp yaşanmıştır (Bahadır ve Dikbaş, 2011:4). İzbırak (Uludoruk, Gelyasin) Buzul alanınının 1990 yılında 1,98 km², 2000 yılında ise 1,3 km² ye düşmüştür. Bu durumda sahadaki mevcut buzulların hızlı sayılacak bir şekilde erimeye maruz kaldığı ve parçalanmaların meydana geldiği görülmektedir (Çiner 2003:64; Bahadır ve Dikbaş, 2011:4).

Çizelge 4. 1926 – 2016 yılları ortalama değerlerine göre Hakkâri'nin yağışlı gün sayısı, miktarı ve güneşlenme süresinin aylara göre durumu

	Ocak	Şubat	Mart	Nisan	Ekim	Kasım	Aralık	Yıllık
Sıcaklık	-4.6	-3.2	2.1	8.2	13.0	5.3	-1.6	10.3
Güneşlenme Süresi	4.0	5.2	5.6	6.4	7.2	5.2	3.6	91.9
Yağışlı Gün Sayısı	11.0	10.7	12.9	13.2	8.4	8.5	9.8	94.6
Aylık Toplam Yağış Miktarı	91.4	106.5	120.2	126.1	62.1	87.2	94.4	782.7

Kaynak: MGM Ortalama Değer, 2017

Cilo ve Sat dağlarının haritalarının çıkartılması amacıyla 1900 yılında F. R. Maunsel tarafından çeşitli araştırmalar yapılmıştır. Ludwig Krenek ve Ludwig Sperlich Cilo ve Sat dağlarına ilk tırmanışı 1931 yılında gerçekleştirmişlerdir. İkinci tırmanış 8 Eylül 1937 - 8 Ekim 1937 tarihleri arasında Berlin Üniversitesinden Hans Bobek başkanlığındaki, 5 kişilik ekip tarafından yapılmış ve Reşko zirvesi (4136 m.) dahil olmak üzere 20 ana zirveye ilk kez tırmanılmıştır (Dağcılık Federasyonu, 2017).

1962 yılında Bemhard Maidl ve Rudiger Steuer, Cilo Dağları'na yaptıkları tırmanışta Uludoruk zirvesinin (4136 m.) kuzey duvarının büyük buzulu üzerinden ilk defa çıkmışlardır. 1966 yılında Doug Scott ve Brian Watts Cilo Dağları'ndaki Göl Dağı kuzeydoğu duvarını, 1967'de Martin Lutterjohann ve Herbert Zehetner Uludoruk zirvesinin batı yüzünün ve Suppa Durek'in (4.116 m.) doğu duvarınının ilk tırmanışını gerçekleştirmişlerdir. 1967 yılında Andrzej Kus ve Andrzej Mroz, Uludoruk zirvesinin batı duvarındaki en teknik rota olan büyük çatlağına, 1969 yılında Toni Fuchs, Ise Fuchs, Muzaffer Erol Gez ve Servet Taş'tan oluşan Avusturya- Türk ekibi Cilo Dağlarının Köşe Direği tepesinin (3918 m.) doğu duvarına tırmanmışlardır (Dağcılık Federasyonu, 2017).

1945 yılında Cilo ve Sat dağlarında ilk Türk etkinliği organize edilmiş ve Gelyano zirvesini (3650 m.) de aşarak metreye kadar tırmanılabilmiş, Reşko zirvesine (4136m) ulaşamamıştır. Bu zirveye ilk Türk ekibinin çıkışı 5 Ağustos 1947 tarihinde MTA adına

araştırma yapan jeologlar Hayri Ünsal, Süleyman Türkunal, Ali Güzel, İbrahim Şenocak ve Avcı Osman tarafından yapılmıştır. 1948 yılında Dağcılık Federasyonu tarafından organize edilen ikinci tırmanışa Latif Osman Çıkıgil, Muvaffak Uyanık, Asım Kurt, Şinasi Barutçu katılmış ve Reşko zirvesine tırmanış gerçekleştirilmiştir. 1950’li yıllarda Manisa Tarzanı olarak bilinen Ahmeddin Çarлак, Manisa Dağcılık Kulübü ekibi ile birlikte Büyük Ağrı, Demirkazık ve Cilo Dağlarına tırmanışlardır. 1980’lerde bölgede terörün yayılması dağcılık faaliyetleri olumsuz etkilemiş ve Cilo Dağı tırmanışa kapatılmıştır (Dağcılık Federasyonu, 2017).

1938’de Cilo-Sat dağlarının Gevaruk Vadisi’nde keşfedilen ve yaklaşık 5000 yıllık olduğu varsayılan kaya resimleri, bölgenin önemli bir kültür turizmi potansiyeline sahip olduğunu göstermektedir. 1179 kaya resmi tespit edilmesine rağmen keşfedilmemiş kaya resimlerinin de olduğu düşünülmektedir. Bu resimler bölgedeki turizm çeşitlenmesine katkı sağlayabilecektir (Hakkâri Valiliği, 2010:149) Nitekim 20. Yüzyılın başlarına kadar bölgede kabileler halinde yaşayan nasturiler içinde Cilo önemli bir noktadır. Nasturiler Hıristiyanlıkta diofizit (çift tabiatlılık) inamışına sahip bir guruptur ve Hz. İsa’nın hem insan ve peygamber hem de tanrı kelamı olduğunu kabul etmektedirler. Nasturi kabilelerine ait köy yerleşmelerinde birçok kilise ve manastır günümüze ulaşmıştır (Top, 2010:197). Örneğin Orişe Kilisesi, Yüksekova’nın 24 km uzağındaki Dereiçi köyünde bulunmaktadır. Cilo dağlarından gelen iki derenin kesiştiği düzlükte kurulan kilise, köyün kuzeydoğusundadır. Kuzeyden güneye eğimli bir arazide, tepenin yamacına yakın bir yere kurulmuştur. Köy, kiliseyle birlikte terkedilmiş olup, meskûn halde değildir. Cilo dağlarına sağlayan bir alanda bulunması nedeniyle köy kültür turizmi açısından da kullanılabilir (Hakkâri Valiliği, 2010:235).

Ayrıca Cilo (buzul) dağları üzerindeki yaylalarda, doğa yürüyüşü, avcılık, foto safari ve kültür turizmi gibi turizm türlerine de olanak sunmaktadır (İncekara, 2001:137). Eşsiz güzellikteki buzulları, gölleri ve vadileri ile daha önce Milli Park ilan edilmesi teklif edilen ancak güvenlik sorunları nedeniyle teklifi sonuçlandırılmayan bölge turizm için çok değerli bir kaynaktır (Hakkâri Master Planı, 2012:121-122).

3. YÖNTEM

Araştırmada kullanılan anket formu, Aksu (2003)'nin çalışmasından faydalanılarak düzenlenmiştir (Ek 1). Araştırmanın evrenini Cilo Dağının hinterlandını oluşturan Hakkâri ve Van illerinde yaşayan yerli halk oluşturmaktadır. Çalışmanın evrenini oluşturan Hakkâri ve Van illerinde yaşayan yerli halka 01/10/2018 - 30/11/2018 tarihleri arasında anket formu uygulanarak çalışma için gerekli veriler elde edilmiştir.

3.1. Evren ve Örneklem

Araştırma kapsamında Cilo Dağı'nın hinterlandını oluşturan Hakkâri ve Van illerinde yaşayan yerli halk, Türkiye İstatistik Kurumunun 2018 yılı adrese dayalı nüfus kayıt sistemi sonuçları temel alınarak 1.410.254 kişi olarak belirlenmiştir. Araştırmada zaman ve maliyet sınırlılıkları nedeniyle örnekleme yoluna gidilmiştir. Örneklem, $n = \frac{Nt^2 pq}{(d^2 (N-1) + t^2 pq)}$ formülüyle; 0,05 hata payı, % 95 güven düzeyi, 5 güven aralığı ile örneklem sayısı 384 (Yamane, 2001:116-117) hesaplanmıştır. Örneklem hesaplanırken kullanılan formüldeki ifadeler şu şekildedir:

N: Hedef kitledeki birey sayısı	1.410.254
n: Örneklem alınacak birey sayısı	
p: İncelenen olayın gerçekleşme olasılığı	0.5
q: İncelenen olayın gerçekleşmeme olasılığı	0.5
t: Belli bir anlamlılık düzeyinde t tablosundan bulunan teorik değer	1.96
d: Olayın gerçekleşme olasılığına göre kabul edilen +/- örneklem hatası	0.05

Örneklem hesaplaması

$$n = \frac{1.410.254 \times (1,96)^2 \times (0,5) \times (0,5)}{(0,05)^2 \times (1.410.254 - 1) + (1,96)^2 \times (0,5) \times (0,5)}$$

$$n = 384$$

Örneklem sonucunda, araştırmanın %95 güven düzeyinde olması için en az 384 kişiyle yapılması gerektiğine karar verilmiştir. Kolayda örnekleme yoluyla 600 kişiye anket

uygulanmış, 486 anlamlı veri değerlendirmeye alınmıştır. Elde edilen veriler paket programıyla analiz edilmiştir.

3.2. Faktör Analizi

Araştırmada kullanılan anket formu dört bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde katılımcılara ait demografik bilgiler, ikinci bölümde bölgede kış turizminin gerçekleşmeme sebeplerinin neler olduğu, üçüncü bölümde kış turizminin gelişebilmesi için yapılması gerekenler ve dördüncü bölümde de bölgede kış turizminin gelişmesinin olası etkilerinin neler olduğu sorulmuştur. Bulgular analiz edilirken belirtilen sıralamaya göre verilecektir. Soruların katılımcılar açısından kaç farklı boyutta algılandığını belirlemek için faktör analizi uygulanmıştır. Faktör analizi, çok fazla olan değişkenler arasındaki ilişkilere dayanarak verilerin daha anlamlı ve özet bir biçimde sunulmasını sağlayan çok değişkenli bir analiz türüdür (Kurtuluş, 1985:482). Yani faktör analizi ölçülebilen ve görülebilen çok sayıdaki özelliğin arkasında yatan gerçek nedenleri, yani gözlenemeyen ve ölçülemeyen gizli boyutları ortaya çıkarmaya yaramaktadır (Yaşlıoğlu, 2017:75).

Faktör analizinin uygunluğu KMO testiyle ölçülmektedir ve KMO testinin değeri 0 ile 1 aralığında yer almaktadır. KMO değeri, herhangi bir değişkenin diğer değişkenler tarafından hatasız tahmin edilmesi halinde 1'e eşit olmaktadır. 0,8 üstü değerler mükemmel sayılabilmektedir (Büyüköztürk, 2002:481). KMO değerleri 0,50'nin altında kalması durumunda değişkenlerin analiz yapmaya uygun olmadığı ortaya çıkmaktadır. 0,50 ile 0,60 arası kötü, 0,60 ile 0,70 arası orta, 0,70 ile 0,80 arası iyi, 0,80 ve yukarısı mükemmel olarak yorumlanabilmektedir (Sharma, 1996:116; Durmuş vd., 2016:80) Faktör analizi sonucunda elde edilen döndürülmüş bileşenler matrisi, ölçeğin faktör sayısını göstermekle beraber hangi maddenin hangi faktöre ait olduğu hakkında bilgi içermektedir. Bu nedenle faktör yapısının oluşturulmasında "Rotated Component Matrix (Döndürülmüş bileşenler matrisi)" çizelgesi kullanılmıştır. Döndürülmüş bileşenler matrisi tablosindeki her bir maddenin hangi faktör altında en yüksek değere sahip olduğuna bakılmış ve maddeler gruplandırılarak faktör yapısı oluşturulmuştur.

3.3. Ölçeğe İlişkin Normal Dağılım ve Güvenilirlik Durumları

Verilerin normal dağılım gösterip göstermediğini incelemek amacıyla çarpıklık ve basıklık değerlerine bakılmıştır (Altunışık vd., 2007:155). Çarpıklık ve basıklık değerleri 0 olmamakla birlikte 0'a yaklaştıkça normal dağılıma uygun hale gelmektedir (Kalaycı vd., 2008:53). Burada dikkat edilmesi gereken unsur örneklem sayısının 40'tan az olmaması gereğidir (Lumley vd., 2002:153). Çarpıklık ve basıklık değerlerinin +1 ile -1 arasında olması durumunda dağılımın normal olduğuna kanıt olarak gösterilebilir (Morga vd., 2004:49; Büyüköztürk, 2007:40) Hair vd., 2014:34). Maddelerin güvenilirliğini hesaplamak için güvenilirlik katsayısı "Cronbach Alpha" kullanılmıştır. Güvenirlik katsayısı 0 ile +1 arasında değer alabilmektedir (Ergin, 1995:141; Öncü, 1997: 255; Tan ve Erdoğan, 2004:176) ve 1'e yaklaştıkça güvenilirliği artmaktadır (Aygın ve Eti Aslan, 2005:396). Çizelge 7'ye bakıldığında verilerin normal dağılım gösterdiği görülmektedir.

3.4. Araştırmanın Hipotezleri

Araştırmada kullanılan anket formuna faktör analizi uygulandığında beş alt bölümden oluştuğu (Çizelge 6) görülmüştür. Anket formunun ilk bölümünde demografik veriler ölçülmekte, ikinci bölümünde bölgede kış turizminin gerçekleşme sebeplerinin neler olduğunu belirten kış turizmini etkileyen iç ve dış faktörleri ölçmekte, üçüncü bölümde kış turizminin gelişebilmesi için yapılması gerekenler turistik arz gereksinimi faktörünü ölçmekte ve dördüncü bölümde de bölgede kış turizminin gelişmesinin olası etkilerinin neler olduğu ise turizmin algılanan pozitif ve negatif etkisi faktörünü ölçmektedir. Hipotezler kurulurken bu faktörlere (turizmi etkileyen iç ve dış faktörler, turistik arz gereksinimleri, turizmin algılanan negatif ve pozitif etkisi) göre oluşturulmuştur. Araştırmada üç temel hipotez kurulmuş ve hipotezlere uygun alt hipotezler geliştirilmiştir. Temel hipotezler şunlardır;

H₁: Yerel halkın bakış açısına göre kış turizmini etkileyen faktörler demografik özelliklere göre istatistiki olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H₂: Yerel halkın bakış açısına göre kış turizmini etkileyen faktörler arasında istatistiki olarak anlamlı bir ilişki vardır.

H₃: Yerel halkın bakış açısına göre kış turizmini etkileyen faktörler birbirlerini açıklamada istatistiksel olarak anlamlıdır.

3.5. Kullanılan İstatistiksel Yöntemler

İlk olarak sorulara verilen cevaplar frekans çizelgeleri yardımıyla açıklanmış veriler karşılaştırılmıştır. Daha sonra döndürülmüş bileşenler matrisi sonucunda elde edilen faktörlerin cinsiyet ve medeni durum açısından farklılık gösterip göstermediğini test etmek için bağımsız gruplar t testi uygulanmıştır. Fark testlerinin yapılması için aralık ölçeğinde ölçülmüş bir ölçeğin alt gruplardan oluşan sınıflı testler olması gerekmektedir. Bağımsız gruplar t testinde olduğu gibi medeni durum ve cinsiyet değişkeni iki alt gruptan oluşmaktadır. Daha fazla alt gruptan oluşan gelir, eğitim durumu ve yaş gruplarında fark testi yapılmak için tek yönlü varyans analizi (ANOVA) yapılmıştır. Bağımsız gruplar t testi ve Anova analizlerinde gruplar arası varyansın eşit olup olmamasına göre farklılık göstereceğinden grup varyanslarının eşitliği Levene testi ile yapılmıştır (Tahiroğlu vd., 2010: 241).

Homojenlik testi olarak kabul edilen Levene testinin p değerinin 0,05'ten büyük olması durumunda varyansların eşit dağıldığı (homojen), 0,05'ten küçük olmasında ise varyansların eşit dağılmadığı kabul edilecektir. Çizelgelerde verilen t testi ve anova sonucundaki değerler varyansın eşit dağılıp dağılmadığına göre hazırlanmıştır. Levene testi sonucunda homojen dağılmadığında ($p < 0,05$) Welch ve Brown-Forsythe testleri uygulanmıştır. İki test arasında Welch testi daha güçlü sonuçlar verdiği için (Durmuş vd., 2016:133) Welch testi sonuçlarına bakılmıştır. Welch testi sonucunda p değerlerinin 0,05'ten küçük olması durumunda anlamlı bir farklılık olduğu sonucuna varılmış ve farkın hangi faktörden kaynaklandığını bulmak için Tamhane's T2 Çizelgesine bakılmıştır. Tamhane Çizelgesinde p değerleri 0,05'ten küçük olan değerler arasında anlamlı bir fark olduğu anlaşılmış, farkın hangi tarafın lehine olduğunu anlamak için grup ortalamalarına bakılarak karar verilmiştir. Levene testi p değeri 0,05'ten küçük olduğunda t veya anova testinin p bölümündeki orana bakılmıştır. Bulunan oran 0,05'ten büyük ise faktörlerle alt gruplar arasındaki ortalamaları eşittir sonucuna ulaşılmış, 0,05'ten küçük ise faktörlerle alt gruplar arasındaki ortalamalarda farklılıklar olduğu kabul edilmiştir. Bu farklılıkların hangi alt faktörler arasında olduğunu anlamak için Tukey ve Scheffe testlerinde anlamlılık düzeyi 0,05'ten küçük gruplara bakılacak ve farklılığın hangi alt grubun lehine olup olmadığını anlamak için grup ortalamalarına değerlerine göre yorum yapılmıştır.

Alt faktörler arası ilişkinin bulunup bulunmadığını, varsa ilişkinin derecesinin ve yönünün ne olduğunu belirlemek için korelasyon analizi yapılmıştır. Değişkenler arasındaki ilişkinin yönünü ve derecesini, belli oranlı ölçekle ölçülen pearson korelasyon katsayısı ile ölçülmüştür. Pearson korelasyon katsayısının (r) 0,05'ten büyük olması durumunda iki değişken arasında ilişkinin olmadığına, 0,05'ten küçük olması durumunda da iki değişken arasında doğrusal ilişkinin olduğunu ifade etmektedir. Pearson korelasyon katsayısı +1 ile -1 arasında değer almakta olup, 1'e yaklaştıkça ilişkinin kuvveti artmakta, 0'a yaklaştıkça ilişkinin kuvveti azalmaktadır ve (-) negatif ve (+) pozitif yönde olduğunu göstermektedir.

Korelasyon analizi iki değer arasında ilişkinin olup olmadığını test etmekte ancak değişkenlerin birbirini nasıl etkilediğini açıklamamaktadır. Bağımlı ve bağımsız değişkenlerin birbirlerine etkilerini açıklamak için regresyon analizi uygulanmıştır. Faktör analizi sonucunda belirlenen her alt faktörün diğer faktörlerle ilişkisini belirlemek için basit doğrusal regresyon yapılmıştır. Regresyon analizi sonunda Anova değerinin 0,05'ten küçük olduğunda bağımsız değişkenin en az bir bağımlı değişkeni açıklamada anlamlı olacağı, 0,05'ten büyük olduğunda ise bağımsız değişkenin bağımlı değişkeni açıklamada anlamsız olacağını ifade etmektedir. Daha sonra her bir değişkenin t çizelgesindeki p ve t değerlerine bakılmış, p değerlerinin 0,05'in altında olanların modele anlamlı bir katkı sundukları, 0,05'in üstünde olanlarında modele anlamlı bir katkı sağlamadıkları ortaya konmuştur. Değişkenler arasındaki ilişkilerin incelenmesinde, korelasyon ve regresyon analizlerinin sınırlılıklarından dolayı yol analizi değerlerine de bakılabilir. Yol analizi, bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki doğrudan ve dolaylı ilişkileri ayrıştırılmasına ve hata değişkeninin kontrol altına alınmasına olanak sağlamakta ve ilişkinin gücünü göstermeye yardımcı olmaktadır (Anıl ve Güzeller, 2010:4). Son olarak bir değişkenin diğer değişken(ler)i hangi oranda açıkladığına bakmak için r^2 değerine bakılmış ve değişkenin açıklama gücü yüzde (%) olarak verilmiştir.



4. BULGULAR

Elde edilen veriler istatistiki paket program aracılığıyla değerlendirilmiştir. Çizelge 5'e bakıldığında araştırmada kullanılan anket formunun Kaiser-Mayer-Olkin ölçüsünün 0,80'den büyük olması mükemmel bir dağılıma sahip olduğunun göstergesidir. Ayrıca Barlett küresellik testi sonucunun tüm düzeylerde anlamlı olması ($p=.000$) değişkenler arasında faktör analizi yapmaya uygun ilişkilere sahip olduğunu göstermektedir.

Çizelge 5. Kış turizmini etkileyen faktörler ölçeğine ilişkin faktör analizi sonuçları
Kaiser-Mayer-Olkin (KMO) Örneklem

		,809
Ölçüm Değer Yeterliliği		
Barlett Testi	X ²	5243,195
	Sd.	378
	Sig.	,000

Faktör analizlerini değerlendirmede temel ölçüt faktör yük değerleridir. Çizelge 6'ya bakıldığında s24,s23,s22,s21,s20 ve s25 kış turizminin bölgeye olumsuz etkileri faktörünü (1. Faktör), s28,s27,s26,s30 ve s29 kış turizminin bölgeye olumlu etkilerini (2. Faktör), s12,s11,s13,s14 ve s17 kış turizmi için gerekli arz gereksinimlerini (3. Faktör), s2,s1,s3 ve s4 kış turizmini etkileyen iç faktörleri (4. Faktör), s8,s7,s6 ve s16 kış turizmini etkileyen dış faktörleri (5. Faktör) ölçektedir. Dolayısıyla, anket formunun ikinci bölümünde bölgede kış turizminin gerçekleşmeme sebeplerinin neler olduğu kış turizmini etkileyen iç ve dış faktörleri ölçmekte, üçüncü bölümde kış turizminin gelişebilmesi için yapılması gerekenler turistik arz gereksinimi faktörünü ölçmekte ve dördüncü bölümde de bölgede kış turizminin gelişmesinin olası etkilerinin neler olduğu ise turizmin algılana pozitif ve negatif etkisi faktörünü ölçmektedir. Ayrıca s5 ve s15 bölgede kalifiye personel eksikliğini, s9 ve s18 tanıtım ile ilgili sorunları ölçmektedir ve soru formuna bağlı kalmak ve verilen cevapları frekans çizelgelerinde göstererek yorumlayabilmek için s5,s9,s15 ve s18 soru formunun dışına çıkarılmamıştır. Döndürülmüş bileşenler matrisi Çizelge 6'da görüldüğü gibi faktör yüklerinin 0,50'den yüksek olması nedeniyle soruların faktörleri doğrudan ölçtüğü görülmektedir.

Çizelge 6. Kış turizmini etkileyen faktörler ölçeğine ilişkin döndürülmüş bileşenler matrisi çizelgesi

Maddeler	Döndürülmüş Faktör Yük Değerleri						
	1. Faktör (Turizmin Algılanan Pozitif Etkisi)	2. Faktör (Turizmin Algılanan Negatif Etkisi)	3. Faktör (Turistik Arz Gereksi- nimleri)	4. Faktör (Turistik Potansili Etkileyen İç Faktörler	5. Faktör (Turistik Potansili Etkileyen İç Faktörler)	6. Faktör	7. Faktör
s24	,820						
s23	,819						
s22	,810						
s21	,801						
s25	,721						
s20	,657						
s28		,830					
s27		,807					
s26		,763					
s30		,734					
s29		,681					
s12			,731				
s11			,684				
s13			,673				
s14			,621				
s17			,529				
s2				,826			
s1				,809			
s3				,735			
s4				,622			
s8					,798		
s7					,723		
s16					,625		
s6					,574		
s5						,809	
s15						,669	
s18							,779
s9							,750

Faktörlerin normal dağılıma uyup uymadığını anlamak için çarpıklık ve basıklık değerlerine bakılmıştır. Çizelge 7'ye bakıldığında faktörlerin çarpıklık ve basıklık değerlerinin -1 ile +1 arasında olması nedeniyle normal dağılıma uyduğu söylenebilir.

Çizelge 7. Kış turizmini etkileyen faktörler ölçeğinin alt boyutlarına ilişkin çarpıklık ve basıklık değerleri

	Turistik Potansiyeli Etkileyen İç Faktörler	Turistik Potansiyeli Etkileyen Dış Faktörler	Turistik Arz Gereksinimi Faktörü	Turizmin Algılanan Negatif Etkisi	Turizmin Algılanan Pozitif Etkisi
Çarpıklık	-,630	-,584	-,715	,075	-,911
Basıklık	,192	-,094	,226	-,342	,874

Faktörlerin güvenilirliğini anlamak için Cronbach Alpha (Çizelge 8) değerlerine bakıldığında kabul edilebilir oranda olduğu söylenebilir.

Çizelge 8. Kış turizmini etkileyen faktörler ölçeğinin alt boyutlarına ilişkin güvenilirlik katsayıları

	Turistik Potansiyeli Etkileyen İç Faktörler	Turistik Potansiyeli Etkileyen Dış Faktörler	Turistik Arz Gereksinimi Faktörü	Turizmin Algılanan Negatif Etkisi Faktörü	Turizmin Algılanan Pozitif Etkisi Faktörü	Toplam
Soru Sayısı	4	4	5	6	5	28
C. Alpha	,799	,691	,744	,867	,842	,842

4.1. Katılımcıların Demografik Bilgileri

Çizelge 9'da görüldüğü gibi katılımcıların %51,6'sı erkek, %49,4'ü kadınlardan oluşmaktadır. Katılımcıların %29'u 18-23 yaş aralığında, %32,1'i 24-29 yaş aralığında, %15,6'sı 30-35 yaş aralığında, %8,2'si 36-41 yaş aralığında, %8,8'i 42-50 yaş aralığındayken 50 ve üzeri yaş gurubunda bulunanların oranı %6,2'dir. Örneklem grubunda yer alanların %72,6'ü evli iken 24,4'ü bekârdır. Eğitim durumuna bakıldığında ; %8,6'sı ilköğretim, %38,9'u lise, %18,5'i ön lisans, %31,1'i lisans ve %2,9'u da lisansüstü eğitim kurumundan mezun olmuştur. Katılımcıların aylık kazançlarına bakıldığında %27,2'si 1000 Türk Lirasından az, %26,5'i 1000-1999 Türk Lirası arasında, %18,1'i 2000-2999 Türk Lirası arasında, %16,7'si 3000-3999 Türk Lirası arasında, %6,8'i 4000-4999 Türk Lirası arasındayken %4,7'lik kesim 5000 Türk Lirasından daha fazla olduğunu belirtmiştir.

Çizelge 9. Araştırmaya katılanların demografik özelliklerine ilişkin dağılımlar

Değişken	Gruplar	n	Yüzde (%)
Cinsiyet	Erkek	246	51,6
	Kadın	240	49,4
Yaş	18-23	141	29,0
	24-29	156	32,1
	30-35	76	15,6
	36-41	40	8,2
	42-50	43	8,8
	50+	30	6,2
	Medeni Durum	Evli	353
Bekâr		133	24,4
Eğitim Durumu	İlköğretim	42	8,6
	Lise	189	38,9
	Ön lisans	90	18,5
	Lisans	151	31,1
	Lisansüstü	14	2,9
	Gelir (TL)	0-999	132
1000-2000		129	26,5
2000-2999		88	18,1
3000-3999		81	16,7
4000-4999		33	6,8
5000+		23	4,7

Demografik faktörlerden cinsiyetle bölge turizmini etki eden faktörler arasında farklılaşma olup olmadığının ortaya konulması için bağımsız gruplar t-testi yapılmıştır.

Çizelge 10. Katılımcıların cinsiyetlerine göre kış turizmini etkileyen faktörlerin karşılaştırılması

Faktörler	Cinsiyet	n	\bar{x}	t	p	Levene (F)	Levene (p)
Turistik Potansiyeli Etkileyen İç Faktörler	Erkek	246	3,8770	1,763	,079	,060	0,807
	Kadın	240	3,7438				
Turistik Potansiyeli Etkileyen Dış Faktörler	Erkek	246	3,9146	,309	,757	,112	,738
	Kadın	240	3,8903				
Turistik Arz Gereksinimi Faktörü	Erkek	246	4,1358	,373	,710	5,042	,025
	Kadın	240	4,1125				
Turizmin Algılanan Negatif Etkisi Faktörü	Erkek	246	2,9180	1,167	,244	,072	,788
	Kadın	240	3,0139				
Turizmin Algılanan Pozitif Etkisi Faktörü	Erkek	246	4,1423	,994	,321	,189	,664
	Kadın	240	4,0729				

Levene testi sonucunda tüm faktörlerin p değerinin 0,05'ten büyük olması nedeniyle varyansların eşit dağıldığı görülmüştür. Levene testi sonucunda p değeri 0,05'ten büyük olan faktörlerinin t testine ilişkin analizlerin yorumlamasına geçilmiştir. Bağımsız gruplar t testi sonucunda da tüm faktörlerin p değerlerinin 0,05'ten büyük olması nedeniyle tüm faktörlerin cinsiyet değişkenine göre istatistiksel bakımından anlamlı bir fark olmadığı ortaya çıkmıştır. Böylece **H_{1.1}**: “Yerel halkın bakışına göre kış turizmini etkileyen iç faktörler cinsiyete göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.”, **H_{1.2}**: “Yerel halkın bakışına göre kış turizmini etkileyen dış faktörler cinsiyete göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.”, **H_{1.3}**: “Yerel halkın bakışına göre kış turizmini etkileyen turistik arz gereksinimleri faktörü açısından cinsiyete göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.”, **H_{1.4}**: “Yerel halkın algıladığı turizmin negatif etkisi faktörü açısından cinsiyetlere göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.” ve **H_{1.5}**: “Yerel halkın algıladığı turizmin pozitif etkisi faktörü açısından cinsiyetlere göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.” **hipotezleri kabul edilememiştir.**

Demografik faktörlerden medeni durum ile bölge turizmini etki eden faktörler arasında farklılaşma olup olmadığının ortaya koymak için de bağımsız gruplar t-testi yapılmıştır.

Çizelge 11. Katılımcıların medeni durumlarına göre kış turizmini etkileyen faktörlerin karşılaştırılması

Faktörler	Medeni Durum	n	\bar{x}	t	p	Levene (F)	Levene (p)																																												
Turistik Potansiyeli	Evli	353	3,7218	-1,450	,148	,454	,501																																												
Etkileyen İç Faktörler	Bekâr	133	3,8449					Turistik Potansiyeli	Evli	353	3,8747	-,436	,663	1,790	,182	Etkileyen Dış Faktörler	Bekâr	133	3,9131	Turistik Arz Gereksinimi Faktörü	Evli	353	4,1023	-,433	,665	,152	,697		Bekâr	133	4,1326	Turizmin Algılanan Negatif Etkisi Faktörü	Evli	353	2,8922	-1,093	,275	,593	,441		Bekâr	133	2,9929	Turizmin Algılanan Pozitif Etkisi Faktörü	Evli	353	4,0977	-,181	,857	2,630	,106
Turistik Potansiyeli	Evli	353	3,8747	-,436	,663	1,790	,182																																												
Etkileyen Dış Faktörler	Bekâr	133	3,9131					Turistik Arz Gereksinimi Faktörü	Evli	353	4,1023	-,433	,665	,152	,697		Bekâr	133	4,1326	Turizmin Algılanan Negatif Etkisi Faktörü	Evli	353	2,8922	-1,093	,275	,593	,441		Bekâr	133	2,9929	Turizmin Algılanan Pozitif Etkisi Faktörü	Evli	353	4,0977	-,181	,857	2,630	,106		Bekâr	133	4,1119								
Turistik Arz Gereksinimi Faktörü	Evli	353	4,1023	-,433	,665	,152	,697																																												
	Bekâr	133	4,1326					Turizmin Algılanan Negatif Etkisi Faktörü	Evli	353	2,8922	-1,093	,275	,593	,441		Bekâr	133	2,9929	Turizmin Algılanan Pozitif Etkisi Faktörü	Evli	353	4,0977	-,181	,857	2,630	,106		Bekâr	133	4,1119																				
Turizmin Algılanan Negatif Etkisi Faktörü	Evli	353	2,8922	-1,093	,275	,593	,441																																												
	Bekâr	133	2,9929					Turizmin Algılanan Pozitif Etkisi Faktörü	Evli	353	4,0977	-,181	,857	2,630	,106		Bekâr	133	4,1119																																
Turizmin Algılanan Pozitif Etkisi Faktörü	Evli	353	4,0977	-,181	,857	2,630	,106																																												
	Bekâr	133	4,1119																																																

Levene testi sonucunda tüm faktörlerin p değerinin 0,05'ten büyük olması nedeniyle varyansların eşit dağıldığı görülmüştür. Levene testi sonucunda p değeri 0,05'ten büyük olan faktörlerinin t testine ilişkin analizlerin yorumlamasına geçilmiştir. Bağımsız gruplar t testi sonucunda da tüm faktörlerin p değerlerinin 0,05'ten büyük olması nedeniyle tüm faktörlerin medeni durum değişkenine göre istatistiksel bakımdan anlamlı bir farklılık olmadığı ortaya çıkmıştır. Bundan dolayı **H_{1.6}**: “Yerel halkın bakışına göre kış turizmini etkileyen iç faktörler medeni duruma göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.”, **H_{1.7}**: “Yerel halkın bakışına göre kış turizmini etkileyen dış faktörler medeni duruma göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.”, **H_{1.8}**: “Yerel halkın bakışına göre kış turizmini etkileyen turistik arz gereksinimleri faktörü açısından medeni duruma göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.”, **H_{1.9}**: “Yerel halkın algıladığı turizmin negatif etkisi faktörü açısından medeni duruma göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.” ve **H_{1.10}**: “Yerel halkın algıladığı turizmin pozitif etkisi faktörü açısından medeni duruma göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.” **hipotezleri kabul edilememiştir.**

Demografik faktörlerden eğitim durumu ile bölge turizmini etki eden faktörler arasında farklılaşma olup olmadığının ortaya koymak için tek yönlü varyans analizi (ANOVA) yapılmıştır.

Çizelge 12. Katılımcıların eğitim durumlarına göre kış turizmini etkileyen faktörlerin karşılaştırılması

Faktörler	Levene		ANOVA		Welch	
	Levene	p	f	p	f	p
Turistik Potansiyeli Etkileyen İç Faktörler	1,488	,205	2,532	,040	2,355	,061
Turistik Potansiyeli Etkileyen Dış Faktörler	1,752	,137	,944	,438	1,328	,267
Turistik Arz Gereksinimi Faktörü	3,839	,004	3,340	,010	2,164	,081
Turizmin Algılanan Negatif Etkisi Faktörü	,194	,941	2,427	,047	2,237	,073
Turizmin Algılanan Pozitif Etkisi Faktörü	2,594	,036	9,183	,000	10,306	,000

Levene testi sonucunda p değerinin 0,05'ten büyük olduğu turizm potansiyeline etki eden iç ve dış faktörler ile turizmin algılanan negatif etkisinin varyanslarının eşit olduğu, turistik arz gereksinimi ve turizmin algılanan pozitif etkisinin varyanslarının eşit dağılmadığı görülmüştür. Turistik arz gereksinimi ve turizmin algılanan pozitif etkisinin varyansları eşit dağılmadığı için eğitim durumlarına göre farklılık göstermediği ortaya çıkmıştır. Bunun sonucunda iki faktör için Welch testi yapılmıştır. Turistik arz gereksinimi ile eğitim durumu arasındaki farkı ölçmek için Welch testinin p değerine bakılmış ve 0,05'ten büyük olması nedeniyle ($p=,081$) **H_{1.13}**: “Yerel halkın bakışına göre kış turizmini etkileyen turistik arz gereksinimleri faktörü açısından eğitim durumuna göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.” **hipotezi kabul edilememiştir.** Yerel halkın algıladığı turizmin pozitif etkisi ile eğitim durumu arasındaki farkı ölçmek için Welch testinin p değerine bakılmış ve 0,05'ten küçük olması nedeniyle ($p=,000$) **H_{1.15}**: “Yerel halkın algıladığı turizmin pozitif etkisi faktörü açısından eğitim durumuna göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.” **hipotezi kabul edilmiştir.** Farkın hangi boyutlardan kaynaklandığını bulmak için Tamhane çizelgesine bakılmış ve p değeri 0,05'in altındakiler anlamlı kabul edilmiş ve Çizelge 13'te gösterilmiştir. Çizelge 13'te görüldüğü gibi ilköğretim ile lise, ön lisans, lisans ve yüksek lisans mezunları arasında anlamlı farklılıklar olduğu görülmüştür. Farklılığın hangi grubun lehine olduğunu anlamak için ortalama değerlere (Çizelge 13) bakıldığında, en az ilköğretim mezunlarında, daha sonra lisans mezunlarında, ön lisans mezunlarında, lisans mezunlarında ve yüksek lisans mezunlarında olduğu ortaya çıkmıştır. Dolayısıyla eğitim düzeyi arttıkça yerel halkın turizmin pozitif etkisine olan bakışta artmaktadır.

Çizelge 13. Turizmin algılanan pozitif etkisi faktörü ile eğitim durumunun karşılaştırılması

(I) Eğitim Durumunuz Nedir?	n	\bar{x}	(J) Eğitim Durumunuz Nedir?	Ortalamalar Arasındaki Fark (I-J)	Standart Hata	p
İlköğretim	42	3,5833	Lise	-,43783*	,12755	,010
			Önlisans	-,56944*	,14051	,001
			Lisans	-,73124*	,12312	,000
			Lisansüstü	-,75595*	,19270	,005
Lise	189	4,0212	İlköğretim	,43783*	,12755	,010
			Lisans	-,29341*	,07791	,002
Önlisans	90	4,1528	İlköğretim	,56944*	,14051	,001
Lisans	151	4,3393	İlköğretim	,73124*	,12312	,000
			Lise	,29341*	,07791	,002
Lisansüstü	14	4,1080	İlköğretim	,75595*	,19270	,005

Levene testi sonucunda p değeri 0,05'ten büyük olan turizm potansiyeline etki eden iç ve dış faktörler ile turizmin algılanan negatif etkisi faktörlerinin anova analizi yorumlamasına geçilmiştir. Anova analizi sonucunda p değeri 0,05'ten büyük olduğu için **H_{1.12}**: “Yerel halkın bakışına göre kış turizmini etkileyen dış faktörler eğitim durumuna göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.” **hipotezi kabul edilememiştir.** Anova analizi sonucunda p değerleri 0,05'ten küçük olan turistik potansiyele etki eden iç faktörler (,040) ve turizmin algılanan negatif etkisi faktörünün (,047) eğitim durumuna göre farklılık gösterdiği ortaya çıkmıştır. Farklılıkların hangi gruplar arasında olduğunu bulmak için Tukey testi yapılmıştır. Çizelge 14'te görüldüğü gibi turizmin algılanan negatif etkisinde ilköğretim ve lisans arasında anlamlı bir fark (p=,035) olduğu, turistik potansiyele etki eden iç faktörlere ilişkin anlamlı bir fark olmadığı görülmüştür. Dolayısıyla **H_{1.11}**: “Yerel halkın bakışına göre kış turizmini etkileyen iç faktörler eğitim durumuna göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.” **hipotezi kabul edilememiş, H_{1.14}**: “Yerel halkın algıladığı turizmin negatif etkisi faktörü açısından eğitim durumuna göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.” **hipotezi kabul edilmiştir.** Hangi eğitim düzeyinde turizmin algılanan negatif etkisinin daha fazla olduğunu görmek için açıklama çizelgesine bakılmıştır. Çizelge 14'te görüldüğü gibi lisans mezunlarının turizmin

bölgeye olumsuz etkileri olacağını ilköğretim mezunlarına göre daha fazla düşünmektedirler.

Çizelge 14. Turizmin algılanan pozitif etkisi faktörü ile eğitim durumunun karşılaştırılması

(I) Eğitim			(J) Eğitim		Ortalamalar Arasındaki Fark (I-J)	Standart Hata	p
Durumunuz Nedir?	n	\bar{x}	Durumunuz Nedir?				
İlköğretim	42	2,6310	Lisans		-,45073*	,15705	,035
Lisans	151	3,0817	İlköğretim		,45073*	,15705	,035

Demografik faktörlerden yaş ile bölge turizmine etki eden faktörler arasında farklılaşma olup olmadığının ortaya koymak için tek yönlü varyans analizi (ANOVA) yapılmıştır.

Çizelge 15. Katılımcıların yaş durumlarına göre kış turizmini etkileyen faktörlerin karşılaştırılması

Faktörler	Levene		ANOVA		Welch	
	f	p	f	p	f	p
Turistik Potansiyeli Etkileyen İç Faktörler	3,065	,010	5,364	,000	3,902	,002
Turistik Potansiyeli Etkileyen Dış Faktörler	,572	,722	1,782	,115	1,561	,175
Turistik Arz Gereksinimi Faktörü	2,037	,072	2,992	,011	2,964	,014
Turizmin Algılanan Negatif Etkisi Faktörü	,617	,687	,673	,644	,650	,662
Turizmin Algılanan Pozitif Etkisi Faktörü	,840	,521	3,312	,006	2,956	,015

Levene testi sonucunda p değerinin 0,05'ten büyük olduğu turistik potansiyeli etkileyen dış faktörler, turistik arz gereksinimi faktörü, turizmin algılanan negatif ve pozitif etkisi faktörlerinin varyanslarının eşit olduğu, turizm potansiyelini etkileyen iç faktörler varyansının eşit dağılmadığı görülmüştür. Turizm potansiyelini etkileyen iç faktörlerin varyansları eşit dağılmadığı için Welch testi yapılmıştır. Turizm potansiyelini etkileyen iç faktörlerle yaş durumu arasındaki farkı ölçmek için Welch testinin p değerlerine bakılmış, p değerlerinin 0,05'ten küçük olması (Çizelge 15) nedeniyle **H_{1.16}**: “Yerel halkın bakışına göre kış turizmini etkileyen iç faktörler yaş durumuna göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.” **hipotezi kabul edilmiştir.** Farkın hangi boyutlardan kaynaklandığını bulmak için Tamhane çizelgesine bakılmış (Çizelge 16) ve p değeri 0,05'in altındakiler anlamlı kabul edilmiştir. 18-23 yaş aralığı ile 42-50 yaş aralığındakiler arasında

(,010) anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Farkın hangi grupta fazla olduğunu anlamak için ortalama değerlerine bakılmış (Çizelge 16) ve 18-23 yaş aralığında olanlar 42-50 yaş aralığına göre kış turizmini etkileyen iç faktörlerin daha etkili olduğunu ifade etmişlerdir.

Çizelge 16. Turistik potansiyeli etkileyen iç faktörler ile yaş durumunun karşılaştırılması

(I) Yaşınız Kaçtır?	n	\bar{x}	(J) Yaşınız Kaçtır?	Ortalamalar Arasındaki Fark (I-J)	Standart Hata	p
18-23	141	3,9805	42-50	,64329*	,17815	,010
42-50	43	3,3372	18-23	-,64329*	,17815	,010

Levene testi sonucunda p değeri 0,05'ten büyük olan turistik potansiyeli etkileyen dış faktörler, turistik arz gereksinimi, turizmin algılanan negatif ve pozitif etkisi faktörlerinin anova analizi yorumlamasına geçilmiştir. Anova analizi sonucunda p değerleri 0,05'ten küçük olmadığı için, turistik potansiyeli etkileyen dış faktörler (,115) ile turizmin algılanan negatif (,644) etkisi faktörlerinin yaş açısından anlamlı bir farkının olmadığı görülmüştür. Dolayısıyla **H_{1.17}**: “Yerel halkın bakışına göre kış turizmini etkileyen dış faktörler yaş durumuna göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.” ve **H_{1.19}**: “Yerel halkın algıladığı turizmin negatif etkisi faktörü açısından yaş durumuna göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.” **hipotezleri kabul edilememiştir.**

Demografik faktörlerden gelir durumu ile bölge turizmini etki eden faktörler arasında farklılaşma olup olmadığının ortaya koymak için tek yönlü varyans analizi (ANOVA) yapılmıştır. Anova analizi sonucunda p değerleri 0,05'ten küçük olan turistik arz gereksinimi (,011) ve turizmin algılanan pozitif etkisi (,006) faktörlerinin yaş durumuna göre farklılık gösterdiği ortaya çıkmıştır. Farklılıkların hangi gruplar arasında olduğunu bulmak için Tukey ve Scheffe testleri yapılmıştır. Çizelge 17'de görüldüğü gibi turistik arz gereksinimi ve turizmin algılanan pozitif etkisi faktörlerinin yaş durumuna herhangi bir alt boyutta anlamlı fark göstermediği ortaya çıkmıştır. Dolayısıyla **H_{1.18}**: “Yerel halkın bakışına göre kış turizmini etkileyen turistik arz gereksinimleri faktörü açısından yaş durumuna göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.” ve **H_{1.20}**: “Yerel halkın algıladığı turizmin pozitif etkisi faktörü açısından yaş durumuna göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.” **hipotezleri kabul edilememiştir.**

Demografik faktörlerden gelir durumu ile bölge turizmini etki eden faktörler arasında farklılaşma olup olmadığının ortaya koymak için tek yönlü varyans analizi (ANOVA) yapılmıştır.

Çizelge 17. Katılımcıların gelir durumlarına göre kış turizmini etkileyen faktörlerin karşılaştırılması

Faktör	Levene		ANOVA		Welch	
	f	p	f	p	f	p
Turistik Potansiyeli Etkileyen İç Faktörler	4,175	,001	2,794	,017	2,738	,022
Turistik Potansiyeli Etkileyen Dış Faktörler	2,307	,043	3,775	,002	3,464	,006
Turistik Arz Gereksinimi Faktörü	,987	,425	2,070	,068	1,990	,085
Turizmin Algılanan Negatif Etkisi Faktörü	,307	,909	1,582	,163	1,601	,165
Turizmin Algılanan Pozitif Etkisi Faktörü	1,511	,185	1,403	,222	1,277	,278

Levene testi sonucunda p değerinin 0,05'ten büyük olduğu turistik arz gereksinimi ile turizmin algılanan pozitif ve negatif etkisinin varyanslarının eşit olduğu, turizm potansiyelini etkileyen iç ve dış faktörlerinin varyanslarının eşit dağılmadığı görülmüştür. Turizm potansiyelini etkileyen iç ve dış faktörlerin varyanslarının eşit dağılmadığı için gelir durumlarına göre farklılık göstermediği ortaya çıkmıştır. Bunun sonucunda iki faktör için Welch testi yapılmıştır. Turizm potansiyelini etkileyen iç ve dış faktörlerle eğitim durumu arasındaki farkı ölçmek için Welch testinin p değerlerine bakılmıştır. İki faktörün de p değerlerinin 0,05'ten küçük olması (Çizelge 17) nedeniyle **H_{1.21}**: “Yerel halkın bakışına göre kış turizmini etkileyen iç faktörler gelir durumuna göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.” ve **H_{1.22}**: “Yerel halkın bakışına göre kış turizmini etkileyen dış faktörler gelir durumuna göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.” **hipotezleri kabul edilmiştir.** Farkın hangi boyutlardan kaynaklandığını bulmak için Tamhane çizelgesine bakılmış (Çizelge 18) ve p değeri 0,05'in altındakiler anlamlı kabul edilmiştir. Çizelge 18'de görüldüğü gibi kış turizmini etkileyen iç faktörlerden 0-999 TL ile 1000-1999 TL arasında gelire, kış turizmini etkileyen dış faktörlerden 4000-4999 TL ile 5000 TL üzerindeki arasında anlamlı bir fark olduğu kabul edilmiştir. Ardaki farkın hangisi lehine olduğunu anlamak için açıklama çizelgesine (Çizelge 18) bakılmıştır. Çizelge 18'de görüldüğü üzere, 0-999 TL arası gelir alanlar, 1000-1999 TL arasında gelir alanlara göre kış turizmini etkileyen iç faktörlerin daha fazla önem taşıdığını belirtmişlerdir. 5000

TL ve üzeri gelire sahip olanlar, 4000-4999 arasında gelir alanlara göre kış turizminin algılanan pozitif etkisi faktörünün daha fazla etkiye sahip olduklarını belirtmişlerdir.

Çizelge 18. Turistik potansiyeli etkileyen iç faktörler ve turizmin algılanan pozitif etkisi faktörlerinin gelir durumuna göre karşılaştırılması

Bağımlı Değişken	Aylık Toplam Geliriniz Kaçtır? (TL)			Aylık Toplam Geliriniz Kaçtır? (TL)			Standart Hata	p
	n	\bar{x}		n	\bar{x}	Ortalamalar Arasındaki Fark (I-J)		
Turistik Potansiyeli	0-999	132	3,9962	1000-1999		,28110*	,09358	,043
Etkileyen İç Faktörler	1000-1999	129	3,7151	0-999		-,28110*	,09358	,043
Turizmin Algılanan Pozitif Etkisi Faktörü	4000-4999	33	3,4848	5000+		-,76153*	,24534	,045
	5000+	23	4,2464	4000-4999		,76153*	,24534	,045

Levene testi sonucunda p değeri 0,05'ten büyük olan turizm potansiyeline etki eden, turistik arz gereksinimi ile turizmin algılanan negatif ve pozitif etkisi faktörlerinin anova analizi yorumlamasına geçilmiştir. Anova analizi sonucunda p değeri 0,05'ten büyük olduğu için **H_{1.23}**: “Yerel halkın bakışına göre kış turizmini etkileyen turistik arz gereksinimleri faktörü açısından gelir durumuna göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.”, **H_{1.24}**: “Yerel halkın algıladığı turizmin negatif etkisi faktörü açısından gelir durumuna göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.” ve **H_{1.25}**: “Yerel halkın algıladığı turizmin pozitif etkisi faktörü açısından gelir durumuna göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.” **hipotezleri kabul edilememiştir.**

4.2. Bölgede Kış Turizmi Gerçekleşmemesinin Nedenleri

Bu bölümde bölgedeki kış turizminin gelişmeme nedenleriyle alakalı sorular sorulmuştur. 5’li likert ölçeğine göre katılma dereceleri 1= hiç etkili değildir; 2= az etkilidir; 3= orta düzeyde etkilidir; 4= çok etkilidir; 5= çok fazla etkilidir şeklindedir ve uygun olan seçeneğin işaretlenmesi istenmiştir. Frekans, yüzde, ortalama ve standart sapma değerleri tablolastırılmış ve karşılaştırma yapılmıştır.

Çizelge 19. Araştırmaya katılanların bölgede kış turizminin gerçekleşmeme sebepleri ile ilgili ifadelere katılım düzeylerine ilişkin frekans, yüzde, aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri

İfadeler	Hiç etkili değildir		Az etkilidir		Orta düzeyde etkilidir		Çok etkilidir		Çok fazla etkilidir		Aritmetik Ortalama \bar{x}	Standart Sapma s.s.
	f	%	F	%	f	%	f	%	f	%		
Konaklama tesislerinin yetersizliği	6	1,2	67	13,8	104	21,4	170	35,0	139	28,6	3,76	1,052
Mekanik tesislerin yetersizliği	9	1,9	59	12,1	116	23,9	175	36,0	127	26,1	3,72	1,038
Eğlence olanaklarının yetersizliği	6	1,2	72	14,8	99	20,4	148	30,5	161	33,1	3,79	1,095
Ulaşım olanaklarının yetersizliği	5	1,0	52	10,7	87	17,9	152	31,3	190	39,1	3,97	1,045
Kış turizminde çalışacak kalifiye personel yetersizliği	15	3,1	122	25,1	130	26,7	126	25,9	93	19,1	3,33	1,137
Bölgenin veya ülkenin içinde olduğu ekonomik sorunlar	6	1,2	58	11,9	100	20,6	153	31,5	169	34,8	3,87	1,061
Bölgenin veya ülkenin içinde olduğu siyasal sorunlar	10	2,1	73	15,0	75	15,4	120	24,7	208	42,8	3,91	1,168
Güvenlik sorunları	8	1,6	62	12,8	84	17,3	134	27,6	198	40,7	3,93	1,112
Bölgenin yeterli tanıtımının yapılamaması veya tanıtımın yanlış yapılması	2	0,4	35	7,2	61	12,6	119	24,5	269	55,3	4,27	,966

Aritmetik ortalamalara bakılarak katılımcıların bölgede kış turizmi gerçekleşmemesinin en büyük nedeninin tanıtımın yapılmaması veya tanıtımın yanlış yapılmasından ($\bar{x}=4,27$) kaynaklandığını belirtmişlerdir. Nitekim anket formunda ilave etmek isteğiniz sorusu sorulduğunda da katılımcıların en fazla belirttiği noktanın tanıtım ve yanlış algıdan kaynaklandığını belirtmeleridir. İkinci neden ise ulaşım olanaklarının yeterli olmayışı ($\bar{x}=3,97$) gelmektedir. Bölgenin coğrafi yapısının da bunda bir etkisi olmaktadır. Daha sonraki nedenler sırasıyla güvenlik ($\bar{x}=3,93$), ekonomik nedenler ($\bar{x}=3,87$), eğlence olanaklarının yetersizliği ($\bar{x}=3,79$), konaklama ($\bar{x}=3,76$) ve mekanik tesislerin yetersizliği ($\bar{x}=3,72$) gelmektedir. Nitekim katılımcılar bölgede çalışacak kalifiye personel yetersizliğinin ($\bar{x}=3,33$) en az etkili sebep olduğunu belirtmişlerdir.

Turistik potansiyeli etkileyen faktörlerin turistik arz gereksinimleriyle ve turizmin algılanan etkisiyle bir ilişkisinin olup olmadığını anlamak için korelasyon analizi

yapılmıştır. Çizelge 20’de görüldüğü gibi turistik potansiyeli etkileyen iç faktörlerle turizmin algılanan negatif etkisi arasında doğrusal bir ilişki yoktur ($p>0,05$). Dolayısıyla **H_{2.3}**: “Turistik potansiyeli etkileyen iç faktörlerle turizmin algılanan negatif etkisi arasında doğrusal bir ilişki vardır.” **hipotezi kabul edilememiştir**. Turistik potansiyeli etkileyen iç faktörlerle turistik potansiyeli etkileyen dış faktörlerle ($r=,334$), turistik arz gereksinimi ($r=,331$) ve turizmin algılanan pozitif etkisi üzerinde ($r=,283$) %5 önem derecesinde ($p<0,05$) düşük düzeyli bir ilişki olduğu ortaya çıkmıştır. Böylece **H_{2.1}**: “Turistik potansiyeli etkileyen iç faktörlerle turistik potansiyeli etkileyen dış faktörler arasında doğrusal bir ilişki vardır.”, **H_{2.2}**: “Turistik potansiyeli etkileyen iç faktörlerle turistik arz gereksinimleri faktörü arasında doğrusal bir ilişki vardır.” ve **H_{2.4}**: “Turistik potansiyeli etkileyen iç faktörlerle turizmin algılanan pozitif etkisi faktörü arasında doğrusal bir ilişki vardır.” **hipotezi kabul edilmiştir**.

Çizelge 20. Turistik potansiyeli etkileyen faktörler ile diğer faktörler arasındaki korelasyon analizi

Faktörler		Turistik Potansiyeli Etkileyen İç Faktörler	Turistik Potansiyeli Etkileyen Dış Faktörler	Turistik Arz Gereksinimi Faktörü	Turizmin Algılanan Negatif Etkisi Faktörü	Turizmin Algılanan Pozitif Etkisi Faktörü
Turistik Potansiyeli Etkileyen İç Faktörler	r	1	,334**	,331**	,026	,283**
	p		,000	,000	,568	,000
	n	486	486	486	486	486
Turistik Potansiyeli Etkileyen Dış Faktörler	r	,334**	1	,147**	,057	,206**
	p	,000		,001	,206	,000
	n	486	486	486	486	486

Çizelge 20’de görüldüğü gibi turistik potansiyeli etkileyen dış faktörlerle turizmin algılanan negatif etkisi arasında doğrusal bir ilişki yoktur ($p>0,05$). Dolayısıyla **H_{2.7}**: “Turistik potansiyeli etkileyen dış faktörlerle turizmin algılanan negatif etkisi arasında doğrusal bir ilişki vardır.” **hipotezi kabul edilememiştir**. Turistik potansiyeli etkileyen iç faktörlerle turistik potansiyeli etkileyen dış faktörler ($r=,334$), turistik arz gereksinimi faktörü ($r=,147$) ve turizmin algılanan pozitif etkisi faktörü üzerinde ($r=,206$) %5 önem derecesinde ($p<0,05$) düşük düzeyli bir ilişki olduğu ortaya çıkmıştır. Böylece **H_{2.5}**: “Turistik potansiyeli etkileyen dış faktörlerle turistik potansiyeli etkileyen iç faktörler

arasında doğrusal bir ilişki vardır.”, **H2.6:** “Turistik potansiyeli etkileyen dış faktörlerle turistik arz gereksinimleri arasında doğrusal bir ilişki vardır.” ve **H2.8:** “Turistik potansiyeli etkileyen dış faktörlerle turizmin algılanan pozitif etkisi arasında doğrusal bir ilişki vardır.” **hipotezleri kabul edilmiştir.** Turistik potansiyeli etkileyen faktörlerin turistik arz gereksinimi ve turizmin algılanan etkisi faktörleriyle ilişkisinin olup olmadığını, varsa da yönünü anlamak için regresyon analizi yapılmıştır.

Çizelge 21. Turistik potansiyele etki eden iç faktörler ile turistik potansiyele etki eden diğer faktörler arasındaki regresyon analizi

Faktör	Turistik Potansiyeli Etkileyen Dış Faktörler	Turistik Arz Gereksinimi Faktörü	Turizmin Algılanan Negatif Etkisi Faktörü	Turizmin Algılanan Pozitif Etkisi Faktörü
β	,268	,253	-,050	,156
t	6,461	5,860	5,860	3,616
p	,000	,000	,224	,000
F	33,108			
r	,465			
r^2	,216			
p	,000			

Regresyon analizi sonunda (Çizelge 21 ve Çizelge 22) Anova değerinin 0,05'ten küçük olduğu için turistik potansiyeli etkileyen iç ve dış faktörlerin en az bir değişkeni açıklamada anlamlı olduğu görülmektedir. Çizelge 21'de görüldüğü gibi turistik potansiyeli etkileyen iç faktörler, potansiyeli etkileyen dış faktörlerle ($p < 0,05$), turistik arz gereksinimleriyle ($p < 0,05$) ve turizmin algılanan pozitif etkisiyle ilişkilidir ($p < 0,05$) ancak turizmin algılanan negatif etkisiyle ($p > 0,05$) bir ilişkisi yoktur. Bu doğrultuda **H3.1:** “Turistik potansiyeli etkileyen iç faktörlerle turistik potansiyeli etkileyen dış faktörleri açıklamada istatistiksel olarak anlamlıdır.”, **H3.2:** “Turistik potansiyeli etkileyen iç faktörler turistik arz gereksinimleri açıklamada istatistiksel olarak anlamlıdır.” ve **H3.4:** “Turistik potansiyeli etkileyen iç faktörler turizmin algılanan pozitif etkisini açıklamada istatistiksel olarak anlamlıdır.” **hipotezleri kabul edilmiş, H3.3:** “Turistik potansiyeli etkileyen iç faktörler turizmin algılanan negatif etkisini faktörünü açıklamada istatistiksel olarak anlamlıdır.” **hipotezleri kabul edilememiştir.** r^2 değerine bakıldığında turistik potansiyeli etkileyen iç faktörlerin, turistik potansiyeli etkileyen dış faktörleri, turistik arz gereksiniminin ve

turizmin algılanan pozitif etkisinin %21,6'sını açıkladığı görülmüştür. Diğer yandan turistik potansiyeli etkileyen iç faktörler turistik potansiyeli etkileyen dış faktörleri ($\beta = ,268$), turistik arz gereksinimini ($\beta = ,253$) ve turizmin algılanan pozitif etkisini ($\beta = ,156$) olumlu etkilediği görülmüştür.

Çizelge 22. Turistik potansiyele etki eden dış faktörleri ile turistik potansiyele etki eden diğer faktörler arasındaki regresyon analizi

Faktör	Turistik Potansiyeli Etkileyen İç Faktörler		Turistik Arz Gereksinimi	Turizmin Algılanan Negatif Etkisi	Turizmin Algılanan Pozitif Etkisi
		β	,298	,007	,116
Turistik Potansiyeli Etkileyen Dış Faktörler	t	6,461	,143	2,523	,851
	p	,000	,887	,012	,395
	F	17,420			
	r	,356			
	r^2	,119			
	p	,000			

Çizelge 22’de görüldüğü gibi turistik potansiyeli etkileyen dış faktörlerin turistik potansiyeli etkileyen iç faktörlerle ($p < 0,05$) ve turizmin algılanan negatif etkisiyle ($p < 0,05$) ilişkisi varken turistik arz gereksinimleriyle ($p > 0,05$) ve turizmin algılanan pozitif etkisiyle ($p > 0,05$) ilişkisi yoktur. Dolayısıyla **H3.5:** “Turistik potansiyeli etkileyen dış faktörler turistik potansiyeli etkileyen iç faktörleri açıklamada istatistiksel olarak anlamlıdır.” ve **H3.7:** “Turistik potansiyeli etkileyen dış faktörler turizmin algılanan negatif etkisini açıklamada istatistiksel olarak anlamlıdır.” **hipotezleri kabul edilmiş**, **H3.6:** “Turistik potansiyeli etkileyen dış faktörler turistik arz gereksinimlerini açıklamada istatistiksel olarak anlamlıdır.” ve **H3.8:** “Turistik potansiyeli etkileyen dış faktörler turizmin algılanan pozitif etkisini açıklamada istatistiksel olarak anlamlıdır.” **hipotezleri kabul edilememiştir.** r^2 değerine bakıldığında turistik potansiyeli etkileyen dış faktörler, turistik potansiyeli etkileyen iç faktörlerin ve turizmin algılanan negatif etkisinin %11,9’unu açıklamaktadır. Diğer yandan turistik potansiyeli etkileyen iç faktörler turistik potansiyeli etkileyen dış faktörleri ($\beta = ,298$) ve turizmin algılanan pozitif etkisini ($\beta = ,116$) olumlu etkilediği görülmüştür. Ülkenin ve bölgenin içinde bulunduğu ekonomik ve politik gibi dış faktörlerle, kış turizmini etkileyen iç faktörler arasında az bir ilişkinin olduğu söylenebilir. Turistik arz

gereksinimleri aynı zamanda turistik potansiyeli de etkileyebilen faktörler olduğu için aralarında az düzeyli bir ilişkinin bulunduğu şekilde yorumlanabilir.

4.3. Bölgede Kış Turizm Potansiyelinin Gelişmesi için Yapılacaklar

Bu bölümde bölgedeki kış turizminin gelişmesine katkı yapabilecek faktörlerin ne derecede etki edebileceğine ilişkin sorular sorulmuştur. 5'li likert ölçeğine göre katılma dereceleri 1= hiç etkili değildir; 2= az etkilidir; 3= orta düzeyde etkilidir; 4= çok etkilidir; 5= çok fazla etkilidir şeklindedir ve uygun olan seçeneğin işaretlenmesi istenmiştir.

Çizelge 23. Araştırmaya katılanların bölgede kış turizminin gelişmesine etki edebilecek faktörlerle ilgili ifadelerle katılım düzeylerine ilişkin frekans, yüzde, ortalama ve standart sapma değerleri

İfadeler	Hiç etkili değildir		Az etkilidir		Orta düzeyde etkilidir		Çok etkilidir		Çok fazla etkilidir		Aritmetik Ortalama	Standart Sapma
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%		
Yatak kapasitesinin artırılması	12	2,5	66	13,6	145	29,8	131	27,0	132	27,2	3,63	1,095
Mekanik tesislerin sayısının artırılması	5	1,0	24	4,9	102	21,0	126	25,9	229	47,1	4,13	,978
Eğlence olanaklarının artırılması	2	0,4	24	4,9	89	18,3	109	22,4	262	53,9	4,24	,948
Ulaşım sorunlarının giderilmesi	7	1,4	25	5,1	57	11,7	107	22,0	290	59,7	4,33	,970
Personel kalitesinin yükseltilmesi	6	1,2	45	9,3	118	24,4	130	26,7	187	38,5	3,92	1,051
Güvenlik sorunlarının giderilmesi	8	1,6	35	7,2	59	12,1	97	20,0	287	59,1	4,28	1,039
Alt ve üst yapı sorunlarının giderilmesi	2	0,4	22	4,5	66	13,6	142	29,2	254	52,3	4,28	,893
Tanıtım sorunlarının giderilmesi	2	0,4	31	6,4	52	10,4	120	24,7	281	57,8	4,33	,932

Aritmetik ortalamalara bakıldığında katılımcıların bölgede kış turizmi gerçekleşmesi için ilk yapılması gereken adımın ulaşım sorunlarının ($\bar{x}=4,33$) giderilmesi ve tanıtım ($\bar{x}=4,33$) faaliyetlerinin yapılmasıdır. Tanıtım faaliyetlerinden sonra güvenlik problemleri ($\bar{x}=4,28$) ve altyapıyla üst yapı problemleri ($\bar{x}=4,28$) çözülmesi birbirine yakın oranlarda katılım gerçekleşmiştir. Daha sonra eğlence ($\bar{x}=4,24$) ve mekanik tesislerin sayısının ($\bar{x}=4,13$) artırılması, personel ($\bar{x}=3,92$) sayısının artırılması gelmektedir. En son geliştirilecek bölüm yatak kapasitesinin ($\bar{x}=3,63$) artırılmasıdır.

Turistik arz gereksinimine etki eden faktörlerin turistik potansiyelle ve turizmin algılanan etkisiyle bir ilişkisinin olup olmadığını anlamak için korelasyon analizi yapılmıştır.

Çizelge 24. Turistik arz gereksinimlerine etki eden faktörler ile diğer faktörler arasındaki korelasyon analizi

	Turistik Potansiyeli Etkileyen İç Faktörler	Turistik Potansiyeli Etkileyen Dış Faktörler	Turistik Arz Gereksinim i	Turizmin Algılanan Negatif Etkisi	Turizmin Algılanan Pozitif Etkisi
Turistik Arz	r ,331**	,147**	1	,178**	,307**
Gereksinimi	p ,000	,001		,000	,000
	n 486	486	486	486	486

Çizelge 24'te görüldüğü gibi turistik arz gereksinimlerine etki eden faktörlerle turistik potansiyeli etkileyen faktörler ve turizmin algılanan etkisiyle arasında doğrusal bir ilişki olduğu görülmüştür ($p < 0,05$). Turistik arz gereksiniminin, turistik potansiyeli etkileyen dış faktörlerle ($r = ,147$), turistik potansiyeli etkileyen iç faktörlerle ($r = ,331$), turizmin algılanan negatif etkisiyle ($r = ,178$) ve turizmin algılanan pozitif etkisiyle ($r = ,307$) %5 önem derecesinde ($p < 0,05$) düşük düzeyli bir ilişki olduğu ortaya çıkmıştır. Böylece **H_{2.9}**: “Turistik arz gereksinimleriyle turistik potansiyeli etkileyen iç faktörler arasında doğrusal bir ilişki vardır.”, **H_{2.10}**: “Turistik arz gereksinimleriyle turistik potansiyeli etkileyen dış faktörler arasında doğrusal bir ilişki vardır.”, **H_{2.11}**: “Turistik arz gereksinimleriyle turizmin algılanan negatif etkisi arasında doğrusal bir ilişki vardır.” ve **H_{2.12}**: “Turistik arz gereksinimleriyle turizmin algılanan pozitif etkisi arasında doğrusal bir ilişki vardır.” hipotezleri kabul edilmiştir. Turistik arz gereksinimleri aynı zamanda turistik potansiyeli etkileyebilen iç faktörleri de kapsayabildiği için aralarında az düzeyli de olsa bir ilişkinin bulunduğu şekilde yorumlanabilir.

Ayrıca arz gereksinimlerinin karşılanması bölge üzerindeki algıyı da etkileyebileceği için aralarında az düzeyli bir ilişki olduğu şeklinde yorumlanabilir. Turistik arz gereksinimlerinin, turistik potansiyeli Etkileyen faktörler ve turizmin algılanan etkisi

faktörleriyle ilişkisinin olup olmadığını, var ise de yönünü anlamak için regresyon analizi yapılmıştır.

Çizelge 25. Turistik arz gereksinimleri faktörüyle turistik potansiyele etki eden diğer faktörler arasındaki regresyon analizi

Faktör		Turistik	Turistik	Turizmin	Turizmin
		Potansiyeli	Potansiyeli	Algılanan	Algılanan
		Etkileyen İç	Etkileyen Dış	Negatif	Pozitif
		Faktörler	Faktörler	Etkisi	Etkisi
	β	,264	,006	,149	,216
	t	5,860	,143	3,602	4,952
	p	,000	,887	,000	,000
Turistik Arz Gereksinimi	F	33,108			
	r	,425			
	r ²	,181			
	p	,000			

Regresyon analizi sonunda (Çizelge 25) anova değerinin 0,05'ten küçük olduğu için turistik arz gereksinimlerinin en az bir değişkeni açıklamada anlamlı olduğu görülmektedir. Turistik arz gereksinimleri, turistik potansiyeli etkileyen iç faktörlerle ($p < 0,05$) birlikte turizmin algılanan pozitif ($p < 0,05$) ve negatif etkisiyle ($p < 0,05$) ilişkilidir ancak turistik potansiyeli etkileyen dış faktörlerle ($p > 0,05$) ilişkili değildir. Dolayısıyla **H_{3,9}**: “Turistik arz gereksinimleri turistik potansiyeli etkileyen iç faktörleri açıklamada istatistiksel olarak anlamlıdır.”, **H_{3,11}**: “Turistik arz gereksinimleri turizmin algılanan negatif etkisini açıklamada istatistiksel olarak anlamlıdır.” ve **H_{3,12}**: “Turistik arz gereksinimleri turizmin algılanan pozitif etkisini açıklamada istatistiksel olarak anlamlıdır.” **hipotezleri kabul edilmiş**, **H_{3,10}**: “Turistik arz gereksinimleri turistik potansiyeli etkileyen dış faktörleri açıklamada istatistiksel olarak anlamlıdır.” **hipotezi kabul edilememiştir**. r^2 değerine bakıldığında turistik arz gereksinimleri faktörünün, turistik potansiyeli etkileyen iç faktörlerin, turizmin algılanan pozitif etkisinin ve turizmin algılanan negatif etkisinin %18,1'ini açıklamaktadır. Turistik arz gereksinimleri faktörünü, turistik potansiyeli etkileyen iç faktörleri ($\beta = ,264$), turizmin algılanan pozitif etkisini ($\beta = ,149$) ve turizmin algılanan negatif etkisini ($\beta = ,216$) olumlu etkilediği görülmüştür. Turistik arz gereksinimleri kış turizminin olmazsa olmaz önemli bir kısmını kapsadığı için turistik potansiyelin iç faktörlerini ve bölgedeki negatif ve pozitif turizm algısının oluşmasıyla da etkili olduğu şeklinde yorumlanabilir.

4.4. Bölgede Kış Turizmi Gelişmesinin Olası Etkileri

Bu bölümde bölgedeki kış turizmini potansiyeli gelişmesinin bölgeye edebileceği olumlu ve olumsuz etkilere ilişkin sorular sorulmuştur. 5'li likert ölçeğine göre katılma dereceleri 1= hiç etkilemez; 2= az etkiler; 3= orta düzeyde etkiler; 4= çok etkiler; 5= çok fazla etkiler şeklindedir ve uygun olan seçeneğin işaretlenmesi istenmiştir.

Çizelge 26. Araştırmaya katılanların bölgede kış turizm potansiyelinin gelişmesi için yapılacaklar faktörlerle ilgili ifadelerle katılım düzeylerine ilişkin frekans, yüzde, ortalama ve standart sapma değerleri

İfadeler	Hiç etkili değildir		Az etkilidir		Orta düzeyde etkilidir		Çok etkilidir		Çok fazla etkilidir		Aritmetik Ortalama	Standart Sapma
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%		
Plansız yapılaşmanın oluşmasını	48	9,5	162	33,3	133	27,4	87	17,9	58	11,9	2,90	1,166
Doğal dokunun özelliğini kaybetmesini	30	6,2	164	33,7	134	27,6	90	18,5	68	14,0	3,00	,978
Çevre sorunlarının ortaya çıkmasını	41	8,4	115	23,7	143	29,4	110	22,6	77	15,8	3,14	1,191
Alt ve üst yapı sorunlarını beraberinde getirmesini	31	6,4	127	26,1	161	33,1	97	20,0	70	14,4	3,10	1,134
Ticarileşmeyle birlikte sosyal ve kültürel yapının bozulmasını	59	12,1	168	34,6	120	24,7	92	18,9	47	9,7	2,79	1,170
Kaçak yapıların artmasını	47	9,7	177	36,4	122	25,1	76	15,6	64	13,2	2,86	1,191
Ekonomik gelişmeyi	8	1,6	28	5,8	57	11,7	160	32,9	233	47,9	4,20	,969
Kültürel faaliyetlerin gelişmesini	6	1,2	23	4,7	74	15,2	163	33,5	220	45,3	4,17	,937
Sosyalleşme imkânlarının gelişmesini	3	0,6	27	5,6	75	15,4	152	31,3	229	47,1	4,19	,933
Çevre bilincinin gelişmesini	4	0,8	42	8,6	101	20,8	150	30,9	189	38,9	3,98	1,009
İstihdamın gelişmesini	5	1,0	43	8,8	77	15,8	143	29,4	218	44,9	4,08	1,024

Aritmetik ortalamalara bakıldığında (Çizelge 26) katılımcıların bölgede kış turizminin gelişmesinin bölgeye en fazla katkısı ekonomik gelişmeyi ($\bar{x}=4,20$) sağlanmasıdır. İkinci önemli katkısı ise sosyalleşme ($\bar{x}=4,19$) imkânlarının artmasıdır. Daha sonra sırasıyla kültürel faaliyetlerin gelişmesi ($\bar{x}=4,17$), istihdamın gelişmesi ($\bar{x}=4,08$) ve çevre bilincinin ($\bar{x}=3,98$) gelişmesidir. Katılımcılar bölgede kış turizmi faaliyetlerinin en olumsuz etkisinin çevreye ($\bar{x}=3,14$) olacağını belirtmişlerdir. Daha sonra altyapı ($\bar{x}=3,10$), doğal güzellikler ($\bar{x}=3,00$), plansız yapılaşmayla birlikte kaçak yapıların artması ($\bar{x}=2,90$), sosyal ve kültürel yapının bozulması ($\bar{x}=2,79$) izlemiştir. Ancak Çizelge 26’da görüldüğü üzere kış turizminin bölgeye olumsuz etkilerinin az olacağını, olumlu etkilerinin daha fazla olacağını söylemek mümkündür.

Turizmin algılanan etkisinin, turistik potansiyeli etkileyen faktörlerle ve turistik arz gereksinimleriyle bir ilişkisinin olup olmadığını anlamak için korelasyon analizi yapılmıştır. Çizelge 27’de görüldüğü gibi turizmin algılanan negatif etkisiyle turizm potansiyelini etkileyen iç ve dış faktörler arasında doğrusal bir ilişki yoktur ($p>0,05$). Dolayısıyla **H_{2.13}**: “Turizmin algılanan negatif etkisiyle turistik potansiyeli etkileyen iç faktörler arasında doğrusal bir ilişki vardır.” ve **H_{2.14}**: “Turizmin algılanan negatif etkisiyle turistik potansiyeli etkileyen dış faktörler arasında doğrusal bir ilişki vardır.” **hipotezleri kabul edilememiştir.** Turizmin algılanan negatif etkisiyle turistik arz gereksinimi ($r=,178$) ve turizmin algılanan pozitif etkisi üzerinde ($r=,100$) %5 önem derecesinde ($p<0,05$) düşük düzeyli bir ilişki olduğu ortaya çıkmıştır. Bundan dolayı, **H_{2.15}**: “Turizmin algılanan negatif etkisiyle turistik arz gereksinimleri arasında doğrusal bir ilişki vardır.” ve **H_{2.16}**: “Turizmin algılanan negatif etkisiyle turizmin algılanan pozitif etkisi arasında doğrusal bir ilişki vardır.” **hipotezleri kabul edilmiştir.**

Çizelge 27. Turizmin algılanan etkisi faktörüyle diğer faktörler arasındaki korelasyon analizi

		Turistik Potansiyeli Etkileyen İç Faktörler	Turistik Potansiyeli Etkileyen Dış Faktörler	Turistik Arz Gereksinimi	Turizmin Algılanan Negatif Etkisi	Turizmin Algılanan Pozitif Etkisi
Turizmin	r	,026	,057	,178**	1	,100*
Algılanan	p	,568	,206	,000		,027
Negatif Etkisi	n	486	486	486	486	486
Turizmin	r	,283**	,206**	,307**	,100*	1
Algılanan	p	,000	,000	,000	,027	
Pozitif Etkisi	n	486	486	486	486	486

Çizelge 27’de görüldüğü gibi turizmin algılanan pozitif etkisiyle turizm potansiyelini etkileyen iç ve dış faktörlerle turistik arz gereksinimleri ve turizmin algılanan negatif etkisi arasında doğrusal bir ilişki vardır ($p < 0,05$). Bundan dolayı **H2.17:** “Turizmin algılanan pozitif etkisiyle turistik potansiyeli etkileyen iç faktörler arasında doğrusal bir ilişki vardır.”, **H2.18:** “Turizmin algılanan pozitif etkisiyle turistik potansiyeli etkileyen dış faktörler arasında doğrusal bir ilişki vardır.”, **H2.19:** “Turizmin algılanan pozitif etkisiyle turistik arz gereksinimleri arasında doğrusal bir ilişki vardır.” ve **H2.20:** “Turizmin algılanan pozitif etkisiyle turizmin algılanan negatif etkisi arasında doğrusal bir ilişki vardır.” **hipotezleri kabul edilmiştir.** Turizmin algılanan pozitif etkisiyle, turistik potansiyeli etkileyen iç ($r = ,283$) ve dış ($r = ,206$) faktörlerle, turistik arz gereksinimi ($r = ,307$) ve turizmin algılanan negatif etkisi üzerinde ($r = ,100$) %5 önem derecesinde ($p < 0,05$) düşük düzeyli bir ilişki olduğu ortaya çıkmıştır.

Turizmin algılanan etkisi faktörlerinin, turistik potansiyeli etkileyen faktörler ve turistik arz gereksinimi faktörleriyle ilişkisinin olup olmadığını, varsa da yönünü anlamak için regresyon analizi yapılmıştır.

Çizelge 28. Turizmin algılanan negatif etkisi faktörüyle diğer faktörler arasındaki regresyon analizi

Faktör	Turistik		Turistik Arz Gereksinimi	Turizmin Algılanan Pozitif Etkisi	
	Potansiyeli Etkileyen İç Faktörler	Potansiyeli Etkileyen Dış Faktörler			
	β	-,061	,041	,176	,055
	t	-1,217	,851	3,602	1,144
	p	,224	395	,000	,253
Turizmin Algılanan Negatif Etkisi	F	4,697			
	r	,194			
	r^2	,038			
	p	,001			

Regresyon analizi sonunda (Çizelge 28 ve Çizelge 29) Anova değerinin 0,05'ten küçük olduğu için turizmin algılanan negatif ($p=001$) ve pozitif ($p=000$) etkisinin en az bir değişkeni açıklamada anlamlı olduğu görülmektedir. Turizmin algılanan negatif etkisiyle turistik arz gereksinimi ilişkilidir ancak turistik potansiyeli etkileyen iç ($p>0,05$) ve dış faktörlerle ($p>0,05$), birlikte turizmin algılanan pozitif etkisiyle ($p>0,05$) bir ilişkisi yoktur. Dolayısıyla **H_{3.13}**: “Turizmin algılanan negatif etkisi turistik potansiyeli etkileyen iç faktörler açıklamada istatistiksel olarak anlamlıdır.”, **H_{3.14}**: “Turizmin algılanan negatif etkisi turistik potansiyeli etkileyen dış faktörleri açıklamada istatistiksel olarak anlamlıdır.” ve **H_{3.16}**: “Turizmin algılanan negatif etkisi turizmin algılanan pozitif etkisini açıklamada istatistiksel olarak anlamlıdır.” hipotezleri kabul edilememiş, **H_{3.15}**: “Turizmin algılanan negatif etkisi turistik arz gereksinimlerini açıklamada istatistiksel olarak anlamlıdır.” **hipotezi kabul edilmiştir**. r^2 değerine bakıldığında turizmin algılanan negatif etkisini etkileyen faktörler turistik arz gereksinimlerinin %3,8'ini açıklamaktadır. Turizmin algılanan negatif etkisini faktörünün turistik arz gereksinimlerini ($\beta= ,176$) olumlu etkilediği görülmüştür. Turizm arz gereksinimleri, bölgenin temel altyapı faktörlerini oluşturduğu için kış turizm merkezleri denilince akla gelen ilk unsurlardır. Bu unsurların yapılabilmesi plansız yapılaşma, alt ve üstyapı sorunları gibi unsurları da akla getirebileceğinden arsında az düzeyde bir ilişki olduğu şeklinde yorumlanabilir.

Çizelge 29. Turizmin algılanan pozitif etkisi faktörüyle diğer faktörler arasındaki regresyon analizi

Faktör	Turistik		Turistik Arz Gereksinimi	Turizmin Algılanan Negatif Etkisi	
	Potansiyeli Etkileyen İç Faktörler	Potansiyeli Etkileyen Dış Faktörler			
Turizmin Algılanan Pozitif Etkisi	β	,170	,113	,225	,049
	t	3,616	2,523	4,952	1,144
	p	,000	,012	,000	,253
	F	20,439			
	r	,381			
	r ²	,145			
	p	,000			

Çizelge 29'a bakıldığında turizmin algılanan pozitif etkisiyle turistik potansiyeli etkileyen iç ($p < 0,05$) ve dış faktörlerle ($p < 0,05$) birlikte turistik arz gereksinimleriyle ($p < 0,05$) ilişkisi varken turizmin algılanan negatif etkisiyle ($p > 0,05$) ilişkisi yoktur. Bundan dolayı **H_{3.17}**: “Turizmin algılanan pozitif etkisi turistik potansiyeli etkileyen iç faktörleri açıklamada istatistiksel olarak anlamlıdır.”, **H_{3.18}**: “Turizmin algılanan pozitif etkisi turistik potansiyeli etkileyen dış faktörleri açıklamada istatistiksel olarak anlamlıdır.” ve **H_{3.19}**: “Turizmin algılanan pozitif etkisi turistik arz gereksinimlerini açıklamada istatistiksel olarak anlamlıdır.” hipotezleri kabul edilmiş, **H_{3.20}**: “Turizmin algılanan pozitif etkisi turizmin algılanan negatif etkisini açıklamada istatistiksel olarak anlamlıdır.” **hipotezi kabul edilememiştir.** r^2 değerine bakıldığında turizmin algılanan pozitif etkisi, turistik potansiyeli etkileyen iç faktörlerin, turistik potansiyeli etkileyen dış faktörlerin ve turistik arz gereksinimlerinin %14,5'ini açıklamaktadır. Turizmin algılanan pozitif etkisi faktörü, turistik potansiyeli etkileyen iç faktörleri ($\beta = ,170$), turistik potansiyeli etkileyen dış faktörleri ($\beta = ,113$) ve turistik arz gereksinimlerini ($\beta = ,049$) olumlu etkilediği görülmüştür. Bölgenin veya ülkenin negatif algılanmasında en önemli sebebin turizmi gerçekleştirecek arz gereksiniminden kaynaklandığını göstermektedir. Bölgenin pozitif algısında bölgedeki potansiyeli etkileyen iç ve dış faktörlerin dolayısıyla turistik arz gereksinimlerinin doğrudan ilişkili olduğu görülmektedir.

4.5. Hipotezlere Testlerine İlişkin Sonuçlar

Yapılan testler neticesinde kurulan hipotezlere yönelik sonuçlar Çizelge 30'da verilmiştir.

Çizelge 30. Hipotez Sonuçları

Hipotez No	Hipotezler	Hipotez Sonucu
H₁	Yerel halkın bakış açısına göre kış turizmini etkileyen faktörler demografik özelliklere göre farklılık göstermektedir.	
H _{1.1}	Kış turizmini etkileyen iç faktörler → cinsiyet	Ret
H _{1.2}	Kış turizmini etkileyen dış faktörler → cinsiyet	Ret
H _{1.3}	Kış turizmini etkileyen turistik arz gereksinimi → cinsiyet	Ret
H _{1.4}	Kış turizminin algılanan negatif etkisi faktörü → cinsiyet	Ret
H _{1.5}	Kış turizminin algılanan pozitif etkisi faktörü → cinsiyet	Ret
H _{1.6}	Kış turizmini etkileyen iç faktörler → medeni durum	Ret
H _{1.7}	Kış turizmini etkileyen dış faktörler → medeni durum	Ret
H _{1.8}	Kış turizmini etkileyen turistik arz gereksinimi → medeni durum	Ret
H _{1.9}	Kış turizminin algılanan negatif etkisi faktörü → medeni durum	Ret
H _{1.10}	Kış turizminin algılanan pozitif etkisi faktörü → medeni durum	Ret
H _{1.11}	Kış turizmini etkileyen iç faktörler → eğitim durumu	Ret
H _{1.12}	Kış turizmini etkileyen dış faktörler → eğitim durumu	Ret
H _{1.13}	Kış turizmini etkileyen turistik arz gereksinimi → eğitim durumu	Ret
H _{1.14}	Kış turizminin algılanan negatif etkisi faktörü → eğitim durumu	Kabul
H _{1.15}	Kış turizminin algılanan pozitif etkisi faktörü → eğitim durumu	Kabul
H _{1.16}	Kış turizmini etkileyen iç faktörler → yaş durumu	Kabul
H _{1.17}	Kış turizmini etkileyen dış faktörler → yaş durumu	Ret
H _{1.18}	Kış turizmini etkileyen turistik arz gereksinimi → yaş durumu	Ret
H _{1.19}	Kış turizminin algılanan negatif etkisi faktörü → yaş durumu	Ret
H _{1.20}	Kış turizminin algılanan pozitif etkisi faktörü → yaş durumu	Ret
H _{1.21}	Kış turizmini etkileyen iç faktörler → gelir durumu	Kabul
H _{1.22}	Kış turizmini etkileyen dış faktörler → gelir durumu	Kabul
H _{1.23}	Kış turizmini etkileyen turistik arz gereksinimi → gelir durumu	Ret

H1.24	Kış turizminin algılanan negatif etkisi faktörü → gelir durumu	Ret
H1.25	Kış turizminin algılanan pozitif etkisi faktörü → gelir durumu	Ret
H2	Yerel halkın bakış açısına göre kış turizmini etkileyen faktörler arasında ilişki vardır.	
H2.1	İç faktörler → dış faktörler	Kabul
H2.2	İç faktörler → turistik arz gereksinimi	Kabul
H2.3	İç faktörler → algılanan negatif etki	Ret
H2.4	İç faktörler → algılanan pozitif etki	Kabul
H2.5	Dış faktörler → iç faktörler	Kabul
H2.6	Dış faktörler → turistik arz gereksinimi	Kabul
H2.7	Dış faktörler → algılanan negatif etki	Ret
H2.8	Dış faktörler → algılanan pozitif etki	Kabul
H2.9	Turistik arz gereksinimi → iç faktörler	Kabul
H2.10	Turistik arz gereksinimi → dış faktörler	Kabul
H2.11	Turistik arz gereksinimi → algılanan negatif etki	Kabul
H2.12	Turistik arz gereksinimi → algılanan pozitif etki	Kabul
H2.13	Algılanan negatif etki → iç faktörler	Ret
H2.14	Algılanan negatif etki → dış faktörler	Ret
H2.15	Algılanan negatif etki → turistik arz gereksinimi	Kabul
H2.16	Algılanan negatif etki → algılanan pozitif etki	Kabul
H2.17	Algılanan pozitif etki → iç faktörler	Kabul
H2.18	Algılanan pozitif etki → dış faktörler	Kabul
H2.19	Algılanan pozitif etki → turistik arz gereksinimi	Kabul
H2.20	Algılanan pozitif etki → algılanan negatif etki	Kabul
H3	Yerel halkın bakış açısına göre kış turizmini etkileyen faktörler birbirlerini açıklamada istatistiksel olarak anlamlıdır.	
H3.1	İç faktörler → dış faktörler	Kabul
H3.2	İç faktörler → turistik arz gereksinimi	Kabul
H3.3	İç faktörler → algılanan negatif etki	Kabul
H3.4	İç faktörler → algılanan pozitif etki	Kabul
H3.5	Dış faktörler → iç faktörler	Kabul
H3.6	Dış faktörler → turistik arz gereksinimi	Ret
H3.7	Dış faktörler → algılanan negatif etki	Kabul

H3.8	Dış faktörler → algılanan pozitif etki	Ret
H3.9	Turistik arz gereksinimi → iç faktörler	Kabul
H3.10	Turistik arz gereksinimi → dış faktörler	Ret
H3.11	Turistik arz gereksinimi → algılanan negatif etki	Kabul
H3.12	Turistik arz gereksinimi → algılanan pozitif etki	Kabul
H3.13	Algılanan negatif etki → iç faktörler	Ret
H3.14	Algılanan negatif etki → dış faktörler	Ret
H3.15	Algılanan negatif etki → turistik arz gereksinimi	Kabul
H3.16	Algılanan negatif etki → algılanan pozitif etki	Ret
H3.17	Algılanan pozitif etki → iç faktörler	Kabul
H3.18	Algılanan pozitif etki → dış faktörler	Kabul
H3.19	Algılanan pozitif etki → turistik arz gereksinimi	Kabul
H3.20	Algılanan pozitif etki → algılanan negatif etki	Ret



5. SONUÇ ve ÖNERİLER

Kış turizmi, turizm çeşitliliğini artırmakta, turizm mevsimini tüm yıla yaymakta ve alanda nitelikli personel istihdamı sağlayarak turizm faaliyetlerinin yıl boyu sürmesini sağlamaktadır (Yıldız ve Kaya, 2016: 51). Kış turizmi için iklim en önemli etkidir. Bir alanın kış turizmi merkezi olabilmesi için yeterli ölçüde kar alabilmesi, kar kalınlığı en az 1 metre olması, karın yerde kalma süresinin 120 günden fazla olması, kayak alanlarının yüksekliğinin 1650-3000 metre arasında olması, karasal iklimin hâkim olması, ulaşım imkânlarının kolay olması, kayak dışı uygulamalara elverişli, içme ve kullanma sularının elverişli, doğal güzelliği olan, heyelan ve çığ tehlikesinin olmaması gerekmektedir. Tüm bu özellikler dikkate alındığında Cilo Dağı kış turizmi için önemli bir potansiyele sahip olduğu görülmüştür (bkz. Cilo Dağındaki Turizm İmkânları Bölümü) ve bu potansiyeli değerlendirememeye nedenleri incelenmiştir. Araştırma formunun ikinci (Bölgede kış turizminin gerçekleşmeme nedenleri) ve üçüncü (Bölgede kış turizm potansiyelinin gelişmesi için yapılacaklar) bölümlerinde bulunan cevapların birbiri ile tutarlı olması araştırmanın iç tutarlığına kanıt olarak gösterilebilir.

Araştırma sonucunda elde edilen veriler ile literatür uyum göstermektedir. Tanıtım ile ilgili problemler (Ağger, 2011:6), ulaşım problemleri (Yılmaz, 1997:33-34; Koşan, 2013:294; Ayaz ve Apak, 2017:38), güvenlik (Yılmaz, 1997:37; Pizam vd., 1997:23; Weiermair ve Fuchs, 1999:1018; George, 2003:583), eğlence olanakları (Doğaner, 2001:178; Şen, 2008:5; Hudson, 2003:90; Boyraz ve Özdemir, 2005:268; Demiroğlu vd., 2016:6), mekanik tesisler (Doğaner, 1997:23; Mursalov, 2009:17; Koşan, 2013:294) ve istihdam (Ülker,1987:150; Ceylan, 2009:228; Türkeri, 2014:14) problemleri bölgenin gelişmemesinde önemli unsurlardır.

Demografik değişkenlerden cinsiyet ve medeni durum ile turizmi etkileyen faktörler arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Eğitim düzeyi arttığında turizmin pozitif etkisi olacağına ait algı artmaktadır. Turizmin negatif algısı lisans mezunları ile ilköğretim mezunları arasında farklılaşmaktadır ve lisans mezunları ilköğretim mezunlarına göre daha fazla negatif algıya sahiptir. Yaş ile turizme etki eden iç faktörler arasında bir farklılık bulunmaktadır. Yaş arttıkça turizmi etkileyen iç faktörlerin daha fazla tercih edildiği ortaya

çıkmiştir. Alt gelir düzeyindekiler kış turizmi etkileyen iç faktörler ile üst gelir düzeyindekilerde kış turizmini etkileyen dış faktörler arasında bir farklılık bulunmuştur.

Cilo Dağı'nda kış turizmi gerçekleşmemesinin **en büyük nedeninin tanıtım eksikliği** olduğunu söyleyebilir. Nitekim katılımcılarla yapılan görüşmelerde de en büyük sıkıntının yanlış algıdan kaynaklandığı, bölgenin sadece olumsuz olaylarla anılmasının bölge imajını yıpratmış olduğunu belirtmişlerdir. Bunun önlenmesinde de devletin rolü büyüktür. Kış turizmi yatırım ve işletme faaliyetleri kuruluş yeri etrafında bulunan diğer sektörlerden girdi sağlayarak kaynak oluşturmaya yardımcı olmaktadır. **İkinci sıradaki neden ise ulaşım sorunlarıdır.** Bölgenin bulunduğu coğrafi alan da bu sorunun önemli bir nedenidir. Turizm için en önemli unsurlardan biri olan ulaşım imkânlarının yeterli olmaması bölgenin kış turizmi imkânını kullanamamasında güçlü bir engeldir. Ancak 2015 yılında Yüksekova Selahattin Eyyubi Havaalanı'nın açılması bu sorunun aşılmasında önemli bir etken olabilir. **Üçüncü problem ise güvenlik problemleridir.** Bölgenin kötü imajının oluşmasındaki temel problem de budur. Ancak güvenlik güçleri tarafından yürütülen ve başarıyla sürdürülen operasyonlar sayesinde bu problem büyük ölçüde ortadan kaldırılmıştır. Nitekim turizm faaliyetlerinin güvenli bir ortamda gelişebilme eğiliminde olması ve turistlerin huzurlu ortamları tercih etmeleri eğilimi, güvenlik problemlerinin en çok turizm sektörünü olumsuz etkilenmesine zemin hazırlamaktadır (Seçilmiş ve Ünlüöner, 2006:66; Yeşiltaş vd., 2008:186; Ünlüöner ve Bayhan 2016:5; Ünlüöner ve Kızanlıklılı, 2018:63). Dördüncü problem ise mekanik tesis ve eğlence olanaklarının artırılmasıdır. Gençlik ve Spor Bakanlığı'nın ve İl Emniyet Müdürlüğü'nün iki adet kayak tesisi bulunmaktadır. Ancak bu tesisler turizm için kullanıma açılmamıştır. Kış turizmi için Uluslararası Kayak Federasyonu'nun standartlarına uygun yeni tesislerin yapılması bölge için elzemdir. Tesisler yapıldıkça kadar profesyonel sporcular için her araziye uygun kayak faaliyetleri organize edilebilir. Ayrıca kayak merkezlerinin yanına kurulan sağlık kuruluşları, sinema, kafeterya gibi sosyal tesisler sayesinde bölgedeki eğlence olanakları da gelişebilecektir. Beşinci ve en az etkili problem ise kalifiye personel eksikliğidir. Bölgedeki işsizlik oranının yüksek olması ve çalışmaya hazır işgücünün bulunması nedeniyle personel eksikliği en az etkili unsur olarak ortaya çıkmaktadır.

Turistik potansiyeli etkileyen iç faktörler, konaklama ve mekanik tesisler, ulaşım ve eğlence olanaklarından oluşan bölgenin kendinden kaynaklı problemlerdir. Dış faktörler ise ülkenin veya bölgenin içinde olduğu ekonomik, siyasal ve güvenlik sorunlarıdır. Dış faktörler bölgenin kendinden kaynaklanmasa bile bölgedeki gelişmeyi etkileyen faktörlerdir.

Dolayısıyla bölgeyi etkileyen iç ve dış faktörlerin birbirlerini etkilediği söylenebilir. Turistik potansiyeli etkileyen iç faktörler turistik arz gereksinimi için de elzem unsurlar olduğu için birbirlerini etkilemektedirler. Ayrıca turistik potansiyeli etkileyen iç faktörler bölgenin imajına katkı sağlayabilirken, bölgenin negatif algısını da etkilememektedir. Bölgede kış turizmi için iç faktörlere önem verilmelidir. Bölgeyi etkileyen dış faktörler, bölgedeki turizmin negatif algısını etkilemektedir. Turizm için arz gereksinimleri, turizmin algılanan negatif ve pozitif etkisiyle ilişki içindedir. Turistik arz gereksinimleri hem çevreyi olumsuz yönde etkileyebilirken hem de ekonomik ve sosyal faydalar oluşturabilmektedir. Burada dikkat edilmesi gereken husus turizm faaliyetlerinin sürdürülebilir olmasıdır. Turizmin negatif algılanmasında turistik arz gereksinimleriyle bir ilişki mevcuttur. Turizm negatif algısında bölgede oluşturduğu olumsuz etkilerden dolayı önemli bir unsurdur. Turizmin pozitif algılanması, bölgedeki temel altyapı ve üst yapı unsurlarının karşılanmasıyla ilişkili olduğu görülmüştür.

Araştırmada kullanılan anket formunun dördüncü bölümü kış turizminin gelişmesinin bölgeye etkisinin neler olacağı sorusudur. Katılımcılar bölgede kış turizminin gelişmesinin en fazla katkıyı ekonomik alanda gelişmeyi sağlayacağı yönündedir. İkinci önemli katkı ise sosyalleşme imkânlarının artacağıdır. Daha sonraki olumlu etkiler sırasıyla kültürel faaliyetlerin gelişmesini, istihdamın gelişmesi ve çevre bilincinin gelişmesidir. Bölgede kış turizminin gelişmesinin en önemli sonucu ekonomik ve kültürel fayda sağlamasıdır. Bölgedeki turizm faaliyetleri sonucunda yapılan turizm harcamalarının önemli bir kısmının bölge halkına gelir olarak yansması, ayrıca sadece yaz aylarında değil yılın diğer aylarında da işsizliği azaltarak istihdam oluşturma olanağı bölgenin ekonomik gelişimi açısından oldukça önem arz etmektedir. Katılımcılar bölgede kış turizmi faaliyetlerini en olumsuz etkileyebilecek unsurun çevreye olacağını belirtmişlerdir. Daha sonra altyapı sorunları, doğal güzelliklere zarar verilebilmesi, plansız yapılaşmayla birlikte kaçak yapıların artması, sosyal ve kültürel yapının bozulabilmesi izlemiştir.

Cilo Dağı'nda kış turizmi için en büyük engelin küresel ısınma sonucunda meydana gelen iklim değişikliğidir. Nitekim küresel ısınma kış turizmini en fazla etkileyen unsurdur (Giles ve Perry, 1998:80; Yıldız, 2009: 84-85; Scott vd., 2012:201; Sezer, 2016:138). 1985 ile 2000 yılları arasında toplam 198 hektar buzul eriyerek 331 hektar buzul kalmıştır. Bu süreçte, 16 yıllık ortalama sıcaklık farkında yaklaşık 0,6 °C artış gözlemlenmiştir. 2000 ile 2015 yılı arasındaki süreçte toplam 48 hektar alan daha erimiştir. Böylece toplam sürekli kar

ve buz örtüsü, 2015 yılında 282 hektar tespit edilmiştir. Toplamda 31 yıllık süreç içerisinde sürekli kar ve buz örtüsünün yüzde 47'si erimiştir. 2000-2015 arasında ortalama sıcaklık farkı da yine 0,6 °C artış gözlemlenmiştir. Toplamda 31 yılda ortalama sıcaklık 1,2 °C artmıştır. Bölgede buzulların erimesi ile Akdeniz iklimine yakın bir iklim yavaş yavaş oluşmaya başlayacaktır. Bu sayede mevcut orman alanları çok daha kısa bir zaman diliminde artacak ve ağaçların büyüme süresi kısılacaktır (Şatır, 2016:1). Ağaçlık alanların artması, olası çığ risklerini azaltacaktır ancak turizmin doğal güzelliği olan buzulların yok olmasına neden olacaktır.

Bölgede kış turizmi geliştirilirken İsviçre ve Avusturya'daki gibi ilk olarak çiftçi ailelerin bazı odalarını turistlere kiralamasıyla küçük ölçekli aile işletmeleri şeklinde yapılması bölge için elzemdir. Bölgede zayıf olan tarım, hayvancılık, ormancılık gibi sektörlerin turizm yoluyla canlandırılarak nüfus hareketlerinin önleminde doğrudan katkı yapacağı düşünülmektedir. Daha sonra devlet tarafından küçük aile işletmelerine verilebilecek teşvik ve hibelerle restorasyon sağlanarak bölge kültürünün canlandırılması sağlanabilir. Nitekim bu faaliyetler köylerin doğal dokusunu korumakta, altyapı gibi çevresel sorunların ve plansız yapılaşmanın önüne geçilmesinde fayda sağlayacağı düşünülmektedir. Cilo dağlarının, Matterhorn'un etrafındaki köyler gibi olması St. Moritz ve Zermatt gibi Avrupa'daki destinasyonlara karşı rekabet avantajı sağlayabilmesi nedeniyle bölge tercih edilebilecektir. Örneğin yöre halkın hediyelik eşya satışı, araba kiralama hizmeti, kar pisti işletmeciliği, yerel ve özel isimlerle açılacak lokantalarla (Babil, Med, Nasturi gibi) hizmet sunması gibi çeşitli turizm faaliyetlerinin içinde olması muhtemel bir turist-yerel halk çatışmasını önlemekle kalmayıp, halkın kültürel ve sosyal değişimine de katkı sağlayabilecektir (Şengör, 2004). Böylece hem batı bölgelere göçü önlenmede hem de ekonomik olarak kalkınma da fayda sağlanabilir. Ayrıca ileriki araştırmalar için bölgedeki tesislerin ve köylerin planlanmasının yapılması önerilebilir.

KAYNAKLAR

- Agrawala, S. (Editör). (2007). *Climate change in the european alps: adapting winter tourism and natural hazards management*. Paris: OECD, 17-23.
- Ağger, V. (2011). *Universiade 2011 Kış oyunlarının erzurum kış turizmi potansiyeline etkileri*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- Aksakallı, Z. (2016). *Kurumsal itibar algısının işten ayrılma niyeti üzerine etkileri: Türkiye turizm stratejisi 2023 kış turizmi gelişim koridorunda yer alan illerdeki dört ve beş yıldızlı oteller üzerine bir araştırma*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- Aksoy, N. (1999). Kış turizminde bu yıl Alplerin yüzü gülüyor. *Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği Yayını*, 180.
- Aksu, V. (2003). *Türkiye'nin kış turizmi potansiyeli*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Alaaeddinoğlu, F. (2010). *Hakkâri*. Hakkâri Valiliği Yayınları, Yayın No:6 (Ed. Mehmet Top), ISBN: 978-605-88309-3-6.
- Albayrak, A. (2013a). *Alternatif Turizm*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Albayrak, A. (2013b). *Kış turizmi turistlerinin seyahat motivasyonları*. 14. Ulusal Turizm Kongresi, Kayseri, 05-08 Aralık 2013.
- Altaş, N. T., Çavuş, A. ve Zaman, N. (2015). Türkiye'nin kış turizmi koridorunda yeni bir kış turizm merkezi: Konaklı. *Marmara Coğrafya Dergisi*, (31), 345-365.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2007). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı*. Sakarya Yayıncılık, İstanbul.
- Anıl, D. ve Güzeller, C. O. (2010). Seviye Belirleme Sınavı Fen ve Teknoloji Alt Testi ile Diğer Alt Testler Arasındaki İlişkinin Yol Analizi ile İncelenmesi. *AİBÜ Eğitim Fakültesi Dergisi*, 11(1), 1-10.
- Apak, Ö. C. (2016). *Kış turizmine katılan yerli turistlerin tüketici davranışları üzerine bir araştırma: Kayseri örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Karabük.
- Ayaz, N. ve Apak, Ö.C. (2017). Kış turizmine katılan yerli ziyaretçilerin seyahat davranışları: erciyes kayak merkezi örneği. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (49), 27-43.
- Aydın, B. (2016). *Van ve Bitlis illerinde kış turizm potansiyelinin belirlenmesi ve planlamaya yönelik öneriler*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Van.
- Aydınöz, D., İbret, B. Ü. ve Aydın, M. (2012). Kastamonu Ilgaz dağı milli parkında arazi kullanımının analizi. *Marmara Coğrafya Dergisi*, (26), 108-123.
- Aygin, D. ve Eti Aslan, F. (2005). Kadın Cinsel İşlev Ölçeğinin Türkçeye Uyarlanması. *Türkiye Klinikleri Tıp Bilimleri Dergisi*, 25 (3), 393-399.
- Bagdalkhan, N. (2016). *Doğrudan yabancı yatırımları çekme açısından Kazakistan'ın kış turizm potansiyeli*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Bahadır, M. ve Dikbaş, E. D. (2011). *Türkiye'deki aktüel buzul alanlarının CBS ve UA ile değişim analizi (1990-2000)*. Tmmob Coğrafi Bilgi Sistemleri Kongresi, Antalya, 31 Ekim - 04 Kasım 2011.
- Bakırcı, M. (2005). Avrupa Birliğine uyum sürecinde Türkiye ve Avrupa'da dağlık sahaların kullanımına yönelik perspektifler. *Doğu Coğrafya Dergisi*, (13), 291-310.

- Bank, M. ve Wiesner, R. (2011). Determinants of weather derivatives usage in the Austrian winter tourism industry. *Tourism Management*, (32), 62–68.
- Baş, M. (2015). *Kış turizminde faaliyet gösteren işletme çalışanlarının hizmet verme yetkinliğinin tespiti: Bir araştırma*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Bayhan, İ. ve Ünlüöner, K. (2016). Turist tercihlerinde güvenliğe ilişkin tutumlarının etkisi: bir alan araştırması, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 15 (56), 1-20.
- Bayraktar, Y. (2016). *Motivasyon ile performans arasındaki ilişki: Türkiye turizm stratejisi 2023 kış turizmi gelişim koridoru' nda yer alan dört ve beş yıldızlı konaklama işletmelerinde bir uygulama*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- Boyraz, Z. ve Özdemir, M. A. (2005). Gelişmekte olan bir kış turizm merkezi: (Elazığ) Hazar Baba. *Doğu Coğrafya Dergisi*, (13), 253-272.
- Brandon M. J. F. (2011). *Exploring Ski Tourist Motivations for Active Sport Travel*. A Thesis Submitted to the Faculty of Graduate Studies through the Department of Kinesiology in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of Master of Human Kinetics at the University of Windsor Windsor, Ontario, Canada.
- Bulut, R. and Yalçın, A. (2014). Importance and development of Turkish – Russian tourism in terms of economic relations. *International Refereed Journal of Researches on Economy Management*, 1 (2).
- Büyüköztürk, Ş. (2002). Faktör analizi: Temel kavramlar ve ölçek geliştirmede kullanımı. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 32, 470-483.
- Büyüköztürk, Ş. (2007). *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı*. Pegem Yayıncılık, Ankara.
- Ceylan, S. (2009). Davraz Dağı (Isparta)'nda kış turizmi. *Doğu Coğrafya Dergisi*, (22), 205-230.
- Ceylan, S. ve Demirkaya, H. (2009). Kış turizmine bağlı olarak gelişen bir kırsal yerleşme: Çobanisa Köyü (Isparta). *Doğu Coğrafya Dergisi*, (21), 79-94.
- Cimilli, V., Gülbahçe, Ö. ve Şafak, S. (2016). Spor Turizmi Açısından Türkiye'nin Kış Sporlarındaki Potansiyelinin Değerlendirilmesi, *Uluslararası Spor Bilimleri Dergisi*, 2 (1), 22-32.
- Clifford, H. (2002). *Downhill slide: Why the corporate ski industry is bad for skiing, ski towns, and the environment*. San Francisco, CA: Sierra Club Books.
- Çakıcı, A.C., Yavuz, G. ve Çiçek, M. (2014). Dağcılık Turizmine Katılımda Dikkate Alınan Hususlar Üzerine Bir Araştırma. *Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7(3), 75-94.
- Çakır, N., Çeken, H. ve Dalgın, T. (2012). Bir alternatif turizm türü olarak kırsal turizmin gelişimini etkileyen faktörler ve kırsal turizmin etkileri. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi (International Journal of Social and Economic Sciences)*, 2 (2), 11-16.
- Çalayer, R. B. (2001). *Antalya Sağlık turizmi merkezinin alternatif turizm yönünden değerlendirilmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Erzurum.
- Çalışkan, U. (2014). *Sarıkayış kayak tesisleri ve konaklama hizmetleri müşteri memnuniyeti araştırması*. T.C. Serhat Kalkınma Ajansı.
- Çelik, K. (2018). *Kış Turizminde Destinasyon Markalaşması: Sarıkayış Kayak Merkezi Örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kafkas Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kars.
- Çetin, S. A. (2013). *Kış turizmi girişimciliğinin ekonomik ve çevresel etkileri*. 14. Ulusal Turizm Kongresi, Kayseri, 05-08 Aralık 2013.

- Çiner, A. (2003). Türkiye'nin güncel buzulları ve geç Kuvaterner buzul çökelleri. *Türkiye Jeoloji Bülteni*, (46), 1.
- Daştan, H., Dudu, N., ve Çalmaşur, G. (2016). Kış turizmi talebi: Erzurum ili üzerine bir uygulama. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 30 (2), 403-421.
- Demir, K. (2000). *Kış turizmi ve kış sporları tesisleri biçimlendirme süreci için veri tabanı modeli (Erciyes Tekir yaylası örneği)*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Demir, M. ve Alım, M. (2016). Sarıkamış Bayraktepe (Cıbiltepe) kış sporları ve turizmi merkezine ait coğrafi bir değerlendirme. *Marmara Coğrafya Dergisi*, (33), 241-275.
- Demiroğlu, O. C. ve Lundmark, L. (2013). *Küresel ısınmanın Türkiye'deki başlıca kayak merkezlerine etkisi: geleceğe yönelik bir analog olarak 2010 sezonu anomalisi ve uyum süreci*. 14. Ulusal Turizm Kongresi, Kayseri, 05-08 Aralık 2013.
- Demiroğlu, O.C., Turp, M.T., Öztürk, T. ve Kurnaz, M.L. (2016). Impact Of Climate Change On Natural Snow Reliability, Snowmaking Capacities, And Wind Conditions Of Ski Resorts In Northeast Turkey: A Dynamical Downscaling Approach, *Atmosphere*, (7) 52, 1-12.
- Doğanay, H. ve Doğanay, S. (2005). *Palandöken Dağı'nın Kış Turizmi Potansiyeli ve Değerlendirilmesindeki Yeni Gelişmeler*. Ulusal Coğrafya Kongresi Kitapçığı, İstanbul, 151-165.
- Doğanay, H. ve Zaman, S. (2013). *Türkiye Turizm Coğrafyası*. Ankara: Pegem Akademi Yayınları.
- Doğanay, S. (2009). Koruma-kullanma dengesi açısından Cami boğazı yaylası ve Çakır göl çevresinin turistik potansiyeline coğrafi bir yaklaşım. *Doğu Coğrafya Dergisi*, (22), 165-186.
- Doğaner, S. (1991). Dağ turizmine coğrafi bir yaklaşım: Uludağ'da turizm. *Coğrafya Araştırmaları Dergisi*, (3).
- Doğaner, S. (1997). Türkiye'nin dağlık alanlarında kış turizmini etkileyen coğrafi etmenler. *Coğrafya Dergisi*, 5 (5), 23-54.
- Doğaner, S. (2001). *Türkiye turizm coğrafyası*, İstanbul: Çantay Kitabevi.
- Dudu, N. (2015). *Erzurum'da Kış Turizmi Talep Tahmini*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Erzurum Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- Durmuş, B., Yurtkoru, E. S. ve Çinko, M. (2016). *Sosyal Bilimlerde SPSS'le Veri Analizi*. Beta Yayınevi, 6. Baskı, İstanbul.
- Eke, F. ve Özdemir, N. (2000). Turizmin yerel toplum üzerine etkileri. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, (3).
- Emil, T. (2004). *Dağ turizmi (kayak merkezleri) sektör profili*. İstanbul Ticaret Odası Etüt ve Araştırma Şubesi, İstanbul.
- Eren, S. (2016). *Türkiye'de kış turizmi destinasyonlarının rekabetçi konumlandırması*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Ergin, Y. D. (1995). Ölçeklerde Geçerlik ve Güvenirlik. *Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 7, 125-148.
- Erinç, S. (1953). Van'dan Cilo Dağlarına. *İstanbul Üniversitesi Coğrafya Enstitüsü Dergisi*, 3 (4), 84-106.
- Erol, O. (2004). *Genel Klimatoloji*, (6. basım), İstanbul: Çantay Kitabevi.
- Erzurum Turizm Raporu, (2014). *Erzurum İli Turizm Sektörü Raporu*, T.C. Kuzeydoğu Anadolu Kalkınma Ajansı.
- Evren, S. (2016). *Türkiye'de Kış Turizmi Destinasyonlarının Rekabetçi Konumlandırması*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.

- Falk, M. (2010). A dynamic panel data analysis of snow depth and winter tourism. *Tourism Management*, (31), 912–924.
- Falk, M. ve Hangsten, E. (2016). Importance of early snowfall for swedish ski resorts: evidence based on monthly data. *Tourism Management*, (53), 61-73.
- Fernandez-Morales, M.C. ve Mayorga-Toledano, M. C. (2008). Seasonal concentration of the hotel demand in Costa del Sol: A decomposition by nationalities. *Tourism Management*, (29), 940-949.
- Fry, J. (2006). *The Story of modern skiing*. Lebanon: University Press of New England.
- Gilbert, D., Hudson, S. (2000). Tourism demand constraints on skiing participation. *Annals of Tourism Research*, 27(4), 906–925.
- Giles, A.R ve Perry, A.H.(1988). The Use Of A Temporal Analogue To Investigate The Possible Impact Of Projected Global Warming On The UK Tourist Industry, *Tourism Management*,19(1) s.75-80.
- Goeldner, C. R. and Standley, S. (1980). *Skiing trends*. Proceedings 1980 National Outdoor Recreation Trends Symposium. Gen. Tech. Rep. NE-57. Vols. I and II. Broomall, PA: U. S. Department of Agriculture, Forest Service, Northeastern Forest Experimental Station: 105-120.
- Goeldner, C. R. and Standley, S. (1980). *Skiing trends*. Proceedings 1980 National Outdoor Recreation Trends Symposium. Gen. Tech. Rep. NE-57. Vols. I and II. Broomall, PA: U. S. Department of Agriculture, Forest Service, Northeastern Forest Experimental Station: 105-120.
- Gönençgil, B. ve Güngör, Y. (2002). *Türkiye’de dağ turizmi, potansiyeller, sorunlar*. Türkiye Dağları I. Ulusal Sempozyumu, Kastamonu, 25-27 Haziran 2002.
- Gursoy, D. and Kendall, K. W. (2006). Hosting mega events modeling locals’ support. *Annals of Tourism Research*, 33 (3), 603–623.
- Günel, F. A., Çağlar, A., Uyar, S. G. K., Karadeniz, O. ve Yeşilyurt, M. E. (2017). Türkiye’de İllere Göre İnsani Gelişme Endeksi. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 27, 208-216.
- Günel, N. (2013). Türkiye’de kar yağışı, karın yerde kalma süresi ve daimi kar sınırı. *Acta Turcica Çevrimiçi Tematik Türkoloji Dergisi*, 5, (1).
- Hacıoğlu, N. ve Avcıkurt, C. (2008). *Turizm Ürün Çeşitlendirmesi*, Ankara: Nobel Yayınları.
- Hair, J. F., BlackBarry, W. C., Babin, J. B. ve Anderson R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis*. Pearson Education Limited, Edinburgh.
- Hakkâri Master Planı, (2012). *Hakkâri ili doğa turizmi master planı 2013 – 2023*. Orman ve Su İşleri Bakanlığı 14. Bölge Müdürlüğü.
- Hakkâri Valiliği. (2010). *Hakkâri*. Hakkâri Valiliği Yayınları, Yayın No:6 (Ed. Mehmet Top), ISBN: 978-605-88309-3-6.
- Hudson, S. (2000). *Snow business: A study of the international ski industry*. Cengage.
- Hudson, S. (2003). *Winter sport tourism*. Binghamton, NY: Haworth Press, 89-124.
- Hussein, A. T. ve Saç, F. (2008). *Genel Turizm Gelişimi - Geleceği*. Ankara: Siyasal Yayınevi.
- Işık, Z. (2015). *Erzurum Palandöken kış turizm merkezindeki konaklama işletmelerinde çalışan personellerde duygusal emek ve iş-aile çatışması ilişkisi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- İbragimov, M. (2001). *Ürün çeşitlendirmesi açısından kış turizmi va Almatı Çimbulak-Medeu örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- İbret, B. Ü. (2006). Ilgaz dağlarında kış turizmi. *Türk Coğrafya Dergisi*, (44), 61-78.

- İlban, M. O. ve Kaşlı M. (2008). Turistik ürün çeşitlendirmesi. Hacıoğlu, N. ve Avcıkurt, C. (Editörler). *Kış Turizmi*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım, 319-342.
- İncekara, A. (1998). Doğu Anadolu'da kış turizmi ve gelişme olanakları. *İstanbul Ticaret Odası Yayınları*, (18).
- İncekara, A. (2001). Anadolu'da yeni turizm olanakları ve bölgesel kalkınmadaki yeri. *İstanbul Ticaret Odası Yayınları*, (28).
- İnternet: Dağcılık Federasyonu, (2017). <https://web.archive.org/web/20130314092549/http://www.tdf.org.tr/pages.asp?id=38> Son Erişim Tarihi: 02.06.2017.
- İnternet: Devlet Hava Meydanları İşletmesi, 2018. <http://www.hakkariyuksekoa.dhmi.gov.tr/havaalanlari/sayfa.aspx?hv=55&mnu=5275#.Wo3ZjajFLIU> Son Erişim Tarihi: 02.02.2018.
- İnternet: Ennemoser, K., Chancen für den Wintertourismus, Folie 1, Ennemoser Wirtschaftsberatung <http://ennemoser.at/de/ewb/downloads/chancenwintertourismus.pdf> Son Erişim Tarihi: 16/02/2018.
- İnternet: Eurostat 2016-2017 Doluluk Oranları, [http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/File:Net_occupancy_rates_of_bed-places_in_hotels_and_similar_accommodation_winter_season_2016-17_compared_with_the_previous_year_\(%25\).png](http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/File:Net_occupancy_rates_of_bed-places_in_hotels_and_similar_accommodation_winter_season_2016-17_compared_with_the_previous_year_(%25).png) Son Erişim Tarihi: 10.02.2018
- İnternet: Eurostat 2016-2017 Konaklama Harcamaları, [http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/File:Nights_spent_at_hotels_and_similar_accommodation_2016-17_winter_season_compared_with_the_previous_year_\(Thousands\).png](http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/File:Nights_spent_at_hotels_and_similar_accommodation_2016-17_winter_season_compared_with_the_previous_year_(Thousands).png) Son Erişim Tarihi: 10.02.2018
- İnternet: Gençlik ve Spor Bakanlığı, <http://sgm.gsb.gov.tr/> Son Erişim Tarihi: 23.08.2017.
- İnternet: Google Maps, (2019). <https://www.google.com/maps/@37.4345479,44.0025423,6131a,35y,37.94t/data=!3m1!1e3> Son Erişim Tarihi: 18.04.2019.
- İnternet: Hakkâri Bitki Örtüsü, <http://www.hakkarikulturturizm.gov.tr/TR,159076/hakkride-bitki-ortusu.html> Son Erişim Tarihi: 21/02/2018.
- İnternet: Hakkâri Bitki Örtüsü, <http://www.hakkarikulturturizm.gov.tr/TR,159076/hakkride-bitki-ortusu.html> Son Erişim Tarihi: 21/02/2018.
- İnternet: Hakkâri İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, (2019). <http://www.hakkarikulturturizm.gov.tr/TR-159102/temel-ekonomik-gostergeler.html> Son Erişim Tarihi: 02.03.2019.
- İnternet: Hakkâri Madenleri, (2010). http://www.mta.gov.tr/v3.0/sayfalar/bilgi-merkezi/maden_potansiyel_2010/Hakkari_Madenler.pdf Son Erişim Tarihi: 16/02/2018.
- İnternet: Hakkâri Madenleri, (2010). http://www.mta.gov.tr/v3.0/sayfalar/bilgi-merkezi/maden_potansiyel_2010/Hakkari_Madenler.pdf Son Erişim Tarihi: 16/02/2018.
- İnternet: Hakkâri Yazılı Tarih Öncesi Dönem, (2019). <http://www.hakkarikulturturizm.gov.tr/TR-158988/yazili-tarih-oncesi-donem.html> Son Erişim Tarihi: 20/02/2019.
- İnternet: Kış Turizm Raporu, (2014). https://www.tursab.org.tr/dosya/12196/tursab-kis-turizmi-raporu119314251845-1_12196_3978793.pdf Son Erişim Tarihi: 16/02/2018.
- İnternet: Kulm, (2017). <http://www.kulm.com/en/winter/> Son Erişim Tarihi: 05.06.2017.

- İnternet: Kültür ve Turizm Bakanlığı (2019b). <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR-10177/kis-sporlari-turizm-merkezlerine-iliskin-genel-bilgiler.html> Son Erişim tarihi: 01.04.2019.
- İnternet: Kültür ve Turizm Bakanlığı, (2019a). <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR-10176/kis-sporlari-turizmi-temali-ktkgb39ler.html> Son Erişim tarihi: 01.04.2019.
- İnternet: MGM Karlı Gün Sayısı, (2016). <https://www.mgm.gov.tr/FILES/resmi-istatistikler/Turkiye-Ortalama-KarOrtuluGunler-Sayisi.pdf> Son Erişim Tarihi: 02.06.2017.
- İnternet: MGM Ortalama Değer, (2017). <https://www.mgm.gov.tr/veridegerlendirme/il-ve-ilceler-istatistik.aspx?m=HAKKARI> Son Erişim Tarihi: 02.06.2017.
- İnternet: MGM Rüzgar Atlası, (2017). <https://www.mgm.gov.tr/genel/ruzgar-atlasi.aspx> Son Erişim Tarihi: 02.06.2017.
- İnternet: MTA Harita, (2019). <http://yebilimleri.mta.gov.tr/anasayfa.aspx> Son Erişim Tarihi: 18.04.2019.
- İnternet: Orman ve Su İşleri Bakanlığı, (2017). <https://www.ogm.gov.tr/Sayfalar/Ormanlarimiz/T%C3%BCrkiye-Orman-Varl%C4%B1%C4%9F%C4%B1-Haritas%C4%B1.aspx> Son Erişim Tarihi: 05.06.2017.
- İnternet: Orta Anadolu Kalkınma Ajansı, (2015). TR72 Turizm Sektörel Çalışma Grubu Raporu http://www.oran.org.tr/images/dosyalar/20170915130614_0.pdf Son Erişim Tarihi: 16/02/2018.
- İnternet: Schmidt, M. (2004). *Investigating risk perception: a short introduction*. http://www.markusschmidt.eu/pdf/Intro_risk_perception_Schmidt.pdf Son Erişim Tarihi: 17/02/2018.
- İnternet: St. Moritz, (2018). <http://www.stmoritz.ch/en/winter/village/spirit-history/birthplace-of-winter-tourism.html> Son Erişim Tarihi: 17.02.2018.
- İnternet: Şatır, O. (2016). <http://www.milliyet.com.tr/cilo-daglarindaki-buzullar-eriyor-van-yerelhaber-1388372/> Son Erişim Tarihi: 24.03.2019.
- İnternet: Şengör, A. M. C. (2014). *Türkiye'nin Geleceği ve Kürt açılımı*, <https://www.youtube.com/watch?v=KOhC7KfDNxA> Son Erişim Tarihi: 24.03.2018.
- İnternet: Topografya, (2017). http://www.turkiyeharitasi.gen.tr/wp-content/uploads/2013/08/Turkey_topografik_haritasi.jpg Son Erişim Tarihi: 05.06.2018.
- İnternet: Tourism Benchmarking (2010). *Die Schweizer Tourism wirtschaft im internationalen Vergleich*. Schlussbericht zum “Internationalen Benchmarking Programm für den Schweizer Tourism Update 2008–2009”, Januar 2010, Schweizerische Eidgenossenschaft, Staatssekreteriat für Wirtschaft SECO, Bern, www.bakbasel.com.pdf. Son Erişim Tarihi: 16/02/2018.
- İnternet: Tük, (2019). http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1007 Son Erişim Tarihi: 02.03.2019.
- İnternet: Walter, S. (2001). *Climate Change and the Skiing Industry: Impacts and Potential Responses*. <http://kaares.ulapland.fi/home/hkunta/jmoore/climateskiing.pdf> Son Erişim Tarihi: 16/02/2018.
- İnternet: Walter, S. (2001). *Climate Change and the Skiing Industry: Impacts and Potential Responses*. <http://kaares.ulapland.fi/home/hkunta/jmoore/climateskiing.pdf> Son Erişim Tarihi: 16/02/2018.
- İnternet: Worldbank (2018). <https://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.ARVL?end=2016&start=1995&view=chart> Son Erişim Tarihi: 12.04.2018

- İzbirak, R. (1946). Cilo ve Nemrut Dağlarıyla Hakkâri ve Van Gölü çevrelerinde coğrafya araştırmaları. *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih Coğrafya Fakültesi Dergisi*, 4 (1).
- Jackson, E.L. (1993). Recognizing patterns of leisure constraints: results from alternative analyses. *Journal of Leisure Research*, 25 (2), 129-149.
- Jungermann, H., and Slovic, P. (1993). *Characteristics of individual risk perception*. In Rück Bayerische (Ed.), *Risk is a construct Perceptions of risk perception*. München: Knesebeck GmbH & Co. Verlags KG, 89-107.
- Kalaycı, Ş. (2008). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*. Ankara: Asil Yayın Dağıtım
- Kalkınma Bakanlığı, (2013). İllerin ve Bölgelerin Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Sıralaması Araştırması (Sege-2011).
- Karaman, A. ve Gül, M. (2016). Alternatif turizm kapsamında Kahramanmaraş ili Yedikuyular bölgesi dağ ve kış sporları turizmi için öneriler. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20 (2), 583-599.
- Kardeş, N. ve Kındır, S. (2017). Sakarya Üniversitesinde Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Kış Turizmine Bakış Açıları: Bir Araştırma. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 4 (1), 441-449.
- Katkat, D. ve Mızrak, O. (2010). Yaz ve kış turizmlerinin Türkiye ekonomisine katkılarının karşılaştırılması. *Atatürk Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 8 (4), 32-39.
- Kaya, G. (2018). *Kayseri'nin Kış Turizm Potansiyeli ve Tercih Edilmesindeki Sebepler: Erciyes Örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Kesici, Ö. (2005). *Küresel Isınma çerçevesinde Süphan ve Cilo Dağlarında buzul Morfolojisi araştırmaları*. TÜBİTAK Çevre, Atmosfer, Yer ve Deniz Bilimleri Araştırma Grubu (ÇAYDAG), Proje No:101Y131.
- Koenig, U. ve Abegg, B. (2010). Impacts of climate change on winter tourism in the Swiss Alps. *Journal of Sustainable Tourism*, 5 (1), 46-58.
- Kopar, İ. ve Çakır, Ç. (2016). Tortum çayı havzasında (Erzurum-Artvin) 2014 ve 2015 yıllarında yapılan su buzlu tırmanışları ve bunun kış turizmi kaynakları bakımından değeri. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20 (1), 199-224.
- Korgavuş, B. (2017). Erzurum Palandöken'in kış turizmi açısından değerlendirilmesi. *ATA Planlama ve Tasarım Dergisi*, 1 (1).
- Koşan, A. (2013), Kış sporları turizmi-kayak turistlerinin kış turizm merkezlerini algı ve değerlendirmelerine ait bir araştırma (Palandöken'de bir uygulama). *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17(2).
- Kozak N, Kozak A. M ve Kozak M. (2001). *Genel Turizm İlkeler – Kavramlar*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Köşker, H. ve Unur, K. (2014). *Türkiye'nin dağ turizm potansiyeli, çeşitleri, sorunlar ve çözüm önerileri*. Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi, 15. Ulusal Turizm Kongresi Bildiri Kitapçığı, 13-16 Kasım, Ankara.
- Kudaka, (2012). Erzurum Konaklı bölgesinde yapılması planlanan yatırımlar konusunda finansal fizibilite raporu. *Kuzey Doğu Anadolu Kalkınma Ajansı*, Erzurum.
- Kurter, A., 1991. *Glaciers of Middle East and Africa-Glaciers of Turkey*. Williams, R.S., Ferrigno, J.G., (Eds.), *Satellite Image Atlas of the World*. USGS Professional Paper 1386-G-1, 1-30.
- Kurtuluş, K. (1985). *Pazarlama Araştırmaları*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Yayın No: 2789.

- Kürşad, M. ve Civelek, Ş. (2011). Türkiye’de doğal olarak yetişen *Artemisia L.* (Asteraceae) cinsine ait üç türün Morfolojik özellikleri bakımından incelenmesi. *Artvin Çoruh Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, 12 (19), 15-25.
- Kürşad, M. ve Civelek, Ş. (2011). Türkiye’de doğal olarak yetişen *Artemisia L.* (Asteraceae) cinsine ait üç türün Morfolojik özellikleri bakımından incelenmesi. *Artvin Çoruh Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, 12 (19), 15-25.
- Larsen, G.R. and Guiver, J.W. (2013). Understanding tourists’ perceptions of distance: a key to reducing the environmental impacts of tourism mobility. *Journal of Sustainable Tourism*, 21 (7), 968–981.
- Lumley, T., Paula, D., Scott, E. ve Lu C. (2002), The Importance of The Normality Assumption in Large Public Health Data Sets, *Annual Review of Public Health*, (23), 151-169.
- Margaryan, L. and Fredman, P. (2017). Bridging outdoor recreation and nature-based tourism in a commercial context: Insights from the Swedish service providers. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 17, 84–92.
- May, V. (1995). Environmental implications of the 1992 Winter Olympic Games. *Tourism Management*, 16 (4), 269-275.
- Morga, G. A., Leech, N. L., Gloeckner, G.N., ve Barrett, K.C. (2004). *SPSS for introductory statistics – use and interpretation*. London: Lawrence Erlbaum Associates.
- Mursalov, M. (2009). *Bir Turistik Ürün Çeşitlendirmesi Olarak Kış Turizmi ve Kış Turizmi Açısından Azerbaycan’ın Guba – Haçmaz Turizm Bölgesinin Arz Potansiyeli*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Müller, M. (2015). What makes an event a mega-event? Definitions and sizes. *Leisure Studies*, 34 (6), 627–642.
- Naghypour, P. (2017). *Ilgaz Dağı kış turizm merkezi ziyaretçilerinin motivasyon ve memnuniyet düzeylerinin değerlendirilmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Ok, S. T. ve Palacioğlu, T. (2000). Doğu Anadolu kış olimpiyatları. *İstanbul Ticaret Odası Yayınları*, (12).
- Oktayer, N., Susam, N. ve Çak, M. (2007), Türkiye’de turizm ekonomisi. *İstanbul Ticaret Odası Yayınları*.
- Onur, A. (1962). Türkiye’de Daimi Kar Sınırı Hakkında. *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih Coğrafya Fakültesi Dergisi*, (20), 1-2.
- Öncü, H. (1997). *Eğitimde ölçme ve değerlendirme*. Eğitim bilime giriş. Ed. L. Küçükahmet. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Özgen, N. (2010). Doğu Anadolu Bölgesi’nin doğal turizm potansiyelinin belirlenmesi ve planlamaya yönelik öneriler. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 7 (1).
- Özgüç, N. (1994). *Turizm coğrafyası*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Yayınevi, Yayın No:3821.
- Özgüç, N. (2003). *Turizm Coğrafyası*. İstanbul: Çantay Kitabevi.
- Özgüç, N. (2007). *Turizm Coğrafyası: Özellikler ve Bölgeler*. (5. Basım). İstanbul: Çantay Kitabevi.
- Paget, E., Dimanche, F. and Mounet, J. P. (2010). A Tourism Innovation Case an actor-network approach. *Annals of Tourism Research*, 37 (3), 828–847.
- Sağlık, E. ve Kocaman, G. (2014). Kayak merkezlerinde turistlerin hizmet kalite algısının belirlenmesi: Palandöken kayak merkezinde bir uygulama. *Atatürk İletişim Dergisi*, (6).

- Sarıkaya, M. A. (2009). *Late quaternary glaciation and paleoclimate of turkey inferred from cosmogenic ³⁶Cl dating of moraines and glacier modeling*. Ph.D. Thesis, The University Of Arizona.
- Scott, D., Hall, C. M. ve Gössling, S. (2012). *Tourism and Climate Change: Impacts, Adaptation and Mitigation*. Routledge, London.
- Seçilmiş, C. ve Ünlüöner, K. (2009). İstanbul'u Ziyaret Eden Turistlerin Güvenlik Algılamaları Üzerine Bir Araştırma, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 1 (1), 65-84.
- Sezer, İ. (2016). Paşakonağı Yaylası ve yakın çevresinin coğrafi özellikleri ile geliştirilebilecek turizm olanakları açısından incelenmesi. *Marmara Coğrafya Dergisi*, (34) 134-146.
- Shackley, M. (2006). *Atlas of Travel and Tourism Development*. Oxford, UK: Butterworth-Heinemann.
- Sharma, S. (1996). *Applied Multivariate Techniques*, Jhonn Wiley & Sons Inc.; 116, New York.
- Silik, C. E. (2018). *Hizmet Kalitesi, Müşteri Memnuniyeti ve Tavsiye Etme Niyeti Kapsamında Türkiye'deki Kayak Merkezlerinin İncelenmesi*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Silik, C. E. ve Ünlüöner, K. (2018). Hizmet Kalitesi, Müşteri Memnuniyeti ve Tavsiye Etme Niyeti Arasındaki İlişki: Kayak Merkezlerine Yönelik Bir İnceleme. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 10 (4), 333-357.
- Simpson, P. M. ve Siguaw, J. A. (2008). Destination Word of Mouth. *Journal of Travel Research*, (47), 167-182.
- Somuncu, M. (2002). *2002 Dünya Dağlar Yılında Dünyada Ve Türkiye'de Dağ Turizmi*. Ankara: II. Turizm Şurası Bildirileri 1, 185-192,
- Soykan, F. (2000). Kırsal turizm ve Avrupa'da kazanılan deneyi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, (11).
- Soykan, F. (2002). "Kırsal Turizmin Sosyo-Ekonomik Etkileri ve Türkiye". Türkiye Dağları I. Ulusal Sempozyumu, Kastamonu: 25-27 Haziran 2002.
- Şahbaz, R. P. ve Bayram, A. T. (2013). *Kış turizmi girişimciliğinin ekonomik ve çevresel etkileri*. 14. Ulusal Turizm Kongresi, Kayseri, 05-08 Aralık 2013.
- Şahin İ. F. (2009). Erzincan ilinin turizm potansiyeli ve ildeki ekoturizm uygulamaları. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 14 (22).
- Şahin, A. ve Şeker, G. (2015). İç güvenlikteki değişimlerin turizm gelirlerine olan etkisi: Kırgızistan örneği. *CBÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 13 (2).
- Şahin, G. ve Kahraman, M. (2017). Hakkâri'nin turizme yönelik potansiyelleri hakkında bir değerlendirme, *İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Coğrafya Dergisi*, (34), 1-21.
- Şebin, K., Serarşlan, M. Z., Yazıcı, A. G., Tozoğlu, E., Gülbahçe, Ö. ve Yorulmazlar, M. (2010b). Erzurum halkının kış sporları turizmine karşı tutumları, *Journal of Physical Education and Sport Sciences*, 12 (2), 23-35.
- Şebin, K., Yazıcı, A. G., Tozoğlu, E., Bostancı, Ö. ve Karahüseyinoğlu, M. F. (2010a). Yöre halkının Erzurum kış sporları turizmi ile ilgili sosyo-kültürel ve ekonomik beklentileri, *Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 12 (1), 18-29.
- Şen, Ş. (2008). *Kış turizmi: Kış turizmine uygun merkezlerin tespiti ve planlaması – Erciyes örneği*, Uzmanlık Tezi, Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, Ankara.
- Tahiroğlu, M., Yıldırım, T. ve Çetin, T. (2010). Değer Eğitimi Yöntemlerine Uygun Geliştirilen Çevre Eğitimi Etkinliğinin, İlköğretim 7. Sınıf Öğrencilerinin Çevreye İlişkin Tutumlarına Etkisi. *Selçuk Üniversitesi Ahmet Keleşoğlu Eğitim Fakültesi Dergisi*, 30, 231-248.

- Tan, Ş. ve Erdoğan, A. (2004). *Öğretimi planlama ve değerlendirme*. (Genişletilmiş 5.Baskı) Pegem Yayınevi, Ankara.
- Top, M. (2010). *Hakkâri*. Hakkâri Valiliği Yayınları, Yayın No:6 (Ed. Mehmet Top), ISBN: 978-605-88309-3-6.
- Türkdoğan, E. (2010). *Türkiye'nin geliştirilebilir bölgesel kış turizmi potansiyeli: Avrupa'nın bölgesel kış turizmi merkezleri ile Türkiye'nin bölgesel kış turizmi potansiyelinin karşılaştırılması*, Uzmanlık Tezi, Kültür ve Turizm Bakanlığı Tanıtma Genel Müdürlüğü, Ankara.
- Türkeri, İ. (2014). *Destinasyon aidiyeti oluşturulmasında destinasyon imajının ve kişiliğinin rolü: Kış turizmi örneği (Palandöken kayak merkezi)*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- Türkiye Cumhuriyeti Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığı. (2000). *Doğu Karadeniz Bölgesel Gelişme Planı*. Nihai Rapor, Cilt V: Çevre
- Türkunal, S. (1950). *Hakkâri dağları hakkında Jeolojik not*, Tebliğ, MTA Enstitüsü, Şubat 1947.
- Uçar, M., Çeken, H. ve Ökten, Ş. (2010). *Kırsal Turizm ve Kırsal Kalkınma (Fethiye Örneği)*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- UNEP ve UNWTO (2008). *Climate Change and Tourism*, World Tourism Organization, ISBN: 978-92-844-1234-1, Madrid, Spain.
- Usal, A. (1984). *Turizm Pazarlaması*. İzmir: Okan Dağıtım ve Yayıncılık Ltd. Sti.
- Ülker, İ. (1987). *Dünya'da ve Türkiye'de Dağ Turizmi*. Türkiye Kalkınma Bankası Turizm Yıllığı, Ankara.
- Ülker, İ. (1992). *Dağ Turizmi*, Ankara: T.C. Turizm Bakanlığı, Devran Matbaacılık.
- Ülker, İ. (2006). *Dağlarımız: dağ sporları ve dağ turizmi, yüksek dağlarımız ve kayak merkezleri*. Ankara: T. C. Kültür ve Turizm Bakanlığı.
- Ünlüönen, K. ve Kızanlıkları M. (2018). *Turizm sektöründe tüketici hakları araştırması*. NOBEL Akademik Yayıncılık, Ankara.
- Üzel, M. N. (2003). *Dünyada ve Türkiye'de kış turizmi ve örnek alan Erciyes turizm merkezi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Vanat, L. (2017). *2017 International Report on Snow & Mountain Tourism*.
- Weed, M ve Bull, C. (2011). *Sport Tourism participant, policy and providers*. Routledge, Newyork, USA.
- Weiermair, K. ve Fuchs, M. (1999). Measuring tourist judgment on service quality, *Annals of Tourism Research*, 26 (4), 1004-1021.
- Williams, P., Dossa, K. (1995). Canada's ski markets. *Ski Area Management*, 34 (5), 62-3.
- Won, D. ve Hwang, S. (2009). *Factors influencing the college skiers and snowboarders' choice of a ski destination in Korea: A conjoint study*. Managing Leisure.
- Yamane, T. (2001). *Temel Örnekleme Yöntemleri*. (Çev. Esin, A., Bakır, M., Aydın, C. A. ve Gürbüzselsel, E.) Literatür Yayıncılık, İstanbul.
- Yaşlıoğlu, M. M. (2017). Sosyal Bilimlerde Faktör Analizi ve Geçerlilik: Keşfedici ve Doğrulayıcı Faktör Analizlerinin Kullanılması. *Istanbul University Journal of the School of Business*, 46, 74-85.
- Yeşiltaş, M., Öztürk, İ., Türkmen, F. (2008). Terör Faaliyetlerinin Turizm Sektörüne Etkilerinin Çözüm Önerileri Perspektifinde Değerlendirilmesi, *Sosyal Bilimler Dergisi*, 10 (1).
- Yıldız, S. ve Kaya, F. (2016). Yerel Paydaşların Bakış Açısıyla Bingöl İlinin Kış Turizmi Açısından Değerlendirilmesi, *Journal of Recreation and Tourism Research*, 3(2), 51-54.

- Yıldız, Z. (2009). Küresel ısınma ve alternatif turizme yönelim üzerine etkileri, *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 1 (1), 77-91.
- Yıldız, Z. (2011). Turizmin sektörünün gelişimi ve istihdam üzerindeki etkisi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*. 3 (5), 54-71.
- Yılmaz, H. (1997). *Türkiye'de kış turizm merkezlerinin durumu ve ideal yapıya göre değerlendirmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Yılmaz, K. G. (2013). *Birincil ve ikincil verilerin kullanımı yoluyla Antalya ili turizm talep tahmini*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Yılmaz, M. K., Başar, E. E. ve Pabuççu, H. (2015). Pazarlama kaynaklarına en uygun rekabetçi pazarlama stratejisinin belirlenmesi: Kış turizmi otellerine yönelik bir uygulama. *Ege Akademik Bakış*, 15 (3), 409-419.
- Yücel, C. (2005). *Dünyada Kar Turizmi ve Türkiye*. Türsab Ar-Ge Departmanı, Aralık.
- Zeydan, Ö. ve Sevim, B. (2008). *İklim değişikliğinin kış turizmine etkileri*. TMMOB İklim Değişimi Sempozyumu Bildiriler Kitabı, Ankara, 159-174.



EKLER

EK-1. Anket Formu

Sayın Katılımcı;

Bu anket formu “Yerel Halkın Bakış Açısıyla Cilo Dağı’nın Kış Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi” konulu çalışmaya veri toplamak amacıyla hazırlanmış olup, kesinlikle belirtilen bu amaç dışında kullanılmayacak, vereceğiniz cevaplar size herhangi bir sorumluluk getirmeyecektir.

Göstermiş olduğunuz ilgi ve katılım için şimdiden çok teşekkür ederiz.

Prof. Dr. Kurban ÜNLÜÖNEN

Gazi Üniversitesi

Turizm Fakültesi

kurban@gazi.edu.tr

İsmail BOZKURT

Gazi Üniversitesi

Turizm Fakültesi

iismailbozkurt@gmail.com

Demografik Bilgiler

1. **Cinsiyetiniz:** () Kadın () Erkek
2. **Yaşınız:** (.....)
3. **Eğitim Durumunuz (En son mezun olduğunuz eğitim kurumuna göre):**
 () İlköğretim () Lise () Önlisans () Lisans
 () Lisansüstü
4. **Medeni Durumunuz:** () Bekar () Evli
5. **Aylık Toplam Geliriniz** (.....)

No	Sizce Cilo Dağında kış turizminin <u>gerçekleşmeme</u> sebepleri?	Hiç etkili değildir	Az etkili	Orta düzeyde etkili	Çok etkili	Çok fazla etkili
1	Konaklama Tesislerinin Yetersizliği					
2	Mekanik Tesislerin Yetersizliği					
3	Eğlence Olanaklarının Yetersizliği					
4	Ulaşım Olanaklarının Yetersizliği					
5	Kış Turizminde Çalışacak Kalifiye Personel Yetersizliği					
6	Bölgenin veya Ülkenin İçinde Olduğu Ekonomik Sorunlar					
7	Bölgenin veya Ülkenin İçinde Olduğu Siyasal Sorunlar					
8	Güvenlik Sorunları					
9	Bölgenin Yeterli Tanıtımının Yapılamaması veya Tanıtımın Yanlış Yapılması					
10	Diğer (Açıklayınız)					

EK-1. Anket Formu

No	Sizce Cilo Dağında kış turizm potansiyelinin gelişmesi için yapılacaklar hangi düzeyde önemlidir?	Hiç önemli	Az önemlidir	Orta düzeyde önemlidir	Çok önemlidir	Çok fazla önemlidir
11	Yatak Kapasitesinin Arttırılması					
12	Mekanik Tesislerin Sayısının Arttırılması					
13	Eğlence Olanaklarının Arttırılması					
14	Ulaşım Sorunlarının Giderilmesi					
15	Personel Kalitesinin Yükseltilmesi					
16	Güvenlik Sorunlarının Giderilmesi					
17	Alt ve Üst Yapı Sorunlarının Giderilmesi					
18	Tanıtım Sorunlarının Giderilmesi					
19	Diğer (Açıklayınız)					

No	Sizce Cilo Dağında kış turizmi yapılmasının bölgeye etkisi nasıl olur?	Hiç etkilemez	Az etkiler	Orta düzeyde etkiler	Çok etkiler	Çok fazla etkiler
20	Plansız Yapılaşmanın Oluşmasını					
21	Doğal Dokunun Özelliğini Kaybetmesini					
22	Çevre Sorunlarının Ortaya Çıkmasını					
23	Alt ve Üst Yapı Sorunlarını Beraberinde Getirmesini					
24	Ticarileşmeyle Birlikte Sosyal ve Kültürel Yapının Bozulmasını					
25	Kaçak Yapıların Artmasını					
26	Ekonomik Gelişmeyi					
27	Kültürel Faaliyetlerin Gelişmesini					
28	Sosyalleşme İmkanlarının Gelişmesini					
29	Çevre Bilincinin Gelişmesini					
30	İstihdamın Gelişmesini					
31	Diğer (Açıklayınız)					

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Soyadı, adı : Bozkurt, İsmail
 Uyruğu : Türkiye Cumhuriyeti
 Doğum tarihi ve yeri : 16/05/1992 - Muğla
 Medeni hali : Bekar
 Telefon : 0543 388 5117
 e-mail : iismailbozkurt@gmail.com



Eğitim

Derece	Eğitim Birimi	Mezuniyet tarihi
Yüksek lisans	Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü	26/07/2019
Lisans	Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi	18/07/2015
Lise	Milas Anadolu Meslek Lisesi	22/04/2010

Yabancı Dil : İngilizce

Yayınlar

- Bozkurt, İ. ve Ünlüönen, K. (2019). Yerel Halkın Bakış Açısıyla Cilo Dağı'nın Kış Turizm Potansiyelinin İncelenmesi. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 6 (2), 161-175.
- Kılıçlar, A., Şahin, A., Sarıkaya, S. ve Bozkurt, İ. (2018). Kişilik Tiplerinin Gıda Tercihlerine Etkisi (Effect of Personality Traits on Food Preference. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(4), 779-811.
- Tayfun, A., Aysen, E., Dülger, A.S., Özyurt, B., Bozkurt, İ. ve Bulut, Y. (2018). Travelexpo Turizm Fuarı Ziyaretçilerinin Fuara İlişkin Geri Bildirimlerine Yönelik Bir Araştırma (A Research on Feedback of Visitors in Travel Expo Tourism Fair). *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(3), 472-485.
- Uygun, A. ve Bozkurt, İ. (2017). Konaklama İşletmelerinde Stratejik Yönetim Sürecinin İncelenmesi: Ng Afyon Örneği, *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5 (42), 1-19.
- Kılıçlar, A., Şahin, A., Sarıkaya, S. ve Bozkurt, İ. (2017). Kişilik Tiplerinin Tat Tercihlerine Etkisi (Effect of Personality Traits on Taste Preferences). *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(4), 779-811.
- Uygun, A., Göral, R. ve Bozkurt, İ. (2015). Muğla İli Milas İlçesinin Kültür Turizmi Açısından İncelenmesi, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 34, 95-105.



GAZİLİ OLMAK AYRICALIKTIR..

