



## Journal of Recreation and Tourism Research

Journal home page: [www.jrtr.org](http://www.jrtr.org)

ISSN:2148-5321

DOI: 10.31771/jrtr.2019.23

### YEREL HALKIN BAKIŞ AÇISIYLA CİLO DAĞI'NIN KIŞ TURİZM POTANSİYELİNİN İNCELENMESİ

İsmail BOZKURT<sup>a</sup> 

Kurban ÜNLÜÖNEN<sup>b</sup> 

<sup>a</sup> Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, Türkiye (iismailbozkurt@gmail.com)

<sup>b</sup> Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Ankara, Türkiye (kurban.unluonen@hbv.edu.tr)

#### ARTICLE HISTORY

**Received:**  
17.05.2019

**Accepted:**  
18.06.2019

#### **Anahtar Kelimeler:**

Kış turizmi  
Cilo Dağı  
Yerel halk  
Hakkari  
Turizm potansiyeli

#### **Keywords:**

Winter tourism  
Cilo Mountain  
Local people  
Hakkari  
Tourism potential

#### ÖZ

Araştırmanın amacı, Türkiye'nin ikinci büyük dağı olmasına rağmen kış turizminden yeterli 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 araştırılmıştır. Araştırmada veri toplama yöntemi olarak anket yöntemi kullanılmıştır. Araştırmada kullanılan anket formu, Aksu (2003)'ün çalışmasından faydalanılarak düzenlenmiştir. Bu kapsamda, Cilo Dağı'nın hinterlandını oluşturan Hakkâri ve Van illerinde yaşayan yerli halka anket uygulanarak veriler elde edilmiştir. Elde edilen veriler istatistik paket programı ile analize tabi tutulmuştur. Bölgede kış turizminin gelişmemesinin en önemli sebeplerinin tanıtım eksikliği, ulaşım ve güvenlik problemlerinden kaynaklandığı ortaya çıkmıştır.

#### ABSTRACT

The aim of the research is to examine the reasons for not realizing winter tourism on Cilo Mountain, which is the second largest mountain in Turkey, but which does not provide enough benefit from winter tourism. However, what are the requirements for opening the region to winter tourism are investigated in terms of the positive and negative effects that the region can create on the region if winter tourism activities are realized. In the research, questionnaire method was used as data collection method. The questionnaire used in the research was prepared by taking the work of Aksu (2003). In this context, the data were obtained by applying a questionnaire to the local people living in Hakkari and Van provinces which constitute the hinterland of Cilo Mountain. The data were analyzed with the statistical package program. The most important reasons for the lack of winter tourism development in the region are due to lack of promotion, transportation and security problems.

**\*Sorumlu Yazar:** İsmail BOZKURT

**E posta:** [iismailbozkurt@gmail.com](mailto:iismailbozkurt@gmail.com)

## GİRİŞ

Yirminci yüzyılın ikinci yarısından itibaren başlayan kitle turizm hareketlerinde ağırlığı yaz dönemlerinde gerçekleştirilen faaliyetler oluşturmaktadır. Ancak ülkeler tarafından turizm sezonunu uzatmak ve gelirlerini arttırmak için kış turizmine yatırım yapılmaktadır. Türkiye bulunduğu coğrafi konum nedeniyle özellikle Doğu Anadolu bölgesindeki dağlık alanlarda kış turizmi için uygun imkânlarla sahiptir. Cilo Dağı, Türkiye'nin ikinci yüksek dağı olması nedeniyle kış turizmi için önemli bir fırsata sahip olmasına rağmen bölgede kış turizmi faaliyetleri gerçekleştirilememektedir. Bundan dolayı bölgede yaşayan yerli halka kış turizminin gerçekleşme nedenlerinin neler olduğu sorulmuş ve cevaplar istatistik programı aracılığıyla değerlendirilmiş, bulgular yorumlanmış ve sonuca bağlanmıştır.

## KAVRAMSAL ÇERÇEVE

### Kış Turizmi

Eylül 1864'te St. Moritz'de otel müdürü Johannes Badrutt, İngiltere'den misafirlerini davet ederek ve konaklamalarını sağlayarak kış turizmini başlatılmışsa 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, s.106; Shackley, 2006, s.98; Fry, 2006, s.17; Weed ve Bull, 2011, s.194). Dünyada kış turizmine öncülük eden çalışmalar öncelikle Orta ve Kuzey Avrupa ülkelerinde başlamış bunları Amerika, Kanada ve Japonya gibi ülkeler izlemiştir (Ağger, 2011, s.5). Çeşitli araştırmacılar tarafından farklı tanımları (Yılmaz, 1997, s.2; Doğaner, 1997, s.19; İncekara, 1998, s.3; Doğanay ve Doğanay, 2005, s.151; Oktayer vd., 2007, s.141; Zeydan ve Sevim, 2008, s.3; İlban ve Kaşlı, 2008, s.321; Altaş vd., 2015, s.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 tanımlanmaktadır (Ülker, 1992, s.12; Ülker, 2006, s.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, s.40; Katkat ve Mızrak, 2010, s.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, s.17). Kış turizm merkezleri, kış turizmi ile ilgili aktivitelerinin de yapılabilirdiği, konaklama tesisleri, günübirlik tesisler ile eğlence ve ticari ünitelerinin de yer aldığı; birden fazla kayak merkezi ve kayak alanlarını içerebilen merkezler olarak tanımlanabilir (Doğaner, 2001, s.178; Şen, 2008, s.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, s.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, s.138; Demir, 2000, s.8; Doğanay, 2009, s.183; Türkoğdu, 2010, s.73). Kış turizminin gelişimi öncelikle tesisleşme ve tanıtım faaliyetlerinden geçmektedir. Bu özelliklerin sağlanmasında da devletin rolü büyüktür (Ağger, 2011, s.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 yansması, ayrıca sadece yaz aylarında değil yılın diğer aylarında da işsizliği azaltarak istihdam oluşturma olanağı bölgenin ekonomik gelişimi açısından oldukça önem arz etmektedir (Ülker,1987, s.150; Walter, 2001, s.15; Ceylan, 2009, s.228; Yıldız, 2011, s. 69; Türkeri, 2014, s.14).

Turizm alanında gelişim gösteren ülkeler; turizm çeşitliliğini artırmak, turizm mevsimini uzatmak ve alanda nitelikli personel istihdamı sağlayarak turizm faaliyetlerinin yıl boyu sürekliliği sağlamak amacıyla kış turizmi olanaklarını etkin bir şekilde değerlendirilmiştir (Usal, 1984, s.27; Ülker, 1992, s.8; Yılmaz, 2013, s.1; Ülker, 2006, s.20; Korgavuş, 2017, s.15). Kış turizmi dünyadaki yıllık turizm gelirin (2017 yılında 1,525,677.000.000 dolar) %15-20'lik payına sahip olup, 200-300 milyar dolar arası bir hacme sahip olduğu tahmin edilmektedir (Orta Anadolu Kalkınma Ajansı, 2015, s.21; Worldbank, 2019). Dünya çapındaki tüm kayak merkezlerinin (2132) üçte birinden fazlası Alp'lerde bulunmaktadır. Dünya çapında 49 önemli kış turizm tatil köyü bulunmaktadır ve bunların % 80'den fazlası Alp'lerde (Vanat, 2017, s.13). Kış turizmi için veri toplama,

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. Alp'ler, dünyadaki kayakçı ziyaretlerinin %43'ünü elinde tutan dünyanın en büyük kayak merkezidir. İkinci en büyük varış noktası Amerika ise ziyaretlerin % 21'ini oluşturmaktadır (Vanat, 2017, s.15). Amerika'da kış turizm merkezlerinin %90'ı kuzeydedir ve yaklaşık 500 kayak merkezi bulunmaktadır (Hudson, 2003, s. 90-91; Vanat, 2017, s.134).

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, s.19; Özgüç, 2007, s.55; Aydınöz, vd., 2012, s.121). Kayak alanlarının yüksekliğinin 1650-3000 metre arasında olması, karasal iklimin hâkim olduğu, ulaşımın kolay olduğu, kayak dışı uygulamalara, içme ve kullanma sularına elverişli, doğal güzelliği olan, heyelan ve çığ tehlikesi olmayan yerler kayak alanları için en uygun yerlerdir (Yılmaz, 1997, s.33-34; Won ve Hwang, 2009, s.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, s.23) rağmen kayak sporu her araziye uygun kayaklar sayesinde uzman kayakçıların el değmemiş ve bol karlı dağlarda kayma faaliyetlerini gerçekleştirmektedirler (Clifford, 2002, s. 19-20). Kış turizmi için önemli bir diğer husus daimi kar sınırıdır (İbret, 2006, s.62). Daimi kar ve kar yağışı sınırlarının uzanışına etki eden unsurlar; enlem, yükseklik, nem ve yağış, karasallık, bakı ve eğim olarak sıralanabilir (Erol, 2004, s.248). Kış turizmi, iklim değişikliğinden doğrudan ve en hızlı şekilde etkilenmektedir (Scott vd., 2012, s.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 çığ tehlikelerinin ve sel felaketlerinin artmasına yol açabilecektir (Giles ve Perry, 1998, s.80; Yıldız, 2009, s. 84-85; Sezer, 2016, s.138).

Kış turistleri diğer turist tiplerinden daha fazla gelire (Özgüç, 1994, s.116; Albayrak, 2013, s.199), düzenli ziyarete, uzun kalış süresine ve memnuniyete sahiptir (Simpson ve Siguaw, 2008, s.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, s.294). 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, s.90). Kış turizmine katılan turistlerin seyahat öncesi güdülerinin doğru bir şekilde tespit edilmesi halinde beklentilerine uygun turistik ürün geliştirerek memnuniyetleri artırılabilir (Ayaz ve Apak, 2017, s.38-39). Memnuniyeti artan turistlerin turizm destinasyonunu da tavsiye etme oranı artmaktadır (Silik, 2018, s.202). Turistlerin gelir ve eğitim düzeyi arttıkça kayak pistlerinin kalitesine yönelik değerlendirmelerinin de daha olumlu olduğu söylenebilir (Sağlık ve Kocaman, 2014, s.83-84).

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 TÜİK'in Ocak, Şubat ve Mart ayında gelen ziyaretçilerin tamamı bu sayıya dâhil edilmiştir (Kış Turizm Raporu, 2014, s.3). Ocak, Şubat ve Mart ayında gelen ziyaretçilerin tamamını kış turizmi amacıyla 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 TÜİK, Eurostat ve Kültür ve Turizm Bakanlığı gibi kurumların kış turizmine ilişkin veri toplaması ve paylaşması gerekmektedir.

Yeni kayak merkezleri 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 edilebilecektir. Ayrıca bölgenin ulusal ve uluslararası tanıtımı da yapılabilecektir. Türkiye'nin dağlık bölgeler bakımından zengin bir ülke olduğu düşünüldüğünde yapılacak doğru planlamalar ve tesisler ile ülkeye gerek ekonomik gerekse de sosyal katkılar sağlanabilecektir (Silik ve Ünlüönen, 2018, s.350).

### **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 (Sarıkaya, 2009,

s.200-201). Cilo da kış turizmi için uygun morfolojik manzara ve iklimik koşullar mevcuttur (Özgen, 2010, s.1396) Cilo dağında daimi kar sınırı ortalama 3500 metredir (Erinç, 1953, s.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 sarkıtları da 2000 metreler kadar alçalmıştır (Türkunal, 1950, s.26; Kurter, 1991, s.21; Kesici, 2005, s.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, s.3; Günal, 2013, s.10) yazlar sıcak ve kurak olup, sert karasal iklim özellikleri görülmektedir. Cilo (buzul) dağları üzerindeki yaylalarda, doğa yürüyüşü, avcılık, foto safari ve kültür turizmi gibi turizm türlerine de olanak sunmaktadır (İncekara, 2001, s.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, s.121-122).

## ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

### Araştırmanın Amacı

Cilo Dağının bulunduğu Hakkâri ili geri kalmış bir bölgedir. 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. 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. Gülel vd., (2017:214) belirttiği gibi insani gelişmişlik endeksinde ise 81 il içerisinde 75. sıradadır. Turizm sektörü bölgelere gelir sağlayabilmekte, istihdam oluşturabilmektedir. Bölgenin kış turizmine açılması için gerekliliklerin neler olduğunun belirlenmesi, yatırım yapılacak önceliklerin seçilmesi, kış turizminin bölgeye yansıtılabilecek olası etkilerinin bölge halkına sorularak öğrenilmesi, kış turizmini etkileyen faktörlerin birbirleri arasında ilişki olup olmadığını incelemek araştırmanın temel amacıdır. Bu amaca ilişkin hipotezler kurulurken turizmi etkileyen faktörlerin (turizmi etkileyen iç ve dış faktörler, turistik arz gereksinimleri, turizmin algılanan negatif ve pozitif etkisi) birbirleri arasında ilişki olup olmadığını incelemek için  $H_1$  temel hipotezi oluşturulmuş ve bu hipoteze uygun alt hipotezler geliştirilmiştir. Ayrıca literatürde Cilo Dağını ve kış turizmini birlikte inceleyen çalışmaya rastlanmaması nedeniyle literatüre katkı sağlaması da amaçlanmaktadır. Hipotez ve alt hipotezler aşağıdaki gibidir:

**H<sub>1</sub>:** Yerel halkın bakış açısına göre kış turizmini etkileyen faktörler arasında anlamlı bir ilişki vardır.

**H<sub>1.1</sub>:** Turistik potansiyeli etkileyen iç faktörlerle turistik potansiyeli etkileyen dış faktörler arasında anlamlı bir ilişki vardır.

**H<sub>1.2</sub>:** Turistik potansiyeli etkileyen iç faktörlerle turistik arz gereksinimleri faktörü arasında anlamlı bir ilişki vardır.

**H<sub>1.3</sub>:** Turistik potansiyeli etkileyen iç faktörlerle turizmin algılanan negatif etkisi arasında anlamlı bir ilişki vardır.

**H<sub>1.4</sub>:** Turistik potansiyeli etkileyen iç faktörlerle turizmin algılanan pozitif etkisi faktörü arasında anlamlı bir ilişki vardır.

**H<sub>1.5</sub>:** Turistik potansiyeli etkileyen dış faktörlerle turistik potansiyeli etkileyen iç faktörler arasında anlamlı bir ilişki vardır.

**H<sub>1.6</sub>:** Turistik potansiyeli etkileyen dış faktörlerle turistik arz gereksinimleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

**H<sub>1.7</sub>:** Turistik potansiyeli etkileyen dış faktörlerle turizmin algılanan negatif etkisi arasında anlamlı bir ilişki vardır.

**H<sub>1.8</sub>:** Turistik potansiyeli etkileyen dış faktörlerle turizmin algılanan pozitif etkisi arasında anlamlı bir ilişki vardır.

**H<sub>1.9</sub>:** Turistik arz gereksinimleriyle turistik potansiyeli etkileyen iç faktörler arasında anlamlı bir ilişki vardır.

- H<sub>1.10</sub>**: Turistik arz gereksinimleriyle turistik potansiyeli etkileyen dış faktörler arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- H<sub>1.11</sub>**: Turistik arz gereksinimleriyle turizmin algılanan negatif etkisi arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- H<sub>1.12</sub>**: Turistik arz gereksinimleriyle turizmin algılanan pozitif etkisi arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- H<sub>1.13</sub>**: Turizmin algılanan negatif etkisiyle turistik potansiyeli etkileyen iç faktörler arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- H<sub>1.14</sub>**: Turizmin algılanan negatif etkisiyle turistik potansiyeli etkileyen dış faktörler arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- H<sub>1.15</sub>**: Turizmin algılanan negatif etkisiyle turistik arz gereksinimleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- H<sub>1.16</sub>**: Turizmin algılanan negatif etkisiyle turizmin algılanan pozitif etkisi arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- H<sub>1.17</sub>**: Turizmin algılanan pozitif etkisiyle turistik potansiyeli etkileyen iç faktörler arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- H<sub>1.18</sub>**: Turizmin algılanan pozitif etkisiyle turistik potansiyeli etkileyen dış faktörler arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- H<sub>1.19</sub>**: Turizmin algılanan pozitif etkisiyle turistik arz gereksinimleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- H<sub>1.20</sub>**: Turizmin algılanan pozitif etkisiyle turizmin algılanan negatif etkisi arasında ilişki anlamlı bir vardır.

### 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, s.116) 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

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

$$n = 384$$

### Veri Toplama Yöntemi

Araştırmada kullanılan anket formu Aksu (2003)'ün çalışmasından faydalanılarak düzenlenmiştir. Hakkâri ve Van illerinde yaşayan yerli halka 01/10/2018 - 30/11/2018 tarihleri arasında anket formu uygulanarak çalışma için gerekli veriler elde edilmiştir. Örneklem sonucunda, araştırmanın %95 güven düzeyinde olması için en az 384 kişiyle yapılması gerektiğine karar verilmiştir. Kolayda örnekleme yoluyla 600 kişiye anket uygulanmış, 486 anket değerlendirmeye alınmıştır. Elde edilen veriler istatistik paket programıyla analiz edilmiştir. Verilerin frekans, yüzde dağılımları aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri tablolaştırılmıştır. Hipotezin test

edilmesi ve alt faktörler arasında ilişkinin bulunup bulunmadığını, varsa ilişkinin derecesi ve yönünün ne olduğunu belirlemek için korelasyon analizi yapılmıştır.

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 gerekliliklerin neler olduğunu araştırılmaktadır. 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.

## BULGULAR

Bu bölümde araştırmanın bulgularına ilişkin veriler tablolar aracılığıyla verilecektir. İlk tabloda araştırmaya katılanlarla ilgili demografik veriler verilmiştir. İkinci, üçüncü ve dördüncü tabloda anket sorularına verilen cevaplar verilmiş, beş altı ve yedinci tabloda korelasyon sonucuna ilişkin veriler ve sekizinci tabloda alt hipotezlere ilişkin sonuçlar verilmiştir.

**Tablo 1. 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	27,2
	1000-2000	129	26,5
	2000-2999	88	18,1
	3000-3999	81	16,7
	4000-4999	33	6,8
	5000+	23	4,7

Tablo 1’de 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 aralığında, %6,2’si 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.

**Tablo 2. 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	Standart Sapma
	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 (Tablo 2) katılımcıların bölgede kış turizmi gerçekleşmemesinin en büyük nedeninin tanıtımın yapılmaması veya tanıtımın yanlış yapılmasından ( $\bar{x}=4,27$ ) kaynaklandığını belirtmiştir. Nitekim anket formunda ilave etmek istediğiniz 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.

**Tablo 3. Araştırmaya katılanların bölgede kış turizminin gelişmesine etki edebilecek faktörlerle ilgili ifadelere 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	<b>4,33</b>	,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 (Tablo 3) 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.

**Tablo 4. Araştırmaya katılanların bölgede kış turizm potansiyelinin gelişmesi için yapılacak faktörlerle ilgili ifadelerle 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	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	<b>4,20</b>	,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 (Tablo 4) 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 Tablo 4'te görüldüğü üzere kış turizminin bölgeye olumsuz etkilerinin az olacağını, olumlu etkilerinin daha fazla olacağını söylemek mümkündür.

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



**Tablo 5. 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

Tablo 5'te görüldüğü gibi turistik potansiyeli etkileyen iç faktörlerle turizmin algılanan negatif etkisi arasında ilişki yoktur ( $p>0,05$ ). Dolayısıyla **H<sub>1,3</sub>**: “Turistik potansiyeli etkileyen iç faktörlerle turizmin algılanan negatif etkisi arasında anlamlı bir ilişki vardır.” hipotezi kabul edilememiştir. Turistik potansiyeli etkileyen iç faktörlerle turistik potansiyeli etkileyen dış faktörler ( $r=,334$ ), 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<sub>1,1</sub>**: “Turistik potansiyeli etkileyen iç faktörlerle turistik potansiyeli etkileyen dış faktörler arasında anlamlı bir ilişki vardır.”, **H<sub>1,2</sub>**: “Turistik potansiyeli etkileyen iç faktörlerle turistik arz gereksinimleri faktörü arasında anlamlı bir ilişki vardır.” ve **H<sub>1,4</sub>**: “Turistik potansiyeli etkileyen iç faktörlerle turizmin algılanan pozitif etkisi faktörü arasında anlamlı bir ilişki vardır.” alt hipotezleri kabul edilmiştir.

Turistik potansiyeli etkileyen dış faktörlerle turizmin algılanan negatif etkisi arasında ilişki yoktur ( $p>0,05$ ). Dolayısıyla **H<sub>1,7</sub>**: “Turistik potansiyeli etkileyen dış faktörlerle turizmin algılanan negatif etkisi arasında anlamlı bir ilişki vardır.” alt 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<sub>1,5</sub>**: “Turistik potansiyeli etkileyen dış faktörlerle turistik potansiyeli etkileyen iç faktörler arasında anlamlı bir ilişki vardır.”, **H<sub>1,6</sub>**: “Turistik potansiyeli etkileyen dış faktörlerle turistik arz gereksinimleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.” ve **H<sub>1,8</sub>**: “Turistik potansiyeli etkileyen dış faktörlerle turizmin algılanan pozitif etkisi arasında anlamlı bir ilişki vardır.” alt hipotezleri kabul edilmiştir.

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

**Tablo 6. Turistik arz gereksinimlerine etki eden faktörler ile 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
Turistik Arz Gereksinimi	r	,331	,147	1	,178	,307
	p	,000	,001		,000	,000
	n	486	486	486	486	486

Tablo 6'da görüldüğü gibi turistik arz gereksinimlerine etki eden faktörlerle turistik potansiyeli etkileyen faktörler ve turizmin algılanan etkisiyle arasında 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<sub>1,9</sub>**: “Turistik arz gereksinimleriyle turistik potansiyeli etkileyen iç faktörler arasında anlamlı bir ilişki vardır.”, **H<sub>1,10</sub>**: “Turistik arz gereksinimleriyle turistik potansiyeli etkileyen dış faktörler arasında anlamlı bir ilişki vardır.”, **H<sub>1,11</sub>**: “Turistik arz gereksinimleriyle

turizmin algılanan negatif etkisi arasında anlamlı bir ilişki vardır.” ve **H<sub>1,12</sub>**: “Turistik arz gereksinimleriyle turizmin algılanan pozitif etkisi arasında anlamlı bir ilişki vardır.” alt hipotezleri kabul edilmiştir. Turistik arz gereksinimleri aynı zamanda turistik potansiyeli etkileyebilen iç faktörleri de kapsayabildiği için aralarında azda olsa bir ilişkinin bulunduğu şekilde yorumlanabilir. Ayrıca arz gereksinimlerinin karşılanması bölge üzerindeki algıyı da etkileyebileceği için aralarında düşük düzeyli bir ilişki olduğu şeklinde yorumlanabilir.

Turizmin algılanan etkisinin, turistik potansiyeli etkileyen faktörlerle ve turistik arz gereksinimleriyle bir ilişkisinin olup olmadığını anlamak için korelasyon analizi yapılmıştır. Tablo 7’de görüldüğü gibi turizmin algılanan negatif etkisiyle turizm potansiyelini etkileyen iç ve dış faktörler arasında ilişki yoktur ( $p>0,05$ ). Dolayısıyla **H<sub>1,13</sub>**: “Turizmin algılanan negatif etkisiyle turistik potansiyeli etkileyen iç faktörler arasında anlamlı bir ilişki vardır.” ve **H<sub>1,14</sub>**: “Turizmin algılanan negatif etkisiyle turistik potansiyeli etkileyen dış faktörler arasında anlamlı bir ilişki vardır.” alt hipotezleri kabul edilememiştir. Turizmin algılanan negatif etkisiyle turistik arz gereksinimi ( $r=,178$ ) ve turizmin algılanan pozitif etkisi arasında ( $r=,100$ ) %5 önem derecesinde ( $p<0,05$ ) düşük düzeyli bir ilişki olduğu ortaya çıkmıştır. Bundan dolayı, **H<sub>1,15</sub>**: “Turizmin algılanan negatif etkisiyle turistik arz gereksinimleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.” ve **H<sub>1,16</sub>**: “Turizmin algılanan negatif etkisiyle turizmin algılanan pozitif etkisi arasında anlamlı bir ilişki vardır.” alt hipotezleri kabul edilmiştir.

**Tablo 7. Turizmin algılanan etkisi faktörüyle diğer faktörler arasındaki korelasyon analizi**

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

Tablo 7’de görüldüğü gibi turizmin algılanan pozitif etkisiyle turizm potansiyelini etkileyen iç ve dış faktörlerle turistik arz gereksinimleri ve turizmin algılanan negatif etkisi arasında ilişki vardır ( $p<0,05$ ). Bundan dolayı **H<sub>1,17</sub>**: “Turizmin algılanan pozitif etkisiyle turistik potansiyeli etkileyen iç faktörler arasında anlamlı bir ilişki vardır.”, **H<sub>1,18</sub>**: “Turizmin algılanan pozitif etkisiyle turistik potansiyeli etkileyen dış faktörler arasında anlamlı bir ilişki vardır.”, **H<sub>1,19</sub>**: “Turizmin algılanan pozitif etkisiyle turistik arz gereksinimleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.” ve **H<sub>1,20</sub>**: “Turizmin algılanan pozitif etkisiyle turizmin algılanan negatif etkisi arasında anlamlı bir ilişki vardır.” alt 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 arasında ( $r=,100$ ) %5 önem derecesinde ( $p<0,05$ ) düşük düzeyli bir ilişki olduğu ortaya çıkmıştır. Kurulan hipotezlere yönelik sonuçlar Tablo 8’de verilmiştir.

**Tablo 8. Hipotez Sonuçları**

Hipotez No	Hipotezler	Hipotez Sonucu
<b>H<sub>1</sub></b>	<b>Yerel halkın bakış açısına göre kırsal turizmini etkileyen faktörler arasında anlamlı ilişki vardır.</b>	+
<b>H<sub>1,1</sub></b>	İç faktörler → dış faktörler	+
<b>H<sub>1,2</sub></b>	İç faktörler → turistik arz gereksinimi	+
<b>H<sub>1,3</sub></b>	İç faktörler → algılanan negatif etki	-
<b>H<sub>1,4</sub></b>	İç faktörler → algılanan pozitif etki	+
<b>H<sub>1,5</sub></b>	Dış faktörler → iç faktörler	+
<b>H<sub>1,6</sub></b>	Dış faktörler → turistik arz gereksinimi	+
<b>H<sub>1,7</sub></b>	Dış faktörler → algılanan negatif etki	-
<b>H<sub>1,8</sub></b>	Dış faktörler → algılanan pozitif etki	+

H <sub>1.9</sub>	Turistik arz gereksinimi → iç faktörler	+
H <sub>1.10</sub>	Turistik arz gereksinimi → dış faktörler	+
H <sub>1.11</sub>	Turistik arz gereksinimi → algılanan negatif etki	+
H <sub>1.12</sub>	Turistik arz gereksinimi → algılanan pozitif etki	+
H <sub>1.13</sub>	Algılanan negatif etki → iç faktörler	-
H <sub>1.14</sub>	Algılanan negatif etki → dış faktörler	-
H <sub>1.15</sub>	Algılanan negatif etki → turistik arz gereksinimi	+
H <sub>1.16</sub>	Algılanan negatif etki → algılanan pozitif etki	+
H <sub>1.17</sub>	Algılanan pozitif etki → iç faktörler	+
H <sub>1.18</sub>	Algılanan pozitif etki → dış faktörler	+
H <sub>1.19</sub>	Algılanan pozitif etki → turistik arz gereksinimi	+
H <sub>1.20</sub>	Algılanan pozitif etki → algılanan negatif etki	+

## SONUÇ ve ÖNERİLER

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 tutarlılığına kanıt olarak gösterilebilir. Cilo Dağı'nda kış turizmi gerçekleşmemesinin en büyük nedeninin tanıtım eksikliği olduğu söylenebilir. Nitekim katılımcılarla yapılan görüşmelerde de en büyük sıkıntının yanlış algıdan kaynaklandığı, bölgenin sadece olumsuz olaylarla anılmasının bölge imajını yıpratmış belirtmiştir. Bunun sağlanmasında da 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 problemi bu faktör oluşturmaktadır. Ancak güvenlik güçleri tarafından yürütülen ve başarıyla sürdürülen operasyonlar sayesinde bu problem büyük ölçüde ortadan kaldırılmıştır. Nitekim turizm faaliyetlerinin güvenli bir ortamda gelişebilme eğilimde olması ve turistlerin huzurlu ortamları tercih etmeleri eğilimi, güvenlik problemlerinin en çok turizm sektörünü olumsuz etkilenmesine zemin hazırlamaktadır (Ünlüöner ve Kızanıklı, 2018: 59; Seçilmiş ve Ünlüöner, 2006:66; Yeşiltaş vd., 2008:186; Ünlüöner ve Baylan 2016:5). 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 yapılan 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 daha az etkili bir diğer 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.

Katılımcılar bölgede kış turizminin gelişmesinin en fazla katkısını ekonomik alanda sağlayacağı yönünde ifade etmektedirler. İkinci önemli katkı ise sosyalleşme imkânlarının artacağıdır. Daha sonraki olumlu etkiler sırasıyla kültürel faaliyetlerin gelişmesi, 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.

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 önlenmesinde 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. İlerideki araştırmalar için bölgedeki yapılabilecek tesislerin ve köylerin planlanmasının (bakı, eğitim ve yağış miktarı gibi temel unsurlar dikkate alınarak) yapılması önerilebilir. Bölgenin sosyal taşıma kapasitesinin belirlenmesine yönelik bir çalışma ise, bölgede oluşabilecek yoğunluğu tüm yıla yayarak bölgenin sürdürülebilir kalkınması konusunda yardımcı olabilir.

## KAYNAKÇA

- Ağger, V. (2011). *Universiade 2011 Kış oyunlarının erzurum kış turizmi potansiyeline etkileri*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- Aksu, V. (2003). *Türkiye'nin kış turizmi potansiyeli*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Albayrak, A. (2013). *Alternatif Turizm*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- 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.
- Aydınözü, D., İbret, B. Ü. ve Aydın, M. (2012). Kastamonu Ilgaz dağı milli parkında arazi kullanımının analizi. *Marmara Coğrafya Dergisi*, (26), 108-123.
- Bayhan, İ. ve Ünlüönen, K. (2016). Turist tercihlerinde güvenliğe ilişkin tutumlarının etkisi: bir alan araştırması, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 15 (56), 1-20.
- 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.
- 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
- 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.

- Demir, K. (2000). *Kış turizmi ve kış sporları tesisleri biçimlendirme süreci için veri tabanı modeli (Erciyes Tekir yaylası örneği)*. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Doğanay, H. ve Doğanay, S. (2005). *Palandöken Dağı'nın Kış Turizmi Potansiyeli ve Değerlendirilmesindeki Yeni Gelişmeler*. Ulusal Coğrafya Kongresi Kitapçığı, İstanbul, 151-165.
- 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.
- 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.
- Fry, J. (2006). *The Story of modern skiing*. Lebanon: University Press of New England.
- 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.
- Gülel, 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.
- Gönençgil, B. ve Güngör, Y. (2002). *Türkiye'de dağ turizmi, potansiyeller, sorunlar*. Türkiye Dağları I. Ulusal Sempozyumu, Kastamonu, 25-27 Haziran 2002.
- Günel, N. (2013). Türkiye'de kar yağışı, karın yerde kalma süresi ve daimi kar sınırı. *Acta Turcica Çevrimiçi Tematik Türkoloji Dergisi*, 5, (1).
- Hakkâri İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, (2019). <http://www.hakkarikulturturizm.gov.tr/TR-159102/temel-ekonomik-gostergeler.html> Son Erişim Tarihi: 02.03.2019.
- Hakkâri Master Planı, (2012). *Hakkâri ili doğa turizmi master planı 2013 – 2023*. Orman ve Su İşleri Bakanlığı 14. Bölge Müdürlüğü.
- Hudson, S. (2003). *Winter sport tourism*. Binghamton, NY: Haworth Press, 89-124.
- 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).
- Kalkınma Bakanlığı, (2013). İllerin ve Bölgelerin Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Sıralaması Araştırması (Sege-2011).
- 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.
- Kış Turizm Raporu, (2014). [https://www.tursab.org.tr/dosya/12196/tursab-kis-turizmi-raporu119314251845-1\\_12196\\_3978793.pdf](https://www.tursab.org.tr/dosya/12196/tursab-kis-turizmi-raporu119314251845-1_12196_3978793.pdf) Son Erişim Tarihi: 16/02/2018.
- 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).
- Kulm, (2017). <http://www.kulm.com/en/winter/> Son Erişim Tarihi: 05.06.2017.
- 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.
- 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.
- 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.
- Oktayer, N., Susam, N. ve Çak, M. (2007), Türkiye’de turizm ekonomisi. *İstanbul Ticaret Odası Yayınları*.
- Orta Anadolu Kalkınma Ajansı, (2015). TR72 Turizm Sektörel Çalışma Grubu Raporu [http://www.oran.org.tr/images/dosyalar/20170915130614\\_0.pdf](http://www.oran.org.tr/images/dosyalar/20170915130614_0.pdf) Son Erişim Tarihi: 16/02/2018.
- 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. (2007). *Turizm Coğrafyası: Özellikler ve Bölgeler*. (5. Basım). İstanbul: Çantay Kitabevi.
- 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 <sup>36</sup>cl 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.
- 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.
- St. Moritz, (2018). <http://www.stmoritz.ch/en/winter/village/spirit-history/birthplace-of-winter-tourism.html> Son Erişim Tarihi: 17.02.2018.
- 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.
- Şengör, A. M. C. (2014). *Türkiye’nin Geleceği ve Kürt açılımı*, <https://www.youtube.com/watch?v=KOhC7KfDNxA> Son Erişim Tarihi: 24.03.2018.
- Tüik, (2019). [http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt\\_id=1007](http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1007) Son Erişim Tarihi: 02.06.2019.

- Türkdoğdu, 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
- Türkünal, S. (1950). *Hakkâri dağları hakkında Jeolojik not*, Tebliğ, MTA Enstitüsü, Şubat 1947.
- 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 Kızanlıklılı M. (2018). *Turizm sektöründe tüketici hakları araştırması*. NOBEL Akademik Yayıncılık, Ankara.
- Vanat, L. (2017). *2017 International Report on Snow & Mountain Tourism*.
- 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.
- 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.
- Weed, M ve Bull, C. (2011). *Sport Tourism participant, policy and providers*. Routledge, Newyork, USA.
- 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*.
- Worldbank (2018). <https://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.ARVL?end=2016&start=1995&view=chart> Son Erişim Tarihi: 02.06.2019.
- Yamane, T. (2001). *Temel Örnekleme Yöntemleri*. (Çev. Esin, A., Bakır, M., Aydın, C. A. ve Gürbüzsel, E.) Literatür Yayıncılık, İstanbul.
- Yeşiltaş, M., Öztürk, İ., Türkmen, F. (2008). Terör Faaliyetlerinin Turizm Sektörüne Etkilerinin Çözüm Önerileri Perspektifinde Değerlendirilmesi, *Sosyal Bilimler Dergisi*, 10 (1).
- 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.
- Zeydan, Ö. ve Sevim, B. (2008). *İklim değişikliğinin kış turizmine etkileri*. TMMOB İklim Değişimi Sempozyumu Bildiriler Kitabı, Ankara, 159-174.