



Journal of Recreation and Tourism Research

Journal home page: www.jrtr.org

ISSN:2148-5321

KAYAK MERKEZLERİ KAPSAMINDA YAPILAN ARAŞTIRMALARA YÖNELİK KAVRAMSAL BİR İNCELEME

Cemal Ersin SİLİK^a 

Kurban ÜNLÜÖNEN^b 

^aGazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Ankara, Türkiye (cemalersin.silik@gazi.edu.tr)

^bGazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Ankara, Türkiye (kurban@gazi.edu.tr)

ARTICLE HISTORY

Received:

03.09.2017

Accepted:

01.12.2017

Anahtar Kelimeler:

Kış turizmi
Kayak merkezleri
Kayak otelleri

Keywords:

Winter tourism
Ski resorts
Ski hotels

ÖZ

Türkiye'deki turizm politikasının genel olarak deniz-kum-güneş turizmine dayalı olmasından dolayı, kültür, sağlık ve doğa temelli alanlarda gerçekleştirilebilecek yeni politikaların turizme katkı sağlayabileceği düşünülmektedir. Bu noktadan hareketle araştırmada, kış turizmi açısından önemli bir yere sahip olan kayak merkezlerine yönelik yapılmış olan yerli ve yabancı çalışmalar incelenmiştir. Literatür taraması sonucunda farklı kaynaklardan elde edilen 63 adet yabancı ve 22 adet yerli araştırma içerik analizi kapsamında sınıflandırılmıştır. İnceleme sonucunda, kayak merkezlerine yönelik yapılmış başlıca yabancı araştırmaların, iklim ve çevresel konular, hizmet kalitesi, müşteri memnuniyeti ve sadakat konu başlıkları kapsamında yoğunlaştığı belirlenmiştir. Diğer taraftan, kayak merkezlerine yönelik yapılmış başlıca yerli araştırmaların ise, daha çok kayak merkezinin önem ve tanıtımına yönelik kavramsal çalışmalardan meydana geldiği tespit edilmiştir. Bu nedenle, kayak merkezlerine yönelik yapılmış yerli araştırmaların genel olarak kavramsal düzeyde, sınırlı sayıda kaldığı ve bu araştırmaların nicel araştırmalar ile desteklenmesi gerektiği sonucuna varılmıştır.

ABSTRACT

Due to the fact that tourism policy in Turkey is based on sea-sand-sun tourism in general, new policies that can be realized in culture, health and nature-based areas are thought to contribute to tourism. From this view point of research, domestic and foreign studies are examined on ski resorts which have an important place in terms of winter tourism. As a result of the literature survey, 63 foreign and 22 indigenous researches are classified within content analysis which are obtained from different sources. Research results, it has been determined that the main foreign researches related the ski resorts are focused on the topics of climate and environmental issues, quality of service, customer satisfaction and loyalty. On the other hand, it has been found out that the main domestic researches related the ski centers have been mainly focused on conceptual studies on the importance and promotion of the ski resort. Therefore, local researches related the ski resorts have been limited to a conceptual level in general, and these researches should be supported by quantitative researches.

**Sorumlu Yazar:* Cemal Ersin SİLİK

E posta: cemalersin.silik@gazi.edu.tr

GİRİŞ

Uluslararası Dağ ve Kayak Turizmi Raporu'nun 2017 yılı verilerine göre Dünyada, karla kaplı açık alanları ile kayak imkânı sunabilen 67 ülke bulunmaktadır. Bunun yanında, Dünya çapında 20 ülkede faaliyet gösteren yaklaşık 50 adet kapalı kayak merkezi de yer almaktadır. Rapora göre, karlı alanların sayılarının çok daha fazla olduğu düşünülmekle birlikte Dünya genelinde kayak için belirlenmiş yaklaşık 5-6 bin alanın olduğu tahmin edilmektedir (International Report on Snow & Mountain Tourism, 2017: 15).

Kayak merkezlerinin yoğun olduğu Türkiye'de kayak turizmine yönelik yeterli çalışmaların yapılması, ülkeler arası rekabette avantaj sağlayabilecektir. Özellikle, 2011 yılında Erzurum'da düzenlenen Dünya Üniversiteler Kış Oyunları (Universiade), 2017 yılında Erzurum'da düzenlenen Avrupa Gençlik Kış Oyunları Festivali (EYOF-European Youth Olympic Festival) gibi uluslararası organizasyonlar, Türkiye'nin kayak sporları noktasında önemli yatırımlar yaptığını ve bu alanda daha fazla turist çekebilmeyi amaçladığını göstermektedir. Ayrıca 2026 yılında düzenlenecek olan Dünya Kış Olimpiyatları'na Türkiye'nin ev sahipliği yapabilmesi için gerekli çalışmalar da yürütülmektedir.

Alternatif turizm kapsamında kayak turizminin öneminin bu denli yüksek olması, kayak turizmi alanında çeşitli çalışmaların yapılmasını gerekli kılmaktadır. Özellikle Türkiye'de kayak turizmi ile ilgili yapılan araştırmaların içerik analizi ile sınıflandırılması sonucunda, araştırmaların genellikle tek bir destinasyon (kayak merkezi) ile sınırlı kalmış olması ve daha çok o bölgenin tanıtımına yönelik yapılmış olması (nitel veya kavramsal araştırma) kayak turizmi alanındaki çalışmaların geliştirilmeye açık olduğunu göstermektedir.

Kayak merkezlerine yönelik yapılacak olan nicel ağırlıklı araştırmalar, gerek destinasyon yöneticilerine gerekse de kayak turizmi içerisindeki paydaşlara, tüketici istek ve ihtiyaçlarına yönelik hizmet yapabilmeye şansı sunacaktır. Bu nedenle, kayak merkezlerine yönelik yapılmış çalışmaların içerik analizi ile incelenerek mevcut durumun ortaya konulması gelecekte yapılacak araştırmalar açısından da önem arz etmektedir.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

De Knop ve Standeven (1998: 31) spor turizmini, ticari olmayan (tatil için) veya ticari olan (iş seyahati için) nedenlerle sportif faaliyetlere katılmak veya izleyici olmak için gerçekleştirilen seyahatler olarak ifade etmektedir. Bu tanım, spor turizmine yönelik geniş bir faaliyet alanını göstermekte ve bu alana yönelik inceleme imkânı sağlamaktadır.

Spor turizmine yönelik yapılan çalışmalar, spor turizmi ile ilişkili destinasyonların da bilinirliği açısından önem taşımaktadır. Bu nedenle, spor turizmi kapsamında sunulabilecek çeşitlilik, destinasyonlar açısından da gerekli görülmektedir. Spor turizmindeki çeşitliliğin artması ve spor turizmine katılan ziyaretçilere yönelik sunulabilecek ilgi çekici ürün ve deneyimler, turizm yöneticilerine zengin bir gelişim imkânı sunmaktadır (Funk, 2008: 290).

Kış turizmi, Amerika'daki birçok topluluğun ekonomik istikrarına yönelik önemli katkılar sağlamaktadır. Kış turizmine yönelik faaliyetler arasında ise, en fazla etkiyi kayak sporları göstermektedir. 2010 yılında yayınlanan kış turizmi raporuna göre, Amerika'daki 50 eyaletten 38'i kış turizmi sayesinde ekonomisine katma değer sağlamıştır (Hungenberg vd., 2013: 313).

Kayak ve diğer kış sporları, 70'den fazla ülkede, 4-6 bin arasında değişiklik gösteren kayak bölgesinde ve 2 bin civarında otelde her yıl tecrübe edilmektedir. Turizm sektörü içerisinde yer alan kış sporları, dünya çapındaki birçok dağlık bölgenin, büyüme ve ekonomik faaliyetlerine en güçlü katkıyı sağlayan (Tsiotsou, 2006; Tuppen, 2000) bir yapıdadır ve litaretürde önemli bir yere sahiptir (Bonney-Claudet and Ghantous, 2013: 624).

Avrupa'daki kayak pazarına yönelik akademik çalışmaların kısıtlı kalmasına rağmen, Avrupa'nın 30 milyondan fazla rekreasyonel kayakçısı ve her yıl 0.4 milyondan fazla ziyaretçinin uğradığı 19 kayak merkezi (Hudson ve Cross, 2004) bulunmaktadır (Alexandris vd., 2009: 482).

Dünya genelinde kayak sporları için en fazla ziyaretçi gönderen ve çeken ülkelerin listesi aşağıda yer alan Tablo 1'de görülmektedir. Tablo 1 incelendiğinde, kayak sporları için en fazla ziyaretçi gönderen ülke Almanya, en fazla ziyaretçi çeken ülke ise Alplerin de etkisiyle Avusturya'dır.

Tablo 1. Kayak Sporları İçin En Fazla Ziyaretçi Gönderen ve Çeken Ülkeler (Milyon Kişi)

Ziyaretçi Gönderen Ülkeler	Kişi Sayısı (Milyon)	Ziyaretçi Çeken Ülkeler	Kişi Sayısı (Milyon)
Almanya	4.25	Avusturya	4.60
İngiltere	2.25	Fransa	2.30
Hollanda	0.90	İtalya	1.50
Rusya	0.70	İsviçre	1.40
Belçika	0.50	A.B.D.	0.40
A.B.D.	0.45	Kanada	0.40
İsviçre	0.40	Çek Cumhuriyeti	0.35
Brezilya	0.35	Andora	0.30
Fransa	0.35	Slovakya	0.20
İtalya	0.35	Norveç	0.20

Kaynak: (Demiroğlu, 2015: 6)

Türkiye'deki kayak merkezlerinin geliştirilmesi, kalitelerinin artırılması, kayak turizmi kapsamında diğer ülkeler ile rekabet edilebilmesi açısından da önemlidir. Yapılan araştırmalar, dünya genelinde birçok kayak severin ilk tercih olarak Alpleri tercih ettiğini göstermektedir (International Report on Snow&Mountain Tourism, 2016: 27). Zengin kayak turizmi potansiyeline sahip olan Türkiye'nin de gerekli yatırımları yaparak bu pastadan daha fazla pay alabilmesi mümkündür. Çünkü ülkenin coğrafi yapısı kayak sporu için son derece elverişlidir.

Turizm sektörünün yılın tamamına yayılabilmesi için alternatif turizm çeşitlerinden birisi olan kış turizmine katılan yerli ve yabancı ziyaretçilerin sayısı yıllar itibarıyla artış göstermektedir. Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (TÜRSAB) tarafından yayınlanan Kış Turizmi Raporu'ndaki bilgilere göre, 2004 yılında Aralık-Ocak ve Şubat aylarında Türkiye'de 2,7 milyon ziyaretçi ağırlanırken; 2014 yılı itibarı ile 4,8 milyondan fazla ziyaretçi ağırlanmıştır (TÜRSAB, 2014).

Türkiye'deki kayak merkezlerine gelen ziyaretçi sayılarına yönelik, tutulan herhangi bir istatistik bulunmadığından dolayı bu sayılara ulaşmak için her bir kayak merkezinin bağlı bulunduğu İl Kültür ve Turizm Müdürlükleri aranmış ve mevcut olan istatistikler talep edilmiştir. Elde edilen geri dönütler neticesinde, 2014-2015 kış dönemlerinde, kayak sporlarına en fazla katılım gösteren yerli ve yabancı ziyaretçiler sırasıyla; Palandöken (396.353 kişi), Kartalkaya (158.043 kişi) ve Uludağ (131.341 kişi) kayak merkezlerine ziyarette bulunmuştur.

Aktif spor turizmi faaliyetlerinin en önemlilerinden birisi (Gibson, 1998) olan kayak sporu, kış turizmine katılan ziyaretçiler için önemli bir seyahat motivasyonu (Matzler vd., 2008) sağlamaktadır.

Kayak merkezleri, literatürde kısıtlı olarak tanımlanmış ve genellikle kayakçılar için gerekli alt yapının oluşturulduğu şehir veya köy bölgelerini ifade etmektedir (Gilland Williams, 1994). Araştırmacılar kayak merkezi kavramını, ortak bir yönetim anlayışı ve ortak bir bilet ile eğitim ve kaldıraçların bulunduğu bir dizi grubunu ifade etmek için kullanmıştır (Tuppen, 2000). Daha az tartışılan kavramlar olan kayak bölgesi ve kayak alanı, genellikle kayak merkezi kavramının ikinci anlamı olarak kullanılmaktadır (Zemla, 2008: 42).

Tarihi, kültürel değerlerin veya turizm hareketliliğinin yoğun olarak yaşandığı yerleri korumak, kullanmak, sektör gelişimini planlı bir şekilde sağlamak amacıyla sınırları Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın önerileri ve Bakanlar Kurulu Kararı ile ilan ve tespit edilen Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgeleri bulunmaktadır (YİGM, 2016).

Gelişim bölgeleri incelendiğinde, temasında "Kış" bulunan Türkiye'de toplam 35 tane bölge yer almaktadır. Türkiye Kayak Federasyonu'nun resmi internet sayfasında ise aktif olarak kullanılan 23 tane kayak merkezinin bilgileri yer almaktadır.

Ziyaretçi sayılarında meydana gelen artışa paralel olarak Türkiye'deki kayak merkezlerinin sayıları da artış göstermektedir. 2026 yılında düzenlenecek olan Dünya Kış Olimpiyatları'na aday olmak için hazırlıklarını sürdüren Türkiye, özellikle kayak turizmi kapsamında birçok atılım gerçekleştirmektedir.

ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Turizm literatüründeki kayak merkezlerine yönelik yapılmış araştırmaları inceleyebilmek amacıyla, kapsamlı bir literatür taraması yapılmıştır. Literatür taraması yapılırken, konu ile ilgili nitelikli araştırmalara ulaşabilmek için ağırlama ve turizm, spor, boş zaman alanlarındaki dergilere öncelik verilmiştir. Bu nedenle gerek zaman kısıtı gerekse de ulaşılabilirlik açısından dergi kapsamı Web of Science indeksi ve ilgili indeksin Ağırlama, Boş Zaman, Spor ve Turizm (Hospitality, Leisure, SportandTourism) bölümünde yer alan dergiler ile sınırlı tutulmuştur. 2016 yılının Kasım ayında yayınlanan Web of ScienceJournalCitationReports® verilerine göre Ağırlama, Boş Zaman, Spor ve Turizm alanında toplam 43 dergi yer almaktadır. Bu dergilerden 19 tanesini ağırlama ve turizm alanı, 21 tanesini spor alanı ve 3 tanesini de boş zaman alanı oluşturmaktadır. Özellikle kayak merkezlerine yönelik yapılmış araştırmaların, spor alanındaki dergilerde yoğunlaşabileceği düşünüldüğünden, spor ve boş zaman alanındaki dergiler de literatür taramasına dâhil edilmiştir.

Literatür taraması yapılırken, dergilerin yayın hayatına başladıkları yıldan, 2017 yılının Şubat ayına kadar geçen süre aralığındaki yayınlanmış araştırmaları dikkate alınmıştır. İlgili dergilerin veri tabanlarında arama yapabilmek için konu ile ilgili anahtar kelimeler belirlenmiştir. İlgili dergilerin veritabanlarında, “Winter, winter tourism, winter sports, skiing, ski tourism, ski resorts, ski areas” anahtar kelimeleri kullanılarak tarama yapılmıştır. Yapılmış önemli araştırmaları gözden kaçırmamak açısından anahtar kelimeler belirlenirken, konu ile ilgili daha kapsayıcı kelimeler kullanılmaya çalışılmıştır. Kayak merkezleri ile ilgili yapılmış araştırmalar incelenirken, özellikle spor dergilerinde yer alan ve kayak sporu ile ilgili teknik konulara değinilen çalışmalar, konuya uzak kalması nedeniyle inceleme dışında tutulmuştur. Yapılan araştırmalar neticesinde, Web of science kapsamında bulunmayan, fakat kayak merkezlerine yönelik önemli araştırmaların yer aldığı; “Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research, Journal of Hospitality Marketing & Management, Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism” isimli 3 adet uluslararası dergi de taramaya dâhil edilmiştir. Ayrıca, tüketici davranışları alanında önemli dergilerden birisi olarak kabul edilen “Journal of Consumer Research” dergisi de literatür taramasına dahil edilmiştir. Sonuç olarak literatür taraması kapsamında, 47 tane uluslararası dergiden faydalanılmıştır. İlgili dergilerin listesi Ek 1’de yer almaktadır. Yurtdışında yayınlanan lisansüstü tezleri inceleyebilmek için ise, “ProQuest Dissertations & Theses” veri tabanından faydalanılmıştır. Literatür taraması sonucunda, kayak merkezlerindeki hizmet kalitesi, müşteri memnuniyeti ve davranışsal niyetlere ilişkin yapılmış araştırmaların sınırlı sayıda kaldığı görülmüştür. Bu nedenle incelenen araştırmalara, kayak merkezlerini kapsayan çalışmalar da dâhil edilmiştir. Sonuç olarak, kayak merkezlerine yönelik turizm alanında yapılmış başlıca 63 tane yabancı araştırmaya ulaşılmıştır.

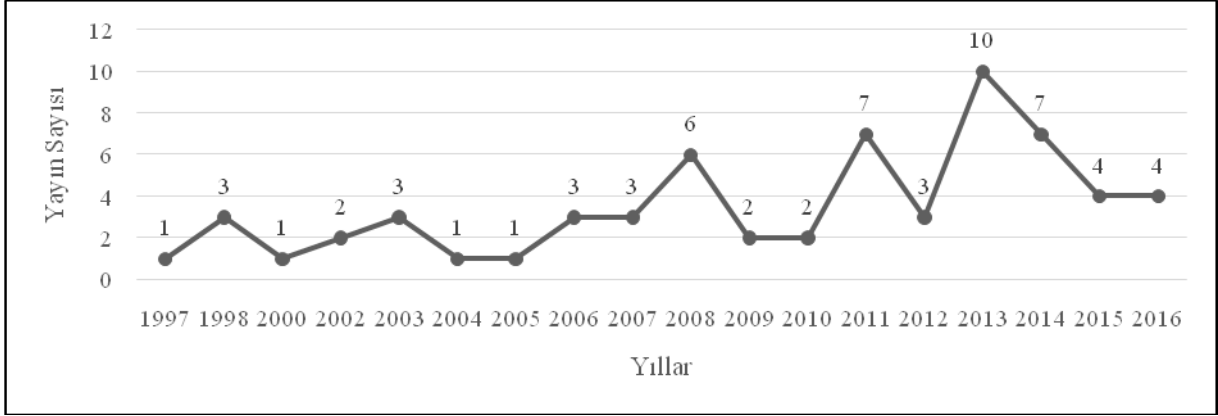
Türkiye’deki kayak merkezlerine yönelik yapılmış yerli araştırmaları inceleyebilmek için de lisansüstü tezler, makaleler ve araştırma yazılarına yönelik literatür taraması yapılmıştır. Konu ile ilgili Türkiye’deki lisansüstü tezlerin incelenebilmesi için YÖK Ulusal Tez Merkezi veritabanı (yazar tarafından kısıtlanmamış tezler) kullanılmıştır. Makale ve araştırma yazılarının incelenebilmesi için de TÜBİTAK ULAKBİM, Dergi Park Akademik veritabanı ve Google Akademik veritabanı kullanılmıştır. Literatür taraması yapılırken, dergilerin yayın hayatına başladıkları yıldan, 2017 yılının Şubat ayına kadar geçen süre aralığındaki yayınlanmış araştırmaları dikkate alınmıştır. İlgili veri tabanlarında arama yapabilmek için konu ile ilgili anahtar kelimeler belirlenmiştir. İlgili veritabanlarında, “Kış, Kış Turizmi, Kış Sporları, Kayak, Kayak Turizmi, Kayak Otelleri, Kayak Merkezleri” anahtar kelimeleri kullanılarak tarama yapılmıştır. Yapılan literatür araştırması sonucunda, kayak merkezlerine yönelik ulusal boyutta 22 adet ampirik araştırmaya rastlanılmıştır.

Elde edilen araştırmaların, kayak merkezlerine yönelik tüm yerli veya yabancı literatürü yansıtmadığı söylenebilir. Fakat, literatür taraması yapılan veritabanlarının bünyesinde lisansüstü tezler ve ulusal/uluslararası ölçekteki etki faktörü yüksek dergiler bulunmasından dolayı konu ile ilgili başlıca eserlere ulaşıldığı ifade edilebilir. Toplamda 63 tane yabancı ve 22 tane de yerli araştırmaya içerik analizi ile sınıflandırma yapılmış ve araştırmaların yoğunlaştığı konu başlıkları ortaya çıkarılmıştır.

ARAŞTIRMANIN BULGULARI

İncelenen yabancı araştırmaların yıllara göre sayısal dağılımı aşağıda yer alan Grafik 1’de gösterilmektedir.

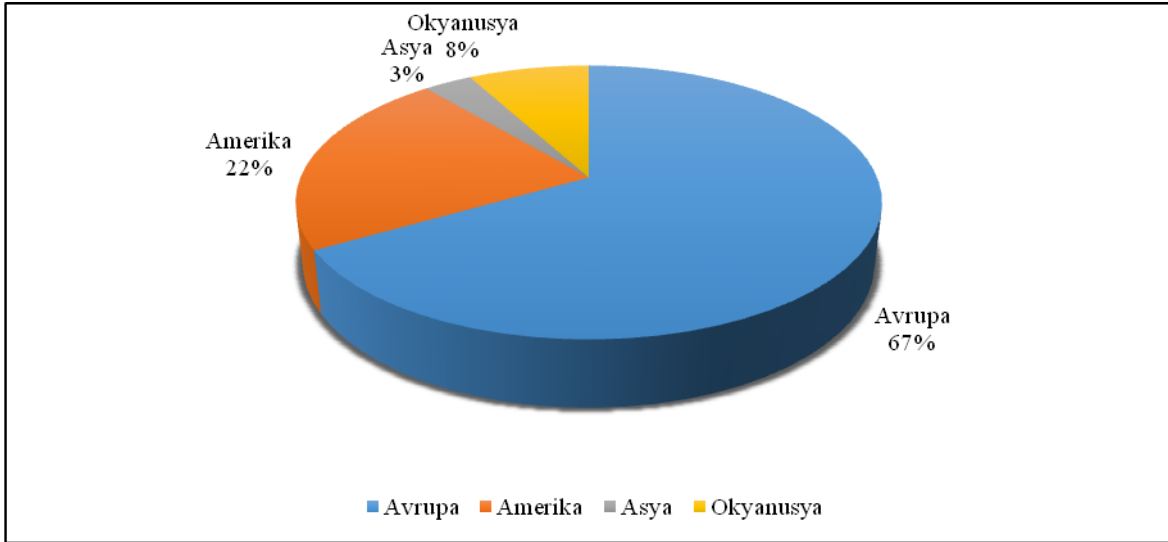
Grafik 1. İncelenen Yabancı Araştırmaların Yıllara Göre Sayısal Dağılımı



Grafik 1’e bakıldığında en fazla araştırmanın sırasıyla 2013, 2014, 2011 ve 2008 yıllarında yapıldığı görülmektedir. Grafiğe bakıldığında, 2005 yılından itibaren kayak merkezleri ile ilgili yapılmış yabancı araştırmaların sayısında artış meydana gelmiştir. İncelenen araştırmaların yarısından fazlası (35 tane) 2011 ve sonrasında yapılmıştır.

İncelenen araştırmaların uygulama alanlarını daha iyi bir şekilde görebilmek için her bir uygulama alanı; Avrupa, Amerika, Asya ve Okyanusya kıtaları çerçevesinde değerlendirilmiştir. Toplam 63 çalışma üzerinden yapılan değerlendirme sonucunda, incelenen araştırmalardaki uygulama bölgelerine yönelik yüzdeler dağılım pasta grafiği yardımıyla aşağıda yer alan Grafik 2’de gösterilmektedir.

Grafik 2. İncelenen Yabancı Araştırmaların Uygulama Bölgelerine (Kıta) Göre Yüzdeler Dağılımı

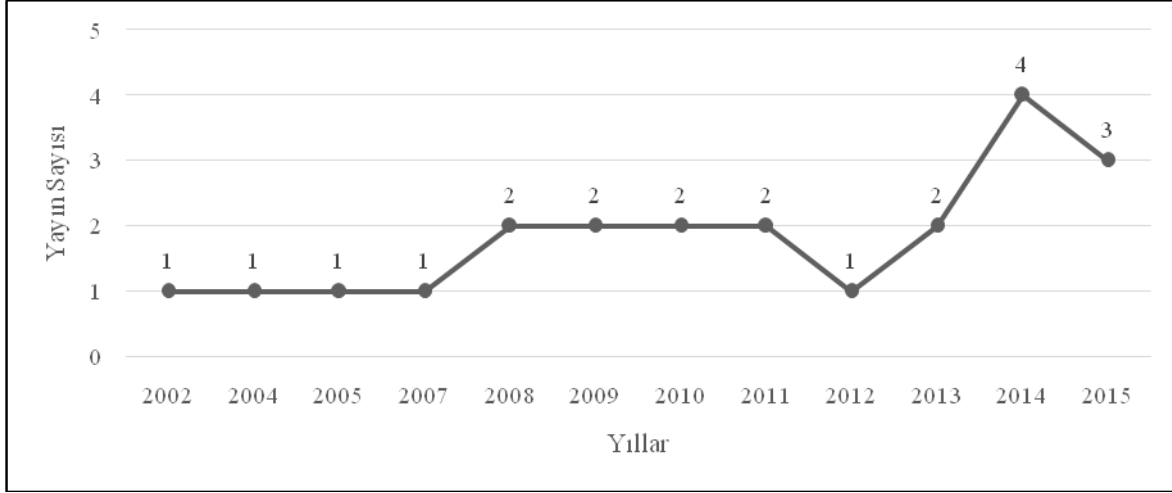


Grafik 2’ye göre, incelenen araştırmalardaki uygulama bölgelerinin % 67’si Avrupa kıtasında yer alan ülkelere olmaktadır. Avrupa ülkelerini sırasıyla Amerika (% 22), Okyanusya (% 8) ve Asya (% 3) kıtalarında yer alan ülkeler izlemektedir. Elde edilen sonuçlar, kayak merkezlerine yönelik yapılan araştırmaların Alplerin etkisiyle büyük bir kısmının Avrupa kıtasındaki ülkelere yoğunlaştığını göstermektedir. Avrupa kıtasında yer alan ülkeler içerisinde bir sıralama yapıldığında ise; en fazla araştırmanın yapıldığı ülke Avusturya (13 çalışma)’dır. Avusturya’yı sırası ile İsviçre (9 çalışma), İtalya (7 çalışma), Yunanistan (6 çalışma), İsveç ve Fransa (4 çalışma) takip etmektedir. Buradan hareketle, Alplerin etkisi ile kayak merkezlerine yönelik turizm alanında yapılmış başlıca araştırmaların Avusturya ve İsviçre’de yapıldığı söylenebilir. Literatür taramasının

yapıldığı uluslararası dergilerde, Türkiye’deki kayak merkezlerine yönelik turizm alanında yapılmış herhangi bir araştırmaya rastlanılmamıştır.

İncelenen yerli araştırmaların yıllara göre sayısal dağılımı ise aşağıda yer alan Grafik 3’de gösterilmektedir.

Grafik 3. İncelenen Yerli Araştırmaların Yıllara Göre Sayısal Dağılımı



Grafik 3 incelendiğinde, en fazla araştırmanın (4 tane) 2014 yılında yapıldığı ve sonrasında 2015 yılında (3 tane) yapıldığı görülmektedir. 2013 yılından sonra kayak merkezlerine yönelik turizm alanındaki yerli araştırmalarda artış meydana geldiği söylenebilir. Çünkü yapılan araştırmalar, 2008 yılından önce kayak merkezlerine yönelik çok fazla araştırmanın bulunmadığını göstermiştir. İncelemeler sonucunda, kayak merkezlerine yönelik yapılmış araştırmaların sayısal olarak azınlıkta kaldığı söylenebilir. Sonuç olarak kayak merkezlerine yönelik yapılacak yeni araştırmalar, gerek özel sektör gerekse de literatür açısından fayda sağlayacaktır.

Elde edilen araştırmaların, uygulama alanlarına yönelik de bir inceleme yapılmıştır. Kayak merkezlerine yönelik turizm alanında yapılmış yerli araştırmaların büyük bir kısmının Erzurum ilindeki “Palandöken Kayak Merkezi” nde yapıldığı görülmektedir. Türkiye’deki birden fazla kayak merkezine yönelik (karma) yapılmış iki adet araştırma bulunmaktadır. Uygulama alanlarına yönelik yapılmış yerli araştırmaların sayısal dağılımı Tablo 2’de gösterilmiştir.

Tablo 2. İncelenen Yerli Araştırmaların Uygulama Bölgelerine Göre Sayısal Dağılımı

Araştırmanın Uygulama Bölgesi	Araştırma Sayısı (f)
Antalya	1
Erzincan	1
Elazığ	1
Kars	2
Bursa	2
Azerbaycan	1
Isparta	1
Erzurum	7
Bolu	1
Urfa	1
Kayseri	1
Kastamonu	1
Birden fazla bölge (Karma)	2
Toplam	22

Tablo 2 incelendiğinde, yazarlar açısından kayak merkezlerine yönelik yapılan yerli araştırmalarda, Erzurum bölgesinin uygulama alanı bakımından en fazla tercih edilen bölge olduğu söylenebilir. Tabloda belirtilen diğer kayak bölgelerindeki araştırmaların, çoğunlukla bölgedeki kayak merkezlerini tanıtıcı nitelikte çalışmalar olduğu görülmüştür. Yerli araştırmalar incelendiğinde; mevcut çalışmaların yetersiz kaldığı, mevcut çalışmaların sadece kayak bölgesini tanıtıcı nitelikte olduğu ve farklı boyutların ele alınmadığı tespit edilmiştir.

İncelenen 63 tane yabancı araştırma, belirlenen konu başlıkları kapsamında gruplandırılmıştır. Bu gruplandırma sonucunda, yabancı araştırmaların konu başlıklarına göre dağılımı aşağıda yer alan Tablo 3’de gösterilmektedir.

Tablo 3. İncelenen Yabancı Araştırmaların Konu Başlıklarına Göre Sayısal Dağılımı

Konu Başlıkları	Araştırma Sayısı (f)	Yüzdelerik Oran (%)
İklim ve Çevresel Sorunlar	21	33
Kayak Merkezi Hizmet Kalitesi-Müşteri Memnuniyeti-Sadakat	16	25
Kayak Merkezlerine Yönelik Kapasite ve Talep	2	3
Kayak Merkezi Yönetimi ve Gelişimi	6	10
Müşteri Bölümlendirme-Tipoloji	10	16
Destinasyon İmajı-Rekabet ve Seçimi	6	10
İnsan Kaynakları ve Motivasyon	2	3
Toplam	63	100

Tablo 3’e göre, kayak merkezlerine yönelik yapılmış başlıca yabancı araştırmaların çoğunluğu “iklim ve çevresel konular” (% 33) başlığı altında toplanmıştır. İklim ve çevresel konular başlığını sırasıyla; “kayak merkezi hizmet kalitesi-müşteri memnuniyeti-sadakat” (% 25), “müşteri bölümlendirme-tipoloji” (% 16), “destinasyon imajı-rekabet ve seçimi” (% 10), “kayak merkezi yönetimi ve gelişimi” (% 10), “kayak merkezine yönelik kapasite ve talep” (% 3) ve “insan kaynakları ve motivasyon” (% 3) konu başlıkları izlemiştir.

Turizm literatüründeki kayak merkezleri ile ilgili yapılmış başlıca yabancı araştırmalar (Ghaderi vd., 2014; Damm vd., 2014; Hopkins and Maclean, 2014; Pons vd., 2014; Hopkins, 2014; Dawson vd., 2013; Hudson and Cross, 2005; Hudson and Shephard, 1998) incelendiğinde, araştırmaların büyük bir bölümünün iklim ve çevre üzerine yoğunlaştığı görülmektedir. İlgili araştırmalarda, iklim değişikliklerinde meydana gelebilecek çevresel sorunlar ve kayak merkezlerinin sürdürülebilirliği tartışılmıştır. Araştırma sonuçlarında, iklim değişikliğinin kayak merkezleri üzerinde ciddi sorunlar oluşturabileceği ve bu sorunların en aza indirilmesi için birtakım tedbirlerin alınması gerekliliği vurgulanmıştır.

Bu sonuçlardan hareketle, kayak merkezlerine yönelik yapılmış başlıca yabancı araştırmaların büyük bir kısmının, iklim ve çevresel konular, hizmet kalitesi, müşteri memnuniyeti ve sadakat konu başlıkları çerçevesinde çalışıldığı ifade edilebilir.

İncelenen yerli araştırmalar da belirlenen konu başlıkları kapsamında gruplandırılmıştır. Bu gruplandırma sonucunda, yerli araştırmaların konu başlıklarına göre dağılımı aşağıda yer alan Tablo 4’te gösterilmektedir.

Tablo 4. İncelenen Yerli Araştırmaların Konu Başlıklarına Göre Sayısal Dağılımı

Konu Başlıkları	Araştırma Sayısı (f)	Yüzdelerik Oran (%)
Önem, Tanıtım ve Arz Potansiyeli	11	50
İklim ve Çevresel Konular	1	4
Hizmet Kalitesi	3	14
Müşteri Memnuniyeti-Sadakat	3	14
Kayak Merkezi Yönetimi ve Gelişimi	3	14
Destinasyon İmajı ve Aidiyeti	1	4
Toplam	22	100

Tablo 4’e göre, kayak merkezlerine yönelik turizm alanında yapılmış yerli araştırmaların yarısı (% 50), kayak merkezinin tanıtımının yapıldığı, öneminin vurgulandığı ve arz potansiyelinin ortaya koyulduğu araştırmalardan oluşmaktadır.

Araştırmalara yönelik yapılan değerlendirmeler neticesinde yerli araştırmaların, bazı istisna çalışmalar dışında (Türkeri, 2014; Toy, 2013; Şebin vd., 2010; Gençer vd., 2008) önemli bir kısmının Türkiye’deki kayak bölgelerinin tanıtılması ve öneminin ortaya koyulması şeklinde yapıldığı tespit edilmiştir.

Sonuç olarak, Türkiye'deki kayak merkezlerine yönelik yapılmış yerli araştırmaların sınırlı sayıda kaldığı söylenebilir. Ayrıca, incelenen uluslararası dergilerde Türkiye'deki kayak merkezlerine yönelik uygulama araştırmalarına (nicel araştırmalar) rastlanılmaması, tanıtımın yerel düzeyde kaldığını göstermektedir. Bu nedenle, yapılacak yeni araştırmaların (önem ve tanıtım dışında daha çok uygulama ağırlıklı yani nicel araştırmaların) literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Türkiye'deki kayak merkezlerinin geliştirilmesi, kalitelerinin arttırılması, kayak turizmi kapsamında diğer ülkeler ile rekabet edilebilmesi açısından da önemlidir. Yapılan araştırmalar, dünya genelinde birçok kayak severin ilk tercih olarak, Alpleri tercih ettiğini göstermektedir.

Zengin kayak turizmi potansiyeline sahip olan Türkiye'nin de gerekli yatırımları yaparak bu pastadan daha fazla pay alabilmesi mümkündür. Çünkü ülkenin coğrafi yapısı kayak sporu için son derece elverişlidir. Türkiye'nin özellikle 2010-2017 yılları arasında, kayak turizmi kapsamında önemli yatırımlarının olması, daha fazla yerli ve yabancı turistin kayak merkezlerine çekilebilmesi noktasında teşvik edici olabilmektedir.

Literatür taraması ve yapılan değerlendirmeler neticesinde, kayak merkezlerine yönelik yabancı araştırmaların uygulama (nicel) ağırlıklı olduğu görülürken, yerli araştırmaların tanıtım ağırlıklı (kavramsal veya nitel) olduğu tespit edilmiştir. Bu nedenle, özellikle destinasyonun arz potansiyelinden ziyade kayak merkezlerindeki tüketici davranışlarına yönelik yapılacak olan yerli araştırmalar sektördeki tüm paydaşlar açısından faydalı olabilecektir.

Tüketicilerin istek ve ihtiyaçlarına yönelik hizmet geliştirilebilmesi için ihtiyaçların doğru tespit edilmesi önem arz etmektedir. Bu doğrultuda, kayak merkezleri kapsamında yapılacak yerli araştırmaların daha çok tüketici davranışlarına yönelik olması gerekmektedir. Bu sayede, kayak merkezlerindeki işletmeciler, aracı kuruluşlar (acente, tur operatörü vs.), destinasyon yöneticileri ve diğer tüm paydaşlar müşteri istekleri doğrultusunda hareket edebilecektir.

Türkiye'nin kayak tesisleri anlamında önemli destinasyonlarının (özellikle Palandöken, Kartalkaya, Uludağ) bulunmasına rağmen, kayak turizminden yeterli miktarda gelir elde edilememektedir. Ziyaretçilerin seyahat tercihleri arasında, Türkiye'deki kayak merkezlerinin daha fazla yer alması açısından, ziyaretçi önceliklerinin ve beklentilerinin tespit edilmesi gerekmektedir. Bu noktadan hareketle, yapılacak uygulama ağırlıklı alan araştırmaları, ziyaretçilerin taleplerinin belirlenmesi noktasında fikir sunabilecek ve ziyaretçilerin istek ve ihtiyaçlarına yönelik pazarlama faaliyetlerinin sunulabilmesine yardımcı olacaktır.

Kış sporları kapsamında önemli bir pazara sahip olan kayak turizminin yapılacak araştırmalar ile birlikte gelişmesi, daha fazla ziyaretçinin Türkiye'deki kayak merkezlerine çekilebilmesi, turizmin çeşitlendirilebilmesi ve turizm sektörünün yılın tamamına yayılabilmesi açısından önem arz etmektedir. Yapılacak araştırmalar ile birlikte, kayak turizmine yönelik gerek kamu kuruluşlarının gerekse de özel kuruluşların atacağı adımlarda, önceliklerin belirlenebilmesi açısından ziyaretçilerin talepleri belirlenebilecektir.

KAYNAKLAR

- Alexandris, K., Kouthouris, C., Funk, D. andGiovani, C. (2009). Segmenting winter sport tourists by motivation: thecase of recreational skiers. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 18 (5), 480-499.
- Bonnefoy-Claudet, L. andGhantous, N. (2013). Emotions' impact on tourists' satisfaction with ski resorts: the mediating role of perceived value. *Journal of Travel &Tourism Marketing*, 30, 624-637.
- Damm, A., Köberl, J. and Prettenthaler, F. (2014). Does artificial snow production pay under future climate conditions?- a case study for a vulnerable ski area in austria. *Tourism Management*, 43, 8-21.
- Dawson, J.,Scott, D. and Havitz, M. (2013). Skier demand and behavioural adaptation to climate change in the us northeast. *Leisure/Loisir*, 37 (2), 127-143.
- De Knop, P. And Standeven, J. (1998). Sporttourism: a newarea of sport management. *European Journal for Sport Management*, 5 (1), 30-45.
- Demiroğlu, O. C. (2015). Kayak turizmi forumundan kayak turizmi politikasına notlar, istanbul politikalar merkezi mercator politika notu, *Türkiye Kayak Turizmi Forumu*, İstanbul.

- Funk, D. C. (2008). *Consumer behaviour in sport and events: Marketing Action*, Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Gençer, R. T., Demir, C. ve Aycan, A. (2008). Kayak merkezlerindeki spor turistlerinin hizmet kalitesi algılarını etkileyen değişkenler. *Ege Akademik Bakış*, 8 (2), 437-450.
- Ghaderi, Z., Khoshkam, M. and Henderson, J. C. (2014). From snow skiing to grass skiing: implications of climate change for the ski industry in dizin, iran. *Anatolia-An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 25 (1), 96-107.
- Gibson, H. J. (1998). Sport tourism, acritical analysis of research. *Sport Management Review*, 1, 43-76.
- Gill, A. and Williams, P. (1994). Managing growth in mountain tourism communities. *Tourism Management*, 15 (3), 212-220.
- Hopkins, D. (2014). The sustainability of climate change adaptation strategies in new zealand's ski industry: a range of stake holder perceptions. *Journal of Sustainable Tourism*, 22 (1), 107-126.
- Hopkins, D. and Maclean, K. (2014). Climate change perception sand responses in scotland's ski industry. *Tourism Geographies*, 16 (3), 400-414.
- Hudson, S. and Cross, P. (2004). *Sport tourism destinations*, (Editor: Higham, J.), Amsterdam: Elsevier.
- Hudson, S. and Cross, P. (2005). *Winter sports destinations: dealing with seasonality*, (Editor: Higham, J.), UK: Sport Tourism Destinations: Issues, Opportunities and Analysis.
- Hudson, S. and Shephard, G. W. H. (1998). Measuring service quality at tourist destinations: an application of importance-performance analysis to an alpine ski resort. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 7 (3), 61-77.
- Hungenberg, E., Gould, J. and Daly, S. (2013). An examination of social psychological factors predicting skiers' skill, participation frequency, and spending behaviors. *Journal of Sport & Tourism*, 18 (4), 313-336.
- International Report on Snow & Mountain Tourism. (2016). Over view of the key industry figures for ski resorts, *Uluslararası Dağ ve Kayak Turizmi Raporu*, Nisan.
- International Report on Snow & Mountain Tourism. (2017). Over view of the key industry figures for ski resorts, *Uluslararası Dağ ve Kayak Turizmi Raporu*, 9th Edition, Nisan.
- Matzler, K., Füller, J., Renzl, B., Herting, S. and Spath, S. (2008). Customer satisfaction with alpine ski areas: the moderating effects of personal, situational, and product factors. *Journal of Travel Research*, 46, 403-413.
- Pons, M., Johnson, P. A., Rosas, M. and Jover, E. (2014). A geo referenced agent-based model to analyze the climate change impacts on ski tourism at a regional scale. *International Journal of Geographical Information Science*, 28 (12), 2474-2494.
- Şebin, K., Yazıcı, A. G., Tozoğlu, E., Bostancı, Ö. ve Karahüseyinoğlu, M. F. (2010). Yöre halkının Erzurum kış sporları turizmi ile ilgili sosyo-kültürel ve ekonomik beklentileri. *Atatürk Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 12 (1), 18-29.
- Toy, H. (2013). Kayak merkezi müşterilerinin tatmin düzeylerinin bazı demografik değişkenlerle ilişkisinin karşılaştırılması, Balıkesir Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir.
- Tsiotsou, R. (2006). Using visit frequency to segment ski resorts customers. *Journal of Vacation Marketing*, 12 (1), 15-26.
- Tuppen, J. (2000). The restructuring of winter sports resorts in the french alps: problems, processes and policies. *International Journal of Tourism Research*, 2, 327-344.

Türkeri, İ. (2014). Destinasyon aidiyeti oluşturulmasında destinasyon imajının ve kişiliğinin rolü: kış turizmi örneği (palandöken kayak merkezi), Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Erzurum.

TÜRSAB, Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (2014). TÜRSAB Kış Turizmi Raporu, http://www.tursab.org.tr/tr/tursabdan-haberler/genel-duyurular/tursab-kis-turizmi-raporu_11931.html, (Erişim Tarihi: 15.03.2016).

YİGM, (2016). Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, T. C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR,9669/ktkgb-ve-turizm-merkezleri.html>, (Erişim Tarihi: 23.04.2016)

Zemla, M. (2008). The product quality of polish ski-resorts: a casestudy of silesian skiers' requirements, satisfaction and complaints. *Original Scientific Paper*, 56 (1), 41-58.

EKLER

Ek 1. SSCI İndeksli Dergilerin Listesi

No	Journal Title	JournalType	İndeks Türü
1	JOURNAL OF SPORT & EXERCISE PSYCHOLOGY	Sport	SSCI
2	Annals of Tourism Research	Hospitality&Tourism	SSCI
3	Asia Pacific Journal of Tourism Research	Hospitality&Tourism	SSCI
4	Cornell Hospitality Quarterly	Hospitality&Tourism	SSCI
5	Current Issues in Tourism	Hospitality&Tourism	SSCI
6	International Journal of Contemporary Hospitality Management	Hospitality&Tourism	SSCI
7	PSYCHOLOGY OF SPORT AND EXERCISE	Sport	SSCI
8	International Journal of Hospitality Management	Hospitality&Tourism	SSCI
9	RESEARCH QUARTERLY FOR EXERCISE AND SPORT	Sport	SSCI
10	JOURNAL OF APPLIED SPORT PSYCHOLOGY	Sport	SSCI
11	International Journal of Tourism Research	Hospitality&Tourism	SSCI
12	SPORT EDUCATION AND SOCIETY	Sport	SSCI
13	Journal of LeisureResearch	Leisure	SSCI
14	Journal of Hospitality&TourismResearch	Hospitality&Tourism	SSCI
15	JOURNAL OF SPORT & SOCIAL ISSUES	Sport	SSCI
16	Journal of Hospitality Leisure Sport & Tourism Education	Hospitality&Tourism	SSCI
17	SOCIOLOGY OF SPORT JOURNAL	Sport	SSCI
18	SPORT PSYCHOLOGIST	Sport	SSCI
19	Journal of Sustainable Tourism	Hospitality&Tourism	SSCI
20	Journal of Tourism and Cultural Change	Hospitality&Tourism	SSCI
21	Journal of Travel &Tourism Marketing	Hospitality&Tourism	SSCI
22	Journal of SportandHealthScience	Sport	SSCI
23	INTERNATIONAL JOURNAL OF SPORT PSYCHOLOGY	Sport	SSCI

24	International Review for the Sociology of Sport	Sport	SSCI
25	JOURNAL OF SPORT MANAGEMENT	Sport	SSCI
26	Journal of Travel Research	Hospitality&Tourism	SSCI
27	International Journal of Sports Science&Coaching	Sport	SSCI
28	LeisureSciences	Leisure	SSCI
29	LeisureStudies	Leisure	SSCI
30	Journal of Sports Economics	Sport	SSCI
31	EuropeanSport Management Quarterly	Sport	SSCI
32	International Journal of Sport Finance	Sport	SSCI
33	JOURNAL OF THE PHILOSOPHY OF SPORT	Sport	SSCI
34	ScandinavianJournal of HospitalityandTourism	Hospitality&Tourism	SSCI
35	TourismEconomics	Hospitality&Tourism	SSCI
36	TourismGeographies	Hospitality&Tourism	SSCI
37	International Journal of theHistory of Sport	Sport	SSCI
38	International Review of SportandExercisePsychology	Sport	SSCI
39	Tourism Management	Hospitality&Tourism	SSCI
40	Journal of Destination Marketing & Management	Hospitality&Tourism	SSCI
41	TouristStudies	Hospitality&Tourism	SSCI
42	Sport Management Review	Sport	SSCI
43	International Journal of Sports Marketing &Sponsorship	Sport	SSCI
44	Journal of Consumer Research		SSCI
SSCI Kapsamında Bulunmayan Dergiler			
45	Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research		Scopus
46	Journal of Hospitality Marketing & Management		Scopus
47	Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism		Scopus