

Kaya Tırmanışı Yapan Turistlerin Destinasyon Değerlendirmeleri: Geyikbayırı, Antalya Örneği

Destination Evaluations of Rock Climbing Tourists: The Case of Geyikbayırı, Antalya

Tahir ALBAYRAK*, Nesli ÇÖMEN**

*Doç. Dr., Akdeniz Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, 07058 Kampus, Antalya.

E-posta: tahiralbayrak@akdeniz.edu.tr

ORCID: 0000-0001-6961-0550

**Doktora Programı Öğrencisi, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 07058 Kampus, Antalya.

E-posta: neslicomen@gmail.com

ORCID: 0000-0002-2738-5153

MAKALE BİLGİLERİ

Makale İşlem Bilgileri:

Gönderilme tarihi: 25 Ocak 2018

Düzeltilme: 9 Nisan 2018

Düzeltilme: 15 Mayıs 2018

Kabul: 25 Mayıs 2018

Anahtar sözcükler: Destinasyon değerlendirme, Macera turizmi, Kaya tırmanışı, Geyikbayırı.

ARTICLE INFO

Article history:

Submitted: 25 January 2018

Resubmitted: 9 April 2018

Resubmitted: 15 May 2018

Accepted: 25 May 2018

Key words: Destination evaluation, Adventure tourism, Rock climbing, Geyikbayırı.

ÖZ

Turizm alanında kısıtlı sayıda çalışmanın gerçekleştirildiği kaya tırmanışı aktivitesini ele alan bu çalışmada, Geyikbayırı, Antalya bölgesine kaya tırmanışı yapmak amacıyla gelen turistlerin destinasyon özelliklerinden memnuniyetleri incelenmiştir. İlgili bölgede 200 yerli ve yabancı turistten anket tekniği ile veri toplanmış ve Önem-Performans Analizi (ÖPA) kullanılarak destinasyon özelliklerine yönelik bazı stratejiler önerilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre, bölgenin manzarası, sessizliği, kaya yapısı ve rota çeşitliliği ile personel hizmet kalitesi özellikleri destinasyonun korunması gereken güçlü yönleri olarak öne çıkmaktadır. Buna karşılık, konaklama tesislerinin temizliği, üzerinde yoğunlaşılması gereken zayıf bir özellik olarak tespit edilmiştir. Ayrıca, yerli ve yabancı turistlerin destinasyon özelliklerine yönelik algıları arasında farklılıklar olduğu ortaya konmuştur. Örneğin, yabancı turistlerin bölgenin genel temizliği ile kaya yapısı ve rota çeşitliliğine yönelik memnuniyetleri, yerli turistlere göre daha yüksektir. Bu çalışmanın, kaya tırmanışına katılan turistlerin destinasyona yönelik değerlendirmelerini ortaya koyması ve yönetsel stratejilerin tespitine katkı sağlaması açısından özgün bir değere sahip olduğu söylenebilir.

ABSTRACT

In this study, which deals with rock climbing activity where a limited number of studies are performed in the field of tourism, satisfaction of tourists with destination attributes is examined who come to Geyikbayırı area, Antalya for rock climbing. The data, collected from 200 domestic and foreign tourists by survey technique, were analysed by applying Importance-Performance Analysis and the results suggested some strategies about destination attributes. According to the obtained findings, scenery of the area, quietness, range of rocks and routes, and service quality of the personnel are the attributes that are important and their performance should have maintained. In contrast, cleanliness of the accommodation facilities is an attribute that is weak and needed to be more focused on. In addition, differences among the domestic and foreign tourists in terms of their perceptions about destination attributes are specified. For example, satisfaction of foreign tourists with overall cleanliness of the area as well as range of rock and routes are higher than domestic tourists. This study has value in terms of contributing to the clarification of rock climbing tourists' evaluations about destination attributes and the managerial strategies which should be followed.

GİRİŞ

Kaya tırmanışı, dünya çapında giderek daha fazla ilgi çekmeye başlayan bir macera turizmi çeşidi olarak dikkat çekmektedir. Dünya genelindeki katılımcı sayısının 25 milyona ulaşmış olması (IFSC 2017) bu hususu doğrulamaktadır. Kaya tırmanışının macera turizmi kapsamında ele alınması, kaya tırmanıcılarının sıklıkla fark-

lı deneyimler yaşamak maksadıyla yaşadıkları bölgelerden tırmanış destinasyonlarına yönelik seyahatler gerçekleştirmelerinden ve bu seyahatlerin önemli bir turizm talebine yol açmasından kaynaklanmaktadır (Stettler 2000).

Farklı doğal güzelliklere sahip kaya tırmanma destinasyonları ile Türkiye'nin bu turizm talebinden daha fazla faydalanması mümkündür.

Nitekim 2023 Türkiye Turizm Stratejisi'nde de alternatif turizm çeşitlerinin geliştirilmesi bir hedef olarak yer almaktadır. Ancak Türkiye'nin, bir macera turizmi çeşidi olarak kaya tırmanışından daha fazla fayda elde edebilmesi, sahip olunan doğal güzelliklerin yanı sıra turistlerin ziyaret ettikleri destinasyondan memnun bir şekilde ayrılmalarına bağlıdır. Çünkü birçok çalışmanın ortaya koyduğu üzere, turist memnuniyeti destinasyonu tekrar ziyaret etme ve olumlu tavsiyede bulunma niyetlerinin önemli bir belirleyicisidir.

Kaya tırmanışı gibi macera turizmi aktiviteleri, özellikle Antalya gibi deniz-kum-güneş cazibesi ile ön plana çıkan destinasyonlarda, turizm ürünlerinin çeşitlendirilmesine ve talebin tüm yıla yayılmasına katkı sağlamaktadır. Ayrıca, macera turizminin birçok çeşidinde katılımcıların küçük gruplar halinde turlara katılması, kitle turizmine kıyasla doğal çevreye daha az zarar verilmesine ve destinasyonlarda sürdürülebilir bir turizm gelişiminin sağlanmasına olanak tanımaktadır (Albayrak ve Caber 2016). Ancak, bu gibi avantajlardan faydalanılabilmesi için, öncelikle kaya tırmanışı maksadıyla destinasyona gelen turistlerin ilgili destinasyon hakkındaki değerlendirmelerinin ortaya konulması gereklidir. Ne yazık ki, kaya tırmanışının Türkiye turizmi açısından taşıdığı potansiyel ve öneme karşılık, alanyazında bu faaliyeti macera turizmi kapsamında inceleyen sınırlı sayıda çalışma bulunmaktadır (Albayrak ve Caber 2016). Bunun yanı sıra, farklı turizm çeşitlerinin ele alındığı çalışmalarda, yerli ve yabancı turistler arasında davranış farklılıklarının bulunduğu ortaya konmuştur (Awaritefe 2004; Elomba ve Yun 2018). Ancak alanyazın taramasında, yerli ve yabancı kaya tırmanışçılarınun ziyaret ettikleri destinasyondan memnuniyetlerini karşılaştıran herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır.

Kaya tırmanışı aktivitesinin turizm sektörü açısından giderek artan önemi ve bu konuda ilgili alanyazındaki eksikliklerden yola çıkılarak, bu çalışmada Geyikbayırı, Antalya bölgesine kaya tırmanışı yapmak maksadıyla gelmiş olan turistler incelenerek bu açığın giderilmesi amaçlanmıştır. Daha detaylı olarak bu çalışmanın amaçları: (1) Kaya tırmanışı yapmak amacıyla Geyik-

bayırı, Antalya bölgesine gelen turistlerin destinasyondan memnuniyetlerini ortaya koymak; (2) yerli ve yabancı turistlerin ilgili destinasyondan duydukları memnuniyet farklılıklarını incelemektir. Bu araştırma, turistlerin bakış açısıyla Geyikbayırı kaya tırmanış destinasyonunun güçlü ve zayıf yönlerini ortaya koyması açısından önem arz etmektedir. Elde edilen bulguların destinasyon yöneticilerine ve diğer paydaşlara stratejik planlama ve yönetim açısından yol gösterici olması beklenmektedir.

KAYA TIRMANIŞI HAKKINDA

Kaya tırmanışını da kapsayan, modern dağcılığın 1786'da Fransa'nın en yüksek dağlarından biri olan Mont Blanc'a yapılan tırmanış ile başladığı kabul edilmektedir (Jackson 1968). Kaya tırmanışı, uzun yıllar bir zirveye ulaşma sırasında dağcıların aşmak zorunda olduğu engel olarak görülmüş, bu sebeple dağcılığın bir alt dalı olarak değerlendirilmiştir. Kaya tırmanışının ayrı bir spor dalı olarak kabul edilmeye başlanması, ancak 1950'li yıllardan itibaren olmuştur (Lewis ve Cauthorn 2000). Katılımcı sayısının her geçen gün arttığı kaya tırmanışı faaliyeti, 2020 Olimpiyat Oyunları'na aday bir spor dalı olarak kabul edilmiştir (IFSC 2017).

Günümüzde kaya tırmanışı bireylere zorluklarla yüzleşme, hayata bağlanma, macera ve gizem gibi hisleri yaşama olanağı tanıyan, rekreatif bir etkinlik olarak da ilgi görmektedir (Janot ve arkadaşları 2000; Shell 2004; Sibella ve arkadaşları 2007; Draper ve arkadaşları 2010; Schoffl ve arkadaşları 2011). Kişilerin kaya tırmanışı amacıyla farklı destinasyonlara seyahat etmeleri ise bir macera turizmi hareketliliği olarak değerlendirilmektedir.

Üzerinde tam bir uzlaşma olmamakla birlikte, kullanılan malzemelere ve izlenen tekniklere göre kaya tırmanışının geleneksel, spor, kısa kaya (bouldering) ve üstten emniyetli tırmanış (top-roping) olmak üzere dört türü olduğu kabul edilmektedir (Luebben 2004). Spor tırmanışta tam güvenlik sağlanarak sabit emniyetli rotalarda tırmanış yapılırken; geleneksel tırmanışta daha sonra çıkarılabilen emniyet malzemeleri kullanılmaktadır (Lourens 2010). Kısa kaya tırmanışı yerden fazla yükselmeden ve daha çok antren-



Şekil 1. Avrupa'daki Kaya Tırmanma Destinasyonları (Kaynak: <https://climbingaway.fr>)

man amacıyla yapılmaktadır. Üstten emniyetli tırmanışta ise tırmanılacak rota ip ile emniyete alınmaktadır.

Kâr amacı taşımayan bir kuruluş olan Climbing Away'e (2017) göre dünya üzerinde toplam 6747 kaya tırmanma destinasyonu bulunmaktadır. 5187 destinasyon ile Avrupa en fazla kaya tırmanma bölgesine sahip kıta iken, Amerika Birleşik Devletleri (718), Güney Amerika (292) ve Asya (194) sırasıyla bu kıtayı takip etmektedir. Şekil 1'de Avrupa'daki kaya tırmanma destinasyonlarının sayısı ve buldukları ülkeler gösterilmiştir.

TÜRKİYE'DE KAYA TIRMANIŞININ GELİŞİMİ

Türkiye'de dağcılık faaliyetlerinin 1829 yılında Ağrı Dağı'na yapılan ilk tırmanış ile başladığı kabul edilmektedir (TDF 2014). Kaya tırmanışının başlangıcı ile ilgili kesin bir tarih olmamakla birlikte, milli dağcı Doğan Palut bir demecinde Türkiye'de kaya tırmanışının 1930'lu yıllarda başladığını ifade etmiştir (Planetmountain 2018). Bu faaliyetin Türkiye Dağcılık Federasyonu'na bir alt branş olarak eklenmesi ise 2000 yılını bul-

muştur (TDF 2014). Climbing Away'den (2017) elde edilen verilere göre, ülkemizde 23 popüler kaya tırmanışı destinasyonu bulunmaktadır. Tablo 1 bu destinasyonları, sahip oldukları rota sayısını ve buldukları şehri göstermektedir.

İLGİLİ ÇALIŞMALAR

Pomfret'e (2006) göre kara-temelli ve yüksek riskli bir macera turizmi çeşidi olan kaya tırmanışı, farklı alanlarda çalışma yapan araştırmacılar tarafından incelenmiştir. Albayrak ve Caber (2016), kaya tırmanışını inceleyen çalışmalarını sağlık, davranış ve destinasyon temelli olmak üzere üç gruba ayırmıştır. Katılımcıların sağlıklarını inceleyen çalışmalarda genellikle yaralanma türleri (Peters 2001; Aras 2015), kaya tırmanışının enerji harcamaya (Aras ve Akalan 2015) ve vücut organlarına etkisi (Giles ve arkadaşları 2006; Aras 2015) gibi konular ele alınmıştır.

Kaya tırmanışını katılımcıların davranışları açısından inceleyen çalışmaların önemli bir kısmı motivasyonların tespitine odaklanmıştır. Bu konuda gerçekleştirilen ilk çalışmalardan biri Robinson'a (1985) ait olup, araştırmacıya gö-

Tablo 1. Türkiye'deki Popüler Kayak Tırmanışı Destinasyonları

Kaya tırmanma destinasyonu ^a	Şehir	Rota Sayısı
Marmara Adası	İstanbul	40 ^C
Ballıkayalar	Kocaeli	111 ^b
Gölpazarı-Sögütçük-Pelitözü	Bilecik	118 ^b
Geyve (Kocakayalar)	Sakarya	108 ^b
Narlıdere-Kremlin	Bursa	67 ^b
Karakaya	Eskişehir	80 ^C
Sarıkaya	Manisa	45 ^C
Kaynaklar	İzmir	174 ^b
Bafa Gölü	Aydın-Muğla	-
Sakarkaya	Muğla	-
Akyaka	Muğla	-
Datça	Muğla	300 ^b
Kızılın Bacı-Kazıklı Kanyon-Cımbır Vadisi	Niğde (Aladağlar)	250 ^b
Faralya	Muğla	-
Kaş	Antalya	52 ^b
Karataşlar	Antalya	70 ^b
Olimpos	Antalya	317 ^b
Fesliken Yaylası	Antalya	4 ^C
Akyarlar	Antalya	17 ^b
Çitdibi	Antalya	50 ^b
Geyikbayırı	Antalya	744 ^b

a: <https://climbingaway.fr/en/>; b: www.climb-europe.com; c: www.tuncfindik.com

re kaya tırmananlarının başlıca motivasyonları farklı duygu arayışı, sürekli kaygı, başarı ihtiyacı ve üyelik olarak sıralanmaktadır. Ding ve Schuett (2013) ise Yangshou'da tırmanış yapan Çinlilerin motivasyonlarını incelemiştir. Araştırma sonuçları başarı/bağımsızlık, risk alma/keşfetme, sosyalleşme, eğitim/doğal çevre ve kaçış baskısının Çinli tırmanışçıları motive ettiğini ortaya koymuştur. Yakın zamanda gerçekleştirilen bir çalışmada Caber ve Albayrak (2016) kaya tırmanışına katılanların motivasyonlarını turizm alanında en çok kullanılan motivasyon yaklaşımlardan biri olan itici ve çekici faktörler teorisi ile incelemiştir. Araştırmacılar, Geyikbayırı, Antalya bölgesinde kaya tırmanışı yapan 473 katılımcıdan elde ettikleri veri ile kaya tırmanışı için itici motivasyon faktörlerinin fiziksel ortam, kabul görme, yaratıcılık, meydan okuma, arınma ve risk alma olduğunu tespit etmişlerdir. Sakinlik,

tırmanmaya yönelik alt yapı, tırmanmada yenilik arayışı, tırmanma dışındaki spor ve rekreatif faaliyetler ile yeni destinasyon arayışı ise çekici motivasyon faktörleri olarak ortaya konmuştur.

Risk, genellikle macera turizminde katılımcıları motive edici bir değişken olarak görülmesine karşın, kaya tırmanışında bu tür bir ilişki bulunmadığı bazı araştırmalarda ortaya konmuştur. Araştırmacılar bu hususun, diğer macera etkinliklerinde riskin bir heyecan olarak algılanmasına karşılık, kaya tırmanışında bir zorluk olarak kabul edilmesinden kaynaklandığı belirtmektedir (Fave ve arkadaşları 2003; Llewellyn ve arkadaşları 2008). Bazı araştırmacılara göre bireyleri kaya tırmanışına yönelten sebepler arasında, tırmanış esnasında yaşanan akış deneyimi de bulunmaktadır (Csikszentmihalyi 1990; Fave ve arkadaşları 2003; Heywood 2006). Genel olarak akış kavramı, yoğun bir odaklanma ve duygusal bir hal olarak ifade edilen psikolojik bir durumdur. Csikszentmihalyi'ye (1990) göre bireylerin yetenekleri aktivitenin zorluğu ile eşitlendiğinde akış durumu gerçekleşmektedir. Heywood (2006) ise sahip olunan teknik teçhizat ile eşlikçinin yeteneklerinin katılımcılarda güvenlik ve güven duygusu oluşturduğunu belirtmektedir. Araştırmacıya göre bu tür bir algı tırmanış esnasında derin bir odaklanma yaratmakta ve akış deneyimine yol açmaktadır (Heywood 2006). Kaya tırmanışı yapan kişilerin akış deneyimlerini inceleyen diğer bir araştırma Fave ve arkadaşlarına (2003) aittir. Himalayalar'da yüksek irtifa kaya tırmanışı yapan altı kişinin davranışlarını Deneyim Dalgalanma Modeli ile inceleyen araştırmacılar, kaya tırmananların genellikle bir akış deneyimi yaşadıklarını tespit etmiştir (Fave ve arkadaşları 2003).

Kaya tırmanışını destinasyonlar açısından inceleyen çalışmalardan birini İskoçya'da gerçekleştiren Hanley ve arkadaşları (2001) seyahat süresi ve tırmanış yapılan mevsimin destinasyon seçimine etkisi olduğunu ortaya koymuştur. Benzer bir çalışmayı gerçekleştiren Scarpa ve Thiene (2005), İtalya'da faaliyet gösteren bir kaya tırmanış kulübünden elde ettikleri verileri kullanarak, kaya tırmanma destinasyonunun rekreatif özellikleri, destinasyonun özellikleri

ve destinasyon yönetim politikalarının kaya tırmanışı yapanların destinasyon seçimini etkilediğini ortaya koymuştur. Son çalışmalardan birini Geyikbayırı, Antalya bölgesinde gerçekleştiren Albayrak ve Caber (2016), destinasyon özelliklerinin genel memnuniyete etkisini incelemiştir. Araştırmacılar doğrusal olmayan etki-performans analizi (Asymmetric Impact-Performance Analysis) vasıtasıyla kaya tırmanışı yapanlar için altyapı ve konaklama olanaklarının düşük performansa sahip heyecan faktörleri olduğunu ortaya koymuştur. Çalışmada ayrıca, bölgeye ilk defa kaya tırmanmak için gelenler ile devamlı olarak gelenlerin destinasyon özelliklerini farklı şekilde değerlendirdikleri ortaya konulmuştur. Buna göre, konaklama olanakları ve mevcut altyapı, bölgeye ilk defa gelenler için düşük performansa sahip heyecan faktörleri iken, devamlı gelenler için düşük performanslı temel faktörlerdir. Diğer bir ifade ile bu özelliklere ait yüksek bir performans ilk defa gelenlerde memnuniyete yol açarken, devamlı gelenler için memnuniyet yaratıcı olmamaktadır.

YÖNTEM

Araştırma Bölgesi: Geyikbayırı

Antalya şehir merkezine yaklaşık 27 km uzaklıkta bulunan Geyikbayırı bölgesi, 2000 yılında keşfedilmesine müteakip (Atlas 2018), kaya tırmanışı açısından dünya çapında önemli bir destinasyon haline gelmiştir. Bu ilgede bölgenin iklim özellikleri, tırmanış rotalarının çeşitliliği ve ulaşımın kolay olması etkili olmaktadır (Atlas 2018). Antalya'nın yılda yaklaşık 300 gününün güneşli geçmesi ve ortalama 18,7 sıcaklık derecesine sahip olması nedeniyle bölgede yaklaşık 10 ay boyunca kaya tırmanışı yapılabilmektedir. Özellikle kış aylarında farklı milletlerden kaya tırmanışçıları konuk eden Geyikbayırı bölgesi, dünyadaki en önemli 10 kaya tırmanma destinasyonundan biri olarak gösterilmektedir (Atlas 2018). Geyikbayırı, 700'ün üzerinde rota ile farklı deneyim seviyelerindeki kişilere kaya tırmanışı olanağı sunmaktadır. Ayrıca bölgede, kaya tırmanışı dışında, doğa yürüyüşü, dağ bisikleti turu, bitki tanıma gibi etkinliklere de katılmak mümkündür (Sarı 2007).

Veri Toplama Aracı

Bu çalışmada anket tekniği tercih edilmiş olup, hazırlanan form üç ana bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik altı soru (cinsiyet, milliyet, yaş, medeni durum, meslek, eğitim ve aylık gelir) bulunmaktadır. İkinci bölümde katılımcıların Geyikbayırı kaya tırmanışı destinasyonuna yönelik algılarını ölçen 12 ifade yer almaktadır (Rukuiziene 2009; Fotiadis ve Vassiliadis 2010; Albayrak ve Caber 2016). Üçüncü bölümde ise katılımcıların Geyikbayırı kaya tırmanma destinasyonundan genel memnuniyetlerini ölçen bir adet ifade bulunmaktadır (Yoon ve Uysal 2005). İkinci ve üçüncü bölümde yer alan ifadelerin orijinali İngilizce olup, Türkçe çevirileri Albayrak ve Caber'in (2016) bir araştırmasından elde edilmiştir. Adı geçen çalışmada tercüme-geri tercüme yoluyla çeviri değişmezliği kontrol edilmiş olup, aynı zamanda yapı geçerliliği faktör analizi ile incelenmiştir. Bu sebeple, mevcut çalışma kapsamında bir pilot araştırma yapılmasına gerek görülmemiştir. İlgili ifadeler 7'li Likert tipi ölçek (destinasyon algısı için: 1, çok düşük ile 7, çok yüksek; genel memnuniyet için: 1, kesinlikle katılmıyorum ile 7, kesinlikle katılıyorum) ile değerlendirilmiştir. Ölçek güvenilirliği Cronbach Alpha güvenirlik katsayısı ile değerlendirilmiş ve elde edilen değer (0,867) kabul edilebilir seviyenin üzerinde olduğu görülmüştür.

Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini oluşturan Geyikbayırı bölgesine kaya tırmanmak amacıyla gelenler hakkında resmi bir istatistik olmamakla birlikte, gazete haberlerinde yılda yaklaşık 6.000 kişinin bölgeye geldiği ifade edilmektedir (Haberler 2018). Araştırma amaçlarına ulaşmak amacıyla kullanılan veri, 2017 yılının Mayıs ve Kasım ayları arasında kolayda örnekleme yöntemi ile toplanmıştır. Veri toplama konusunda deneyimi bulunan yazarlardan biri farklı tarihlerde bölgeye giderek, kaya tırmanışı yapan kişilere araştırmanın amacını açıklamış ve gönüllü katılımlarını talep etmiştir. Belirtilen dönem sonunda toplam 214 adet anket toplanmıştır. Eksik doldurulan anketlerin elenmesi sonucunda kalan 200 anket

analizlere dâhil edilmiştir. Bu sayı, Yazıcıoğlu ve Erdoğan'ın (2004: 50) evren büyüklüğünün 10.000 ve örnekleme hatasının $\pm 0,10$ olması durumunda 95 örneklem sayısının yeterli olacağı şeklindeki değerlendirmesinin oldukça üzerindedir.

Analizler

Katılımcıların destinasyondan memnuniyetlerini ortaya koymak ve genel memnuniyetlerinin artırılması amacıyla öncelikle hangi destinasyon özelliklerine odaklanılması gerektiğini tespit etmek için Önem-Performans Analizi'nden (ÖPA) yararlanılmıştır. ÖPA, ilk olarak önerildiği günden bu yana (Martilla ve James 1977) ileri düzey istatistiki bilgiye gereksinim duyulmaması, kolay yorumlanabilir olması ve yüksek uygulama maliyeti gerektirmemesi gibi sebeplerle işletme yöneticileri tarafından tercih edilen ve rasyonel karar almaya destek olduğu düşünülen bir teknik olmuştur (Albayrak ve Caber 2011). Ürün özelliklerine ait önem ve performans değerleri kullanılarak oluşturulan ÖPA matrisi, müşteri memnuniyetini arttırmak için her bir ürün özelliğine yönelik stratejiler önermektedir. Hazırlanan ÖPA matrisinin yoğunlaşılması gerekenler hücrelerinde konumlanan ürün özellikleri, müşteriler için yüksek öneme sahip olmalarına karşın algılanan performansları düşük olanlardır ve bu nedenle işletmenin zayıf yönlerini göstermektedir. Hem müşteriler için önemli hem de algılanan performansı yüksek olan özellikler ise işletmenin güçlü yönlerini göstermekte olup, korunması gerekenler hücrelerinde yer almaktadır. Önem ve performans açısından ortalamaların altında olan özellikler ise *düşük öncelikliler* şeklinde sınıflandırılmaktadır. Olası aşırılıklar ise müşteriler tarafından önemli olmamasına rağmen işletmenin performansının yüksek olduğu özellikleri belirtmektedir. Önceki çalışmalarda, ÖPA işletme seviyesinde kullanıldığı gibi destinasyonları müşteri bakış açısıyla değerlendirmek için de sıklıkla kullanılmıştır (Deng ve arkadaşları 2008; Smith ve Costello 2009; Caber ve arkadaşları 2012).

Bu çalışmada, ÖPA için gerekli olan önem ve performans değerlerinin elde edilmesi ve ilgili analizin gerçekleştirilmesi için şu aşamalar iz-

lenmiştir: Öncelikle anket katılımcılarının destinasyon özelliklerine yönelik algıları, destinasyon özelliklerine ait performans değerleri olarak kullanılmıştır. Destinasyon özelliklerinin önem değerlerini elde etmek için, anket katılımcılarının destinasyona yönelik algı değerleri ile genel memnuniyet arasındaki korelasyon katsayısı hesaplanmıştır. Çalışmanın ikinci amacını oluşturan yerli ve yabancı kaya tırmanışçıların kıyaslanması için ki-kare ve t testinden faydalanılmıştır. Ayrıca her iki grup için ayrı ayrı ÖPA gerçekleştirilmiştir.

BULGULAR

İlk olarak araştırma katılımcılarının demografik özellikleri incelenmiştir. Buna göre, katılımcıların yarıdan fazlası erkek olup, bekârlar ve 35 yaş ve altındakiler büyük bir çoğunluğu oluşturmaktadır. Diğer taraftan katılımcıların yaklaşık yarısı Türk olup, bunu sırasıyla İngilizler ve Almanlar takip etmektedir. Eğitim düzeyi ve mesleki durum incelendiğinde, üniversite mezunlarının ve özel sektör çalışanlarının çoğunluğu oluşturduğu görülmüştür.

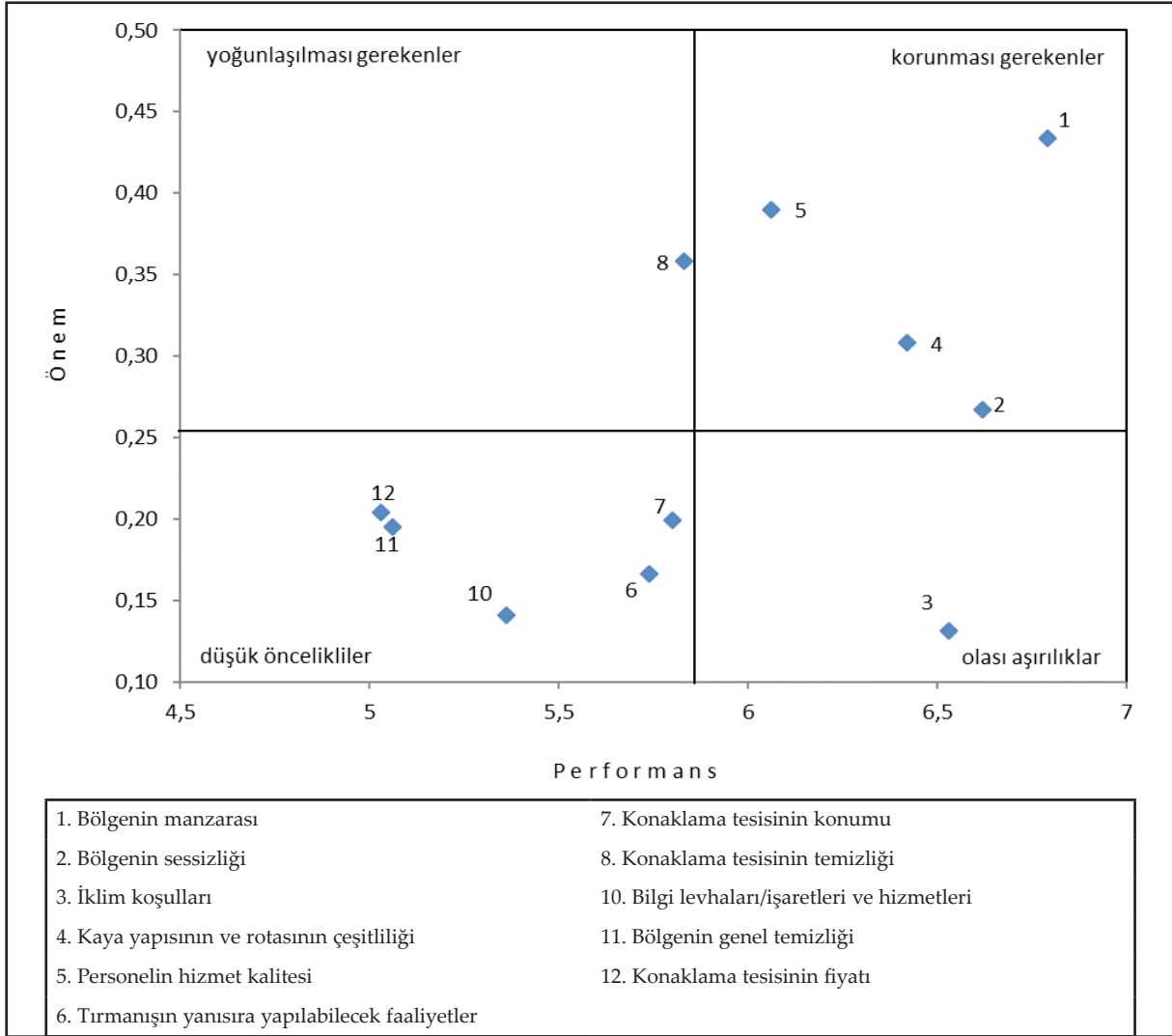
Kaya tırmanışı yapan katılımcıların destinasyon özelliklerine yönelik değerlendirmelerini belirlemek üzere, ilk olarak özelliklere ait aritmetik

Tablo 2. Kaya Tırmanışçıların Destinasyon Özelliklerine Yönelik Değerlendirmeleri

	Ort.	S.S.	Önem ^a
1 Bölgenin manzarası	6,79	0,639	0,434
2 Bölgenin sessizliği	6,62	0,794	0,267
3 İklim koşulları	6,53	0,940	0,131
4 Kaya yapısının ve rotaların çeşitliliği	6,42	0,999	0,308
5 Personelin hizmet kalitesi	6,06	1,045	0,390
6 Tırmanışın yanı sıra yapılabilecek faaliyetler	5,74	1,495	0,166
7 Konaklama tesisinin konumu	5,80	1,265	0,199
8 Konaklama tesisinin temizliği	5,83	1,405	0,358
9 Bölgeye ulaşılabilirlik	5,46	1,718	0,062 ^b
10 Bilgi levhaları/işaretleri ve hizmetleri	5,36	1,891	0,141
11 Bölgenin genel temizliği	5,03	2,289	0,204
12 Konaklama tesislerinin fiyatı	5,06	1,798	0,195
Geyikbayırı'ndan genel memnuniyet	6,75	0,530	

a: Önem değerleri ifadelerin genel memnuniyet ile olan korelasyon katsayılarıdır

b: Genel memnuniyet ile anlamsız ilişkiye sahip



Şekil 2. Önem - Performans Matrisi

ortalama ve standart sapma değerleri hesaplanmıştır. Tablo 2'de yer alan sonuçlar incelendiğinde, katılımcıların Geyikbayırı kaya tırmanışı destinasyonundan genel memnuniyetlerinin yüksek olduğu görülmektedir. En çok memnuniyet duyulan destinasyon özellikleri arasında; bölgenin manzarası, bölgenin sessizliği ve iklim koşulları bulunmaktadır. Buna karşılık bölgenin genel temizliği ve konaklama tesislerinin fiyatları katılımcıların en az memnuniyet duydukları özelliklerdir.

Daha önce de belirtildiği üzere, ÖPA'nın gerçekleştirilebilmesi amacıyla, katılımcıların destinasyon özelliklerine atfettikleri değerler, ilgili

özelliklerin performans değeri olarak kullanılmıştır. Destinasyon özelliklerinin genel memnuniyet ile olan korelasyon katsayıları ise ilgili özelliklerin önem değeri olarak kullanılmıştır (Tablo 2). Bölgeye ulaşılabilirlik ile genel memnuniyet arasında anlamlı bir ilişki bulunmadığı için, bu destinasyon özelliği ÖPA'ya dahil edilmemiştir. Destinasyon özelliklerine ait performans ve önem seviyesi, x ve y değerleri şeklinde kullanılarak, bütün destinasyon özellikleri bir koordinat sisteminde konumlandırılmıştır (Matzler ve arkadaşları 2003). Daha sonra özelliklere ait performans (5,89) ve önem (0,254) değerlerinin genel ortalamaları hesaplanmış ve bu değerler

Tablo 3. Yerli ve Yabancı Katılımcıların Demografik Özellikleri

		Yerli (n=91)		Yabancı (n=109)		Ki-Kare
		f	%	f	%	
Cinsiyet	Erkek	50	54,9	59	54,1	$\chi^2=0,013$ df=1; p=0,908
	Kadın	41	45,1	50	45,9	
Medeni durum	Evli	22	24,2	38	34,9	$\chi^2=2,697$ df=1; p=0,101
	Bekâr	69	75,8	71	65,1	
Meslek	Özel sektör çalışanı	41	45,1	67	61,5	$\chi^2=14,033$ df=5; p=0,015*
	Kamu çalışanı	14	15,4	16	14,7	
	Şirket sahibi	6	6,6	6	5,5	
	İşsiz	7	7,7	11	10,1	
	Öğrenci	23	25,3	8	7,3	
Yaş dağılımı	25'ten küçük	35	38,5	12	11,0	$\chi^2=23,043$ df=2; p=0,000**
	25-35	41	45,1	59	54,1	
	36 ve üstü	15	16,5	38	34,9	
Eğitim durumu	Lise	21	23,1	4	3,7	$\chi^2=23,907$ df=3; p=0,000**
	Meslek Yüksekokulu	9	9,9	31	28,4	
	Üniversite	44	48,3	57	52,3	
	Diğer	17	18,7	17	15,6	

*p<0,05; **<0,01

koordinat sistemini dört hücreye ayırmak için kullanılmıştır (Şekil 2). Destinasyon özellikleri, buldukları hücre göz önüne alınarak yorumlanmıştır.

Şekil 2'de dört özelliğin (bölgenin manzarası, bölgenin sessizliği, kaya yapısının ve rotaların çeşitliliği, personelin hizmet kalitesi) korunması gerekenler hücresinde yer aldığı görülmektedir. Diğer bir ifade ile bu özellikler bölgeye gelen katılımcıların yüksek önem verdiği ve mevcut performansını da yüksek olarak algıladığı hususlardır. Konaklama tesislerinin temizliği ise katılımcılar tarafından önemli görülen, ancak algılanan performansı düşük olan bir özelliktir. Diğer bir ifade ile genel memnuniyetin artırılması için üzerinde yoğunlaşılması gereken bir özelliktir.

Kaya tırmanışının yanı sıra bölgede yapılabilecek diğer faaliyetler, konaklama tesisinin konumu, bilgi levhaları ve hizmetleri, bölgenin genel temizliği ve konaklama tesislerinin fiyatları ise düşük öncelikli özellikler olarak sınıflanmıştır. Diğer bir ifade ile genel memnuniyeti arttırmak için bu özelliklere odaklanmaya gerek yoktur. Çünkü bu özelliklerin genel memnuniyet açısından

önemleri de düşüktür. İklim koşulları, önemi düşük ancak performansı yüksek olması sebebiyle olası aşırılıklar şeklinde sınıflandırılan bir husus olmuştur.

Yerli ve Yabancı Katılımcılar Aralarındaki Farklılıklar

Yerli ve yabancı katılımcıların karşılaştırılması maksadıyla, ilk olarak grupların demografik özellikler açısından farklılıkları ki-kare testi ile incelenmiştir. Sonuçlar yerli ve yabancı katılımcılar arasında meslek, yaş ve eğitim seviyesi açısından farklılıklar olduğunu ortaya koymuştur. Tablo 3'te görüldüğü üzere yabancı katılımcıların büyük bir bölümü özel sektör çalışanı iken, yerli katılımcılarda bu oran daha düşüktür. Yaş dağılımı açısından, yerli katılımcıların yabancı katılımcılara kıyasla daha genç oldukları görülmektedir. Son olarak, her iki gruba dâhil katılımcıların çoğunluğu lise ve daha üst düzey eğitime sahiptir. Ancak yerli katılımcılar içerisinde lise seviyesinde eğitime sahip olanlar, yabancı katılımcılara kıyasla daha yüksek bir orandadır. Bu kapsamda, yabancı katılımcıların orta yaş ve üzeri, yüksek eğitimli ve çoğunlukla özel sektör çalışanların-

Tablo 4. Yerli ve Yabancı Katılımcı Algılarının Kıyaslanması

	Yerli (n=91)		Yabancı (n=109)		Anlamlılık
	Ort.	S.S.	Ort.	S.S.	
Bölgenin manzarası	6,80	0,562	6,78	0,699	0,806
Bölgenin sessizliği	6,51	0,911	6,71	0,671	0,083
İklim koşulları	6,64	0,659	6,44	1,117	0,124
Kaya yapısının ve rotaların çeşitliliği	6,35	1,026	6,62	0,779	0,039*
Personelin hizmet kalitesi	5,93	1,124	6,17	0,967	0,120
Tırmanışın yanı sıra yapılabilecek faaliyetler	5,38	1,619	6,06	1,301	0,008**
Konaklama tesisinin konumu	5,62	1,364	5,94	1,161	0,071
Konaklama tesisinin temizliği	5,68	1,497	5,94	1,318	0,192
Bölgeye ulaşılabilirlik	5,24	1,870	5,63	1,567	0,115
Bilgi levhaları/işaretleri ve hizmetleri	5,02	2,076	5,63	1,681	0,023*
Bölgenin genel temizliği	3,72	2,344	5,42	1,971	0,000**
Konaklama tesislerinin fiyatı	4,75	1,811	5,32	1,753	0,024*
Geyikbayırı'ndan genel memnuniyet	6,73	0,496	6,76	0,559	0,632

*p<0,05; **<0,01

dan oluştuğu, yerli katılımcıların ise yabancılara kıyasla daha genç oldukları söylenebilir.

İkinci olarak, yerli ve yabancı katılımcıların destinasyon değerlendirmelerinde ve genel memnuniyetlerinde anlamlı bir farklılık olup olmadığını belirlemek amacıyla, bağımsız örneklem t testinden faydalanılmıştır (Tablo 4). Analiz sonuçları kaya yapısının ve rotalarının çeşitliliği, tırmanışın yanı sıra yapılabilecek faaliyetler, bilgi levhaları/işaretleri ve hizmetleri, bölgenin genel temizliği ve konaklama tesisinin fiyatı maddelerinde yabancı katılımcı memnuniyetinin yerlilere

kıyasla anlamlı bir şekilde daha yüksek olduğunu ortaya koymuştur.

Sonraki aşamada, yerli ve yabancı katılımcılar için iki ayrı ÖPA matrisi hazırlanmış ve elde edilen sonuçlar karşılaştırılmıştır. Destinasyon özelliklerine ait önem değerlerini tespit etmek amacıyla, yerli ve yabancı katılımcılar için ayrı olmak üzere destinasyon özelliklerinin performansı ile genel memnuniyet arasındaki korelasyon katsayıları hesaplanmıştır. Genel memnuniyet ile anlamlı bir ilişkisi olmadığı tespit edilen destinasyon özellikleri sınıflama dışında bira-

Tablo 5. Yerli ve Yabancı Katılımcılara Ait ÖPA Sonuçları*

	Yerli	Yabancı
Bölgenin manzarası	-	Korunması gerekenler
Bölgenin sessizliği	-	Korunması gerekenler
İklim koşulları	-	Olası aşırıliklar
Kaya yapısının ve rotaların çeşitliliği	-	Korunması gerekenler
Personelin hizmet kalitesi	Korunması gerekenler	Korunması gerekenler
Tırmanışın yanı sıra yapılabilecek faaliyetler	-	Olası aşırıliklar
Konaklama tesisinin konumu	Düşük öncelikliler	Düşük öncelikliler
Konaklama tesisinin temizliği	Yoğunlaşılması gerekenler	Yoğunlaşılması gerekenler
Bölgeye ulaşılabilirlik	-	-
Bilgi levhaları/işaretleri ve hizmetleri	-	-
Bölgenin genel temizliği	Düşük öncelikliler	Düşük öncelikliler
Konaklama tesislerinin fiyatı	-	Düşük öncelikliler

*Sınıflama yapılmayan özelliklerin destinasyondan genel memnuniyet ile anlamlı ilişkisi yoktur

kılmıştır. Buna göre yabancı katılımcılar için 10; yerli katılımcılar için sadece dört özellik sınıflandırılmıştır (Tablo 5). Yerli ve yabancı katılımcılar açısından ortak niteliklere sahip oldukları tespit edilen dört özellik ile ilgili olarak benzer stratejilerin uygulanması mümkündür (personelin hizmet kalitesi için korunması gereken; konaklama tesisinin konumu için düşük öncelik; konaklama tesisinin temizliği için yoğunlaşılması gereken; bölgenin genel temizliği için düşük öncelik). Sonuçlar ışığında hem yerli hem de yabancı katılımcıların Geyikbayırı bölgesindeki konaklama tesislerinde çalışan personelin hizmet kalitesinden memnun oldukları ve bu özelliğe ait performansın korunması gerektiği söylenebilir. Buna karşılık, konaklama tesislerinin temizliğine daha fazla özen gösterilmesi gerekmektedir. Katılımcıların geneli açısından bölgede konakladıkları tesislerin konumu ve bölgenin genel temizliği öncelik verilmesi gereken hususlar arasında yer almamaktadır.

SONUÇ

Turizm alanında henüz yeterince araştırılmamış bir macera aktivitesi olan kaya tırmanışını ele alan bu çalışmada, Geyikbayırı, Antalya bölgesine gelen turistler incelenerek, ilgili alanyazına önemli katkılar sağladığı düşünülmektedir. İlk olarak, bölgeye kaya tırmanışı için gelen turistlerin demografik özellikleri ortaya konmuştur. Araştırma sonuçlarına göre bölgede kaya tırmanışı yapanların yarısından fazlası yabancı turistlerden oluşmaktadır. Yabancı turistler içerisinde İngilizler öne çıkmakta, bu grubu Almanlar takip etmektedir. Ayrıca kaya tırmanışı yapanların çoğunluğunu, 25-35 yaş aralığındaki kişiler oluşturmaktadır. Genel olarak, kaya tırmanışı yapanların iyi eğitilmiş oldukları da tespit edilmiştir. Elde edilen bu bulgular Albayrak ve Caber'in (2016) Geyikbayırı bölgesinde gerçekleştirdikleri araştırmanın sonuçları ile örtüşmektedir. Araştırmacıların daha önce elde etmiş olduğu sonuçlar da ilgili bölgede kaya tırmanışı yapanların yüksek eğitim seviyesine sahip (% 67,2 üniversite mezunu) genç kişilerden (% 40,7 21-30 yaş arası) oluştuğunu ortaya koymuştur.

İkinci olarak, kaya tırmanışı maksadıyla bölge-

ye gelen turistlerin en memnun kaldıkları özelliklerin doğal güzelliklerle ilgili (bölgenin manzarası ve iklim koşulları gibi) olduğu ortaya konmuştur. Buna karşılık, bölgenin genel temizliği ve konaklama tesislerinin fiyatları turistlerin en az memnuniyet duydukları özellikler olarak öne çıkmıştır. Ancak, sadece destinasyon özelliklerine ait aritmetik ortalamaların dikkate alınması yeterli olmayacağından, daha sağlıklı çıkarımlar yapılabilmesi için, ÖPA yoluyla destinasyon özellikleri sınıflandırılmış ve her özelliğe yönelik belirli stratejiler önerilmiştir. Örneğin, aritmetik ortalamalar dikkate alındığında katılımcıların düşük memnuniyete sahip olduğu belirlenen konaklama tesislerinin fiyatları, ÖPA sonucunda genel memnuniyet açısından düşük öncelikli bir husus olarak sınıflandırılmıştır. Buna karşılık, konaklama tesislerinin temizliği kaya tırmanışın genel memnuniyetlerini arttırmak için üzerinde yoğunlaşılması gereken bir özellik olarak tespit edilmiştir. Destinasyon ve işletme yöneticilerinin bu hususa ek kaynak aktarması ve iyileştirme çabalarında bulunması önerilebilir. Diğer taraftan, ÖPA sonucunda korunması gereken özellikler olarak tespit edilen bölgenin manzarası, bölgenin sessizliği, kaya yapısının ve rotaların çeşitliliği ile personelin hizmet kalitesi, destinasyonun güçlü yönlerini ortaya koymaktadır. Bu bulgular, kaya tırmanışı gibi farklı macera turizmi faaliyetlerinin gerçekleştirildiği bölgeler açısından doğal yapının korunmasının ne derece önemli olduğunu yansıtmaktadır. Doğal güzelliklerin ve coğrafi özgünlüğün destinasyona yönelik tanıtımlarda öncelikli olarak kullanılması, kaya tırmanışı yapan başka turistlerin de bölgeye gelmesine katkı sağlayabilir. Ayrıca Geyikbayırı bölgesinin macera turizmi kapsamında sahip olduğu doğal güzellikler farklı aktivitelerin yapılmasına da olanak sağlayabilir. Bu potansiyelin değerlendirilmesi, kaya tırmanışı için gelen yerli ve yabancı turistlerin genel deneyimlerinin zenginleştirilmesine katkı sağlayabilir. Başkalarından alınan tavsiyelerin, reklamlara kıyasla turist karar alma sürecinde daha etkili bir faktör olduğu dikkate alındığında, bölgeye gelenlerin bu hususlarla ilgili şahsi değerlendirmelerine tanıtım kampanyalarında yer verilmesi, bölgeye yö-

nelik turist talebinin artırılmasında etkili olabilir.

Gerçekleştirilen bu çalışma kapsamında, bölgeye kaya tırmanmak maksadıyla gelen yerli ve yabancı turistler arasındaki başlıca farklılıklar da ortaya konmuştur. Demografik özellikler dikkate alındığında, iki grup arasındaki en önemli farklılıkların yaş aralığı ve eğitim düzeyinde olduğu tespit edilmiştir. Yabancı katılımcıların büyük bölümü 36 yaş ve üzerindeki kişilerden oluşmaktadır. Ayrıca yabancı katılımcıların eğitim seviyelerinin yerli katılımcılara göre daha yüksek olduğu ortaya konmuştur. Destinasyon özelliklerine yönelik değerlendirmeler dikkate alındığında, toplam 12 özelliğin beşinde gruplar arası algısal farklılıklar olduğu tespit edilmiştir. Örneğin, yerli katılımcıların bölge temizliğine yönelik algıları yabancılar göre daha olumsuzdur. Yabancı katılımcılar kaya tırmanışının yanı sıra bölgede yapılabilecek diğer faaliyetlerden yerli katılımcılara kıyasla daha memnundur. Bu sonuçlar, kaya tırmanışı örneğinde, macera turizmine katılan turistlerin çeşitli alt pazar bölümlerine sahip olduğunu, bölümler arası farklılıkların demografik özellikler başta olmak üzere farklı kriterlere bağlı olarak ortaya konabileceğini göstermektedir. Bu açıdan gerçekleştirilen bu araştırmaya ait sonuçlar, daha önce kaya tırmanışçıların deneyim seviyelerine (Caber ve Albayrak 2016) ve destinasyonu ziyaret sayılarına (Albayrak ve Caber 2016) bağlı olarak farklı özelliklere sahip olduğunu tespit eden önceki çalışmalarla örtüşmektedir.

Her çalışmanın olduğu gibi bu araştırmanın da birtakım kısıtları mevcuttur. İlk olarak, araştırma verisinin kolayda örnekleme yöntemi kullanılarak toplanmış olması, bulguların değerlendirilmesi aşamasında göz önüne alınmalıdır. İkinci olarak, destinasyonu değerlendirmek için hazır bir ölçeğin kullanılmış olması, kaya tırmanışçıların genel memnuniyetlerini etkileyebilecek diğer destinasyon özelliklerinin göz ardı edilmesine yol açmış olabilir. Belirtilen bu tür kısıtlara rağmen, kaya tırmanışını turizm alanı açısından inceleyen ilk çalışmalardan biri olması sebebiyle, bu araştırmanın alanyazındaki önemli bir boşluğu doldurduğu düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Albayrak, T. ve Caber, M. (2016). Destination Attribute Effects on Rock Climbing Tourist Satisfaction: An Asymmetric Impact-Performance Analysis, *Tourism Geographies*, 18 (3): 280-296.
- Albayrak, T. ve Caber, M. (2011). Önem-Performans Analizi: Destinasyon Yönetimine Dair Bir Örnek, *Ege Akademik Bakış*, 11 (4): 627-638.
- Aras, D. ve Akalan, C. (2015). Sekiz Haftalık Spor Kaya Tırmanışı Antrenmanının Günlük Fiziksel Aktivite Düzeyi ve Enerji Harcamasına Etkisi, *Türkiye Klinikleri Journal of Sports Sciences*, 7 (1): 16-23.
- Aras, D. (2015). Kaya Tırmanışı Sporunda Yaralanma Risk ve Çeşitleri Üzerine Bir Derleme, *Sportmetre*, 13 (1): 41-55.
- Atlas, Antalya-Geyikbayırı: Tırmanış Cenneti, <https://www.atlasdergisi.com/kesfet/doga-cografya/tirmanis-cenneti.html>, Erişim tarihi: 10 Ocak 2018.
- Awaritefe, O. (2004). Motivation and Other Considerations in Tourist Destination Choice: A Case Study of Nigeria, *Tourism Geographies*, 6 (3): 303-330.
- Caber, M., Albayrak, T. ve Matzler, K. (2012). Classification of the Destination Attributes in the Content of Competitiveness, *Journal of Vacation Marketing*, 18 (1): 43-56.
- Caber, M. ve Albayrak, T. (2016). Push and Pull? Identifying Rock Climbing Tourists' Motivations, *Tourism Management*, 55 (Ağustos): 74-84.
- Climbingaway, <https://climbingaway.fr/en/rock-climbing-areas/world-map-of-rock-climbing-areas>, Erişim tarihi: 7 Eylül 2017.
- Csikszentmihalyi, M. (1990). *Flow: The Psychology of Optimal Experience*. New York: Harper & Row.
- Deng, W., Kuo, Y. ve Chen, W. (2008). Revised Importance-Performance Analysis: Three-Factor Theory and Benchmarking, *The Service Industries Journal*, 28 (1): 37-51.
- Ding, C. ve Schuett, M. A. (2013). Examining The Motivation and Involvement of Chinese Rock Climbers, *Journal of Outdoor Recreation, Education, and Leadership*, 5 (1): 54-73.
- Draper, N., Jones, G. A., Fryer, S., Hodgson, C. I. ve Blackwell, G. (2010). Physiological and Psychological Responses to Lead and Top-rope Climbing for Intermediate Level Rock Climbers, *European Journal of Sport Science*, 10 (1): 13-20.
- Elomba, M. N. ve Yun, H. J. (2018). Souvenir Authenticity: The Perspectives of Local and Foreign Tourists, *Tourism Planning & Development*, 15 (2): 103-117.
- Fave, A. D., Bassi, M. ve Massimini, F. (2003). Quality of Experience and Risk Perception in High-Altitude Rock Climbing, *Journal of Applied Sport Psychology*, 15 (1): 82-98.
- Fotiadis, A. ve Vassiliadis, C. A. (2010). Rural Tourism Service Quality in Greece, *E-Review of Tourism Research (eRTR)*, 8 (4): 69-84.
- Giles, L. V., Rhodes, E. C. ve Taunton, J. E. (2006). The Physiology of Rock Climbing, *Sports Medicine*, 36 (6): 529-545.
- Haberler, <https://www.haberler.com/dunyanin-en-iyi-3-uncu-kaya-tirmanis-bolgesi-9697977-haber/>, Erişim tarihi: 5 Şubat 2018.

- Hanley, N., Koop, G., Wright, R. ve Alvarez-Farizo, B. (2001). Go Climb a Mountain: An Application of Recreation Demand Modelling to Rock Climbing in Scotland, *Journal of Agricultural Economics*, 52 (1): 36-51.
- Heywood, I. (2006). Climbing Monsters: Excess and Restraint in Contemporary Rock Climbing, *Leisure Studies*, 25 (4): 455-467.
- IFSC, www.ifsc-climbing.org, Erişim tarihi: 27 Eylül 2017.
- Jackson, F. (1968). The Hearth at High Altitude, *British Hearth Journal*, 30 (3): 291-294.
- Janot, J. M., Steffen, J. P., Porcari, J. P. ve Maher, M. A. (2000). Heart Rate Responses and Perceived Exertion for Beginner and Recreational Sport Climbers During Indoor Climbing, *Journal of Exercise Physiology*, 3 (1): 1-13.
- Lewis, S. P. ve Cauthorn, D. (2000). *Climbing: From Gym to Crag: Building Skills for Real Rock*. Seattle, WA: The Mountaineers Books.
- Llewellyn, D. J., Sanchez, X., Asghar, A. ve Jones, G. (2008). Self-Efficacy, Risk Taking and Performance in Rock Climbing, *Personality and Individual Differences*, 45 (1): 75-81.
- Lourens, T. (2010). *Her Yönüyle Dağcılık ve Tırmanış Kitabı, Çev: Perran Fügen Özülkü*. İstanbul: Alfa Yayınları.
- Luebben, C. (2004). *Rock Climbing: Mastering Basic Skills*. Seattle WA, The Mountaineers Books.
- Martilla, J. A. ve James, J. C. (1977). Importance-Performance Analysis, *Journal of Marketing*, 41 (1): 77- 79.
- Matzler, K., Sauerwein, E. ve Heischmidt, K. A. (2003). Importance-Performance Analysis Revisited: The Role of the Factor Structure of Customer Satisfaction, *Service Industries Journal*, 23 (2): 112-129.
- Peters, P. (2001). Orthopaedic Problems in Sport Climbing, *Wilderness & Environmental Medicine*, 12 (2): 100-110.
- Planetmountain, <http://www.planetmountain.com/en/news/interviews/dogan-palut-the-turkish-climbing-interview.html>, Erişim tarihi: 05 Nisan 2018.
- Pomfret, G. (2006). Mountaineering Adventure Tourists: A Conceptual Framework for Research, *Tourism Management*, 27 (1): 113-123.
- Robinson, D. W. (1985). Stress Seeking: Selected Behavioral Characteristics of Elite Rock Climbers, *Journal of Sport Psychology*, 7 (4): 400-404.
- Rukuiziene, R. (2009). Rural Tourism Service Quality Management: Theoretical Approach, *Rural Development*, 4 (1): 135-140.
- Sarı, C. (2007). Antalya'nın Alternatif Turizm Kaynakları ve Planlaması (Basılmamış Doktora Tezi). Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Scarpa, R., ve Thiene, M. (2005). Destination Choice Models for Rock Climbing in the Northeast Alps: A Latent-Class Approach Based on Intensity of Participation, *Land Economics*, 81 (3): 426-444.
- Schoffl, I., Schoffl, V., Doetsch, J., Dorr, H. G. ve Jungert, J. (2011). Correlations Between High Level Sport-Climbing and the Development of Adolescents, *Pediatric Exercise Science*, 23 (4): 477-486.
- Shell, A. V. (2004). Physiology of Sport Rock Climbing, *British Journal of Sports Medicine*, 38 (3): 355-359.
- Sibella, F., Frosio, I., Schena, F. ve Borghese, N. A. (2007). 3D Analysis of the Body Center of Mass in Rock Climbing, *Human Movement Science*, 26 (6): 841-852.
- Smith, S. ve Costello, C. (2008). Culinary Tourism: Satisfaction with a Culinary Event Utilizing Importance-Performance Grid Analysis, *Journal of Vacation Marketing*, 15 (2): 99-110.
- Stettler, J. (2000). Trend and Nature Sports and Mobility. In A. Escher (Ed.), *Trend and Nature Sports in the Sciences: Research Status, Methods, Perspectives*. Hamburg: Czwalina Verla.
- TDF, Türkiye Dağcılık Federasyonu. Spor Kaya Tırmanışının Ülkemizdeki Tarihsel Süreci. Erişim: <http://www.tdf.org.tr/pages.asp?id=38>, Erişim tarihi: 3 Ocak 2014.
- Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2004). *SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yoon, Y. ve Uysal, M. (2005). An Examination of the Effects of Motivation and Satisfaction on Destination Loyalty: A Structural Model, *Tourism Management*, 26 (1): 45-56.

YAZARLAR



Tahir ALBAYRAK:

Harp Okulu Komutanlığı'ndan mezun oldu (1992). Yüksek lisans (2004) ve doktora (2008) derecelerini Akdeniz Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme dalından aldı. Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi'nde çalışmaya başladı (2009). Doçentlik unvanını Pazarlama alanından aldı (2014). Halen Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi'nde görev yapmaktadır. Temel çalışma alanları, turizm pazarlaması, hizmet kalitesidir.



Nesli ÇÖMEN:

Akdeniz Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Konaklama İşletmeciliği'nden mezun oldu (2010). Yüksek lisans derecesini Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik dalından aldı (2014). Halen Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi Turizm İşletmeciliği dalında doktora eğitimine devam etmektedir. Temel çalışma alanları, turizm pazarlaması ve rekreasyon yönetimidir.