

Kış Turizmi Destinasyonlarının Algılanan Performansı: Türkiye’deki Beş Destinasyonun Kıyaslaması*

Perceived Performances of Winter Tourism Destinations: Comparison of Five Destinations in Turkey

Savaş EVREN, Nazmi KOZAK*****

**Dr. Öğr. Üyesi, Gümüşhane Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gümüşhanevi Kampüsü, Bağlarbaşı Mahallesi, 29100, Merkez/Gümüşhane.

E-posta: savasevren3011@gmail.com

ORCID: 0000-0003-4558-9720

***Prof. Dr., Anadolu Üniversitesi, Turizm Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümü, Yunus Emre Kampüsü, 26470, Eskişehir.

E-posta: nkozak@anadolu.edu.tr

ORCID: 0000-0002-0859-8874

MAKALE BİLGİLERİ

Makale işlem bilgileri:

Gönderilme tarihi: 16 Mart 2018

Düzeltilme: 24 Mayıs 2018

Kabul: 1 Haziran 2018

Anahtar sözcükler: Destinasyon performansı, Destinasyon kıyaslaması, Kış turizmi, Önem-performans analizi.

ARTICLE INFO

Article history:

Submitted: 16 March 2018

Resubmitted: 24 May 2018

Accepted: 1 June 2018

Key words: Destination performance, Destination comparison, Winter tourism, Importance-performance analysis.

ÖZ

Kış turizmi pazarı, dünyada en hızlı büyüyen turizm pazarlarından biridir. Türkiye’de ise özellikle 2000’lerin başından itibaren hem arz hem de talep anlamında önemli gelişmeler yaşanmaktadır. Ancak Türkiye’deki kış turizmi destinasyonlarını, ziyaretçi algıları çerçevesinde inceleyen araştırma sayısı oldukça azdır. Bu çalışma, Türkiye’nin beş rekabetçi kış turizmi destinasyonunun (Erciyes, Kartalkaya, Kartepe, Palandöken, Uludağ) yerli ziyaretçilerce algılanan performansının karşılaştırmalı bir şekilde ortaya konması amacıyla gerçekleştirilmiştir. Veri toplamak amacıyla anket tekniğinin kullanıldığı çalışmada, performans değerlendirmeleri için önem-performans analizinden yararlanılmıştır. Bulgular, ilgili destinasyonlar arasında algılanan performansı en yüksek olanın Erciyes olduğunu göstermiştir. Diğer dört destinasyon arasındaki performans sıralaması ise yüksekte doğru; Palandöken, Uludağ, Kartalkaya, Kartepe şeklindedir. Uludağ ve Kartalkaya’da fiyat ve pist yoğunluğuna ilişkin maddelerin; Palandöken’de güvenlik ve fiyata ilişkin maddelerin; Kartepe’de ulaşım ve manzara dışındaki tüm maddelerin destinasyon yöneticilerinin öncelik vermesi gereken maddeler olduğu bulunmuştur. Erciyes’te ise öncelikli olarak iyileştirilmesi gereken bir madde bulunmamıştır.

ABSTRACT

Winter tourism market is one of the fastest growing tourism markets in the world. In Turkey, there are important developments occurring in terms of both demand and supply, especially since the 2000s. However, there are only a few researches that examine winter tourism destinations in Turkey. This study was conducted to reveal comparative performances perceived by domestic visitors of five competitive winter tourism destinations in Turkey (Erciyes, Kartalkaya, Kartepe, Palandöken, Uludağ). Survey technique was used to collect data. Importance-performance analysis was applied for performance evaluations. Results revealed that Erciyes is the destination with the highest perceived performance among other destinations. Performance ranking of other four destinations is Palandöken, Uludağ, Kartalkaya, Kartepe, respectively. Price and slope crowd related items in Uludağ and Kartalkaya; security and some price related items in Palandöken; all items other than ease of access and beautiful scenery in Kartepe were found to be the items that destination managers should prioritize. In Erciyes, on the other hand, there is no item that should be prioritized by destination managers.

GİRİŞ

Kış turizmi gerek arz gerekse talep anlamında turizmin en hızlı büyüyen alanlarından biridir. Vanat’a (2017) göre büyük çoğunluğu Alpler (yüzde 36), Amerika (yüzde 21) ve Asya-

Pasifik’te (yüzde 18) olmak üzere, dünyada toplam 2.132 kayak merkezi ve 125 milyon civarında kayak turisti bulunmaktadır. Son 10 yıldır turist sayısı artışının durağanlaştığının belirtildiği raporda, Avrupa ve Amerika’daki çoğu destinasyonun gerileme dönemine girdiği; buna karşın, aralarında Türkiye’nin de bulunduğu yeni destinasyonların yükselme eğilimi içinde oldukları ifade edilmektedir.

* Bu çalışma, “Türkiye’de Kış Turizmi Destinasyonlarının Rekabetçi Konumlandırılması” başlıklı doktora tezinin verilerinden yararlanılarak hazırlanmıştır. Çalışma, Anadolu Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Birimi tarafından desteklenmiştir (Proje No: 1305E098).

Türkiye'de, 1930'larda Uludağ'da başlayan kış turizmi, özellikle 2000'li yıllardan itibaren gerek ziyaretçi sayısı artışı anlamında gerekse destinasyonların gelişimi anlamında hızlı bir büyüme seyri içine girmiştir. Arz açısından bakıldığında, Kültür ve Turizm Bakanlığı'na göre (2018); Türkiye'de 29 kayak merkezi bulunmaktadır. Ancak bu destinasyonlardan sadece dokuzu faal kayak merkezi statüsündedir. Talep açısından bakıldığında ise Türkiye'deki kış turizmi pazarının yüzde 80-85 oranında iç pazar ağırlıklı olarak şekillendiği ve toplam nüfus içinde kış turizmine katılım oranının yüzde 1 düzeyinde olduğu görülmektedir (Demiroğlu 2015). Vanat'a göre (2017) Türkiye'deki tüm kış turizmi destinasyonlarını yıllık ortalama 1.200.000 kişi ziyaret etmektedir ve bu ziyaretlerin sadece yüzde 15'i yabancılar tarafından gerçekleştirilmektedir. Dolayısıyla Türkiye'de kış turizmi pazarının henüz beklenen düzeyde olduğunu söylemek zordur. Bu noktada, her ne kadar bazı kaynaklara göre Türkiye'de 51 kayak yapılabilir alan bulunsa da (Demiroğlu 2015) bunlardan sadece dokuzunun tam anlamıyla faal olmasının, diğer bir ifadeyle arz kapasitesi eksikliğinin etkisi olduğu söylenebilir. Ayrıca, faal destinasyonların etkili yönetim ve pazarlama çabaları içinde olduklarını söylemek de zordur. Türkiye'deki kış turizmi merkezlerinin çoğunda bir destinasyon yönetim örgütü bulunmamakta; pazarlama çabaları ise büyük ölçüde otellerin kendi tanıtım faaliyetleri veya acentelerin satış faaliyetleriyle sınırlı kalmaktadır. Kış turizmi destinasyonlarının yönetim ve pazarlamasına ilişkin akademik ilgi de oldukça düşüktür. Özellikle kış turizmi açısından gelişmiş ülkelerle kıyaslandığında, Türkiye'de oldukça sınırlı sayıda araştırma yapıldığı görülmektedir (Gençer vd. 2008; Sağlık ve Kocaman 2014). Destinasyonların performans değerlendirmesini yapan ampirik bir araştırmaya ise rastlanılmamıştır.

Alanyazındaki eksikliğe istinaden bu çalışmada, Türkiye'nin beş rekabetçi destinasyonunun (Erciyes, Kartalkaya, Kartepe, Palandöken, Uludağ) yerli ziyaretçilerce algılanan performansı karşılaştırmalı olarak incelenmiştir. Çalışmada ortaya konan bulguların hem sektöre uygulama anlamında fayda sağlayacağı hem de turizm alanyazına katkı sunacağı düşünülmektedir.

ALANYAZIN

Çalışma kapsamına giren kış turizmi destinasyonları ve destinasyon permormansı konularında bu çalışmanın hazırlandığı tarihe kadar yapılan çalışmalar ve alana yaptıkları katkılar aşağıda özetlenmektedir.

Dünya'da ve Türkiye'de Kış Turizmi Destinasyonları

Deniz-kum-güneş turizminden sonra en fazla ilgi gören turizm çeşitlerinden biri olan kış turizminde destinasyonlar dört temel unsur etrafında şekillenmektedir: Kayak yamaçları, kayak liftleri (mekanik tesisler), kayak okulları ve konaklama olanakları (Van Peer 2003). Ayrıca; kayak ekipmanı satış-kiralama noktaları, yiyecek-içecek alanları, alternatif eğlence mekânları ve otopark alanları gibi unsurlar, modern kış turizminin gerekleri arasındadır (Weed ve Bull 2004: 190). Ulaşım olanaklarının gelişmişliği de yüksek ve karlı bölgelerde bulunan bu destinasyonlar açısından oldukça önemlidir (Demiroğlu 2014). Bu kapsamda, kış turizmi destinasyonlarında ziyaretçilerin memnuniyetlerinin sağlanması için kayak yamaçlarına, bu yamaçlara ulaşmayı mümkün kılan gelişmiş liftlere, nitelikli kayak eğitimi veren okullara, konaklama tesislerine, ulaşım olanaklarına ve destek unsurlara ihtiyaç duyulmaktadır (Van Peer 2003). Ayrıca, özellikle son yıllarda küresel ısınmanın etkisiyle kar yağışı sorunlarının yaşandığı kış turizmi destinasyonlarında, yapay karlama sistemleri de önemli bir unsur haline gelmiştir. Zira bir kış turizmi destinasyonunun varlığını sürdürebilmesi yeterli kar örtüsüne sahip olmasına bağlıdır (Demiroğlu 2014). Milyarlarca dolarlık bir sektör olan kış turizminin kar yağışına böylesine bağımlı olması, sektör profesyonellerini özellikle 1950'lerden itibaren yapay karlama sistemleri üzerinde çalışmaya yönlendirmiştir. Günümüzde ise yapay karlama sistemleri, kayak merkezlerinin temel gerekleri arasına girmiştir (Scott ve McBoyle 2007).

Geçmiş MÖ 6000-8000 arasına dayanan kayak olgusunun (Allen 2016; Huntford 2008: 5) turizmin bir ögesi haline gelmesi ve kış turizmi destinasyonlarının oluşması 1900'lerin başlarında olmuş; 1970'lerde ise kış turizmi destinasyonları en

popüler destinasyon türlerinden biri haline gelmiştir (Hudson 2003: 23). Türkiye’de de durum farklı değildir; kayak yapmanın geçmişi, Norveç, İsveç, Finlandiya gibi ülkelerdeki kadar eski olmasa da kayak 1930’larda Uludağ’da turizmin bir ögesi haline gelmiş ve 1960-1970’lerde Uludağ, Türkiye’nin en gözde destinasyonlarından biri olmuştur (Kuşku 2013; Demiroğlu 2014). 1950’lerden itibaren yeni destinasyonlar hizmete girse de (örneğin, Elmadağ, Erciyes, Palandöken, Sarıkamış, Kartalkaya) 1980’lere kadar Uludağ, pazarın yüzde 70’ine hakim olmuştur. Ancak özellikle Kartalkaya’nın 1970’lerin sonunda, Türkiye’nin en büyük kayak pazarı olan Ankara ve İstanbul’a etkili bir şekilde hitap etmesiyle pazar dengeleri değişmeye başlamıştır (Demiroğlu 2015). Ayrıca zamanla ulaşımın kolaylaşması, ulaşım maliyetlerinin azalması, kayağa olan ilginin artması vb. nedenlerle, ana pazarlara uzak olan Palandöken ve Sarıkamış da pazardan daha fazla pay almaya başlamıştır. Son yıllarda ise özellikle Kartepe ve Erciyes’in pazarda etkili bir şekilde varlık gösterdiği görülmektedir. Kartepe, çok çeşitli ve uzun pistleri olmasa da İstanbul’a bir buçuk saat mesafede olmasıyla ziyaretçi sayısını hızla arttırmıştır. Erciyes ise 2000’li yıllarda Kayseri Büyükşehir Belediyesi’nin pistlere yaptığı yatırımlarla en hızlı gelişen destinasyon olmuştur (Evren ve Kozak 2018).

Kültür ve Turizm Bakanlığı’na göre (2018), Türkiye’de 2018 yılı itibariyle 29 kayak merkezi bulunmaktadır. Bunlardan dokuzu faal (Davraz, Erciyes, Ilgaz, Kartalkaya, Kartepe, Palandöken, Sarıkamış, Uludağ, Yıldız Dağı), yedisi yarı faal (Yıldıztepe, Uğurludağ, Kop Dağı, Zigana, Ergen, Bozdağ, Ladik), geri kalanı ise faal olmayan destinasyonlar olarak tanımlanmaktadır. Demiroğlu (2015) ise kendi gözlemlerinden hareketle Türkiye’de 51 kayak yapılabilir alan olduğunu belirtmektedir.

Destinasyon Performansı

Destinasyon performansı alanyazında, destinasyonların rekabetçiliğini etkileyen en önemli unsurlardan biri olarak görülmektedir. Zira yüksek performanslı destinasyonlar, ziyaretçilerde yüksek memnuniyet yaratmakta ve tekrar ziya-

ret eğilimi oluşturmaktadır (Baloğlu vd. 2004). Destinasyon performansının değerlendirilmesi ise niceliksel ve niteliksel olmak üzere iki şekilde yapılmaktadır. Niceliksel performans değerlendirmeleri, turist sayısı ve turizm geliri gibi temel veriler kapsamında gerçekleştirilirken; niteliksel performans değerlendirmeleri, turistlerin yaşadıkları deneyim sırasında, destinasyon özelliklerinden duydukları memnuniyetin ölçümüyle gerçekleştirilmektedir. Niteliksel performans değerlendirmelerinde turistlerin daha önceki deneyimleriyle yaptıkları karşılaştırmalar da son derece önemlidir. Zira turistlerin temel özelliklerdeki performans algıları kapsamında yaptıkları kıyaslamalar, bir sonraki destinasyon tercihlerinin belirleyicisi olmaktadır (Kozak 2002). Bu noktada, bir destinasyonun performansı incelenirken, sadece ilgili destinasyonun incelenmesinin yeterli olmadığı, rakip destinasyonların da incelenmesi gerektiği söylenebilir.

Destinasyon performansı, alanyazında önemli yeri olan bir konudur. Kongre destinasyonları (Lee vd. 2016), şehir destinasyonları (Cosma 2012), deniz-kum-güneş destinasyonları (Albayrak ve Caber 2011), kültür destinasyonları (Karamustafa vd. 2015) performansı incelenen destinasyon çeşitlerinden bazılarıdır. Kış turizmi destinasyonları da performansı incelenen destinasyonlar arasındadır. Örneğin bu alandaki ilk çalışmalardan birinde Hudson ve Shephard (1998), İsviçre’de bulunan Verbier destinasyonunu önem-performans analizine başvurarak incelemişlerdir. Çalışmada, ziyaretçilerin en fazla önem atfettikleri faktörler arasında; kayak pistleri, sağlık hizmetleri, pist hizmetleri ve tur operatörü hizmetlerinin bulunduğu; incelenen destinasyonun performansının ise genel anlamda düşük olduğu ortaya konmuştur. Scorgie ise (2008) Japonya’da bulunan Happo-One destinasyonu üzerine gerçekleştirdiği çalışmada, önem-performans analizinden yararlanmıştı. Kayakçı ve snowboardçular arasındaki kalite algısı farklılıklarını inceleyen yazar, snowboardçuların kayakçılara göre memnuniyetinin daha düşük olduğunu ortaya koymuştur. Hallmann vd. (2015) ise Alpler’de bulunan üç destinasyonun (Sölden, Oberstdorf ve Zermatt) karşılaştırmalı performansını, talep ve arz taraflarının algıları çerçevesinde incelemişler ve paydaşların ziyaretçilere

oranla destinasyonların performansını daha yüksek değerlendirdiğini ortaya koymuşlardır.

YÖNTEM

Çalışmanın hazırlanmasında izlenen yöntem aşağıda özetlenmiştir.

Çalışma Alanı

Bu çalışmanın coğrafi kapsamı; Erciyes, Kartalkaya, Kartepe, Palandöken, Uludağ destinasyonlarından oluşmaktadır. Bunlar arasında Türkiye'nin kış turizmi ana pazarlarına (İstanbul, Ankara, Bursa, İzmir) en yakın olanları; Uludağ, Kartepe ve Kartalkaya'dır. Dolayısıyla, özellikle kolay ulaşılabilirlikleriyle, talep açısından avantajlıdır (Evren ve Kozak, 2018). Yatak kapasitesi açısından, 13.440 yatakla Uludağ öndedir (Bursa Valiliği 2018). Ardından 2.681 yatakla Palandöken gelmektedir (Palandöken Belediyesi 2018). Ayrıca Kartalkaya'da 1.713, Erciyes'te 1.072, Kartepe'de 800 yatak bulunmaktadır (Kültür ve Turizm Bakanlığı 2018). Son olarak, mekanik tesisler açısından bakıldığında; kapasitesi en yüksek destinasyonun Palandöken olduğu (saatte 24.563 kişiyi taşıyan 19 lift), ardından saatte 19.300 kişiyi taşıyan 13 liftle Erciyes'in ve saatte 15.000 kişiyi taşıyan 22 liftle Uludağ'ın geldiği görülmektedir. Kartalkaya'da saatte 10.000 kişiyi taşıyan 14 lift, Kartepe'de saatte 6.400 kişiyi taşıyan dört lift bulunmaktadır (Kültür ve Turizm Bakanlığı 2018).

Çalışmanın Amacı

Bu çalışmada, Türkiye'deki beş rekabetçi kış turizmi destinasyonunun (Erciyes, Kartalkaya, Kartepe, Palandöken, Uludağ) ziyaretçiler tarafından algılanan performansının karşılaştırmalı olarak ortaya konması amaçlanmıştır.

Veri Toplama Aracı

Veri toplamak için anket tekniğinden yararlanılmıştır. Kullanılan anket üç bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde destinasyon özelliklerinin önemi, ikinci bölümde beş destinasyonun ilgili özellikler kapsamındaki performansı ölçülmüştür. Son bölümde ise genel tatmin soruları, demografik sorular ve katılımcıların kış turizmi davranışlarına ilişkin sorular sorulmuştur. Önem ve per-

formans değerlendirmelerinde kullanılan maddelerin belirlenmesi sürecinde öncelikle destinasyon imajı, konumu, rekabetçiliği, performansı gibi konularda alanyazın incelemesi yapılarak 36 değişken tespit edilmiştir (Hudson ve Shephard 1998; Hudson vd. 2004; Faullant vd. 2008; Scorgie 2008; Hallmann vd. 2014). Bu değişkenlerden oluşan aday ölçeğin içerik geçerliliğinin sağlanması için 10 kişiden uzman görüşü alınmıştır. Alınan görüşler, Lawshe'nin (1975) içerik geçerliliği hesaplamaları çerçevesinde incelenmiştir. Lawshe (1975), uzman sayı 10 olduğunda, kabul edilmesi gereken minimum içerik geçerliliği oranının 0,62 olduğunu belirtmektedir. İncelemeler sonucunda, bu değer altında kalan beş madde ölçekten çıkarılmış ve 31 maddeden oluşan ölçekle pilot uygulamaya geçilmiştir. Pilot uygulama; Eylül 2015'te, Uludağ'da, Kayak ve Snowboard Öğretmenleri Derneği'nin seminerinde, 34 kişiyle gerçekleştirilmiştir. Pilot çalışma, başvuru alan ölçeğin Cronbach Alpha güvenirlik katsayısının 0,97 düzeyinde olduğunu göstermiştir. Ölçeğin ana çalışmada elde edilen güvenirlik katsayısı ise 0,93'tür. Bu katsayılar, ölçeğin yüksek düzeyde güvenilir olduğunu göstermektedir (Kayış 2006: 405). Ayrıca ölçekten çıkarıldığında güvenirlik düzeyini belirgin bir şekilde değiştiren bir maddeye rastlanılmamıştır.

Ankette yer alan ölçek tiplerini kısaca açıklamak gerekirse; destinasyon özelliklerinin önemini ölçümünde, katılımcılardan ilgili maddelerin önem düzeyini "1 son derece önemsiz – 5 son derece önemli" şeklinde değerlendirmeleri istenmiştir. Destinasyon performanslarının değerlendirilmesinde ise katılımcılardan her madde için ilgili destinasyonlara 1 ila 5 arasında puan vermeleri istenmiştir. Bu puanlar, fiyatla ilgili maddelerde "1 son derece pahalı – 5 son derece uygun"; diğer maddelerde ise "1 son derece zayıf – 5 mükemmel" şeklinde değerlendirilmiştir. Alreck ve Settle (1995) bu tarz ölçeklerin nümerik ölçeklerin bir çeşidi olan "çoklu derecelendirme listesi" olduğunu ve nümerik ölçeklerin de eşit aralıklı ölçekler olduğunu belirtmektedir. Genel tatmin ölçümünde ise çoğu araştırmada kullanıldığı gibi üç maddeli Likert tipi ölçek kullanılmıştır: Memnuniyet düzeyi, tekrar ziyaret eğilimi, tanıklara önerme eğilimi.

Veri Toplama Süreci

Veri toplama işlemleri Aralık 2013-Ağustos 2014 tarihleri arasında, alanda ve çevrimiçi ortamda gerçekleştirilmiştir. Sezon içinde destinasyonlara gidilerek, anketler ziyaretçilerin dinlendiği kafe, restoran vb. alanlarda, araştırmacı tarafından yüz yüze doldurtulmuştur. 2013-2014 sezonunun oldukça düşük kar yağışıyla geçmesi, anket toplama çabalarını olumsuz etkilemiştir. Bu kapsamda, veri toplanabilen Uludağ, Kartalkaya, Palandöken ve Erciyes'te katılım düşük gerçekleşmiş, Kartepe'de ise gerekli kar kalınlığı oluşmadığından ziyaretçi bulunamamış ve anket toplanamamıştır. Bu noktada, çevrimiçi anket toplama faaliyetlerine hız verilmiş ve Türkiye'de kış sporlarına ilgi duyanların bulunduğu, üye sayısı bu alandaki en önemli çevrimiçi platformlarından biri olan www.skiciyiz.biz sitesi, etkili bir veri toplama alanı olmuştur. Anket, bu sitede hem herkesin gördüğü forumda paylaşılmış hem de üyelere e-posta olarak gönderilmiştir (Ağustos 2014'teki üye sayısı 15.296'dır). Sonuçta, 11.08.2014 tarihi itibarıyla 306 kişiye ulaşılarak (alanda 73; çevrimiçi 233) veri toplama işlemleri sonlandırılmıştır.

Evren ve Örneklem

Çalışmanın evrenini beş destinasyonun tüm yerli ziyaretçileri oluşturmaktadır. Örneklem ise veri toplama sürecinde ulaşılan ve beş destinasyonda da deneyim yaşadığını belirten² 306 kişiden oluşmaktadır. Evrenin tam sayısı bilinmediği için örneklemin yeterli olup olmadığı konusunda kesin bir değerlendirmede bulunmak zordur³. Ancak bu sayı Cohran'ın (1962) sınırsız evren temsiliyetine işaret ettiği 384 rakamının çok altında olmaması nedeniyle, yeterli olarak değerlendirilebilir (Balci 2005: 95). Tablo 1'e göre; erkeklerin, 25-44

Tablo 1. Örneklemin Genel Yapısı

Özellik Türü	Kategoriler	Kişi Sayısı	Yüzde
Cinsiyet	Kadın	58	19
	Erkek	248	81
Yaş	24 ve altı	37	12,4
	25-44 arası	228	76,5
	45-64 arası	30	10,1
	65 ve üzeri	3	1
Eğitim	İlköğretim	1	0,3
	Lise	26	8,5
	Ön lisans	17	5,6
	Lisans	171	55,9
	Yüksek lisans	76	24,8
Gelir	Doktora	15	4,9
	2000 TL ve altı	37	15,4
	2001-4000 TL arası	101	42,1
	4001-6000 TL arası	56	23,3
İkamet	6001 TL ve üzeri	46	19,2
	İstanbul	158	51,6
	Ankara	52	17
	Bursa	22	7,2
	İzmir	17	5,6
Geceleme Sayısı	Diğer	57	18,6
	Günübirlik ziyaret edenler	23	7,5
	1 gece konaklayanlar	40	13,1
	2 gece konaklayanlar	69	22,5
	3 gece konaklayanlar	73	23,9
	4 gece konaklayanlar	34	11,1
	5 gece konaklayanlar	27	8,8
	6 gece konaklayanlar	6	1,3
7 gece ve üzeri konaklayanlar	34	11,1	
Kullanılan Aracı	Kayak	119	38,9
	Snowboard	158	51,6
	Kayak ve Snowboard	21	6,9
	Diğer	8	97,4

¹ Bu değerlendirme, katılımcılara bahsi geçen beş destinasyonda son beş yıl içinde deneyim yaşamış olma önkoşulu ile sorulan genel memnuniyet sorusuna alınan yanıtlara bağlı olarak yapılmaktadır.

² Türkiye'de kış turizmi destinasyonlarından ziyaretçi istatistiği elde etmek oldukça zordur. İlgili kurumlardan (Valilik veya Belediye) talep edilen istatistikler genel olarak şehrin tüm ziyaretçi istatistiğini göstermekte; bu da şehirdeki kış turizmi destinasyonun ziyaretçi sayısını vermemektedir. Bazı çalışmalarda (Vanat 2017) Türkiye'deki tüm kayak merkezlerini yılda ortalama 1.200.000 kişinin ziyaret ettiği

ve bunların yüzde 85'inin yerli olduğu şeklinde değerlendirmeler olsa da, bu rakam içinde bu çalışmada incelenen destinasyonların oranının ne olduğu bilinmemektedir. Ancak bu destinasyonlar Türkiye'nin en çok ziyaretçi çeken kış turizmi destinasyonları olduğu düşünüldüğünde, bu oranın oldukça yüksek olduğu tahmin edilmektedir. Dolayısıyla örneklem hesaplamalarında sınırsız evren temsiliyeti olduğu düşünülen 384 rakamına ulaşılmaya çalışılmıştır. Ancak bu sayıya kış sezonunun çok zayıf olması nedeniyle ulaşılamamış, örneklem 306 ile sınırlı kalmıştır.

yaş grubunda bulunanların, lisans ve üzerinde eğitim alanların ve 2000 TL ve üzerinde gelire sahip olanların örneklem içinde belirgin bir ağırlığı vardır. Ayrıca katılımcıların yüzde 68'i İstanbul ve Ankara'da ikamet etmektedir. Bu durum, örneklemin Türkiye'deki kış turizmi pazarının genel yapısını yansıttığını göstermektedir. Zira Türkiye'de kış turizmi genel olarak iç pazar ağırlıklıdır ve iç pazar içinde İstanbul ve Ankara'nın önemli yeri vardır (Demiroğlu 2015). Geceleme sayısı ve kullanılan kayak aracı gibi değişkenlere bakıldığında ise; katılımcıların önemli bir bölümünün (yüzde 45) üç gece ve üzerinde konaklama yaptığı ve yarısından fazlasının snowboard kullandığı görülmektedir. Örneklemin yapısı kapsamında, kadın katılımcıların oranının düşük olması bir eleştiri noktası olabilir. Ancak bu durumun Türkiye'deki mevcut kış turizminin genel yapısını yansıttığı söylenebilir. Öyle ki, Türkiye'de daha önce yapılan bazı araştırmalarda da benzer şekilde kadın oranının düşük olduğu örneklemere ulaşılmıştır. Örneğin Sağlık ve Kocaman'ın (2014) Palandöken'de hizmet kalitesini inceledikleri çalışmalarında kadın katılımcı oranı yüzde 25 iken Atay ve Akyurt'un (2009) Uludağ'ın destinasyon imajını inceledikleri çalışmalarında bu oran yüzde 39 düzeyindedir.

Analizler

Çalışmada yararlanılan temel analiz, önem-performans analizidir. Destinasyonları sabit kriterler kapsamında karşılaştırmak amacıyla, önem ve performans eksenlerinin geçeceği ortalama değerler, beş destinasyonun önem ve performans ortalamalarının aritmetik ortalaması çerçevesinde belirlenmiştir. Bu kapsamda, her destinasyon için gerçekleştirilen önem-performans analizlerinde önem ortalaması 4,04 olarak değerlendirilirken, performans ortalaması 2,96 olarak belirlenmiştir. Önem ortalaması 4,04'ün üstünde, performans ortalaması 2,96'nın altında olan maddeler "buraya konsantre ol"; önem ortalaması 4,04'ün üstünde, performans ortalaması 2,96'nın üstünde olan maddeler "iyi çalışmaya devam et" bölümünde değerlendirilmiştir. "Olası aşırı-lıklar" (önem<4,04; performans>2,96) ve "düşük öncelikler" (önem<4,04; performans<2,96) için de benzer durum söz konusudur.

Bu analizi geliştiren Martilla ve James (1977), yüksek önem yüksek performans atfedilen maddelerin konumlandığı "iyi çalışmaya devam et" çeyreği için mevcut iyi çalışmanın sürdürülmesi gerektiğini; yüksek önem düşük performans atfedilen maddelerin toplandığı "buraya konsantre ol" çeyreği için ise ivedi bir şekilde iyileştirme çabalarına başvurulması gerektiğini ifade etmektedir. Öte yandan, düşük önem düşük performans atfedilen maddelerin konumlandığı "düşük öncelikler" çeyreği için yapılacak iyileştirmelerin önceliğinin olmadığını; düşük önem yüksek performans değerleri atfedilen maddelerin bulunduğu "olası aşırı-lıklar" çeyreği içinse gereğinden fazla para-zaman-emek sarfı söz konusu olabileceğini belirtmektedir.

BULGULAR

Araştırmada elde edilen bulgular aşağıda önce genel bulgular, ardından da uygulanan test sonuçlarına göre yer almaktadır.

Genel Tatmin Durumu

Destinasyon performansı hakkında detaylı bilgiler ortaya koyan ÖPA bulgularına geçmeden önce; performans değerlendirmesi açısından önemli konular olan memnuniyet düzeyi, tekrar ziya-

Tablo 2. Genel Tatmin Durumu

Genel Boyutları	Tatmin	Destinasyonlar	K i ş i Sayısı	Ortalama	Standart Sapma
Memnuniyet Düzeyi		Erciyes	306	3,61	1,0057
		Kartalkaya	306	3,47	,9787
		Kartepe	306	2,28	1,0329
		Palandöken	306	3,61	,9170
		Uludağ	306	3,44	1,0702
Tekrar Eğilimi	Ziyaret	Erciyes	306	3,87	1,0618
		Kartalkaya	306	3,61	1,0951
		Kartepe	306	2,35	1,2298
		Palandöken	306	3,82	1,0078
		Uludağ	306	3,53	1,2193
Önerme Eğilimi		Erciyes	306	3,84	1,1705
		Kartalkaya	306	3,49	1,1900
		Kartepe	306	2,18	1,1618
		Palandöken	306	3,76	1,0857
		Uludağ	306	3,42	1,2448

Tablo 3. Önem - Performans Analizi Bulguları

Destinasyon Özellikleri	Önem Düzeyi	Performans Düzeyleri				
		Erciyes	Kartalkaya	Kartepe	Palandöken	Uludağ
Lift sayısının yeterli olması	4,70	3,58 ^a	2,97 ^{a*}	2,04 ^b	3,43 ^a	3,31 ^a
Kar güvenirliği	4,69	3,45 ^a	3,19 ^a	1,87 ^b	3,60 ^a	3,10 ^a
Kayak pistlerinin bakımı	4,64	3,43 ^a	3,39 ^a	2,46 ^b	3,36 ^a	3,27 ^a
Ödenen para karşılığı alınan değer	4,62	3,43 ^a	2,71 ^b	2,02 ^b	3,33 ^a	2,73 ^b
Liftlerdeki kuyrukların durumu	4,59	3,24 ^a	2,71 ^b	1,95 ^b	3,13 ^a	2,48 ^b
Kayak pistlerinin çeşitliliği	4,56	4,02 ^a	3,47 ^a	1,94 ^b	3,94 ^a	3,85 ^a
Lift bileti fiyatları	4,55	3,89 ^a	1,97 ^b	1,97 ^b	3,22 ^a	2,06 ^b
Güvenlik	4,51	3,13 ^a	2,96 ^{a*}	2,32 ^b	2,88 ^b	3,02 ^a
Ulaşım olanakları	4,51	3,58 ^a	3,08 ^a	3,19 ^a	3,44 ^a	3,42 ^a
İlkyardım olanakları	4,47	3,28 ^a	3,14 ^a	2,75 ^b	3,31 ^a	3,30 ^a
Konaklama fiyatları	4,44	3,40 ^a	1,97 ^b	2,02 ^b	2,90 ^b	2,10 ^b
Pistlerin aşırı kalabalık olmaması	4,38	3,51 ^a	2,65 ^b	1,93 ^b	3,45 ^a	2,29 ^b
Emniyet	4,35	3,37 ^a	3,35 ^a	2,85 ^b	3,28 ^a	3,36 ^a
Kar kalitesi	4,35	3,61 ^a	3,50 ^a	2,38 ^b	3,90 ^a	3,37 ^a
Liftlerin hızı	4,27	3,56 ^a	2,98 ^{a*}	2,29 ^b	3,25 ^a	3,14 ^a
Doğal çevrenin korunması	4,25	3,19 ^a	3,35 ^a	2,75 ^b	3,34 ^a	3,01 ^{a*}
Destinasyonda sunulan hizmetlerin kalitesi	4,22	3,05 ^a	3,22 ^a	2,20 ^b	3,16 ^a	3,12 ^a
Yiyecek-içecek fiyatları	4,21	3,47 ^a	1,93 ^b	2,01 ^b	2,88 ^b	1,98 ^b
Yiyecek-içecek olanakları	3,97	3,01 ^c	3,05 ^c	2,37 ^d	2,96 ^{c*}	3,66 ^c
Bilgi sağlama olanakları	3,86	3,26 ^c	3,14 ^c	2,56 ^d	3,06 ^c	3,45 ^c
Konaklama tesislerinin kalitesi	3,80	3,21 ^{c*}	3,83 ^c	2,51 ^d	3,76 ^c	3,74 ^c
Konaklama tesislerinin çeşitliliği	3,73	2,78 ^d	2,80 ^d	1,70 ^d	3,22 ^c	4,14 ^c
Kiralanan kayak malzemelerinin kalitesi	3,64	2,94 ^{d*}	3,07 ^c	2,47 ^d	2,89 ^d	2,84 ^d
Doğal manzara güzelliği	3,55	3,11 ^c	3,66 ^c	3,21 ^c	3,29 ^c	3,72 ^c
Kayak ekipmanı kiralama fiyatları	3,53	3,63 ^c	2,26 ^d	2,40 ^d	3,04 ^c	2,56 ^d
Sahip olduğu imaj	3,50	3,08 ^c	3,73 ^c	1,96 ^d	3,58 ^c	3,79 ^c
Verilen kayak eğitiminin niteliği	3,46	3,02 ^c	3,04 ^c	2,43 ^d	3,16 ^c	3,12 ^c
Çocuklar için sunulan kayak olanakları	3,36	2,89 ^d	2,82 ^d	2,30 ^d	2,80 ^d	2,87 ^d
Kayak sonrası etkinlikler	3,13	2,09 ^d	2,92 ^{d*}	1,91 ^d	2,36 ^d	3,72 ^c
Gece eğlenceleri	2,84	1,82 ^d	2,92 ^{d*}	1,84 ^d	2,20 ^d	4,04 ^c
Alışveriş olanakları	2,51	2,50 ^d	2,51 ^d	2,03 ^d	2,52 ^d	3,22 ^c
Ortalama	4,04	3,21	2,98	2,28	3,18	3,15

*Performans ortalamasına oldukça yakın (0,05 ve altındaki farklar) durumdaki, kritik maddeleri göstermektedir.

ret eğilimi ve önerme eğilimine ilişkin bulguları incelemekte fayda vardır.

Tablo 2'de görüldüğü üzere, üç madde açısından da Erciyes ve Palandöken öne çıkmaktadır. Bu iki destinasyonun genel memnuniyet düzeyleri eşit iken tekrar ziyaret eğilimi ve önerme eğilimi açısından Erciyes öndedir. Diğer üç des-

tinasyon arasındaki sıralama ise üç madde kapsamında da güçlüden zayıfa doğru; Kartalkaya, Uludağ, Kartepe şeklindedir.

Önem-Performans Analizi Bulguları

Tablo 3, ÖPA kapsamında elde edilen matrislerden ve ortalama değerlerden yararlanılarak oluş-

turulmuştur. Matrisler yerine, harflerden yararlanılarak tablo kullanılmasının temel amacı, bulguların daha bütünsel bir şekilde sunulabilmesidir. Tablo 3'te ÖPA matrisinin çeyrekleri dört harfle (a, b, c, d) tanımlanmış; matris kullanılan çalışmalardan farklı olarak, önem ve performans değerleri de verilmiştir. Bilindiği gibi önem-performans analizine yöneltilecek temel eleştirilerden biri, aynı çeyrekte bulunan maddelerin performans ortalaması farklılıklarına, diğer bir ifadeyle, eksenlere olan yakınlıklarının farklarına bakılmaksızın aynı şekilde yorumlanmasıdır (Albayrak ve Caber 2011). Bu kapsamda Tablo 3'te, beş destinasyonun performans ortalamasını ifade eden 2,96 ile farkı 0,05'ten az olan maddeler, diğer bir ifadeyle performans eksenine yakın olan kritik maddeler, * ile işaretlenmiştir.

ÖPA bulgularını iki temel çerçevede ele almak mümkündür. Bunlardan ilki, önem düzeyi ortalamasının üzerinde olan destinasyon özellikleri kapsamında ulaşılan bulgulardır. Diğer bir ifadeyle, matrisin "iyi çalışmaya devam et" ve "buraya konsantre ol" kısımlarına ilişkin bulgulardır. "İyi çalışmaya devam et" kısmında bulunan madde sayısının fazlalığı ve "buraya konsantre ol" kısmındaki madde sayısının azlığı destinasyonun performansının yüksek olduğunun en önemli göstergeleridir. Tablo 3'te önem düzeyi ortalamasının üzerinde olan 18 madde görülmektedir. Tabloya göre; bu 18 madde kapsamında performansı en yüksek destinasyon Erciyes'tir. Zira Erciyes için bu maddelerin tamamı "iyi çalışmaya devam et" kısmında konumlanmaktadır. Erciyes'in ardından yüksek performansı ile Palandöken gelmektedir. Bulgular, Palandöken'in bu 18 maddenin sadece üçüne (güvenlik, konaklama fiyatları, yiyecek-içecek fiyatları) yoğunlaşması gerektiğini göstermektedir. Bu durum, Palandöken'in fiyat ve güvenlik konularında öncelikli olarak iyileştirme yapması gerektiğini göstermektedir. Fiyat konusunda dikkat çekici unsur ise konaklama ve yiyecek-içecek fiyatları yüksek görülse de ödenen para karşılığı alınan değerlerin tatmin edici bulunmasıdır. Bu durum, Palandöken'de talep edilen yüksek fiyat karşılığında gerekli değerlerin sunulduğunu göstermektedir.

Performans açısından Palandöken'in ardından Uludağ ve Kartalkaya gelmektedir. İki destinasyon da yüksek önem atfedilen 18 maddenin sadece altısında ortalamasının altında performansa sahiptir. Ancak bu altı madde incelendiğinde, Uludağ'a atfedilen değerlerin genel olarak daha yüksek olduğu görülmektedir. Dolayısıyla Uludağ'ın performansının nispeten daha yüksek algılandığı söylenebilir. Bu altı madde arasında; yiyecek-içecek fiyatları, konaklama fiyatları, lift bileti fiyatları, ödenen para karşılığı alınan değer gibi fiyat maddeleri ile liftlerdeki kuyruklar ve pistlerin kalabalık olması gibi pist yoğunluğuna ilişkin maddeler bulunmaktadır. Dolayısıyla ziyaretçilerin Uludağ ve Kartalkaya'da, fiyat ve pist yoğunluğu konularında öncelikli olarak iyileştirme beklemedikleri anlaşılmaktadır. Uludağ ve Kartalkaya için geri kalan 12 madde içinde kritik durumda olanlar vardır. Bunlar; Uludağ'da doğal çevrenin korunması, Kartalkaya'da liftlerin hızı, lift sayısının yeterli olması ve güvenlik maddeleridir. Bu maddelerdeki performans etkili bir şekilde devam ettirilmezse, ilgili maddelerin kolaylıkla "buraya konsantre ol" kısmına geçebileceği söylenebilir.

Önem düzeyi yüksek maddeler kapsamında algılanan performansı en düşük destinasyon ise Kartepe'dir. Kartepe, bu 18 maddenin 17'sinde ortalamasının altında performansa sahiptir. Kartepe'nin "iyi çalışmaya devam et" kısmındaki tek özelliği ise ulaşım olanaklarıdır. Bu bağlamda, geri kalan 17 maddede ziyaretçilerin iyileştirme beklemediği söylenebilir.

ÖPA bulgularının değerlendirildiği ikinci çerçeve, önem düzeyi ortalamasının altındaki maddelerle ilgili bulguların, diğer bir deyişle "düşük öncelikler" ve "olası aşırılıklar" kapsamındaki bulguların oluşturduğu çerçevedir. Tablo 3'te önem düzeyi ortalamasının altında olan 13 madde görülmektedir. Bunlar genel olarak; turizm üst yapısıyla ilgili unsurlar ve kayakla ilgili destek unsurlarına ilişkin maddelerdir. Bu 13 madde kapsamında yüksek performansı ile öne çıkan destinasyon, ilgili maddelerin 10'unda ortalamasının üstünde performansa sahip olan Uludağ'dır. Bu durum esasen Uludağ'ın performansı açısından olumlu bir görüntü ortaya koymaktadır. Ancak

olası aşırılıkların söz konusu olabileceği de bir gerçektir (gereğinden fazla para-emek-zaman sarfı). Uludağ'da önceliği olmamakla birlikte, iyileştirme beklenen üç özellik ise genel olarak kayakla ilgili destek unsurlardır.

“Düşük öncelikler” kısmında bulunan madde sayısı azlığıyla (beş madde) öne çıkan ikinci destinasyon Palandöken'dir. Bulgular, Palandöken'de, önceliği olmamakla birlikte; çocuklar için sunulan kayak olanakları, gece eğlenceleri, kayak sonrası etkinlikler, alışveriş olanakları ve kiralanan kayak malzemelerinin kalitesi maddelerinde iyileştirme beklendiğini göstermektedir. Geri kalan sekiz madde ise “olası aşırılıklar” arasındadır. Bu maddelerden yiyecek-içecek olanakları, tam ortalama değerde bir performansa sahiptir. Dolayısıyla önem düzeyi ortalamanın altında olsa da destinasyon yönetiminin dikkat etmesi gereken kritik maddelerden biridir.

Erciyes ve Kartalkaya ise bahsi geçen 13 madde kapsamındaki performans düzeyleriyle birbirlerine benzer konumdadırlar. Her iki destinasyonda da altışar madde düşük önceliklerdedir. Ancak Kartalkaya'nın bu maddelerdeki performansı genel olarak daha yüksek olduğundan, Kartalkaya'nın Erciyes'in önünde olduğu söylenebilir. İki destinasyonda, turizm üst yapısı ve kayakla ilgili destek unsurlardan oluşan bu altı madde kapsamında, öncelikli olmamakla birlikte, iyileştirme beklenmektedir. Erciyes ve Kartalkaya için “düşük öncelikler” ve “olası aşırılıklar” kapsamındaki kritik maddeler incelendiğinde; Erciyes'in kiralanan malzemelerin kalitesinde, Kartalkaya'nın ise kayak sonrası etkinlikler ve gece eğlencelerinde göstereceği küçük bir performans artışının bu maddeleri performans ortalamasının üstüne taşıyacağı söylenebilir.

Son olarak, Kartepe'nin önem düzeyi ortalamanın altında olan maddeler kapsamındaki performansına bakıldığında, yine algılanan performansı en düşük destinasyon olduğu görülmektedir. Kartepe, sadece doğal manzara güzelliğinde yüksek performanslı olarak algılanmaktadır. Geri kalan 12 madde “düşük öncelikler” arasındadır. Bu bağlamda, Kartepe'den bu 12 maddede, öncelikli olmamakla birlikte, iyileştirme beklendiği söylenebilir.

SONUÇ VE TARTIŞMA

Bu çalışmada, beş kış turizmi destinasyonunun (Erciyes, Kartalkaya, Kartepe, Palandöken, Uludağ) ziyaretçilerce algılanan performansı kıyaslamalı olarak incelenmiştir. Bu kapsamda, ziyaretçilerin ilgili destinasyonlardan duydukları genel memnuniyet düzeyleri, tekrar ziyaret eğilimleri, tanıdıklara önerme eğilimleri ve temel özellikler kapsamında destinasyonlara atfettikleri performans seviyeleri karşılaştırmalı olarak değerlendirilmiştir.

Sonuçlara göre; performansı en yüksek destinasyon Erciyes'tir. Erciyes'te, sadece önem düzeyi ortalamanın altında olan sekiz maddede algılanan performans düşüktür. Bu maddeler genel olarak turizm üstyapısının zenginliği ve kayak dışı eğlence olanaklarıyla ilgilidir. Erciyes'in performansının daha yüksek çıkmasını, Kayseri Büyükşehir Belediyesi'nin kayak alanlarına yaptığı yatırımlarla ve bir destinasyon yönetim örgütüne (Erciyes A.Ş.) sahip olmasıyla açıklamak mümkündür. Özellikle Kartalkaya, Uludağ, Kartepe gibi özel sektör yatırımlarıyla gelişen destinasyonlarla kıyaslandığında, bu iki temel ayrıcalığın Erciyes'e özellikle yatırımcıları çekmede ve destinasyonu tek elden yönetmede kolaylık sağladığı söylenebilir.

Algılanan performansı en yüksek ikinci destinasyon Palandöken'dir. Palandöken'de, sadece güvenlik, konaklama fiyatları ve yiyecek-içecek fiyatları maddelerinde öncelikli olarak iyileştirme beklenmektedir. Palandöken, Türkiye'nin en eski kayak merkezlerinden biridir ve kış turizminin temel gerekleri (kar kalitesi, yağış sıklığı gibi) açısından özellikle batıdaki destinasyonlardan daha avantajlıdır. Ayrıca Palandöken'de, özelleştirme çabaları çerçevesinde danışmanlık hizmetleri alınmakta ve Ejder3200 markasıyla destinasyon yönetim örgütü şekillendirilmektedir. Bu yapılanma kapsamında, Palandöken'in odaklanması gerektiği konulardan biri olan ve son yıllarda yaşanan ölümlü kazalarla imajına zarar veren güvenlik konusunda da çalışmalar (güvenlik fileleri ve liftlerin bakımı gibi) yapıldığı bilinmektedir.

Performans açısından üçüncü sırada Uludağ, dördüncü sırada Kartalkaya gelmektedir. İki des-

tinasyonda da odaklanması gereken madde sayısı altıdır. Ancak Uludağ'ın performans ortalaması ve algılanan tatmin düzeyi, Kartalkaya'dan daha yüksektir. İki destinasyonun odaklanması gereken maddeler genel olarak, pist yoğunluğu ve fiyatların yüksekliğiyle ilgili maddelerdir. Ziyaretçi yoğunluğu ve fiyatın, memnuniyetsizlik yaratan konular olarak bir arada bulunması, bir çelişkiyi de ortaya koymaktadır. Zira bu, Uludağ ve Kartalkaya'nın yüksek fiyatlı bulunmasına rağmen yoğun bir şekilde ziyaret edildiğini göstermektedir. Bu durum, Uludağ'ın Türkiye'nin ilk kış turizmi merkezi olmasına bağlı olarak geliştirdiği imajıyla ve İstanbul'a yakınlığıyla; Kartalkaya'nın ise son yıllarda yarattığı yüksek kalite algısı ve ana pazarlara (İstanbul ve Ankara) yakınlığıyla açıklanabilir.

Algılanan performansı en düşük destinasyon Kartepe'dir. Kartepe sadece ulaşım olanakları ve doğal manzara güzelliğinde ortalamanın üstünde algılanan performansla sahiptir. Bu iki maddenin öne çıkması, İstanbul'a ortalama bir buçuk saat mesafede bulunan ve ormanlık bir alanda konumlanan Kartepe için anlamlıdır.

Sonuçlar, alanyazınla genel olarak paralellik göstermektedir. Örneğin Demiroğlu (2015), Türkiye'deki kayak merkezleri üzerine yaptığı değerlendirmede benzer konulara değinmiştir. Yazar, Erciyes'in destinasyon yönetim örgütüyle öne çıktığını ve Erciyes modelinin diğer destinasyonlara örnek olması gerektiğini belirtmiş; Kartalkaya'nın ulaşım kolaylığı, turizm üstyapısı kalitesi ve pist çeşitliliğiyle öne çıktığına değinmiştir. Yazar ayrıca Kartepe'nin ulaşım kolaylığıyla, İstanbul'dan ziyaretçi çektiğini belirtmiştir. Çalışmanın Palandöken'e yönelik bulguları, Sağlık ve Kocaman'ın (2014) çalışmasını desteklemektedir. Zira yazarlar da Palandöken'in hizmet kalitesi açısından en önemli özelliğinin kayak pistleri olduğunu belirtmişlerdir. Uludağ'a ilişkin sonuçlar da alanyazını kısmen desteklemektedir. Örneğin, Genç vd.'nin (2008) çalışmasında, "kayak pistleri ve malzemeleri" ile "eğlence" boyutunun Uludağ'ın hizmet kalitesinin en önemli belirleyicileri olduğu ortaya konmuştur. Bu çalışmada da, pist çeşitliliği, lift sayısının yeterli olması, pistlerin bakımı gibi kayak unsurları ile kayak dışı eğlence olanaklarının, Uludağ'ın

performansının yüksek olduğu konular arasında olduğu tespit edilmiştir.

SINIRLILIKLAR VE ÖNERİLER

Çalışmanın iki temel sınırlılığı vardır. Bunlardan ilki, Türkiye'deki dokuz faal kayak merkezinden beşinin incelenmesidir. Bu sınırın belirlenmesinin temel amacı, ilgili destinasyonlara tatil amacıyla gelen katılımcılar için anket doldurulma zorluğunu azaltmaktır. İkinci sınırlık ise sadece yerli ziyaretçilerin algılarına başvurulmasıdır. Bu noktada, Türkiye'deki kış turizmi pazarının yerli ziyaretçi ağırlıklı olması etkili olmuştur.

Sonuçlardan hareketle, destinasyonlara bazı önerilerde bulunulacak olursa; Erciyes için konaklama tesisi çeşitliliği ve kayak dışı etkinlikler konusunda iyileştirme çalışmalarına hız verilmesi gerektiği söylenebilir. Bu noktada, otel işletmelerinin sayısının artırılmasına yönelik çalışmalara hız kazandırılması, gece eğlencelerinin canlandırılması ve bunları tamamladıktan sonra tanıtım çabalarına ağırlık verilmesi etkili olabilir. Palandöken için de Erciyes'le benzer konularda iyileştirme çalışmalarının yapılması yararlı olacaktır. Palandöken'de ayrıca, güvenlik ve fiyat konularında da gerekli iyileştirme ve imaj yönetimi faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi önemlidir. Özellikle güvenlik kapsamında, Ejder3200 yapılanması çerçevesinde ortaya konan çabalara hız verilmeli ve bu konudaki olumsuz imajın düzeltilmesi için etkili bir imaj yönetimi çabası sergilenmelidir. Uludağ ve Kartalkaya'da ise özellikle fiyat ve pist yoğunluğu konularında gerekli iyileştirmeler yapılmalıdır. Pist kalabalığı konusunda, özellikle kayakçı olmayanların pistlerde dolaşmasını engellemek adına ülke genelinde geçerli bir kış turizmi mevzuatının ortaya konması etkili olabilir. Aksi durumda destinasyon yöneticilerinin bu kişilere yapacakları her müdahale hukuksuz hale gelecektir. Kartepe'de ulaşım ve doğal manzara dışındaki konuların tamamı ziyaretçilerde olumsuz algılar yaratmıştır. Bu kapsamda, Kartepe'de önem düzeyi yüksek olan maddeler başta olmak üzere, 31 maddenin 28'inde iyileştirme çabalarına girilmedi. Bundan sonra bu alanda çalışma yapacak araştırmacılara ise bu çalışmada kapsam dışı tutulan Sarıkamış, Ilgaz ve Davraz gibi desti-

nasyonlarda benzer çalışmalar yapmaları ve bulguları karşılaştırmaları önerilebilir.

KAYNAKÇA

- Albayrak, T. ve Caber, M. (2011). Önem-Performans Analizi: Destinasyon Yönetimine Dair Bir Örnek, *Ege Akademik Bakış*, 11 (4): 627-638.
- Allen, E.J. B. (2018). Skiing, <http://www.britannica.com/sports/skiing>, Erişim tarihi: 2 Ocak 2018.
- Alreck, P.L. ve Settle, R.B. (1995). *The Survey Research Handbook: Guidelines and Strategies for Conducting a Survey*. New York, NY: McGraw-Hill.
- Atay, L. ve Akyurt, H. (2009). Uludağ Destinasyonun İmajına Yönelik Ziyaretçi Algı ve Tutumlarını Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma, *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 6 (3): 67-76.
- Balcı, A. (2005). *Sosyal Bilimlerde Araştırma: Yöntem, Teknik ve İlkeler*. Ankara: Pegem Yayıncılık.
- Baloğlu, S., Pekcan, A., Chen, S.L. ve Santos, J. (2004). The Relationship between Destination Performance, Overall Satisfaction, and Behavioral Intention for Distinct Segments, *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 4 (3-4): 149-165.
- Bursa Valiliği (2018). Uludağ Bölgesi Otelleri. <http://www.bursakulturturizm.gov.tr/TR,111494/otellerle-ilgili-bilgiler.html>, Erişim tarihi: 21 Mayıs 2018.
- Cosma, S.A. (2012). Measurement Tourism Performance of Urban Destinations, *Journal of Travel and Tourism Research (Online)*, 12 (1): 50-60.
- Demiroğlu, O.C. (2014). *Kış Turizmi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Demiroğlu, O.C. (2015). Kış Turizmi Pazarı, *Resort*, 13 (147): 68-96.
- Evren, S. ve Kozak, N. (2018). Competitive Positioning of Winter Tourism Destinations: A Comparative Analysis of Demand and Supply Sides Perspectives—Cases from Turkey, *Journal of Destination Marketing and Management*, 9: 247-257.
- Faullant, R., Matzler, K. ve Fuller, J. (2008). A Positioning Map of Skiing Areas Using Customer Satisfaction Scores, *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, 16 (3): 230-245.
- 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.
- Hallmann, K., Müller, S. ve Feiler, S. (2014). Destination Competitiveness of Winter Sport Resorts in the Alps: How Sport Tourists Perceive Destinations, *Current Issues in Tourism*, 17 (4): 327-349.
- Hallmann, K., Müller, S. ve Peters, M. (2015). The Assessment of Competitiveness: The Case of Three Alpine Winter Sports Destinations, *Tourism Analysis*, 20 (6): 677-687.
- Hudson, S. (2003). Winter Sport Tourism. İçinde S. Hudson (Editör). *Sport and Adventure Tourism* (ss. 89-124). New York: The Haworth Hospitality.
- Hudson, S. ve 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.
- Hudson, S., Ritchie, B. ve Timur, S. (2004). Measuring Destination Competitiveness: An Empirical Study of Canadian Ski Resorts, *Tourism and Hospitality Planning & Development*, 1 (1): 79-94.
- Huntford, R. (2008). *Two Planks and a Passion: The Dramatic History of Skiing*. Londra: Continuum.
- Karamustafa, K., Tosun, C. ve Çalhan, H. (2015). Tüketici Odaklı Yaklaşımla Destinasyon Performansının Değerlendirilmesi: Kapadokya Bölgesi Örneği, *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, 7 (2): 117-148.
- Kayış, A. (2006). Güvenirlilik Analizi. İçinde Ş. Kalaycı (Editör). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri* (ss. 404-421). Ankara: Asil Yayın Dağıtım.
- Kozak, M. (2002). Measuring Comparative Destination Performance: A Study in Spain and Turkey, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 13 (3): 83-110.
- Kuşku, S. (2013). *Bir Zamanlar Uludağ 1929-1963*. Bursa: Bursa Kent Konseyi.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2018). Kış Sporları Turizm Merkezlerine İlişkin Genel Bilgiler, <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR,10177/kis-sporlari-turizm-merkezlerine-iliskin-genel-bilgiler.html>, Erişim tarihi: 21 Mayıs 2018.
- Lawshe, C.H. (1975). A Quantitative Approach to Content Validity, *Personnel Psychology*, 28 (4): 563-575.
- Lee, J., Choi, Y. ve Breiter, D. (2016). An Exploratory Study of Convention Destination Competitiveness from the Attendees' Perspective: Importance-Performance Analysis and Repeated Measures of Manova, *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 40 (5): 589-610.
- Martilla, J.A. ve James, J.C. (1977). Importance-Performance Analysis, *Journal of Marketing*, 41 (1): 77-79.
- Palandöken Belediyesi (2018). Turistik. <http://www.bursakulturturizm.gov.tr/TR,111494/otellerle-ilgili-bilgiler.html>, Erişim tarihi: 21 Mayıs 2018.
- Sağlık, E. ve Kocaman, G. (2014). Kayak Merkezlerinde Turistlerin Hizmet Kalite Algısının Belirlenmesi: Palandöken Kayak Merkezinde Bir Uygulama, *Atatürk İletişim Dergisi*, 6: 67-88.
- Scorgie, M. (2008). Skiers' and Snowboarders' Perceptions of the Quality of a Ski Resort in Japan: An Application of Importance Performance Analysis and Recreation Specialization. (*Basılmamış Yüksek Lisans Tezi*). Ontario, Kanada: Lekehead Üniversitesi.
- Scott, D. ve McBoyle, G. (2007). Climate Change Adaptation in the Ski Industry, *Mitigation and Adaptation Strategies for Global Change*, 12 (8): 1411-1431.
- Van Peer, L. (2003). Tourism Development and Strategies for Success in Ski Resorts: A Study of the Theory and Practice. (*Basılmamış Doktora Tezi*). Bournemouth, İngiltere: Bournemouth Üniversitesi.
- Vanat, L. (2017). 2017 International Report on Snow & Mountain Tourism: Overview of the Key Industry Figures for Ski Resorts, <http://www.vanat.ch/RM-world-report-2017-vanat.pdf>, Erişim tarihi: 2 Şubat 2017.
- Weed, M. ve Bull, C. (2004). *Sports Tourism: Participants, Policy and Providers*. Burlington: Elsevier Butterworth-Heinemann.



Savaş EVREN

Mersin Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Konaklama İşletmeciliği Bölümü'nden mezun oldu (2007). Yüksek lisans derecesini, Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm ve Otel İşletmeciliği Ana bilim Dalı'ndan (2010); doktora derecesini Anadolu Üniversitesi Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı'ndan aldı (2016). Gümüşhane Üniversitesi'nde araştırma görevlisi olarak çalışmaya başladı (2010). Doktora eğitimi için Anadolu Üniversitesi'ne geldi (2011) ve burada araştırma görevlisi olarak çalıştı. Doktorasını tamamlayıp Gümüşhane Üniversitesi'ne döndü (2016). Halen Gümüşhane Üniversitesi Turizm Fakültesi'nde Dr. Öğr. Üyesi olarak görev yapmaktadır. Temel çalışma alanları, destinasyon pazarlaması, kış turizmi ve turizm eğitimi kurumlarıdır.



Nazmi KOZAK

Afyon'da doğdu. İlkokulu Sultandağı'nda Yeşilçiftlik İlkokulu'nda, ortaöğrenimini ise Yeşilçiftlik Ortaokulu'nda ve Sultandağı Lisesi'nde tamamladı. Çocukluk ve gençlik dönemlerini Sultandağı'nda geçirdi. Daha sonra 1986 yılında Çukurova Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'ndan mezun oldu. 1991 yılında Hacettepe Üniversitesi, İşletme Anabilim Dalı Turizm İşletmeciliği Yüksek Lisans Programı'nı, 1996 yılında ise Dokuz Eylül Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği Doktora Programı'nı tamamladı. 1998 yılında Başkent Üniversitesi'nde yardımcı doçent kadrosuna atandı. 2006 yılında doçent unvanını aldı. 2011 yılında ise Anadolu Üniversitesi'nde profesörlük kadrosuna atandı. Halen Anadolu Üniversitesi'nde öğretim üyesi olarak görev yapmaktadır.