

**T.C.
İSPARTA UYGULAMALI BİLİMLER ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI**

**İSPARTA KIŞ VE GÜL/LAVANTA TURİZMİNİN
DESTİNASYON YENİLİĞİ KAPSAMINDA İNCELENMESİ**

Cemalettin GÜVEN

**Danışman
Doç. Dr. Ömer Kürşad TÜFEKÇİ**

İSPARTA - 2022



© 2022 [Cemalettin GÜVEN]

İÇİNDEKİLER

	Sayfa
İÇİNDEKİLER	i
ÖZET	iii
ABSTRACT	iv
TEŞEKKÜR	v
ŞEKİLLER DİZİNİ	vi
ÇİZELGELER DİZİNİ	vii
SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ	viii
1. GİRİŞ	1
2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE	4
2.1. Isparta Turizmi	4
2.1.1. Isparta ilindeki alternatif turizm faaliyetleri	5
2.1.2. Isparta turizminin bölgenin kalkınmasındaki yeri ve önemi	6
2.1.3. Isparta ilinde gerçekleşen turizm türleri	8
2.1.4. Isparta'nın turistik arz ve talep yapısı	12
2.1.5. Isparta'da kırsal turizm ve bölgeye katkıları	13
2.2. Destinasyon Kavramı ve Destinasyon Yenilikçiliği	18
2.2.1. Destinasyon yenilikçiliği	20
2.2.2. Destinasyonun özellikleri	21
2.2.3. Destinasyonların sınıflandırılması	22
2.2.4. Destinasyon yenilikçiliğinin rekabetçi yönü	24
2.2.4.1. Rekabetçi gücü	24
2.2.4.2. Destinasyonun rekabetçi yönü	26
2.2.4.3. Hedef yenilikçiliği	28
2.2.4.4. Bilgi kalitesi	28
2.2.4.5. Girişimci öğrenimi	29
2.3. Kış Turizmi ve Tanımı	30
2.3.1. Türkiye'de ve dünyada kış turizmi	34
2.3.2. Kış turizmin yararları	39
2.3.2.1. Kış turizmin ekonomik yararları	41
2.3.2.2. Kış turizmin toplumsal yararları	43
2.3.3. Davraz kayak merkezi konumu ve özellikleri	44
2.3.3.1. Davraz kayak merkezindeki mekanik tesisler	46
2.3.3.2. Davraz dağı alternatif turizm olanakları	48
2.3.3.3. Davraz kayak merkezi iklim özellikleri ve kış turizmi ile ilişkisi	53
2.4. Gül ve Lavanta Turizmi	54
2.4.1. Gül turizmi	56
2.4.1.1. Gül turizmin konumu ve özellikleri	56
2.4.1.2. Bölgeye ekonomik-kültürel katkıları	57
2.4.1.3. Bölgedeki tesis sayısının yetersizliğinin olumsuz etkileri	58
2.4.2. Lavanta turizmi	58
2.4.2.1. Konumu ve özellikleri	60
2.4.2.2. Bölgenin ekonomisindeki yeri ve önemi	61
3. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ	63
3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi	63
3.2. Araştırma Süreci	63
3.3. Araştırmada Kullanılan Ölçüm Araçları	65
3.4. Araştırma Modeli	65

3.5. Araştırma Hipotezleri.....	66
3.6. Araştırmanın Evren ve Örneklemi	67
3.7. Araştırmanın Sınırlılıkları	68
4. BULGULAR.....	69
4.1. Nitel Araştırmaya İlişkin Bulgular.....	69
4.2. Nicel Araştırmaya İlişkin Bulgular	70
4.2.1. Demografik özelliklere ilişkin bulgular	71
4.2.2. Anket formuna ilişkin bulgular	72
4.2.3. Açıklayıcı faktör analizine ilişkin bulgular.....	76
4.2.4. Hipotezlere ilişkin bulgular.....	79
5. TARTIşMA VE SONUÇ	86
KAYNAKÇA.....	88
EKLER.....	94
EK A. Görüşme Formu	95
EK B. Anket Formu	96
ÖZGEÇMİş	100

ÖZET

Yüksek Lisans Tezi

ISPARTA KIŞ VE GÜL/LAVANTA TURİZMİNİN DESTİNASYON YENİLİĞİ KAPSAMINDA İNCELENMESİ

Cemalettin GÜVEN

**Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü
Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı**

Danışman: Doç. Dr. Ömer Kürşad TÜFEKÇİ

Isparta ve çevresinin turizmden aldığı pay her geçen gün artmaktadır. Ancak turizm hareketinin düzensiz ve sadece belirli dönemlerde gerçekleşiyor olması alternatif turizm faaliyetlerine odaklanma gerekliliğini ortaya çıkarmıştır. Bu kapsamda Isparta ve çevresinde destinasyon yeniliği yapılması turizm hareketinin on iki aya yayılmasına katkı sağlayacaktır. Bu araştırmada Isparta turizminde destinasyon yeniliği sağlanmasına yönelik olarak gül/lavanta turizmi ve kış turizmi kapsamında inceleme yapılması amaçlanmıştır. Bu amaca yönelik olarak önce bölgedeki otel yöneticileri ile yüzyüze görüşme gerçekleştirilmiştir. Ardından bölgeyi ziyaret eden turistlere anket yoluyla gül/lavanta turizmi, kış turizmi ve yeni destinasyonlarla ilişkili niyetleri sorulmuştur. Yüzyüze yapılan ankete 400 kişi katılmıştır. Araştırmada gül/lavanta turizmindeki altyapı imkanlarının ziyaretçilerin katılım niyetine vadeğer katma niyetine etki ettiği sonucunda ulaşılmıştır. Bununla birlikte kış turizminin destekleyici imkanları ve destinasyon yapısı ziyaretçilerin katılma niyetine ve değer katma niyetine etki edeceği sonucunu ortaya çıkarmıştır.

Anahtar Kelimeler: Gül turizmi, Lavanta turizmi, Kış turizmi, Destinasyon yeniliği, Alternatif turizm, Isparta

2022, 100 sayfa

ABSTRACT

Master's Thesis

INVESTIGATION OF ISPARTA WINTER AND ROSE/LAVENDER TOURISM WITHIN THE SCOPE OF DESTINATION INNOVATION

Cemalettin GÜVEN

**Isparta University of Applied Sciences
The Institute of Graduate Education
Department of Tourism Management**

Supervisor: Assoc. Prof. Dr. Ömer Kürşad TÜFEKÇİ

The share of Isparta and its surroundings from tourism is increasing day by day. However, the fact that the tourism movement takes place irregularly and only in certain periods has revealed the necessity of focusing on alternative tourism activities. In this context, destination innovation in Isparta and its surroundings will contribute to the spread of the tourism movement to twelve months. In this research, it is aimed to examine with in the scope of rose/lavender tourism and winter tourism in order to ensured estination innovation in Isparta tourism. For this purpose, firstly, face-to-face interviews were held with hotel managers in the region. Then, tourists visiting the region were asked about the irintentions regarding rose/lavender tourism, winter tourism and new destinations through a questionnaire. 400 people participated in the face-to-face survey. In the research, it was concluded that the infrastructure facilities in rose/lavender tourism affect the visitors' intention to participate and the intention to add value. In addition, the supporting opportunities and destination structure of winter tourism have revealed that visitors will have an impact on the irintention to participate and the irintention to add value.

Key Words: Rose tourism, Lavender tourism, Winter tourism, Destination innovation, Alternative tourism, Isparta

2022, 100 pages

TEŞEKKÜR

Tezimin yürütülmesinde desteğini ve emeğini hiçbir zaman esirgemeyen tez danışmanım sayın Doç. Dr. Ömer Kürşad TÜFEKCI'ye teşekkür ederim. Ayrıca tez savunmasında yer alarak değerli görüşleri ile çalışmama katkı sağlayan sayın Doç. Dr. Gonca MANAP DAVRAS ile sayın Doç. Dr. Murad Alpaslan KASALAK'a teşekkürlerimi sunarım.

2021-YL1-0145 No`lu Proje ile tezimi maddi olarak destekleyen Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Yönetim Birimi Başkanlığı'na teşekkür ederim.

Tezimin her aşamasında beni yalnız bırakmayan desteklerini hiçbir zaman esirgemeyen sevgili eşim İnci'ye ve çocuklarım Defne ve Ahmet Aras'a sonsuz sevgi ve saygılarımı sunarım.

Cemalettin GÜVEN
ISPARTA, 2022

ŞEKİLLER DİZİNİ

	Sayfa
Şekil 2.1. Kırsal Turizmin gelişmesiyle gerçekleşen Çobanisa köyü Oberj Dağ Evleri.....	16
Şekil 2.2. Kırsal Turizmin gelişmesiyle Çobanisa köyünde gerçekleşen yöre halkının doğal ürünleri yerli ve yabancı turistlere satışının yapılması	16
Şekil 2.3. Kuyucak köyü halkının kırsal turizm ile beraber kendi ürünlerinin satışının yapılması.....	17
Şekil 2.4. Kırsal Turizmin Bölgede gelişmesi ile beraber gül bahçelerinde halı dokunup satışı yapılmaktadır	18
Şekil 2.5. Türkiye’deki kış turizmi merkezleri	36
Şekil 2.6. Davraz Kayak Merkezi pist özellikleri ve kapasitesi.....	47
Şekil 2.7. Telesiyej görünümü	48
Şekil 2.8. Yaz mevsiminde kuzey rotasından yapılan tırmanışta Ulparçukuru Tepe (2635 m)’den turizm merkezi, Kulovası ve Egirdir Gölü’nün görünümü	50
Şekil 2.9. Davraz Dağı’ndan Aksu Çayı Vadisi ve Karacaören Baraj Gölü’nün görünümü	50
Şekil 2.10. Davraz Dağ’ında yamaç paraşütü	51
Şekil 2.11. Davraz’da kardan heykel yarışmalarından görünüm	52
Şekil 3.1. Araştırma süreci	64
Şekil 3.2. Araştırma modeli	66

ÇİZELGELER DİZİNİ

	Sayfa
Çizelge 2.1. Isparta ilinde konaklayan yerli ve yabancı turist sayısı	12
Çizelge 2.2. 2021 yılı ilk 6 ay ısparta il geneli bakanlık ve belediye belgeli otel ve pansiyonların oda ve yatak dağılım.....	13
Çizelge 2.3. Yazarlara göre destinasyonların sınıflandırılması	22
Çizelge 2.4. Turizm destinasyonlarında rekabet modelleri.....	26
Çizelge 2.5. Kayak merkezleri	37
Çizelge 2.6. Kayak sporunun yapılış amacına göre anket sonucu	44
Çizelge 2.7. Davraz Dağı’nda kış turizmi	47
Çizelge 4.1. Demografik bulgular	71
Çizelge 4.2. Gül/lavanta turizmine ilişkin ifadeler ve ortalama değerleri	72
Çizelge 4.3. Katılımcıların daha önce davraz kayak merkezine gelme durumu	74
Çizelge 4.4. Kış turizmine ilişkin ifadeler ve ortalama değerler.....	74
Çizelge 4.5. “Katılım Niyeti” ve “Değer Katma Niyeti” ile ilgili ifadeler	75
Çizelge 4.6. Gül/lavanta turizm açıklayıcı faktör analizi.....	76
Çizelge 4.7. Kış turizmi açıklayıcı faktör analizi.....	78
Çizelge 4.8. Niyete ilişkin açıklayıcı faktör analizi	79
Çizelge 4.9. Gül/lavanta turizminin katılım niyeti etkisine ilişkin regresyon modeli ve sonuçları	80
Çizelge 4.10. Gül/lavanta turizminin değer katma niyeti etkisine ilişkin regresyon modeli ve sonuçları	81
Çizelge 4.11. Kış turizminin katılım niyeti etkisine ilişkin regresyon modeli ve sonuçları	82
Çizelge 4.12. Kış turizminin değer katma niyeti etkisine ilişkin regresyon modeli ve sonuçları.....	83
Çizelge 4.13. Hipotezlerin ve sonuçlarının toplu gösterimi.....	85

SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ

Vd. ve diğerleri
Vs. ve saire



1. GİRİŞ

Turizm, son yıllarda ülkelere büyük finansal getiri ve döviz getirisi olan bir sektör olarak karşımıza çıkmaktadır. Getirinin yüksek olması ve ülkelerin popülerliğine katkı sağlamasından dolayı ülkeler arası rekabetinde gün geçtikçe arttığı görülmektedir. Ülkeler arası rekabetin yoğunlaşmasından dolayı ülkeler farklı turizm çeşitleri ve farklı destinasyonlara yönelmeye başlamıştır. Farklı turistik ürünlerin yönelmesiyle alternatif turizm çeşitleri ortaya çıkmıştır (Güzel, 2010:80). Bölgeler arası alternatif turizmin gelişmesi aynı zamanda bölgenin turizm potansiyelinin gelişmesine neden olur. Bu açıdan bakıldığında Isparta ili ve çevresi alternatif turizm açısından çok zengin bir bölgedir. Bölgenin jeopolitik konumu itibarıyla bölgenin turizm faaliyetleri çevre illere göre daha fazladır. Kırsal turizm ve diğer turizm çeşitleri açısından zengin olması yaklaşık bölgeye 12 ay boyunca turist gelmesini sağlamaktadır. Bölgede aralık, ocak şubat ve mart aylarında kış turizmi, nisan, mayıs ve haziran ortasına kadar gül turizmi, temmuz ve ağustos aylarında lavanta turizmi, ağustos ve eylül aylarında futbol kampları ve sonbahar aylarında ise yörede gezilebilecek diğer yerler (Eğirdir Gölü, Kovada Gölü, Yazılı Kanyon, Gölcük Tabiat Parkı vs.) gibi turistik yerleri gezmeye gelen misafirler bulunmaktadır. Bölgenin turizm çeşitliliği oldukça fazla olup bölgenin daha fazla gelişebilmesi için yatırımlar ve tanıtımlara öncelik verilmesi gerekir. Bu çalışmada özellikle ülkemizin turizm çeşitleri konusunda ne kadar iyi bir konumda bulunduğu ve özellikle Isparta ilinin turizm çeşitliliği ve bölgede turizm faaliyetlerinin neler olduğu bölgenin gelişmesi için yapılması gereken faaliyetlere değinilmiştir.

Turizm sektöründe rekabetçi ortam çok fazla olduğu için işletmeler sürekli kendilerini yenilemek zorundalar. Bölgeler arası rekabetin yoğun yaşandığı şu dönemlerde yatırım stratejilerini doğru yapılması gereklidir. Turistlik destinasyonların bölgede farklılığını gösterebilmek adına bölgede farklı destinasyonlar sunmak gerekir. Farklı destinasyonları sunarken mevcut destinasyonlarında koruyup farklılaşmaya gidilmesi ve mevcut destinasyonlar geliştirmelidir (Büyükmehmetoğlu ve Oktay, 2019:655). Bir bölgede destinasyon çeşitliliğinin fazla olması o bölgenin turizm yoğunluğunu fazla olması ile doğru orantılı değildir. Çünkü bölgede destinasyonların tanıtımı ve pazarlaması düşük ise bölge istenilen turist seviyesine hiçbir zaman ulaşamaz.

Turizm sektörü gelişmiş olan ülkeler ve ülkemiz gibi gelişmekte olan ülkeler için önemli bir gelir kaynağı olarak bilinmektedir. Küresel olarak dünyanın en fazla büyüyen ve en fazla gelir getiren sektörlerin başında gelmektedir. Turizm sektörünün talebi hızlandıran sebepleri bölgenin sosyo kültür ve turizm çeşitlerinin yoğun olması ülkeler arası talebi hızlandırmaktadır (Doğan ve Üngüren, 2012:104). Günümüzde yaşam kalitesinin ve halkın gelirlerin artması, insanların iş hayatında ki stres gibi nedenler kişilerin tatil ihtiyaçlarını artırmaktadır. Özellikle çalışanların yaz dönemlerinde tercih ettikleri tatil ihtiyaçları son dönemlerde talepler kış döneminde de artmaya başlamıştır. Kış turizm son yıllardır en çok tercih edilen turizm çeşitleri arasında yer almaktadır. İnsanlar iş hayatında ki stres, yaşam kalitesini yükseltmek ve sosyal aktivite sağlamak adına kış turizmi de tercih sebeplerden olmuştur. Kış turizminin geliştiği bölgelerde turizm çeşitliliği artmış olur. Özellikle Isparta bölgesinde kış turizmi oldukça yoğun geçmektedir. Karın yer de kalma süresinin uzun olması bölgede kış turizm sezonunda uzamasına neden olmaktadır. Sezonun uzamasıyla beraber bölgeye olan talep artmaktadır. Bölgede bulunan Davraz Kayak Merkezi sezonda %100 doluluklara ulaşmaktadır. Isparta ilinin konumu itibariyle diğer birçok ile yakın olması bölgenin gelişmesinde de etkili olmuştur. Kısacası kış turizmi bulunan bölgelerde turizm açısından da yılın sadece bir döneminde değil birçok döneminde de bölgeye turist çekilebilir.

Ülkeler arası talebin hızlanması bölgeye olan tatil ihtiyaçlarını da ortaya çıkarmaktadır. Tatil kavramı ve talepleri, deniz-kum-güneş talebinden sıyrılıp kırsal turizmine doğru da yönelmeye başlamıştır. Türkiye'nin deniz-kum -güneş haricinde birçok turizm destinasyonu çeşidinde diğer ülkelere oranla farklı bir çekiciliği bulunmaktadır (Güzel, 2010:80). Kırsal turizmi artık bölgeler arasında destinasyon açısından önemli bir konum haline gelmiştir. Özellikle Isparta bölgesinde bulunan gül ve lavanta turizmi bölgenin deniz-kum-güneş turizmindeki eksikliği kırsal turizmde tamamlamaktadır. Nisan sonu ile başlayan Ağustos ortasına kadar devam eden süreçte Gül ve Lavanta Turizmi gerçekleşmektedir. Bölgenin popülerliğinin günden güne artması bölgede yetiştirilen ürünlerin ekiminin fazlalaşmasına neden olmuştur. Kırsal turizmin gelişmesi ile beraber bölgeye olan taleplerde artış göstermektedir. Bölgede daha fazla yapılacak yatırımlar ve reklamlar bölgenin daha fazla tercih edilmesine neden olacaktır.

Çalışma incelendiğinde ilk bölümde Isparta turizmi ele alınmıştır. Özellikle bölgenin alternatif turizm açısından elverişli bir bölge olduğu için bölgenin özellikleri, coğrafi yapısı, turizm çeşitleri vs gibi konular üzerinde durulmuştur. Ayrıca bölgede geliştirilmesi gereken konular ve turizmin arz ve talebinin bölge üzerinde ki etkileri belirtilmiştir. Çalışmanın ikinci bölümünde ise destinasyon kavramı ve öneminden bahsedilmiştir. Bölgeler arası rekabetçi destinasyonun bölgelerdeki turizm çeşitliliğine olumlu etkilerinden ve bölgenin gelişmesinde destinasyonun farkı ortaya konulmuştur. Çünkü her yenilik yeni destinasyonların önünü açmaktadır. Sunulan yeni destinasyonlar bölgedeki turist yoğunluğunu artırmaktadır. Bölgenin şehir merkezine ve çevre illere yakın olması bölgenin gelişmesinde etkisi ve bölgede kış turizm ile beraber gelişen kırsal turizmin de etkilerinden bahsedilmiştir. Son bölümde bölgede kırsal turizmde ön planda bulunan gül ve lavanta yer almaktadır. Yıllarca bölgede popüler olan bir üründür. Gülün gelişimi daha eskilere kadar uzanır fakat lavanta yetiştiriciliği ve turizme kazandırılması özellikle son beş yıl olarak bahsedilebilir. Bölgede bu iki ürünün daha fazla geliştirilmesi, alt yapı ve yiyecek-içecek sorunun çözüme ulaşması üzerinde durulmuştur. Çünkü bölgedeki turizmin gelişmesinde ve reklamında bu iki ürünün yeri daha fazladır. Fuarlarda ve uluslararası platformlarda reklamının sıklıkla yapılması gerektiğinde bahsedilmiştir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Araştırmanın kavramsal çerçevesi Isparta turizmi, destinasyon kavramı çerçevesinde ele alınan destinasyon yenilikçiliği, kış turizmi ve gül/lavanta turizmi kapsamında ele alınmıştır. Sırasıyla bu kavramlar üzerinde durulmuş ve araştırma odağında açıklanmaya çalışılmıştır.

2.1. Isparta Turizmi

Isparta, Akdeniz Bölgesinin iç kesimlerinde yer alan Göller Bölgesi olarak adlandırılan bölgenin içinde yer alan bir ildir. Isparta'nın yüzölçümü 8933 km² dir. Isparta'nın doğusunda, Konya'nın Beyşehir, Doğanhisar ve Akşehir ilçeleri; kuzeyinde, Afyon'un Çay, Şuhut, Dinar ve Dazkırı ilçeleri; Batısında, Burdur'un Merkez, Ağlasun ve Bucak ilçeleri; Güneyinde ise Antalya'nın Serik ve Manavgat ilçeleri bulunmaktadır. Isparta'nın rakımı 1050 metredir. Isparta'nın yeryüzü şekillerinin %68.4'ü dağlar, %16.8'i ovalar, %14.8'i platolardan oluşmaktadır. Verimli topraklara sahip olan Isparta ilinde %74'ü tarıma için çok elverişli durumdadır. Isparta ilinin %7.5'i göller ile çevrilidir. Bölge Akdeniz ve İran-Turan bölgelerine yakın olması sebebiyle ekolojik anlamda uygun koşullar barındırmaktadır (Doğan ve Üngüren, 2012:102). Isparta bölgesinin verimli tarım toprakları, toprak çeşitliliğinin fazla olması uygun iklim koşulları göz önüne alarak ve her geçen gün geliştirilen sulama imkânları tarımsal verimliliğin artmasında ve gelişmesinde önemli rol oynamıştır (Göde ve Yiğit, 2018:63). Türkiye'nin konumu itibariyle turistik potansiyeli oldukça yüksektir. Göller bölgesi olarak bilinen Isparta ili de potansiyel olarak yüksek bölgelerin başında gelir (Öztaş ve Karabulut, 2007:128). Özellikle bölgenin Göller bölgesi olarak bilinmesi bölgenin tarım ve turizm anlamında gelişmesine neden olmuştur. Konum itibariyle bölgenin Antalya, Konya ve Denizli gibi turizm ve ticarete gelişmiş olan büyükşehirlere yakın olması bölgenin gelişmesinde önemli etken olmuştur. Bölgenin özellikle turizm konusunda gelişme sağlaması hem bölge halkının turizme karşı kendini geliştirmesini sağlamış hem de bölgenin popülerliğini artırmıştır. Isparta ili ve ilçeleri, turizm açısından bütün yıl aktif olarak turizm çeşitliliğinin kullanıldığı yerler bulunmaktadır. İl merkezi ve çevresinde bulunan ilçelerde yılın belirli dönemlerinde Davraz Kayak Merkezi'nde Kayak, Eğirdir Gölü'nde yüzme, çevre dağlarında doğa yürüyüşleri,

dağcılık ve kamp, kuş gözlemciliği gibi birçok turizm dalının aktif olarak yapıldığı zengin turizme sahip olan bir bölgedir. Son yıllarda turizm arzı deniz ve kum ikilisinden sıyrılarak kültür turizmine doğru yönelmiştir. Bu taraftan bakıldığında kültür ve doğa turizmi yönünden oldukça zengin olan Isparta ili oldukça fazla turist çekmeye başlamıştır (Uzun ve Demir, 2019:173).

Akdeniz, Ege ve İç Anadolu bölgeleri arasında ismini bölgede sıklıkla bahsettiren Isparta ili, Anadolu'nun tarihi mirasından ve tarihi yaşanmışlıklardan bolca örnek alıp tarihi yapıların korunmasını ve kollarında örnek olmuştur. Bölgenin tarihi itibarıyla birçok uygarlığa ev sahipliği yapmış ve bölgenin tarihsel gelişiminde önemli rol oynamıştır. Bu tarihsel gelişimden dolayı bölge turizm açısından önemli bir destinasyona sahiptir (Doğan ve Üngüren, 2012:105). Özellikle kültür turizmi açısından bölgede bulunan birçok yapı bölgenin kültürel turizmde gelişmesinde büyük rol oynamıştır. Fakat bölgenin birçok turizm çeşidine ev sahipliği yapmasına karşın bölgenin bazı turizm çeşitlerini kullanamama ve tanıtım açısından büyük eksiklikleri bulunmaktadır.

2.1.1. Isparta ilindeki alternatif turizm faaliyetleri

Muhteşem bir doğaya ve coğrafyaya sahip olan Isparta, Akdeniz Bölgesinin iç kısmında yer alan zengin turizm çeşitleri barındıran bir konumdadır. Isparta sınırları içerisinde Eğirdir, Kovada ve Gölcük Gölü olmak üzere bir çok gölet ve tabiat parkı bulunduran bölgedir. Ayrıca Beyşehir ve Burdur Göllerinin de bir kısmı Isparta il sınırları içinde yer almaktadır (Uzun ve Şen Demir, 2019:173). Bölgenin doğal kaynaklarının ve kültür turizminde sunulan ürünlerin oldukça fazla olması bölgenin gelişmesi ve ilerlemesinde önemli rol oynamıştır. Artık günümüzde turizm çeşitliliği ön plana çıkmıştır. Alternatif turizm olarak karşımıza çıkan bu ürün turizm illerini hatta ülkeleri alternatif ürünler sunmaya itmiştir. Turizm hareketlerindeki yoğunluğun ve ülkeye girişlerin yılın tüm aylarına yayılmasını ve böylece turizmden elde edilen gelirleri artırma talebi, turizm üzerine yapılan yatırımların fazlaştırılmak istenmesi alternatif turizm çeşitlerinin artırılmasını ve bu yönde çalışmalar yapılmasına olanak sağlamıştır. Alternatif turizm, doğal kaynaklarımızı koruyarak ve geliştirerek turizm de kullanılmak üzere bir kaynak oluşturmak gerekir. Bundan dolayı sürdürülebilir turizmin gelişimin temelleri ile alternatif turizmin

gelişmesi arasında güçlü bir bağ vardır (Topa ve Parlador, 2014:301). Isparta ili de alternatif turizm açısında çok önemli bir yere sahiptir. Bölgenin konumu itibariyle göller, tabiat, doğa vs. alanların oldukça fazla olması birçok turizm çeşidini bünyesinde barındırmaktadır.

Isparta ilindeki turizm faaliyetlerini kısaca bahsetmek gerekirse; Bölgede bulunan Davraz Kayak Merkezi, Eğirdir Gölü, Yalvaç Antik Kenti, Isparta ilinde bulunan özellikle kültür turizm merkezlerinden bazılarıdır. Yalvaç ilçesinde bulunan Pisidia Antik kentlerinin en büyüğü olan Antiochia'ya ev sahipliği Romalılar döneminde hac yolu olarakta bilinmektedir. Kış mevsiminde ise bölge de en çok ziyaret ve spor merkezi olan Davraz dağı dâhil diğer dağlarda kış sporları, diğer mevsimlerde de doğa, trekking ve kültür turizmi faaliyetleri yapılabilmektedir. Su sporları, yamaç paraşütü, triatlon gibi sporların da yoğun olarak gerçekleştiği Eğirdir Gölü, doğa yürüyüşleri ve kamp gibi turizm faaliyetleri için Yazılı Kanyon Tabiat Parkı, Kızıldağ Milli Parkı, Dedegöl Dağları, kültür gezileri ve özellikle yabancı misafirler için inanç turizminde ziyaret edilen Yalvaç Antiokhia Antik Kenti ve Sütçüler Adada Antik Kenti, Sağlık Turizmi için Kızıldağ Milli Parkı, mağara turizmi için Aksu Zindan Mağarası ve Yenişarbademli Pınargözü Mağarası bölgenin en önemli turizm değerleridir (Uzun ve Demir, 2019:173). Ayrıca mayıs döneminde gül, temmuz döneminde lavanta bahçeleri ziyaretleri özellikle son dönemde popüler bir kırsal turizm haline gelmiştir. Bölgedeki diğer alternatif turizm ürünü ise Türkiye'nin ikinci en uzun mesafe yürüyüş rotası olan Aziz Paul Yolu'dur. Antalya Isparta ili içerisinde 500 km mesafesi olarak bilinen bir yürüyüş yoludur. Yürüyüşün başlangıç rotası Antalya Perge Antik Kenti veya Aspendos Antik kentinden başlayan ve Isparta'nın Yalvaç ilçesine kadar ilerleyen bir yürüyüş yoludur (Uzun ve Demir, 2019:173).

2.1.2. Isparta turizminin bölgenin kalkınmasındaki yeri ve önemi

Bir ülkede ekonomik ve sosyal gelişmeler hiçbir zaman aynı anda başlamamıştır ve başlaması da mümkün değildir. Bölgenin coğrafi yapısı itibariyle farklı zamanlarda gerçekleşmiştir. Coğrafi yapının avantajlı bir şekilde olması sermaye birikimi, genç aktif nüfusu, bölgenin eğitim seviyesi, açısından kendini geliştirmiş ülkeler daha hızlı bir şekilde kalkınma sağlayacaktır. Böyle bir durumun oluşmasının sonucunda bölgeler ve ülkeler arasında kalkınma eşitsizliği sağlayacaktır. Bölgesel kalkınma

dengeşizliği genel tabirle her bölgenin kendi arasında yaşayabileceği ekonomik ve sosyal dengeşizlikler olarak tanımlanır. Karşımıza çıkan bu dengeşizlik geri kalmış ülkelerin hızlı bir şekilde kalkınma planlarını uygulamaya koyması gerekmektedir. Geri kalmış ülkenin ve bölgenin tüm kaynakların iyi bir şekilde analiz edilip kısa ve uzun vade olacak şekilde hedeflenen yapıya doğru çalışmaların yapılması gerekir (Doğan ve Yıldız, 2007:148). Bu çalışmalar yapılırken bölgenin sanayi ve tarım sektörlerinde eğer başarı gösterilmeyecek ise alternatif gelişim gösterecek konularda çalışmalar yapmak gerekir. Genellikle bu tarz bölgelerde faaliyet alanı Alternatif turizm olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bölgenin kalkınma planları belirli konularda ortak özellik taşıyan illerin farklı faaliyetlerdeki eksikliklerin turizm ile bütünleştirerek bölgeler arası gelişmişlik seviyesini ortadan kaldırır. Turizm bu noktada özellikle tarım ve sanayi bakımından zengin olma özelliği taşımayan illerde turizmin gelişmesi ile beraber bölgenin kalkınması turizm sayesinde önemli noktalara gelmektedir (Doğan ve Yıldız, 2007:148). Turizm bir bölgede gerçekleşmesi durumunda birçok farklı gelir tiplerinin de destekleyici konumda bulunmaktadır. Örneğin bir bölgede turizm yoğun olarak gerçekleşiyorsa o bölgede sanayi, tarım gibi kollarında gelişmesi öngörölür.

Bölgelerin kalkınması ve gelişmesinde önemli hususlardan biri olan turizm sektörü dönemseller olarak hızlı gelişim ve değişim göstermektedir. Bu değişimin sonucunda alternatif turizm türleri doğmuştur. Deniz, kum ve güneş turizminden doğa ve kültür turizmine doğru geçiş yapan sektör, turizm açısından geri kalan ve keşfedilmeyi bekleyen alternatif turizm türlerini karşımıza çıkarmıştır. Isparta ili özellikle kültür ve doğa turizmi açısından zengin bir bölge olmasından dolayı değişiklik gösteren turizm durumundan oldukça fazla faydalanmaya başlamıştır (Durgun, 2007:94). Isparta ili kalkınma planları doğrultusunda ne kadar da geç kalınmış olsa bölgenin gelişmesi ve kalkınması anlamında birçok adımlar atılmaktadır. Sanayi ve tarım sektöründe çok gelişmemiş olsa da bu konudaki eksikliği alternatif turizm ile bütünleştirip ve farklı bir sektörde geliştirerek bu seviyeler getirmiştir.

2.1.3. Isparta ilinde gerekleŖen turizm türleri

Turizm denildiğinde ilk akla gelen turizm eŖidi deniz ve g neŖtir (Türkoğlu vd., 2005:30). Isparta ili deniz ve g neŖe bağlı bir turizm eŖidini barındırmaya da alternatif turizm açısından oldukça zengin bir bölgedir (Durgun, 2007:94). Global turizmde gerekleŖen farklı açılımlar sayesinde gün geçtikçe turizm kolları da artmaktadır. Turizm pastasından fazla pay almak isteyen ülkeler farklı turizm kollarında hizmet vermek zorundadır (Türkoğlu vd., 2005:30). Isparta özellikle bu konuda farklı destinasyonlar sunarak turizmde hedef kitle oluŖturmaya alıŖmaktadır. Bölgenin sunabileceği turizm eŖitlerinin fazla olması bölgeye olan talepleri de gün geçtikçe artırmaktadır. Isparta ilinde gerekleŖen turizm eŖitleri aŖaėıda belirtilmiŖtir.

İnanç Turizmi: Kutsal olarak kabul edilen yerlerin bu dine karŖı mensup kiŖiler tarafından turizm olgusu içerisinde ziyaret edilmesi ve bölgeye olan ziyarete inanç turizm olarak adlandırabiliriz (Ongun ve Türkoğlu, 2016:154). Isparta ili sınırları içerisinde yer alan, özellikle yabancı turistlerin ziyaret ettiği turizm destinasyonları Aziz Paul Kilisesi, Ayastefanos Kilisesi, Aya Payana Kilisesi, Aya Yorgi Kilisesi (Türkoğlu vd., 2005:30). Bu kiliselerden en önemlisi Aziz Paul kilisesidir. Hristiyanların ilk ve en büyük kilisesi olan Aziz Paul kilisesi aynı zamanda kutsal kitapları İncil’de de bahsedilmiŖ olması bölgenin daha da önemli bir konuma getirmiŖtir. Özellikle Hristiyanlığın temellerinin bu bölgede atılıp yayılmasını sağlaması bölgenin daha fazla ziyaret edilmesine sebep olmuŖtur (Ongun ve Türkoğlu, 2016:154). Ayrıca bölgede bulunan yaklaşık 200 civarındaki antik kent ve camiler bölgede inan turizmi açısından önemli yere sahiptir (Türkoğlu vd., 2005:34).

Mağara Turizmi: Mağaralar oluŖum süreci yer altı sularının kireç taŖı, tuz gibi kayaları eritmesiyle volkanik alanlarda oluŖmaktadır. Mağaralar günümüze gelene kadar jeolojik yapılarına göre barınma, depo, ürün saklama yeri ve ibadethane olarak kullanılmaktadır. Turizme kazandırılan mağaralarda genellikle sarkıtlar, dikitler ve yeraltı suları olması sebebiyle ziyarete gelen turistler farklı maceralara s r klemiŖtir. Özellikle Isparta ili mağara oluŖumu ve turizm destinasyonu olarak kullanılması diğer illerin arasında en yoğun Ŗekilde ziyaret edilen ve kullanılan bölgelerden birisidir (Ongun ve Türkoğlu, 2016:154). Zindan mağarası, Ayini Mağarası ve Pınar

Gözü mağarası en çok ziyaret edilen noktalardan bazılarıdır (Turkoğlu vd., 2005:30). Türkiye'nin ve Avrupa'nın en uzun mağarası olarak bilinen Aksu ilçesinde bulunan Zindan Mağarası Isparta'da bulunmaktadır. Özellikle Zindan Mağarasını içerisinde turistlerin ilgi odağı olan şelaleler, damlataş havuzlar, sarkıtlar gibi birikimler bulunmaktadır (Durgun, 2007:96).

Doğa Yürüyüşü (Trekking): Isparta ili, konum itibarıyla yerleşim yerlerinin dağ ve platoların ortasında ova şeklinde kalması, yerleşim yerlerine çok uzak olmayan trekking alanlarının genişliği sayesinde sporla birlikte doğayla bütünleşmek, şehir stresinden uzaklaşmak vs. gibi sunduğu fırsatlarla trekking turizmi açısından ilgi çekmektedir. Bölgede gerek yerel doğa sporu kulüpleri gerekse yerli halkın gruplar şeklinde belirli zamanlarda yapmış oldukları doğa yürüyüşleri de ekotrekkingin gelişimine katkı sağlamaktadır. Bölgeye yapılan bu tarz doğa yürüyüşleri bölgenin gelişmesine ve popülerliğinin artmasına zemin hazırlamaktadır (Akın ve Gül, 2020:228). Isparta ili doğa yürüyüşü (Trekking) açısından elverişli bir konumda bulunduğu için yerleşim yerlerine yakın birçok yer bulunmaktadır. Özellikle Davraz Dağı, Yazılı Kanyon Tabiat Parkı, Kovada Milli Parkı, Dedegöl Dağı gibi yerler bulunmaktadır.

Kış Turizmi-Kayak Turizmi: Kış turizmi Isparta bölgesinde Davraz Kayak Merkezi'nde yapılmaktadır. Çevre illerden çok tercih edilen konum ve manzara olarak eşsiz bir yerdir. Telesiyej ve babyliftgibi kayak merkezlerinde olması gereken teknik donanımlara sahip olan bir merkezdir (Durgun, 2007:96). Davraz Kayak Merkezi kayak turizmin gelişmesiyle birlikte yerli ve yabancı turistleri bölgeye yoğun olarak geldiği gözlenmiştir (Ongun, 2017:137). Özellikle diğer bölgelerden daha fazla tercih edilme sebebi ise daha ekonomik olmasıdır.

Kuş Gözlemciliği (Ornitoloji): Kuş gözlemciliği doğanın eşsiz manzarasını kuşların gözüyle ve manzarasıyla bakmak ve bölgenin güzelliklerini tanıma turizm olarak karşımıza çıkmaktadır. Kuş gözlemciliği özellikle manzaranın, göletlerin, ormanların ve bozkırların arasında yapılmaktadır (Ongun ve Türkoğlu, 2016:154). Isparta ilinde özellikle bu tarz mekanlar bir çok yerde karşımıza çıkmaktadır. Bu yerlerden bazıları şunlardır; Kovada Gölü, Gölcük Tabiat Parkı, Eğirdir Gölü gibi yerler özellikle yaz

aylarında İngiltere ve Fransa'dan gelen misafirlerin sıklıkla bu yerlere gitmektedir (Durgun, 2006:98).

Göl Turizmi: Göller bölgesinin en önemli merkezi olan Isparta ili ve çevre ilçeleri, tarihi, doğal güzellikler açısından turizm açısından önemli bir konuma sahiptir (Akkuş ve Gül, 2020:131). Göller merkezini en eski yerleşim yeri ve doğa harikası olan bir yer olarak Eğirdir Gölü gösterilmektedir. Yüz ölçümü 517 km² olan Eğirdir Gölü Türkiye'de bulunan göller arasında dördüncü büyük göldür. Göl içerisinde iki tane adacık bulunmaktadır. Eğirdir gölü ve çevresi gün geçtikçe Isparta ilini ziyaret eden turistlerin yoğun bir şekilde ziyaret ettikleri bir konumdadır (Ongun ve Türkoğlu, 2016:155). Özellikle Eğirdir Gölü'nde hiç eksik olmayan doğu batı yönlü rüzgarlardan dolayı su sporları için elverişli durumdadır (Türkoğlu vd., 2005:35).

Gül ve Lavanta Turizmi: Isparta ili gül ve lavanta başta olmak üzere festival ve şenlikler açısından çok zengin bir yerdir. Her yıl düzenlenen festivaller; Gül Festivali (Mayıs döneminde), Lavanta Festivali (Temmuz Döneminde) Halı Festivali (Genellikle kış döneminde), Davraz Festivali (Şubat döneminde) gibi festivaller Isparta'da her yıl düzenli olarak yapılmaktadır (Ongun ve Türkoğlu, 2016:156). Bölgede her dönemlerde gerçekleşen bir turizm çeşidi olduğu için o dönemde de bölgenin popülerliğini artırmak açısından bu festivaller düzenlenmektedir. Bu şekilde gerçekleşen festivallerin tek dezavantajı bölgenin yoğunluğunu festival döneminde değil o dönemde gerçekleşen turizm çeşidinin döneme yaymak ve bölgenin turist sayısını dengeli bir şekilde gerçekleştirmek gerekir.

Oryantiring: Isparta ilinin birçok alanında Oryantiring Sporu kullanıma elverişlidir. Bölgenin tabiat ve doğa konusunda oldukça fazla alanların olması bölgede oluşacak turizm çeşidini de artırmaktadır. Özellikle bu spor Gölcük Tabiat Parkı, Kovada Milli Parkı, Yazılı Kanyon ve Eğirdir Sivri Dağı çevresi Oryantiring yapılacak uygun alanlardır (Ongun vd., 2015:126).

Yayla Turizmi: Ispartanın il ve ilçelerinde gelen turistlerin ya da halkın kullanabileceği çok fazla mesirelik alan mevcuttur. Merkeze yakın Ayazmana, Gökçay, Gölcük Tabiat Parkı, 2021 yılında açılan Kirazlıdere ve Kuyucak mesire

alanları bunlardan bazılarıdır. Yayla Turizminde kullanılacak mesirelik alanlar özellikle yerel halk tarafından olukça fazla kullanılmaktadır (Ongun vd., 2015:128).

Isparta ili yayla turizmi açısından diğer bölgelere oranla oldukça avantajlıdır. Özellikle Eğirdir ve çevresi Toroslar'ın kuzeye bakan yamaçlarında ki dağlar yayla ve vadilerle çevrilidir. Özellikle en önde gelen yerler; Söğüt, Sorgun, Cankurtaran, Beşkuyular, Melikler, Zengi ve Tota yaylalarıdır (Ongun vd., 2015:128). Melikler yaylası belirtilen yerlerden en önemlisi ve Yayla turizminde en yoğun kullanılan bölgedir. Ayrıca Cankurtaran yaylasında her yıl düzenli olarak şenlikler yapılmaktadır. Ülkenin ve diğer illerden birçok turist gelmektedir (Öztaş ve Karabulut, 2007:133).

Yaban Hayatı ve Av Turizmi: Bölgenin dağlık bir alanda olması zengin ve çeşitli bir bitki örtüsüne sahip olması yörenin farklı türdeki hayvanların yaşamasına sebep olmuştur. Farklı türdeki hayvanların yaşaması ile beraber bölgede Avcılık turizminde gelişmesine neden olmuştur. Bölgede orman çeşitliliğinin fazla olmasında dolayı avlanmak için birçok hayvan çeşidi bulunmaktadır (Doğan ve Yıldız, 2007:160). Yüksek Dağlarında bulunan kara avcılığı, civarındaki göllerde ve derelerindeki balık avla potansiyeli bölgede avcılığın gelişmesinde önemli faktördür (Öztaş ve Karabulut, 2007:132). Özellikle bölgede yaban domuzu avcılığı oldukça fazla gelişmiştir. Bu sporu yapan genellikle yabancı turistler bölgeye geldiklerinde oldukça fazla süreli kalıp bölgenin gelişmesinde önemli rol oynamaktadır.

Kültür Turizmi: Bölgede ileri seviyelere getirilebilecek birçok turizm çeşidi bulunmaktadır. Ya keşfedilmiş ya da keşfedilmeyi bekliyordur. Bölgeyi tercih eden yaş grupları genellikle orta yaş grubu olarak söyleyebiliriz. Orta yaş grubunun bölgedeki en büyük avantajı bölgenin yoğun zamanı değil daha sakin zamanlarında bölge ziyareti yapmalarıdır. Bu durumun oluşması bölgedeki turizm hareketliğin yıl boyunca aktif olarak kullanılmasını sağlar. (Doğan ve Yıldız, 2007:161). Özellikle merkezdeki camiler (Dündarbey medresesi) ve Eğirdir ilçesinde bulunan Romalılar döneminden kalan kale, Yalvaç İlçesinde bulunan Psidia Antik kentide yerli ve yabancı turistlerin yoğunlukla ziyaret ettikleri alanlardır.

2.1.4. Isparta'nın turistik arz ve talep yapısı

Isparta'da bulunan birçok doğal ve tarihi yerlerin oldukça fazla olmasından dolayı alternatif turizm çeşidi olarak Isparta bölgede en çok ziyaret edilen bölgelerden birisidir (Çizelge 2.1). Isparta yöresel el sanatlarının işlendiği, halı kilim vs. gibi yöresel işlemlerin yapıldığı, kendine has yemek kültürünün olduğu, gelenek örf ve adetleri hala kullanan bölgede bu şekilde kalan nadir illerdendir (Ongun ve Türkoğlu, 2016:151). Bölgenin mevcut durumundan dolayı birçok turizm çeşidini bünyesinde barındırmaktadır. Gülü, lavantası, el halısı, kilimi, Eğirdir Gölü, Kovada Gölü, Gölcük Tabiat Parkı, Davraz Kayak Merkezi, Yalvaç Antik Kent ve Yazılı Kanyon yerli yabancı turistlerin bölgeye geldiklerinde uğrak noktası olarak gerçekleşmektedir (Doğan ve Üngüren, 2012:103).

Çizelge 2.1. Isparta ilinde konaklayan yerli ve yabancı turist sayısı (Isparta İl Kültür Turizm Müdürlüğü, 2022)

Yıllar	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Geceleyen	353 096	416 032	433 311	520 013	288 273	304 433
Geceleyen	14 144	15 202	15 251	18 629	6 878	26 821
Toplam	367 240	431 234	448 562	538 642	295 151	331 254

Çizelgede belirtildiği üzere son yıllarda turizmdeki dalgalanmadan dolayı tüm bölgelerde olduğu gibi Isparta ilinde de turizmde dalgalanmalar görülmektedir. Yerli turist sayıları incelendiğinde bölgeyi tercih eden turist sayısında artış görülmektedir. İnsanların sadece deniz-kum-güneş değil birçok kültürel turizmi barındıran Isparta'nın da tabloya bakıldığında tercih edilme sayısının arttığını görebiliriz. Covid-19 2020 dönemi hariç. Bu durumun gerçekleşmesinin sebeplerinden birkaçı bölgede son yıllarda popülerliği olan gül ve lavanta bahçelerini ziyaret eden yerli misafirlerdir. Ayrıca özellikle okul kayıt ve mezuniyet dönemleri, askerlik dönemleri ve yılın belirli dönemlerinde mayıs, haziran ve temmuz gül ve lavanta dönemleri ve kışın Davraz Kayak merkezinin misafir yoğunluğu sebebiyle belirli dönemlerde yoğunluk yaşanmaktadır (Ongun ve Türkoğlu, 2016:152). Özellikle 2015 Rusya krizinden sonraki dönemde kademeli olarak artık gözükmemektedir. Fakat 2020 yılında ortaya çıkan Covid-19 virüsü ile beraber 2020 yılı tüm dünyada olduğu gibi tabiki Türkiye'de de turizm açısından çok iyi bir dönem olmamıştır. Kıyı bölgelere oranla

Isparta da etkilenmiştir. Isparta turizmi kısmen yerli misafir odaklı olduğu için diğer bölgelere oranla daha az etkilemiştir. 2021 yılı itibariyle turizm toparlanmaya başlamış 2022 yılı içerisinde de istenilen seviyelere gelmesi beklenmektedir.

Çizelge 2.2 incelendiğinde; Isparta’da Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Belgeli 1152 oda ve 2328 yatak kapasiteli 22 adet tesis, Belediyeden Belgeli 838 oda ve 1706 yatak kapasiteli 35 adet tesis olmak üzere il genelinde toplam 66 konaklama tesisi olduğu gözükmemektedir. Isparta ilinde toplam 4539 yatak kapasitesi mevcuttur (Ongun ve Türkoğlu, 2016:152). Özellikle 2017 yılından itibaren bölgede yapılan iki tane daha kurumsal otellerle birlikte bölgenin turizm potansiyeli daha da arttırmıştır. Çünkü turizmin gerçekleştiği bölgelerde konaklama açısından sorun yaşanması bölgenin gelişmesine engel olmaktadır.

Çizelge 2.2. 2021 yılı ilk 6 ay ısparta il geneli bakanlık ve belediye belgeli otel ve pansiyonların oda ve yatak dağılımı (Isparta İl Kültür Turizm Müdürlüğü, 2022)

	Bakanlık İşletmesi Belgeli			Turizm Belediye Belgeli			Kamu Misafirhanesi		
	Tesis Sayısı	Oda	Yatak	Tesis Sayısı	Oda	Yatak	Tesis Sayısı	Oda	Yatak
Merkez	11	882	1796	15	396	759	6	125	293
Atabey	0	0	0	0	0	0	1	12	20
Eğirdir	7	135	273	13	137	316	0	0	0
Gelendost	0	0	0	3	66	99	0	0	0
Keçiborlu	1	12	24	1	180	420	0	0	0
Ş.karaağaç	1	57	114	1	12	20	0	0	0
Senirkent	0	0	0	1	27	60	0	0	0
Yalvaç	2	66	121	1	20	32	1	30	60
Y.bademli	0	0	0	0	0	0	1	33	132
Toplam	22	1152	2328	35	838	1706	9	200	505
Toplam Tesis	66								
Toplam Oda	2190								
Toplam Yatak	4539								

2.1.5. Isparta’da kırsal turizm ve bölgeye katkıları

Kırsal turizm yeni ortaya çıkan bir turizm çeşidi değildir. 19. yüzyıl itibariyle Avrupa’da filizlenen 1990 yılı itibariyle de Türkiye kendini göstermeye başlayan bir turizm dalıdır. Kırsal turizm özellikle tarımsal faaliyetlerin yoğun olarak yapıldığı bölgelerde tarımsal ürün ile turizmin kaynaşarak ortaya çıkmasından doğmuştur.

Burada ki asıl amaç kırsal bölgede yaşayan halkın turizme kazandırılması olarak ta adlandırılmaktadır. En basit anlamıyla kırsal turizm, bölgede yapılan tüm girişimlerin bölgede turizm faaliyetlerinin gelişmesi ve alternatif turizm türünün ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Kırsal turizmin uygulandığı alanlar yani kırsal alanlar, çoğu zaman ekoturizm, yayla turizmi, yeşil turizm, doğa tabanlı turizm, çiftlik turizmi, köy turizmi gibi turizm türleri ile de adlandırılmaktadır (Ongun, 2017:134).

Türkiye’de kırsal turizmde akla gelen genellikle doğa yürüyüşleri, trekking ve gezme amaçlı köy ziyaretleri gelmektedir. Türkiye’nin birçok bölgesi kırsal turizmde elverişlidir sadece keşfetmeyi beklemektedir. İstanbul ve İzmir gibi büyükşehirlerin civarındaki ilçeler ve Muğla, Antalya ve Isparta gibi turistik merkezlerde, Bursa ve Kastamonu (Safranbolu) gibi şehirlerin de kültür turizmin gerçekleştiği yerlerde, antik kentlerin yakınlarındaki köylerde bu yönlü bir kırsal turizmin geliştiği görülmektedir. Türkiye’de son yıllarda turizm çeşitlerinin değişmesi ile beraber kırsal turizme karşı ilgi artmıştır. Özellikle sivil toplum örgütleri bu konuda yerli ve yabancı turistleri bölgelere çekmek için büyük çaba sarfetmektedir (Aydın, 2012:44). Bölgenin kırsal turizme kazandırılması kolay değildir. Bölgenin kırsal turizme kazandırılması için bazı çalışmalar yapılmaktadır. Bunlar şu şekilde ifade edilebilir (Soykan, 1999:73).

- Bölgenin reklamasyonun ve altyapı hizmetlerinin oldukça iyi olması gerekir. Reklamasyon ve promosyonlar bölgenin diğer bölgelere oranla ilgi görmesine ve turizmin her sene devam etmesini sağlamaktadır.
- Kırsal turizmde o hizmeti sunan ile turist arasında oldukça iyi bir iletişim olması gerekmektedir. Bunda dolayı bölgede yaşayan ve bu hizmeti veren kişilere mesleki eğitimler verilerek turiste verilen hizmet kalitesi geliştirilmesi gerekir.
- Bölgenin ön plana çıkması için bölgesel ve yerel yönetimler muhakkak destek olmak zorundadır. Kırsal turizmde amaç doğallık ve doğal ortamı bozmamak olmalıdır. Buradaki hassa nokta modernize ederken kültürel kimlik bozulmamalıdır.

- Kırsal Turizm denilince akla ilk ucuzluk ve doğallık anlamı gelir. Bu yüzden bölgenin yüksek turizm döneminde fiyatları yükseltip düşük dönemde fiyatları indirmek gibi yanılgılara düşmemesi gerekir.
- Bölgede yapılan yatırımlar kesinlikle devlet tarafından da desteklenip bazı konularda gerekli düzenlemeler yapılması gerekir.
- Bölgede yapılan projeler muhakkak doğal, kültürel ortamı bozmadan fakat beraber değerlendirilmelidir.
- Konaklama anlamında kaliteli ve temiz konaklama tesisleri sağlanmalıdır.
- Büyük yapılar değil butik fakat şık doğal mekanlar yapılmalıdır

Kırsal turizm bir çok bölgede olduğu gibi son yıllarda Isparta ilinde de oldukça fazla gelişme sağlamaktadır. Özellikle gül ve lavanta bahçeleri ve Davraz Kayak Merkezi yakınlarında ortaya çıkan bu turizm çeşidi bölgede hızla ilerlemeye başlamıştır.

Isparta İli Çobanisa Köyü Örneği: Isparta'nın gelişmekte olan kültür turizmi ve kırsal turizm açısından oldukça fazla yol katetmiştir. Ayrıca göl, dağ ve kültür turizmi açısından diğer illere oranla turizm çeşidi oldukça fazladır. Göl manzaralı Davraz Dağı yerli ve yabancı turistlerin oldukça fazla ilgisini çekmektedir. Davraz'a ulaşım açısından bölgede bulunan Çobanisa köyü üzerinden gerekiyor. Isparta merkezden Davraz Kayak Merkezine ulaşım oldukça iyi durumundadır (Ceylan ve Demirkaya, 2007:87). Davraz'a ulaşımın Çobanisa köyü içinden geçmesinden dolayı da bölgede kırsal turizm oldukça fazla gelişme göstermektedir. Köyde gelen yerli ve yabancı turistlere hizmet verecek pansiyon ve oberj dağ evleri bulunmaktadır (Şekil 2.1). Davraz Kayak Merkezi yakın çevre illerden gelen turistlere hizmet vermektedir (Ongun, 2017:137) (Şekil 2.2). Kış döneminde yoğun turist sayısına ulaşan Davraz Kayak Merkezi bölgede de özellikle Çobanisa köyünde kırsal turizmin gelişmesine imkan vermiştir. İlk yıllarda kırsal turizmin biraz sıkıntılı ilerlemesine rağmen son dönemlerde bölgedeki turizm çeşidi iyi seviyelere gelmiştir.



Şekil 2.1. Kırsal Turizmin gelişmesiyle gerçekleşen Çobanisa köyü Oberj Dağ Evleri (Ongun, 2017:137)



Şekil 2.2. Kırsal Turizmin gelişmesiyle Çobanisa köyünde gerçekleşen yöre halkının doğal ürünleri yerli ve yabancı turistlere satışının yapılması (Ongun, 2017:137)

Isparta İli Kuyucak Köyü Örneği: Isparta ilinde bulunan Kuyucak köyü son zamanlarda lavantanın bölgede gelişmesi birlikte kırsal turizme örnek olabilecek bir konuma gelmiştir. Lavantanın dönemi genellikle haziran sonu ve temmuz ayı olarak her yıl hasat dönemi yapılmaktadır. Lavantanın görseli ve kokusu yerli ve yabancı turistlerin ilgi odağı olmuştur. Bölgede uzun yıllardır yapılan lavanta tarımı, bölgenin satışını yapan birçok acentanın dikkatini çekmeyi başarmıştır. Bölgenin reklamının az olmasına rağmen son zamanlarda yoğun bir turist akını olmuştur. Köyün yerli yabancı turistlerin yoğun gelmesinden dolayı bölgede gerçekleşen yatırımlar alt yapı

ve üst yapı çalışmaları hızlı bir şekilde ilerleme yapmıştır. Fakat kırsal turizm bilici bölge halkı tarafında çok fazla çözülememiştir (Şekil 2.3). Bölgede yerel yönetimler ve bölgede aktif olarak faaliyet gösteren oteller ve seyahat acentalar aracılığı ile bilgilendirmeler ve eğitimler verilmesi gerekmektedir (Ongun, 2017:137).



Şekil 2.3. Kuyucak köyü halkının kırsal turizm ile beraber kendi ürünlerinin satışının yapılması

Isparta ili Güneykent Beldesi Örneği: Isparta şehri alternatif turizm ve kırsal turizm açısından önemli bir konumdadır. Güller diyarı olarak anılan Isparta, son zamanlarda lavanta bitkisinin eklenmesiyle beraber yerli ve yabancı turistlerin uğrak noktası haline gelmiştir. Mayısın ilk haftası gülle başlayan turizm sezonu haziranın ortasına kadar devam eder daha sonra lavanta başlayıp ağustos dönemine kadar devam etmektedir. Yetiştirilmesi zor olmayan gül ve lavantayı ortaya çıkaran yerel halk kırsal turizmi en şekilde uygulamaktadır (Ongun, 2017:137). Bölgenin gelişmesinde önemli bir faktör olan gül yetiştiriciliği bölge halkının da turizme adım atmasına sebep olmuştur (Şekil 2.4). Fakat her bölge de olduğu gibi bu bölgede de ilk zamanlar bölgede birçok eksiklikler ve turizm bilinci çok fazla gelişmemiştir. Sonraki zamanlar da bölgede yaşayanlarında kültürel değerli bozmadan ve kendilerini geliştirerek kırsal turizmi bölgede uygulamaya başlamışlardır.



Şekil 2.4. Kırsal Turizmin Bölgede gelişmesi ile beraber gül bahçelerinde halı dokunup satışı yapılmaktadır

2.2. Destinasyon Kavramı ve Destinasyon Yenilikçiliği

Destinasyon, belli bir bölgede sunulan mal, hizmet ve tatilin turistler için cazip kabul edilecek farklı doğal özellikler bulunan bölgeleri belirleyip o bölgeleri turizme kazandırmak olarak açıklanabilir. Destinasyonların pazarlanması zor bir zaman olsa da ürünün pazarlanması öncelikle destinasyonların belirlenip gerek yerel yönetimler gerek yerel halkla beraber hızlı bir şekilde sunulması gerekmektedir. Sunulan hizmetin ve ürünün farklılığı bölgede gerçekleşecek olan destinasyonlara hız kazandırır (Güzel vd., 2018:124). Çağımız gereği rekabetin çok yoğun yaşandığı bir dönemi yaşamaktayız. Artık rekabet sadece ürünler veya firmalar arası değil hayatın birçok alanında karşımıza çıkmaktadır (Serçek ve Hassan, 2016:7). Turizm sektöründe günden güne artan rekabette farklı destinasyonlar sunmak için daha dikkatli ve daha ayrıntılı bir şekilde çalışmalar yapılması gerekir. Bölgenin turizm çeşitliliği, o bölgenin diğer bölgelere ve destinasyonlara göre üstünlüğünü oluşturmaktadır (Akkuş, 2017:558). Birçok destinasyon tarafından ekonomik ve sosyal katkı sağlayan turizmin gelişimi ve pazarlanması konusunda çalışmalar yoğun olarak devam etmektedir. Böyle bir sürecin farklı destinasyonları öne çıkarabilmesi için pazarlama ve satış kısmının çok iyi yönetilmesi gerekir (Özdemir, 2007:1).

Turizm sektörü ve diğer sektörlerde de en önemli konulardan birisi pazarlama alanının her zaman genişletmektir. Tek bir destinasyona ya da ürüne bağlı kalmak

günümüz şartlarında ileriki yıllar için işletmeleri zor durumunda bırakabilir. Ülkelerin destinasyon pazar arayışları ve çeşitliliği konusunda yapmış oldukları çalışmalar o ülkenin pazar payını artırmasıyla doğru orantılıdır. Risklerin azaltılarak bölgede gerçekleşmesi düşünülen destinasyonların geliştirilerek farklı destinasyonlar ve pazarlama anlayışı geliştirilmelidir (Güzel vd., 2018:124).

Turizm sektörüne olan ilgi her geçen yıl artış göstermektedir. Bu durum bölgelerin ve ülkelerin rekabet durumlarını etkilemektedir. Bu nedenle turizm bölgeleri diğer bölgelerdeki turizm destinasyonları ile rekabet edebilmek adına farklı destinasyonları ortaya çıkarmak zorunda kalmıştır. Bölgeler turist çekebilmek için yeni rekabet unsurları geliştirmeye çalışmakta, bunu yaparken de pazarlama stratejilerini geliştirip o şekilde satışları yapması gerekmektedir. Özellikle yeni keşfedilmiş destinasyonlarda rekabet gücünün arttırılabilmesi ve sektörde kendine yer açabilmesi için stratejileri doğru ve zamanında yapması gerekmektedir. Destinasyon yenilikçiliği yeni bir bölgenin reklamasyonu yapıp o bölgeye turist çekmek ve gelen turistlerin devamlılığını sağlamak için yapılmaktadır. Rekabetin oldukça fazla olduğu turizm sektöründe başarılı olabilmek, sektörde ayakta kalabilmek ve pazara yeni ürünler sunmakla mümkün olabilmektedir. Bir destinasyonun kendine özgü yeni ürün geliştirilmesi ya da mevcut turistik destinasyonda yenilik, farklılaşmaya gidilmesi ile bu destinasyonun başarılı bir şekilde pazarlanıp turizme kazandırılması önemlidir (Büyükmehmetoğlu ve Oktay, 2019:655).

Yenilikçilik ise teknolojik gelişmelerin günümüzde hızla artmasıyla beraber kişilerin ve kurumların kendilerini geliştirmesi gerekmektedir. Yeniliğe ayak uyduran bireyler iş hayatında da başarıya ulaşacaktır. Bu kapsamda bireysel yenilikçilik “herhangi bir ürünün, hizmetin ya da fikrin bir kişi tarafından yeni olarak algılanması” biçiminde ifade edilebilir. Kısacası yenilikçilik bir disiplin, öğrenme ve uygulama yeteneğidir. Kişilerin yeniliğe karşı göstermiş oldukları tutum kişinin yeniliğe ve öğrenmeye açık olduğu görülür. İşletmelerde bu bilinçte kişilerin çalışması çalışmış oldukları işletmeleri de ileri düzeylere götürecektir. Bu durumda kişilerin bilgi birikiminin yüksekliği işi tecrübesi, düşünme becerisi, problem çözmesi ve çözümüne sahip olması yenilikçiliğin gerçekleşebilmesi için bir ön şarttır (Işık ve Türkmendağ, 2016:71). Destinasyon yenilikçiliği ise özellikle turizm sektöründe karşımıza çıkmaktadır. Ülkeler destinasyon açısından zengin olan fakat keşfedilmemiş yeni

yerleri ülkesine kazandırmak için yoğun çaba sarfetmektedir. Günümüzde artık deniz ve güneş turizmin yanında farklı destinasyonlarda ilgi çekmeye başlamıştır.

2.2.1. Destinasyon yenilikçiliği

Yenilikçilik, yeni bir ürünün veya sunulacak hizmetin gerçekleşmesi gereken zamanda topluma yararlı olacak şekilde dönüşmesi olarak açıklanabilir. Günümüzde hızlı değişime uyum sağlamak için bireylerin mevcut değişime ayak uydurması gerekmektedir. Çünkü mevcut durum insanların kendilerinin geliştirmesi ve yeniklere uyum sağlamasını zorunlu kılmaktadır. Çünkü yenilik yapılan teknolojik gelişmeler kalkınmanın başında gelir. Uzun yıllardır yenilikçilik toplumun birçok alanında öne çıkmaktadır. Özellikle son yıllarda gerek toplumsal alanda gerekse ticari faaliyetlerde rekabet ön plandadır. Bu rekabeti toplumlar yenilik yaparak ayakta kalabilmelerini sağlamıştır (Türkmendağ, 2016:68). İşletmeler ticari faaliyetlerinin devam ettirebilmek için kendilerini sürekli yenilemeleri gerekmektedir. Yenilikçilik açısından kendilerini geliştirmeyen işletmeler genellikle ticari faaliyetlerini gerçekleştiremezler. Diğer işletmeler arasında rekabet gücünü artırmak isteyen işletmeler yenilikçilik faaliyetlerinde de ön plana çıkması gerekir (Alan ve Yeloğlu, 2013:18). Teknolojiyi yerinde ve zamanında kullanamayan şirketler rekabet sürdürülebilirliğini devam ettiremez. Farklı dönemlerde ise değişim sürecinde farklı çözümler bularak yenilikçilik sürecinin etkinliğini artırması gerekir. Turizm sektöründe yenilikçilik işletmelerin rekabet açısından güçlü kalabilmeleri için önemli bir yere sahiptir. Çünkü yenilikçilik hem arz hem de talep gibi faktörlerde etkilidir. Turizmde son yıllarda gerçekleşen farklı taleplerde sunulan hizmetlerin değişiklik göstermesi mecburidir (Aslan, 2018:538). Yenilikçilik kavramı sürekli büyümeyi beraberinde getiren bir kavramdır. İşletmeler büyüme esnasında yeniliklere başvurmalıdır. Çünkü yenilik işletmelerin kar marjlarını artırmak ve sürekli değişimi beraberinde gerektirmektedir (Kazancı, 2019:8).

Destinasyon kavramına farklı bir bakış açısı ile bakmak gerekir. Çünkü destinasyon bir yörenin kendine özgü ürünleri ve hizmeti bölgeyi tercih eden yerli ve yabancı turistlere sunmasıdır. Kısacası destinasyon doğal ve kültürel özellikler bulunan yerlerin ticari faaliyetlere dönüşerek bölgeye olan ziyaretlerdir (İlban, 2007:5).

2.2.2. Destinasyonun özellikleri

Destinasyon özellikleri her sektörde olduğu kadar turizm sektöründe de tüketim düşüncesi artmasıyla bu kısımda yoğunlaşmıştır. Endüstrinin en önemli unsuru olan destinasyona yönelik rekabet ortamında sunulan hizmetlerin farklılaşması ürünün kalitesini artırması ve memnuniyet sağlanması gibi konularda imkanların en iyi şekilde yapılması hedeflenmiştir. Bu yaklaşımda en önemli konulardan birisi yerli ve yabancı turistlerin hizmet talebi değil, turizm ile bütünleştirilerek ortaya çıkacak ürünün pazar payının araştırılmasıdır. Sahip olduğu özellikler sayesinde destinasyonlar birçok konuda farklı özellikler göstermektedir (Akyol ve Zengin, 2020:2477). Bu özellikler aşağıdaki şekilde ifade edilebilmektedir:

- Ölçek: Bir ülkenin kendisi destinasyon genelinde sunulan doğrudan veya dolaylı ürün ve hizmetlerin bir bütün olarak halinde sunulması gerekmektedir (Akyol ve Zengin, 2020:2477).
- Çekicilikler (Attractions): İnsan yapısı ve doğal mimari yapıların korunup yerli ve yabancı turistlere sunumu (İlban, 2007:6).
- Bütünleşik: Destinasyon genelinde sunulan doğrudan veya dolaylı ürün ve hizmetlerin bir bütün olarak halinde sunulması gerekmektedir (Akyol ve Zengin, 2020:2477).
- Planlı Turlar (Available packages): Bölgede faaliyet gösteren Seyehat Acentalarının bölgeye daha az turist çekmek adına önceden planlanmış turlardır (İlban, 2007:6).
- Çoklu Satış: Satış yapılan bir ürünün farklı kişilere satışın yapılması olarak tanımlanır (Akyol ve Zengin, 2020:2477).
- Faaliyetler (Activities): Turistin ziyareti esnasında kullanabileceği ve yararlanabileceği hizmetlerdir (İlban, 2007:6).
- Farklı İzlenim: Bölgeye gelen yerli ve yabancı turistlerin farklı açıdan bölgeye ait olan izlenimleri olarak adlandırılır (Akyol ve Zengin, 2020:2477).

2.2.3. Destinasyonların sınıflandırılması

Turizm açısından çekiciliği olan bölgeler turistlerin ihtiyaçlarını gidermek doğal ve kültürel mekanların destinasyonlarını bölgeye kazandırmak ve bölgenin belirli bir imajını sağlamak gerekir. Destinasyonların genellikle bölgesel olarak sınıflandırılmasında ekonomik, sosyo-kültürel, psikolojik ve siyasi etkenler sebebiyle farklılıkları belirleyen birçok etken vardır. Yerli ve yabancı misafirlerin farklı türde ihtiyaç ve taleplerinin olması durumunda bölgedeki destinasyonların çeşitlilik kazanması gerekmektedir (Akyol ve Zengin, 2020:2479) (Çizelge 2.3).

Çizelge 2.3. Yazarlara göre destinasyonların sınıflandırılması

Yazar İsmi	Yıl	Tasnif	Türler
Faulkner ve Tideswell	1997	2	İç ve Dış Boyut (Yerliler, Destinasyonun Rolü)
Buhalis	2000	6	Kentsel, Sahil, Dağ, Kırsal, Otantik, Egzotik
Lew ve McKercher	2002	5	Tek, Geçişli, Çıkış, Dolaşimli, Merkezi
Stange vd.	2011	4	Jeofiziksel-Manzara-Estetik, Ekolojik-Biyolojik, Kültür-Tarih, Rekreasyonel
Türkay	2014	7	Şehir, Sayfiye Alan, Kırsal Alan, Dağ, Korunan Alan, Sualtı, Uzay
Kozak	2014	7	Dinlenme, Kültür, Tarihsel, Etnik, Eğlence, İktisadi, Siyasi
Özer	2015	5	Büyüklik, Konum, Kapsam, Faaliyet Süresi, Sahip Oldukları Çekicilikler
Petroman	2015	6	Tarih ve Kültür, İnsan Yapısı, İş ve Konferans, Büyük-Köklü Kent, Sahil, Kırsal, Yaz, Kış, Dört Mevsim
Cook vd.	2018	3	Yaz, Kış, Dört Mevsim
Tuna	2018	5	Etnik, Kültürel, Tarihi, Çevresel, Eğlence
Kılınç	2019	4	Klasik, Doğal, İş, Kısa Kalışlı
Bayraktaroğlu	2019	4	Yapıları, Mekansal Özellikleri, Fiziksel Büyüklükleri, Turizm Türleri, Temel Çekim Unsurları, Büyüklük, Politik Sınırları, Konum, Kapsamı
Güler vd.	2019	9	Faaliyet Süresi, Turistin Önceliği, Turizm Türleri, Doğal veya Yapay Gelişim

Günümüzde destinasyon türleri ile ilgili sınıflandırmalar yapılırken günümüz koşulları ve turizm endüstrisinin gelişimi ve büyüme süreci de dikkate alınıp o şekilde çalışmalar yapılması gerekir. Bu düşünce doğrultusunda Hudson

(2008:392)'un çalışmasından örnek olarak destinasyon sınıflandırılması aşığıda belirtildiğı üzere oluşturulmuştur (Akyol ve Zengin, 2020:2479):

- **Başlıca Uluslararası Destinasyonlar:** zellikle dünya genelinde bir çok kişinin ilgisini çeken turizm destinasyon merkezleri Paris, New York, Milano, Londra, İstanbul gibi dünya genelinde kabul gören yerlerdir (Akyol ve Zengin, 2020:2479). Bu bölgelere yılın her ayında geziler düzenlenmekte ve dünyanın en iyi turizm merkezleri olarak kabul görmektedir
- **Klasik Destinasyonlar:** Doğal ve kültürel ekiciliğı olan destinasyonların yerli ve yabancı turistlerin daha uzun kalma imkanı sunmaktadır. Saint-Tropez ve Lourdes şehirleri (Fransa) ile Banff Ulusal Parkı (Kanada) gibi ülkeler de bulunan turistik yerler örnek gösterilebilir.
- **İnsan Yapımı Destinasyonlar, Tesisler:** lkeye gelen ziyaretçilerin belirlemiş oldukları destinasyonun dışına çıkmadan belirledikleri bölgede tatillerini geçirmektedir. Bu tarz destinasyonlara örnek olarak Karayipler, insan yapımı destinasyonlara ve tesislere örnek olarak gösterilebilir.
- **Doğal Peyzaj veya Yaban Hayatı ile İlgili Destinasyonlar:** Doğal güzellikler ve ekiciliğı ön planda olan destinasyonlardır. Özellikle flora ve fauna türlerini barındıran yerlerdir. Ekvador ve Serengeti bu destinasyonlara örnek gösterilebilir.
- **Alternatif Destinasyonlar:** Tercih eden turistlerin zamanlarını daha rahat geirebileceğı mekan olarak paylaşımların sıklıkla yapılabileceğı destinasyondur. Özellikle bu destinasyona deniz seyahatleri gösterilebilir.
- **İş Turizmi Destinasyonları:** zellikle iş insanlarını teşvik edildiğı bölgelerdir. Gelişmiş ülkelerin yöneticileri ve çalışanlarının uzun süre konakladıkları yerlerdir.
- **Mola Destinasyonları:** Genellikle tatil yörelerinin arasında bulunan zengin yiyecek içeriğı bulunan lx konaklamaları yerlerdir.
- **Kısa Mola Destinasyonları:** Bölgede kısa süreli gerçekleşen etkinlikler olarak karşımız çıkar. Niagara şelalesi bu destinasyona örnek gösterilir.
- **Günlük Seyahat Destinasyonları:** Sahil bölgesidir. Günümüzde en yaygın şekilde kullanılan destinasyon türüdür

2.2.4. Destinasyon yenilikçiliğinin rekabetçi yönü

Rekabet kavramı genellikle bilimsel açıdan net bir kavramı olmayan birçok kavramları kendi bünyesinde barındıran bir kavramdır (Zengin ve Bilgiçli, 2016:3). Rekabet birçok sektörde olduğu gibi turizm sektöründe de oldukça önemli bir durumdur. Sektörün rekabeti sadece sunulan hizmetler değil destinasyonlar yönünde de yenilik yapmak gerekir. Hizmet sunulan bölgede destinasyon yönünden farklı ve yeni bir destinasyon merkezi ortaya çıkarmak bölgede tercih edilebilen bir işletme haline gelir.

Rekabet üstünlüğü ve yönü şirketlerin faaliyetlerinin ana amaçlarından birisidir. Şirketlerin bu üstünlük sağlama durumu sektörde daha fazla kar elde etmek ve ayakta kalmayı sağlar. Kullanmış olduğu bu rekabet üstünlüğünde uygulayacağı yöntemler ve uygulamalar oldukça önemlidir (Yiğit ve Özer, 2018:352). Rekabet üstünlüğü bilgi ve teknolojinin de gelişmesiyle beraber oldukça önemli bir durum haline gelmiştir. Teknolojinin gelişmesiyle mevcut pazarın gelişmesi ve rekabet üstünlükleri ön plana çıkmaya başlamıştır (Kuşat, 2011:118). Rekabet üstünlüğünün sağlanmasında en büyük etken bölgede tanınırlık ve bölgenin çekiciliğini artırmaktır. Bölgede sürekli sürdürülebilirliği sağlamak için uygulanan politikalara ve pazar rekabetine dikkat etmek gerekir (Büyükmehmetoğlu ve Oktay, 2019:658).

2.2.4.1. Rekabetçi gücü

Rekabet gücü kavramı; Göreceli bir kavram olmasına karşın pozitif bir anlam içermektedir. Bu tanımından dolayı tanımlanması ve anlatılması biraz güçtür. Tanımın güç olmasına rağmen geçmişten günümüze birçok kez tanımlanmasına rağmen sürekli üzerinde yeni değerlendirmeler yapılan ve sürekli gündemi meşgul eden bir yapıya sahiptir. Bu durumun oluşmasında ki en önemli etkenler birisi ülkelerin birbirine karşı destinasyon gücünün oluşan rekabet gücünü elde ettiklerinin ve ekonomik kalkınma sürecinde öne çıktıklarından dolayı bu destinasyon rekabeti ülkeler var olduğu sürece yada bu gücü birbirlerine üstünlük sağlayacağı sürece bu konu devam edecektir. Ülkeler arası rekabetin bazı firma ve ülkelerin sürekli piyasa payının büyük kısmını elde ediyor olmalarını oluşan diğer tüm ekonomik faktörlerin yetersiz kalması, rekabet gücü kavramının öneminin artmasına neden olmaktadır

(Kuşat, 2011:123). Ülkeler arası destinasyon turizmin gelişmesi için farkındalık yaratabilmek adına rekabet gücü diğer ülkelere oranla fazla olması gerekmektedir. Günümüz dünyasında rekabet gücü ülkelerin birbirine karşı göstermiş olduğu güçlerin sonucunda gelişmektedir. Turizmde de farklı destinasyonların ülkeye kazandırılması ile turizm rekabet gücünde diğer destinasyonlara karşı ön plana çıkmaktadır.

Turizm sektöründe de yenilikçi destinasyonları rekabet gücünden dolayı geleneksel faktörlerin kısmen yeterli olmadığı görülmektedir. Sektörde niteliksel ve niceliksel özellikler ile sektörün gücü ve üstünlükleri bir arada değerlendirilip çıkan sonuçlara göre önlemler almak zorundadır. Niteliksel rekabetin belirleyici faktörler, çekicilik, doğal, kültürel özellikler ile beraber sunulan hizmet kalitesi, ürünlerin kalitesi gibi özellikler olarak tanımlamaktadır. Niceliksel özellikten bahsetmek gerekirse kur artışları ve para politikaları olarak tanımlayabiliriz. Son dönemlerde özellikle niteliksel rekabetin daha çok önemsendiği niceliksel rekabete oranla yapılacak olan yatırımların ve değişimlerin daha fazla yapıldı ortaya çıkmıştır (Kuşat, 2011:123). Genellikle niteliksel özellikler değişime girmediği sürece bölgede oluşan turizm çeşitliliği de yeterli seviyelere ulaşmamaktadır. Destinasyon yenilikçiliği günümüzde olduğu gibi önümüzde ki yıllarda da gelişim sağlayan ve yenilik yapan ülkeler pastada ki payın çoğunu alacaklardır.

Turizm sektörünün birçok alanda etkileşim içerisinde olduğu doğrudur. Özellikle politik, ekonomik, yasal, psikolojik çevresel gibi çok fazla sayıda faktörden etkilenmektedir. Turizm literatüründe bu tür faktörleri belirlemeye çalışan çalışmalar çok fazla yapılmamıştır. Yapılan çalışmalarda da rekabet gücünü etkileyen faktörler farklı olabilecek rekabet faktörlerine değinilmiştir. Aşağıdaki Çizelge 2.4'te modeller ve temel faktörler görülmektedir (Güripek, 2013:68).

Çizelge 2.4. Turizm destinasyonlarında rekabet modelleri (Güripek, 2013:70)

Yazarlar	Modelin Kapsamı
M. E. Porter, 1980,1995	* Faktör Koşulları * Talep Koşulları * Bağlı ve Destek Endüstriler * Örgüt stratejisi, Yapı ve Rekabet * Fırsatların ve Devletin Rolü
J. R. B. Ritchie ve G. I. Crouch, 2003	*Temel Kaynak ve Çekicilikler *Destek Faktörleri ve Kaynakları *Destinasyon Politikası, Planlaması ve Gelişimi *Destinasyon Yönetimi * Niteliksel Belirleyenler
L. Dwyer ve C. Kim, 2003	* Doğal ve Geliştirilmiş Kaynaklar * Destinasyon Yönetimi * Talep Koşulları * Bölgesel Koşullar * Destinasyon Rekabeti
C. Kim, 2000	*Birincil Kaynaklar *İkincil Kaynaklar *Üçüncül Kaynaklar *Dördüncül Kaynaklar
O. Bahar ve M. Kozak, 2004	*Niteliksel Faktörler *Niceliksel Faktörler
Dünya Ekonomik Forumu 2007-2013	*Düzenleyici Çerçeve *İş Ortamı *Kaynaklar

2.2.4.2. Destinasyonun rekabetçi yönü

Turizm kavramı, insanların sürekli ikamet ettikleri yer dışına seyahat etmeleri ve genellikle turizm işletmelerinin sunduğu mal ve hizmetleri talep ederek, satın alarak geçici konaklamalarından doğan olaylar ve ilişkiler bütünü olarak tanımlanması itibariyle, destinasyon kavramı ile doğrudan ve bütüncül bir ilişki içinde olduğu görülmüştür. Mevcut turizm yerlerinin pazarını ve çekiciliğini geliştirmek ve sunmak turizm için yapılacak en önemli faktörlerden birisidir. Destinasyon pazarını çekici kılmak bölgeye olan talebi artıracığı unutulmamalıdır (Eroğlu, 2018:36). Destinasyonun tanımı ise turistler için cazip kabul edilebilecek farklı doğal çekicilikler ve özellikleri barındıran yerler olarak tanımlanır (Duman, 2020:11). Rekabet kavramı ise insanlığın ilk yaşam alanlarından günümüze kadar devam eden bir kavramdır. İlk zamanlardan itibaren insanların hayatta kalma mücadeleleri ve en iyi olma, tek olma çabalarının doğal bir sonucu olarak ideal düzen oluşturulmaya

alışılmıştır (Ödemiş vd., 2017:22). Dünyanın en büyük üç hizmet sektöründen biri durumunda olan turizm sektöründe, ülkeler paylarını ve turizm gelirlerini artırma çabaları içinde yer almakta ve turizm işletmeleri arasında rekabet gücü ve ekonomik yarış faktörlerinin önemi ortaya çıkmaktadır. lkeler için bu ekonomik yarış gün geçtikçe artmaktadır (Esen ve Kılıç, 2017:645). Birçok turizm destinasyonu; yeni iş alanları açmak, daha iyi yaşam koşulları sağlamak, döviz girdisini sağlamak ve turizm gelirlerini arttırmak gibi nedenlerle uluslararası turizm pazarında rekabet etmektedirler (Esen ve Kılıç, 2017:646). Turizmde rekabet bugün dünya ekonomisi içerisinde gelir sağlayıcı faktörlerin başında yer almakta, büyük oranda yatırım yapılan ve gelişen bir sektör konumundadır. Destinasyon turizmin olmazsa olmaz bileşenlerinden biri iken turizm, bir destinasyonun gelişimini etkileyen en önemli ekonomik ve sosyal faaliyetlerden biridir. Rekabetin hızla arttığı ve müşterilerin daha bilinçli ve seçici olduğu günümüzde, turizm sektörü de büyük bir baskı altında bulunmaktadır (Eroğlu, 2018:35). Turizm birçok ülke ve bölge için yeni bir turizm pazarını temsil etmekte ve turist destinasyonları ile bu destinasyonlardaki girişimciler için benzersiz bir rekabet avantajı sağlamaktadır (evik ve Saçılık, 2011:522). Turizm sektöründe yoğun bir rekabet içerisinde olan turizm işletmeleri, ürün ve hizmetlerine rakiplerinden farklı ilave özellikler keşfederek farklılaşmak ve güçlü birer turizm işletmesi haline gelmesi ve varlığını devam ettirebilmesi gerekmektedir. İşletmeler olduğu kadar, ülkeler ve bölgelerinde, destinasyonlarının sahip oldukları özellikleri ön plana çıkararak, keşfederek bir marka haline gelmek, böylece dünya üzerindeki turizm hareketliliğinden olumlu ynden faydalanması ve turizm gelirlerinden daha yüksek payı almak amacı içerisindedir. Bir ülkenin tek destinasyon anlayışı terk edilerek, ülkelerin çeşitli bölgeleri ve bölgelerin belli şehirlerinin turistik ürün kimlikleri ön plana çıkarılarak bölgesel ve şehirsel turistik tanıtım ve pazarlama anlayışı gittikçe artmaktadır. Bölgelerde keşfedilmemiş destinasyonları ortaya çıkarmak, ülkeye olan talebi artırır dolaylı olarak şehrin gelişmesine sebep olur. Bazı destinasyonlar insanların algılamasında daha önemli bir konumdayken bazıları ise değildir. Destinasyonlar keşfedilirken bulunduğu bölgenin iklim koşulları ve fiziki yapıları göz nnden bulundurularak destinasyonun srekliiliğini sağlanabilmesi, detaylı çalışmaların yapılması gereklidir. Srekliiliği sağlanan destinasyonların bölgeye büyük oran da ekonomik katkı sağlar. nemli olan bireylerin algılarında güçlü bir imaj yaratacak unsurları belirlemek ve

geliştirmektir (Gülmez vd., 2011:2). Farklı destinasyonlar, gelen turistlerin ilgisini çekecek ve bölgeye olan talebi artıracakı belirtilmektedir.

2.2.4.3. Hedef yenilikçiliği

Hızlı değişimin, gelişim ve yeniliklerin hakim olduğu günümüzde, işletmelerin rekabet üstünlüğü elde edip, varlıklarını idame ettirmeleri için gerekli olan öncelikli koşul, mevcut işin nasıl geliştirileceği, değişime nasıl ayak uydurulacakı yenilenme ekseninde yoğunlaştırıldığı görülmektedir. Rekabetçi turizm sektöründe düşük maliyetler, geliştirilmiş hizmet ve ürünler, belirlenen doğru hedefler ve bilgi iletişim teknolojileri rekabet gücünü kapsar. Yenilikçi turizm işletmeleri daha çok konuk çeker; daha çok ürün/hizmet satar ve daha büyük kazanç sağlarlar. İşletmelerin bölgede ki varlıklarını düşünerek belirleyeceği hedefler doğrultusunda doğru adımlar atıp hedefe ilerlemesi gerekir. Alınan hedefleri geliştirerek ve hedef tam olarak nedir ve bu hedefe ulaşmak için neler yapmak gerekir gibi soruların cevabını bulmak işletmeyi ileriye götüreceğini bilmek gerekir. Turizm sektörü için yenilikçilik, tasarımları taze tutan, daimi konukları özendirdiği kadar yeni konukları da cezbeden oksijendir (Vardar, 2018:5). Turizmde destinasyonlara olan erişimin yerli ve yabancı turistlere daha kolay bir şekilde sunulması mevcut destinasyonun aktif olarak sektörde yer almasına sebep olur. Bu bakış açısı ile bakıldığı zaman destinasyonlarda hedeflenen yenilikler öncelikle destinasyon merkezlerinin bulunup, ulaşım ve erişiminin sağlıklı bir şekilde sağlanmasıyla hedeflenen turist potansiyeline ulaşılacaktır.

2.2.4.4. Bilgi kalitesi

Tarihsel sürece baktığımızda toplum yapısının ve yaşayış şeklinin değişime uğraması ile birlikte çevrenin de değişikliğe uğraması bir gerçektir. Bu süreç ilkel toplumlarda başlayıp, tarım ve sanayi toplumuna kadar uzanmaktadır. İçinde bulunduğumuz bilgi toplumunun temelini, bilgi ve iletişim teknolojileri oluşturmaktadır. Günümüzde insanlar teknolojik gelişmelerin sağladıkları imkanlarla, daha etkin bir yaşam sürdürme ve daha rahat yaşama olanağına sahip olmaktadırlar. Teknolojik gelişmelerin ve bilginin hızla ilerlediği günümüzde ekonomik yapıda, üretim biçiminde ve yaşam biçiminde önemli sonuçları olmakta ve bununla bağlantılı

olarak, bilginin anlamı, işlevi ve yorumlama şekli değişmektedir. Bilgi ve bilgi kalitesine, doğruluğuna önem veren, bilgi ve satış yetenekleri gelişmiş bir bölgede, turizm kaynaklarının doğru kullanması ve tahrip edilmemesi ve teşvik edilmesi, turistin doyum sağlaması ve turistik kaynakların gelecek nesillere aktarılmasını ve her sene mevcut turist sayısından daha fazla turist ağırlamağı sağlamak olanaklı hale gelebilecektir. Kullanılan bilginin doğruluğu ve kullanım şekli bölgenin gelişmesi ve daha fazla turisti bölgeye çekmek için önem göstermektedir. Bu açıdan sürdürülebilir turizmde, destinasyonun oluşum ve gelişimiyle, turizm ürününün üretilmesi, doğru bir şekilde sunulması, pazarlanması ve geliştirilmesinde bilginin üretilmesi, doğru kullanılması, dağıtılması ve değişiminin önemini incelenmeden önce bilgi kavramının tanımlanması ve açıklanması yerinde olacaktır. Bilgi tanımlarına bakıldığında bilgi ile ilgili şu sonuçlar ortaya çıkmaktadır;

- Bilginin temelini veri ve enformasyon oluşturur.
- Bilgi, enformasyonun rasyonel bir biçimde akıl süzgecinden geçmesi ve yorumlanması ile ortaya çıkar.
- Karar verme, planlama, karşılaştırma, değerlendirme, analiz, tahmin, tanı vb. yaşamın her alanına dayanak oluşturacak eylemlerin temelini teşkil eder.

Bilgi tanımlarındaki önemli noktalar, veri ve enformasyonun analizi ile beraber değerlendirilmesidir. Daha iyi ve daha hızlı bilgiye ulaşmanın öneminin yanında yeni bir değer yaratmak üzerinde durulan noktalardandır. Bir işletme açısından, bilgiye hızlı ulaşılmasını sağlamak, doğru bilgiyi doğru zamanda bildirmek müşteri memnuniyetini, beklentisini olumlu yönde artırıcı bir etki yaratır ve sorunların hızlı çözülmesini sağlayabilir. Bu şekilde gerçekleşen bilgi hızı işletmeyi ya da ürünü tercih eden müşterilerde devamlılık söz konusu olur. Çünkü memnun kalan müşteri bir sonraki tercihinde işletmeyi tercih etme sebebi olur (Özkök ve Gümüş, 2009:53).

2.2.4.5. Girişimci öğrenimi

Girişimci Öğrenimi kavramının tanımında olduğu gibi girişimciliğin tanımında da ortak bir tanım söz konusu değildir. Girişimci Öğrenimi net bir tanımını yapmak zor olmakla birlikte, girişimcilik ile ilgili olarak literatürde öne çıkan tanımlara bakıldığında Schumpeter (1934); girişimciliği ürünlerin, süreçlerin,

organizasyonların ve pazarların yeni bileşenlerinin oluşturulması olarak tanımlamaktadır. Bireylerin finansal ve ekonomik bağımsızlıklarını kazanması ve kendi özgüvenini geliştirebilmesi için önemli fırsatlar sunan girişimcilik; iş yaratmaya, iş geliştirmeye inovasyona ve ekonomik anlamda büyümeye katkı sağlayarak girişimcilere destek olarak ekonomiye fayda sağlamak herkesçe bilinen bir kariyer yöntemidir. Dolayısıyla birçok ülkede girişimcilik açık bir politika türüdür. Hükümetler artan bir şekilde girişimciliği geliştirmeye yönelik politikalar ortaya koymaya çalışmaktadır. Günümüzde Türkiye’de işyeri açma konusunda genç girişimcilere sağlanan desteklerde bu girişimcilik türüne örnek olarak gösterilebilir. Fakat literatürde hala bir girişimci olma kararını belirleyen unsurların neler olduğu konusunda bir fikir birliği yok denecek kadar azdır. Dolayısıyla girişimciliği geliştirmeye çalışan politikalar da yetersiz kalmaktadır (Tekin vd., 2018:4). Bu konuda desteklerin daha fazla artırılıp girişimcilik konusunda kendimizi geliştirmemiz gerekir.

2.3. Kış Turizmi ve Tanımı

Kış turizmi son zamanlarda ülkenin ekonomik durumuna ve sosyal yaşantıya önemli katkıları bulunmaktadır (Demir vd., 2020:1347). Kentlerde gürültü, hava kirliliği, stresli iş hayatları vs. gibi nedenlerden dolayı insanların şehir hayatından uzaklaşması doğa hayatına olan ilgiliyi artırmıştır. Bu sebepten dolayı dünyada alternatif turizm çeşidi doğmuştur. Böylelikle oluşacak yeni turizm çeşidi için tüm dünyada çalışılmaya başlanmıştır. Bunlardan ilki olarak kış turizmi ortaya çıkmıştır. Kış turizmin en önemli yararlarından bir tanesi bölgede oluşan turizm sezonunu 12 aya yaymakta lokomotif görevi görmektedir (Özbay, 2018:203). Daha düşük ve daha yüksek senaryoları altında kış iklimi değişkenliğinin kayak turizmi üzerindeki gelecekteki ekonomik etkisinin ölçülmesinde belirsizlik devam etmektedir. Önceki çalışmalar daha sıcak kış sıcaklıkları, kar mevsimi ve kar paketi uzunluğundaki azalmalar ve kar yerine yağmur şeklinde daha fazla yağış geleceğini tahmin ederken, bu tür iklim değişkenliğinin kayak turizmi üzerindeki ekonomik etkisini tahmin etmek zorlaşmıştır (Burokowski, 2012:9).

İnsanların çevreye olan ilgileri gün geçtikçe artış göstermektedir. Doğal çevre ortamı insanların günlük yaşantıdan uzaklaşarak farklı bir ortama girme isteği gün geçtikçe

artmaktadır. Bundan dolayı eskiden olduğu gibi sadece konaklama ve seyahat kimliğinde uzaklaşıp doğa ve manzara turizmine doğru yönelmiştir. Çünkü günümüzde insanların özellikle kentlerde yaşayanların uzun çalışma saatleri ve stresli iş seyahatlerinden dolayı tatil talepleri oluşmaktadır (Özbay, 2018:203). Günümüzde sanayileşme ve kentleşmenin yoğun olarak yaşandığı bu zamanlarda kişilerin tatil ihtiyaçları da hızla artmaktadır. İnsanların yaşam standardının yükselmesi ile birlikte yaz dönemlerinde tatile giden turistlerin kış döneminde de tatil yapma ihtiyaçları oluşmaktadır. İnsanlar, dinlenmek ve iş hayatından uzaklaşmak sağlıklı bir ortamda kalmak için doğa ve ormanlık alanlara doğru yönelmeler başlamıştır. Bu yönelme, zamanla, doğa araştırmaları, Doğa yürüyüşleri, trekking gibi geziler, yürüme, tırmanma ve kışsporları gibi sportif amaçlı hareketleri de bünyesine alarak, özellikle kış turizminin de gelişmesini sağlamıştır. Kış turizminin nasıl amacı kayak alışkanlığı olan bireylerin geliştirdiği bir spor dalıdır. Kayak ile ilgili uğraşan ve geliştiren kişiler tarafından ve alışkanlıklardan oluşmaktadır. Kış turizmini tercih eden turistlerin de sadece kayak ve snowboard değil eğlence ve animasyon vb aktiviteler ile de desteklenmektedir. Konaklama, ulaşım, iletişim gibi altyapı hizmetleri bölgeye gelen turist sayılarını da dolaylı olarak artırmaktadır. Kayak merkezinin sürekli hazır halde olması ve ekipmanların bakımlarının sürekli yapılması önemlidir. Özellikle kayak turizminin bir bölgede gelişmesinde ki en önemli faktörler de biriside kayak pistleri ve telesiyelerin kaliteli olması gerekmektedir. Diğer taraftan, belli yükseklikteki yerlere, kayakçıları taşıyacak temel bazı mekanik tesislerin bulunması bölgede olması gerekir. Telesiyej ve teleski gibi tesisler, kayakçıların kullandığı belli başlı ekipmanlar arasındadır (Mursalov, 2009:17).

Kış turizm dünyada en hızlı büyüyen turizm çeşitlerinden bitanesidir. Türkiye’de dünyaya göre daha geç başlanmıştır. Özellikle 2000 yılından itibaren Türkiye’de hızla gelişmeye başlamıştır (Evren ve Kozak, 2018:45). Kış turizmi, yoğun kar yağışı sonrası dağın yüksek kesimlerinde yoğunluk kazana bir turizm çeşididir. Bu durum tüm dağlarda ve yüksek kesimlerde değil turizme ve bu spora uygun alanların belirlenmesiyle ortaya çıkar. Kayak sporuna uygun alanlar, kar şartlarının ve kar yoğunluğunun fazla olduğu alanlarda özellikle kış aylarında gerçekleşen turizm çeşididir (Altaş vd., 2015:346). Genelde dağ turizmi çeşitleri kış aylarında yapıldığı bir gerçektir. Bundan dolayı kış sporları özellikle kayak sporu bölgede en önemli başlıca sporlardan birisidir (Başyigit, 2018:1). Kış turizm faaliyeti denildiğinde akla

ilk gelen faaliyet olan kayak ve snowboard, kış turizminin gelişmesindeki en önemli etkenlerden biridir. Bundan dolayı yükseltinin ve yüksek dağların bulunduğu yerler kayak sporunun gelişebileceği turizm yerleri olabilir (Altaş vd., 2015:346).

Kış turizmini sadece kayak turizmi olarak nitelendiremeyiz. Birçok kış turizm merkezleri, kayak turizmin yanında doğal ve tabiat turizmini de içine alarak bölgeyi satmaktadır. Örneğin, Finlandiya'nın Laplandya bölgesindeki büyük buzdan oteller bulunmaktadır. Oteli tercih eden misafirler buz bardaklarda ve oturma gruplarında eğlenceli vakit geçirmektedir. Norveç ülkesinde ise buz kayak pistleri kurulup köpeklerin çektiği kızak yarışmaları düzenlenmektedir. Kısacası kayak merkezleri sadece kayak sporunun yapıldığı yerler olarak satışının yapılması değil farklı destinasyon ve ilgi çekici alanların da oluşturularak bölgeye turist çekmek gerekir (Mursalov, 2009:18). Burada ki en önemli faktör yapılan turizmin sadece tek yönlü olarak satışını yapmak değil o bölgede geliştirilebilecek yan dalları keşfedip sunmak önemlidir.

Kış turizmi arz ve talep anlamında en hızlı gelişen turizm dallarından birisidir (Evren ve Kozak, 2018:45). Kış sporları turizmi, kayak turizmini her yıl gün geçtikçe ilgi ve talep artmaktadır. Özellikle dünya turizminde büyük gelişme göstermiştir. Turizmin sadece yaz döneminde güneş ve deniz turizmin haricinde farklı bir turizmin olduğunu göstermiştir (Altaş vd., 2015:346). Çünkü turizm sadece deniz ve kum yaz dönemi değil turizmin bir bölgede gelişmesini sağlamak için tek döneme değil yılın tüm aylarında turizmin farklı dallarda geliştirmek gereklidir. Özellikle kayak turizmi farklı diğer turizm kollarına göre daha fazla ve kaliteli turist faydalanır. Özellikle gelişme olan ülkeler bu durumdan dolayı ülkenin ve dolaylı yünden bölgenin kalkınması için bu sektöre büyük önem vermektedir. Ayrıca bu ülkeler turizm arz potansiyelini değerlendirerek, elindeki mevcut kaynaklara göre turizm sektöründe aktif olarak kendini göstermektedir. Özellikle turizm faaliyetlerini 12 ay olarak uygulamak isteyen ülkeler kış turizmine öncelik vermektedir (Mursalov, 2009:1). Deniz - kum yani yaz dönemi satışlarını yapan ülkeler kış dönemi hizmeti sunmak içinde turizmi 12 aya yayma politikasında büyük avantaj sağlamaktadır. Çünkü, kayak turizmi için geliştirilen dağlık bölgeler daha sonra kültür turizminde de varlığını göstermektedir. Bu yatırımlar ile beraber bölgenin birçok alanda turizm çeşidi sağlamasına zemin hazırlamıştır. Dağlık bölgeler yaz aylarında da eşsiz

manzaralar ve doğa güzellikleri ile turistleri çekmektedir. Kış aylarında kış turizm merkezi olarak kullanılan bu yerler yaz aylarında doğa turizmi, yayla turizmi, gençlik kampları, kongre turizmi, dağ turizmi, spor ve kamp turizm gibi diğer etkinlikler için de kullanılabilmektedir (Mursalov, 2009:2). Daha yüksek sıcaklıklar ve daha fazla güneş ışığı, dağ tatil yerlerini uluslararası ve yerli ziyaretçiler için daha çekici hale getirir. Özellikle yürüyüş ve dağla ilgili diğer spor aktiviteleri küresel ısınmadan ve daha fazla güneş ışığından fayda sağlayacaktır. Özellikle bu tarz yerler yazın bölgede oksijenin iç kesimlere göre daha fazla olması bölgenin yazın spor kamplarına ev sahipliği yaptığı gözlemlenmektedir (Falk, 2011:15).

Uzun vadeli hava durumu ve turizm talebi arasındaki ilişkideki sonuçlar göz önüne alındığında, geleceğin etkilerinin ne olduğunu araştırmak gerekir. İklim değişikliği kış turizmi için büyük tehdittir. İklim değişikliğinin önemli ölçüde daha yüksek sıcaklıklar getirmesi beklenmektedir. Avrupa Alpleri, küresel ortalamaya göre kar miktarında ve kar s resinde bir düşüşü var ve gelecekte de kar yağışlı gün sayısında düşme beklenmektedir. Kar yağışının az olduğu kış aylarında ortalama gecemelerde azalma olacağı sonuçlardan anlaşılmaktadır. Benzer şekilde, güneş ışığındaki bir artış (veya buna karşılık gelen bulutluluktaki bir azalma), kış turizmi talebinde bir azalmaya yol açacaktır. Ancak, etkilerin büyüklüğü çok k  k olacaktır. Ilıman kış gibi aşırı hava olaylarının meydana gelmesinde bile Avrupa Alplerinde 2006/2007 turizm talebinde çok k  k düşüşlere yol açmıştır (Falk, 2011:15).

Türkiye, Alp Dağları'nı Himalaya'lara ulaştıran Toros ve Kuzey Anadolu kış turizmine çok uygun olmasına rağmen yıllarca bu bölgelerde turizm faaliyeti gelişmemiştir. Jeopolitik konum itibariyle Türkiye de birçok keşfedilmeyi bekleyen dağlar vardır. Kayak turizmin bir bölgede gelişmesinde ki en önemli faktörler birisi de ulaşım ve dağın kayak alanlarına uygunluğu ölçüt olarak alınmaktadır (Altaş vd., 2015:346). Özellikle 2000 yılından itibaren bu alanda yapılan yatırımlar meyvesini vermeye başlamıştır. Daha  nceki yıllarda sadece Bursa Uludağ ve Erzurum Palandöken gibi kayak merkezi varken daha sonra ki yıllarda birçok ilde yatırımlar yapılıp turistik tesisler açılmaya başlanmıştır.

2.3.1. Türkiye’de ve dünyada kış turizmi

Türkiye’de ve Dünya’da insanların yaşam standartlarını yükselmesiyle beraber yaz mevsiminde ki tatillerini döneme yayıp kış mevsiminde de tatil ihtiyaçları ortaya çıkmaktadır (Özbay, 2018:204). Ülkeler artık sadece bölgede bulunan tek ürüne değil yaz ve kış olarak tüm mevsimlerde bölgeye turist çekmek için birçok çalışmalar yapılmıştır. Yapılan çalışmalar da insanların artık sadece deniz-kum-güneş değil farklı destinasyonlara da yöneldiği görülmüştür (Demir vd., 2020:1349). Deniz-kum-güneş turizminden sonra en çok tercih edilen turizm destinasyonu olan kayak turizmi dört temel unsur etrafında toplanmıştır. Kayak yamaçları, kayak liftleri (mekanik tesisler), kayak okulları ve konaklama olanakları olarak bölümlere ayrılmıştır. Ayrıca; kayak ekipmanları, yiyecek içecek ve alternatif eğlence ve piknik alanları kış turizmin bileşenleri arasındadır. Ulaşım ve altyapı olanaklarının gelişmişliği o bölgenin destinasyon açısından gelişmesini sağlar (Evren ve Kozak, 2019:46). Bu kapsamda, kış turizmini tercih eden yerli ve yabancı turistlerin memnun kalması için kayak yamaçlarına, bu yamaçlara ulaşmayı mümkün kılan gelişmiş liftlere, nitelikli kayak eğitimi veren okullara, konaklama tesislerine, ulaşım olanaklarına ve destek unsurlara ihtiyaç duyulmaktadır. Artan sıcaklıklar ve karın az yağdığı kış mevsimleri, kış turizmi sektörü için büyük bir zorluk teşkil etmektedir. Değişen doğal kar güvenilirliği, turizm talebini etkiler ve kayak alanı operatörleri, artan teknik kar üretimi ihtiyacıyla karşı karşıya kalır (Damm vd., 2012:1). Özellikle son dönemler de küresel ısınma ile beraber birçok bölgede kışın kar yağışının az ve kısa sürmesi yapay karlama sisteminin de geliştirilmesi gerekmektedir. Çünkü bir bölgede kar yağışının az olması o bölgede o sene turizmin yapılmamasını sağlar. Milyarlarca dolarlık bir sektör olan kayak turizmi ve kayak turizmin gerçekleşmesi için sadece karın yağmasının beklenmesi 1950’den itibaren büyük yatırımcıların kar makinelerini üretmelerini sağlamıştır. Günümüzde birçok kayak merkezinde olmasa da yapay kar makinası bulunmaktadır (Evren ve Kozak, 2019:46).

Kış turizmi algısı dünyada yaklaşık MÖ 6000-8000 arasında oluşmaya başlamıştır. 1900’lerin hemen başında da kış turizmi olarak dünyada yaygınlaşmaya başlamıştır. Özellikle 1970’li yılların başında artık dünyada kış turizmi algısı oluşmuştur. Türkiye deki bu durum ise çok ta farklı değildir (Evren ve Kozak, 2019:47). Bu yönde oluşan talebi karşılamak adına özellikle gelişmiş ülkelerde mevcut turistik

ürünlerini geliştirmişler sonucunda da kış turizmi ortaya çıkmıştır (Demir vd, 2020:1349). Özellikle Orta Avrupa ülkelerinden İsviçre ve Avusturya Alp Dağlarında alternatif turizm çeşidi olan kış turizmin olanaklarının ve bölgeye kattığı ekonomik gelirlerin İspanya sahilleri ile yarıştığı bilinmektedir (Özbay, 2018:203).

Kayak yapmanın geçmişi, Norveç, İsveç, Finlandiya gibi ülkelerdeki kadar eski olmasa da kayak 1930'larda şu an Türkiye'de halen en popüler olarak kabul edilen Uludağ'da turizmin bir ögesi haline gelmiş ve 1960-1970'lerde Uludağ, Türkiye'nin en gözde destinasyonlarından biri olmuştur. 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 pazarlarından biri olan Ankara ve İstanbul'a iyi bir şekilde hitap etmesinden dolayı Uludağ'ın eski yoğunluğunu elinden almıştır. Ayrıca zamanla ulaşımın kolaylaşması, ulaşım maliyetlerinin azalması, kayağa olan ilginin artması vb. nedenlerle, ana pazarlara uzak olan Palandöken ve Sarıkamış'ında etkili olarak kullanılmasını sağlamıştır (Evren ve Kozak, 2019:47).

Dünyada birçok ülkede kayak turizmi yapılmaktadır. Özellikle ABD, Japonya ve Fransa olmak üzere birçok ülkede 200 den fazla kayak merkezi bulunmaktadır. Bu ülkelere yılda 1 milyondan fazla turist gelmektedir. Bu ülkelerin en başında turist sayısı olarak tercih edilen ülke ABD olarak karşımıza çıkmaktadır. Avusturya ve Fransa gibi ülkeler kendilerini geliştirmek adına çok fazla yatırım yapmakta önümüzdeki yıllarda diğer ülkelere gelen misafir sayısına ulaşmayı hedeflemektedir (Koşan, 2013:296).

Yüzyıllardır gelenek, görenek ve spor çeşitleri iklimsel durumlara göre çeşitlenmektedir. Son yıllardır küresel ısınma ileberaber oluşan yoğun sıcaklık insanları kış mevsimine ve sporuna doğru yönlendirmiştir (Demir vd., 2020:1348). Turistin belirli bir bölgeyi tercih etmesinde birçok motivasyon unsuru etkili olabilmektedir (Koşan, 2013:295). Tatilcilerin sadece yaz döneminde tatil değil kış döneminde de tatil yapma ihtiyacı doğmuştur. Bu bağlamda kış turizmi farklı bir spor turizmi olarak ülkemizde gelişme göstermektedir (Demir vd., 2020:1348). Türkiye'de gerçekleşen turizmin genelde Ege ve Akdeniz kıyılarında yoğunluk

kazandığı bilinmektedir. Turizm Bakanlığı bölgede oluşan yoğunluğu dengeleyerek diğer bölgelerde de turizm çeşitleri oluşturmaya başlamıştır. Yeni turizm adımları doğrultusunda turizmin yoğunlaştığı kıyı bölgeler haricinde İç Anadolu, Karadeniz ve Doğu Anadolu Bölgelerinde de yatırımlar yapılarak bölgenin gelişmesi ve ekonomik açıdan fayda sağlanması amaçlanmıştır. Bakanlık tarafından bu amaçla çalışmalar düzenli olarak yapılmaktadır. Bölgede yapılacak olan turizm faaliyetleri devlet destekli olarak yapılması gerekmektedir. Bölgedeki yatırımları yatırım yapacak kişileri ile devlet ortak hareket etmesi durumunda kış merkezlerinin gelişim süreci hız kazanmaktadır (Özbay, 2018:205). Gelişmekte olan dünyada ülkemiz bu yatırımlar sayesinde hedeflenen noktaya hızla ilerlemektedir (Demir vd., 2020:1349).

Türkiye orta kuşak bir ülke ve konumda olmasına karşın özel konumu bölgede buluna ayrıcalıklarından dolayı ülkeler arasında oldukça önemli bir kış turizmi konuma sahiptir (Altaş vd., 2015:345). Türkiye kış turizmi ve dağ turizmi açısından oldukça elverişli bir konumdadır. Bu durumu turizme kazandırmak adına Turizm Bakanlığı 20 adet dağ ve kış sporu merkezlerini Turizm Teşvik Kanunu doğrultusunda Turizm Merkezi olarak ilan etmiştir. Turizm merkezi olarak ilan edilen bölgelerde koruma ve teşvik etme politikası uygulanmıştır. Bakanlık tarafından turizm merkezi ilan edilmiş olan 28 adet turizm merkezlerinin dağılımı Şekil 2.5'te belirtilmiştir (Özbay, 2018:206).



Haritada kış turizmine dair aktif ve pasif olarak olarak gerçekleşen turizm merkezlerinin dağılımı gösterilmektedir. İşletmeler incelendiğinde mekanik açıdan en kapasitesi en yüksek olan merkez Erzurum-Palandöken, bu merkezi takip eden Kayseri-Erciyes olduğu görülmektedir. Bu iki merkezi takip eden diğer tesis ise Bursa Uludağ Kayak Merkezi gelmektedir. Fakat mekanik açıdan en donanımlı yer olarak Bursa Uludağ Kayak Merkezi gösterilmektedir. Bu durum tabi ki konum olarak bölgenin İstanbul ve Kocaeli gibi büyükşehirlere yakın olması bölgenin de diğer bölgelere oranla daha fazla gelişmesine sebep olmuştur (Özbay, 2018:206).

Çizelge 2.5 incelendiğinde kış turizminde faaliyette olan turizm merkezleri karşılaştırıldığında ilk üçü; Palandöken, Uludağ ve Köroğlu'nun oluşturduğu görülmektedir. Hedeflenen yatak kapasitelerinin oldukça yüksek olduğu görülmektedir. Yatak kapasitesi olarak yatırım yapılmak istenen merkez Kars Sarıkamış'tır. Şu an kullanılan kapasiteyi artırıp yaklaşık 12 000 yatak kapasitesi hedeflenmektedir. Diğer kapasite artışı Erciyes Kayak Merkezinde yapılması planlanmaktadır. Yatırım yapılmak istenen en önemli bölgelerden birisi de Erzincan Ergen Dağı olduğu belirtilmektedir. Ardahan Yalnızçam Uğurludağ kayak merkezi Merkezi de ikincil derecede önemli yer olarak belirtilmiştir (Özbay, 2018:206).

Çizelge 2.5. Kayak merkezleri (Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü KTKGB: Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Merkezi, 15.06.2022)

No	Tm/Ktkgb	Puan Durumu		Yatak Kapasitesi		Mevcut Mekanik Tesisler		
		Çdp	Nip/Üip	Mevcut	Hedef	Adet	Kapasite Kişi /Saat	Uzunluk m.
1	Erzurum Palandöken KTKGB	Var	Var	2466	8850	19	24563	22018
2	Bursa Uludağ 2.Gelişim Bölgesi KTKKB	Var	Var	2250	3500	22	15000	16145
3	Bolu Köroğlu Dağı KTKGB	Var	Var	1713	4000	14	10000	10380
4	Kayseri Erciyes KTKGB	Var	Var	1072	6000	13	19300	21832
5	Kastamonu Çankırı Ilgaz KTKGB	Var	Var	1217	1300	6	5639	5983
6	Kars Sarıkamış KTKGB	Var	Var	1013	12000	4	5348	6263
7	Kocaeli Kartepe KTKGB	Var		800	1000	4	6400	3250
8	Isparta Davraz Dağı KTKGB	Var	Var	467	1600	4	3800	3621

Çizelge 2.5. Kayak merkezleri (Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü KTKGB: Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Merkezi, 15.06.2022) (Devam)

9	Sivas Yıldız Dağı KTKGB	Var	Var	110	1600	3	3000	4547
10	Çankırı Kadınçayırı Yıldıztepe KTKGB	Ilgaz	VAR	80	400	1	1200	1588
11	Ardahan Yalnızçam Uğurludağ KTKGB	Var	Var	74	4250	3	2800	5250
12	Bayburt Kop Dağı KTKGB	Var	Var	60	810	1	600	1220
13	Gümüşhane Zigana KTKGB	Var	Var	40	470	1	843	661
14	Erzincan Ergen Dağı KTKGB	Var	Var		8000	3	3450	6967
15	Denizli Tavas Bozdağ KTKGB	Var	Var		2250	3	2400	3822
16	Samsun Ladik Akdağ KTKGB		VAR		800	1	800	1360
17	Aksaray Hasan Dağı KTKGB	Var	Var	97	1235			
18	Mersin Tarsus Gülek Karboğazı KTKGB	Var			8000			
19	Gümüşhane Çakırgöl KTKGB	Var	Var		5600			
20	Antalya Alanya Akdağ KTKGB	Var	Var		3000			
21	Muğla Eren Dağı KTKGB	Var			1500			
22	Gümüşhane Süleymaniye KTKGB	Var			1180			
23	Artvin Kafkasör KTKGB	Var	Var		2000			
24	Düzce Gölyaka Kardüz Yaylası KTKGB	Var	Var		380			
25	Malatya Hekimhan Yamadağı KTKGB	Var						
26	Rize İkizdere Ovit Dağı KTKGB							
27	Antalya Akseki Göktepe KTKGB	Var	Var		450			
28	Bitlis Sapgör Kış Sporları TM							
29	Konya Derbent Aladağ KTKGB	Var						
	TOPLAM	25	21	11 459	80 175	102	105 143	114 907

Türkiye’deki turizm anlayışı uzun yıllardır bir türlü gelişme sağlanamamıştır. Yapılan yanlış uygulama ve politikalar Türkiye’nin Dünya turizminde kendini geliştirememesi ve yeterince bölgeyi geliştirememesi turizm gelirleri açısından istediği geliri sağlayamamıştır. Deniz-kum-güneş turizminin satışından dolayı bölgelerde çarpık yapılaşma ve doğal güzelliklerin bozulmasına neden olmuştur. Bundan dolayı koruma – kullanma dengesi göz önünde tutulmak şartıyla, “Kış Turizmi Merkezi” kurulacak bölgelere bu şekilde düzenlemeler yapılması gerekir. Bu durum ise yatırımcıların ve bölgede yaşayan halkın bilinçlenmesiyle ortaya çıkar (Özbay, 2018:208). Tüm bu durumlar doğrultusunda Türkiye’de genel bir “Turizm Politikası” oluşturulmalı ve turizm politikası aşağıda belirtildiği şekilde uygulanması gerekmektedir.

- Kış turizmine yönelik fuar ve tanıtımların her sene düzenli olarak Türkiye de ve Dünyada yapılması
- Avrupa standartlarına uygun kayak pistleri ve işletmelerin yapılması
- Kış turizminin reklamın yaparak bölgeye turist çekmek
- Özellikle turizm bölgelerinde altyapı sorunların tamamen ortadan kalkması
- Bölge halkına turizm eğitimleri vererek turizme kazandırmak
- Bölgeye oluşacak ulaşımın sağlanması
- Organizasyonlar, şenlikler vs düzenli olarak her yıl yapılması (Özbay, 2018:208).

2.3.2. Kış turizmin yararları

Kış turizmi dünyada özellikle dağlık bölgelerde gelişen ve bölgeye oldukça fazla ekonomik fayda sağlayan bir turizm türüdür. Kış turizmini tercih eden yerli ve yabancı turistler bölgede karşılaşacakları olumsuz durumdan bölgeyi tercih etmemeleri gibi durumlar olduğunda dolayı algılarını ve taleplerini iyi bir şekilde analiz etmek gerekir. Kış destinasyonların sürekli değişen taleplerden dolayı gerekli tanıtım ve pazarlama tarafını güçlü tutmak gerekir. Ayrıca bölgeye sadece kayak yapan misafirler değil kayak yapmayan turistlerde geldiği için ihtiyaç duydukları rahat ve konforlu bir ortam oluşturulması da önemlidir (Alagöz ve Dereli, 2020:2806).

Günümüzde turizm destinasyonu açısından kendini geliştirmiş ülkelerdeniz-kum-güneş, yada kültürel turizm açısından iyi durumda olan ülkeler ayrıca turizm destinasyonlarını artırmak, turizmi 12 aya yaymak ve kaliteli personelleri kaybetmemek amacı ile ülkelerinin eğer sahip oldukları kış turizmi destinasyonu mümkün ise bu konuda ülkeler kendilerini geliştirme yoluna gitmişlerdir (Mursalov, 2009:22). Çünkü genellikle insanlar yaz mevsiminde tatil yapma ihtiyaçları oluşmaktadır fakat günümüzde artık kış mevsiminde de bu alışkanlıklarını sürdürmeye devam etmektedir (Demir vd., 2020:1348).

Konum itibariyle kış turizmin yapıldığı yerler dağlık bölgeler olduğu için o bölgede yapılan yatırımlar altyapı vd gibi sorunlarında yapılması için yatırımların yüksek olması gerekir (Mursalov, 2009:22). Yatırımlar yapıldıktan sonra asıl ve en önemli etken ekonomik faaliyetlerinin tamamının ‘Beyaz Altın’ yani kara bağlı olmasıdır (Demir vd., 2020:1348). Fakat bölgede yapılan bu yatırımlar eğer başarılı olursa gerek bölgenin gerekse Türkiye ekonomisi açısından önemli bir adım atılmış olur. Eğer bölgenin turizm açısından farklı bir destinasyonda da etkili bir şekilde mevcut ise kış turizm ile beraber turizm gelirleri bölgede artış sağlayacaktır. Özellikle Alp dağlarına sahip Avrupa ülkeleri, dağlık bölgelerde yaşayanların bölgeyi terk etmemeleri için o bölgede yatırımlar yapıp turizmi geliştirmeyi amaçlamıştır. Kış turizmin gelişmesiyle beraber o bölgede turizm gelişmiş olur ve bölgede yaşayanlar için gelir kaynağı ortaya çıkar (Mursalov, 2009:22).

Oluşturulan gelir kaynak ile beraber dağlık kesimlerdeki insan göçü durur ve bölgede turistik arz potansiyeli gelişir. Bu durumlar sonucunda bölgedeki göç durur ve bölge turizme kazandırılmış olur. Sonuç; göç başarıyla durdurulmuş ve ülke ekonomisine büyük katkılar sağlanmıştır (Mursalov, 2009:22). Kış turizminin sağladığı faydalar aşağıdaki gibi sıralanabilir (Özbay, 2018:208):

- Kalkınmamış olan doğal bölgelerde turizmin gelişmesini sağlayıp bölgeye katkı sağlamak
- Turizm sezonunu uzatıp bölgede tüm yıl aktif olarak turizmin gerçekleşmesi
- Turizmle doğrudan ve dolaylı olarak etkilenen işletmeleri desteklemek.
- Sektöre yıl boyu istihdam yaratmak.

- Bölgeye turistin gelmesiyle beraber bölgede iş istihdamı oluşur.
- Bölgeler arası turizmin ekonomik dengesizliğini gidermek (Özbay, 2018:208).

Bu açıdan kışturizminin sağladığı yararları “Ekonomik Yararları” ve “Toplumsal Yararları” olarak iki ana başlık altında incelenmiştir (Mursalov, 2009:22).

2.3.2.1. Kış turizmin ekonomik yararları

Kışturizmine uygun olan ülkeler sezonu uzatmak adına büyük yatırımlar yapmaktadır. Mevcut turizm türlerinin satışını yapan yerli ve yabancı tur acentaları bölgede farklı destinasyonları satmak için girişimlerde bulunmuşlardır (Mursalov, 2009:22). Ülkenin kalkınması ve gelir kaynağını artırılması için en önemli destinasyonların başında kış turizmi gelmektedir (Demir vd., 2020:1348). Kış turizmini tercih eden misafirler yaz turizmin tercih eden misafirlere oranlara daha fazla harcama yapmakta ve bölgenin gelir kaynağını artırmaktadır (Gül vd., 2016:1225). Son yıllarda özellikle yayla ve kış turizmi gelişme göstermiştir. Bu durum personellerin sezonluk değil yıl boyu kullanımını sağlamıştır. Kış turizmi bölgede ekonomik açıdan büyük fayda sağlamaktadır. Kış turizmin özellikle ekonomik bir spor olmadığı için farklı gelirleri de beraberinde getirmektedir. Bölgede özellikle yiyecek içecek ve ulaşım gibi taleplerden dolayı bölge iş istihdamı artar işsizlik sayıları düşer. Çünkü turizm bir bölgede 12 aya yayılması bölgenin diğer bölgelere göre gelişmesini ve ekonomik açıdan gelişmesini sağlar.

Genel anlamda kış turizmi gerçekleşen bölgede bölgeye sağladığı ekonomik yararları aşağıda belirtilmiştir.

- Sosyal ve ekonomik açıdan gelişmemiş ve gelişmekte olan ülkeler dağlık ve ormanlık alanları turizme açıp ekonomik açıdan gelişmesini hızlandırmaktadır.
- Turizm mevsimini sadece yaz dönemi olarak değil kış dönemini de içine alarak sektörü 12 aya çıkarmak ve ekonomik döngüyü devam ettirmek.
- Yaz döneminde çalışan personelleri başka bölgelere gitmesinin önüne geçip tüm sene boyunca istihdam sağlamak.

- Bölgeyi tercih eden turistlerin sadece kayak sporunu yapmak değil bölgedeki diğer aktivitelerinde reklamın iyi yapıp bölgeyi ekonomik açıdan kalkındırmak gerekir.

Kış turizmi yatırım ve işleten kuruluşlar tarafından, konumu itibariyle çevresindeki işletme ve kuruluşlara da ekonomik fayda sağlamaktadır. Önemli gelir kaynaklarından gelirin çoğu bölge halkına dolaylı yünden yansımaktadır. Çünkü turizm bir bölgede aktif olarak bulunuyorsa o yörenin halkıda ekonomik açıdan kalkınır. Hizmet sektörü olmasından dolayı hizmet veren tüm sektörlerle iç içe çalışmaktadır. Turizm sektörü, turistik ihtiyaçların karşılanması da ekonominin içerisinde bulunan birçok sektör kolları ile çalışmakta bulunmayan sektörleri de ihtiyaca göre ortaya çıkarmaktadır (Mursalov, 2009:23).

Kış turizmin bir bölgeye olan faydasını araştıran Krippendorf önemli bir rapor sunmuştur. Krippendorf raporu, Unesco'nun Biyosfer programının araştırma plan serilerinin özeti ve Paysd'Enhaut, Aletsch, Grindelwald ve Davos'un da temelini oluşturur. Krippendorf raporunda, turizmin bölgeye muhtemel 7 faydasını açıklamıştır;

- Turizm bölgeler arası göçü durdurur,
- Bölgede iş istihdamı artar,
- Turizmin gelişmesi devlet gelirlerini de döviz bazlı artırır,
- Bölgede alt yapı sorunu çözülür,
- Turizmin geliştiği bölgede yatırımlar gerçekleşir,
- Kırsal turizm gelişir.

Krippendorf da belirttiği gibi kış turizmin bölgeye ekonomik katkı ve bölge halkının istihdamı konusunda oldukça fayda sağlamaktadır. Bölgede kurulan oteller ve yiyecek içecek işletmeleri bölge halkının iş istihdamını sağlar. Bölgede kullanılmayan dağlık bölgelerin kullanıma açarak bölgenin turizmini tüm yıla yayma imkanı ortaya çıkmaktadır. Ayrıca turizm sektörünün birçok sektörle de iletişim ve ekonomik açıdan bağlı olduğu için bölgenin de kalkınmasında önemli bir rol oynar (Mursalov, 2009:24). Yiyecek-içecek sektörü ulaşım, konaklama, kayak malzemeleri ve kayak

kurs etkinlikleri gibi kayak misafirlerine sağlandığı için hem bölgede iş istihdamı artar hem de ekonomik açıdan bölgeye fayda sağlar (Gül vd., 2016:1226). Kış turizmin sezondaki ciro etkisinin yaz sezonundaki döneme göre daha fazla olduğu gözlenmiştir. Yapılan araştırmalarda kış turizmine yaz turizme gelen turistlerden yaklaşık %37 daha fazla bölgede harcama yaptıkları görülmektedir. Bu durumda ortaya çıkan kış turizmin olduğu bölgelerde turizm açısından daha fazla ekonomi ve ciro sağlandığı görülmektedir (Mursalov, 2009:24).

2.3.2.2. Kış turizmin toplumsal yararları

Kışturizminin farklı diğer yararları göz önüne alındığında ormanlık ve dağlık alanlarda gerçekleşen sporun insan sağlığı için faydaları belirtilmiştir (Mursalov, 2009:24). Kayak ve diğer kış sporları farklı diğer turizm çeşitlerine göre kırsal ve kent insanların farkındalık oluşmasından dolayı ve sürekli bir kültürün oluşturulmasına katkı sağlamaktadır. Kayak sporunun kullanımının artması bölgede yapılan festivaller vs kayak sporu kültürünün artmasına sebep olur. Gerçekleşen bu kültür arttıkça bölgede bu spora ilgi duyan ve kendini geliştiren sporcular ortaya çıkar. Kayak yapanlarının sayısı da arttıkça lisanslı sporcular artar bölgede kayak turnuvaları düzenlenir böylece toplumsal olarak bir kaynaşma ve gelişme yaşanır (Gül vd., 2016:1227).

Gerek insanların sağlığı gerekse o bölgenin değerlendirilmesi açısından önem taşır. Genel olarak hava kirliliğinin çok yoğun ve güneşlenme süresinin çok az olduğu bölgelerde turizmin gelişmesi beklenmez. Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde çevre kirliliği ve hava kirliliği yoğun ise bölge halkının doğal ortamlara ve doğaya gitme isteği artmaktadır. Toplumun sağlıklı bir iklimde yaşama ve bulunma ihtiyacı dağ sporlarını ve kış sporlarını tercih etme ve sağlığına olumlu etkilemektedir (Mursalov, 2009:24).

Kayak merkezlerinin yükseltisi fazla olduğu için turistler veya ziyaretçilerin bir kısmı kayak için gelmese bile kar ve doğa manzarası seyretme, telesiyeyle dağı gezme ve temiz hava alma gibi nedenlerden dolayı bölgeye yoğun olarak gelmektedir. Kayak merkezlerde genelde havanın temiz oluşu, deniz seviyesinden oldukça yüksek olunması gibi nedenlerden dolayı bölgeye gelen turistler kendilerini

iyi hissetmekte ve bedenen dinlenmelerine katkı sağlamaktadır (Gül vd., 2016:1227). Deniz seviyesinden 800 m yüksekliğinden başlayarak 2000 m'e kadar çıkan yüksek dağların sağlıklı iklim tanımına uygun olduğu için bölgeye gelenler için en çekici yerler olarak bilinmektedir. Kış aylarında dağlık bölgelerdeki temiz havaların yararları yanında, kışsporlarının da kendine özgü insan sağlığına verdiği yararları büyüktür. Spor yapmak, insanların bedenlerini fiziksel geliştirdiği gibi, ruhun ve beyinin de sağlıklı gelişmesini sağlamaktadır (Mursalov, 2009:24).

Avrupa'da kayak sporu yapan misafirler arasında olan Wiss/Russo 1990 yılında bu sporun ne amaçla yapıldığını araştırmış ve anket sonuçları aşağıda Çizelge 2.6'da belirtilmiştir.

Çizelge 2.6. Kayak sporunun yapılış amacına göre anket sonucu (Bereket, 1997)

Amacı	Yüzdesi
Güzel Spor	24
Sağlıklı Spor	21
Çok Enteresan Spor	17
Heyecan Verici	15
Çok Dinamik	14.5
Temiz Spor	5
Zeka Sportu	2.5
Toplam	100

Kış döneminde yüksek dağlarda yapılan sportif aktiviteler insanların solunum organlarının daha sağlıklı çalışmasına sebep olduğu için insan sağlığı açısından oldukça faydalıdır. Ayrıca tıp bilim insanlarına göre yüksek kesimlerde yapılan sporların hemoglobinin artışı görülmektedir. Bu artış sporu yapan kişilerde yaklaşık 48 saat sonra etkisini göstermeye başlar ve insan vücudunda yaklaşık 6 hafta kadar devam etmektedir. Bu şekilde vücutta kaz basıncı ve dolaşımı hızlandırır ve bu şekilde sportif faaliyetlere katılan sporcuların vücut kasları ve hücreleri güçlenerek daha sağlıklı bir hayat yaşamasına neden olur (Mursalov, 2009:24).

2.3.3. Davraz kayak merkezi konumu ve özellikleri

Herhangi bir bölgede kış turizminin faydalı olabilmesi için bölgenin belli başlı özellikleri olması gerekir. Özellikle dağın yükseltisi, yürüyüş parkurları, ulaşım gibi özellikleri barındıran bölgeler elverişli bir şekilde kış turizmi gerçekleştirilebilir.

Bundan dolayı bir bölgenin gelişebilmesi ve bölgede kayak turizm faaliyetlerinin oluşabilmesi için bölgenin kayak turizmine uygun olmasına bağlıdır. Ülkelerin dağ ve yükseltinin fazla olması bölgede kış turizmi için elverişli olduğu söylenebilir. Bu ülkeler kayak turizminden ciddi gelirler elde etmektedir. Bu açıdan bakıldığında Türkiye’de kış turizmi açısından çok elverişli bir konuma sahiptir (Alagöz ve Dereli, 2020:2806).

Günümüzde hızla büyüyen ve büyük gelişme gösteren turizm sektörü bölgelerin ve ülkelerin gelişmesini sağlayan bir konuma gelmiştir. Son yıllarda ülkeler arası rekabetin artması ile beraber teknolojinin ve siyasi rekabetin paralel olarak turizm sektörünün destinasyonlarını geliştirerek farklı destinasyonlar oluşmasına yol açmış ve alternatif turizm türleri ortaya çıkmıştır. Bu durum ülkelerin turizm ürünlerini pazarlarken sadece belli bir dönemi değil bütün yıl turizm faaliyeti sunmak için çalışmalar yapmaktadır. Özellikle turizm faaliyetlerini bütün yıla yayma isteği bölgede kesinlikle kış turizmi için çalışmalar yapılması gerekir. Bu denli yüksek turizm potansiyeline sahip olan bölge turizm ürünlerinin yeterinde sunumunda ve reklamında eksikler olduğu için bölge istenilen seviyede gelişme sağlayamamıştır. Göller Bölgesi olarak bilinen Isparta ilinin doğal ve kültürel değerlerinin merkezinde yer alan Davraz Dağı, Isparta kentine de yakınlığı ve ulaşım imkanları yönünde birçok turizm ve rekreasyon faaliyetlerine olanak sunmaktadır. Davraz Dağı Kayak Merkezi 1995 yılında itibaren faaliyettedir. Bölgede özellikle alternatif turizm faaliyetleri ve kayak sporu oldukça fazla yapılmaktadır. Davraz Dağı Kayak Merkezi (DDKM) bölgede turizm çeşidinin artmasından dolayı sosyal ve ekonomik açıdan oldukça fazla fayda sağlamaktadır (Gül vd., 2016:1217).

Davraz Dağı, Akdeniz Bölgesi’nin Göller bölümü diye adlandırılan Isparta ili sınırları içerisinde yer alan bir bölgedir. Davraz Kayak Merkezi Toros Dağları’nın Batı Toroslar olarak bilinen 2365 yükseltisi bulunan bölgedir (Gül vd., 2016:1221). Davraz Dağı’nın, Isparta şehir merkezine 26 km mesafesi bulunmaktadır. Bölgenin 44 hektarlık bölümü Turizm Bakanlığı kararıyla turizm alanı olarak kabul edilmiştir. Bölgenin altyapı ve tesisleşme durumları Isparta İl Özel idaresi tarafından yapılmaktadır. Davraz Dağı doğa yürüyüşü, trekking gibi sporların yanında özellikle kayak sporunda ön plana çıkmıştır. Reklam ve tanıtımların eksik olduğu için bölge istenilen turist seviyesine çıkamamıştır. Nitekim, kayak sporu haricinde dağcılık,

kampçılık, doğa fotoğrafçılığı, doğa yürüyüşleri (trekking ve hiking), yamaç paraşütü gibi birçok spor dalında faaliyet göstermektedir. Bölgede su sporların yanında özellikle yazın bölgede spor takımlarının da kamp yapabileceği alanlar mevcut olup yazın tercih edilmektedir. Fakat bölgede yeteri kadar tesis ve otellerin olmayışı spor takımlarının yoğun gelmesini engellemiştir. Aslında bölgedeki oksijen seviyesinin çok iyi olmasına karşın ve takımlarında tercih etmek istemesine rağmen bölgedeki eksikler bu durumun oluşmasını engellemiştir. Davraz Dağı'nın; tanıtım, reklam, altyapı ve ek tesislerin açılmasıyla beraber bölgede iyi seviyelere geleceği, bölgenin ulaşım açısından diğer ilçelere ve illere yakınlığı bulunmaktadır. Bölgenin ulaşım şekli sadece karayolu ile sağlanmaktadır. Isparta merkezine 26 km, Eğirdir İlçe Merkezine 30 km, Antalya iline 130 km mesafesi bulunmaktadır. Bölgeye gelecek misafirlerin diğer illerden gelirken sadece karayolu ile değil Havayolu ve Demiryolu ile de ulaşım sağlanmaktadır. Havalimanına 55 km tren garına 30 km mesafesi vardır (Ceylan, 2007:207).

2.3.3.1. Davraz kayak merkezindeki mekanik tesisler

Mekanik tesisler, Isparta İl Özel İdaresine bağlıdır. Mekanik Tesisler Kayak merkezinde saatte 1000 kişiyi taşıyabilen 1211 m ve saatte 800 kişiyi taşıyabilen 936 m uzunluğunda 2 adet telesiyej, ayrıca saatte 800 kişiyi taşıyabilen 624 m uzunluğunda bir adet teleski (T-Bar) ile 300'er metrelik 2 adet babylift vardır. 1211 m uzunluğundaki birinci telesiyej, iki kişilik iskemlelidir ve 1674 m'de başlayıp, 1961 m'de sona ermektedir. 936 m uzunluğundaki ikinci telesiyej ise iki kişilik iskemlelidir ve 1961 m'de başlayıp, 2150 m'de sona ermektedir. Kayak Merkezinin 3. mekanik tesisi olan 624 m'lik T-Bar ile de, 1961 m'den 2150 m'ye kayarak çıkılabilmektedir. Mekanik tesisler günde ortalama 4000 kişi taşımaktadır. DDKM'de, yeni başlayan ve profesyonel kayakçılara, ortalama 8 ila 10 km'ye ulaşan parkurlar sunmaktadır. Davraz pistleri özellikle tüm kayakçılara hizmet etme özelliğine sahiptir (Çizelge 2.7). Tüm kayak türlerini uygulayabileceği bir alandır. Kayak Merkezinde toplam 12 pist bulunmakta ve pistlerin toplam uzunluğu 23 500 m'dir. Kayak taşıma kapasitesi yaklaşık 2500'dir (Isparta İl Kültür Turizm, 2015). DDKM'nde kayağa yeni başlayanlar için iki adet 300 m uzunluğunda baby lift bulunmaktadır (Şekil 2.6).



Şekil 2.6. Davraz Kayak Merkezi pist özellikleri ve kapasitesi (Ceylan, 2007:220)

Çizelge 2.7. Davraz Dağı'nda kış turizmi (Gezginsitesi, 2022)

Pistlerin Özellikleri	Mavi Pistler	Renkli Kırmızı Pistler	Renkli Siyah Pistler	Renkli
Pist Adedi	2	8	2	
Toplam Uzunluğu	4000-4500 m	15 000 m	4000 m	
Eğilimleri	%12-15	%15-25	%25 Üzeri	
Kapasitesi	750 Kayakçı	1.200 Kayakçı	300 Kayakçı	

Ayrıca yatay uzunluğu 1155 m ve 1000 kişi/saat taşıma kapasitesine sahip iki kişilik telesiyej hattı bulunmaktadır. Merkezin alt istasyon yüksekliği 1674 m, üst istasyon yüksekliği ise 1961 m'dir. Bunun yanı sıra 1961 m'den 2100 m'ye çıkabilen teleski ve 2006-2007 sezonunda hizmete giren 1950 m'den 2250 m'ye çıkabilen telesiyej hattı bulunmaktadır. Isparta bölgesi karasal iklim kuşağında yer almaktadır. Bölgenin karasal iklimden dolayı Aralık ayı gibi yağışlar başlar Şubat ayı sonuna kadar devam etmektedir. Bölgede yoğun kar yağışı olması sebebiyle sezon kısmen uzun olmaktadır (Gül vd., 2016:1222).

Yükseltisi 1670 m olan, 2 kişilik iskemleli ve sabit klemensli telesiyejin alt istasyonundan bir görünüm. 2000 yılında hizmete giren ve saatte 1000 kişi taşıma kapasitesine sahip telesiyej, 13 adet direk ve 134 iskemleden oluşmaktadır (Şekil 2.7).



Şekil 2.7. Telesiyej görünümü (Isparta Valiliği, 2022)

Karasallığın etkisiyle Bölgede yaklaşık 4-5 ay kar yağışı görülmektedir. Kar yağışının etkisiyle özellikle Davraz Dağında karın yerde kalma süresi uzamaktadır. Kayak merkezi ile Isparta merkezi arasında oldukça fazla yükselti farkı olduğu için karın yerde kalma süresi uzamaktadır (Gül vd., 2016:1223).

2.3.3.2. Davraz dağı alternatif turizm olanakları

Dağlık bölgelerde kışın gelişen kış turizmi ve kış spor çeşitleri dağ turizminde dolayı oldukça fazla turist akını oluşturmaktadır. Oluşan yoğun turist akımı ile beraber bölgede alternatif turizm türleri de oluşmaya başlamaktadır. Bölgenin yoğunluğu genelde kış döneminde olsa da özellikle sonbahar ve ilkbahar aylarında sınırlı bir şekilde kullanım yaz aylarında ise dinlenme ve doğa yürüyüşleri doğrultusunda kış dönemi kadar olmasa da yoğun olarak bölge kullanılır (Ceylan, 2007:214).

Davraz dağı kayak alanları, ilk kez 1994 yılı mart ayındaki etüt, değerlendirme ve planlama çalışmalarıyla “Davraz Dağı Master Planı” hazırlanmış ve bu plan uyarınca 17.02.1995 gün ve 22205 Sayılı Bakanlar Kurulu Kararıyla “Kış Sporları Turizm

Merkezi" ilân edilmiştir. Turizm merkezinin 1/1000 ve 1/25 000 ölçekte ve yatırım amaçlı hazırlanan imar plânındaki parseller, 1997 yılında Turizm Bakanlığı tarafından, 2634 sayılı Turizm Tesfik Kanunu'nun 8. Maddesi doğrultusunda çıkartılan "Kamu Arazilerinin Turizm Yatırımına Tahsisi" hakkındaki yönetmelik gereği yatırımcılara tahsis edilmiş ve ön izinleri verilerek Kültür ve Turizm Bakanlığınca tahsisleri yapılmıştır. Bu durumun sonucunda Valilik tarafından 1997 yılında ilk kayak evi açılmıştır (Ceylan, 2007:214).

Davraz Dağı Kayak Merkezi'nde sadece kayak turizmi değil, snow board, tur kayağı, dağcılık, kampçılık, doğa yürüyüşleri (trekking) doğa fotoğrafçılığı, kardan heykel yapımı, yamaç paraşütü, spor turizmi (takımların futbol sezonuna hazırlık) gibi bir çok alternatif turizm olanakları sunmaktadır. Ayrıca bölgenin özelliğinden dolayı çiğ ve kaybolmama gibi özelliklerin olması bölgenin cazibesini artırmıştır (Ceylan, 2007:214).

Davraz Kayak Merkezinin konumu itibariyle zirveye yakın bölgede bile eşsiz Eğirdir Gölü manzarası bulunmaktadır. Bu durum fotoğraf sevenlerin ilgi odağı haline gelmiştir. Hatta dağın en tepesinden yani zirveden Eğirdir Gölü, Barla Dağı, Dedegöl Dağları, Sarp Dağı, Bozburun Dağı, Karacaören Barajı, Akdağlar, Burdur Gölü ve Isparta kentinin tamamı seyredilebilmektedir. Özellikle yaz dönemlerinde Davraz Dağına tırmanışta ve doğa yürüyüşlerinde alternatif turizm olarak karşımıza çıkmaktadır. Daha önce yapılan çalışmalarda gelen yerli ve yabancı turistlerin geri bildirimlerinde dağın en çok ilgi çeken durumu manzarası olarak belirtilmiştir. Davraz Dağında 2635 m'lik yükseklikte bulunan parkur tepe dışında; 2597 m, 2585 m, 2482 m ve 2397 m yükseltiye ulasan zirvelere sahiptir. Bu dağlar özellikle trekking sporu içinde kullanılmaktadır. Davraz Dağı'nın kuzeyinde bulunan Sivri tepe (1750 m) Davraz misafirleri ile aynı zamanda Eğirdir Dağ Komando Okulunun da eğitim yerleri olarak karşımıza çıkmaktadır. Özellikle bölgede bulunan Dağ Komando Okulu zorlu eğitimlerini bu bölgede gerçekleştirmektedir (Ceylan, 2007:214).

Özellikle yaz mevsiminde bölge yerli ve yabancı turistlerin dikkatini çekmektedir. Tırmanışların ve trekking sporunun yoğun olarak gerçekleştiği bir bölgedir (Şekil 2.8).



Şekil 2.8. Yaz mevsiminde kuzey rotasından yapılan tırmanışta Ulparçukuru Tepe (2635 m)'den turizm merkezi, Kulovası ve Egirdir Gölü'nün görünümü (Ceylan, 2007:222)

Bölgede yamaç paraşütünün yapıldığı bir yerdir. Yüksek dağlar ve göl manzarası açısından çok fazla tercih edilmektedir (Şekil 2.9).



Şekil 2.9. Davraz Dağı'ndan Aksu Çayı Vadisi ve Karacaören Baraj Gölü'nün görünümü (Ceylan, 2007:222)

Günümüzde yamaç paraşütü de ilgi duyulan sporlar arasındadır. Bölgenin yüksek kesimlerinde bu sporda yapılmaktadır. Bölge yamaç paraşütçülüğü bakımından çekicilikler sunmaktadır. Özellikle doğa ile iç içe olan bu sporları yapan kişiler birçok alternatifli yerli daha çok ziyaret ederler. Yoğun yapılan sporlardan biriside yamaç paraşütüdür. Bu durumdan dolayı Davraz Dağı'nın yapısı bu ideal özelliklere sahiptir. Tabi ki bu sporun yapılabilmesi için bölgede bulunan elektrik direkleri, enerji hatlarının vs gibi durumların uçuşu engelleyecek şekilde yapılmaması gerekir. Bu turizm çeşidi için herhangi bir alt yapı faaliyeti çok olmamasından dolayı ve gelen turistlerin sadece doğa ile iç içe olması sebebiyle daha fazla tercih edilmektedir (Ceylan, 2007:223).

Davraz Dağı'nda yapılan faaliyetlerden birisi de yamaç paraşütüdür. Davraz, ideal arazi özellikleri ile yamaç paraşütüne ilgi duyanlara alternatifler sunmaktadır. Süleyman Demirel Üniversitesi havacılık kulübünün kar festivalinde yaptığı yamaç paraşütü etkinliğinden bir görünüm aşağıdaki resimde gösterilmiştir (Şekil 2.10).



Şekil 2.10. Davraz Dağı'nda yamaç paraşütü (Ceylan, 2007:222)

Davraz Dağı'nın bölgede çekici kılan diğer özelliklerden bir tanesi de her sene düzenli olarak yapılan kar festivalleridir. Özellikle kar festivalleri ile beraber diğer farklı alternatif spor dalları da o festivalde düzenlenmektedir. Değişik kategorilerde yapılan yarışmalar, kış mevsiminde kayak sporu dışında farklı etkinliklerin yapılabileceğini göstermiş, yapılan bu festivallerin bölgenin tanıtımı açısından da etkili olmuştur (Ceylan, 2007:223).

Davraz Dağı Kar Festivali etkinlikleri kapsamında düzenlenen yarışmalardan biri de kardan (buzdan) heykel yarışmasıdır. Genellikle Süleyman Demirel Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi öğrencilerinin ilgi gösterdiği heykel yapımından bir görünüm aşağıdaki resimde gösterilmiştir (Şekil 2.11).



Şekil 2.11. Davraz'da kardan heykel yarışmalarından görünüm (Ceylan, 2007:223)

Davraz Dağı'nın diğer bir alternatif turizm olarak karşımıza çıkan etkinlik ise yaz ve kış döneminde riski olmayan tırmanışlardır. Özellikle Davraz Dağı'nın batı rotası buna elverişlidir (Ceylan, 2007:223).

Kış aylarında spor takımlarının uğrak noktası haline gelen Antalya ili yaz dönemlerinde takımları hava şartlarından dolayı ağırlayamadıkları için yaz döneminde Türkiye’de birçok bölgeden kamp için Davrazı tercih etmektedir. Bakıldığı zaman iklim koşulları ve hava şartları sebebiyle sezon öncesi hazırlıklarını Eğirdir ve Davraz'da gerçekleştiren futbol kulüpleri son yıllarda Isparta ili Davraz bölgesi popülerliğini kazanmıştır. Davraz’ın son dönemlerde tercih edilme sebebi bölgede yeni tesisler yapılmıştır. Fakat tesislerin yapılmasına rağmen bölgenin yeterince reklam ve tanıtımı az olduğu için istenilen düzeyde talep almamıştır (Ceylan, 2007:225).

2.3.3.3. Davraz kayak merkezi iklim özellikleri ve kış turizmi ile ilişkisi

Turizm sektöründe önemli bir etken olan iklim sektörü yaz turizmi ve kış turizmi olarak ikiye ayırmaktadır. Kış döneminde yapılan turizm faaliyetlerden en önemlisi kayak sporudur. Davraz Dağı yaklaşık olarak aralık ayı gibi sezon başlar nisan ayına kadar sürmektedir. Özellikle yaz mevsiminde de birçok spor dalı bölgede yapılmaktadır. Spor takımları kampı, doğa tırmanışları ve paraşüt gibi spor dalları bölgede etkilidir (Ceylan, 2007:210).

Davraz Bölgesi’nin ekonomisi büyük ölçüde turizme bağlıdır. Turizm endüstrisi, bölge için tam zamanlı iş sağlayan üçüncü en önemli endüstrisidir. Davraz Dağı bölgesi için kış turizmi en önemli gelir kaynağıdır ve bu endüstri bu kırsal alanlar için bölgesel ekonomik büyüme sağlar. Bununla birlikte, kış turizminin ticari olarak uygulanabilirliği, yeterli kar koşullarına bağlıdır. İklim değişikliğinin etkileri varsayımları doğru olursabölgede kar örtüsü azalır ve bu da turizm endüstrisini tehlikeye atacaktır (Koenig ve Abegg, 1997:46).

Davraz Dağı bölgesinde iklim ölçüm durumları ilk 200 yılında D.S.İ tarafından kurulmuştur. Kurulduğu yıl itibariyle bölgede enerji durumu yeterli olmadığı için yeterli verim sağlanamamıştır. Daha sonra yaklaşık 5 yıl sonra tekrar bölgeye iklim ölçüm cihazları tekrar kurulmuş fakat bölgede oluşan olumsuz durumlardan dolayı tekrar istenilen ölçümler yapılamamıştır. Bundan dolayı bölgedeki iklim özelliklerini ortaya koymak için Isparta Meteoroloji Müdürlüğünden veri alınarak gerçekleştirilmektedir (Ceylan, 2007:210).

Davraz Bölgesi kış sporları endüstrisi binlerce turisti kendine çekmekte ve ekonomiye önemli katkılar sağlamaktadır. Kış turizmi ve özellikle kayakla ilgili turizm, büyük ölçüde kar örtüsünün miktarına ve güvenilirliğine veya genellikle "kar güvenliği" olarak adlandırılan şeye bağlıdır. Bir kayak alanının ekonomik olarak uygun olması için yeterli karla en az 100 gün sürmesi gerekmektedir (Tranos ve Davoudi, 2014:4). Bir yerde kış turizminin gerçekleşebilmesi için, kar yağışını alan yükseltilerin olması gerekmektedir. Uluslararası kriterlere göre, karın uzun süre yerde kaldığı, sağlıklı bir insanın rahatsızlık duymadığı ve 1600 ila 2000 metre arasındaki yükseklikler kış turizmi için uygundur (Beşcanlar ve Sağlık, 2020:236). Bölgede bulunan Davraz Dağı bu açıdan önemli bir yükseltiye sahiptir. Yılın yaklaşık 4-5 ayı karlı geçtiği için bölgenin kayak sezonu uzun kalmaktadır. Bu durumun sonucu karın yerde kalma süresi fazlalaşır ve sezon uzamış olur. Kayak mevsimi süresince kar kalınlığı 50 cm ile 2.5 metre arasında değişmektedir. Bölge ile alakalı şunu da belirtmek gerekir. Özellikle son yıllarda küresel ısınma ile beraber mevsim değişikliği oldukça fazladır. Kış döneminde kar yoğunluğunu az olduğu yıllar da sezon kısmen daha az sürmektedir (Ceylan, 2007:210). Bununla birlikte, kış turizmi iklim değişikliğine karşı oldukça hassastır. Yazların daha sıcak ve kurak geçmesi gibi iklim kaynaklı faktörler, yaz turizmi destinasyonu olarak Antalya ve kıyı bölgelerinin cazibesini artırabilirken, kışın kurak geçmesi bölgenin daha az çekici hale getirebilir (Tranos ve Davoudi, 2014:5).

2.4. Gül ve Lavanta Turizmi

Turizm günümüzde en hızlı büyüyen ve ekonomiye en büyük katkısı olan sektörlerden birisidir. Turizm sektörü dünya ticaretinin yaklaşık %7'sini oluşturmakla beraber milyonlarca kişiye hem doğrudan hem de dolaylı olarak iş imkanı sunmaktadır. Turizm faaliyetleri bazı bölgelerde genellikle deniz-kum-güneş üçlüsünün etrafında dönmekle birlikte bazı bölgelerde de kültür turizm açısından gelişme göstermektedir. Özellikle bölgelerin gelişmesi ve ekonomik katkı sağlaması için deniz-kum-güneş üçlüsünün yaz dönemlerindeki potansiyelinin yanında diğer mevsimlerde de bölgeye turizm çeşitliliğini sağlamak gerekir (Kılınç, 2022:41).

Turizm sektörünün ülke ekonomilerinin üzerinde büyük etkisi vardır. Bölgelerin turizm faaliyetlerini yürütebilmek için bölgelerde sunulacak alternatif turizm

faaliyetleri gelişmek gereklidir. Kıyı ve kentsel şehirlerdeki turizm yoğunluğu kırsal ve iç kesimlerde de uygulanmalıdır. Turizmin gerçekleştiği yoğun bölgelerde aşırı kalabalıktan dolayı sosyal dokunun bozulması insanların belirli bir zamandan sonra sosyal dokunun bozulmadığı doğal alanlara doğru itmiştir. Özellikle Covid-19 salgını ile beraber kitle turizmin ve yoğun turizm gerçekleşen bölgelere taleplerin azaldığı doğal ve kültürel bölgelerin turizm çeşitliliği arttığı görülmektedir. Deniz-kum-güneş üçlüsünün dışında insanların rağbet ettiği alternatif turizm türlerinden birisi de kültür turizmi olmuştur (Kılınç, 2022:41).

Kültür turizme doğru yönelimin artması ile beraber lale, safran, gül, kiraz çiçeği ve lavanta gibi çiçeklere olan ilgiyi de artırmıştır. Aromatik bir süs bitkisi olan lavanta, kokusunun yanında görsel güzelliğiyle de insanların ilgisini çekmektedir. Lavanta bahçeleri bir Akdeniz iklimi bitkisi olup yıllarca Fransa’da hem turizm açısından hem de kozmetik sektöründe kullanılmıştır. Türkiye’de bu durum biraz daha geç başlamıştır. Bölgelerde çok rahat bir şekilde lavanta bitkisinin yetiştirilmesine rağmen bölgede popülerliği geç olmuştur. Özellikle Isparta bölgesinde Kuyucak köyü lavanta bahçeleri açısından önemli bir konuma sahiptir. Lavanta Kuyucak köyünde 1970’li yıllardan itibaren yetiştirilmesine rağmen 2010’lu yılların ortalarına doğru turistik ürün olarak yerli ve yabancı ziyaretçilerin ilgisini çekmeye başlamıştır (Kılınç, 2022:41). Bölgede ön plana çıkan diğer bir ürün ise güldür. Kırsal ve kültürel turizmde yoğun olarak yer alan gül turizmi faaliyetleri, gerçekleşen turizm türlerinde daha farklı olması ve belirli bir coğrafyada gerçekleşmesi ve kendine ait görsel ve tarihi mekanlara sahip olmasından dolayı her geçen gün artan turizm destinasyon merkezi haline gelmiştir. Bölgede gülün yetiştirme koşullarına uygun nadir yörelerden biri olan Isparta Gönen ilçesine bağlı Güneykent kasabası, gül yetiştiriciliği turizmi kapsamında gülcülük faaliyetlerinin yoğun olarak gerçekleştiği bir yer olarak, güle verdiği önemle ön plana çıkmıştır. İnsanlık tarihinde çok eskilere dayanan gülcülük faaliyetleri Türkiye’nin birçok bölgesinde denenmiş fakat en verimli ve yoğun yetişen bölge Göller Bölgesi olarak Isparta ve çevresinde yoğunlaşmıştır (Aköz ve Beyhan, 2019:90).

2.4.1. Gül turizmi

Gül, yıllardır Isparta ekonomisini ve bölgenin turizm faaliyetleri açısından önemli bir ekonomi olmuştur. Gülün Isparta'nın özellikle belirli bölgelerinde yetiştirilmekte ve halkın geçim kaynağı durumundadır. Bölge halkı mayıs ve haziran dönemlerinde gül hasatına başlayıp topladıkları gülü bölgede bulunan gül yağ fabrikalarına satarak gelir elde etmektedir. Bölgede toplanan güller özellikle gıda ve kozmetik sanayisinde oldukça fazla kullanılmaktadır. Bölgede özellikle yurt içi ve yurt dışı satışları da yoğun olarak yapılmaktadır. Bölgenin gül ile reklamın oldukça fazla olması gerek Turizm faaliyetlerini gerekse ekonomik açıdan önemli bir konuma getirmiştir. Ayrıca bölge de kullanılan ürünlerde ya da süsleme sanatlarında da genellikle gül ağırlıklı olarak yapılmaktadır (Aköz ve Beyhan, 2019:93).

2.4.1.1. Gül turizmin konumu ve özellikleri

Isparta bölgesinde birçok alanda gül faaliyetleri yapılmaktadır. Özellikle en yoğun yapılan bölgelerin başında Güneykent Kasabası gelmektedir. Güneykent Kasabası, Isparta ilinin 40 km kuzeyinde, 1250 rakıma sahip, Kapı Dağı'nın uzantısı olan Tepelci, Erenler Dağı ve Demirli dağlarının ortasında Güney'e bakan bir yamaçta kurulmuştur. Yerleşimde İç Ege ve İç Anadolu bölgesi iklim özellikleri görülmekte olup, ekonomik gelir tarım ve hayvancılıktan sağlanmaktadır. Bölgenin ikliminin gül yetiştiriciliğine uygun olması bu bölgenin diğer bölgelere göre daha fazla gülün yetiştirilmesine imkan sağlamıştır. Bölge halkının birçoğu gül bahçelerine sahip olup gül yetiştiriciliği yapmaktadır. Bölgede yetişmekte olan gülün kalitesinin iyi olması hem gıda sektöründe hem de kozmetik saniyede oldukça fazla kullanılmaktadır (Aköz ve Beyhan, 2019:94). Güneykent'te bilinen en eski gül dikimi 1930-1940'lı yıllarda Osman Hoca tarafından Aşılık Mevki'de yapıldığı söylenmektedir. Gönen ilçesinde bugün toplanan 1000 tona yakın gülün 800 tonu Güneykent ilçesinden sağlanmaktadır. Güneykent gül bahçelerinin bir vadi eteğinde yer alması ve rakımın 900'den 1400'e kadar olması nedeniyle gül bahçelerde 20-25 günden daha uzun bir zaman diliminde kalmakta, bu durum bölgede üretilen gülün artışına neden olmaktadır (Gözgün, 2016). Oluşan bu durumun bölgede gerçekleşen hasatın ve Gül turizmin daha da uzun bir zamana yayılmasına neden olmuştur (Aköz ve Beyhan, 2019:94).

2.4.1.2. Bölgeye ekonomik-kültürel katkıları

Isparta gül üretiminde Türkiye en yoğun gül üretimi yapılan bölgelerin başında gelir. Özellikle yoğun olarak Güneykent Kasabasında üretilmektedir. Isparta da gül üretimini başlatan Gülcü İsmail Efendi 1880 yılında gül fidesinin getirmesiyle başlamıştır. Gül fidesini diktikten sonra 1-2 yıl fazla başarılı olamamıştır fakat daha sonraki yıllarda gül hızla gelişmeye başlamıştır. Isparta halkıda gülcülük anlamında kendini geliştirmiş ve bölgede yetiştirici sayısı artmıştır. İlk yıllarda sadece şehir merkezi ve bazı ilçelerde gül yetiştiriciliği yapılırsa da yakın zamanda İlavuz, Kılıç, Gönen, Keçiborlu, İslamköy, Atabey gibi köylere ve ilçelere kaymıştır (Göde ve Yiğit, 2017:65).

Kent kimliğinin oluşmasında, kültürel toplumsal köken oldukça önemlidir. Isparta halkının önemli geçim kaynaklarından birisi olan Gül yetiştiriciliği bölge halkının ekonomik açıdan gelişmesinin yanısıra bölgenin kültür turizmi açısından da gelişmesine sebep olmuştur. Artık günümüzde insanlar sadece deniz-kum-güneş üçlüsünden ayrılarak kültürel turizme yönelmiştir. Bu doğrultuda ortaya çıkan sonuç Isparta’da gül ile kent imgesi oluşturulmuş ve düzenlenen kutlamalara da adını vermiştir. Gül Turizm Festivali, Isparta Valiliği ve belediyesi tarafından ortaklaşa düzenlenmektedir. Festival ilk olarak 2000 yılında düzenlenmiş ve her sene haziran aylarında belediye tarafından belirlenen tarihlerde kutlanmaktadır. Bu festivaller sayesinde bölgenin tanıtımı oldukça ilerlemiş bölgeye gelen turist sayısı da gün geçtikçe artmaktadır (Göde ve Yiğit, 2017:65).

Isparta’da gül bir sembol bir pazarlama aracı olarak kabul edilmektedir. Fuarlarda ve uluslararası platformlarda oldukça fazla kullanılmaktadır. Gül bölgede ilk sırada olan bir semboldür. Bölgede çıkarılan gülün ekonomik açıdan faydaları büyüktür. Başta gül ve gül ürünleri sanayisi gelişmiştir. Özellikle son yıllarda yapılan yatırımlar ve reklamlar uluslararası platformlarda da adını sıkça bahsettirmiştir. Ayrıca Isparta belediyesi ve Valiliğin de bölgede yapılan çalışmalarda özellikle sürekli gül motiflerini işlemesi ve sunması bölgede güle karşı ilginin ve kültürel zenginliğin arttığı göstermektedir. Caddelerde gül motifli ışıklar, kaldırımlarda, yol kenarlarında sürekli bu motifler işlenmemektedir (Göde ve Yiğit, 2017:65).

2.4.1.3. Bölgedeki tesis sayısının yetersizliğinin olumsuz etkileri

Güneykent turizm gelişimi açısından bölgede kısmen yeme içme açısından bölgeyi ziyaret eden misafirlere hizmet etmektedir. Bölgede açık-kapalı yeme içme alanları mevcuttur. Bölgenin girişinde kıl çadırlarla çevrili mekanlar misafirlere özellikle kahvaltı hizmeti sunmaya çalışmaktadır. Kahvaltının yanında gül ürünleri alınacak malzemelerinde bulunduğu görülmektedir. Bu mekanlarda yeme-içme alanları mevcuttur. Aynı zamanda gül yağının üretiminin de yapıldığı yerin hemen yanındadır. Bu durumun oluşma sebebi gül yağı süresinin uzun olması gül yağını beklerken kahvaltı vs bekleme yeri olarak kullanılmasıdır. Güneykent'te yeme içme mekânı olarak faaliyet gösteren yerlerin bölgede sezonda oluşan yoğunluğu kaldıramamaktadır. Bölgede gül dönemi haricinde fazla bir yoğunluğun olmaması yapılacak olan yatırımları doğrudan etkilemektedir. Özellikle mayıs döneminde yoğun bir şekilde şehri tercih eden gruplar yeme içme için şehir merkezi ya da gezi programına göre Eğirdir'i tercih etmektedir. Yeme-içme mekanlarının turizm faaliyetlerinin yoğun olarak gerçekleştiği dönemlerde yetersiz kaldığı, bölgede bu durumun ailen düzeltilmesi gerektiği tespit edilmiştir.

Güneykent gül hasatı döneminde bölgede tek olmasına rağmen konaklama açısından da eksikleri mevcuttur. Çünkü bölgede yerli ve yabancı turistlerin konaklayabileceği bir yer bulunmamaktadır. Turistlerin konaklayabileceği mekânların yetersizliğinden dolayı bölgeye turlar günübirlik olarak yapılmakta, konaklama ihtiyacı Isparta merkez ya da çevre ilçede karşılanmaktadır. Güneykent belediyesi sezonu uzatmak ve bölgeye gelen turistlerin konaklama ihtiyacını da karşılamak için çalışmalar yapmaktadır. Özellikle bu çalışmanın Güneykent girişindeki büyük alana yapılması ve konaklayan misafirlerin sabah erken saat toplanan gül hasatına yetişmesi sağlanmakta ve toplanan güllerden gül yağı elde etme sürecini yerinde görebilmeleri sağlanmaktadır (Aköz ve Beyhan, 2019:105).

2.4.2. Lavanta turizmi

Kuyucak köyünün lavanta ile tanışma zamanı 1975 yılında gül üreticisinin Fransa'yı ziyareti sırasında kendisine verilen lavanta fidesini köye getirerek dikmeye başlamıştır. Bu bir saksı lavanta çelikleme metodu ile çoğaltılıp bölgedeki dikim

yapan çiftçilere verilmiştir. Fideleri eken çiftçiler daha fazla fideyi çoğaltmak için her yıl belirli aylarda dikimlere devam etmişleridir. Lavanta ilk seferde evlerin bahçelerine daha sonra da gül bahçelerinin çevrelerine ekerek başlamıştır (Tarhan vd., 2019:218). Ev ve gül bahçelerinin etrafında ekime başlanan lavanta zamanla hobi ve görsellikten çıkmış artık ticari faaliyet olarak devam etmiştir (Yordam, 2019:28). Bitkinin büyüdüğü daha fazla alana yayılmasında dolayı gül bahçelerini korumak amacıyla da ekime devam etmişlerdir. Daha sonra ki yıllarda lavanta bitkisini sadece gül bahçelerinin çevresine değil ayrı bir bitki şeklinde ekimleri gerçekleştirip turizme kazandırmışlardır.

1990'lı yılların başında gül üreticiliği ve gelişmesi yavaşlamasında dolayı bölgede lavanta yetiştiriciliği başlamıştır. Bölge, Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP), Kültür ve Turizm Bakanlığı ve Anadolu Efes ortaklığı ile yürütülen “Gelecek Turizmde” projesi ile “Lavanta Kokulu Köy” olarak tanınırlığı artmıştır. Kuyucak köyünün lavanta bahçeleri ile tanınmasıyla birlikte bölge bilimsel araştırmalara zemin oluşturmuştur (Tarhan vd., 2019:218).

Isparta kırsal turizm açısından diğer bölgelere oranla oldukça zengin bölgelerden birisidir. Bölgenin yapısı itibarıyla kırsal alanların fazlalığı bölgede birçok ürünün yetişmesine neden olmaktadır. Isparta ili denilince akla gelen ilk ürünlerden birisi lavanta bitkisidir. Isparta İline bağlı Keçiborlu İlçesinin Kuyucak köyü lavanta üretimi açısından Türkiye’de ilk sırada olmasından dolayı, bu avantajı kendi lehine çevirmiş ve gerek lavanta ürünlerinden gerekse lavantayı turizm ürün çeşitliliği içerisinde katarak yerel halk için ekonomik gelir yaratabilme olanağı sağlamıştır (Ongun vd., 218:45). Fakat gelir yaratılırken bölgede yapılan yatırımları bölgenin dokusu bozulmadan yapılmasına dikkat edilmesi gerekir bölgede gerçekleşecek olan yatırımlar ve çalışmalar bölgenin o köy kokusunu bozmadan butik ve betonarme binalardan değil yöreye uygun olacak tarzda yapılması gerekmektedir. Böylece Lavanta Kokulu Köy, bölgede örnek bir yatırı olur ve diğer yatırımların da destekleyicisi olur. Çünkü bir bölgede yatırım ve değişim yapmak o bölgenin doğal yapısını bozmak değildir. Bölgeye uygun şekilde yapılan yatırımlar bölgenin daha çok ilgi çekmesine neden olur (Gök, 2019:1070).

Lavanta turizmi özellikle 2015 yılından itibaren bölgede aktif olarak tercih edilmektedir. Özellikle yerli ve yabancı misafirlerin Kuyucak köyüne ziyaretleri gerçekleşmektedir. Lavanta, Kuyucak köyünde önemli gelir kaynaklarından birisidir. Ürünün ekonomik gelirinin yanında bölgede turizm faaliyetlerinin gelişmesine de yardımcı olmuştur. Bu ürünün yetiştirilmesi sürdürülebilir turizm açısından da gelişme göstermektedir. Çünkü lavanta bitkisi herhangi bir sulama ihtiyacı duymadan kurak bölgelerde sıklıkla yetiştirilen bir bitkidir (Ongun vd., 218:45). Bölgenin de iklimi bu duruma elverişli olması sebebiyle lavanta üreticiliği ve turizmi her yıl katlanarak devam etmektedir. Sıcaklığın ve yağışın etkisiyle bazı dönemlerde ağustos ortasına kadar sezonu sürdüğü görülmektedir.

2.4.2.1. Konumu ve özellikleri

Isparta bölgesinde yetiştiriciliği yapılan lavanta bitkisinin, Isparta'ya yaklaşık 47 kilometre uzaklıkta olan Kuyucak köyünde ve çevresinde yapılmaktadır. Isparta'nın Keçiborlu ilçesinde bulunan 84 haneden oluşan lavanta ekiminde ve üretimde Türkiye'deki önemli lavanta yetiştiriciliği yapılan bir yerdir (Gök, 2019:1070). Bölgenin nüfusu 250 kişidir, fakat sezonda çok yüksek nüfuslara ulaşmaktadır. Torosların eteğinde yüksek kesime kurulmuş olana Kuyucak köyü bölgede lavanta üreticiliğinde birinci sıradadır. Evlerin birçoğu kerpiçten yapılmış küçük şirin köy evleridir. Kıraç ve susuz arazilerden dolayı yıllarca Kuyucak köyü sürekli göç vermeye devam etmiştir. 2015 yılında itibaren lavanta ile başlayan hem bitki yetiştiriciliği hem de ticaret açısından gelişmesi bölgedeki göçün önüne geçmiştir. Bölgenin o tarihten itibaren hatta göç lamaya bile başlamıştır. Turistlerin bölgeye olan ilgileri de gün geçtikçe artmaktadır. Kuyucak köyü, doğal güzelliğini, hatta ekonomisinin ciddi bir bölümünü lavantadan elde etmektedir. Kuyucak köyü; Ankara, İstanbul, İzmir, Afyon, Eskişehir, Denizli ve Antalya illerini birbirine bağlayan D-650 karayoluna 9 km uzaklıkta, Isparta Süleyman Demirel Havaalanı'na 20 km, Denizli Çardak Havaalanı'na 83 km, Antalya Havaalanı'na ise 170 km uzaklıktadır (Ongun vd., 2018:46).

2.4.2.2. Bölgenin ekonomisindeki yeri ve önemi

Türkiye'de özellikle bölgede son zamanlarda lavanta tarlalarında bir artış olduğu gözlenmektedir. Daha fazla insan uçucu yağ üretimi ve kırsal turizm için lavanta yetiştiriciliği ile ilgileniyor ve üretim ve pazarlama açısından gelişme göstermektedir. Türkiye geleneksel olarak tıbbi ve aromatik bitki ve uçucu yağ üreten bir ülkelerin başında gelmektedir (Giray, 2018:1612).

Lavanta, en iyi bilinen uçucu yağ içeren bitkilerden birisidir (Giray, 2018:1612). Lavanta bitkisi bölgede turizm faaliyetleri açısından ve ürünün kozmetik sanayide kullanılmasından dolayı bölgeye oldukça fazla ekonomik getirisi bulunmaktadır (Kahraman, 2022:45). Kendine has hoş kokusu ile parfümeri ve kozmetik sektöründe kullanılmaktadır. Ancak lavanta çiçeğinin en önemli iki özelliği karaciğer metabolizması üzerindeki olumlu etkileri ve saç dökülmesine karşı olumlu etkisi olduğu belirtiliyor (Gökdoğan, 2016:154). Sanayi kısmında kullanılan lavantanın sanayi de kullanılan en büyük bölümü çiçeklerdir. Özellikle Haziran döneminde başlayıp temmuz ve ağustos ayının ortasına kadar sürmektedir. Lavanta çiçeğinin taç kısmındaki mor rengi insanları görsel olarak etkilerken bitkinin çiçeğinden ve sapından elde edilen uçucu yağ ticari olarak kullanılmaktadır. Lavanta çiçeği kendine özgü hoş kokusu, zengin içeriği ve kaliteli uçucu yağı nedeniyle kozmetik, parfümeri ve ilaç endüstrisinde kullanılan hoş kokulu bir süs bitkisidir. Güzel kokusu nedeniyle deterjan endüstrisinde ve sabun üretiminde kullanılan lavanta yağı, sakinleştirici etkisiyle ilaç sanayiinin önemli girdilerinden birisidir. Sakinleştirici etkisi nedeniyle lavanta çiçekleri çay yapımında kullanılırken, ağrı kesici, anti-depresan ve uyku bozukluğunu giderici özellikleriyle ilaç endüstrisinde ve aroma terapide kullanılmaktadır (Kahraman, 2022:45).

Türkiye'de özellikle bölgede son zamanlarda lavanta tarlalarında bir artış olduğu gözlenmektedir. Daha fazla insan uçucu yağ üretimi ve kırsal turizm için lavanta yetiştiriciliği ile ilgileniyor ve üretim ve pazarlama açısından gelişme göstermektedir. Türkiye geleneksel olarak tıbbi ve aromatik bitki ve uçucu yağ üreten bir ülkelerin başında gelmektedir (Kahraman, 2022:45).

Isparta, Kuyucak köyünde diğerk bir ekonomi açıdan sunulan ürün isebölgede satışı yapılan lavanta ürünleri gelmektedir (Yüzbaşıoğlu vd., 2020:7). Lavanta; ilaç sanayisi, kozmetik, gıda ve parfümeri sektörü gibi birçok kullanılmaktadır. Lavanta balı, lavanta yağı, lavanta çayı, lavanta dondurması, lavanta suyu, lavanta sabunu, lavanta kolonyası ve parfümü, lavanta kremi lavantadan elde edilen bazı ürünlerdir. Bölgede bu ürünlerin satışı yapıldıkça bölge halkının da yörede turizm faaliyetleri geliştirmeye başlamıştır (Yordam, 2019:28). Kuyucak köyü son yıllarda lavanta ile turist çekmeye başlamıştır. Bunu gören yerel halk turizm için lavanta yetiştirmeye başlamıştır. Yöre halkı turistlere lavanta ürünleri satmaya, lavanta tarlalarına turlar düzenlemeye, yiyecek-içecek ikram etmeye, hatta bazı köylüler evlerinde konaklama imkanı sunmaya başladılar (Yüzbaşıoğlu vd., 2020:7).

3. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Araştırmanın yöntemi; amacının ve öneminin açıklanması, sürecin anlatılması, kullanılan ölçüm araçlarının incelenmesi, araştırma modeli, araştırma hipotezleri, araştırmanın evren ve örnekleme ile araştırmanın sınırlılıklarının ele alınması şeklinde anlatılmıştır.

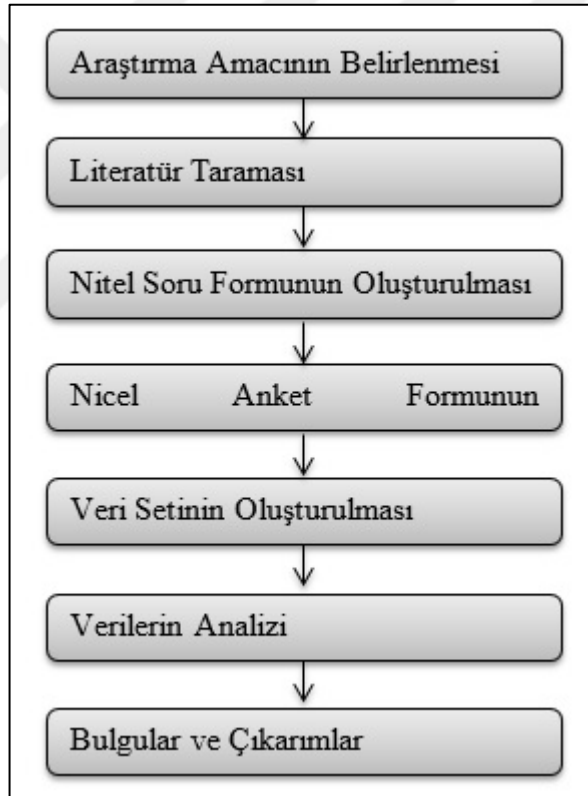
3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Isparta ili Akdeniz bölgesinde kültürel turizm açısından önemli bir konumdadır. Özellikle tek bir dönemi değil birçok dönemde turizmin gerçekleştiği ve bölgenin jeopolitik konumundan dolayı gelişmekte olan bir bölgedir. Bölgenin turizm potansiyeli kıyı bölgelerdeki gibi deniz-kum-güneş değil birçok bölgesinde yılın belirli dönemlerinde farklı destinasyonları barındırmaktadır. Kış turizmi, kültür turizmi, sağlık turizmi, inanç turizm vb. gibi birçok turizm çeşidini yerli ve yabancı turistlere hizmet sunmaktadır. Tezin asıl amacı bölgenin destinasyonlarını olumlu ve olumsuz yanlarını belirtip, farklı alternatif destinasyonları ortaya çıkarıp, bölgedeki turizmi 12 aya yayılmasını ve bölgenin popülerliğini kaybetmeden destinasyonların daha iyi bir şekilde sunulmasını sağlamaktır. Bölgenin popülerliği ve turizm çeşitlerini ziyaret eden misafirlere bölge hakkındaki düşüncülerini anket yönetimiyle başta olumlu ve olumsuz yanlar olmak üzere birçok sorular yöneltilmiş ve cevapları alınmıştır. Misafirlere yöneltilen soruların asıl amacı bölgede misafirler tarafından eksik görülen ve farklı yenilikler yapıldığında turistler tarafından nasıl geri dönüşler yapılacağı bilgisine ulaşılmaya sağlanmıştır. Çünkü yeni destinasyonların bölgeye kazandırılması ve mevcut destinasyonlardan bölgeye gelen turistlerin bölgede ki olumlu ve olumsuz durumları görmelerini sağlamak sonucunda bölgede ki olumsuz yanları düzelterek bölgeyi popüler hale getirmektir.

3.2. Araştırma Süreci

Gül/lavanta turizmi ile kış turizmi kapsamında destinasyon yeniliğini ortaya çıkarabilmeye yönelik olarak gerçekleştirilen bu araştırmada hem nitel hem de nicel araştırma süreci yürütülmüştür. Buna gönelik olarak öncelikle nicel değerlendirme yapabilmeye yönelik görüşme sorularının ve nitel değerlendirme yapabilmeye

yönelik anket formunun oluşturulmasına yönelik ilgili literatür taranmıştır. Ayrıca nicel görüşme formlarından elde edilen sonuçlara göre de nitel anket formuna eklenen bazı sorular olmuştur. Literatürün taranması sonrasında araştırma amacına en uygun olan sorular tespit edilmiş ve bu soruların uygulanmasına yönelik Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu'na başvurulmuştur. Başvuru sonucunda Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu'nun 02.06.2022 tarih ve 109/01 sayısı kararı ile araştırma izni alınmıştır. Araştırma izninin ardından önce nitel değerlendirme yapmaya yönelik soru formu ile katılımcılardan görüş alınmış, sonrasında da nicel değerlendirme yapmaya yönelik anket formu ile katılımcılardan veri toplanmıştır. Araştırma süreci aşağıdaki Şekil 3.1 üzerinde gösterilmiştir.



Şekil 3.1. Araştırma süreci

Araştırmada elde edilen verilerin analiz edilmesinde SPSS paket programından yararlanılmıştır. Veri setinin demografik değişkenlerine ilişkin analizleri frekans analizleri ile değerlendirilmiştir. Araştırmada ayrıca açıklayıcı faktör analizi ile değişkenlerin boyutları belirlenmiştir. Araştırmanın hipotezlerinin test edilmesi

sürecinde çoklu regresyon analizinden yararlanılmıştır. Ayrıca boyutlar arasındaki ilişkiyi görebilmek için de korelasyon analizi yapılmıştır.

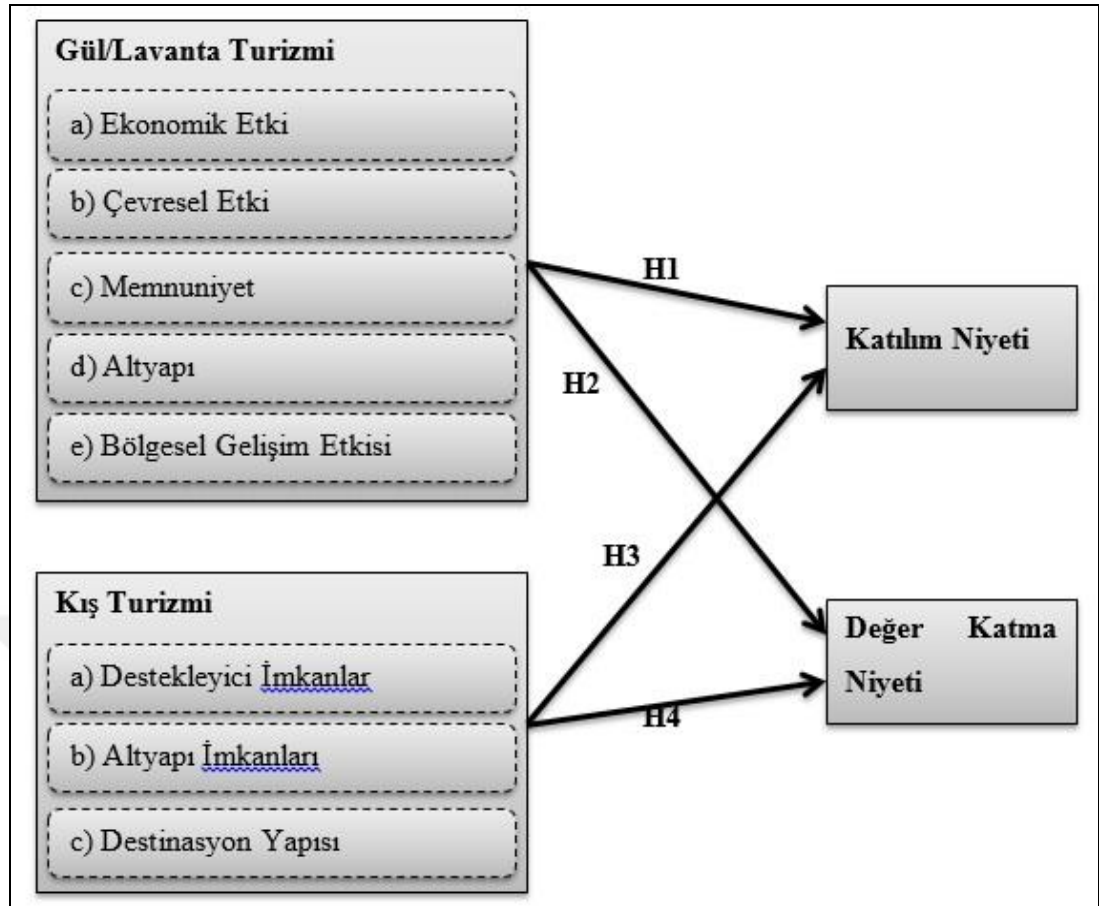
3.3. Araştırmada Kullanılan Ölçüm Araçları

Araştırmada karma analiz yapmaya yönelik olarak ölçüm araçlarından yararlanılmıştır. Nitel değerlendirme yapmaya yönelik olarak kullanılan soru formu konu ile ilgili literatürde yapılmış olan çalışmalardan yararlanmanın yanı sıra, alanında uzman olan üç akademisyenden ve sektör tecrübeli bölgeyi tanıyan üç farklı kişiden görüş alınarak oluşturulmuştur. Araştırmada oluşturulan görüşme formu Ek-1’de yer almaktadır.

Nitel değerlendirme yapabilmeye yönelik oluşturulan anket formu ise literatürün taranması ile daha önce yapılmış çalışmalarda kullanılan anket formlarının araştırma amacına göre uyarlanmasıyla ortaya çıkmıştır. Bu kapsamda Sarıyıldız (2018) ve Aşıroğlu (2020) tarafından kullanılan anket formlarından gül/lavanta turizmine ilişkin anket soruları oluşturulmuştur. Kış turizmine ilişkin anket sorularının oluşturulmasında ise Türkeri (2014) tarafından kullanılan anket formu ele alınmış ve araştırmanın amacına göre uyarlanmıştır. Ayrıca nicel görüşmelerden elde edilen bazı sonuçlar ve çıkarımlar da anket formuna soru olarak eklenmiştir. Anket formuna katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik olarak demografik sorular eklenmiştir.

3.4. Araştırma Modeli

Araştırmanın modelini gül/lavanta turizmine ilişkin boyutlar ve kış turizmine ilişkin boyutlar ile katılımcıların destinasyonu tekrar ziyaret niyeti boyutları oluşturmaktadır. Araştırmada oluşturulan model aşağıdaki Şekil 3.2’de gösterilmektedir.



Şekil 3.2. Araştırma modeli

3.5. Araştırma Hipotezleri

Araştırma aramacına bağlı olarak oluşturulan araştırma modeli kapsamında araştırmanın hipotezleri önerilmiştir. Şekil 3.2’de yer alan araştırma modelinde araştırma kapsamındaki dört değişken dikkate alınmıştır. Gül/lavanta turizmi ile kış turizminin alt boyutları olmasından dolayı hipotezler alt boyutlar ile önerilmiştir. Sarıyıldız (2018), çalışmasında gül üreticilerinin gül turizmine ilişkin algılarını değerlendirmiştir. Bu çalışmada gül turizmine yönelik katılım niyetinin de ölçülmesi gerektiğine yönelik önerilerden bahsedilmektedir. Bu kapsamda gül/lavanta turizminin alt boyutları da dikkate alınarak aşağıdaki hipotezler önerilmiştir:

H1a: Gül/lavanta turizminin ekonomik etkisi katılım niyetini etkilemektedir.

H1b: Gül/lavanta turizminin çevresel etkisi katılım niyetini etkilemektedir.

H1c: Gül/lavanta turizminden memnuniyet katılım niyetini etkilemektedir.

H1d: Gül/lavanta turizminin altyapısı katılım niyetini etkilemektedir.

H1e: Gül/lavanta turizminin bölgesel gelişim etkisi katılım niyetini etkilemektedir.

Aşıroğlu (2020), çalışmasında lavanta turizmi üzerinden destinasyon imajı algısı üzerinde sosyal medyanın etkisini araştırmıştır. Bu kapsamda yapılan çalışmada ziyaret deneyimine ilişkin bulgular ile imaja ilişkin bulgular değer katma niyetinin de araştırılmasına yönelik sonuçlar ortaya koymaktadır. Buradan hareketle bu araştırmada aşağıdaki hipotezler önerilmiştir:

H2a: Gül/lavanta turizminin ekonomik etkisi değer katma niyetini etkilemektedir.

H2b: Gül/lavanta turizminin çevresel etkisi değer katma niyetini etkilemektedir.

H2c: Gül/lavanta turizminden memnuniyet değer katma niyetini etkilemektedir.

H2d: Gül/lavanta turizminin altyapısı değer katma niyetini etkilemektedir.

H2e: Gül/lavanta turizminin bölgesel gelişim etkisi değer katma niyetini etkilemektedir.

Türkeri (2014) çalışmasında ise, destinasyon aidiyeti oluşturulmasında destinasyon imajının ve kişiliğinin rolünü araştırmıştır. Bu kapsamda yapılan araştırmada katılım niyetine ve değer katma niyetine yönelik çıkarımların yapılmasına yönelik farklı araştırmaların da yapılması gerekliliğine işaret etmiştir. Buna göre aşağıdaki hipotezler önerilmiştir:

H3a: Kış turizminde destekleyici imkanlar katılım niyetini etkilemektedir.

H3b: Kış turizminde altyapı imkanları katılım niyetini etkilemektedir.

H3c: Kış turizminde destinasyon yapısı katılım niyetini etkilemektedir.

H4a: Kış turizminde destekleyici imkanlar değer katma niyetini etkilemektedir.

H4b: Kış turizminde altyapı imkanları değer katma niyetini etkilemektedir.

H4c: Kış turizminde destinasyon yapısı değer katma niyetini etkilemektedir.

3.6. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Araştırmada hem nitel hem de nicel yöntem belirlenmesinden dolayı evren ve örnekleme ilişkin açıklamalar da bu yönüyle ele alınmıştır. Araştırmanın nitel kısmı ile ilgili olarak Isparta ve çevresinde en az dört yıldızlı olan oteller araştırılmış ve araştırma kapsamına uyan altı otelin olduğu tespit edilmiştir. Tespit edilen altı otelin hepsine ulaşılmış ve görüşme formlarında yer alan sorular yüzyüze olacak şekilde iletilmiştir. Otel yöneticilerinin pazarlama-satış müdürü veya işletme müdürü

olmasına özellikle dikkat edilmiştir. Alınan cevaplar hem telefona kaydedilmiş hem de görüşmeye ilişkin notlar alınmıştır. Görüşmeler 30-45 dakika aralığında gerçekleşmiştir. Görüşmeler 6-10 Haziran 2022 tarih aralığında gerçekleşmiştir. Böylece tespit edilen tüm otel yöneticilerine ulaşılmış ve belirlenen evrenin tamamına ulaşılmıştır.

Araştırmanın nicel kısmında ise bölgeyi ziyaret eden turistlere yönelik bir anket formu oluşturulmuştur. Bölgeyi pandemi döneminde ziyaret eden kişi sayısının çok değişkenlik göstermesinden dolayı, pandemi öncesindeki dönem verileri dikkate alındığında 2018 yılında sadece lavantanın en iyi olduğu sezonda 222 000 kişinin ziyaret ettiği görülmüştür (Uysal, 2022). Evren olarak kabul edilebilecek bu ziyaretçi sayısı dikkate alındığında örnekleme belirleme tablosuna göre 384 anketin yapılmasının yeterli olacağı anlaşılmıştır. Yanlış ve/veya eksik doldurulan anket olabilme ihtimaline karşılık 400 anket yüzyüze doldurtulmuştur. Anketler 15-22 Haziran 2022 aralığında bölgeyi ziyaret eden turistlere uygulanmıştır. Anketlerin tamamından geri dönüş alınmış, anketlerin birebir yaptırılmasından dolayı herhangi bir veri kaybı yaşanmamış ve veri setini 400 anket formu oluşturmuştur.

3.7. Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırma belli sınırlılıklar taşımaktadır. Zaman ve maliyet baskısına bağlı olarak araştırma sadece belli bir dönemde ve belli bir bölgeyi ziyaret edenlerle gerçekleştirilmiştir. Bu nedenle daha geniş kitleleri kapsayacak şekilde araştırmalar yapılabilir. Ayrıca farklı zaman dilimlerinde yapılacak çalışmalar da karşılaştırma yapma ve zaman içindeki gelişimleri görerek değerlendirme yapma imkanı sunacaktır.

4. BULGULAR

Araştırmanın bulguları nitel değerlendirme yapabilmeye yönelik veriler ve nicel değerlendirme yapabilmeye yönelik veriler içermesi nedeniyle iki bölümde sunulmuştur.

4.1. Nitel Araştırmaya İlişkin Bulgular

Araştırmanın ilk adımında gül/lavanta turizmi kapsamında alternatif turizm faaliyetlerinin tespit edilmesine yönelik Isparta ve çevresindeki dört ve beş yıldızlı otellerin yöneticileri ile görüşme yapılmıştır. Yapılan görüşmelere göre yöneticilerin turizm alternatiflerine yönelik görüşleri alınmıştır. Görüşmelerde ortaya çıkan yönetici görüşleri sırasıyla aşağıda açıklanmıştır. Nitel araştırmaya katılan yöneticiler “Katılımcı” olarak ifade edilerek açıklamalar yapılmıştır. Buna göre Katılımcı 1 bölgenin turizm potansiyelinin iyileştirilmesine yönelik olarak bölgenin tanıtımlarına öncelik verilmesi gerektiğini savunmuştur. Katılımcı özellikle bölgenin potansiyelinin 12 ay boyunca aktif olarak kullanılabilecek ürün çeşitliliğinin olduğunu alternatif turizm kapsamında bakıldığında bölgenin diğer bölgelere göre önde olduğunu savunmuştur. Özellikle Davraz dağının sadece kış döneminde talep görnesinin yanında özellikle bahar aylarında da trekking yürüyüşlerinin sıklıkla yapılması gerektiğini belirtmiştir. Gül ve lavanta turizmi ile alakalı bölgede reklamasyon çalışmalarının azlığından diğer bölgelerinin özellikle lavanta turizmi açısından reklama öncelik verdiği şeklinde görüşünü ifade etmiştir.

Katılımcı 2 ise bölgenin alternatif turizm çeşitliliğinin mevcut çeşitlilikten daha fazla olduğunu özellikle kiraz ve elma gibi festivallerinin de bölgede popülerliğinin artırılması gerektiğini savunmuştur. Ayrıca Davraz ile alakalı da yaz döneminde spor takımlarının bölgeye getirilerek kamp yapmalarını sağlanması gerektiğini belirtmiştir. Çünkü bölgenin havasının ve nemin sporcular üzerinde olumlu etki yaptığını belirtmiştir.

Katılımcı 3 ise gül ve lavanta turizmin yanında arada boşta kalan mevsimleri kiraz ve lale gibi ürünlerle bölgede ki yoğunluğu artırmak olarak görüş bildirmiştir. Çünkü gül ve lavantadan sonra bölgede sunulacak ürünün kalmadığını belirtmiştir. Ayrıca

turizm bölgelerin altyapı da sorun olduğunu gelen yerli ve yabancı turistlerin bölgede yaşadıkları olumsuzlarda bölgeye tekrar tercih etmeyecekleri kanısına ulaşmıştır.

Katılımcı 4 ise Davraz Dağı'ndaki telesiyelerin eksikliğinden ve alt yapısını olumsuz sonuçlar doğurduğundan bahsetmiştir. Özellikle karın yoğun olduğu dönemlerde Davraz Dağı'ndaki çalışan telesiyelerin sporu yapanlar ile sadece gezmek için gelenler arasında yaşanan olumsuzlara değinmiştir. Acil olarak telesiyej sayısı artırılmalı ve yiyecek içecek alanları genişletilmelidir görüşünü bildirmiştir. Gül ve lavanta ile alakalı da tanıtım eksikliğinden bahsetmiştir.

Katılımcı 5 ise bölgenin tanıtımın az olduğu diğer illerde düzenlenen fuarlara katılımın öneminde bahsetmiştir. Çünkü fuarların bölgenin tanıtımında önemli bir süreç olduğu farklı birçok il ve ülkeye tanıtmanın önemi belirtmiştir. Özellikle dünya çapında en büyük fuarlardan olan Emitt fuarının öneminden ayrıca bahsetmiştir. Bölgenin kültürel turizm açısından önemli bir konumda bulunduğunu belli başlı yerlerin haricinde de destinasyonları genişleterek acentalar sunmak gerektiğinin belirtmiştir.

Katılımcı 6 ise gül ve lavanta turizmin haricinde eylül ayında elma ve kiraz gibi ürünlerin turizme kazandırılması gerektiğini savunmuştur. Bölgede çok iyi bir kültür ve tarihi bir gezi olarak bilinen Yalvaç Pisidia Antiokheia eskiden olduğu gibi tekrar önemini özellikle yabancı acentalara anlatıp bölgede gerçekleşen gezilere dahil edilmesi sağlanmalıdır. Davraz ile alakalı da telesiyej ve otopark sorunu üzerinde durmuştur.

4.2. Nicel Araştırmaya İlişkin Bulgular

Araştırma amacına bağlı olarak oluşturulan anket formundan elde edilen veriler nicel yöntemler yardımıyla tablolar haline dönüştürülmüştür. Bu tablolar ise sırasıyla demografik özelliklere ilişkin bulgular, anket formuna ilişkin sorular, açıklayıcı faktör analizine ilişkin bulgular ve hipotezlerin test edilmesine yönelik bulgular şeklinde verilmiştir.

4.2.1. Demografik özelliklere ilişkin bulgular

Araştırmaya katılanların demografik durumları cinsiyet, medeni durum, yaş, öğrenim durumu, meslek ve gelir durumu açısından incelenmiştir. Araştırmaya katılanların demografik özellikleri aşağıdaki Çizelge 4.1’de gösterilmiştir.

Çizelge 4.1. Demografik bulgular

Cinsiyet	f	%
Kadın	139	34.8
Erkek	261	65.3
Medeni Durum		
Evli	197	49.3
Bekar	187	46.8
Diğer	16	4.0
Yaş		
17-25 aralığında	49	12.3
26-34 aralığında	124	31.0
35-43 aralığında	116	29.0
44-52 aralığında	78	19.5
53 ve üzeri	33	8.3
Öğrenim Durumu		
İlköğretim	12	3.0
Lise	153	38.3
Ön lisans	101	25.3
Lisans	116	29.0
Lisansüstü	18	4.5
Meslek		
Kamu Sektörü	50	0.20
Özel Sektör	147	0.59
Çalışmıyor	25	0.10
Emekli	29	0.12
Gelir		
7499 ve altı	65	0.40
7500-9999	52	0.32
10 000-12 499	25	0.15
12 500 ve üzeri	20	0.12

Buna göre araştırmaya katılanların %34.8’inin kadın, %65.3’ünün erkek olduğu görülmektedir. Medeni durumları tablo da incelendiğinde ankete katılanların %49.3 evli olduğu %46.8 oranında bekar ve %4 oranında ise diğer kategoriye seçtikleri tespit edilmiştir. Anketi dolduran kişilerin yaş ortalamaları bakıldığında ise 17-25 yaş aralığı %12.3 26-34 yaş aralığı %31.0 35-43 yaş aralığında olanlar %29.0 44-52 yaş arasında bulunanlar %19.5 ve 53 yaş ve üzeri ankete katılanlar %8.3 olarak

belirtilmiştir. Ankette öğrenim durumları ile ilgili bakıldığında ilköğretim mezunu %3 lise mezunu %38.3 ön lisans mezunu %25.3 lisans mezunu %29.0 ve lisansüstü mezunu olarak %4.5 olarak tespit edilmiştir. Ankette meslek gruplarına göre dağılımında çıkan sonuç ise kamu sektöründe çalışan %20 özel sektör bünyesinde çalışan %59 hiçbir işte çalışmayan kesim %15 emekli kesim ise %12 olarak ankette cevaplanmıştır. Ankete katılan kişilerin gelir düzeyleri incelediğinde bazı katılımcıların gelir durumlarını beyan etmekten kaçındıkları görülmüştür. Buna göre gelir dağılımları gruplandırıldığında şu bulgulardan bahsedilebilir: 7499 TL ve altı ücret alanlar %40; 7500-9999 TL ücret alanlar %32; 10 000-12 499 TL arasında ücret alanlar %15 ve 12 500 ve üzeri ücret alanlar %12'dir.

4.2.2. Anket formuna ilişkin bulgular

Araştırmaya katılanların gül/lavanta turizmi, kış turizmi ve niyet kapsamında verdikleri cevaplar sırasıyla incelenmiştir. İlk olarak gül/lavanta turizmine ilişkin olarak katılımcıların verdiği cevaplar değerlendirilmiştir. Gül/lavanta turizmine yönelik ifadelerden ve ifadeleri verilen cevaplardan oluşan tablo Çizelge 4.2'de verilmiştir.

Çizelge 4.2. Gül/lavanta turizmine ilişkin ifadeler ve ortalama değerleri

Gül/lavanta turizmi ile ilgili ifadeler	Ortalama	Standart Sapma
1. Gül/lavanta turizminin gelişmesi ilin ekonomik olarak gelişmesine katkı sağlar.	4.4050	.89889
2. Gül/lavanta turizminin gelişmesi, yeni iş sahaları oluşturur.	4.4075	.79563
3. Gül/lavanta turizminin gelişmesiyle ilin ticaretini canlandırır.	4.4200	.76489
4. Gül/lavanta turizminin gelişmesi, bölgeye yapılan yatırımların (otel, tatil köyü) artmasına neden olur.	4.3300	.76979
5. Gül/lavanta turizminin gelişmesi, bölgede istihdamı artırır.	4.3250	.75219
6. Gül/lavanta turizminin gelişmesi, bölge halkının zenginleşmesine katkıda bulunur.	4.1175	1.07545
7. Gül/lavanta turizminin gelişmesi, Isparta'nın marka değerini artırır.	4.1650	1.09122
8. Gül/lavanta turizminin gelişmesi, ilde çarpık kentleşmeye neden olur.	3.1850	1.49880
9. Gül/lavanta turizminin gelişmesi, tarihi yapıların restorasyonunda ve korunmasında etkili olur.	3.3725	1.43314

Çizelge 4.2. Gül/lavanta turizmine ilişkin ifadeler ve ortalama değerleri (Devam)

10. Gül/lavanta turizminin gelişmesi, ilde hava, su, toprak kirliliğine neden olur.	2.9625	1.47020
11. Turistik tesislerin (otel, tatil köyü) inşaatı doğal çevreye zarar verir.	3.2275	1.47689
12. Gül/lavanta turizminin gelişmesi, çevresel düzenlemeleri artırır.	3.9925	1.00248
13. Gül/lavanta turizmi, Isparta için önemli bir alandır.	4.2400	.85980
14. Isparta'nın gül/lavanta tanıtımlarını sosyal medyada duyudum.	4.1150	.91316
15. Gül/lavanta turizmi ziyaret deneyimimden memnun kaldım.	4.2150	.80336
16. Gül/lavanta turizmi ziyaret deneyimimi çevremdekilere aktarırım.	4.2625	.82176
17. Gül/lavanta turizm destinasyonu ile ilgili olumlu yönler vardır.	4.1675	.92822
18. Kuyucak lavanta köyü destinasyonu ile ilgili olumsuz yönler vardır.	3.9875	1.13161
19. Gül/lavanta turizminin tanınırlığı için daha fazla tanıtım yapılmalıdır.	4.2450	.92581
20. Gül/lavanta turizmi için yerleşim planı henüz tamamlanmamıştır.	4.1525	1.04737
21. Gül/lavanta turizmi için ulaşım ve yollar uygundur.	4.0150	1.13047

Araştırmaya katılanların gül/lavanta turizmine ilişkin verdikleri cevaplar ortalamalar ve standart sapmaları üzerinden değerlendirilmiştir. Buna göre; en yüksek ortalama sahip ifadenin “Gül/lavanta turizminin gelişmesiyle ilin ticaretini canlandırır ($\bar{x}=4.4200$; $\sigma=.89889$)” olduğu görülmektedir. Bunun ardından ikinci sıradaki “Gül/lavanta turizminin gelişmesi, yeni iş sahaları oluşturur ($\bar{x}=4.4075$; $\sigma=.79563$)” ifade olduğu tablodan anlaşılmaktadır. Üçüncü sıradaki yüksek ifade ise “Gül/lavanta turizminin gelişmesi ilin ekonomik olarak gelişmesine katkı sağlar ($\bar{x}=4.4050$; $\sigma=.89889$)” olduğu tespit edilmiştir. Gül/lavanta turizmine ilişkin düşük ifadeler incelendiğinde ise en düşük ortama olarak karşımıza çıkan ifade ise “Gül/lavanta turizminin gelişmesi, ilde hava, su, toprak kirliliğine neden olur ($\bar{x}=2.9625$; $\sigma=.1.47020$)” ifadesi tablo incelendiğinde karşımıza çıkmaktadır. İkinci sırada en düşük ortalama da bulunan ifade ise “Gül/lavanta turizminin gelişmesi, ilde çarpık kentleşmeye neden olur ($\bar{x}=3.1850$; $\sigma=.1.49880$)” ifadesi tabloda görülmektedir. Üçüncü sırada ki ifade de incelendiğinde ise “Turistik tesislerin (otel, tatil köyü) inşaatı doğal çevreye zarar verir ($\bar{x}=3.2275$; $\sigma=.1.47689$)” olduğu tablo incelendiğinde görülmüştür.

Araştırma kapsamında araştırmaya katılanlara daha önceden kış turizmine katılıp katılmadıklarına yönelik soru yöneltilmiştir. Bu soruya “Evet” cevap verenlerin kış turizmine yönelik sorulara da cevap vermeleri istenmiştir. “Hayır” cevabı verenlerin ise kış turizmi ile ilgili soruları cevaplamaması istenmiştir. Gül/lavana turizmi kapsamında bölgeyi ziyaret edenler içerisinde kış turizmi için bölgeye gelmiş olanları gösteren tablo aşağıda Çizelge 4.3’te yer almaktadır.

Çizelge 4.3. Katılımcıların daha önce davraz kayak merkezine gelme durumu

Daha önce Isparta’ya Davraz Kayak Merkezi için geldiniz mi?	F	%
Evet	162	40.5
Hayır	238	59.5
Toplam	400	100.0

Araştırma kapsamında kış turizmine yönelik katılımcılara yöneltilen kış turizmi ile ilgili sorular ile araştırmaya katılanlar içerisinde daha önce kış turizmi nedeniyle bölgeyi ziyaret edenlerin kış turizmine ilişkin verdikleri cevaplar aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

Çizelge 4.4. Kış turizmine ilişkin ifadeler ve ortalama değerler

Kış Turizmine ilişkin İfadeler	Ortalama	Standart Sapma
23. Davraz Kayak Merkezi’ne ulaşım kolaydır.	3.88	1.199
24. Davraz Kayak Merkezi’nin kayak pistlerinin Uluslararası Kayak Federasyonu standartlarına uygun olduğunu düşünüyorum.	3.83	1.035
25. Davraz kayak Merkezi’nde pistler temiz ve bakımlıdır.	3.85	1.017
26. Davraz Kayak Merkezi’ndeki alış veriş olanakları yeterlidir.	3.59	1.199
27. Davraz Kayak Merkezi’nin güzel bir manzarası vardır.	4.01	1.142
28. Davraz Kayak Merkezi’nde yerli ve yabancı turistlere yönelik gerçekleştirilen festival, konser gibi sosyal etkinlikler yeterlidir.	2.81	1.475
29. Davraz Kayak Merkezi’nde konaklama fiyatları caziptir.	2.81	1.438
30. Davraz Kayak Merkezi’nde yeme içme fiyatları caziptir.	2.87	1.454
31. Davraz Kayak Merkezi turistler açısından ekonomik bir destinasyondur.	3.35	1.394
32. Davraz Kayak Merkezi’nin doğal güzelliği vardır.	4.04	1.100
33. Davraz Kayak Merkezi’nin iklimi kış sporlarına elverişlidir.	4.10	1.017
34. Davraz Kayak Merkezi benim için özgün bir destinasyondur.	4.09	.974

Araştırmaya katılanların Davraz Kayak turizmine ilişkin verdikleri cevaplar ortalamalar ve standart sapmaları üzerinden değerlendirilmiştir. Buna göre; en yüksek ortalama sahip ifade olarak “Davraz Kayak Merkezi’nin iklimi kış sporlarına elverişlidir ($\bar{x}=4.10$; $\sigma=1.017$)” ifadesi olduğu görülmektedir. İkinci sırada ise “Davraz Kayak Merkezi benim için özgün bir destinasyondur ($\bar{x}=4.09$; $\sigma=.974$)” incelendiğinde tabloda karşımıza çıkmaktadır. Üçüncü en yüksek ifade ise “Davraz Kayak Merkezi’nin doğal güzelliği vardır ($\bar{x}=4.04$; $\sigma=1.100$)” ifadesidir. Davraz Kayak Merkezi’ne ilişkin en düşük ifadeler incelendiğinde ise; “Davraz Kayak Merkezi’nde yerli ve yabancı turistlere yönelik gerçekleştirilen festival, konser gibi sosyal etkinlikler yeterlidir ($\bar{x}=2.81$; $\sigma=1.475$)”, “Davraz Kayak Merkezi’nde konaklama fiyatları caziptir ($\bar{x}=2.81$; $\sigma=1.438$)”, “Davraz Kayak Merkezi’nde yeme içme fiyatları caziptir ($\bar{x}=2.87$; $\sigma=1.454$)” ifadelerinin yer aldığı görülmektedir.

Araştırmada ayrıca katılımcıların “Katılım Niyeti” ve “Değer Katma Niyeti” ile ilgili sorular yöneltilmiştir. Buna göre elde edilen bulgular aşağıdaki Çizelge 4.5’te gösterilmiştir.

Çizelge 4.5. “Katılım Niyeti” ve “Değer Katma Niyeti” ile ilgili ifadeler

“Katılım Niyeti” ve “Değer Katma Niyeti” ile İlgili İfadeler	Ortalama	Standart Sapma
35. Gül/lavanta turizmi için yapılan etkinlikler elma için yapılırsa katılmayı düşünürüm.	3.8125	1.21904
36. Gül/lavanta turizmi için yapılan etkinlikler kiraz için yapılırsa katılmayı düşünürüm.	3.8025	1.18829
37. Gül/lavanta turizmi için yapılan etkinliklerin Isparta çevresindeki tarihi alanlar için yapılırsa katılmayı düşünürüm.	3.9900	1.13274
38. Gül/lavanta turizmi için yapılan etkinliklerin doğa sporları için yapılırsa katılmayı düşünürüm.	4.0375	1.13989
39. Gül/lavanta turizmi için yapılan etkinliklerin Isparta çevresindeki doğal alanlar için yapılırsa katılmayı düşünürüm.	4.0325	1.12455
40. Her bir değer (gül/lavanta/elma/kiraz gibi) için ayrı bir festival yapılması gerektiğini düşünüyorum.	4.0025	1.12501
41. Her bir değer (gül/lavanta/elma/kiraz gibi) için festival yapılırsa katılmak isterim.	4.0350	1.09626
42. Her bir değer (gül/lavanta/elma/kiraz gibi) için festival yapılırsa çevreme katıldığımı duyururum.	4.0475	1.09235

Araştırmaya katılanların gül ve lavanta turizmi etkinliklerine ilişkin verdikleri cevaplar ortalamalar ve standart sapmaları üzerinden değerlendirilmiştir. Buna göre; en yüksek ortalama sahip ifade olarak “Her bir değer (gül/lavanta/elma/kiraz gibi)

için festival yapılsa çevreme katıldığımı duyururum ($\bar{x}=4.0475$; $\sigma=1.09235$)” ifadesi olduğu belirtilmiştir. İkinci sırada ise “Gül/lavanta turizmi için yapılan etkinliklerin doğa sporları için yapılsa katılmayı düşünürüm ($\bar{x}=4.0435$; $\sigma=1.13989$)” ifade olduğu tablo incelendiğinde anlaşılmaktadır. Üçüncü son ifade ise “Her bir değer (gül/lavanta/elma/kiraz gibi) için festival yapılsa katılmak isterim ($\bar{x}=4.0350$; $\sigma=1.09626$)” ifadesi anlaşılmaktadır. Bununla birlikte katılımcıların “Katılım Niyeti” ve “Değer Katma Niyeti” ile ilgili ifadelerin hepsine ortalamanın üzerinde cevap verdikleri görülmektedir.

4.2.3. Açıklayıcı faktör analizine ilişkin bulgular

Araştırmada anket formlarında yer alan ifadeleri azaltmaya ve araştırma modelinde belirtilen boyutlarla açıklayabilmeye yönelik açıklayıcı faktör analizi yapılmıştır. Açıklayıcı faktör analizi gül/lavanta turizmine ilişkin ifadelerin yer aldığı soru grubu, kış turizmine ilişkin ifadelerin yer aldığı soru grubu ve niyete ilişkin ifadelerin yer aldığı soru grubu olmak üzere ayrı ayrı ele alınmıştır (Çizelge 4.6).

Çizelge 4.6. Gül/lavanta turizm açıklayıcı faktör analizi

Boyut	İfadeler	Faktör Yükleri
Ekonomik Etki	2. Gül/lavanta turizminin gelişmesi, yeni iş sahaları oluşturur.	.843
	3. Gül/lavanta turizminin gelişmesiyle ilin ticaretini canlandırır.	.820
	4. Gül/lavanta turizminin gelişmesi, bölgeye yapılan yatırımların (otel, tatil köyü) artmasına neden olur.	.813
	1. Gül/lavanta turizminin gelişmesi ilin ekonomik olarak gelişmesine katkı sağlar.	.765
	5. Gül/lavanta turizminin gelişmesi, bölgede istihdamı artırır.	.738
	6. Gül/lavanta turizminin gelişmesi, bölge halkının zenginleşmesine katkıda bulunur.	.612
Çevresel Etki	10. Gül/lavanta turizminin gelişmesi, ilde hava, su, toprak kirliliğine neden olur.	.867
	8. Gül/lavanta turizminin gelişmesi, ilde çarpık kentleşmeye neden olur.	.838
	11. Turistik tesislerin (otel, tatil köyü) inşaatı doğal çevreye zarar verir.	.811
	9. Gül/lavanta turizminin gelişmesi, tarihi yapıların restorasyonunda ve korunmasında etkili olur.	.757

Çizelge 4.6. Gül/lavanta turizm açıklayıcı faktör analizi (Devam)

Memnuniyet	15. Gül/lavanta turizmi ziyaret deneyimimden memnun kaldım.	.803
	16. Gül/lavanta turizmi ziyaret deneyimimi çevremdekilere aktarırım.	.743
	14. Isparta'nın gül/lavanta tanıtımlarını sosyal medyada duydum.	.710
Bölgesel Gelişim Etkisi	12. Gül/lavanta turizminin gelişmesi, çevresel düzenlemeleri artırır.	.778
	13. Gül/lavanta turizmi, Isparta için önemli bir alandır.	.738
	7. Gül/lavanta turizminin gelişmesi, Isparta'nın marka değerini artırır.	.508
Altyapı Eksikliği	20. Gül/lavanta turizmi için yerleşim planı henüz tamamlanmamıştır.	.815
	18. Kuyucak lavanta köyü destinasyonu ile ilgili olumsuz yönler vardır.	.707
	19. Gül/lavanta turizminin tanınırlığı için daha fazla tanıtım yapılmalıdır.	.687
Kümülatif Açıklanan Varyans (%)		30.803 45.973 53.847 61.150 66.543

İlk olarak gül/lavanta turizmine ilişkin ifadelerin yer aldığı soru grubuna ilişkin değişken açıklayıcı faktör analizine tabi tutulmuştur. Yapılan ilk açıklayıcı faktör analizinde iki ifade analizden çıkarılmıştır. Gül/lavanta turizmine ilişkin ifadelerden 17. ifade olan “Gül/lavanta turizm destinasyonu ile ilgili olumlu yönler vardır” ifadesi birden fazla faktöre yüksek değerlerle dağılmasından dolayı, 21. ifade olan “Gül/lavanta turizmi için ulaşım ve yollar uygundur” ifadesi düşük faktör yükünden dolayı herhangi bir faktör içerisinde yer almamasından dolayı, analizden çıkarılmıştır. Değişkenlerin çıkarılmasından sonra gül/lavanta turizmine ilişkin ifadelerin yer aldığı soru grubu tekrar açıklayıcı faktör analizine tabi tutulmuş ve tüm ifadeler beş faktöre dağılmıştır. Faktörlerde yazan ifadeler incelendiğinde faktörlerin isimleri “ekonomik etki, çevresel etki, memnuniyet, bölgesel gelişim etkisi, altyapı eksikliği” olarak yazılmıştır. Açıklayıcı faktör analizinde KMO değeri 0.847; Bartlett's küresellik testi anlamlılık düzeyi ise $p < 0.01$ olarak tespit edildiğinden örneklemin açıklayıcı faktör analizi için yeterli olduğu gözlenmiştir. Faktör dağılımları ve faktör yükleri Çizelge 4.6'da gösterilmiştir.

Araştırma kapsamında kış turizmine ilişkin ifadelerin boyutlar üzerinden değerlendirilmesine yönelik açıklayıcı faktör analizi yapılmıştır. Açıklayıcı faktör analizinden elde edilen bulgular aşağıdaki tabloda gösterilmiştir (Çizelge 4.7).

Çizelge 4.7. Kış turizmi açıklayıcı faktör analizi

Boyut	İfadeler	Faktör Yükleri
Destekleyici İmkanlar	29. Davraz Kayak Merkezi'nde konaklama fiyatları caziptir.	.943
	30. Davraz Kayak Merkezi'nde yeme içme fiyatları caziptir.	.939
	28. Davraz Kayak Merkezi'nde yerli ve yabancı turistlere yönelik gerçekleştirilen festival, konser gibi sosyal etkinlikler yeterlidir.	.767
	31. Davraz Kayak Merkezi turistler açısından ekonomik bir destinasyondur.	.694
Altyapı İmkanları	25. Davraz kayak Merkezi'nde pistler temiz ve bakımlıdır.	.861
	24. Davraz Kayak Merkezi'nin kayak pistlerinin Uluslararası Kayak Federasyonu standartlarına uygun olduğunu düşünüyorum.	.818
	26. Davraz Kayak Merkezi'ndeki alış veriş olanakları yeterlidir.	.752
	23. Davraz Kayak Merkezi'ne ulaşım kolaydır.	.730
Destinasyon Yapısı	33. Davraz Kayak Merkezi'nin iklimi kış sporlarına elverişlidir.	.874
	32. Davraz Kayak Merkezi'nin doğal güzelliği vardır.	.854
	34. Davraz Kayak Merkezi benim için özgün bir destinasyondur.	.725
	27. Davraz Kayak Merkezi'nin güzel bir manzarası vardır.	.438
Kümülatif Açıklanan Varyans (%)		35.77955.637 69.872

Kış turizmine ilişkin yapılan açıklayıcı faktör analizinde tüm ifadelerin bir faktör altında toplandığı görülmüştür. Bu nedenle açıklayıcı faktör analizi sonucu herhangi bir ifadenin çıkarılmasına gerek olmadığı kanaatine varılmıştır. Kış turizmine ilişkin ifadeler üç faktöre dağılmıştır. Faktörlerde yazan ifadeler incelendiğinde faktörlerin isimleri “destekleyici imkanlar, altyapı imkanları ve destinasyon yapısı” olarak yazılmıştır. Açıklayıcı faktör analizinde KMO değeri 0.765; Bartlett's küresellik testi anlamlılık düzeyi ise $p < 0.01$ olarak tespit edildiğinden örneklemin açıklayıcı faktör analizi için yeterli olduğu gözlenmiştir.

Araştırmada katılımcıların niyetini belirlemeye yönelik oluşturulan ifadelerin araştırma modelinde önerilen boyutlar çerçevesindeki boyutlarla örtüşüp örtüşmediğini belirlemeye yönelik açıklayıcı faktör analizi yapılmıştır. Yapılan açıklayıcı faktör analizi bulguları aşağıdaki Çizelge 4.8'de gösterilmiştir.

Çizelge 4.8. Niyete ilişkin açıklayıcı faktör analizi

Boyut	İfadeler	Faktör Yükleri
Değer Artırma Niyeti	41. Her bir değer (gül/lavanta/elma/kiraz gibi) için festival yapılsa katılmak isterim.	.858
	40. Her bir değer (gül/lavanta/elma/kiraz gibi) için ayrı bir festival yapılması gerektiğini düşünüyorum.	.858
	42. Her bir değer (gül/lavanta/elma/kiraz gibi) için festival yapılsa çevreme katıldığımı duyururum.	.847
Katılım Niyeti	38. Gül/lavanta turizmi için yapılan etkinliklerin doğa sporları için yapılsa katılmayı düşünürüm.	.896
	39. Gül/lavanta turizmi için yapılan etkinliklerin Isparta çevresindeki doğal alanlar için yapılsa katılmayı düşünürüm.	.865
	37. Gül/lavanta turizmi için yapılan etkinliklerin Isparta çevresindeki tarihi alanlar için yapılsa katılmayı düşünürüm.	.835
	36. Gül/lavanta turizmi için yapılan etkinlikler kiraz için yapılsa katılmayı düşünürüm.	.748
	35. Gül/lavanta turizmi için yapılan etkinlikler elma için yapılsa katılmayı düşünürüm.	.723
Kümülatif Açıklanan Varyans (%)		62.877 77.396

Katılımcıların niyetine ilişkin yapılan açıklayıcı faktör analizinde tüm ifadelerin bir faktör altında toplandığı görülmüştür. Bu nedenle açıklayıcı faktör analizi sonucu herhangi bir ifadenin çıkarılmasına gerek olmadığı kanaatine varılmıştır. Katılımcıların niyetine ilişkin ifadeler iki faktöre dağıldığı görülmüştür. Faktörlerde yazan ifadeler incelendiğinde faktörlerin isimleri “değer artırma niyeti ve katılım niyeti” olarak yazılmıştır. Açıklayıcı faktör analizinde KMO değeri 0.834; Bartlett’s küresellik testi anlamlılık düzeyi ise $p < 0.01$ olarak tespit edildiğinden örneklemin açıklayıcı faktör analizi için yeterli olduğu gözlenmiştir.

4.2.4. Hipotezlere ilişkin bulgular

Araştırma modeli kapsamında önerilen hipotezleri test etmek amacıyla çoklu regresyon analizinden yararlanılmıştır. Araştırmada “Katılım Niyeti” bağımlı değişkenine etki ettiği düşünülen “Ekonomik Etki, Çevresel Etki, Memnuniyet, Altyapı ve Bölgesel Gelişim Etkisi” bağımsız değişkenleri regresyon modeline dahil edilmiştir. Burada “Ekonomik Etki, Çevresel Etki, Memnuniyet, Altyapı ve Bölgesel Gelişim Etkisi” değişkenlerinin “Katılım Niyeti” değişkenine etkisi test edilmiştir. Yapılan çoklu regresyon analizi bulguları aşağıdaki Çizelge 4.9’da gösterilmektedir.

Çizelge 4.9. Gül/lavanta turizminin katılım niyeti etkisine ilişkin regresyon modeli ve sonuçları

	β	S.H.	p	Regresyon Modeli Özeti
Regresyon Modeli Özeti	1.658	.365	.001	$R^2=.101$; Düzeltilmiş $R^2=.089$; $F=8.836$; $DW=1.803$; $p=.000$
Bağımsız Değişkenler (Önerilen Hipotez)	β	S.H.	p	Hipotez Sonucu
EE (H1a: $EE \rightarrow KN$)	.099	.084	.238	Desteklenmedi
CE (H1b: $CE \rightarrow KN$)	.027	.039	.493	Desteklenmedi
M (H1c: $M \rightarrow KN$)	.146	.082	.076	Desteklenmedi
A (H1d: $A \rightarrow KN$)	.233	.063	.000	Desteklendi
BGE (H1e: $BGE \rightarrow KN$)	.045	.074	.545	Desteklenmedi

Bağımlı Değişken: Katılım Niyeti (KN). Bağımsız Değişkenler: EE= Ekonomik Etki, CE= Çevresel Etki, M= Memnuniyet, A= Altyapı, BGE= Bölgesel Gelişim Etkisi.

Araştırma modeline göre ekonomik etki, çevresel etki, memnuniyet, altyapı ve bölgesel gelişim etkisinin katılım niyetine etki ettiği düşünülmektedir. Çizelge 4.9’da gösterilen regresyon analizine bakıldığında gül/lavanta turizmi bağımsız değişkenlerinin kullanma niyeti üzerindeki etkisi incelemek için oluşturulan modelin istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmüştür ($F= 8.836$; $p=.000$). Bu bulguya göre, regresyon modelinin genel yapısı incelendiğinde gül/lavanta turizmi kullanıcılarının bağımsız değişkenlerinin katılım niyeti üzerinde olumlu yönde ve anlamlı bir etkisi olduğu görülmektedir ($\beta=1.658$; $p=.001$). Ayrıca gül/lavanta turizmi bağımsız değişkenlerin katılım niyeti üzerindeki etkinin %10’unu açıkladığı görülmektedir ($R^2=.101$).

Katılım niyeti ile ilgili modelin sonuçlarına bakıldığında, gül/lavanta turizminin altyapı boyutunun katılım niyeti üzerinde olumlu yönde ve anlamlı bir etkisi olduğu görülmektedir ($\beta=.233$; $p=.000$). Bu bulgu “H1d: Gül/lavanta turizminin altyapısı katılım niyetini etkilemektedir” hipotezinin desteklendiği anlamına gelmektedir. Bununla birlikte; “H1a: Gül/lavanta turizminin ekonomik etkisi katılım niyetini etkilemektedir” hipotezi ($p=.238>.05$), “H1b: Gül/lavanta turizminin çevresel etkisi katılım niyetini etkilemektedir” hipotezi ($p=.493>.05$), “H1c: Gül/lavanta turizminden memnuniyet katılım niyetini etkilemektedir” hipotezi ($p=.076>.05$) ve “H1e: Gül/lavanta turizminin bölgesel gelişim etkisi katılım niyetini etkilemektedir” hipotezi ($p=.545>.05$) anlamlı sonuç vermemesinden dolayı desteklenmemiştir.

Araştırmada “Değer Katma Niyeti” bağımlı değişkenine etki ettiği düşünülen “Ekonomik Etki, Çevresel Etki, Memnuniyet, Altyapı ve Bölgesel Gelişim Etkisi” bağımsız değişkenleri regresyon modeline dahil edilmiştir. Burada “Ekonomik Etki, Çevresel Etki, Memnuniyet, Altyapı ve Bölgesel Gelişim Etkisi” değişkenlerinin “Değer Katma Niyeti” değişkenine etkisi test edilmiştir. Yapılan çoklu regresyon analizi bulguları aşağıdaki Çizelge 4.10’da gösterilmektedir.

Çizelge 4.10. Gül/lavanta turizminin değer katma niyeti etkisine ilişkin regresyon modeli ve sonuçları

	β	S.H.	p	Regresyon Modeli Özeti
Regresyon Modeli Özeti	1.624	.394	.001	$R^2=.103$; Düzeltilmiş $R^2=.091$; $F=9.037$; $DW=1.907$; $p=.000$
Bağımsız Değişkenler (Önerilen Hipotez)	β	S.H.	p	Hipotez Sonucu
EE (H2a: EE→DKN)	.175	.091	.045	Desteklendi
CE (H2b: CE→DKN)	.037	.042	.381	Desteklenmedi
M (H2c: M→DKN)	.125	.089	.159	Desteklenmedi
A (H2d: A→DKN)	.272	.068	.000	Desteklendi
BGE (H2e: BGE→DKN)	-.028	.080	.726	Desteklenmedi

Bağımlı Değişken: Değer Katma Niyeti (DKN).

Bağımsız Değişkenler: EE= Ekonomik Etki,

CE= Çevresel Etki, M= Memnuniyet, A= Altyapı, BGE= Bölgesel Gelişim Etkisi.

Araştırma modeline göre ekonomik etki, çevresel etki, memnuniyet, altyapı ve bölgesel gelişim etkisinin değer katma niyetine etki ettiği düşünülmektedir. Çizelge 4.10’da gösterilen regresyon analizine bakıldığında gül/lavanta turizmi bağımsız değişkenlerinin kullanma niyeti üzerindeki etkisi incelemek için oluşturulan modelin istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmüştür ($F= 9.037$; $p=.000$). Bu bulguya göre, regresyon modelinin genel yapısı incelendiğinde gül/lavanta turizmi kullanıcılarının bağımsız değişkenlerinin değer katma niyeti üzerinde olumlu yönde ve anlamlı bir etkisi olduğu görülmektedir ($\beta=1.624$; $p=.001$). Ayrıca gül/lavanta turizmi bağımsız değişkenlerin değer katma niyeti üzerindeki etkinin %10’unu açıkladığı görülmektedir ($R^2=.103$).

Değer katma niyeti ile ilgili modelin sonuçlarına bakıldığında, gül/lavanta turizminin ekonomik etki boyutunun katılım niyeti üzerinde olumlu yönde ve anlamlı bir etkisi olduğu görülmektedir ($\beta=.175$; $p=.045$). Bu bulgu “H2a: Gül/lavanta turizminin

ekonomik etkisi değer katma niyetini etkilemektedir” hipotezinin desteklendiği anlamına gelmektedir. Ayrıca gül/lavanta turizminin altyapı boyutunun katılım niyeti üzerinde olumlu yönde ve anlamlı bir etkisi olduğu görülmektedir ($\beta=.272$; $p=.000$). Bu bulgu “H2d: Gül/lavanta turizminin altyapısı değer katma niyetini etkilemektedir” hipotezinin desteklendiği anlamına gelmektedir. Bununla birlikte; “H2b: Gül/lavanta turizminin çevresel etkisi değer katma niyetini etkilemektedir” hipotezi ($p=.381>.05$), “H2c: Gül/lavanta turizminden memnuniyet değer katma niyetini etkilemektedir” hipotezi ($p=.159>.05$) ve “H2e: Gül/lavanta turizminin bölgesel gelişim etkisi değer katma niyetini etkilemektedir” hipotezi ($p=.726>.05$) anlamlı sonuç vermemesinden dolayı desteklenmemiştir.

Araştırmada “Katılım Niyeti” bağımlı değişkenine etki ettiği düşünülen “Destekleyici İmkanlar, Altyapı İmkanları ve Destinasyon Yapısı” bağımsız değişkenleri regresyon modeline dahil edilmiştir. Burada “Destekleyici İmkanlar, Altyapı İmkanları ve Destinasyon Yapısı” değişkenlerinin “Katılım Niyeti” değişkenine etkisi test edilmiştir. Yapılan çoklu regresyon analizi bulguları aşağıdaki Çizelge 4.11’de gösterilmektedir.

Çizelge 4.11. Kış turizminin katılım niyeti etkisine ilişkin regresyon modeli ve sonuçları

	β	S.H.	p	Regresyon Modeli Özeti
Regresyon Modeli Özeti	2.229	.385	.001	$R^2=.158$; Düzeltilmiş $R^2=.142$; $F=9.895$; $DW=1.710$; $p=.000$
Bağımsız Değişkenler (Önerilen Hipotez)	β	S.H.	p	Hipotez Sonucu
DI (H3a: DI→KN)	.110	.058	.049	Desteklendi
AI (H3b: AI→KN)	-.044	.081	.587	Desteklenmedi
DY (H3c: DY→KN)	.385	.093	.000	Desteklendi

Bağımlı Değişken: Katılım Niyeti (KN).

Bağımsız Değişkenler: DI= Destekleyici İmkanlar,

AI= Altyapı İmkanları, DY= Destinasyon Yapısı.

Araştırma modeline göre destekleyici imkanlar, altyapı imkanları ve destinasyon yapısının katılım niyetine etki ettiği düşünülmektedir. Çizelge 4.11’de gösterilen regresyon analizine bakıldığında kış turizmi bağımsız değişkenlerinin kullanma niyeti üzerindeki etkisi incelemek için oluşturulan modelin istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmüştür ($F=9.895$; $p=.000$). Bu bulguya göre, regresyon

modelinin genel yapısı incelendiğinde kış turizmi kullanıcılarının bağımsız değişkenlerinin katılım niyeti üzerinde olumlu yönde ve anlamlı bir etkisi olduğu görülmektedir ($\beta=2.229$; $p=.001$). Ayrıca kış turizmi bağımsız değişkenlerin katılım niyeti üzerindeki etkinin yaklaşık %16'sını açıkladığı görülmektedir ($R^2=.158$).

Katılım niyeti ile ilgili modelin sonuçlarına bakıldığında, kış turizminin destekleyici imkanlar boyutunun katılım niyeti üzerinde olumlu yönde ve anlamlı bir etkisi olduğu görülmektedir ($\beta=.110$; $p=.049$). Bu bulgu “H3a: Kış turizminde destekleyici imkanlar katılım niyetini etkilemektedir” hipotezinin desteklendiği anlamına gelmektedir. Ayrıca kış turizminin destinasyon yapısı boyutunun katılım niyeti üzerinde olumlu yönde ve anlamlı bir etkisi olduğu görülmektedir ($\beta=.385$; $p=.000$). Bu bulgu “H3c: Kış turizminde destinasyon yapısı katılım niyetini etkilemektedir” hipotezinin desteklendiği anlamına gelmektedir. Bununla birlikte; “H3b: Kış turizminde altyapı imkanları katılım niyetini etkilemektedir” hipotezi ($p=.587>.05$) anlamlı sonuç vermemesinden dolayı desteklenmemiştir.

Araştırmada “Değer Katma Niyeti” bağımlı değişkenine etki ettiği düşünülen “Destekleyici İmkanlar, Altyapı İmkanları ve Destinasyon Yapısı” bağımsız değişkenleri regresyon modeline dahil edilmiştir. Burada “Destekleyici İmkanlar, Altyapı İmkanları ve Destinasyon Yapısı” değişkenlerinin “Değer Katma Niyeti” değişkenine etkisi test edilmiştir. Yapılan çoklu regresyon analizi bulguları aşağıdaki Çizelge 4.12’de gösterilmektedir.

Çizelge 4.12. Kış turizminin değer katma niyeti etkisine ilişkin regresyon modeli ve sonuçları

	β	S.H.	p	Regresyon Modeli Özeti
Regresyon Modeli Özeti	2.316	.407	.001	$R^2=.202$; Düzeltilmiş $R^2=.187$; $F=13.311$; $DW=2.087$; $p=.000$
Bağımsız Değişkenler (Önerilen Hipotez)	β	S.H.	p	Hipotez Sonucu
DI (H4a: DI→DKN)	.193	.061	.002	Desteklendi
AI (H4b: AI→DKN)	-.151	.085	.078	Desteklenmedi
DY (H4c: DY→DKN)	.425	.098	.000	Desteklendi

Bağımlı Değişken: Değer Katma Niyeti (DKN).

Bağımsız Değişkenler:

DI= Destekleyici İmkanlar, AI= Altyapı İmkanları, DY= Destinasyon Yapısı.

Araştırma modeline göre destekleyici imkanlar, altyapı imkanları ve destinasyon yapısının değer katma niyetine etki ettiği düşünülmektedir. Çizelge 4.12’de gösterilen regresyon analizine bakıldığında kış turizmi bağımsız değişkenlerinin değer katma niyeti üzerindeki etkisi incelemek için oluşturulan modelin istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmüştür ($F=13.311$; $p=.000$). Bu bulguya göre, regresyon modelinin genel yapısı incelendiğinde kış turizmi kullanıcılarının bağımsız değişkenlerinin değer katma niyeti üzerinde olumlu yönde ve anlamlı bir etkisi olduğu görülmektedir ($\beta=2.316$; $p=.001$). Ayrıca kış turizmi bağımsız değişkenlerin değer katma niyeti üzerindeki etkinin yaklaşık %20’sini açıkladığı görülmektedir ($R^2=.202$).

Değer katma niyeti ile ilgili modelin sonuçlarına bakıldığında, kış turizminin destekleyici imkanlar boyutunun değer katma niyeti üzerinde olumlu yönde ve anlamlı bir etkisi olduğu görülmektedir ($\beta=.193$; $p=.002$). Bu bulgu “H4a: Kış turizminde destekleyici imkanlar değer katma niyetini etkilemektedir” hipotezinin desteklendiği anlamına gelmektedir. Ayrıca kış turizminin destinasyon yapısı boyutunun değer katma niyeti üzerinde olumlu yönde ve anlamlı bir etkisi olduğu görülmektedir ($\beta=.425$; $p=.000$). Bu bulgu “H4c: Kış turizminde destinasyon yapısı değer katma niyetini etkilemektedir” hipotezinin desteklendiği anlamına gelmektedir. Bununla birlikte; “H4b: Kış turizminde altyapı imkanları değer katma niyetini etkilemektedir” hipotezi ($p=.078>.05$) anlamlı sonuç vermemesinden dolayı desteklenmemiştir (Çizelge 4.13).

Çizelge 4.13. Hipotezlerin ve sonuçlarının toplu gösterimi

Hipotezler	Sonucu
H1a: Gül/lavanta turizminin ekonomik etkisi katılım niyetini etkilemektedir.	Desteklenmedi
H1b: Gül/lavanta turizminin çevresel etkisi katılım niyetini etkilemektedir.	Desteklenmedi
H1c: Gül/lavanta turizminden memnuniyet katılım niyetini etkilemektedir.	Desteklenmedi
H1d: Gül/lavanta turizminin altyapısı katılım niyetini etkilemektedir.	Desteklendi
H1e: Gül/lavanta turizminin bölgesel gelişim etkisi katılım niyetini etkilemektedir.	Desteklenmedi
H2a: Gül/lavanta turizminin ekonomik etkisi değer katma niyetini etkilemektedir.	Desteklendi
H2b: Gül/lavanta turizminin çevresel etkisi değer katma niyetini etkilemektedir.	Desteklenmedi
H2c: Gül/lavanta turizminden memnuniyet değer katma niyetini etkilemektedir.	Desteklenmedi
H2d: Gül/lavanta turizminin altyapısı değer katma niyetini etkilemektedir.	Desteklendi
H2e: Gül/lavanta turizminin bölgesel gelişim etkisi değer katma niyetini etkilemektedir.	Desteklenmedi
H3a: Kış turizminde destekleyici imkanlar katılım niyetini etkilemektedir.	Desteklendi
H3b: Kış turizminde altyapı imkanları katılım niyetini etkilemektedir.	Desteklenmedi
H3c: Kış turizminde destinasyon yapısı katılım niyetini etkilemektedir.	Desteklendi
H4a: Kış turizminde destekleyici imkanlar değer katma niyetini etkilemektedir.	Desteklendi
H4b: Kış turizminde altyapı imkanları değer katma niyetini etkilemektedir.	Desteklenmedi
H4c: Kış turizminde destinasyon yapısı değer katma niyetini etkilemektedir.	Desteklendi

5. TARTIŞMA VE SONUÇ

Bu çalışmadaki amaç bölgenin mevcut destinasyonlarını geliştirmek ve yeni destinasyonları Isparta'ya kazandırmak olarak ele alınmıştır. Bölgenin, Göller Bölgesi olarak ele alınmasından dolayı ve doğal çekiciliklerinin fazlalığının yanı sıra tarihi alanlarının da yer alması nedeniyle turizm çeşitliliğini ortaya çıkarmaktadır. Bu yönüyle bu bölge turizm çeşitliliği açısından diğer bölgelere oranla avantajlı durumda olduğu söylenebilir. Bölgenin sahip olduğu bu avantajı sürekli elinde tutabilmek için yenilik ve tutundurmaya ilişkin çalışmalarının düzenli olması gerekliliğinden de bahsedilebilir. Bölgenin özellikle destinasyon yenilikçiliği ve/veya tutundurma açısından eksikliklerinin görülmesinden dolayı bu araştırmanın yapılmasının gerekliliği ortaya çıkmıştır. Buradan hareketle bu tez çalışmasında bu eksikliğin varlığını tespit etmenin yanı sıra turizm alternatiflerinin de ön plana çıkarılması amaçlanmıştır. Bu kapsamda bu tez çalışması destinasyon yenilikçiliği teorik temellerinin üzerine kurgulanarak Isparta ilinde son yıllarda gündeme gelen lavanta/gül turizmi ile kış turizmi çerçevesinde değerlendirme yapılmaya çalışılmıştır.

Araştırmanın iki aşamalı tasarlanmasından dolayı, hem nitel verilerin değerlendirilmesi hem de nicel verilerin değerlendirilmesi ile bulgular elde edilmiştir. Nitel veriler bölgede hizmet veren konaklama işletmelerinin yöneticileri ile yapılan görüşmeler sonucunda ortaya çıkmıştır, nicel veriler ise bölgeyi lavanta turizmi için ziyaret eden turistlerden elde edilmiştir.

Hipotez tez sonuçları incelendiğinde katılım niyetine göre özellikle Gül ve Lavanta Turizminin alt yapının, ekonominin ve çevresel etkinin bölgeyi tercih eden misafirler üzerinde katılım etkisinin olduğu belirtilmektedir. Araştırmada değer katma niyetine göre bakıldığında ise ekonomik etki, çevresel etki, memnuniyet, altyapı ve bölgesel gelişim etkisinin değer katma niyetine etki ettiği düşünülmektedir. Kış Turizminin katılım niyetine ilişkin sonuçlara bakıldığında ise destekleyici imkanlar, altyapı imkanları ve destinasyon yapısının katılım niyetine etki ettiği düşünülmektedir.

Isparta ili destinasyon çeşitliliği açısından oldukça iyi durumdadır. Yılın yaklaşık 12 ayı bölgede gerçekleştirilebilecek turizm çeşidi bulunmaktadır. Kış aylarında Davraz

Kayak Merkez, ilkbahar ve yaz aylarında gül ve lavanta (Eğirdir Gölü, Gölçük Tabiat Parkı, Yazılı Kanyon, Sagalosos, Yalvaç Antik kent vs.) yazın eğer yapılabilirse futbol takımları ve kampları sonbahar aylarında kiraz ve elma festivalleri düzenlenip bölgeye her ay turist çekilebilir. Fakat bahsedilen turizm çeşitlerinde bir kısmı hala bölgede gerçekleştirilememektedir. Bölgenin zengin destinasyonlarının sunumunu ve tanıtımını uluslararası fuarlar ve bölgeye davet edilen yerli ve yabancı Acentalar aracılığıyla yapılabilir. Bir bölgede destinasyon çeşitliliği fazla olması o bölgenin popüler olması ile doğru orantılı değildir. Çünkü destinasyonları acentalara ve bölgeyi tercih eden yerli ve yabancı turistlere iyi anlatılmazsa bölge yeteri kadar popülarlığı yakalayamaz. Sonuç olarak bölge destinasyon açısından çok zengin bir bölgedir. 12 ay boyunca turistlerin ziyaret edebileceği ve gezebileceği bir konum olmasından dolayı bölgede ki eksik ve tam yapılmayan destinasyon çeşitlerini geliştirerek her yıl bölgedeki turist yoğunluğunu artırmak gerekir.

KAYNAKÇA

- Akkuş, F.G. & Gül, A. (2020). Isparta kentsel ekoturizm rotalarının belirlenmesi. *Türkiye Peyzaj Araştırmaları Dergisi*, 3(2), 131-144.
- Akkuş, G. (2018). Kış turizmi destinasyonu pazarlama yönetimi: Erzurum örneği. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 32(3), 557-575.
- Aköz, A.B. & Beyhan, Ş.G. (2019). Güneykent gül hasatı turizminin mekânsal analizleri. *Journal of World of Turks*, 11(2), 89-111.
- Akyol, C. & Zengin, B. (2020). Destinasyon kavramının yeniden yapılandırılması üzerine düşünsel bir inceleme. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(3), 2472-2485.
- Alagöz, G. & Dereli, A.N. (2020). Kış Turizmi Koridoru'ndaki otel işletmelerinin sosyal medya kullanımlarına ilişkin. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(4), 2802-2824. doi:10.21325/jotags.2020.739
- Alan, H. & Yeloğlu, O. (2013). Markalaşma ve yenilikçilik. *İktisadi Yenilik Dergisi*, 1(1), 13-26.
- Altaş, N., Altaş, N.T., Çavuş, A., & Zaman, N. (2015). Türkiye'nin kış turizmi koridorunda yeni bir kış turizm merkezi: konaklı. *Marmara Coğrafya Dergisi*, (31), 345-365. doi:10.14781/mcd.04344
- Aslan, E. & Eröz, S. (2018). Kırsal turizmde yenilik ve kırsal turizm işletmecilerinin bireysel yenilikçilik düzeylerinin çeşitli değişkenler (katılımcılara ve işletmelere ilişkin) açısından incelenmesi: Kocaeli/Kartepe örneği. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(2), 537-562.
- Aydın, O. (2012). AB'de kırsal turizmde ilk 5 ülke ve Türkiye'de kırsal turizm. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2012(2), 39-46.
- Beşcanlar, S. & Sağlık, E. (2020). *Kış Turizmin Dünya'daki ve Türkiye'deki Gelişimi. (Ed. Erkan Sağlık & Muharrem Tuna) İçinde Türkiye'nin Kış Turizm Merkezleri ve Potansiyeli*. Eğitim Yayınevi, Konya.
- Bilgiçli, İ. (2018). Turizm işletmelerinde rekabet ve rekabet gücünü etkileyen unsurlar üzerine kavramsal bir inceleme. 148. *TURAN-SAM: Stratejik Araştırmalar Merkezi*, 10(40), 409.
- Burakowski, E. & Magnusson, M. (2012). Climate impacts on the winter tourism economy in the United States. Natural Resources Defense Council, 3-24.
- Büyükmehmetoğlu, N. & Oktay, K. (2019). Turizmde yeni ürün geliştirme ve pazarlama stratejileri: Kastamonu şehir merkezi destinasyonu örneği. *İşletme Bilimi Dergisi*, 7(3), 653-676. doi:10.22139/jobs.520467

- Ceylan, S. (2009). Davraz dağı (ısparta)'nda kış turizmi. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 14(22), 205-230.
- Ceylan, S. & Demirkaya, H. (2009). Kış turizmine bağlı olarak gelişen bir kırsal yerleşme: Çobanisa köyü (Isparta). *Doğu Coğrafya Dergisi*, 14(21), 79-94.
- Çevik, S. & Saçılık, M.Y. (2011). *Destinasyonun Rekabet Avantajı Elde Etmesinde Gastronomi Turizminin Rolü: Erdek Örneği*. 12. Ulusal Turizm Kongresi Bildiri Kitabı: Türk Turizminde Sürdürülebilir Rekabet Avantajının Elde Edilmesi (Ed. Mehmet Akif Öncü), 30 Kasım-4 Aralık, Düzce, 503-515.
- Damm, A., Köberl, J., Pretenthaler, F. & Töglhofer, C. (2012). Economic impacts of climate change on winter tourism: Challenges for ski area operators. *Proceedings of the European Geosciences Union General Assembly*, 14, 22-27.
- Demir, M., Duran, G. & Rüzgar, A. (2020). Gelişmekte olan yeni bir kış turizm merkezi: Bozdağ Denizli. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 24(3), 1347-1359.
- Doğan, H. (2012). Yerel halkın ısparta turizmine yönelik görüşleri üzerine bir araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17(1), 103-122.
- Doğan, S. & Yıldız, Z. (2008). Bölgesel kalkınma, turizmin ilişkisi ve göller bölgesi kalkınmasında alternatif turizm potansiyelinin kullanılabilirliğine yönelik bir araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (6), 147-182.
- Duman, A. (2020). *Turizmde Destinasyon Rekabetçiliği: Alanya Ve Kemer Turizm Destinasyonları Arasında Karşılaştırmalı Bir Analiz*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi)
- Durgun, A. (2007). Isparta turizminin SWOT analizi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (5), 93-109.
- Eroğlu, S. & Belber, B.G. (2018). *Turizmde Destinasyon Markalaşması: Niğde Üzerine Bir Uygulama*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi)
- Evren, S. & Kozak, N. (2019). Kış turizmi destinasyonlarının algılanan performansı: türkiye'deki beş destinasyonun kıyaslaması. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 30(1), 45-56. doi:10.17123/atad.580637
- Falk, M. (2013). Impact of long- term weather on domestic and foreign winter tourism demand. *International Journal of Tourism Research*, 15(1), 1-17.
- Giray, F.H. (2018). An analysis of world lavender oil markets and lessons for turkey. *Journal of Essential Oil Bearing Plants*, 21(6), 1612-1623. doi:10.1080/0972060X.2019.1574612

- Göde, H.A. & Yiğit, G. (2017). Isparta yöresi festivallerinin kültür turizmi ve ekonomisi bağlamında değerlendirilmesi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (38), 61-71.
- Gök, H.S. & Ünüvar, Ş. (2019). Destinasyon yönetiminde toplum temelli turizm: burdur ve ısparta yöresinde bir araştırma. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(4), 1055-1073.
- Gökdoğan, O. (2016). Determination of input-output energy and economic analysis of lavender production in Turkey. *International Journal of Agricultural and Biological Engineering*, 9(3), 154-161.
- Gül, A., Keleş, E., Uzun, Ö.F. & Türker, H.B. (2016). *Davraz Kayak Merkezi'nin Isparta Kentine Çok Yönlü Etkileri*. International Winter Cities Symposium. 10-12 Şubat, Erzurum, 1216-1231.
- Gülmez, M., Babür, S. & Yirik, Ş. (2011). *Turizmde Destinasyon Markalaşması ve Alanya Örneği*. 1. Disiplinler Arası Turizm Araştırmaları Kongresi. 15-18 Nisan, Antalya, 1-14.
- Güripek, E. (2013). *Turizm Destinasyonlarının Rekabet Gücünün Artırılmasında Stratejik Destinasyon Yönetimi: Çeşme Alaçatı Destinasyonu Üzerine Bir Uygulama*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü)
- Güzel, F.Ö., Şahin, İ., Yağmur, Y., Erdem, Ö., Karasakal, S. & Ünal, C. (2018). Antalya'nın destinasyon kişiliği ve imajına ilişkin keşfedici bir araştırma. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 13(50), 125-139. doi:10.19168/jyasar.356446
- Güzel, Ö. (2010). Turistik ürün çeşitlendirmesi kapsamında yeni bir dinamik: inanç turizmi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 2(2), 87-100.
- Işık, C. & Türkmendağ, T. (2016). Atatürk Üniversitesi turizm fakültesi öğrencilerinin bireysel yenilikçilik algılarının belirlenmesi. *Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, (1), 70-99.
- İlban, M. (2007). *Destinasyon Pazarlamasında Marka İmajı ve Seyahat Acentalarında Bir Araştırma*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü)
- Kazancı, O. (2019). *Restoranlarda Yenilikçiliğin Tekrar Ziyaret Etme Niyeti Üzerindeki Etkisi: Kuşadası Restoranları Üzerine Bir Uygulama*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü)
- Kılınç, İ. (2022). Lavanta odağında kırsal turizmin gelişimi: Kuyucak köyü örneği. *Stratejik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(1), 261-275. doi:10.30692/sisad.1007848

- Koenig, U. & Abegg, B. (1997). Impacts of climate change on winter tourism in the swiss alps. *Journal of Sustainable Tourism*, 5(1), 46-58. doi:10.1080/09669589708667275
- Koşan, A. (2013). Kış sporları turizmi–kayak turistlerinin kış turizm merkezlerini algı ve değerlendirmelerine ait bir araştırma (Palandöken’de bir uygulama). *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17(2), 293-324.
- Kuşat, N. (2011). Küreselleşen dünyada turizm sektörü: Bilgi iletişim teknolojileri ve rekabet gücü. *Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi (AKAD)*, 3(5), 114-138.
- Mursalow, M. (2009). *Bir Turistlik Ürün Çeşitlendirilmesi Olarak Kış Turizmi ve Kış Turizmi Açısından Azerbaycan’ın Guba-Haçmaz Turizm Bölgesinin Arz Potansiyeli*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü)
- Ongun, U. (2017). Değişen turistik eğilimlere bir cevap: kırsal turizm ve türkiye uygulamaları. *Kesit Akademi Dergisi*, (9), 131-143.
- Ongun, U. & Türkoğlu, M. (2016). Isparta ili turizm potansiyelinin değerlendirilmesine yönelik teorik bir çalışma. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(1), 145-161.
- Ongun, U., Gövdere, B. & Kaygısız, A.D. (2015). Isparta ili kırsal alanlarında yapılabilecek kırsal turizm türlerinin kırsal kalkınmaya etkisi. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 5(1), 122-131.
- Ödemiş, M., Düzgün, E. & Düzgün, A. (2017). Turizm destinasyonlarının rekabet gücünü artırmasında inovasyonun yeri. *Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Dergisi*, 2(4), 21-29.
- Ön Esen, F. & Kılıç, B. (2017). Destinasyon rekabetçiliğini etkileyen faktörler: fethiye ve marmaris turizm destinasyonlarında karşılaştırmalı bir analiz. *Journal of International Social Research*, 10(49), 645-660.
- Özbay, G. (2018). Alternatif turizm politikaları içerisinde kış turizmi: türkiye’ye yönelik SWOT analizi. *The Journal of International Lingual Social and Educational Sciences*, 4(2), 203-213.
- Özdemir, G. (2007). *Destinasyon Yönetimi ve Pazarlama Temelleri İzmir İçin Bir Destinasyon Model Önerisi*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü)
- Özkök, F. & Gümüş, F. (2009). Sürdürülebilir turizmde bilginin önemi. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 7(1), 51-72.
- Öztaş, K. & Karabulut, T. (2007). Turistik destinasyon oluşturma potansiyeli açısından göller yöresinin önemi. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2007(1), 128-137.

- Serçek, S. & Hassan, A. (2016). Turizmde destinasyon markalaşması ve Diyarbakır örneği. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 13(1), 6-27.
- Soykan, F. (1999). Doğal çevre ve kırsal kültürle bütünleşen bir turizm türü: kırsal turizm. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 10(1), 67-75.
- Tarhan, Y., Açiksöz, S. & Çelik, D. (2019). Lavanta tarımı ve sürdürülebilir kalkınma: ısparta/keçiborlu-kuyucak köyü örneği. *Bartın University International Journal of Natural and Applied Sciences*, 2(2), 216-227.
- Tekin, Ö.A., Özkul, G. & Demir, Y. (2014). *Turizm Öğrencilerinin Girişimcilik Düzeyleri Üzerine Bir İnceleme: Süleyman Demirel Üniversitesi Örneği*. 6th International Congress on Entrepreneurship, April 24-26, Isparta, 1-24.
- Topay, M. & Parladr, M. (2015). Isparta ili örneğinde CBS yardımıyla alternatif turizm etkinlikleri için uygunluk analizi. *Journal of Agricultural Sciences*, 21(2), 300-309. doi:10.15832/tbd.84739
- Tranos, E. & Davoudi, S. (2014). The regional impact of climate change on winter tourism in Europe. *Tourism Planning & Development*, 11(2), 163-178.
- Türkoğlu, M., Gövdere, B., & Meydan, Ç. (2005). Isparta ili turizminin sorunları ve çözüm önerileri. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (1), 29-38.
- Uysal, M.Ü. (2022). Mor Tarlaları 222 Bin Ziyaretçi Gezdi. Anadolu Ajansı, [https://www.aa.com.tr/tr/yasam/mor-tarlalari-222-bin-ziyaretci-gezdi/1219443#:~:text=Mustafa%20C3%9Cnal%20Uysal-,T%C3%BCrkiye'de%20lavanta%20C3%BCretiminin%20y%C3%BCzde%2080'ini%20kar%C5%9F%C4%B1layan%20Isparta',bilinirli%C4%9Fini%20daha%20geni%C5%9F%20kesimlere%20sunuyor.\(Son%20erişim%20tarihi:30.06.2022\)](https://www.aa.com.tr/tr/yasam/mor-tarlalari-222-bin-ziyaretci-gezdi/1219443#:~:text=Mustafa%20C3%9Cnal%20Uysal-,T%C3%BCrkiye'de%20lavanta%20C3%BCretiminin%20y%C3%BCzde%2080'ini%20kar%C5%9F%C4%B1layan%20Isparta',bilinirli%C4%9Fini%20daha%20geni%C5%9F%20kesimlere%20sunuyor.(Son%20erişim%20tarihi:30.06.2022))
- Uzun, H. & Demir, Ş.Ş. (2019). Marka kent ısparta üzerine bir araştırma. *Suleyman Demirel University Journal of Faculty of Economics & Administrative Sciences*, 24(2), 171-186.
- Vardar, S. (2018). *İşletme Yenilikçiliği ve Yöneticilerin Bireysel Yenilikçi Davranış Eğilimlerin Finansal Olmayan Performans Üzerine Etkisi: Ankara 5 Yıldızlı Otel İşletmelerinde Uygulama*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Batman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü)
- Yiğit, S. & Özyer, K. (2011). Sürdürülebilir rekabet üstünlüğü kaynağı olarak bilgi. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 11(21), 333-360.
- Yordam, S. (2019). *Yerel Halkın Toplum Temelli Turizm Algısı: Lavanta Kokulu Köy Örneği*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü)

Yüzbaşıoğlu, N., Çaylak, P.Ç. & Topsakal, Y. (2020). *Investigation of the Capacity of Social Innovation to Create Rural Development and Social Change within the Scope of Tourism Industry: The Case of Kuyucak Village, Isparta*. 3rd International Conference on Business, Management & Economics. March 6-8, Budapest, Hungary, 1-9.



EKLER

EK A. Görüşme Formu

EK B. Anket Formu



EK A. Görüşme Formu

1. Bölgenin gelişmesi için alternatif turizm faaliyetleri neler olmalıdır ?
2. Isparta ve çevresinin turizm çeşitliliği yeterli midir?
3. Bölgenin 12 ay turizm faaliyeti sunabilmesi için yapılması gerekenler nelerdir ?
4. Bölgenin gelişmesi için destinasyon çeşitliliğine gerek var mıdır? yada mevcut destinasyonlar yeterli midir ?
5. Gül ve Lavanta turizmin yeteri kadar reklamı yapılıyor mu?
6. Gül ve Lavanta bahçelerinin ve çevresinin misafirlere sundukları imkanlar yeterli midir?
7. Kış turizminde tercih edilen Davraz Dağı bölgede yeterlimidir?
8. Davraz dağı ve bölgenin kalkınması için sizce yapılan çalışmalar ve yatırımlar yeterli midir?
9. Davraz bölgesinde kış dönemi turizm faaliyetleri haricinde bölgede ne tür turizm çeşitleri sunulabilir?
10. Isparta ve çevresinin turizmde güçlü gördüğünüz yanları nelerdir ?

EK B. Anket Formu

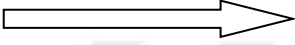
Sayın katılımcı; Bu anket formu, bilimsel bir çalışmaya veri toplamak amacıyla geliştirilmiştir. Anket formuna lütfen isim yazmayınız. Konuya yönelik objektif ve gerçekçi değerlendirmelerinizi rica ederiz. Saygılarımızla.

Cemalettin GÜVEN

Barıda Otel Önbüro
& Yüksek Lisans Öğrencisi

Doç. Dr. Ömer Kürşad TÜFEKÇİ

Müdürü Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
Turizm Fakültesi Öğretim Üyesi

A) Lütfen, aşağıdaki ifadelerin, (kendiniz ve işiniz ile ilgili) mevcut durumu ne ölçüde yansıttığını “1-kesinlikle <u>katılmıyorum</u>”, “2-<u>katılmıyorum</u>”, “3-<u>ne katılıyorum ne de katılmıyorum</u>”, “4-katılıyorum”, “5-kesinlikle <u>katılıyorum</u>” şıklarından bir tanesini işaretleyerek belirtiniz.		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne katılıyorum ne de katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
						
1	Gül/lavanta turizminin gelişmesi ilin ekonomik olarak gelişmesine katkı sağlar.	1	2	3	4	5
2	Gül/lavanta turizminin gelişmesi, yeni iş sahaları oluşturur.	1	2	3	4	5
3	Gül/lavanta turizminin gelişmesiyle ilin ticaretini canlandırır.	1	2	3	4	5
4	Gül/lavanta turizminin gelişmesi, bölgeye yapılan yatırımların (otel, tatil köyü) artmasına neden olur.	1	2	3	4	5
5	Gül/lavanta turizminin gelişmesi, bölgede istihdamı artırır.	1	2	3	4	5
6	Gül/lavanta turizminin gelişmesi, bölge halkının zenginleşmesine katkıda bulunur.	1	2	3	4	5
7	Gül/lavanta turizminin gelişmesi, Isparta’nın marka değerini artırır.	1	2	3	4	5
8	Gül/lavanta turizminin gelişmesi, ilde çarpık kentleşmeye neden olur.	1	2	3	4	5
9	Gül/lavanta turizminin gelişmesi, tarihi yapıların restorasyonunda ve korunmasında etkili olur.	1	2	3	4	5
10	Gül/lavanta turizminin gelişmesi, ilde hava, su, toprak kirliliğine neden olur.	1	2	3	4	5
11	Turistik tesislerin (otel, tatil köyü) inşaatı doğal çevreye zarar verir.	1	2	3	4	5
12	Gül/lavanta turizminin gelişmesi, çevresel düzenlemeleri artırır.	1	2	3	4	5
13	Gül/lavanta turizmi, Isparta için önemli bir alandır.	1	2	3	4	5
14	Isparta’nın gül/lavanta tanıtımlarını sosyal medyada duydum.	1	2	3	4	5
15	Gül/lavanta turizmi ziyaret deneyimimden memnun kaldım.	1	2	3	4	5

16	Gül/lavanta turizmi ziyaret deneyimini çevremdekilere aktarırım.	1	2	3	4	5
17	Gül/lavanta turizm destinasyonu ile ilgili olumlu yönler vardır.	1	2	3	4	5
18	Kuyucak lavanta köyü destinasyonu ile ilgili olumsuz yönler vardır.	1	2	3	4	5
19	Gül/lavanta turizminin tanınırlığı için daha fazla tanıtım yapılmalıdır.	1	2	3	4	5
20	Gül/lavanta turizmi için yerleşim planı henüz tamamlanmamıştır.	1	2	3	4	5
21	Gül/lavanta turizmi için ulaşım ve yollar uygundur.	1	2	3	4	5

22. Daha önce Isparta'ya Davraz Kayak Merkezi için geldiniz mi? [1] Evet [2] Hayır

Bu soruya “**Evet**” cevabı verdiyseniz aşağıdaki sorularla devam edebilirsiniz. Bu soruya “**Hayır**” cevabı verdiyseniz arka sayfadaki **35 numaralı** soruya geçiniz.

23	Davraz Kayak Merkezi'ne ulaşım kolaydır.	1	2	3	4	5
24	Davraz Kayak Merkezi'nin kayak pistlerinin Uluslararası Kayak Federasyonu standartlarına uygun olduğunu düşünüyorum.	1	2	3	4	5
25	Davraz kayak Merkezi'nde pistler temiz ve bakımlıdır.	1	2	3	4	5
26	Davraz Kayak Merkezi'ndeki alış veriş olanakları yeterlidir.	1	2	3	4	5
27	Davraz Kayak Merkezi'nin güzel bir manzarası vardır.	1	2	3	4	5
28	Davraz Kayak Merkezi'nde yerli ve yabancı turistlere yönelik gerçekleştirilen festival, konser gibi sosyal etkinlikler yeterlidir.	1	2	3	4	5
29	Davraz Kayak Merkezi'nde konaklama fiyatları caziptir.	1	2	3	4	5
30	Davraz Kayak Merkezi'nde yeme içme fiyatları caziptir.	1	2	3	4	5
31	Davraz Kayak Merkezi turistler açısından ekonomik bir destinasyondur.	1	2	3	4	5
32	Davraz Kayak Merkezi'nin doğal güzelliği vardır.	1	2	3	4	5
33	Davraz Kayak Merkezi'nin iklimi kış sporlarına elverişlidir.	1	2	3	4	5
34	Davraz Kayak Merkezi benim için özgün bir destinasyondur.	1	2	3	4	5

35	Gül/lavanta turizmi için yapılan etkinlikler elma için yapılsa katılmayı düşünürüm.	1	2	3	4	5
36	Gül/lavanta turizmi için yapılan etkinlikler kiraz için yapılsa katılmayı düşünürüm.	1	2	3	4	5
37	Gül/lavanta turizmi için yapılan etkinliklerin Isparta çevresindeki tarihi alanlar için yapılsa katılmayı düşünürüm.	1	2	3	4	5
38	Gül/lavanta turizmi için yapılan etkinliklerin doğa sporları için yapılsa katılmayı düşünürüm.	1	2	3	4	5
39	Gül/lavanta turizmi için yapılan etkinliklerin Isparta çevresindeki doğal alanlar için yapılsa katılmayı düşünürüm.	1	2	3	4	5
40	Her bir değer (gül/lavanta/elma/kiraz gibi) için ayrı bir festival yapılması gerektiğini düşünüyorum.	1	2	3	4	5
41	Her bir değer (gül/lavanta/elma/kiraz gibi) için festival yapılsa katılmak isterim.	1	2	3	4	5
42	Her bir değer (gül/lavanta/elma/kiraz gibi) için festival yapılsa çevreme katıldığımı duyururum.	1	2	3	4	5

43. Cinsiyetiniz: [1] Kadın [2] Erkek

44. Medeni durumunuz: [1] Evli [2] Bekar [3] Diğer

45. Yaşınız:

[1] 17-25 aralığında [2] 26-34 aralığında [3] 35-43 aralığında [4] 44-52 aralığında

[5] 53 ve üzeri

46. Mezuniyet düzeyiniz: [1] ilköğretim [2] lise [3] ön lisans [4] lisans

[5] Lisans üstü

47. Mesleğiniz.....

48. Aylık ortalama geliriniz.....

Değerli katkılarınız için teşekkür ederiz...



ÖZGEÇMİŞ

