



Araştırma Makalesi (Research Article)

Araç'ta kış turizmi ve yayla kış festivali: Destinasyon imajı ve tanınırlık üzerine bir araştırma
Winter tourism and the plateau winter festival in Araç: A study on destination image and recognition

Hikmet HABERAL^{1*} (orcid.org/0000-0002-6525-5288)

Nafiz YURTMAN² (orcid.org/0000-0003-0861-0252)

Barış DEMİRCİ³ (orcid.org/0000-0002-1247-1841)

¹ Kastamonu Üniversitesi, Araç Rafet Vergili Meslek Yüksekokulu/ Ormancılık Bölümü, Avcılık ve Yaban Hayatı Programı Ana Bilim Dalı, Kastamonu, Türkiye

² İnönü Üniversitesi, Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Malatya, Türkiye

³ Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Eskişehir, Türkiye

Özet

Amaç: Bu çalışmanın amacı, Kastamonu ili Araç ilçesinde yer alan Fındıklı ve Gölcük yaylalarının kış turizmi potansiyelini değerlendirmek ve bölgede düzenlenen Yayla Kış Festivali'nin destinasyon imajı ile bölgesel tanınırlık üzerindeki etkilerini incelemektir.

Yöntem: Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden durum çalışması (case study) deseni benimsenmiş ve veri toplama sürecinde yarı yapılandırılmış görüşme tekniğinden yararlanılmıştır. Araştırma kapsamında farklı paydaş gruplarını temsil eden 15 katılımcı ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Elde edilen veriler içerik analizi yöntemiyle değerlendirilmiştir.

Bulgular: Bulgular, Fındıklı ve Gölcük yaylalarının doğal güzellikleri, temiz havası ve rekreasyonel olanakları sayesinde önemli bir kış turizmi potansiyeline sahip olduğunu göstermektedir. Katılımcı görüşlerine göre kış festivallerinin destinasyon imajını güçlendirdiği ve bölgenin tanınırlığına katkı sağladığı değerlendirilmiştir. Katılımcılar, festivallerin sosyal yaşamı canlandırdığını ve yerel kültürel değerlerin tanıtımına katkı sunduğunu ifade etmiştir.

Tartışma: Elde edilen bulgular, Fındıklı ve Gölcük yaylalarının kış turizmi açısından önemli bir potansiyele sahip olduğunu göstermektedir. Ancak bu potansiyelin sürdürülebilir biçimde değerlendirilebilmesi için altyapı, konaklama ve tanıtım faaliyetlerinin geliştirilmesi önem taşımaktadır.

Anahtar Kelimeler: Kış Turizmi, Festival Turizmi, Kış Festivalleri, Destinasyon İmajı, Kastamonu

Abstract

Purpose: The purpose of this study is to assess the winter tourism potential of the Fındıklı and Gölcük highlands in the Araç district of Kastamonu Province and to examine the effects of the Highland Winter Festival held in the region on the destination's image and regional recognition.

Design/methodology/approach: The study adopted the case study design, one of the qualitative research methods, and utilized the semi-structured interview technique during the data collection process. As part of the study, interviews were conducted with 15 participants representing different stakeholder groups. The data obtained were analyzed using content analysis.

Results: The findings indicate that the Fındıklı and Gölcük highlands have significant potential for winter tourism thanks to their natural beauty, clean air, and recreational opportunities. According to participants' views, winter festivals were assessed as strengthening the destination's image and contributing to the region's recognition. Participants stated that the festivals revitalize social life and contribute to the promotion of local cultural values.

Discussion: The findings indicate that the Fındıklı and Gölcük highlands have significant potential for winter tourism. However, in order to harness this potential in a sustainable manner, it is important to develop infrastructure, lodging, and promotional activities.

Keywords: Winter Tourism, Festival Tourism, Winter Festivals, Destination Image, Kastamonu

Giriş

Turizm faaliyetleri, farklı konseptleri bünyesinde barındıran dinamik bir alan olup günümüzde giderek önem kazanan ve sürekli gelişim gösteren sektörlerden biridir. İlgili alan yazın incelendiğinde kırsal turizm, medikal

*Sorumlu yazar: hikmethaberal@kastamonu.edu.tr
DOI: 10.33083/joghat.2026.672

turizm, yaratıcı turizm, gastronomik kimlik, geleneksel mutfak kültürü ve festival turizmi gibi birçok spesifik konuda gerçekleştirilen araştırmaların giderek arttığı görülmektedir (Temizkan ve Temizkan, 2020; Güldemir, Tugay, Şallı ve Yıldız, 2021; Kara, Yılmaz, Dalgın ve Çeken, 2025; Şallı, 2025; Okutan, 2026). Bu turizm türleri arasında festivaller, özellikle turizm faaliyetlerinin yeterince gelişmediği destinasyonlarda bölgenin tanınırlığının artırılması, turizm faaliyetlerinin canlandırılması ve bölgesel kalkınmanın desteklenmesi açısından önemli katkılar sağlamaktadır (Getz, 2008). Ayrıca festivaller, destinasyonların ulusal ve uluslararası düzeyde tanıtılmasına katkı sağlayarak bölge imajının güçlendirilmesinde de önemli bir rol üstlenmektedir (Gürsoy vd., 2004).

Festival kavramı genel olarak; gerçekleştirileceği dönem, mekân, tema ve katılımcı sayısı önceden belirlenmiş, belirli bir öneme sahip sanat, bilim, kültür ve ekonomik faaliyetleri kapsayan etkinlikler olarak tanımlanmaktadır. Festivaller, sunulan ürün veya hizmetler doğrultusunda belirli bir tema çerçevesinde bir defaya mahsus ya da belirli aralıklarla düzenlenebilen organizasyonlardır. Genel olarak festivallerin amacı; bireyler ve toplumlar arasında sanatsal, sosyal ve kültürel etkileşimi güçlendirmek, toplumsal uyumu desteklemek ve ekonomik fayda sağlamaktır (Dalgın vd., 2016). Festival turizmi kapsamında değerlendirilen etkinliklerden biri de kış festivalleridir. Kış festivalleri; kar, buz ve kış temalı etkinlikleri kapsamakta olup ziyaretçilere farklı deneyimler sunmaktadır (Sezer, 2020). Bu festivallerin doğrudan ve dolaylı olarak kış turizmini desteklediği, destinasyonların çekiciliğini artırdığı ve bölgesel turizm hareketliliğine katkı sağladığı söylenebilir.

Bu kapsamda, Kastamonu ili Araç ilçesinde düzenlenen Araç Yaylası Kış Festivali araştırmanın konusunu oluşturmaktadır. Festival, Gölcük ve Fındıklı yaylalarında gerçekleştirilmekte olup 2024 yılı itibarıyla üçüncü kez düzenlenmiştir. Bölgenin doğal kaynakları, kış turizmi potansiyeli ve festival etkinlikleri birlikte değerlendirildiğinde, festivalin destinasyon imajı ve bölgesel tanınırlık üzerinde önemli etkiler oluşturabileceği düşünülmektedir.

Festival turizmi, destinasyon imajı ve bölgesel tanınırlık arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalar literatürde yer almakla birlikte (Çoban ve Süer, 2018; İlban ve Kömür, 2019), kış festivallerinin destinasyon imajı ve bölgesel tanınırlık üzerindeki etkilerini ele alan çalışmaların sınırlı olduğu görülmektedir. Özellikle Kastamonu ili Araç ilçesinde düzenlenen Araç Yaylası Kış Festivali üzerine gerçekleştirilen akademik çalışmalar oldukça yetersiz olduğu dikkat çekmektedir. Bu yönüyle araştırmanın hem literatüre hem de bölgesel turizm planlamasına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Bu araştırmanın amacı, Kastamonu ili Araç ilçesinde yer alan Fındıklı ve Gölcük yaylalarının kış turizmi potansiyelini yerel paydaşların görüşleri doğrultusunda değerlendirmek ve bölgede düzenlenen Araç Yayla Kış Festivali'nin destinasyon imajı ile bölgesel tanınırlık üzerindeki etkilerini ortaya koymaktır. Araştırma soruları aşağıda belirtilmiştir.

- Araç Yaylası Kış Festivali'nin bölgesel tanınırlık üzerindeki etkileri nelerdir?
- Araç Yaylası Kış Festivali'nin destinasyon imajı üzerindeki etkileri nelerdir?
- Fındıklı ve Gölcük yaylalarının kış turizmi potansiyeli nasıl değerlendirilmektedir?
- Bölgede kış turizminin gelişimini etkileyen yapısal sorunlar nelerdir?

Kavramsal Çerçeve

Festival Turizmi

Festivaller belirli bir zaman içerisinde düzenlenen, halka açık bir şekilde tekrarlanan etkinlikler olarak tanımlanmaktadır (Wilson vd., 2017; Demirci vd., 2020). TDK, (2025)'ya göre festival “*Dönemi, yapıldığı çevre, katılanların sayısı veya niteliği programla belirtilen ve özel önemi olan sanat gösterisi.*” olarak tanımlanmaktadır.

Festival turizmi gerçekleştirildikleri bölgelere ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel açıdan birçok fayda sağlamaktadır (Polat vd., 2018). Festivallerin pozitif sosyal etkileri, toplumsal gurur artışı, fiziksel ve sosyal altyapıların gelişimi, yerel kültür ve geleneklerin korunması olanak sağlamaktadır. Aynı zamanda festivaller toplumsal kaynakların kullanımı sağlayarak, güven dayanışmayı güçlendirerek iş birlikliliklerini de güçlendirmektedir (İşildar ve Yıldız, 2019). Festivaller aynı zamanda turizm açısından bir çekicilik unsuru olduğu ifade edilmektedir. Festivaller düzenlenmiş olduğu bölge ile anılır ve bilinir hale gelebilir. Bunun yanı sıra bazı durumlarda turizm hareketliliğine sahip bir destinasyonun kültürel çekiciliği artırması konusunda yardımcı bir unsur haline dönüşebilmektedir (Sağlamtaş, 2019; Erciyas ve Yılmaz, 2021).

Festival turizmi, turizm çeşitleri içerisinde en hızlı şekilde büyürken aynı zamanda turistlerin keyif aldığı bir turizm çeşidi olduğu belirtilmektedir. Festival turizmi sayesinde ulusal ve uluslararası ölçekte kültür paylaşımına imkân verdiği düzenlenen bölgenin mutfağından içeceklerine müziklerine kadar birçok unsuru içinde barındığı görülmektedir. Bunun yanı sıra festival turizmi sırasında hem bölge halkı hem de katılımcıların için benzersiz bir deneyim sunmaktadır (Stankova ve Vassenska, 2015; Kurnaz ve İşlek, 2018).

Kış Turizmi

Kış turizmi, bir bölgede kar yağışıyla birlikte dağların kar alabilen yüksek kesimlerinde yoğunlaşan bir turizm türü olarak ifade edilebilir (Altaş vd., 2015). Ayrıca kış turizmi, kış sporlarının yapılmasına elverişli eğimlere sahip bölgelere gerçekleştirilen seyahatleri, konaklamaları, festivallere katılımı ve özellikle kış mevsiminde gerçekleştirilen turizm faaliyetlerini kapsamaktadır (İlban ve Kaşlı, 2008). Bir başka tanıma göre ise kış turizmi, merkezinde kayak sporlarının yer aldığı, karlı ve eğimli bölgelerde gerçekleştirilen seyahatleri, bu süreçte sunulan konaklama hizmetlerinden ve diğer turistik hizmetlerden yararlanmayı kapsayan bir turizm türü olarak tanımlanmaktadır (Ülker, 1992).

Kış turizmi gelişimine bakıldığında turizm faaliyetlerinin 12 aya yayılımını sağlamak amacıyla ile insanların tatil anlayışlarının değişmesi doğrultusunda gelişen alternatif turizm kapsamında ele alınan bir turizm çeşididir (Özbay, 2018). Kış turizmi günümüzde artık küresel anlamda artış gösteren bir turizm çeşididir. Bunun nedeni özellikle kayak merkezlerinin artışı, kış turizmi bağlamında yapılan yaratıcı fiyatlandırma sistemleri, bireylerin yeni hobiler elde etmesi ve bireylerin seyahat deneyimleri olarak sıralanabilir (Pröbstl-Haider vd., 2019).

Kış turizminin bugünkü mevcut haline ulaşması 19. yüzyıl sanayi devrimi zamanlarına kadar dayanmaktadır. Sanayinin gelişmesiyle birlikte makineleşme artmış ve dolayısıyla insanların boş zamanlarında artış meydana gelmiştir. Bu durum turizm faaliyetlerinin gelişmesinin olumlu katkıları sunmuştur. (Bull, 1995; Kara ve Çeken, 2023). Dünya genelinde kış turizmi kapsamında değerlendirilebilecek çok sayıda kayak merkezi olmasına rağmen en fazla sayıya Fransa ve Avusturya sahiptir. Sahip oldukları merkezler yılda milyonları aşan ziyaretçi sayıları ile öne çıkmaktadır. Son zamanlarda Türkiye’de kış turizmi merkezleri ön plana çıkmıştır (Altinel ve Türksoy, 2019).

Türkiye, Toroslar ve Kuzey Anadolu Dağları gibi önemli coğrafi özelliklere sahip olması nedeniyle, Alp Dağlarından Himalayalara kadar uzanan geniş bir kuşak içerisinde önemli bir kış turizmi potansiyeline sahiptir (Doğanay ve Zaman, 2001). Aynı zamanda Türkiye, sahip olduğu doğal kaynaklar ve mevsimsel çeşitlilik sayesinde kış turizmi açısından oldukça avantajlı bir konumdadır. Özellikle Erzurum Palandöken gibi bölgelere yönelik gerçekleştirilen devlet teşvikleri ve yatırımlarının, kış turizmi potansiyelinin ortaya çıkarılmasına yönelik olduğu belirtilmektedir. Genel olarak Rusya ve Avrupa ülkelerinden gelen turistlerin kış turizmi amacıyla Türkiye’yi tercih ettiği ifade edilmektedir (Tür, 2018). Ancak bu potansiyelin uzun yıllar boyunca yeterince değerlendirilememiş olması dikkat çekicidir (Doğanay ve Zaman, 2001).

Destinasyon İmajı Kavramı

Destinasyon imajı insanların bireysel veya grup olarak bir bölge konusunda sahip oldukları nesnel bilgileri, inançların, önyargıların, fikir, algılama ve duyguların bütüncül bir ifadesi olarak belirtilmektedir (Ulama, 2015). Bir başka tanıma göre ise destinasyon imajı kavramsal, duygusal veya bütünsel bir imajdan oluştuğu belirtilmektedir (Yıldırım vd., 2016). Turistler destinasyonlar konusunda kaynaklardan elde ettikleri bilgilerin, işlenmesi yoluyla imaj yarattığı ifade edilmektedir. Bu kapsamda destinasyonlar da sahip oldukları özelliklere göre bir imaj oluşturmaya çabalamaktadır (Savaşçı ve Yıldırım, 2021).

Destinasyon, turizmde oldukça önemli bir kavramdır. Bunun sebebi turizmin özelliklerinden biri olan turizmde mal ve hizmetlerin ürettiği bölgelerde yani turistik destinasyonlarda tüketiminin sağlanmasıdır (Ersoy ve Tuğal, 2018). Bu duruma en güzel örnekler festivaller verilebilir. Festivallerin düzenlendiği bölgenin destinasyon imajının ve tanınırlığının artırılması sağlar (Lee vd., 2005; Getz, 2008). Bir turist belirlen bir destinasyona seyahat etme kararı, o turist sahip olduğu destinasyon imajıyla bağlantılı olduğu için, o zaman imaj oluşturma sürecinin incelenmesi, bir turizm tanıtım organizasyonunun bireyin destinasyon algısındaki değişimi nasıl etkileyebileceğinin anlaşılmasına yardımcı olabilir (Şahbaz ve Kılıçlar, 2009).

Festivaller, bir bölgenin imajını yeniden konumlandırmak veya mevcut negatif algıları olumluya çevirmek için kullanılan etkili araçlardır (Kang vd., 2018; Liu ve Chen, 2007). Böylelikle, düzenlenen festivaller sonucunda o bölgenin tanınırlığı daha fazla artarak bölgenin turizm bilinirlik düzeyi de yükselmektedir (McClintchey, 2008). Bir festival ile ev sahibi destinasyon arasında imaj transferi gerçekleştiğinde, festivalin benzersiz, eğlenceli veya iyi organize edilmiş olarak algılanması, ev sahibi kasaba veya şehrin de benzer sıfatlarla

markalaşmasına yol açmaktadır (Leal Londoño vd, 2022). Bu bağlamda Kastamonu İl'inin Gölcük ve Fındıklı yaylalarında 2024 yılı itibarıyla üçüncüsü düzenlenmiş ve gerçekleşmeye devam eden Araç Yayla kış festivalinin bölge turizminin bilinirliği ve bölge imajı üzerinde önemli düzeyde etki edeceği düşünülmektedir.

Festivallerin Destinasyon İmajı ve Bölge Tanınırlığına Etkisi

Festivallerin gerçekleştirildiği dönemlerde ilgili destinasyonlara yönelik turist hareketliliğinin arttığı, hatta bazı durumlarda bölgenin taşıma kapasitesine ulaşıldığı veya bu kapasitenin aşıldığı belirtilmektedir (Giritlioğlu vd., 2015). Ayrıca festival amacıyla destinasyonu ziyaret eden turistlerin, diğer turizm türlerine katılan turistlere kıyasla daha fazla harcama yaptığı ifade edilmektedir Bu durum, festivallerin düzenlendiği bölgelerde ekonomik hareketliliğin artmasına ve yerel ekonomiye katkı sağlamasına olanak tanımaktadır (Ferdinand ve Williams, 2013).

Festivallerin ekonomik, sosyal ve turistik açıdan sahip olduğu önem doğrultusunda, festival etkinlikleri ve festival turizminin destinasyonların bilinirliği ve imajı üzerindeki etkilerinin incelenmesi önem arz etmektedir. Ancak konuya ilişkin ulusal literatürde sınırlı sayıda çalışmanın bulunduğu, uluslararası literatürde ise bu alandaki araştırmaların yeterli düzeye ulaşmadığı görülmektedir. Bu kapsamda, araştırma konusu ile ilişkili olarak ulusal ve uluslararası literatürde yer alan bazı çalışmalar aşağıda özetlenmiştir.

Butler ve Smale (1991) Ontario/Cana'da bölgesinde düzenlenen festivalin bölge ile bölge nüfusu arasında bir ilişkinin olup olmadığına ilişkin bir çalışma gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın sonucunda, bölgede gerçekleştirilen festivallerin sayısı ile bölge nüfusu arasında pozitif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir. Getz (2010) tarafından festival çalışmalarının doğası ve kapsamı, İngilizce akademik basında yayınlanan 423 araştırma makalesinin geniş ölçekli literatür taramasının derlenmesi ve analiz edilmesiyle gerçekleştirilmiştir. Bu makalelere açıklamalar yapılmış ve temaları önceden belirlenmiş bir çerçeveye göre sınıflandırılmıştır. Bu yöntemle festivallerin toplum ve kültürdeki rolleri, anlamları ve etkileri, festival turizmi ve festival yönetimi olmak üzere üç ana söylemin belirlenmesi ve tartışılması sağlanmıştır. Sonuç olarak, ortaya çıkan araştırma boşluklarına ve festival çalışmaları alanını ilerletmek için daha fazla disiplinler arası ilişkiye ihtiyaç duyulduğu ortaya çıkarılmıştır.

Giritlioğlu vd. (2015) tarafından gerçekleştirilen çalışmada, Türkiye'de düzenlenen festivallerin tema, düzenlenme zamanı ve düzenlendikleri bölgelere göre sınıflandırılması amaçlanmıştır. Bu doğrultuda, Kültür ve Turizm Bakanlığı ile 81 ilin belediyelerine ait faaliyet raporları incelenerek gerekli veriler elde edilmiştir. Araştırma sonucunda, Türkiye'de bir yıl içerisinde farklı içeriklere sahip toplam 1.254 festivalin düzenlendiği belirlenmiştir. Ayrıca festivallerin bölgesel dağılımı incelendiğinde, en fazla sayıda festivalin Marmara Bölgesi'nde gerçekleştirildiği, en az sayıda festivalin ise Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde düzenlendiği tespit edilmiştir.

Çoban ve Süer, (2018) yapmış oldukları çalışmada Alaçatı Ot Festivali'nin, Alaçatı destinasyonunun bir marka olmasındaki etkisini incelemiş, bölgede hizmet veren işletmelerle görüşülmüş ve algıları ölçülmeye çalışılmıştır. Çalışmanın sonucunda Alaçatı'nın adı duyulunca insanların aklına ot festivali geldiği ve bölgeye gelen kişilerin ziyaret etme nedenleri arasında festival olduğu gibi birçok veriye ulaşılmıştır. Genç (2021) tarafından gerçekleştirilen çalışmada, Malazgirt Zaferi yıl dönümü kutlamalarının destinasyonun organik imajına olan katkıları incelenmiştir. Araştırma sonucunda, devlet erkanının katılımıyla gerçekleştirilen etkinliklerin yüksek haber değeri taşıdığı ve bu sayede Malazgirt destinasyonunun tanınırlığına ve imajının güçlenmesine önemli katkılar sağladığı tespit edilmiştir

Festival turizmi, kış turizmi, destinasyon imajı ve bölgesel tanınırlık arasındaki ilişki

Festival turizmi, kış turizmi, destinasyon imajı ve bölgesel tanınırlık arasındaki ilişki son yıllarda turizm alanında gerçekleştirilen araştırmalarda daha fazla ele alınmaktadır (Yalçinkaya ve Çaylan, 2026; Arslan Özkan ve Yıldız, 2024; Subaşı ve Özyıldırım, 2025; Sağlık ve Türkeri, 2015). Bu kapsamda gerçekleştirilen çalışmalar, festivallerin destinasyonların tanınırlığını artırmasının yanı sıra destinasyon imajının güçlenmesine ve bölgesel kalkınmaya katkı sağladığını ortaya koymaktadır.

Yalçinkaya ve Çaylan (2026) tarafından gerçekleştirilen araştırmada, festivallerin bölge halkı arasındaki sosyal etkileşimi güçlendirdiği, yerel ekonomiye katkı sunduğu ve destinasyon markalaşmasına önemli ölçüde katkı sağladığı ifade edilmiştir. Benzer şekilde Arslan Özkan ve Yıldız (2024) festival memnuniyeti ile destinasyonun genel imajı değişkenlerinin destinasyon sadakati üzerinde pozitif yönlü etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Destinasyon imajı ve kış turizmi kapsamında gerçekleştirilen çalışmalar da benzer bulgular ortaya koymaktadır. Sağlık ve Türkeri (2015) destinasyon imajının destinasyon kişiliği ve destinasyon

aidiyeti üzerinde anlamlı etkilerinin bulunduğu belirlemiştir. Subaşı ve Özyıldırım (2025) uluslararası kış organizasyonlarının Palandöken Kayak Merkezi'nin gelişimine olumlu katkı sağladığı, Abalı Kayak Merkezi'nin ise sahip olduğu doğal ve coğrafi özellikler ile ulaşım olanaklarının bölgenin kış turizmi potansiyelini ve tanınırlığını desteklediğini ifade etmişlerdir.

İlgili çalışmalar birlikte değerlendirildiğinde festival turizmi ile kış turizminin destinasyon imajı ve bölgesel tanınırlık üzerinde birbirini tamamlayan unsurlar olduğu söylenebilir. Festivallerin sosyal etkileşimi ve yerel ekonomiyi desteklemesi destinasyonların tanınırlığına katkı sağlarken, kış turizmine yönelik doğal ve fiziksel özelliklerin de destinasyonun çekiciliğini artırdığı görülmektedir. Bu doğrultuda festival turizmi, kış turizmi, destinasyon imajı ve bölgesel tanınırlık kavramlarının birbirleriyle ilişkili olduğu ve destinasyonların turizm potansiyelinin geliştirilmesinde birlikte değerlendirilmesi gerektiği söylenebilir.

Yöntem

Araştırmanın amacı ve deseni

Bu araştırmanın amacı, Kastamonu ili Araç ilçesinde yer alan Fındıklı ve Gölcük yaylalarının kış turizmi potansiyelini yerel paydaşların görüşleri doğrultusunda değerlendirmek ve bölgede düzenlenen Araç Yayla Kış Festivali'nin destinasyon imajı ile bölgesel tanınırlık üzerindeki etkilerini ortaya koymaktır. Bu amaç doğrultusunda araştırmada kış turizmi potansiyeline ilişkin algılar, bölgesel turizm potansiyeli ve yapısal sorunlar ile kış festivallerinin destinasyon imajı ve bölgesel tanınırlık üzerindeki etkileri incelenmiştir. Bu kapsamda araştırma deseni durum çalışması olarak belirlenmiştir. Durum çalışması, tek bir durumun veya olayın derinlemesine incelenmesi, verilerin sistematik bir şekilde toplanması ve gerçek ortamda nelerin meydana geldiğinin ortaya konulmasına odaklanan bir araştırma yöntemi olarak tanımlanmaktadır (Subaşı ve Okumuş, 2017)

Evren örneklem

Araştırmanın evrenini Kastamonu bölgesindeki yerel yönetimler ve yerel halk oluştururken, örneklemi ise Kastamonu ili Araç ilçesinde yaşayan, Fındıklı ve Gölcük yaylaları hakkında bilgi sahibi olan yerel yöneticiler, sivil toplum kuruluşu temsilcileri ve yerel halk oluşturmaktadır.

Veri toplama yöntemi

Araştırmanın amacı ve deseni doğrultusunda veri toplamak için amaçlı örnekleme yöntemi benimsenmiştir. Araştırmada amaçlı örnekleme yöntemlerinden maksimum çeşitlilik örnekleme tercih edilmiştir. Maksimum çeşitlilik örnekleme, bireylerin meslekleri, kariyerleri, çalıştıkları kurumlar ve demografik özellikleri gibi değişkenlerin farklılık göstermesi önem taşımaktadır (Creswell ve Clark, 2017). Amaçlı örnekleme, olasılığa dayalı olmayan bir örnekleme yöntemidir. Bu yöntemde, örneklemin evrenin tamamını temsil etmesinden ziyade, araştırılan konuyla ilgili belirli koşulları karşılayan bilgili ve ilgili katılımcıların deneyimlerine, tecrübelerine ve bilgilerine odaklanılmaktadır (Gülbüz ve Şahin, 2014).

Bu kapsamda, Eren, (2016) ve Ercan ve Civelek (2020) çalışmalarından ve alanında uzman üç akademisyenin görüşleri doğrultusunda yarı yapılandırılmış görüşme formu oluşturulmuştur. Yarı yapılandırılmış görüşme tekniği aracılığıyla katılımcılardan araştırmanın amacı doğrultusunda veriler toplanmıştır. Aynı zamanda görüşme sırasında ihtiyaç duyulması durumunda katılımcıların ifadeleri doğrultusunda ek sorular yöneltilmiştir (Merriam, 2013). Bu durum, araştırmacıların konuya ilişkin daha ayrıntılı ve derinlemesine veri elde etmesine olanak sağlamış ve araştırmanın amacı ile desenini desteklemiştir. Araştırma kapsamında 15 katılımcı ile telefon ve yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Her bir görüşme yaklaşık 30 dakika sürmüş olup, veri kaybı yaşanmaması amacıyla katılımcılardan izin alınarak görüşmeler ses kaydına alınmıştır.

Araştırma soruları

- Kış turizmi denince aklınıza neler gelmektedir?
- Kış turizmini tercih etme nedenleriniz nelerdir?
- Fındıklı ve Gölcük yaylalarının kış turizmi potansiyeli hakkında neler düşünüyorsunuz?
- Fındıklı ve Gölcük yaylalarında düzenlenen kış festivalinin kış turizmine etkisi hakkında neler düşünüyorsunuz?

Görüşme sırasında sorulan ek sorular

- Araç Yayla Kış Festivali'nin bölgenin tanınırlığına katkıları hakkında neler düşünüyorsunuz?

- Araç Yayla Kış Festivali'nin bölgenin imajı üzerindeki etkileri hakkında neler düşünüyorsunuz?

Verilerin analizi

Araştırma kapsamında toplanan veriler, ilk aşamada veri kaybı yaşanmaması amacıyla Word dosyasına aktarılmıştır. Daha sonra elde edilen veriler, içerik analizine tabi tutulmak üzere MAXQDA programına aktarılmıştır. İçerik analizi tekniği, belirlenen metin, doküman ve temalarda yer alan verilerin belirli kurallar çerçevesinde nesnel bir şekilde analiz edilmesine olanak sağlamaktadır (Metin ve Ünal, 2022).

Katılımcılardan elde edilen veriler MAXQDA programına aktarıldıktan sonra, çalışmayı gerçekleştiren üç araştırmacı tarafından bağımsız olarak kodlamalar yapılmıştır. Elde edilen kodlamalar daha sonra karşılaştırılarak nihai tema ve kodlar oluşturulmuştur. Analiz aşamasında MAXQDA programının kullanılmasının gerekçesi, nitel verilerin sistemli bir şekilde değerlendirilmesine olanak sağlaması ve kodlama ile yorumlama süreçlerinde araştırmacılara yardımcı bir program olmasıdır (Çayır ve Sarıtaş, 2017).

Geçerlik ve güvenirlik

Araştırmada geçerlik ve güvenirliğin sağlanması amacıyla ilk aşamada görüşme soruları, alanında uzman üç akademisyenin görüşleri alınarak hazırlanmıştır. Hazırlanan sorular, Kastamonu Üniversitesi Etik Kurul Komisyonunun 10.04.2025 tarih ve 44 sayılı kararı ile onaylanmıştır. Daha sonra toplanan veriler, çalışmayı gerçekleştiren üç araştırmacı tarafından bağımsız bir şekilde kodlanmış, elde edilen kodlar birbiriyle karşılaştırılarak ana temalar belirlenmiş ve araştırmanın iç tutarlılığı artırılmıştır.

Araştırmalarda uzman görüşüne başvurulması, araştırmanın bütününde ve kodlama sürecinde yaşanabilecek sorunların tespitini kolaylaştırırken nesnelliği de artırmaktadır. Bu durum, araştırmanın iç geçerliğinin güçlendirilmesine katkı sağlarken, uzman görüşünün alınması araştırmanın güvenirliğini de artırmaktadır. Aynı zamanda araştırma kapsamında görüşmelerin yüz yüze gerçekleştirilmesi ve görüşme sürelerinin uzun tutulması, araştırmanın dış geçerliğine olumlu katkılar sağladığı söylenebilir (Tutar, 2022).

Bulgular

Araştırmada, Kastamonu ili Araç ilçesinde yaşayan ve Fındıklı ile Gölcük yaylaları hakkında bilgi sahibi olan 15 katılımcı ile yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Gerçekleştirilen görüşmeler analiz edildikten sonra, “Kış Turizmine Yönelik Algılar ve Motivasyonlar”, “Bölgesel Turizm Potansiyeli ve Yapısal Sorunlar” ile “Kış Festivallerinin Çok Boyutlu Etkileri” olmak üzere üç ana tema belirlenmiştir. Bu temalara ilişkin alt kodlar ile katılımcı profilleri ve ifadeleri aşağıdaki bölümlerde sunulmuştur.

Araştırmaya katılan kişilerin isimleri gizlilik ilkesi doğrultusunda korunmuş olup, katılımcılar Katılımcı 1 (K1)’den Katılımcı 15 (K15)’e kadar numaralandırılmıştır.

Katılımcıların demografik bilgileri

Katılımcıların demografik bilgileri Tablo 1’de incelendiğinde, çoğunluğun kadınlardan (8 kişi) oluştuğu, erkek katılımcı sayısının ise 7 kişi olduğu görülmektedir.

Tablo 1. Katılımcı demografik bilgileri

Katılımcı	Cinsiyet	Yaş	Meslek
K1	Erkek	26	Yerel Yönetici
K2	Erkek	55	Yerel Yönetici
K3	Kadın	35	Yerel Halk
K4	Erkek	40	Yerel Halk
K5	Kadın	50	Akademisyen
K6	Kadın	22	Öğrenci
K7	Erkek	58	İşletme Sahibi
K8	Erkek	29	Akademisyen
K9	Kadın	52	Kayak Antrenörü
K10	Kadın	64	Turizm Rehberi
K11	Kadın	46	Öğrenci
K12	Erkek	35	Belediye Çalışanı
K13	Kadın	41	Girişimci

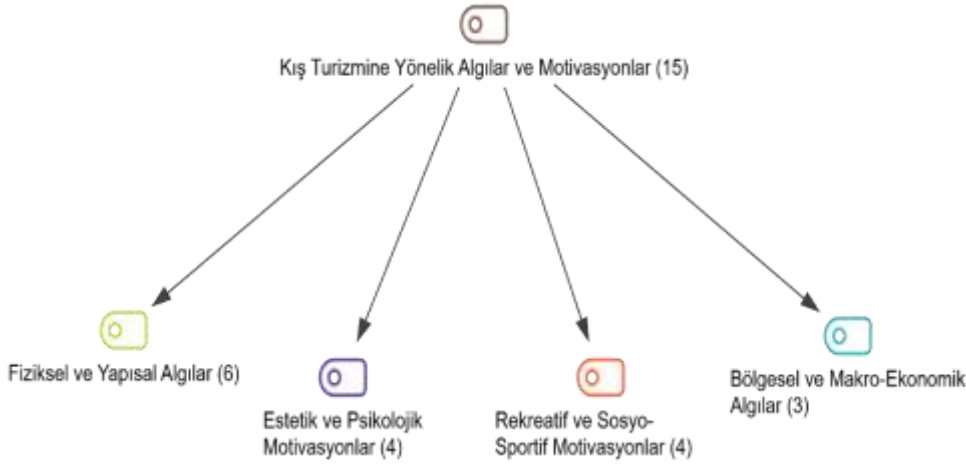
Katılımcı	Cinsiyet	Yaş	Meslek
K14	Kadın	27	Yerel Esnaf
K15	Erkek	50	Turizm İşletmecisi

Katılımcıların yaşları incelendiğinde, en genç katılımcının 22, en yaşlı katılımcının ise 64 yaşında olduğu belirlenmiştir. Meslekler açısından değerlendirildiğinde, katılımcıların yerel halk, yerel yönetici, esnaf, turizm işletmecisi, öğrenci, akademisyen, turist rehberi ve kayak antrenörü gibi farklı meslek gruplarından oluştuğu görülmektedir. Bu durum, araştırma açısından veri çeşitliliği sağlayarak araştırmanın amacına hizmet etmektedir. Bu kapsamda, araştırma katılımcılarının yaş, cinsiyet ve meslek bakımından çeşitlilik göstermesi araştırmanın güçlü yönlerinden biri olarak değerlendirilebilir. Ayrıca katılımcılar, bölgede yaşayan ve gerçekleştirilen festivallere bizzat katılmış kişiler arasından seçilmiştir. Bu durum, katılımcı profilinin araştırmanın amacıyla uyumlu olmasına ve elde edilen bulguların araştırma konusunu daha kapsamlı şekilde yansıtmasına katkı sağladığı söylenebilir.

Kış turizmine yönelik algılar ve motivasyonlar

Katılımcılardan elde edilen verilerin analiz edilmesi sonucunda, “Kış Turizmine Yönelik Algılar ve Motivasyonlar” isimli bir ana tema ile “Fiziksel ve Yapısal Algılar”, “Estetik ve Psikolojik Motivasyonlar”, “Rekreatif ve Sosyo-Sportif Motivasyonlar” ve “Bölgesel ve Makro Ekonomik Algılar” olmak üzere dört alt kod belirlenmiştir.

Şekil 1.Kış turizmine yönelik algılar ve motivasyonlar



Şekil 1'de yer alan Kış Turizmine Yönelik Algılar ve Motivasyonlar teması incelendiğinde, katılımcıların kış turizmi açısından doğal güzellikleri önemli bir unsur olarak değerlendirdikleri görülmektedir. Özellikle kış aylarında bölgenin estetik açıdan dikkat çekici bir görünüme kavuştuğu ifade edilmektedir. Katılımcı görüşleri doğrultusunda Fındıklı ve Gölcük yaylalarının turizm faaliyetleri açısından elverişli olduğu belirlenmiştir. Ayrıca katılımcıların yaylalarda bulunmaktan psikolojik açıdan olumlu etkilendikleri ve bölgeyi estetik açıdan çekici buldukları görülmektedir. Bununla birlikte Fındıklı ve Gölcük yaylalarının konumu, temiz havası ve kendine özgü atmosferi sayesinde kış turizmi açısından önemli bir potansiyele sahip olduğu değerlendirilmektedir. Katılımcılar, bölgenin kış sporları faaliyetleri için fiziksel açıdan uygun olduğunu da belirtmişlerdir. Bunun yanı sıra bölgenin mevcut turizm potansiyelinin etkin bir şekilde değerlendirilmesi durumunda yerel esnaftan turizm işletmelerine kadar birçok paydaşa ekonomik fayda sağlayabileceği ve bölge ekonomisine olumlu katkılar sunabileceği ifade edilmektedir. Katılımcı görüşlerinden bazıları aşağıda ifade edilmiştir.

K2: “Kış aylarında doğanın dağlar üzerinde oluşturduğu görüntü ve onun içerisinde yer almam benim için oldukça etkili. Bunun herkesi de etkileyeceğini düşünüyorum.”

K6: “Doğa kış aylarında oldukça estetik bir görünüm yakalayarak bizleri etkilemektedir. Bu yüzden kış turizmi ayrı seviyorum.”

K1, K5: “Fındık ve Gölcük yaylaları doğal güzelliği sayesinde Kış turizmi açısından avantajlı bir konumdadır.”

K1 ve K3, “Bu bölgelerin doğal güzellikleri ve temiz havasıyla insanlara psikolojik olarak yararlı olabilir. Sırf bu yüzden bile önemli bir kış turizmi merkezi olur.”

K8: “Kayak ve snowboard gibi aktivitelerin oldukça keyifli ve eğlenceli aktiviteler. Fındıklı ve Gölcük yaylasında konumu dolayısıyla spor aktiviteleri oldukça elverişlidir.”

K9: “Bölgeler kışın ve yazın ATV motoru, kızak, kayak ve araba safariler açısından oldukça elverişli bir konuma sahip bana göre”

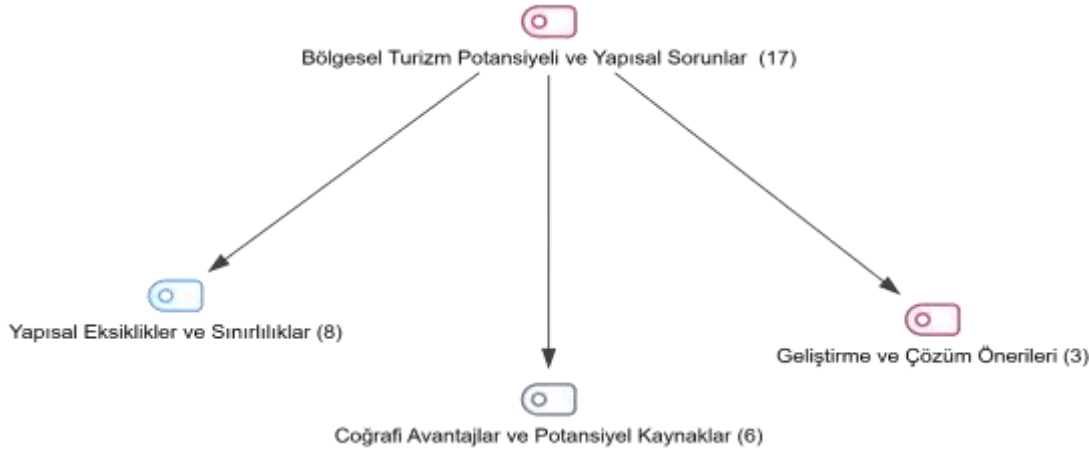
K14: “Fındıklı ve Gölcük yaylalarının kış aylarında turizm amaçlı kullanımlarının bize ekonomik olarak durgunluk yaşadığımız aylarda olumlu katkılar sunacaktır. Sadece bize değil ilçemizdeki faaliyet gösteren bütün esnaflarda faydası olacaktır.”

K15: “Bölgelerin kış turizmi açısından kullanımı sonucun gerek turizm işletmeleri gerekse yerel esnaflar doğrudan ve dolaylı yönden ekonomik olarak olumlu etkilenmektedir. Bölgenin tanınırlığının artmasıyla birlikte gelecek olan turist sayısındaki artışın ülke ekonomisine olumlu yönde katkılar sunacağını düşünüyorum.”

Bölgesel turizm potansiyeli ve yapısal sorunlar

Katılımcı görüşleri doğrultusunda oluşturulan bir diğer ana tema Bölgesel Turizm Potansiyeli ve Yapısal Sorunlar olarak belirlenmiştir. Bu tema altında Yapısal Eksiklikler ve Sınırlılıklar, Coğrafi Avantajlar ve Potansiyel Kaynaklar ile Geliştirme ve Çözüm Önerileri olmak üzere üç alt kod ortaya çıkmıştır.

Şekil 2. Bölgesel turizm potansiyeli ve yapısal sorunlar



Katılımcılardan elde edilen veriler ve Şekil 2 incelendiğinde, Fındıklı ve Gölcük yaylalarının coğrafi konumu ve temiz havası sayesinde kış turizmi potansiyeline sahip olduğu tespit edilmiştir. Ancak bölgede altyapı, ulaşım, konaklama ve benzeri turizm tesisleri açısından çeşitli yetersizliklerin bulunması ve bu durum bölgenin kış turizmi potansiyelini etkilerken, festival sürecinde sorunlar çıkardığı tespit edilmiştir. Bu eksikliklerin giderilmesiyle birlikte bölgenin kış turizmi potansiyelinin artırılabilirliği söylenebilir. Ayrıca bölgenin tanıtım faaliyetleri açısından da bazı eksikliklere sahip olduğu tespit edilmiştir. Bu kapsamda, altyapı, ulaşım ve konaklama olanaklarının geliştirilmesinin yanı sıra bölgenin etkin bir şekilde tanıtılması ve tanıtım faaliyetlerinin artırılması, kış turizminin gelişimine olumlu katkılar sağlayabilir. Katılımcı görüşlerinden bazıları aşağıda ifade edilmiştir.

K10: “Ulaşım ve konaklama olanakları yeterli olduğunda bölgenin daha fazla turist çekebileceğini düşünüyorum. Kastamonu'nun doğal yapısı ve coğrafi özellikleri kış turizmi açısından oldukça uygun. Özellikle Fındıklı ve Gölcük yaylalarının doğal güzellikleri ve temiz havası önemli bir avantaj sağlıyor.”

K2: “Bölgede kış aylarında ortaya çıkan manzaralar oldukça etkileyicidir. Ancak Kastamonu'nun sahip olduğu potansiyelin altyapı eksiklikleri ve tanıtım yetersizliği nedeniyle tam olarak değerlendirilemediğini düşünüyorum. Fındıklı ve Gölcük yaylalarında da altyapı eksikliklerinin giderilmesi gerekiyor. Festivaller ekonomik hareketlilik sağlıyor fakat altyapı gibi eksiklikler festival sırasında sorun çıkarabiliyor. Bu kapsamda düzenlenecek organizasyonların daha iyi planlanması gerektiğine inanıyorum.”

K4: “Bölgedeki kış turizmi ve festivallerinin iyileşmesi ve sorunsuz geçmesi için özellikle ulaşım ve konaklama imkanlarının geliştirilmesi gerektiğini düşünüyorum. Yerel yönetimlerin daha fazla yatırım yapması ve tesis sayısının artırılması durumunda kış turizminin daha da gelişeceğine inanıyorum.”

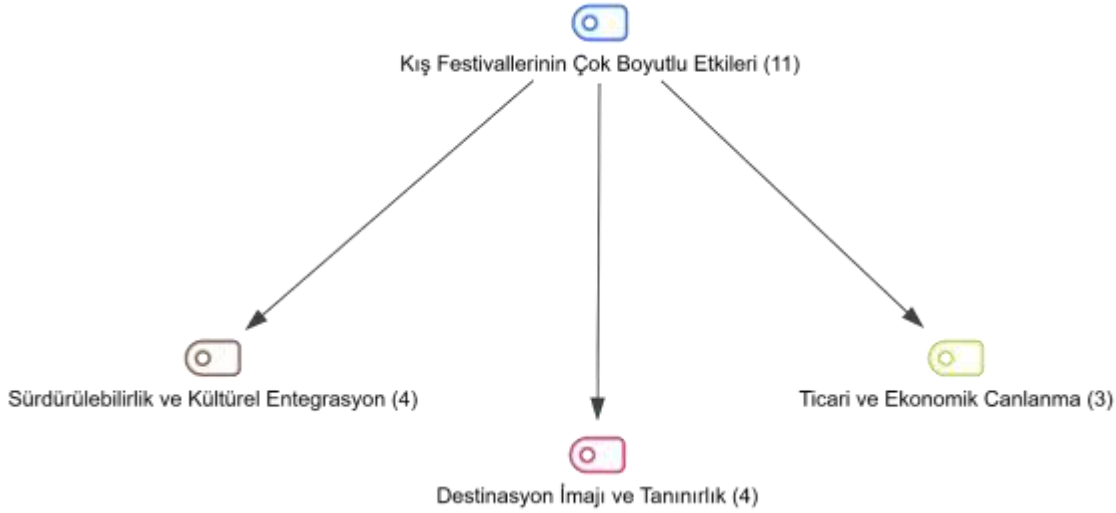
K6: “Bölgenin turizm potansiyelinin artırılması için altyapı eksikliklerinin giderilmesi gerekmektedir.”

K11: “Yerel halkın bu bölgelerde turizme daha fazla katkı sağlaması gerekmektedir. Bölgedeki tesis imkanlarının artırılması gerekmektedir.”

Kış festivallerinin çok boyutlu etkileri

Katılımcı görüşleri doğrultusunda oluşturulan 3. ana tema, “Kış Festivallerinin Çok Boyutlu Etkileri” olarak belirlenmiştir. Bu tema altında; “Sürdürülebilirlik ve Kültürel Entegrasyon”, “Destinasyon İmajı ve Tanınırlık”, “Ticari ve Ekonomik Canlanma”, olmak üzere üç alt kod ortaya çıkmıştır.

Şekil 3.Kış festivallerinin çok boyutlu etkileri



Şekil 3 incelendiğinde, katılımcı görüşlerine göre kış festivallerinin gerçekleştirildiği bölgede kültürel bütünleşme ve sürdürülebilirliğe katkı sağladığı, aynı zamanda destinasyon imajı ve tanınırlığına olumlu katkı sunduğu görülmektedir. Bunun yanı sıra festivallerin bölgenin ticari ve ekonomik canlılığına da katkı sağladığı söylenebilir. Katılımcılardan elde edilen veriler doğrultusunda, Fındıklı ve Gölcük yaylalarında düzenlenen kış festivallerinin bölgenin turistik cazibesini artırdığı tespit edilmiştir. Ayrıca bu festivallerin, bölgenin kültürel değerlerinin ziyaretçilere tanıtılması açısından önemli bir fırsat sunduğu da belirlenmiştir. Tüm bu gelişmelerle birlikte bölgede esnaf başta olmak üzere çeşitli ekonomik aktörlerin ticari faaliyetlerinde artış yaşandığı söylenebilir. Özellikle festivallerin bölgenin tanınırlığına katkı sağlayarak destinasyon imajını olumlu yönde etkilediği değerlendirilmektedir. Bu temaya ilişkin katılımcıların ifadeleri aşağıdaki gibidir.

K1: “Kış festivallerinin bölgenin turistik cazibesini artırarak daha fazla ziyaretçi çektiğini düşünüyorum. Bu tür etkinliklerin destinasyonun tanıtımına katkı sağladığını ve bölgenin turizm gelirlerini artırdığını söyleyebilirim. Festival dönemlerinde bölgeye olan ilginin artması, hem turistik hareketliliği hem de ekonomik canlılığı desteklemektedir.”

K3: “Festivallerin kültürel etkinliklerle desteklenmesi durumunda bölgenin turistik imajına önemli katkılar sağlayacağını düşünüyorum. Bu sayede hem destinasyonun tanınırlığı artacak hem de bölgenin kültürel değerleri ziyaretçilere daha etkili bir şekilde aktarılabilir.”

K7: “Kış festivalleri sayesinde bölgede alışveriş gibi ticari hareketliliğin arttığını düşünüyorum. Bununla birlikte organizasyonların daha iyi planlanması ve geliştirilmesi gerektiğine inanıyorum. Böylece festivallerin ekonomik katkıları daha da artırılabilir.”

K12: “Yerel halkın festivallerde daha aktif rol almasının önemli olduğunu düşünüyorum. Bu durum hem bölgenin kültürel değerlerinin korunmasına hem de turizm faaliyetlerinin uzun vadede sürdürülebilir olmasına katkı sağlayacaktır.”

K13: “Kış festivallerinin bölgenin tanınırlığını artırdığını ve turizmin ile bölge kültürünün sürdürülebilirliğine katkı sağladığını düşünüyorum. Aynı zamanda bu etkinliklerin ekonomik hareketliliği desteklediğini ve bölgenin kalkınmasına katkı sunduğunu söyleyebilirim.”

Sonuç

Festival turizmi, büyüme gösteren bir turizm türü olup turizm sezonunun uzamasına ve turizm talebinin artmasına katkı sağlamaktadır. Bununla birlikte, ulusal ve yerel düzeyde kültürel paylaşım imkânı sunmakta, yeni ekonomik gelir kaynakları oluşturmakta ve çeşitli sosyoekonomik faydalar sağlayarak festivalin düzenlendiği bölgenin markalaşmasına katkıda bulunmaktadır (Çam ve Çelik, 2022).

Yapılan araştırma sonucunda, Kastamonu'nun Fındıklı ve Gölcük yaylalarında düzenlenen kış festivallerinin de ifade edildiği gibi bölge turizmi açısından önemli etkiler yarattığı görülmüştür. Katılımcıların görüşleri doğrultusunda, festivallerin bölgenin bilinirliğini artırarak özellikle ulusal düzeyde tanınırlık sağladığı ve bölgenin kış turizmi kapsamında alternatif bir destinasyon olarak öne çıkmasına katkıda bulunduğu belirlenmiştir. Bununla birlikte, festivallerin bölgesel kalkınmaya doğrudan etki ettiği, yerel halkın ekonomik kazanç elde etmesine ve bölgenin sosyal dinamiklerinin canlanmasına katkı sağladığı tespit edilmiştir. Elde edilen bu sonuçlar, Güdü Demirbulat, (2026) tarafından gerçekleştirilen “*Turist Rehberleri Perspektifinden Trabzon Kültür Yolu Festivali'nin Kültürel Sürdürülebilirlik Bağlamında Değerlendirilmesi*” başlıklı çalışmada ulaşılan; festivallerin şehrin kültürel mirasını ortaya çıkardığı ve ekonomik canlanmaya katkı sağladığı yönündeki sonuçları destekler niteliktedir.

Katılımcı bulgularından elde edilen bir diğer sonuç ise Fındıklı ve Gölcük yaylalarında kış turizmi ve festival sürecinde altyapı, konaklama imkanları ve ulaşım açısından çeşitli eksikliklerin bulunduğudır. Bu kapsamda, belirtilen altyapı eksikliklerinin giderilmesinin büyük önem taşıdığı sonucuna ulaşılmıştır. Elde edilen bu sonuç, Alkan ve Bulut (2025) tarafından gerçekleştirilen “*Festival Turizmine Bir Örnek: Türkiye’de Boğa Güreşi Festivalleri*” başlıklı çalışmada belirtilen, festivallerin sürdürülebilirliğini sağlamak ve katılımcı memnuniyetini artırmak amacıyla destinasyonlardaki fiziksel ve organizasyonel eksikliklerin giderilmesi gerektiği yönündeki sonuçları desteklemektedir.

Araştırma kapsamında ulaşılan bir diğer sonuç ise Fındıklı ve Gölcük yaylalarının coğrafi konum açısından avantajlı bir yapıya sahip olması ve temiz havasıyla öne çıkmasıdır. Ayrıca bölgenin ziyaretçilere doğayla iç içe vakit geçirme imkânı sunduğu, bu durumun bireylerin psikolojik iyi oluşlarına olumlu katkılar sağlayabileceği sonucuna ulaşılmıştır.

Teorik çıkarımlar

Katılımcılar, kış festivallerinin destinasyon imajını güçlendirdiğini ve bölgesel tanınırlığa katkı sağladığını ifade etmiştir. Bu sonuçlar, festival turizmi ile destinasyon markalaşması ve tanınırlığı arasındaki ilişkiyi ortaya koyan Çoban ve Süer (2018), İlban ve Kömür (2019) ile Işıldar ve Yıldız (2019) tarafından gerçekleştirilen çalışmalarla paralellik göstermektedir. Söz konusu araştırmalarda da festival etkinliklerinin destinasyonların tanıtımına katkı sağladığı ve bölgesel çekiciliği artırdığı belirtilmiştir. Ancak mevcut araştırma, literatürde sıklıkla incelenen Alaçatı ve Urla gibi tanınırlığı yüksek destinasyonlardan farklı olarak, henüz yeterince bilinmeyen bir kış turizmi destinasyonuna odaklanmaktadır. Bu yönüyle çalışma, festival etkinliklerinin yalnızca bilinen destinasyonlarda değil, tanınırlık düzeyi daha düşük bölgelerde de destinasyon imajı ve bölgesel bilinirlik üzerinde önemli etkiler oluşturabileceğini ortaya koymaktadır.

Pratik Çıkarımlar

Festival sürecinde konaklama, ulaşım ve etkinlik alanlarının iyileştirilmesi, ziyaretçilerin bölgeye olan ilgisini artırabilir. Özellikle kış turizmi için gerekli olan teknik altyapının (kayak tesisleri, ulaşım olanakları, güvenlik önlemleri vb.) güçlendirilmesi, festivalin daha geniş bir turist kitlesine hitap etmesini sağlayabilir.

Araç yayla kış festivalinin daha geniş kitlelere ulaşabilmesi, yerel halk ile daha fazla bütünleşmesi ve uzun vadeli bir strateji ile desteklenmesi gerekmektedir. Bu doğrultuda yerel yönetimler ve yöneticileri tarafından yapılacak, altyapı yatırımları, tanıtım stratejileri ve yerel halkın sürece daha aktif dahil edilmesi, festivalin sürdürülebilir bir turizm unsuru olarak gelecekte daha büyük etkiler yaratmasını sağlayacaktır.

Sınırlılıklar ve gelecek çalışmalar için öneriler

Bu araştırmanın bazı sınırlılıkları bulunmaktadır. Araştırmanın en önemli sınırlılıklarından biri, elde edilen bulguların bütün yaylalara genellenememesidir. Ayrıca araştırma yalnızca Kastamonu ili Araç ilçesinde bulunan Fındıklı ve Gölcük yaylaları kapsamında gerçekleştirilmiştir. Bir diğer sınırlılık ise araştırmada yalnızca nitel araştırma yönteminin kullanılmış olmasıdır. Bu nedenle elde edilen bulgular, görüşme yapılan katılımcıların değerlendirmeleri ile sınırlıdır. Gelecek araştırmalarda karma yöntem ve nicel araştırma yöntemleri kullanılarak bölgeyi ziyaret eden veya festival sürecine dahil olan turistlerin algıları ölçülebilir.

Etik Beyan: Bu çalışmada kullanılan anket yöntemi için Kastamonu Üniversitesi Etik Kurulu'ndan 10/04/2025 tarihli ve 44 sayılı kararı ile izin alınmıştır. Aksi bir durumun tespiti halinde Journal of Gastronomy Hospitality and Travel (JOGHAT) Dergisinin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk çalışmanın yazar (lar) ına aittir.

Yazar Katkı Beyanı: Bu çalışmaya 1. yazar %40, 2. yazar %35 ve 3. yazar %25 oranında katkı sağlamıştır.

Çıkar Beyanı: Yazarlar arasında çıkar çatışması yoktur.

Kaynakça

- Alkan, S.ve Bulut, İ. (2025). Festival turizmine bir örnek: Türkiye’de boğa güreşi festivalleri. *Dünya Coğrafyası ve Kalkınma Perspektifi Dergisi*, (8), 13–31. <https://doi.org/10.58606/jwgdp.1817580>
- Altaş, N. T., Çavuş, A. ve Zaman, N. (2015). Türkiye’nin kış turizmi koridorunda yeni bir kış turizm merkezi: Konaklı. *Marmara Coğrafya Dergisi*, (31), 345–365. <https://doi.org/10.14781/mcd.04344>
- Altinel, Ö. ve Türksoy, N. (2019). Turizm çeşitlendirilmesinde kış turizminin önemi. *Cataloging-In-Publication Data*, 325.
- Arslan Özkan, A. ve Yıldız, E. (2024). Effect of festival satisfaction on destination loyalty through destination overall image: The case of Alaçatı Herb Festival. *Istanbul Business Research*, 53(3), 433-454. <https://doi.org/10.26650/ibr.2024.53.1388242>
- Bull, A. (1995). *The economics of travel and tourism*. Melbourne, Australia: Longman.
- Butler, R. W. and Smale, B. J. (1991). Geographic perspectives on festivals in Ontario. *Journal of Applied Recreation Research*, 16(1), 3-23.
- Creswell, J. W. and Clark, V. L. P. (2017). *Designing and conducting mixed methods research*. Sage Publications.
- Çam, O. ve Çelik, C. (2022). Festival turizmi çerçevesinde bir değerlendirme: Rio Karnavalı. *Sivas İnterdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 1-20.
- Çayır, M. Y. ve Sarıtaş, M. T. (2017). Nitel veri analizinde bilgisayar kullanımı: Bir betimsel içerik analizi (2011-2016).
- Çoban, M. ve Süer, S. (2018). Destinasyon markalaşmasında festival turizminin rolü: Alaçatı Ot Festivali üzerine bir çalışma. *Uluslararası Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 58–67. <https://doi.org/10.30625/ijctr.424439>
- Dalgın, T., Atak, O. ve Çeken, H. (2016). Festivallerin bir kırsal turizm çekiciliği olarak önemi. *The Journal of International Social Research*, 9(47), 1179–1184.
- Demirci, B., Yılmazdoğan, O. C ve Düşmezkalender, E. (2020), Festival Algısı, Festival Memnuniyeti, Festival Değeri ve Aidiyet İlişkisi: Eskişehir Sokak Lezzetleri Festivali Örneği, *BMIJ*, 8(1): 1096-1112. <http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v8i1.1425>
- Doğanay, H. ve Zaman, S. (2001). *Türkiye turizm coğrafyası* (3. Baskı). Konya: Çizgi Kitabevi.
- Ercan, F. ve Civelek, M. (2020). Rekreasyon faaliyetleri kapsamında etkinlik ve festivallerin destinasyon imajına etkisi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 653–664. <https://doi.org/10.26677/TR1010.2020.336>
- Erciyas, N. ve Yılmaz, İ. (2021). Gastronomi turizminin gelişiminde gastronomi festivalleri ve Türkiye’deki mevcut durum. *Art/İcle: Sanat Ve Tasarım Dergisi*, 1(1), 91-108.
- Ersoy, M. ve Tuğal, F. N. (2018). Türkiye’yi ziyaret eden rus turistlerin destinasyon imaj algılamaları ve hatırlanabilir turizm deneyimleri üzerine bir araştırma. *Artibilim: Adana Bilim Ve Teknoloji Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(2), 64-78.
- Evren, S. (2016). *Türkiye’de kış turizmi destinasyonlarının rekabetçi konumlandırması* (Yayımlanmamış doktora tezi). Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Ferdinand, N. and Williams, N. L. (2013). International festivals as experience production systems. *Tourism Management*, 34, 202–210. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.05.001>

- Genç, K. (2021). Organik imaj çerçevesinde etkinlik turizmi: Malazgirt Zaferi yıl dönümü kutlamaları. *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14(1), 69–78. <https://doi.org/10.46790/erzisosbil.857263>
- Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism Management*, 29(3), 403–428. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.07.017>
- Getz, D. (2010). The nature and scope of festival studies. *International Journal of Event Management Research*, 5(1), 1-47.
- Giritlioğlu, İ., Olcay, A. ve Özekici, Y. K. (2015). Bir turizm çeşitliliği olarak festival etkinliklerinin sınıflandırılması: Türkiye üzerine bir değerlendirme. *Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 13, 306-323
- Güdü Demirbulat, Ö. (2026). Turist rehberleri perspektifinden Trabzon Kültür Yolu Festivali'nin kültürel sürdürülebilirlik bağlamında değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 14(1), 775–807. <https://doi.org/10.63556/jotags.2026.1816>
- Güldemir, O., Tugay, O., Şallı, G., Yıldız, E. ve Çelik Yeşil, S. (2021). Bringing fruity meat dishes of Ottoman cuisine into businesses. *Journal of Ethnic Foods*, 8(30). DOI: 10.1186/s42779-021-00107-2
- Gürbüz, S. ve Şahin, F. (2014). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Gürsoy, D., Kim, K., and Uysal, M. (2004). Perceived impacts of festivals and special events by organizers: An extension and validation. *Tourism Management*, 25(2), 171–181. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(03\)00092-X](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(03)00092-X)
- Işıldar, P. ve Yıldız, Ö. (2019). Festivaller ve yerel halk üzerindeki sosyal etkileri: Urla örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(4), 931–948. <https://doi.org/10.26677/TR1010.2019.220>
- İlban, M. O. ve Kaşlı, M. (2008). *Kış turizmi*. Turistik ürün çeşitlendirilmesi, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- İlban, M. O. ve Kömür, T. (2019). Destinasyon markalaşmasında festival turizminin rolü: Ayvalık Uluslararası Zeytin Hasat Günleri örneği. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 16(2), 274–295. <https://doi.org/10.24010/soid.553070>
- Kang, B., Damonte, L. T., Kim, Y. and Chan, E.-J. (2018). Assessing destination image via social network analysis: The case of the “Coastal Uncorked Wine and Food Festival”. *Journal of Global Scholars of Marketing Science*, 28(4), 320–336. <https://doi.org/10.1080/21639159.2018.1511379>
- Kara E. ve Çeken H. (2023). Kış turizmin gelişimini etkileyen faktörler ve kış turizminin etkileri üzerine kavramsal bir çalışma, *Sivas İnterdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 88-104.
- Kara, E., Yılmaz, E., Dalgın, T. ve Çeken, H. (2025). Etkinlik Turizmi Kapsamında Geleneksel Festivaller: Mayıs Yedisini Şenliği. *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (41), 167-183.
- Kurnaz, A. ve İşlek, E. (2018). Aşçılık kültürünün festival turizmi kapsamında kullanılması: Mengen Uluslararası Aşçılık ve Turizm Festivali. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(Special Issue 3), 3–13. <https://doi.org/10.21325/jotags.2018.234>
- Leal Londoño, M. P., Georgescu-Paquin, A. and Arcos-Pumarola, J. (2022). Food festivals as builders of the image of a tourist destination. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 14(3), 262–278. <https://doi.org/10.1080/19407963.2022.2076690>
- Lee, C. K., Taylor, T., Lee, Y. K. and Lee, B. (2005). The impact of a sport mega-event on destination image: The case of the 2002 FIFA World Cup Korea/Japan. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 6(3), 27–45. https://doi.org/10.1300/J149v06n03_03
- Liu, Y. and Chen, C. (2007). The effects of festivals and special events on city image design. *Frontiers of Architecture and Civil Engineering in China*, 1(2), 255–259. <https://doi.org/10.1007/S11709-007-0032-0>
- Mcclinchey, K. A. (2008). Urban ethnic festivals, neighborhoods and the multiple realities of marketing place. *Journal Of Travel & Tourism Marketing*, 25(3-4), 251-264. <https://doi.org/10.1080/10548400802508309>

- Merriam, S. B. (2013). *Nitel araştırma: Desen ve uygulama için bir rehber* (1. Baskı). S. Turan (Çev.), Nobel Yayın Dağıtım: Ankara
- Metin, O. Ünal, Ş. (2022). İçerik analizi tekniği: İletişim bilimlerinde ve sosyolojide doktora tezlerinde kullanımı. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(Özel Sayı 2), 273–294. <https://doi.org/10.18037/ausbd.1227356>
- Okutan, Y. A. (2026). Yeni Nesil Bir Turizm Ürünü Olarak Yaratıcı Turizm. *Social Mentality and Researcher Thinkers Journal (Smart Journal)*, 8(56), 561-568.
- 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.
- Polat, E., Diken, B. ve Kılıç, S. N. (2018). Festival kalitesi, algılanan değer, festival tatmini ve festival sadakati arasındaki ilişkilerin tespiti üzerine bir araştırma: Uluslararası Manisa Mesir Macunu Festivali örneği. *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(4), 23-44.
- Pröbstl-Haider, U., Richins, H. ve Türk, S. (2019). *Kış turizmi: Eğilimler ve zorluklar* (CABI Turizm Yönetimi Araştırma Serisi). CABI.
- Sağlamtaş, E. (2019). *Kırsal alanlarda düzenlenen yemek festivallerinin sosyal boyutunun algılanan toplumsal katkıya etkisi: Yeşilüzümlü Kuzugöbeği Mantar Festivali örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Mersin: Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Sağlık, E. ve Türkeri, İ. (2015). Destinasyon imajının ve kişiliğinin destinasyon aidiyeti üzerine etkisi: Palandöken Kayak Merkezi örneği. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi / Journal of Travel and Hospitality Management*, 12(1), 25-42.
- Savaşçı, U. ve Yıldırım, H. M. (2021). Destinasyon imajı ve algılanan riskin, davranışsal niyete etkisi: Bodrum örneği. *GSI Journals Serie A: Advancements in Tourism Recreation and Sports Sciences*, 4(2), 115-134. <https://doi.org/10.53353/atrss.887811>
- Sezer, İ. (2020). Kar festivallerinin kış turizmine etkilerinin değerlendirilmesi: Doğu Karadeniz örneği. *International Journal of Geography and Geography Education (IGGE)*, 42, 223–243. <https://doi.org/10.32003/igge.713300>
- Stankova, M. ve Vassenska, I. (2015). Raising cultural awareness of local traditions through festival tourism. *Tourism & Management Studies*, 11(1), 120–127. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=388743883015>
- Subaşı, B., & Özyıldırım, G. (2025). Doğu Anadolu Bölgesinde kış turizmi potansiyelleri ve yapıları: Erzurum Palandöken ve Van Abalı örnekleri. *Journal of Academic Tourism Studies*, 6(2), 384-400.
- Subaşı, M. ve Okumuş, K. (2017). Bir araştırma yöntemi olarak durum çalışması. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21(2), 419-426.
- Şahbaz, R. P. ve Kılıçlar, A. (2009). Filmlerin ve televizyon dizilerinin destinasyon imajına etkileri. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 31-52.
- Şallı, G. (2026). Yerelden Evrensele: Döner Kebabın Küreselleşme Sürecindeki Gastronomik Kimlik İnşası. *Anadolu Strateji Dergisi*, 8(1), 145-154. DOI: 10.5281/zenodo.21022538
- Temizkan, S. P. ve Temizkan, R. (2020). Dünyada ve Türkiye’de Medikal Turizm Kapsamında Plastik ve Estetik Cerrahi Uygulamaların Hizmet Pazarlaması Karması Perspektifinden Değerlendirilmesi. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 3(2), 284-298. DOI: 10.33083/joghat.2020.50
- Tutar, H. (2022). Nitel araştırmalarda geçerlilik ve güvenilirlik: Bir model önerisi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(Özel Sayı 2), 117–140. <https://doi.org/10.18037/ausbd.1227323>
- Tür, E. (2018). Türkiye ve İsviçre’nin kış turizmi faaliyetleri açısından değerlendirilmesine yönelik bir çalışma. *Uluslararası Global Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 10-31.
- Türk Dil Kurumu. (2025). Festival. *Güncel Türkçe Sözlük*. Erişim tarihi: 03.12.2025, <https://sozluk.gov.tr/>
- Ulama, Ş. (2015). Turizm tanıtım broşürlerinde destinasyon imajı analizi: Türkiye örneği. *Bartın Üniversitesi İİBF Dergisi*, 6(11), 231-246.

- Ülker, İ. (1992). *Dağ turizmi: planlama yöntemleri, yüksek dağlarımız, kayak merkezleri*. T. C. Turizm Bakanlığı.
- Wilson, J., Arshed, N., Shaw, E. and Pret, T. (2017). Expanding the domain of festival research: A review and research agenda. *International Journal of Management Reviews*, 19(2), 195–213. <https://doi.org/10.1111/ijmr.12093>
- Yalçınkaya, T. ve Çaylan, D. N. (2026). Exploring the role of festivals in destinations branding. *GSI Journals Serie A: Advancements in Tourism, Recreation and Sports Sciences*, 9(1), 441-452. <https://doi.org/10.53353/atrss.1770003>
- Yıldırğan, R., Batman, O. ve Sarıışık, M. (2016). Sapanca'nın turistik destinasyon imajı üzerine bir alan araştırması. *İşletme Bilimi Dergisi*, 3(2), 109-125.