

T.C.
KIRKLARELİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI
YÜKSEK LİSANS TEZİ

C.TOKATLITURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI YÜKSEK LİSANS TEZİ

YEREL HALKIN FESTİVALLERİN ETKİLERİNE
YÖNELİK ALGILARININ ALGILANAN DEĞER,
FESTİVAL MEMNUNİYETİ VE FESTİVAL SADAKATI
ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: ULUSLARARASI ŞİLE BEZİ
KÜLTÜR VE SANAT FESTİVALİ ÖRNEĞİ

CEMRE TOKATLI

EYLÜL- 2019

T.C.
KIRKLARELİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI
YÜKSEK LİSANS TEZİ

**YEREL HALKIN FESTİVALLERİN ETKİLERİNE
YÖNELİK ALGILARININ ALGILANAN DEĞER,
FESTİVAL MEMNUNİYETİ VE FESTİVAL SADAKATI
ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: ULUSLARARASI ŞİLE BEZİ
KÜLTÜR VE SANAT FESTİVALİ ÖRNEĞİ**

CEMRE TOKATLI

TEZ DANIŞMANI
Dr. Öğr. Üyesi İLKE BAŞARANGİL

2.TEZ DANIŞMANI
Dr. Öğr. Üyesi TAKİ CAN METİN

EYLÜL– 2019

T.C.
KIRKLARELİ ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü

Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı Yüksek Lisans Programı öğrencisi Cemre TOKATLI'nın "Yerel Halkın Festivallerin Etkilerine Yönelik Algılarının Algılanan Değer, Festival Memnuniyeti ve Festival Sadakati Üzerindeki Etkisi: Uluslararası Şile Bezi Kültür ve Sanat Festivali Örneği" başlıklı tezi 13/09/2019 tarihinde, aşağıdaki jüri tarafından Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Yönetmeliğinin ilgili maddeleri uyarınca, değerlendirilerek kabul edilmiştir.

Dr.Öğr.Üyesi Yasin ÇAKIREL
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü

Bu tezin Yüksek Lisans derecesi elde etmek için gerekli olan koşulları sağladığımı onaylarım.


Doç.Dr Mehmet Han ERGÜVEN
Anabilim Dalı Başkanı

Bu tezi okuyarak içerik ve nitelik açısından incelediğimizi ve Yüksek Lisans derecesi almak için yeterli olduğunu onaylıyoruz.

Dr.Öğr.Üyesi Taki Can METİN
İkinci Tez Danışmanı



Dr.Öğr.Üyesi İlke BAŞARANGİL
Tez Danışmanı



Jüri Üyeleri:

Dr.Öğr.Üyesi İlke BAŞARANGİL

Dr.Öğr.Üyesi Onur ÇAKIR

Dr.Öğr.Üyesi Serkan TÜRKMEN

Kırklareli Üniversitesi

Kırklareli Üniversitesi

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi



BEYAN

Tez içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde bizzat elde edilerek sunulduğunu, ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada özgün olmayan tüm kaynaklara eksiksiz atıf yapıldığını, aksinin ortaya çıkması durumunda her türlü yasal sonucu kabul ettiğimi beyan ediyorum.

Cemre TOKATLI

ÖZ

YEREL HALKIN FESTİVALLERİN ETKİLERİNE YÖNELİK ALGILARININ ALGILANAN DEĞER, FESTİVAL MEMNUNİYETİ VE FESTİVAL SADAKATI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: ULUSLARARASI ŞİLE BEZİ KÜLTÜR VE SANAT FESTİVALİ ÖRNEĞİ

Tokatlı, Cemre

Yüksek Lisans, Turizm İşletmeciliği

Tez Yöneticisi: Dr. Öğr. Üyesi İlke BAŞARANGİL, Dr. Öğr. Üyesi Taki

Can METİN

Eylül, 2019

Artan refah seviyesi ile birlikte turizm etkinliklerine katılan kişi sayısı artmış, farklı istek ve ihtiyaçlara göre alternatif turizm etkinlikleri çeşitlendirilmeye başlamış ve gittikçe önem kazanmıştır. Etkinlikler gerçekleştiği destinasyonu ulusal ve uluslararası düzeyde tanıtımını sağlamanın, kalkındırmasının yanında destinasyonda yaşayan yerel halka olumlu ve olumsuz birçok etkisi de bulunmaktadır.

Araştırmada Şile destinasyonunda yaşayan 501 yerli halka, Şubat-Mayıs 2017 tarihleri arasında, kolayda örnekleme yöntemi kullanarak, yapılandırılmış anket formu ile yüz yüze veriler toplanmıştır. Elde edilen verilere, t-testi, ANOVA, korelasyon ve çoklu regresyon analizleri uygulanmıştır. Elde edilen araştırma sonuçlarına göre festivale ilişkin algılanan değer bağımlı değişkeni medeni durum, cinsiyet, yaş, öğrenim durumu ve aylık gelir gruplarına göre farklılık göstermezken meslek grupları ve Şile’ de yaşama süresine göre farklılık göstermektedir. Festival memnuniyeti bağımlı değişkeni medeni durum, cinsiyet, yaş, öğrenim durumu, meslek ve aylık gelir gruplarına göre farklılık göstermezken Şile’de yaşama süresine göre farklılık göstermektedir. Festival sadakati bağımlı değişkeni medeni durum, cinsiyet, öğrenim durumu, aylık gelir ve Şile’de yaşama süresine göre farklılık göstermezken meslek grupları ve yaş gruplarına göre farklılık göstermektedir. Bununla birlikte kişisel fayda ve

toplumun yaşam kalitesi unsurların algılanan değer üzerinde, toplum gururu, ekonomik faydalar, toplumun yaşam kalitesi ve festivalin olumsuz etkilerin festival memnuniyeti üzerinde ve toplum gururu, kişisel faydalar, toplumun yaşam kalitesi etki unsurlarının festival sadakati üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır sonucuna varılmıştır.

Çalışmanın sonuçlarının en başta destinasyonun pazarlanmasına ve festivalin gelişmesine bunun yanında yerel halkın festivale yönelik algılarının daha da iyileştirilmesine katkısı vardır. Çalışma Uluslararası Şile Bezi Kültür ve Sanat Festivali'nin gelişerek devam etmesine, Şile Belediyesi'ne, Şile Belediyesi Kültür ve Sosyal İşler Müdürlüğü'ne festivalin geliştirilmesi adına kurumlara yardımcı olabileceği düşünülmektedir. Aynı zamanda festival ziyaretçilerine, festival katılımcılarına, festival organizatörlerine ve alanyazına katkıları olacağı düşünülmektedir. Çalışmanın sonunda araştırmanın bulguları tartışılmış ve organizatörler ve araştırmacılar için öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Etkinlik, Etkinlik Turizmi, Festival Turizmi, Yerel Halk

ABSTRACT

THE EFFECT OF THE PERCEPTIONS OF LOCAL PEOPLE FOR
PUBLIC FESTIVALS ON PERCEIVED VALUE, FESTIVAL
SATISFACTION AND FESTIVAL LOYALTY: THE CASE OF
INTERNATIONAL ŞİLE FABRICS FESTIVAL OF CULTURE AND
ART

Tokatlı, Cemre

Master Degree, Tourism Management

Supervisor: Assistant Professor Dr. İlke BAŞARANGİL, Assistant
Professor Dr. Taki Can METİN

September, 2019

With the increasing prosperity level, the number of people participating in tourism activities has increased, alternative tourism activities have started to be diversified according to different needs and these activities have become increasingly important. In addition to providing and promoting the destination at the national and international level, these activities have many positive and negative impacts on the local population living in the destination.

In this study, face to face data were collected between February and May 2017 with 501 local residents living in Şile destination using structured questionnaire using convenience sampling method. Frequency, t-test, ANOVA, correlation and multiple regression analyzes were applied to the data obtained. According to the results of the study, the perceived value-dependent variable related to the festival does not differ according to marital status, gender, age, education level and monthly income groups, while it varies according to occupational groups and time spent in Şile. Festival satisfaction dependent variable does not differ according to marital status, gender, age, education level, occupation and monthly income groups, but it varies according to the duration of living in Şile. The festival loyalty dependent variable does not differ according to marital status, gender, educational background, monthly income and life expectancy in Şile, but

varies according to occupational groups and age groups. However, it was concluded that personal benefit and quality of life factors of society have a significant effect on perceived value, community pride, economic benefits, quality of life of society and negative effects of festival have a significant effect on festival satisfaction, and the pride of the community, personal benefits, impact on the quality of life of the community has a significant impact on the festival loyalty.

The results of the study contribute to the marketing of destinations and the development of the festival, as well as to the improvement of the perception of the local people towards the festival. In this study that The International Şile Fabrics Festival of Culture and Art can continue to develop and assist the Şile Municipality, Şile Municipality Culture and Social Directorate in the development of the festival. It is also believed that they will contribute to festival visitors, festival participants, festival organizers and literature. At the end of the study, the findings of the research were discussed and recommendations were made for the organizers and researchers.

Key Words: Event, Event Tourism, Festival Tourism, Local People

ÖNSÖZ

Turizm sektöründe başarılı olmanın ilk temelini eğitim olduğunu yaşayarak gördüğümü düşünüyorum. Yalnızca üniversite eğitimi ile değil eğitim hayatına ilk başladığımız andan itibaren belli düzeylerde turizm eğitimi verilmesinin gerekliliğine inanıyorum. Mezunu olduğum Anadolu Otelcilik ve Turizm Meslek Lisesi' nin fakülte, yüksek lisans eğitimime ve iş hayatıma çok büyük katkıları oldu. Bu yüzden öncelikle beni iyi bir turizmci olarak yetiştiren, bu alanda eğitimime destek olan sevgili hocam Fatih YALÇIN hocama gönülden teşekkür ederim.

Araştırmamda bana yol gösteren sayın danışmanlarım Dr. Öğr. Üyesi İlke BAŞARANGİL ve Dr. Öğr. Üyesi Taki Can METİN' e teşekkürlerimi sunarım. Tez sürecimde bana karşı desteklerini esirgemeyen sevgili hocam Doç. Dr Mehmet Han ERGÜVEN' e gönülden teşekkür ederim. Tezimin yöntem aşamasında yardımcı olan sayın hocam Dr. Öğr. Üyesi Onur ÇAKIR' a teşekkürlerimi sunarım. Sayın hocam Dr. Öğr. Üyesi Türker TUĞSAL' a tezimin her aşamasında destek olduğu, bilgi ve birikimiyle yanımda olduğu için teşekkür ederim. Şile Turizm Derneği Başkanı Sayın M. Tümay İMAMOĞLU' na bilgisiyle, deneyimleriyle ve Şile'ye dair fikirleri ile tezimin ve yüksek lisans eğitimimin her aşamasında yanımda olduğu için teşekkür ederim. Yüksek lisans döneminde bilgilerinden faydalandığım Turizm işletmeciliği Bölümünün değerli tüm hocalarına, kaynakça bölümünde gösterilen tüm eser sahiplerine sonsuz saygılarımı ve teşekkürlerimi sunarım. Her zaman yanımda olarak beni destekleyen sevgili Uğur MUMCU' ya sonsuz teşekkür ederim. Beni eğitim hayatımın her aşamasında destekleyen biricik anneme, babama, kardeşime ve tüm aileme, rakip değil dost olarak yüksek lisans döneminin her aşamasında bana destek veren yüksek lisans öğrencisi arkadaşlarıma ve yanımda olan tüm sevdiklerime teşekkür ederim.

Cemre Tokatlı
Eylül, 2019
Kırklareli

İÇİNDEKİLER

BEYAN	iii
ÖZ	v
ÖNSÖZ	ix
İÇİNDEKİLER.....	xi
KISALTMALAR.....	xv
TABLolar.....	xvii
ŞEKİLLER.....	xix
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

ETKİNLİKLER VE ETKİNLİK TURİZMİ	3
1.1.Etkinlikler	3
1.2.Etkinlikler ve Destinasyon Pazarlaması Ögesi Olarak Etkinlikler.....	3
1.2.1.Çekicilikler	5
1.2.2.Ulaşılabilirlik	6
1.2.3.İşletmeler	6
1.2.4.Ulaşılabilir paketler	7
1.2.5.Etkinlikler	7
1.2.6. Destek Hizmetleri	7
1.3.Etkinlik Turizmi Tanımı.....	7
1.4.Etkinlik Turizmin Temel Hedef ve Amaçları.....	11
1.5.Etkinliklerin Sınıflandırılmasında ve Geliştirilmesinde Etkili Olan Faktörler	13
1.6.Etkinlik Turizminin Sınıflandırılması	14
1.6.1.Arz ve Talep Boyutuna Göre Etkinlikler.....	14
1.6.2.Ölçeklerine Göre Etkinlikler.....	15
1.6.3.Temalarına göre etkinlikler.....	18

İKİNCİ BÖLÜM

FESTİVAL TURİZMİ VE TÜRLERİ.....	25
2.1.Festival Turizmi	25
2.2.Festival Turizminin Özellikleri	28
2.3.Festivallerin Sınıflandırılması	29
2.4.Festival Turizminin Etkileri	30
2.4.1. Festivallerin Toplum Gururuna Etkileri	30
2.4.2. Festivallerin Ekonomik etkileri	31
2.4.3.Festivallerin Kişisel Fayda Etkileri	33
2.4.4.Festivallerin Toplumun Yaşam Kalitesine Etkileri	33
2.4.5. Festivallerin Olumsuz Etkileri	34
2.5. Algılanan Değer (Festival Değeri)	34
2.6. Festival Memnuniyeti.....	35
2.7.Festival Sadakati.....	35
2.5.Etkinlik ve Festival Örnekleri	36
2.6.Etkinlik ve Festival Turizmi İle İlgili Çalışmalar	38

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

YEREL HALKIN FESTİVALLERİN ETKİLERİNE YÖNELİK ALGILARININ ALGILANAN DEĞER, FESTİVAL MEMNUNİYETİ VE FESTİVAL SADAKATI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: ULUSLARARASI ŞİLE BEZİ KÜLTÜR VE SANAT FESTİVALİ ÖRNEĞİ	43
3.1.Araştırmanın Amacı	43
3.2.Araştırmanın Kapsam ve Sınırlılıkları	44
3.3.Araştırma Ana kütlesi (Evren) ve Örnekleme.....	45
3.4.Festival Seçimi	45
3.5.Araştırmanın Yöntemi	47
3.6.Veri Toplama Aracı.....	47
3.7.Araştırmanın Varsayımları ve Modeli.....	50
3.8.Araştırma Hipotezleri	50
3.9.Pilot Çalışma (Ön Test)	53

3.10.Verilerin Analizi.....	57
3.11.Araştırmanın Bulguları.....	59
3.10.1.Demografik Özelliklere Ait Bulgular	59
3.11.Faktör Analizi ve Güvenilirlik Analizine Ait Bulgular.....	61
3.12. Demografik Değişkenler ile Algılanan Değer, Festival Memnuniyeti ve Festival Sadakati Arasındaki Fark Testlerine Ait Bulgular.....	71
3.13.Tek Yönlü Varyans Analizi – ANOVA	73
3.14.Çoklu Regresyon Analizleri	82
3.14.1.Festival Etki Unsurlarının Algılanan Değer Üzerindeki Etkisi .	83
3.14.2.Festival Etki Unsurlarının Festival Memnuniyeti Üzerindeki Etkisi	86
3.14.3.Festival Etkilerinin Festival Sadakati Üzerindeki Etkisi	88
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	93
KAYNAKÇA	101
EKLER.....	115

KISALTMALAR

M.Ö : Milattan Önce

SPSS : Sosyal Bilimler İçin İstatistiki Paket Program

ss. : Sayfadan Sayfaya

TDK : Türk Dil Kurumu

TL :Türk Lirası

TÜİK : Türkiye İstatistik Kurumu



TABLÖLAR

Tablo 1: Destinasyonları Oluşturan Unsurlar	5
Tablo 2: Etkinliklerin Gelişmesinde Etkili Olan Faktörler	10
Tablo 3: Etkinlik Turizminin Temel Hedefleri Ve Amaçları.....	12
Tablo 4: Hallmark Etkinlikler Ve Mega Etkinlikler	18
Tablo 5: Temalarına Göre Etkinlikler	19
Tablo 6: Festival Turizminin Özellikleri.....	28
Tablo 7: Festivallerin Belli Ölçütlere Göre Sınıflandırılması.....	29
Tablo 8: Festival Etki Unsurları Ölçekleri (Bağımsız Değişkenler).....	48
Tablo 9: Algılanan Değer, Memnuniyet Ve Sadakat Ölçekleri (Bağımlı Değişkenler).....	49
Tablo 10: Pilot Çalışma- Yerel Halkın Demografik Özellikleri	55
Tablo 11: Pilot Çalışma Faktör Cronbah Alpha Değerleri.....	57
Tablo 12: Yerel Halkın Demografik Özellikleri	59
Tablo 13: Toplum Gururu Değişkeni Faktör Analizi Bulguları.....	63
Tablo 14: Ekonomik Faydalar Değişkeni Faktör Analizi Bulguları	64
Tablo 15: Kişisel Faydalar Değişkeni Faktör Analizi Bulguları.....	65
Tablo 16: Toplumun Yaşam Kalitesi Değişkeni Faktör Analizi Bulguları..	66
Tablo 17: Olumsuz Etkiler Değişkeni Faktör Analizi Bulguları.....	67
Tablo 18: Algılanan Değer Değişkeni Faktör Analizi Bulguları	68
Tablo 19: Festival Memnuniyeti Değişkeni Faktör Analizi Bulguları.....	69
Tablo 20: Festival Sadakati Değişkeni Faktör Analizi Bulguları	70
Tablo 21: Algılan Değer / Cinsiyet Ve Medeni Durum Değişkenleri İle Bağımsız İki Örneklem T-Testi Analizi Sonuçları.....	71
Tablo 22: Festival Memnuniyeti / Cinsiyet Ve Medeni Durum Değişkenleri İle Bağımsız İki Örneklem T-Testi Analizi Sonuçları.....	72
Tablo 23: Festival Sadakati/Cinsiyet Ve Medeni Durum Değişkenleri İlebağımsız İki Örneklem T-Testi Analizi Sonuçları	73
Tablo 24: Algılanan Değer -Tek Yönlü Varyans Analizi – Anova Sonuçları	75
Tablo 25: Festival Memnuniyeti-Tek Yönlü Varyans Analizi - Anova Sonuçları.....	78

Tablo 26: Festival Sadakati-Tek Yönlü Varyans Analizi - Anova Sonuçları	81
Tablo 27: Algılanan Değer Değişkeni Tolerans Ve Vıf Değerleri.....	83
Tablo 28: Algılanan Değer Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları.....	85
Tablo 29: Festival Memnuniyeti Değişkeni Tolerans Ve Vıf Değerleri.....	86
Tablo 30: Festival Memnuniyeti Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları.....	87
Tablo 31: Festival Sadakati Değişkeni Tolerans Ve Vıf Değerleri.....	89
Tablo 32: Festival Sadakati Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları.....	90



ŞEKİLLER

Şekil 1: Turizm Ve Etkinlik Çalışmalarının Odak Noktasında Yer Alan Etkinlik Turizmi.....	8
Şekil 2: Etkinlik Turizmi Hakkında Bilgi Edinmek İçin Bir Çerçeve.....	9
Şekil 3:Planlanan Etkinlik Ve Mekanların Tipolojisi: Bir Etkinlik Turizmi Perspektifi	13
Şekil 4:Heenan' In Kavramsal Etkinlik Modeli	15
Şekil 5:Ölçeklerine Göre Etkinlikler	16
Şekil 6:Araştırma Modeli	50



GİRİŞ

Turizm, geliştiği destinasyonlara önemli katkılarda bulunan bir olgudur. Destinasyonlar turistik çekiciliklerini arttırmak için farklı turizm çeşitlerine yönelmişlerdir. Etkinlikler turizmin önemli ve motive edici unsurudur. Destinasyonların gelişim ve pazarlama planlarında belirgin şekilde yer almaktadır (Getz, 2008: 403). Etkinlikler, destinasyona yönelik seyahat motivasyonu yaratmada önemlidir ve diğer tatil destinasyonlarına kıyasla rekabet avantajı yaratarak, turizm destinasyonunun gelişim planları içinde yer alır (Ispas ve Hertonu, 2011: 127). Etkinlik turizmi bu kapsamda destinasyonu her yönüyle ziyaretçiye sunan bir turizm çeşididir. Destinasyonun kültürel, sosyal, doğal yapı ve birçok yönü ile ziyaretçiyi etkilemek için farklı etkinliklere ev sahipliği yaparak bu avantajı kullanılmalıdır. Doğal çekicilikleri konusunda yetersiz olan destinasyonlar bile etkinliklerle bu açığı kapatabilirler. Buna örnek olarak kültür ve sanat festivalleri ve destinasyonun kültürünü ve tarihini yansıtan müzeler örnek gösterilebilir.

Dünya çapında birçok toplumun ortaya çıkmakta olan kültürel çeşitliliği ile birlikte, iyi bütünleşmiş çok kültürlü toplumlar inşa etmenin ve bu süreci anlamının önemi artmaktadır (Lee, Arcodia ve Lee, 2011: 334). Festivaller etkinlik turizmi çeşidi olarak hem destinasyona hem ziyaretçilere hem de yerel halka olumlu etkileri yanında olumsuz etkiler de barındıran etkinlik çeşitlerindedir. Bu noktada amaç olumsuz etkileri en aza indirgeyerek festivalleri gerçekleştirmektedir. Festivaller gerçekleştitiği destinasyonun yerel değerlerini, yöresel ürünlerini ortaya çıkararak destinasyonu daha çekici kılmaktadır. Festivallerin amacı yalnızca turistleri memnun etmek olmamalıdır. Bu araştırma konusunun seçilmesinin asıl amacı hem festival katılımcısı hem de ziyaretçisi olan yerel halkın üzerindeki festival etkilerini araştırmaktır. Yerel halkın festivalde bulunması destinasyonun yerel değerlerini koruduğu ve festivalin sürekliliği sağladığı için yerel halkın algılanan değeri, festival memnuniyeti ve festivale olan sadakati üzerinde de durulmalıdır. Bu düşünceden hareketle bu araştırmanın genel amacı

festivalin yerel halk üzerindeki toplum gururu, ekonomik faydalar, kişisel faydalar, toplumun yaşam kalitesi ve olumsuz etkiler etki unsurlarının yerel halkın algılanan değeri, festival memnuniyeti ve festival sadakati üzerine etkisini incelemektedir. Araştırmanın özel amacı ise yerel halkın algılanan değer, festival memnuniyeti ve festival sadakatinin demografik özelliklerine göre farklılık gösterip göstermediğini ve festivalin yerel halk üzerindeki ne tür etkilerinin olduğunu ortaya çıkarmaktır.

Bu çalışma üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde etkinlikler, etkinlik turizmi ele alınmış, ikinci bölümde festival turizmi, çeşitleri, amaçları, festival örnekleri ve festival literatürü üzerinde durulmuştur. Son bölümde ise yapılan araştırmanın amacı, önemi, yöntemi, kapsam ve sınırlılıkları festival seçimi ve ön teste yer verilmiştir. Sonrasında ise araştırma bulgularından sonra edilen sonuçlara yer verilmiştir. Bu çalışma sonucunda festivalin daha etkin gerçekleştirilmesi ve yerel halkın festivali benimsemesine yönelik öneriler geliştirilmeye çalışılmıştır. Destinasyonun turizm açısından daha fazla önem kazanmasına, festival düzenleyicilerin yapabileceklerine yönelik önerilere de yer verilmiştir. Bu çalışmada ele alınan konuların festivallerin yerel halk üzerindeki sonuçlarını yorumlamada daha sağlıklı fikirler üretmeye yardımcı olabileceği düşünülmektedir.

I. BÖLÜM

ETKİNLİKLER VE ETKİNLİK TURİZMİ

Etkinlikler ve etkinlik turizmi destinasyonlara sağladıkları faydalardan ötürü git gide önem kazanan bir turizm türüdür. Bu bölümde etkinlik kavramı ve etkinlik turizmi üzerinde durulacaktır.

1.1.Etkinlikler

Günlük yaşamın yorgunluğunu atmak, dinlenmek ve kaliteli zaman geçirmek amacıyla insanlar çağlar boyunca topluluk halinde ya da bireysel olarak çeşitli etkinliklere katılmışlardır. Etkinlikler yalnızca günümüzün modern yaşantısında değil insanlık tarihinin başlangıcından itibaren insan hayatında etkili olmuştur.

Etkinlik tarihine bakıldığında; hastalık, sağlık, başarı ya da başarısızlıkların tanrıdan geldiğine inanan toplumların düzenlemiş olduğu ayinler de inanış sebebi ile özel etkinliklerin yapılmasına zemin hazırlamıştır (Tokay Argan ve Yüncü, 2015: 1). Örneğin en eski etkinlik örneklerinden biri olan antik olimpiyat oyunları verilebilir. Antik Yunan'ın en önemli ve tarihte dikkat çeken aktivitelerinden biri tarihi M.Ö 776'ya kadar dayanan Olimpiyat Oyunları olmuştur. Atletizm, disk atma, güreş gibi spor etkinlikleri ve yarışmalarının yanı sıra Olimpiyat oyunları, Grek yaşamında sadece spor faaliyetleri olarak değil toplumun birleşmesi, sanat ve takvim gibi özel durumların da belirleyicisi etkinlikler olarak gösterilmekteydi (Milli Olimpiyat Komitesi, 2019).

1.2.Etkinlikler ve Destinasyon Pazarlaması Ögesi Olarak Etkinlikler

“Event” kelimesinin karşılığı olarak kullanılan etkinlik kavramı (Argan ve Yüncü, 2015: 2) olay olarak adlandırılrsa da daha çok etkinlik kavramı olarak kullanılmaktadır (Argan, 2007: 445). Etkinlikler insanların birlikte hareket etmesiyle oluşan, toplumsal ya da bireysel ihtiyaçları gidermek, ortak bir duygu ya da düşünceyi paylaşmak ve toplumsal yaşam içinde sosyal bir varlık olabilmek vb. amaçlarla düzenlenen olaylardır (Ekin, 2011: 3). Etkinlik, etkinliğe katılımında hazır bulunan kişiler üzerinde bir etki

yaratmak için planla ve özenle hazırlanmış bir deneyimdir''(Silvers, 2004: 2). Etkinlik kavramı, çeşitli sosyal, kültürel, ekonomik hedef ve amaçlara ulaşmak için düzenlenmiş ritüeller, gösteriler, kutlamalar ve özel bir durumu kutlamak için kullanılmaktadır (Argan ve Yüncü, 2015: 2).

Literatürde destinasyonları oluşturan unsurlar (Buhalis, 2000; Yüksek, 2014), turizm bölgesini oluşturan unsurlar (Kozak, 2010), turistik ürünü oluşturan unsurlar (Albayrak, 2013) gibi temelde 6 unsur adı altında destinasyon pazarlama unsurları çalışılmıştır. Bu unsurlar çekicilikler, ulaşılabilirlik, işletmeler, ulaşılabilir paketler, etkinlikler ve destek hizmetlerinden oluşmaktadır.



Tablo 1:Destinasyonları Oluşturan Unsurlar

DESTİNASYONU OLUŞTURAN UNSURLAR	
Çekicilikler	<ul style="list-style-type: none">➤ Doğal➤ İnsan yapımı➤ Yapay➤ Belli bir amaca yönelik yapılar➤ Kültürel miras➤ Özel olaylar
Ulaşılabilirlik	<ul style="list-style-type: none">➤ Güzergâhları, ulaştırma terminallerini ve araçları kapsayan ulaşım sisteminin tamamı
İşletmeler	<ul style="list-style-type: none">➤ Konaklama ve yeme içme aktiviteleri➤ Perakendeciler➤ Diğer turistik hizmet işletmeleri
Ulaşılabilir paketler	<ul style="list-style-type: none">➤ Aracılar ve toptancılar tarafından önceden hazırlanmış olan paketler
Etkinlikler	<ul style="list-style-type: none">➤ Turistin ziyareti süresince destinasyonda gerçekleştireceği aktivitelerin tümü
Destek Hizmetleri	<ul style="list-style-type: none">➤ Turistler tarafından kullanılan bankacılık, iletişim, posta, haberleşme, sağlık gibi hizmetler

Kaynak:(Buhalis, 2000: 97-116'dan akt. Yüksek, 2014: 16)

1.2.1.Çekicilikler

Turistik ürün, destinasyonu oluşturan bir unsur olarak bakıldığında çekicilik temel kaynağı oluşturmaktadır (Albayrak, 2013: 14). Turistik bir destinasyonun sahip olması gereken sosyo-kültürel değerler, varlıklar ve daha birçok özelliği o destinasyonun arz yönünü kuvvetlendiren önemli bileşenlerden olarak kabul edilmektedir. Alt yapısal imkânların, ulaşımın, doğal kaynakların yanı sıra kültürel açıdan çeşitlilik ve bunun gibi çeşitli çekiciliklere sahip olan destinasyonlar turistlerin ilgisini çekmektedir (Alkan, 2015: 215).

Turizm destinasyonlarının çekicilik faktörü sunmuş oldukları kaynaklar, açısından birincil ve ikincil özellikler açısından iki başlık altında açıklanmaktadır. İklim, ekoloji, kültür ve geleneksel mimari gibi özellikler birincil özellikleri oluştururken, ikincil özellikler ise konaklama, yiyecek-

içecek, ulaştırma ve eğlence hizmetleri gibi özellikleri içermektedir. Burada asıl önemli nokta birincil ve ikincil özelliklerin birbirlerinin tamamlayıcısı olmalarıdır (İçöz ve Metin, 2002: 47). Buna rnek olarak bir bölgenin kültürüne ilgi duyarak destinasyonu ziyaret eden bir turistin o bölgede konaklama işletmesine ihtiyaı vardır. Sonuç olarak ikincil özellikler olmadan birincil özellikler etkin olarak kullanılamamaktadır.

1.2.2.Ulaşılabilirlik

Destinasyon; ne kadar kültürel, doğal ya da insan yapımı çekiciliğe sahip olursa olsun onlara erişim sağlayacakları ulaşım imknları yok ise ziyaretçi için anlam sağlamayacak ve ziyaretçiler ulaşamayacakları bir destinasyonu tercih etmeyeceklerdir (Yüksek, 2014: 20). Ulaşılabilirlik bir destinasyonun tercih sebebindeki en önemli etkenlerdendir. Çünkü insanlar ulaşımın kolay ve güvenli olduğu destinasyonları daha çok tercih etmektedirler. Bir destinasyonun ulaşılabilirlik düzeyinin daha kaliteli ve kolay olması için o bölgeye ulaşım sağlayan yol ve altyapının sağlam ve kullanılabilir olması, ulaşım Őekillerinin iyi belirlenmiş olması (denizyolu, havayolu, karayolu, demiryolu), araba kiralama imkânı, toplu ulaşım aracının mevcut olması ve bu ulaşım araçlarının yeni teknolojiye uyumlu ve konforlu olması gerekmektedir (Kozak, 2010: 129).

1.2.3.İşletmeler

Turizm etkinliklerine katılan insanlar birincil ihtiyaç olarak güvenli barınma olanağı sunmak olmak üzere, dinlenmek için otel, motel, tatil köyü, pansiyon, termal otel, butik otel, dağ oteli gibi turizm işletmelerine ihtiyaç duymaktadırlar (Kozak, 2010: 129). Destinasyonda yaşayan yerel halk ve işletmeler açısından bakıldığında ise konaklama işletmelerinin destinasyonlar için önemli bir yere sahip olduğu görülür çünkü yerel halka istihdam olanağı sağlarken o destinasyondaki işletmelerin tercih edilmesi yerel ekonomiye ve işletmeciye de katkı sağlayacaktır (Yüksek, 2014: 22). Bu yüzden destinasyondaki konaklama, yeme-içme işletmelerinin gerekli özellikleri sunan, ziyaretçinin ihtiyaçlarına cevap veren yeterlilikte olması gerekmektedir.

1.2.4.Ulaşılabilir paketler

Turizm otoriteleri ve aracilar tarafından önceden hazırlanmış tur veya gezi paketlerinin bütünüdür (Kozak ve Bahar, 2004: 78). Paket tur, tur operatörlerinin turistin seyahati boyunca ihtiyaç duyacağı bağımsız turizm hizmetlerinden başta ulaştırma ve konaklama olmak üzere en az iki veya daha fazlasını bu hizmetlerin üreticilerinden daha önceden satın alıp, bir araya getirerek hazırladıkları turistik bir üründür (Sharpley, 2006, 72).

1.2.5.Etkinlikler

Genel olarak destinasyonlar “turistler tarafından ziyaret edilen ve içerisinde diğer bölgelerden farklı özellikler barındıran yerler” olarak tanımlanır (Çakmak ve Kök, 2012: 82). Bir destinasyonu ve turizm ürününü oluşturan bileşenlerden biri olan etkinlikler ise (Yüksek, 2014: 23; Albayrak, 2013: 1; Kozak, 2010: 129) turistlerin tatil süreleri boyunca katıldıkları, doğal, kültürel, sportif eğlence çeşitlerini ve boş zamanlarında aldıkları mal ve hizmetler bütünü oluşturmaktadır (Yüksek, 2014: 23). Dünya genelindeki birçok organizasyon, festival, fuar ve kongre, sportif etkinlikler (Dünya Kupası, Rio Karnavalı, yaz ve kış olimpiyatları vb.) yerel, bölgesel, ülkesel olarak sınıflandırılarak etkinlik adı altında adlandırılmaktadır (Kozak, 2010: 129).

1.2.6. Destek Hizmetleri

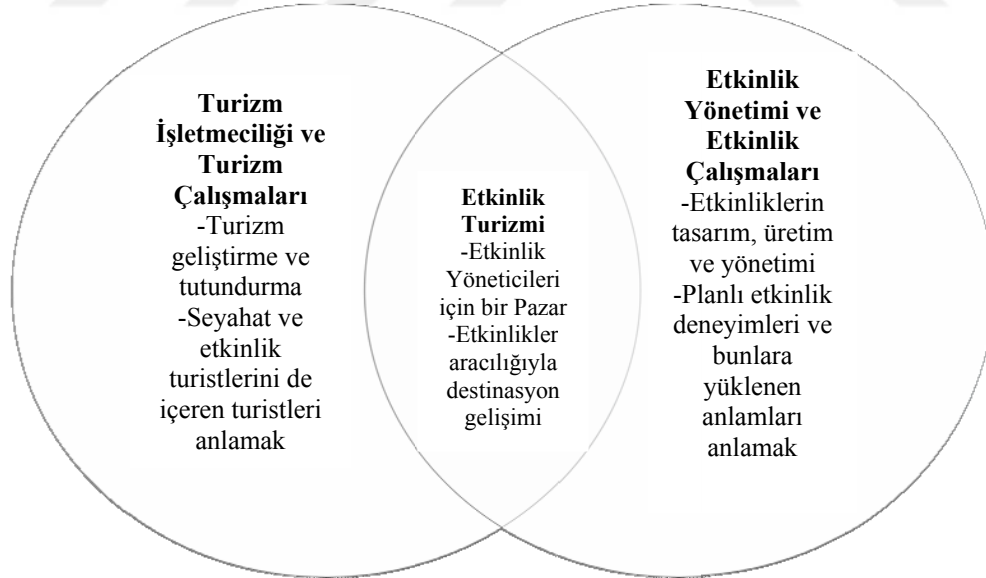
Destek hizmetleri ziyaretçinin destinasyondaki günlük ihtiyaçlarını karşılama da yardımcı olan, işletmeler ve hizmetlerden oluşmaktadır. Bunlar bankacılık, sigorta, telefon, postane, gazete büfesi, sağlık, güvenlik gibi hizmetlerden oluşmaktadır (Yüksek, 2014: 23;Kozak ve Bahar, 2004: 78).

1.3.Etkinlik Turizmi Tanımı

Etkinlikler turizmin önemli motivasyon ve destekleyici kaynağıdır. Destinasyonların pazarlama ve geliştirme planlarında göze çarpmaktadır (Getz, 2008: 403). Turistik etkinliklerin düzenlenmesi, bir destinasyonun turizm potansiyelini olumlu yönde etkilemektedir (Mogollón ve Fernández, 2014: 84). Getz (1997: 16) etkinlik turizmini; “Etkinliklere katılan turist sayısını azami seviyeye çıkarmak amacıyla birincil ya da ikincil turist

çekicilikleri olarak etkinliklerin planlanması, geliştirilmesi ve pazarlanması” şeklinde tanımlamaktadır. Etkinlik turizmi, olayların ve etkinliklerin ekonomik faydalarını gerçekleştirmek için hedef geliştirme ve pazarlama stratejisini tanımlamak için turizm literatüründe kullanılan bir terimdir (Getz, 2004: 23). Etkinlik turizmi planlanmış kültürel, sportif, politik, eğlence ve iş amaçlı etkinlikleri kapsar. Bunlar etkinlikler; olimpik oyunlar, dünya çapındaki fuarlar, festivaller, parklar ve benzeri yerlerdeki programlanmış etkinlikler, resmi ziyaretler ve uluslararası hükümet düzeyindeki asambleler, toplantılar ve partiler, büyük çaplı kongreler şeklinde gerçekleşen büyük ve planlanmış ziyaretçiyi destinasyona çeken etkinliklerdir (Karagöz, 2006: 5). Etkinlik turizmi ziyaretçiyi destinasyona çekebilmek için kullanılacak en etkili yöntemlerdendir. Çünkü artık insanlar farklı arayışlar içine girmekte ve farklı deneyimler yaşamak istemektedirler. Boş zamanın artması, gelir seviyesinin artması tercihlerin değişmesinde önemli rol oynamaktadır.

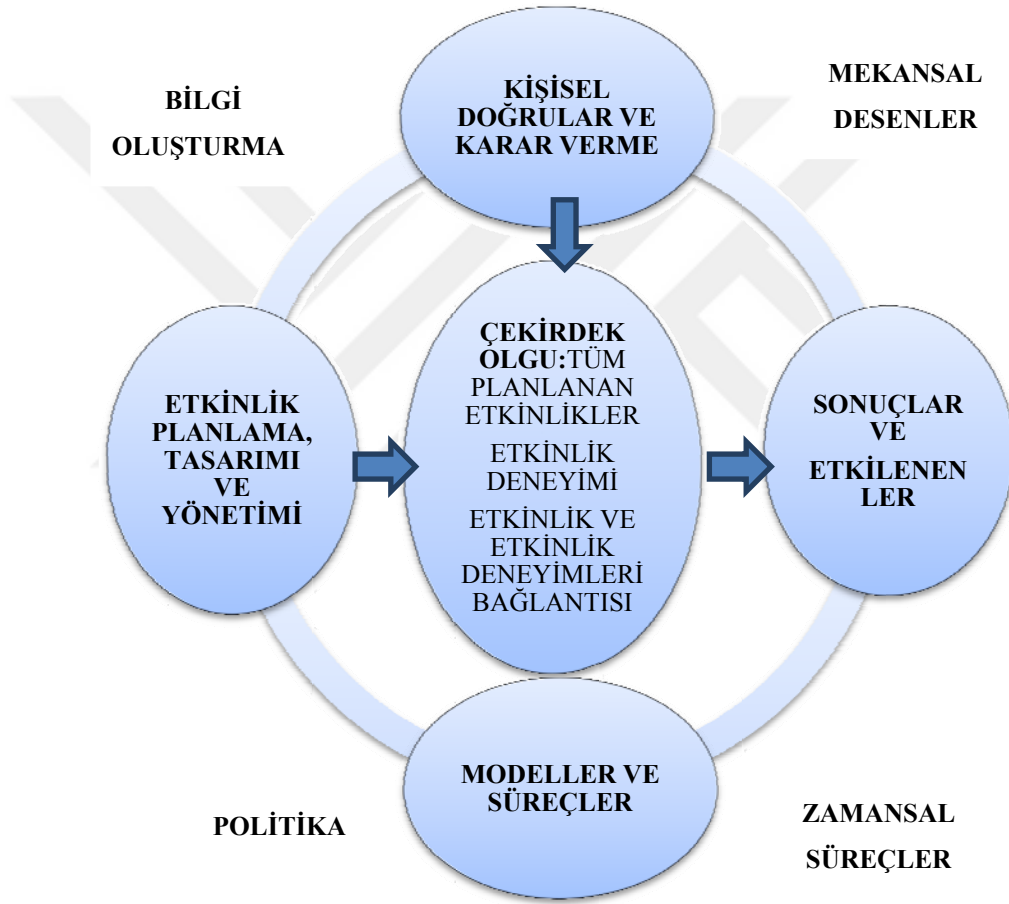
Şekil 1’de etkinlik turizminin turizm işletmeciliği ve etkinlik yönetimi için önemi gösterilmeye çalışılmıştır.



Şekil 1: Turizm ve Etkinlik Çalışmalarının Odak Noktasında Yer Alan Etkinlik Turizmi

Kaynak:(Getz, 2007: 406)

Şekil 1'e göre turizm işletmeleri ve çalışmaları, etkinlik yönetimi ve etkinlik çalışmaları arasında yer alan etkinlik turizmi etkinlik yöneticileri için bir pazar ve etkinlikler aracılığıyla destinasyon gelişimi sağlamaktadır. Etkinlik turizmi destinasyonların tanıtılması ve pazarlanmasında kuvvetli araç olmakla birlikte etkinlik yöneticileri için farklı bir pazar seçeneği ortaya çıkarmaktadır. Şekil 2'de etkinlik turizminin uygulanma süreci gösterilmeye çalışılmıştır.



Şekil 2: Etkinlik turizmi hakkında bilgi edinmek için bir çerçeve

Kaynak: (Getz ve Page, 2016: 597)

Şekil 2'de etkinlik turizmi hakkında genel bir çerçeve sunulmuştur. Öncelikli olarak çekirdek ölçü tüm planlanan etkinliklerin sonuçları, daha önceki etkinlik deneyimini ve bağlantılarını oluşturmaktadır. Bütün etkinlik

turizmi süreci çekirdek olguya dayanılarak hazırlanmalıdır. Sırası ile bir etkinlik oluşturma süreci kişisel doğrular ve karar verme, etkinlik planlama, tasarımı ve yönetimi, modeller ve süreçler daha sonra sonuçlar ve etkilenenler olarak devam etmektedir.

Boş zamanların tarihsel gelişim sürecine bakıldığında son yüzyıl içinde önemli değişimler olmuştur.

Yıllık çalışma süresinin 3000'den 2200 saate indirilmesiyle birlikte 3 sekiz adıyla bir teori ortaya atılmıştır. Bu teori 8 saat iş, 8 saat gevşeme, 8 saat de dinlenmeyi içermekte olan bir teoridir (Hacıoğlu, Gökdeniz ve Dinç, 2015: 18,19). Postmodern dünyada günlük yaşam da zaman-mekan kavramları değişim geçirmiş sanal ya da sanal olmayan 24 saat toplumları, ulaşımın ucuzlaması ve internet erişiminin artması sonucu seyahat gibi kişisel hareketlilik fırsatları oluşmuş yüksek düzeyde eğitim ve teknoloji sayesinde mega etkinliklerle bağlantılı hale gelerek boş zaman etkinliklerine yeni bir özellik gelmiştir (Tokay Argan ve Yüncü, 2015: 4)

Goldblatt (2000)'a göre etkinliklerin gelişmesinde etkili olan 3 değişim süreci vardır.

Tablo 2:Etkinliklerin Gelişmesinde Etkili Olan Faktörler

Değişim Konusu	Geçmişte	Şimdi
Demografik	Genç Nüfus	Yaşlı Nüfus
Teknolojik	Düşük Teknoloji	Yüksek Teknoloji
Kullanılabilir Gelirlerdeki Değişim	Sınırlı	Sınırsız
Zamandaki Değişim	Tanımlanmış Zaman	Tanımlanmamış zaman

Kaynak: (Goldblatt, 2000: 4)

Tablo 2'de etkinliklerin gelişmesinde etkili olan insanların talebini arttıran nedenler insan ömrünün artması, teknolojik gelişmeler, harcanabilir gelirin artması ve zaman kavramının önemli hale gelmesidir. Bu dört

değişiklik: yaşlanma, teknoloji, gelir ve zaman etkinliklerin gelişimini etkilemektedir.

Turizm endüstrisinin en önemli sorunlarından biri mevsimsel olmasıdır. Etkinlikler mevsimsel sınırlılıkları kaldırmakta önemli bir avantaja sahiptir. Sezon dışı doğal çekiciliklerden faydalanılır. Örneğin destinasyonda yoğun sezon yaz ise, kış döneminde de kış spor etkinliklerinden faydalanabilir veya etkinlikler iklim farklılıklarını göz ardı ederek indoor aktiviteler üzerinde yoğunlaşabilir. Aynı zamanda birçok destinasyonda yerel halk kutlamalarını sezon dışı tarihlerde yapmayı tercih eder ve bu, ziyaretçiler için daha otantik etkinlikler sağlar. Bu strateji başarılı olduğunda da mevsimsellik problemi ortadan kalkar (Karagöz, 2006: 6).

1.4.Etkinlik Turizmin Temel Hedef ve Amaçları

Etkinlik turizminin destinasyonların turizm çekiciliklerini arttırmak, turizm sezonunu uzatmak, çevresel korumayı güçlendirmek gibi hedefleri vardır. Tablo 3 'de içerisinde hedeflere bağlı olan amaçlara açıklanarak yer verilmiştir.

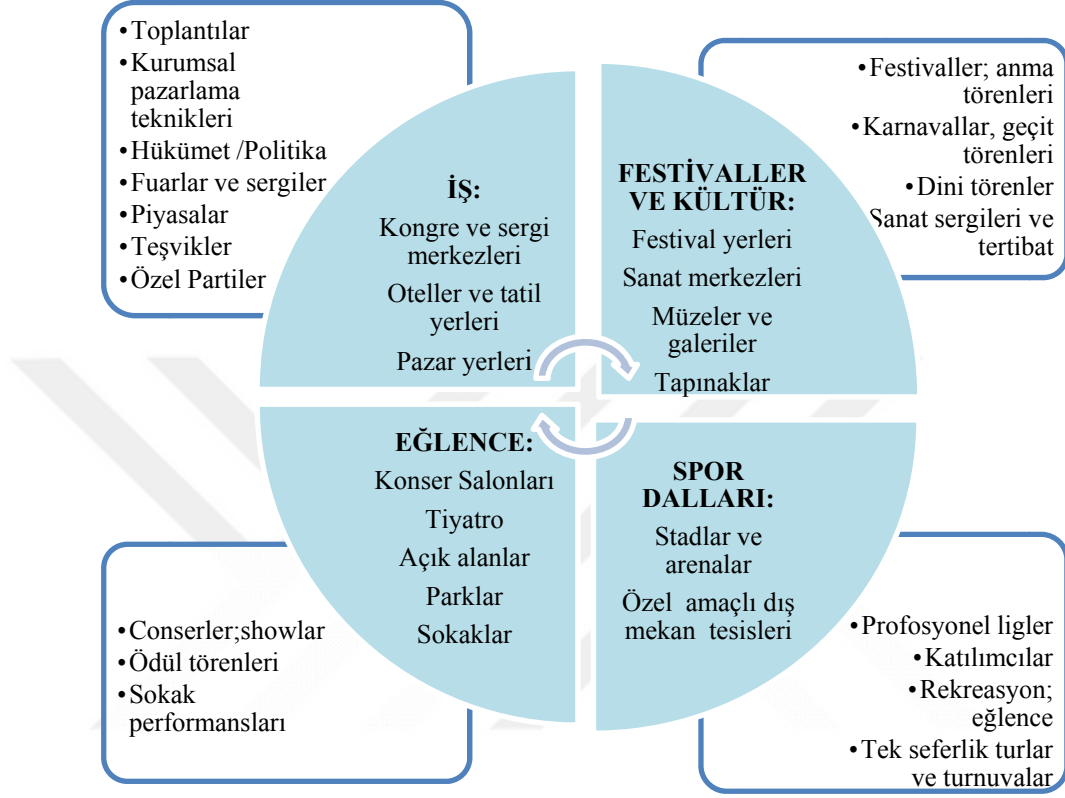
Tablo 3:Etkinlik Turizminin Temel Hedefleri ve Amaçları

Hedefler	Amaçlar
Destinasyonlar için imaj yaratmak	Çekici ve tanınmış bir etkinlik yaratmak, destinasyondaki diğer turizm çeşitlerine ilgi çekmek, kültürel değerleri korumak, bölgenin veya şehrin çağdaşlığını göstermek
Yabancı ziyaretçileri çekmek	Hedeflenen ziyaretçi sayısına ulaşmak için etkinlikler planlamak ve gerçekleştirmek
Bölge dışından gelir yaratmak	Gerçekleştirilen etkinlikler ile yabancı yatırımcıları, sponsorları ve tüketicileri bölgeye çekmek
Diğer ekonomik hedefler için fayda yaratmak	Teknolojik ve yönetsel yetenekleri etkinliklerle birleştirmek, ticarî fuarlar ve kongreler gerçekleştirmek
Turizm sezonunu uzatmak, düşük sezonları güçlendirmek	Turist çekmek ve uzun süreli konaklamaları özendiren etkinlikleri güçlendirmek
Tekrar ziyaretleri teşvik etmek	Farklı etkinlikleri desteklemek, diğer turizm çekiciliklerini tanıtmak için etkinlikleri kullanmak, yerel halk-ziyaretçi ilişkilerini güçlendirmek, etkinliklerin kalitesini ve ziyaretçi tatminini arttırmak
Boş zaman, kültür, tarih, spor ve sanatın gelişimini sağlama	Fayda-maliyet çalışmaları yürütmek, toplumsal planlama süreçlerini izlemek
Olumsuz çevresel etkilerden kaçınmak, çevresel korumayı güçlendirmek	Etkinlikler süresince sürdürülebilir turizmi teşvik etmek

Kaynak:(Getz, 1991:147'den akt. Ekin, 2011: 27)

Şekil 3'te planlanan etkinliklerin her biri ile ilişkili ana mekânlar da dâhil olmak üzere, etkinlik turizmi bağlamında dört ana planlı etkinlik kategorisinin tipolojisini sunulmaktadır.

Şekil 3: Planlanan etkinlik ve mekanların tipolojisi: Bir etkinlik turizmi perspektifi



Kaynak: (Getz ve Page, 2016: 594)

Getz ve Page'e göre iş, festivaller ve kültür, spor dalları ve eğlence olarak ayrılarak her bir etkinliğe uygun farklı mekân ve tasarımlarda etkinlikler yapılmaktadır. Her etkinlik türü farklı bir fiziksel ortam gerektirmektedir.

1.5.Etkinliklerin Sınıflandırılmasında ve Geliştirilmesinde Etkili Olan Faktörler

Etkinliklerin geliştirilmesinde ve etkinliklerin sınıflandırılmasına yardımcı olan birçok etken bulunmaktadır. Bu etkenler (Getz, 1997: 5-7'den akt. Tokay Arğan ve Yüncü, 2015: 5).

- Sıklık: Düzenli ve belirli aralıklarla düzenlenmesidir.

- Büyüklük: Etkinliğin coğrafi büyüklüğü, altyapısı, katılımcı sayısı ve medyanın ilgisidir.
- Coğrafi Yoğunlaşma: Etkinliğin gerçekleştiği belli coğrafi bölgedir.
- Tema: Belli bir etkinlik konusudur.
- Özgünlük: Etkinliklerin zamanla değişmesidir.
- Planlama Durumu: Planlanan ve planlanmayan etkinliklerdir.
- Ziyaretçi Tipleri: Temaya uygun farklı ziyaretçi tipleridir.

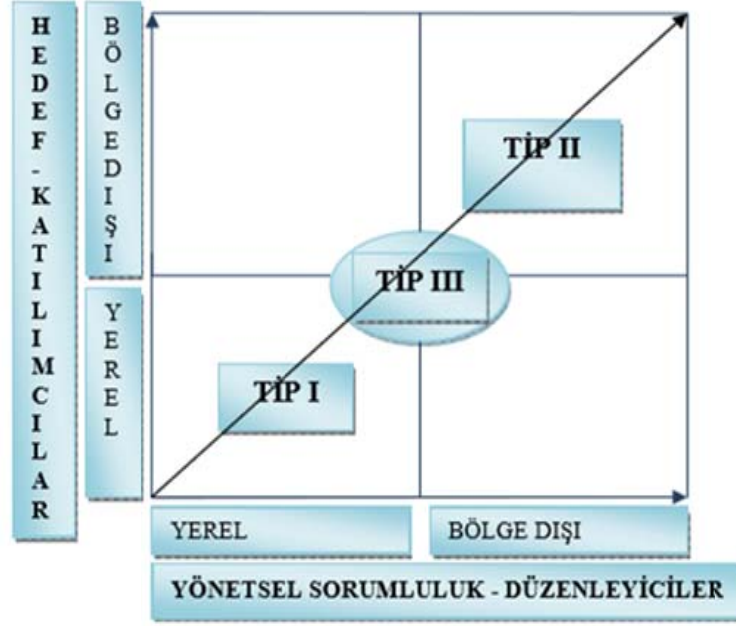
1.6.Etkinlik Turizminin Sınıflandırılması

Etkinlikler ve etkinliklerle ilgili sınıflandırmanın yapılması, her gün gelişen, yeniden üretilen ve yeni ve farklı biçimlerde ortaya çıktığı bir alan olduğu için pek mümkün olmamakta olup en genel sınıflandırma türü şu şekildedir: (Babacan ve Göztaş, 2011: 9; Argan ve Yüncü, 2015)

- Arz ve talep boyutuna göre
- Ölçeğine göre
- Temalarına göre sınıflandırılmasıdır.

1.6.1.Arz ve Talep Boyutuna Göre Etkinlikler

Etkinlikler arz ve talep edilme durumlarına göre değişmektedir. Heanen (1978) etkinlikleri, katılımcılar ve organizatörleri dikkate alarak üç şekilde sınıflandırmıştır.



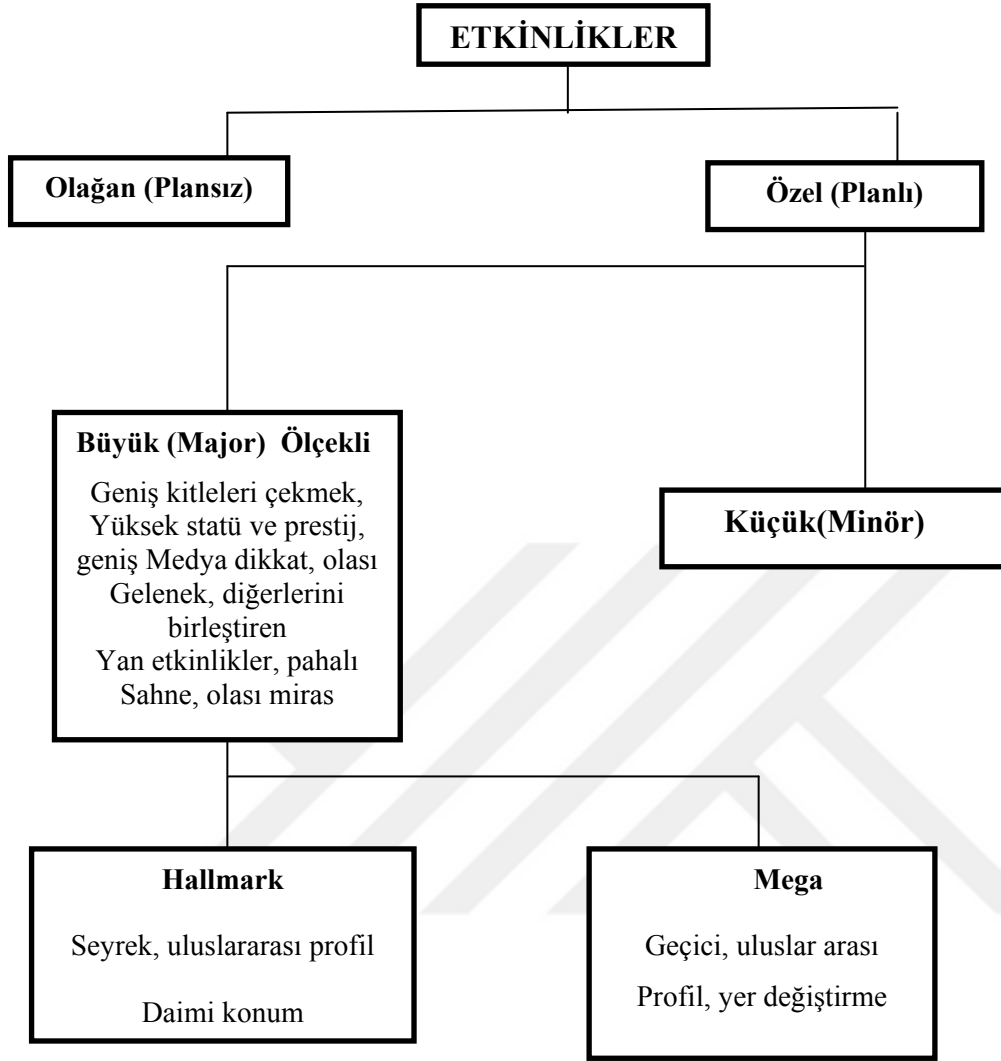
Şekil 4:Heenan'ın Kavramsal Etkinlik Modeli

Kaynak: (Ekin, 2011: 11)

Şekil 4'te görüldüğü gibi Tip I etkinlikler, sadece yerel halk tarafından benimsenmiş ve yerel halkı hedef alan etkinliklerdir. Tip II'de ise etkinliğin teması yerel kültüre ve geleneklere dayanmasına rağmen, Tip I'in antitezidir. Bu etkinliklerde görev alan üst düzey personel ve finans kaynakları bölge dışından sağlanmakta ve etkinlik için belirlenen hedef kitle bölge dışındaki insanları kapsamaktadır. Tip III'te bulunanlar, diğer iki etkinlik tipinin olumlu özelliklerini birleştiren etkinliklerdir (Karagöz, 2006: 10).

1.6.2. Ölçeklerine Göre Etkinlikler

Etkinlikler ölçeklerine göre çeşitli sınıflandırmalara ayrılmaktadır. Her etkinliğin hitap ettiği kitle ve amaçları farklıdır. Şekil 5'te Masterman (2004)'e göre özel etkinlikler ölçeğine göre sınıflandırıldığında olağan ve özel olarak ikiye ayrılmaktadır. Özel etkinlikler kendi içerisinde büyük ölçekli ve küçük ölçekli etkinlikler olarak ikiye ayrılmakta büyük ölçekli etkinlikler ise mega ve hallmark olarak ikiye ayrılmaktadır.



Şekil 5: Ölçeklerine Göre Etkinlikler

Kaynak: (Masterman, 2004: 16)

Özel (planlı) etkinlikler: Normal etkinlikler dışında nadir ve özel olarak planlanmış etkinliklerdir. Jago ve Shaw Özel etkinliklerin temel özelliklerini şu şekilde sıralamıştır: (Karagöz, 2006: 14).

- Sınırlı ve belirli sürelerde gerçekleşmesi,
- Bir kez veya nadiren gerçekleşmesi,
- Bir bölgenin imajını ve farkındalığını arttırması,
- Sosyal deneyim sunması,
- Sıradanlığın dışına çıkması.

Küçük (Minör) Etkinlikler

Küçük(minör) etkinlikler katılımcı sayısının az olduğu, genellikle kırsal alanlarda ya da küçük yerleşim yerlerinde gerçekleşen ve medya ilgisinin düşük olduğu, çok fazla ilgi görmeyen fakat yerel halka yönelik etkinliklerdir (Argan ve Yüncü, 2015: 11). Küçük etkinliklere örnek olarak yöre ve köylerde yapılan şenlikleri verebiliriz.

Büyük (Majör) Etkinlikler

Büyük (majör) etkinlikler katılımcı sayısının çok fazla olduğu, ulusal ve uluslararası olan büyük şehir ve ülkelerde yapılan, medyanın ve insanların ilgisini çeken belirli alanlarda yapılan etkinliklerdir (Argan ve Yüncü, 2015: 11). Büyük etkinlikler statüsü veya prestiji yüksek olan, geniş medya dikkatini çeken, geniş bir kitleyi cezbeden, belli geleneğe sahip olan ve festivaller vb. türde etkinlikleri içeren, sahneleme için yüksek maliyet gerektiren, etkinlik sahibin büyük gelir getiren özel bir etkinlik olarak tanımlanmaktadır (Masterman, 2004: 17). Büyük (Majör) etkinlikler ise kendi arasında Hallmark ve mega etkinlikler olarak ikiye ayrılmaktadır.

Hallmark etkinlikler: Belirli ve sınırlı bir süre içerisinde gerçekleşen sürekli ve düzenli olarak tekrarlanan, farklı temaları ile hitap ettiği kesimin farklı olduğu ve geniş bir kitlenin katıldığı, destinasyonun adı ile anılan, medyanın büyük ilgisini çeken ulusal ve uluslararası ölçekli isim yapmış etkinliklerdir (Argan ve Yüncü, 2015: 12).

Mega Etkinlikler: Getz (1997) mega etkinlikleri “büyüklükleri ve önemleri ile bağlantılı olarak çok yüksek düzeyde turizm hareketine yol açan, medya kapsamı çok geniş, prestijli ve yerel halka veya destinasyona yüksek dozda ekonomik katkı sağlayan etkinlikler” olarak tanımlamaktadır (Getz, 1997: 62’ den akt. Göztaş, 2011: 14). Bu etkinliklere uluslararası Olimpiyatlar, EXPO’ lar, festivaller örnek verilebilir.

Tablo 4’te Hallmark ve Mega etkinlikler arasındaki farklar ve benzerlikler tablolandırılmıştır.

Tablo 4:Hallmark Etkinlikler Ve Mega Etkinlikler

Özellikler	Hallmark etkinlikler	Mega etkinlikler
<ul style="list-style-type: none">➤ Her iki etkinlik tipinde de ortak nokta Büyük olaylara özgü olmasıdır.	<ul style="list-style-type: none">➤ Büyük bir gelenek ve sembolizm➤ Prestijli ve yüksek statüye sahip➤ Festivalleri veya diğer etkinlik türlerini dahil etme➤ Önemli bir maliyet var mı?➤ Bağlı hizmetler talebinde bulunmak➤ Barındırma bölgesindeki fonları çekin➤ Mirasların veya kentsel modernleşmenin geride bırakın	
<ul style="list-style-type: none">➤ Büyük olaylara özgü ancak her tür için tekil duruma getirilmiş	<ul style="list-style-type: none">➤ Büyük ölçekli, ulusal veya uluslararası düzeyde	<ul style="list-style-type: none">➤ Büyük ölçekli, ulusal veya uluslararası düzeyde
	<ul style="list-style-type: none">➤ Kalabalıkları çekmek	<ul style="list-style-type: none">➤ Kalabalık çekmek; genellikle 1 milyondan fazla ziyaretçi
	<ul style="list-style-type: none">➤ Nadir	<ul style="list-style-type: none">➤ Tek
<ul style="list-style-type: none">➤ Farklı olan, özel olarak birbirinden ayıran etkinlikler kategorisi	<ul style="list-style-type: none">➤ Belli bir alana özgüdür. Etkinlik ve yeri özdeşdir.	<ul style="list-style-type: none">➤ Belli bir süreci örtüşdürür. "Mutlaka" bir üne kavuşturulur.

Kaynak: (Țară-Lungă, 2012: 77)

Getz ve Jago ve Shaw tarafından hazırlanan çalışmalarda mega ve hallmark etkinliklerin birbirine yakın tanımları vardır. Bu etkinliklerin ikisi de büyük boyuttaki etkinliklerdir. Özelliklerine göre aralarındaki temel fark alan boyuttur (Țară-Lungă, 2012: 771).

1.6.3. Temalarına göre etkinlikler

Etkinliğin teması ve içeriği temel bir değişkendir. Bu kategori altında çok fazla etkinlikten söz etmek mümkündür. Bunlar, rekreasyon etkinlikleri, kültürel ve dinsel etkinlikler, politik etkinlikler, spor etkinlikleri, iş amaçlı etkinlikler, eğitimsel ve bilimsel toplantılar, toplumsal kutlamalar ya da festivaller, sanat ve eğlence etkinlikleri olarak kendi içerisinde çeşitli kollara dağılmaktadırlar (Getz, 1997: 6-7).

Tablo 5: Temalarına Göre Etkinlikler

TEMALARINA GÖRE ETKİNLİKLER	
KÜLTÜREL KUTLAMALAR <ul style="list-style-type: none">➤ Festivaller➤ Karnavallar➤ Dinsel Etkinlikler➤ Törenler➤ Tarihi Törenler ve➤ Merasimler	SPOR ETKİNLİKLERİ <ul style="list-style-type: none">➤ Profesyonel➤ Amatör
İŞ AMAÇLI / TİCARİ <ul style="list-style-type: none">➤ Fuarlar, Pazarlar➤ Ticari Gösteriler➤ Sergiler➤ Toplantı ve Konferanslar➤ Tanıtım etkinlikleri	EĞİTİMSEL VE BİLİMSEL <ul style="list-style-type: none">➤ Seminerler, Workshop➤ Kongreler
REKREASYONEL <ul style="list-style-type: none">➤ Eğlence amaçlı oyunlar ve spor etkinlikleri➤ Eğlence Etkinlikleri	POLİTİK <ul style="list-style-type: none">➤ Resmi Törenler➤ VIP Ziyaretler
ÖZEL ETKİNLİKLER <ul style="list-style-type: none">➤ Bireysel Kutlamalar➤ Yıldönümleri➤ Aile tatilleri➤ Partiler, Galalar➤ Rezonans	

Kaynak:(Getz, 1997: 7; Karagöz, 2006: 16)

Tablo 5'e göre temalarına göre etkinlikler 7 farklı temaya göre ayrılmaktadır. Etkinliklerin içerikleri aşağıda açıklanmaktadır.

Spor Etkinlikleri

Sporun insanları turizme çekme ve yönlendirme, turistik ürün çeşitliliğini sağlayarak destinasyon çekiciliğini artırma, turizm olayı içerisinde turistlerin tatmin olmasına katkıda bulunma, turizm gelirlerini doğrudan veya dolaylı şekilde artırma, destinasyon imajını oluşturma ve destekleme gibi çok olumlu katkıları vardır (Hazar, 2007: 1). Spor etkinlikleri ve turizmi ile ilgili var olan literatürün büyük çoğunluğu

ölçeklerine göre etkinliklerde anlattığımız gibi mega ve büyük etkinlikler üzerine odaklanmaktadır (Argan, 2004: 165). Spor etkinlikleri neden bu kadar önemli olmasının sebebi, toplumun o tarihte sahip olduklarını göstermektedir ve toplumun gelişmesinde önemli bir rol oynamıştır (Masterman, 2004: 11). Spor etkinlikleri dinleri, inançları, ideolojileri ve bireysel ayrılıkları ortadan kaldıran, bireyleri ve toplumları birleştiren, bir araya getiren sembol olarak insanlık tarihinin çok eski zamanlarına dayanmaktadır. Sporun 5 bin yıllık tarihsel sürecine bakıldığında yeniçağa kadar spor organizasyonlarının devamı görülmektedir. Bu spor etkinlikleri/şölenler mitolojik bir kişiliğe yönelik, tarihsel bir olayın yıl dönümü ile ortaya çıkmış ilk düzenleyenlerin Mısırlılar ve Yunanlılar olduğu ortaya çıkmıştır (Tek, 2006: 6-7). Modern Olimpiyat Oyunları'nın kökeni Antik Yunan'da yapılan şenliklere dayanmaktadır. Eski Yunan'da Tanrı Zeus adına yapılan şenlikler ilk olimpiyatlar olarak tarihte geçmektedir. M.Ö. 776 yılında Yunanistan'ın Olimpia bölgesinde, Isparta Kralı Likorgos' un da önerisiyle yapılan şenlikler, tarihteki ilk olimpiyat oyunlarını temsil etmekte ve örnek teşkil etmektedir. Baron Pierre de Coubertin Modern Olimpiyatların kurucusudur. İlk Modern Olimpiyatlar 1896 yılında Atina'da düzenlenmiştir ve her 4 yılda bir yapılmaya başlanarak mega etkinliklerin en önemli örneklerinden biri olmuştur (sgm.gsb.gov.tr, 2017). Olimpiyatlar dışında diğer önemli etkinlikler ise Formula, UEFA Şampiyonlar ligi, Dünya Atletizm Şampiyonası, Avrupa Yüzme Şampiyonası, FIFA Dünya Kupası gibi sıralanabilir.

Getz spor etkinliklerinin sınıflandırılmasındaki temel kriterleri şu şekilde belirtmiştir (Getz, 1997: 10).

- İç mekân ve dış mekân spor etkinlikleri
- Kara, su ve havada yapılan spor etkinlikleri
- Düzenli olarak düzenlenenler ve bir kereliğine düzenlenenler
- Kamu veya özel spor etkinlikleri
- Amatör veya profesyonel spor etkinlikleri
- Teklife göre düzenlenen veya bir ligin parçası olarak düzenlenen spor etkinlikleri olarak sınıflandırmaktadır.

Spor etkinlikleri beraberinde önemli bir turizm potansiyelini getirmekte ve destinasyonları çekici kılmaktadır. Turizm literatürünün son dönemde spor turizmi olarak adlandırdığı bu alan etkinlik ve turizmin birleştiği başka bir alan olarak tanımlanabilir ve etkinliklerin en önemli dallarından biri olduğu söylenebilir (Babacan ve Göztaş, 2011: 20). Diğer etkinliklere yardımcı olan spor etkinlikleri, sanatsal, kültürel, ticari ya da diğer alanlarda organize edilen bir dal olarak diğer etkinlikleri daha çekici kılmaktadır (Tokay Argan ve Yüncü, 2015: 20).

Rekreasyonel Etkinlikler

Rekreasyon, boş zaman değerlendirme etkinliği olarak ortaya çıkmış gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin üzerinde durduğu, turizm işletmeleri, kurumlar ve diğer paydaşlarca düzenlenen rekreasyonel etkinliklerdir (Hazar, 2014). Rekreasyon insanların boş zamanlarında, eğlence, dinlence amaçlı tatmin ve motivasyonları ile isteyerek katıldıkları etkinlik ve faaliyetlerden oluşmaktadır (Hacıoğlu, Gökdeniz ve Dinç, 2015: 30).

Alanyazın çerçevesinde çizilen ve ortaya konulan sınıflandırmalar da rekreatif etkinliklerin kişiden kişiye farklılık göstermesi muhtemel bir gerçekliktir. Çünkü kişilerin zevklerinin, tercihlerinin, yaşam tarzlarının, eğitim ve gelir seviyesinin farklılığından ötürü dünyada insan nüfusu kadar rekreatif etkinliğin varlığından bahsedilmesi kaçınılmayacak bir gerçektir(Gül ve öte, 2014: 20). Bütün etkinlik türlerini aslında içinde barındıran rekreasyon kavramı etkinliklerin ortaya çıkmasının en önemli sebebi olarak söylenebilir. İnsanların yaşam tarzı, zevkleri, eğitim seviyesi, yaşı, cinsiyeti, dini inancı ve aile yapısı, geliri ve boş zamanına göre şekillenen rekreasyon etkinlikleri ve turizm arasında büyük bir ilişki söz konusudur.

İş Amaçlı Etkinlikler

İş amaçlı etkinlikler içerisinde yer alan etkinlik türleri farklı sınıflandırmalar halinde bulunmaktadır. Bu etkinlikler içerisinde genel olarak kongre, konferans, seminer, fuar, ticari sergi, ticari gösteri, sempozyum yer alır (Tokay Argan ve Yüncü, 2015: 23).

İnsanların çeşitli sebeplerle bir araya gelerek bilgi alışverişinde bulunmak üzere değişik temalar altında toplantılar ve etkinlikler düzenlemeleri ve bu toplantıları genellikle içinde sürekli yaşadıkları toplumdan ve yerleşim alanından farklı bir yerde yapmak istemeleri, turizmde yeni bir boyutun ve farklı bir turizm çeşidinin ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Kongre programlarında, toplantıların yanı sıra boş zamanların da planlanarak turlar, eğlence, alışveriş vs. gibi çeşitli etkinliklerin gerçekleştirildiği görülmektedir. Kongre programları içinde giderek önem kazanan ve gelir getiren bu tür faaliyetler, iş turizminin önemli bir parçası haline gelmiş ve "kongre turizmi" olarak adlandırılmıştır (Arslan, 2008: 15) Kongre turizmine katılanlar aynı zamanda aile bireylerini, yakınlarını ve arkadaşlarını da bu turizm hareketinin içine dâhil ederek, kültür turizmi, eğlence turizmi çeşitlerinin etkinliklerine katılarak kongre yapılan bölgenin ekonomik faaliyetlerinin daha da artmasına sebep olmakla birlikte destinasyonun tanınırlığını da arttırmaktadır. Ortaya çıkış biçimlerine göre kongreler çeşitli isimler altında sınıflandırılmaktadır: Bunlar; konvansiyon, şura, forum, zirve, konferans, sempozyum, çalıştay, seminer, panel olarak sıralanabilir (Albayrak, 2013: 87-88).

Ticari fuarlar ise içerisinde sergileri, ticari şovları, tüketici şovlarını barındırmaktadır (Babacan ve Göztaş, 2011: 21). Dünya Sergileri, merkezi Paris'te bulunan Uluslararası Sergiler Bürosu (Bureau International des Expositions-BIE) tarafından düzenlenmektedir. BIE, üç haftadan fazla süren tüm uluslararası sergileri denetlemek ve düzenlemekten sorumlu olan Hükümetler arası kuruluştur (www.bie-paris.org, 2018).Expo fuar ve sergilere en güzel örnek olarak gösterilebilir. EXPO, "exposition" kelimesinin kısaltılmışı; başlıca Dünya Fuarı olarak da bilinen kültür, tarih, eğitim, sanat, eğlence ve ticaret alanlarında bir olimpiyattır. 19. yüzyılın ortalarından beri düzenlenen fuar ve organizasyondur. Dünya Sergilerinin temel amacı, ticari ürünlerin tanıtılmasının yanı sıra, dünyanın geleceğine yönelik fikirlerin, kültürel zenginliklerin, projelerin sergilenmesi, bilimsel ve kültürel birikimlerin paylaşılması, böylelikle yeni fikirlerin geliştirilebilmesine olanak sağlanması ve evrensel boyutta sosyo-kültürel

gelişime katkıda bulunulmasıdır (www.expo2016.org.tr, 2018). İçinde çok çeşitli etkinlikler barındıran EXPO' lar etkinlik türlerinin en güzel örneklerindedir.

Politik Etkinlikler

Politik etkinlikler dünyada büyük etki yaratan etkinlik türlerindedir. Örnek olarak Dünya Ekonomik Forumu(WEF), Uluslararası kamu-özel İşbirliği ile oluşturulan bir örgüttür. 1971'de kar amacı gütmeyen bir vakıf olarak kurulmuştur ve merkezi İsviçre, Cenevre'dedir. Bölgesel, küresel, ve endüstri gündemlerini şekillendirmek için toplumun önde gelen siyasi, ticari ve diğer liderlerini birleştiren bir forumdur (www.weforum.org, 2018). Dünyanın ilgisini çeken ve medya da büyük ses getiren politik etkinlikler çeşitli toplantı ve kongreler ile devam etmektedir.

Özel Etkinlikler

Özel etkinlikleri genel olarak tanımlamak mümkün olmamaktadır. Bazı araştırmacılar, özel etkinlikleri, günlük hayatın sıradan aktivitelerinden farklı olan faaliyetler olarak nitelendirir. Düğün, yıldönümü ve doğum günü partileri buna örnek olarak gösterilebilir. Özel etkinlikler, bir kere veya belirsiz aralıklarla normal programın ve akışın dışında meydana gelen organizasyonlar olarak tanımlanırlar (Beloviene vd., 2011: 8). Güncel bir örnek olarak Amerika'da yaygın olarak "baby shower" adıyla bilinen, Türkiye'de, "baby shower" şeklinde kullanımın yanı sıra, "bebeğe hoş geldin partisi", "bebek kutlama partisi" gibi adlar da verilen bu kutlama, son zamanlarda popüler olmaya, uygulanmaya başlanmıştır ve organizasyon şirketlerine olan rağbet artmıştır (Büyükokutan Töret, 2017: 130-131).

Kültürel Kutlamalar

Kültürel kutlamalar festivaller, karnavallar, şenlikler, törenler, merasimler ve diğer kültür ve sanat etkinliklerinden oluşmaktadır. Yerel etkinliklerin her yıl düzenlenmesi destinasyona olan ilgiyi arttırmakta ve yöreye çekicilik kazandırmaktadır. Düzenlenen yerel etkinlikler arasında yöresel halk oyunları, geleneksel el sanatları, panayır, müzik gösterileri ve farklı etkinlikler yer almaktadır (Yemenoğlu vd., 2013: 16).

Festival kelimesi birçok farklı tanımlamalara sahiptir. Festival, festival turizmi ve festival içerisinde yer alan etkinlikler ayrıntıları ile ikinci bölümde açıklanacaktır.



II. BÖLÜM

FESTİVALLER VE FESTİVAL TURİZMİ

Festivaller, ülkelerin sahip olduğu olumlu imajı geliştirmektedir ve olumsuz imajı düzeltme konusunda da önemli etkilere sahip olmaktadır. Festivaller, yalnızca kültür ve sanat etkinlikleri olarak değerlendirilmemeli, ekonomik kalkınmanın, yöresel değerlerin ve kültür öğelerinin gelecek nesillere aktarılması, ülkelerin kendine özgü dokusunun sergilenmesi ve yaşatılması konusunda önemli birer aracı olarak ele alınmalıdır (Atak, Tatar ve Tunseli, 2017: 1397)

2.1.Festival Turizmi

Festival sözlük anlamı ile “*Belli bir sanat dalında oyun ve filmlerin sunulması ve gösterilmesi sonunda ödül, derece verilmesi biçiminde düzenlenen ulusal veya uluslararası gösteri dizisi ya da şenlik, Antalya film festivali vb.*” ya da “*yapıldığı çevre, katılanların sayısı veya niteliği programla belirtilen ve özel önemi olan sanat gösterisi*” ya da “*bir bölgenin en ünlü ürünü için yapılan gösteri ve şenlik, Kiraz Festivali vb.*” olarak tanımlanmaktadır (<http://www.tdk.gov.tr>, 2017). Yazında geçen bazı tanımlar aşağıdaki gibidir.

- Festivaller, nesilden nesile kademeli olarak aktarılan ve gelenek ve göreneklerle birlikte uzun yıllar içinde şekillenen, o toplumda yaşayan insanların ihtiyaçlarına göre oluşmuş bir tür sosyal aktivitedir (Congcong, 2014: 54).
- Belirli bir günde veya dönemde, belirli bir temada, belirli bir yerde gerçekleşen, insan tarafından hazırlanan, festivalin temasına karşılıklı ve doğrudan temas kuran insanları bir araya getiren bir dizi etkinliktir (Lyck, 2012: 11).

Literatürde festivaller hakkında farklı tanımlamalar vardır. Araştırmalar genellikle festivallerin kutlamaların zemin kaplaması olduğunu yansıtmıştır (Congcong, 2014: 54). Festivaller, yerel bir topluluk tarafından tarihi önceden belirlenmiş, yörenin ve destinasyonun simgesi haline gelmiş

gelenekselleşmiş ve sürekliliği sağlanarak toplumun kolektif belleğinde yer almayı başarmış etkinlikler olarak tanımlanabilir (Atak, 2009, 37). Festivaller, birçok farklı nedenlerle belirli zamanlarda belirli periyodlarla gerçekleştirilen toplumları birleştiren kutlamalar olarak ifade edilebilir. İçerikleri, amaçları, zamanları, mekânları, temaları, organizasyon şekilleri vb. unsurların farklılıklarından dolayı festival kavramı üzerine çok fazla tanım vardır ve bu yüzden tam bir tanım verilememektedir. Araştırmacıların alan yazında festivallere farklı boyutlarıyla incelemeleri sonucunda (toplumsal, kültürel, çevresel, ekonomik) ortaya atılan tanımlarda tam bir ifade birliği bulunamamıştır (Şengül ve Genç; 2016: 80).

Festivaller dinsel nedenlerden ortaya çıkmıştır. Eski çağlarda ilkel toplumlarda geleneksel törenler her yıl nesilden nesile aktarılması için tekrarlanırdı. Eski Yunan Uygarlığında daha çok karşımıza çıkan törenler ve festivaller özellikle Şarap Tanrısı Dionysos anmak için yapılır, onun adına festivaller düzenlenir, halkı eğlendirmek için dans, tiyatro ve müzikli eğlenceler düzenlenerek etkinlikler yapılırdı. Pek çok uygarlık dinsel sebepli festivaller düzenlemiştir. Özellikle Musevilik, Hristiyanlık, Budizm ve Müslümanlığın egemen olduğu Eski Anadolu Uygarlığı, Roma, Çin, Hint, Uzakdoğu, Ortadoğu ve Arap yarımadasında yaşayan uygarlıklar düzenlemiştir. Rönesans ile birlikte dinsel olaylar önemini yitirmiş farklı nedenlerle festivaller yapılmaya başlanarak II. Dünya Savaşı'ndan sonra uluslararası nitelik kazanmıştır (Albayrak, 2013: 77).

Festival Turizmi özel bir turizm ürünüdür (Chen, 2011: 5). Festival Turizmi, mevcut turizm faaliyetlerinde çok önemli ve büyük bir rol oynamaktadır. Çünkü festivale katılan kişilerden çoğu destinasyonda gezecek ve turizm imkânlarından faydalanacaktır. Bu sebeple, festivalde ki turizm etkinlikleri uygun bir zamanda düzenlendiğinde, bölgenin en iyi destinasyonlardan biri olmasına yardımcı olabilir. Yerel kültüre göre, festival turizmi kentsel işlevleri geliştirmek ve turist çekmek için turizm imajını şekillendirmek için aktif bir rol oynamıştır (Chen ve öte., 2011: 6). Festival turizmi, kültür turizminin bir alt bileşenidir ve sanat, popüler müzik, eğlence ve temalı etkinliklerin talebini arttırmaktadır (Nurse,

2001:9). Festivaller, kentlerde ve kentsel yerleşim yerlerinde turizm faaliyetlerinin kültürel üretim ve tüketiminin önemli bir parçasıdır. Destinasyonunun kültür aracıdır. Bu gibi olaylar genellikle kültürel portföyün bir parçası olarak kabul edilmektedir. Festivaller, bu etkinliklerin ve törenlerin düzenlendiği, yerel ve yabancı ziyaretçilerle paylaşıldığı yerlerin kültürel zenginliklerini ve sahip olduğu değerleri de sunar. Turistleri cezbeden festival ve etkinlikler hem ekonomik hem de kültürel açıdan faydalı olmaktadır.

Rekabet avantajı sağlayabilmek ve destinasyonun diğer destinasyonlardan farklı özelliklerini ortaya çıkartabilmek için birçok çekicilik unsurunu bünyesinde bulundurması gerekmektedir. Destinasyonlar için festivaller, turistleri bölgeye çekmek için önem arz eden organizasyonlar arasında yer almaktadır. Destinasyonun sahip olduğu turizm çekiciliklerinin ve değerlerin vurgulandığı festivallerle destinasyonun tanıtımı ve özelliklerine dikkat çekilmesi sağlanabilmektedir (Şengül ve Genç, 2016: 79).

Turistlerin memnuniyetini ve festivali tekrar ziyaret etme niyetini artırmak, turizm endüstrisinin ilgi odağı olmaya devam etmektedir. Her yıl özel etkinliklere katılmak için destinasyonları ziyaret eden turist sayıları artış göstermektedir. Özellikle yerel ürün ve gıda festivalleri, tercih edilen ilginç turizm destinasyonları olarak görülmektedir.

Turizm endüstrisinde olan köklü değişiklikler, festival endüstrisi için baskı ve zorlukları arttırmıştır. Festival organizasyonunda yer alan birçok organizatör, festivale yönelik pazarlama ve tanıtım stratejilerine yoğun bir şekilde yatırım yaparak ziyaretçileri çekmek ve her yıl katılımı tekrar sağlamaya çalışmaktadır. Festivaller düzenlendiği destinasyonda, yerel halk ve ziyaretçiler için farklı nedenlerle düzenlenmektedir. Bir festivalin toplumda düzenlenme nedenleri (Weaver ve Robinson, 1989: 7 den akt. Tokay Arğan ve Yüncü, 2015: 21).

- Toplumun gururunu ve heyecanını arttırmak
- Toplumun neden eşsiz ve özel olduğunu göstermek

- Toplumun imajını geliştirmek ve korumak
- Toplumdaki bireylere kültürel becerilerini ve yeteneklerini keşfetmeleri ve geliştirmeleri için fırsat sağlamak, ortam yaratmak
- Özel projeler için gelir ve kaynak sağlamak,
- Bir insanı, bir tarihi ya da önemli bir olayı onurlandırmaktır.

2.2.Festival Turizminin Özellikleri

Her turizm türü farklı özellikler içermektedir. Festival turizmi içerisinde çok fazla bileşen bulundurmaktadır. Festival turizminin özelliklerini Congcong (2014) altı ana başlık altında toplamıştır.

Tablo 6:Festival Turizminin Özellikleri

BÖLGESEL/ YÖREL	➤ Festival turizminin ev sahipliği yaptığı bölgenin karakteristik kültürüne, gelenek ve göreneklerine, coğrafi konumuna göre farklılaşmaktadır. Bu yüzden festival etkinliği her bölge için benzersizdir.
KATILIM VE DENEYİM	➤ Festival turizmi geleneksel turizmden farklıdır, katılımlı festival aktivitelerinin önemli özelliklerinden biridir; dünyanın dört bir yanından gelen ziyaretçiler çeşitli etkinlikler tecrübe ederek daha eğlenceli, aynı zamanda daha fazla ekonomik gelir getiren bir turizm hareketi yaratmaktadır.
KÜLTÜR	➤ Festival turizminin çağrışımı kültürdür, turistleri çekmenin gerçekten derin nedenlerinden biridir. Festival turizmi alanının gelişimi ile sadece turizm pazarını, zengin turizm kaynaklarını aktif hale getirmekle kalmamakta, ülkeler ve bölgeler arasındaki kültürel iletişimi güçlendirmektedir.
KAPSAM	➤ Festival turizminin kapsamlı olarak içeriği (festival turizmi, gümrük, kültür, gıda, vb. gibi yerel özellikleri), kapsamlı organizasyon bölümü (festivalin kutlanması için ulaşım, kültür, turizm ve güvenlik dahil olmak üzere çeşitli) , Sağlık ve diğer bölümler). Festival turizmi, siyasi, ekonomik ve kültürel yönleri içeren, ilgili endüstrilerin gelişimine yol açan büyük bir korelasyona sahiptir.
FAYDANIN SÜREKLİLİğİ	➤ Festival turizmi yeni bir form olarak turizm ürünleri, teması nedeniyle, boyutu farklı, farklı sansasyon etkisi yaratmaktadır. Yerel ekonomik kalkınmayı teşvik eder.

Kaynak :(Congcong, 2014: 54)'ten yazar tarafından derlenmiştir.

Tablo 6’ da Festival turizminin özellikleri 6 farklı ana başlık halinde sınıflandırılmıştır. Bu özellikler festivallerin bölgesel ve yerel olması, festivallere katılan kitle ve içerisindeki deneyimlerin farklı olması, çok kültürlü olması, içeriği gereği geniş kapsamlı olması ve sürekli olarak destinasyona fayda sağlaması olarak sınıflandırılmıştır.

2.3.Festivallerin Sınıflandırılması

Festivaller hakkında ilk sınıflandırmayı Wasserman (1984) yapmıştır. Wasserman (1984), festivalleri temalarına göre sınıflandırmış Amerika ve Kanada ‘da hazırlanan festival ve fuar rehberi olan Festival Sourcebook’ta, festivalleri 18 farklı genel kategoriye ayırmıştır (Tokay Argan ve Yüncü, 2015: 21).

O’Sullivan ve Marion (2002), Festivalleri 3 genel tipe ayırmıştır. Bunlar Tablo’da ev yapımı, turist çeken ve ses getiren olarak ayrılmıştır.

Tablo 7:Festivallerin Belli Ölçütlere Göre Sınıflandırılması

	1.Festival Türü Ev yapımı	2.Festival Türü Turist çeken	3.Festival Türü Ses getiren (Big- bang)
Katılımcı Sayısı	Küçük	Orta	Büyük
Alan	Kırsal/Yarı-kırsal	Kent ve çevresi	Kentsel
Temel Konu	Sanat/Kültür/ Eğlence	Sanat/Kültür/ Eğlence	Sanat/Kültür/ Eğlence
Düzenleyenler	Toplum/Kamu ve Özel Sektör Desteği	Yerel Otoriteler	Kamu/Özel/Gönüllü
Yönetim	Gönüllüler	Yerel Otoriteler	Ortaklıklar
Öncelikli Amaç	Yerel halk ve ziyaretçiler için kültürel ve eğlence amaçlı faydalar	Turizm Aracılığıyla Ekonomik Gelişme	Gelişme / Yerel halk ve ziyaretçiler için kültürel ve eğlence amaçlı faydalar

Kaynak: (O’Sullivan ve Marion, 2002: 338)

O’Sullivan ve Marion festivalleri 3 farklı tipe ayırarak katılımcı sayısı, alan, temel konu, düzenleyen, yönetim ve öncelikli amaç özelliklerine göre

ayırarak açıklamıştır. Birinci festival türü yerel halka yönelik, kendi destinasyonu içerisinde, yerel değerleri korumak ve yerel halkı eğlendirmek amacıyla yapılmaktadır. İkinci festival türü festivalin gerçekleştiği festivali ve çevre destinasyonları hedef almaktadır ve destinasyonun ekonomik kalkınmasına yardımcı olması amaçlanmaktadır. 3. festival türü ise daha büyük ölçekli olarak, yerel halka fayda sağlamanın yanında ziyaretçiyi ve destinasyonda hedefleyerek gelişimi hedeflemektedir.

2.4.Festival Turizminin Etkileri

Festivaller ve etkinlikler, ekonomik terimlerle ölçülebilenin ötesine geçen etkilere sahiptir (Tolle, 2014:17). Festivaller, ev sahibi destinasyonda bir dizi etki yaratmaktadır. Bu etkiler hem olumlu hem olumsuz olarak ekonomik, kültürel, sosyal ve çevresel olarak sıralanabilir. Bu yüzden bir etkinliğin ya da festivalin başarısını belirlerken iki taraflı etkileri dikkate almak gerekmektedir (Wang, 2009: 16).

2.4.1. Festivallerin Toplum Gururuna Etkileri

Toplum gururu, yerel halkın kendi toplulukları içinde duygusal bağı ve o toplum içindeki olumlu duygularını ve memnuniyetlerini ifade etmektedir (Pookaiyadom, 2015: 345).

Festivaller, destinasyon üzerinde önemli bir etkiye sahiptirler ve potansiyel bir turist varış yeri olarak daha olumlu bir algıya katkıda bulunacak olan onu tanıtmaya, konumlandırmaya ve markalaştırmaya yardımcı olabilir. Olayla ilgili artan etkinlik ve bölgesel değerlerin ve geleneklerin güçlendirilmesi gibi yerel topluluktaki olayların topluma sosyo-kültürel yararları da önemlidir (Oklobdžija, 2015: 94). Derret (2003) yaptığı araştırmada festivallerin “Bir yerin yaşam biçimi” ve “topluluk duygusu” nun kültürel yönleri keşfetmeyi amaçladığını, festivallerin yerel halkın çıkarlarını, isteklerini yansıtmak için bir aracı olduğunu savunmuştur. Topluluk ve toplum gururu duygusunun bu tür etkinliklerle bağlantılı olduğunu araştırmıştır. Festivallerin toplumun kendi duygusunu yansıttığını ve bu duygunun festivallerle nasıl bağlantılı olduğunu ortaya çıkarmaya çalışmıştır (Derret, 2003). Festivaller farklı şehirler ve farklı kültürler

arasındaki iletişimi güçlendirerek, kültürlerin kimlikleri hakkındaki farkındalığı arttırmaktadır. Buna bağlı olarak festivallerin düzenlemesi yerel halkın toplum gururu duygusunu arttırarak bir arada hareket etmesini sağlamaktadır (Wang, 2009: 19). Bachleitner ve Zins (1992), festival turizminin yerel halkın toplumunu ve farklı kültürleri öğrenmesine katkıda bulunduğunu, topluluk gururu takdirinin bilincinde olduğunun, küçük ve orta ölçekli aile işletmelerinin açılmasına yol açtığını onaylamaktadır (Sdrali ve Chazapi, 2007). Festivallerin eğlence, eğitim, turizm, sosyal etkileşim, iş, ticaret ve ilham kaynağı olarak yedi işlevi vardır. Bu işlevler yöreyi ziyaret eden turist sayısını çoğaltmakta, ekonomik getiri sağlamakta, yöre imajını geliştirmekte ve yerel halkın gururunu arttırmaktadır (Gül, Erdem ve Gül, 2013: 214). Chen (2011) etkinlik ve festivallerin yerel halkın algıları üzerine yaptığı çalışmada “toplum gururu” ifadesi adı altında yerel halkın gurur duyması, yerel kültürün korunması, destinasyonu uluslararası hale getirmesi gibi ifadeler yer almaktadır.

2.4.2. Festivallerin Ekonomik etkileri

Turizmin ekonomik etkileri toplum planlamasında, hükümette ve ekonomik kalkınmada önemli bir husustur. İşletmeler ve kamu kuruluşları, turizmin yerel, ulusal ve uluslararası düzeylerdeki ekonomik etkileriyle giderek daha fazla ilgilenmektedirler (Stynes, 2000:1). Turizmin yarattığı ekonomik sonuçlar makro düzeyde ele alındığında bölge ve ülke ekonomilerini etkilemektedir. Bunlar parasal nitelikli olarak tanımlanan etkiler ve ekonomide yaratılan gerçek nitelikli etkiler olarak bilinen ekonomideki üretim ve istihdam artışı şeklinde ortaya çıkan etkilerdir (İçöz ve Kozak, 2002: 169). Festivallerin çok farklı çeşitli etkileri vardır. Festivallerin etkileri yalnızca sosyal ve kültürel çevreleri değil, aynı zamanda ülkenin ekonomik ortamını da etkilemektedir (Srikanth ve Ram, 2013: 28). Buna bağlı olarak alternatif turizm çeşitlerinden olan etkinlikler ve festivallerin ekonomik getirileri de yüksek orandadır.

Festival turizmi, en hızlı büyüyen turizm türlerinden biridir. Yerel ekonomileri yeniden canlandırmak için özellikle kırsal alanlarda giderek daha popüler hale gelmektedir (Irshard, 2011:1). Festivallerin olumlu

etkileri olarak bakıldığında ekonomik olarak ana işlevlere sahiptir. Bu ana işlevler yatırım sağlamak, istihdam yaratmak ve yaşam standartlarını yükseltmek olarak söylenebilir (Wang, 2009: 17-18-19).

Etkinliklerin genel olarak ekonomik etkileri üç farklı kaynaktan ortaya çıkmaktadır (Karagöz, 2006: 48). Bunlar:

1. Ziyaretçiler tarafından etkinlikte yapılan harcamalar,
2. Etkinlik sebebiyle gerçekleşen yatırım harcamaları,
3. Etkinliği organizasyonu ile ilişkili, organizatörler tarafından yapılan harcamalardır.

Etkinliklere ve festivallere ev sahipliği yapmanın en önemli amaçlarından biri para kazanmaktır. Festivalde ortaya çıkan doğrudan gelire giriş ücreti gibi yerel ekonomi için bir tür ekonomik teşvik sağlayabilir. Bunun yanında etkinlik ve festivallerin, ev sahibi toplumlar için turizmin gelişimine önemli ölçüde katkıda bulunduğu düşünülmektedir. Aynı zamanda, iş gücü piyasasında artan talebi karşılamak için, yeni iş fırsatları yaratacaktır. Festivallerin ekonomik etkileri çarpan etkisiyle diğer sektörlere de yayılarak dalgalanma etkisi yaratacaktır (Wang, 2009: 17-19). Festivallerin bir destinasyonun makro ekonomisi üzerindeki ekonomik etkileri, birincil ve ikincil ekonomik etkiler olarak sınıflandırılmaktadır. Birincil etki, katılımcıların anketi veya iş satışlarının ölçülmesi ile ölçülen etkinliğin doğrudan ekonomik etkisidir. İkincil etkiler, yeni paranın ekonomiye girmesinden ortaya çıkan etkilerdir (Irshard, 2011:1).

Ekonomik etki sadece dolaylı veya doğrudan kaynaklı harcamalarla ilgili değildir. Ulusal Kalkınma Örgütü (ABD) tarafından Ekonomik Kalkınmada Sanatların Rolü hakkında yayınlanan kısa bir açıklamada, kar amacı gütmeyen sanat endüstrisinin ülke çapında ekonomik kalkınmada güçlü bir güç olduğu açıklamasına yer vermiştir. Festivaller aynı zamanda yerel halka ve kurumlara doğrudan ve dolaylı ekonomik anlamda aşağıdaki şekillerde yardımcı olur (Irshard, 2011:5).

- Kentsel yeniden yapılanma ve kültürel yenilenme için bir merkez görevi üstlenerek toplulukları yeniden kurup canlandırır.

➤ Turizm, el sanatları ve kültürel konular aracılığıyla düşük performans gösteren bölgeler; ekonomik zenginlik yaratmak için beşeri sermayeyi ve kültürel kaynakları kullanırlar.

➤ Yaşam kalitesini artırır, iş ve vergi gelir tabanını genişletir ve olumlu topluluk imajı yaratmaktadır.

2.4.3.Festivallerin Kişisel Fayda Etkileri

Festivallerin kişisel faydası; yerel halkın daha mutlu olmasını, toplumsal yaşam kalitesinin artmasına yardımcı olması, kültürel yaşamın paylaşımında önemli bir rol oynaması, vatandaşların kişisel mutluluğuna katkıda bulunması, kendi kültürünü öğrenmesi, yaşadığı toplumdan gurur duyması gibi unsurları içermekte ve kişinin stresinden kurtulması anlamına gelmektedir (Delamere, 2001).

Chen (2011) ve Lee, Arcodia ve Lee (2011) yaptıkları çalışmada kişisel faydalar boyutu altında kişilerin günlük streslerinde kurtulmasına, kişilere duygusal tecrübe katmasına, kişilerin hayatına heyecan ve duygusal tecrübe kattığına dair ifadelere yer vermişlerdir.

2.4.4.Festivallerin Toplumun Yaşam Kalitesine Etkileri

Toplumun yaşam kalitesi kavramı bireylerin birden fazla yönden hayatlarından duydukları memnuniyetlerinin toplamıdır. Toplumun yaşam kalitesi kapsamındaki değerlendirmeler, toplumdaki bireylerin yaşam olaylarına karşı duygusal tepkilerini, eğilimlerini, yaşam duygusunu yerine getirmesini, iş ve kişisel ilişkilerden memnuniyetini içermektedir (Theofilou, 2013: 151). Fredline, Derry ve Jago (2006) etkinliklerin sosyal faydalarını “yerel halkın yaşam kalitesi üzerinde potansiyel etkileri olan her türlü etkiler” şeklinde tanımlamışlardır.

Festivaller topluluklar tarafından kültürel özellikleri yansıtan mirasların sergilenmesi, destinasyonun çekiciliklerinin artırılarak ziyaretçi çekmek amacıyla düzenlenmektedir. Bunun yanında yerel halk için yeni kültürel ve sosyal eğlence aktiviteleri düzenleyerek şehirdeki yaşam kalitesinin artırılması amacıyla düzenlenmektedirler (Cudny, Korec ve Rouba, 2012). Festivallerin insanların bir araya gelip eğlenmeleri için uygun bir ortam

yaratması, böylece yerel halkın ve onlara katılan ziyaretçilerin yaşam kalitesinin yükseltilmesini sağlamaktadır (Shanka ve Alamiyo, 2012).

2.4.5. Festivallerin Olumsuz Etkileri

Festivallerin çevre üzerinde yarattığı olumsuz etkiler ise; yörede trafik sorunları, çevre kirliliğine yol açan atıklar, gürültü kirliliği, kaba davranışlar, artan suç oranları ve çevredeki yapılara zarar verilmesi gibi istenmeyen durumlara yol açması sayılabilir (Özgürel, Alan ve Bingöl, 2015:116).

Çevresel etkiler festivallin düzenlenmesinden ve yapılan etkinliklerinden kaynaklanmaktadır. Çevresel etkiler, festivaller nedeniyle yapılan konaklama, ulaştırma, yeme içme ve bizzat etkinliklere katılmaktan doğmaktadır (Delamere, 2009). Festivallere ve etkinliklere bağlı olarak ulaştırma altyapısı daha da geliştikçe, çeşitli ulaştırma modlarından kaynaklanan kirlilik bilincinin yanı sıra peyzaj ve temel değerler üzerindeki doğrudan zararlar da artmıştır. Ulaşım, çevre ve sanayi arasındaki çatışmaları vurgulayan turizmin bir yönüdür. Bir turizm çeşidi olan festivaller de bu çatışma durumunu yaratmaktadır. Öte yandan, seyahat etmek turizm için önemli bir kriterdir, dolayısıyla turistlerin evden destinasyona olan kolay geçişleri için yollar, arabalar, uçaklar ve havaalanları ihtiyaç duyulmaktadır (Gossling, 2002). Festival süresince kirliliklere dikkat edilmeli ve ses kirliliği önlenmelidir. Trafik sıkışıklığı önlenmeli ve ulaşım kapasitesi arttırılmalıdır (Allen, Harris ve McDonnel, 2002: 35). Etkinliklerde ve festivallerde doğal çevrenin kirlenmesi ve manzara kalitesinin zarar görmesi olasıdır (Gossling, 2002). Destinasyonda doğal unsurlar öne çıkmalı ve düzenlemeler yapılmalıdır. Çevresel duyarlılık oluşturulmalıdır (Allen, Harris ve McDonnel, 2002: 35).

2.5. Algılanan Değer (Festival Değeri)

Algılanan değer, bir mal veya hizmetin somut performans özelliklerine dayanarak fayda ve özverilerin değişimi üzerine bir kullanım deneyimine bağlıdır. Algılanan değer ilişki odaklı ve ürün odaklı üzere iki grupta incelenmektedir. İlişki odaklı yaklaşımda müşteri istek, beklenti ve

ihtiyaçları ön planda iken ürün odaklı yaklaşım mal veya hizmetin algılanan kalite ve fiyatı ile sınırlıdır (Graf ve Maas, 2008:8).

Festival ziyaretçileri, festival içerisinde yer alan hizmetleri deneyimledikten sonra değerini hissederler. Festival ziyaretçilerinin algılanan değeri, festivallere katılarak elde edilebilecek faktörler için gerekli olan harcanan maliyetlerle yorumlanmaktadır. Festival değeri, ziyaretçilerin katlandıkları maliyetler ile elde ettikleri faydayı karşılaştırması sonrasında fayda lehine bir değerlendirme yapmalarını ifade eder (Kim, 2010).

2.6. Festival Memnuniyeti

Memnuniyet, tüketicinin tüketim tecrübesini genel olarak değerlendirmesini ifade etmektedir (Lee ve Back, 2008: 331). Kim, Suh ve Eves (2010), memnuniyetin bir ziyaretçinin bir festivalden veya etkinlikten aldığı tatmin duygusuna dayandığını ileri sürmektedir. Festival katılımı artırmak için, festival yönetiminin ziyaretçilere memnuniyetini festival katılımcılarına sunulan deneyimlerden izlemek ve değerlendirmek çok önemlidir. Katılımcıların ihtiyaçlarını anlayarak belirleme, organizatörlerin festival öğelerini kendilerine göre tasarlamalarını ve uyarlamalarını yerine getirmeleri için gönüllülerin memnuniyetini artırmalarını sağlar (Lee vd., 2011: 688).

2.7. Festival Sadakati

Davranışsal niyetler ve sadakat pazarlama ve turizm literatüründe birbirlerinin yerine kullanılmıştır (Yoon vd., 2010). Sadakat veya davranışsal niyet, 1.olumlu sözlü ağız, 2.başkalarına tavsiye, 3.geri alım niyeti ve 4. ücrete yüksek toleranstan oluşmaktadır (Zeithaml vd., 1996). Müşteri sadakati günümüzde oldukça önem arz etmektedir. Sadakatin ön koşulu olarak kabul edilen tatminin sağlanmasının ardından tatmin olan müşterilerin sadakatının sağlanması işletmeler için çok önemlidir. Yeni müşteri kazanmak eski müşteriyi korumaktan daha maliyetli olması sebebiyle, işletmelerin öncelikli olarak müşteri sadakati oluşturarak eski müşterilerini korumaları gerekmektedir (Yılmaz ve Çatalbaş, 2007: 83).

Festival sadakati tutum ve davranışsal sadakat olarak iki boyutta ölçülmektedir. Tutum sadakati, taahhüt ve tercih gibi ölçüm öğelerini içermektedir. Davranış sadakati, daha fazla ödeme yapma isteği, arkadaşlara ve ailelere önerme, ağızdan ağza yayılma ve niyeti iade etme gibi ölçüm öğelerini içermektedir (Lee vd., 2008). Chen ve Chen (2010) çalışmasında ziyaretçilerin ilgisini ve katılımını artırarak deneyim kalitesinin yaratılabileceğini, böylece algılanan değer ve memnuniyet algısına yol açabileceğini ve bunların sonucunda ziyaretçi sadakatine katkıda bulunulduğu sonucuna varmıştır.

2.5.Etkinlik ve Festival Örnekleri

Türkiye’de ve dünyanın birçok yerinde her yıl birçok önemli etkinlik ve festival düzenlenmektedir. Bu bölümde bu etkinlik ve festivallerden bazılarına değinilmekte ve bu etkinlik ve festivallerin bazı önemli özellik ve etkilerinden bahsedilmektedir.

Alanya Uluslararası Kültür ve Sanat Festivali

2019 yılında 20.si düzenlenen Alanya Uluslar arası Kültür ve Sanat Festivalinde festival boyunca stantlar ve sergilerle Osmanlı döneminin sanat ve kültürel yapısı ziyaretçilere aktarılmaktadır. Unutulmaya yüz tutmuş gelenek ve görenekler ile kültürlerin geleceğe aktarılmaya çalışıldığı festivalde Alanya’nın mutfak kültüründe katılımcılara yansıtılmaya çalışılmaktadır. Ulusal ve uluslar arası katılımcıların bulunduğu festival her yıl düzenlenmektedir (www.alanya.bel.tr, 2019).

Formula 1 Türkiye Grand Prix

İstanbul Park Pisti dünyanın en büyük spor etkinliklerinden biri olan Formula 1 yarışlarına ev sahipliği yapmaktadır. Toplam 2 milyon 215.000 metrekarelik bir alanı kaplamaktadır ve hizmete girdiği yıl itibariyle İstanbul ve ülke tanıtıma büyük katkı sağlamıştır. Formula 1 Türkiye ayağına ev sahipliği yapan İstanbul Park, kısa süreli de olsa ciddi bir ekonomik katkı sağlamaktadır (Atak, 2009: 72).

Berlin Uluslararası Film Festivali

Berlin Uluslararası film festivali her yıl dünyanın dört bir yanından on binlerce ziyaretçinin ilgisini çeken, dünyanın en büyük film festivallerinden biridir. 1951 yılından itibaren şubat ayının on bir günü içerisinde düzenlenmektedir. Film endüstrisi ve medya için, yıllık takvimdeki vazgeçilmez günleridir. Berlinale, kültürlerarası değişim ve sosyal konuların eleştirel sinema keşfi için bir platformdur. Çok sayıdaki endüstri girişimi sayesinde, Berlinale önemli bir yenilik faktörü ve önemli bir ekonomik faktördür (www.berlinale.de, 2018).

Festivalde en iyi film, yaşam boyu başarı, en iyi yönetmen, en iyi erkek oyuncu, en iyi kadın oyuncu, en iyi müzik, olağanüstü performans ve kısa filmler için jüri büyük ödülü gibi ödüller verilmektedir (Uğurlu ve Uğurlu, 2011: 262). Berlin Uluslararası Film Festivali, her yıl düzenlendiği iki hafta içerisinde 120 ülkeden 19.000'den fazla film profesyonelinin, 4000 gazetecinin katıldığı bir festivaldir. 200.000'den fazla biletin satıldığı, dünyanın en büyük festival katılımının sağlandığı önemli bir kültür organizasyonudur (Atak, 2009: 44).

Altın Portakal Film Festivali

Altın Portakal Film Festivali'nin temelini oluşturan Aspendos Tiyatrosu 1950'li yılların ortalarında konserlerle ve tiyatrolarla başlamıştır. Halkın yoğun ilgi gösterdiği etkinlikler gelenekselleşmiş ve 60'lı yılların ortalarına kadar devam etmiştir. 1963 yılında "Antalya Altın Portakal Film Festivali"ne dönüşmüştür (www.antalyaff.com, 2018).

Festival organizasyonu, 1995 yılından itibaren günümüze kadar, Antalya Büyükşehir Belediyesi tarafından "Altın Portakal Kültür ve Sanat Vakfı" adıyla kurulan, Eylül 2002'den sonra Antalya Kültür Sanat Vakfı adıyla hizmet veren AKSAV tarafından yürütülmektedir (Uğurlu ve Uğurlu 2011: 263). Altın Portakal Film Festivali'nin tanıtımı için Cannes, Berlin ve Venedik film festivallerinde standlar açılmaktadır. (Atak, 2009: 115). Festival Türkiye'nin en eski ve uzun süren film festivalidir. İlk festival 1964 yılında gerçekleştirilmiştir. Festival yılda on milyona yakın turist çeken

Antalya’da turizmde yüksek sezonun bittiği ekim ayının ikinci haftasında gerçekleşmektedir (Ekin, 2011: 85). Bu sebeple sezonun bittiği ayda bile destinasyonunun tanıtımı sağlanmakta, ekonomisini kalkındırmaktadır.

Cannes Film Festivali

Cannes Film Festivali (Le Festival de Cannes) 1939 yılında başlamıştır. Dünyanın en eski, en etkili ve prestijli film festivallerinden biridir. Her yıl mayıs ayında düzenlenmektedir (Uğurlu ve Uğurlu 2011: 262). Festivalin kuruluş amacı sinemanın gelişimi için dikkat çekmek, filmlerin profilini geliştirmek, film sektörünü dünya çapında arttırmak ve sinemayı uluslararası düzeyde kutlamaktır (festival-cannes.com, 2018).

Festivalin bütçesi 40 milyon Euro’dur ve festival boyunca kent merkezindeki en ucuz otelin geceliği 490 Euro’dur ve lüks otellerde oda fiyatlarının geceliği 4000 Euro’ya kadar çıkabilmektedir. Bu durum kentin turizm gelirlerini yüksek oranda arttırmaktadır (Atak, 2009: 47). Buradan da anlaşılacağı gibi festival bölgenin kalkınmasında önemli bir görev üstlenmektedir. Bununla birlikte destinasyonun tanıtımında da önemli bir yeri bulunmaktadır.

Uluslararası Adana Portakal Çiçeği Festivali

Uluslararası Portakal Çiçeği Festivali, Türkiye’de yerel yönetimlerin desteğiyle düzenlenen ve sokak karnavalı olan ilk festival özelliği göstermektedir (Sahilli Birdir, Toksöz ve Bak 2016: 22). Portakal çiçeği mevsimi, iklim durumuna göre değişmekle birlikte, genellikle 5-20 Nisan tarihleri arasındadır. Festivalde bu tarihler arasında yapılmaktadır. 2019 yılında 7.si gerçekleştirilmiştir. Festivalin asıl amacı şehri her yönüyle tanıtmaktır. Türkiye’de ve dünyada tanınırlığını sağlamak hedeflenmiştir (www.nisandaadanada.com, 2018).

2.6.Etkinlik ve Festival Turizmi İle İlgili Çalışmalar

Karagöz’ün (2006) yaptığı çalışmada Formula One Türkiye Grand Prix gelen ziyaretçilerin yapmış oldukları harcamaların doğrudan, dolaylı ve uyarılmış ekonomik etkilerinin ölçülmesi 203 kişi üzerinde bir araştırma yapmıştır. Ayrıca etkinliğe katılan yabancı ziyaretçilerin gelir durumları ve

tarafarlık kavramları dikkate alındığında ziyaretçilerin konaklama, hediyeelik eşya, yiyecek-içecek harcamalarının arttırılmasına yönelik çalışmaların yapılmasının, önümüzdeki yıllarda bu etkinliğe katılacak yabancı ziyaretçilerden sağlanacak gelirin arttırılması açısından önemli olacağı vurgulanmıştır (Karagöz, 2006).

Kızılırmak (2006) yaptığı çalışmada Türkiye’de düzenlenen festivalleri düzenlendiği bölgelere, içeriklerine ve düzenlenme aralıklarına göre sınıflandırmıştır. 118 yerel festival üzerinde araştırma yapmıştır. Araştırmanın sonucunda en çok kültür, tarım ve kutlama konulu festivallerin en çok gerçekleştirilen festival türleri olduğu ortaya çıkmıştır. Festivallerin en çok Karadeniz bölgesinde ve yaz aylarında olduğu sonucuna ulaşmıştır (Kızılırmak, 2006).

Small (2007) yaptığı çalışmada yerel halkın sosyal algılarını ölçmek için Sosyal Etki Algılama (SIP) ölçeğini daha çok geliştirerek kullanmıştır. Çalışmada faktör analizinde topluluk festivallerinin altı temel boyutu belirlenmiştir. Rahatsızlık, topluluk kimliği ve uyum, kişisel hayal kırıklığı, eğlence ve sosyalleşme olanakları, toplumun büyümesi ve gelişmesi ve davranışsal sonuçları belirlemiştir (Small, 2007) .

Gez’in (2008) yaptığı çalışmada etkinlik turizminin tanımı, gelişimi ve uygulamaları üzerine çalışma yapmıştır. Etkinlik turizminin önemi ve etkileri üzerinde durmuş ve etkinlik turizminin tarihsel gelişiminden bahsetmiştir (Getz, 2008).

Atak (2009) yaptığı çalışmada Antalya bölgesinde düzenlenen yerel ve uluslararası festivallerin nitelikleri üzerine bir araştırma yapmıştır. Uluslararası festivallerin Antalya bölgesinin turizm tanıtımına etkileri ve bu bölgenin talebine olan katkılarına yönelik yapılmıştır (Atak, 2009) .

Ispas ve Hartanu (2011) yapmış oldukları çalışmada, etkinlik turizminin, pazarlama karması politikaları ve etkinliklerin bir destinasyonun gelişimindeki önemini ortaya çıkarmaya çalışmıştır. Çalışmaya örnek olarak 2013 yılında Avrupa Gençlik Olimpiyat Festivali'nin kış versiyonuna ev sahipliği yapan Brasov bölgesi seçilmiştir (Ispas ve Hartanu, 2011).

Ekin (2011) etkinliklerin sosyal etkileriyle ilgili bir araştırma yapmıştır. Festival olarak Altın Portakal Film Festivalini konu alarak 538 kişi üzerinde anket uygulaması yapmıştır. Çalışmada festivallerin sosyal etkilerine karşılık yerel halkın algılarını ortaya koymayı amaçlamıştır. Sonuç olarak etkinliklerin eğlence ve sosyalleşme fırsatları, farklı grupların etkinlikler aracılığıyla bir araya gelmesi gibi birçok sosyal etkisinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Ekin, 2011).

Bilgili, Yağmur ve Yazarkan (2012) 300 kişi üzerinde yaptıkları çalışmada Erzurum ili Oltu ilçesinde düzenlenen Kırdag Şenliklerinin etkinlik ve verimliliğini, festivale katılan tüketiciler ve şenliğin maliyetleri açısından ele alarak değerlendirmişlerdir (Bilgili, Yağmur ve Yazarkan 2012).

Çelik ve Çetinkaya (2013) yaptıkları çalışmada festivallerin etkinlik turizmi içerisinde ki önemini ve İzmir'in uluslararası düzeyde ilerlemesini sağlamak için pek çok farklı festival, dini / kültürel organizasyon, spor etkinliği ve bilimsel organizasyonla etkinlik turizmine önem vermektir. Araştırma sonucunda, son 26 yıldır düzenlenen İzmir Uluslararası Sanat Festivali'nin, İzmir'in uluslararası alanda tanınmasında önemli bir rol oynadığı anlaşılmaktadır (Çelik ve Çetinkaya, 2013).

Srikanth ve Ram Hindistan' da (2013) gerçekleşen Diwali Festivali'nin borsa üzerinde ki etkisini analiz etmek amacıyla bir çalışma yapmışlardır. Bu çalışma da BSE-100 endeksinin tüm bileşenleri seçilmiştir. Hindistan borsasının üzerinde ki etkisini analiz etmek için parametrik olmayan bir test olan Wilcoxon testi kullanılmış, Diwali Festivali'nin Hindistan borsası üzerinde anlamlı olmadığı sonucuna ulaşılmıştır (Srikanth ve Ram, 2013).

Luna (2015) yapmış olduğu çalışmada Baños Festivali 'nin Laguna'nın ekonomi ve turizm endüstrisi üzerindeki algılanan etkileri ele almıştır. Araştırmada içerik analizi kullanılmış ve ankete katılanlardan elde edilen veriler frekans ve yüzde kullanılarak analiz edilmiştir. Çalışmanın sonucunda katılımcıların çoğunun festivalin destinasyonun ekonomisini etkilediğine inandığı ve ekonomik faaliyetlerinde bir artışa yol açtığını iddia

etmişlerdir. Yerel halk için daha fazla gelir elde edilmesine yardımcı olan yerel ürün ve hizmetlerin genişletilmesi ve iyileştirilmesine de yardımcı olduğu sonucuna varılmıştır (Luna, 2015).

Gordillo (2015) yaptığı çalışmada Malezya 'da gerçekleşen Pesta Pinji festivalinin sosyo-kültürel etkileri hakkında bir çalışma yapmıştır. Bu çalışma iki ana maç etrafında gerçekleştirilmiştir. İlki topluluk festivallerinin yerel halk üzerin de nasıl bir etki yarattığını ortaya çıkarmak ve bireysel ve toplum gururunu arttırmaktır. Bu amaçların etrafında festival yerel ekonomiyi kalkındırmakla birlikte yerel ürünlerle gurur duymayı ve gençler arasında yerel gıda çekiciliğini oluşturmayı amaçlamıştır (Gordillo, 2015).

Shivhare ve Rastogi (2016) festivallerden kaynaklanan çevresel etkilere bunların değerlendirilmesine dair bir çalışma yapmışlardır. Hindistan'da gerçekleşen popüler festivallerin (Hali, Deepwali gibi) su, hava, gürültü ve katı atık gibi kirlilikler yarattığı ortaya çıkmıştır. Çalışma da etki değerlendirilmesi yapılmış ve bu kirliliklerin azaltılmasına yönelik öneriler geliştirilmiştir (Shivhare ve Rastogi, 2016).

Şengül ve Genç (2016) yaptıkları çalışmada yöresel mutfak kültürünün festival turizmi kapsamında destekleyici bir ürün olarak kullanılmasının sağlanması amaçlamışlardır. Mudurnu'da gerçekleştirilen İpekyolu Kültür Sanat ve Turizm Festivali'nin düzenleyicisi konumundaki yerel yöneticiler ve paydaşlar ile yarı yapılandırılmış mülakatlar gerçekleştirmişlerdir. Çalışma sonunda yöresel mutfak ürünlerinin tanıtım materyallerinde kullanımının artması, yöreye gelen festival ziyaretçilerine yöresel yemeklerin sunulmasının sağlanması, yöresel lezzetlerin arşivlenmesinin sağlanması ve festivale katılanlar hakkında alan araştırmalarının yapılması gerektiği sonuçları ortaya çıkmıştır(Şengül ve Genç, 2016).

Yıldız ve Polat (2016) yerel halkın Eskişehir'de düzenlenen festivallerin etkilerine yönelik algılarını tespit etmeye çalışmıştır. Anket tekniği kullanmış ve sonuçlar doğrultusunda yerel halkın kentsel gurur, sosyo-ekonomik ve kültürel etkiler boyutlarını olumlu düzeyde algıladıkları,

olumsuz etkiler boyutunu ise orta düzeyde algıladıkları sonucuna ulaşılmıştır. Yapılan regresyon analizi sonucunda yerel halkın kentsel gururunu etkileyen en önemli etkenlerin sosyo-ekonomik ve kültürel etkiler boyutları olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Yıldız ve Polat, 2016).

Sahilli Birdir, Toksöz ve Bak'ın (2016) yaptıkları çalışmada Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı katılımcılarının karnavala katılımlarını güdüleyen sebeplerin belirlenmesi amaçlamıştır. 202 yerli ve yabancı katılımcılardan, literatüre dayalı olarak oluşturulan anket formu aracılığı ile veriler toplanmıştır. Araştırma bulgularına göre katılımcıların karnavala katılım güdeleri etkinlik, kaçış, sosyalleşme ve yenilik olarak belirlenmiştir. Çalışma, karnavalın yerel halk ve katılımcılar arasında etkileşim sağlayarak Adana yerel kültürünün tanıtımına ve sürdürülebilirliğine katkı sağlaması açısından önem taşımaktadır (Sahilli Birdir, Toksöz ve Bak, 2016)

Sert (2017) yapmış olduğu çalışmada kırsal bölgelerde yapılan festivallerin yerel halk üzerindeki sosyal etkilerini ve yerel halkın festivallerle ilgili tutumlarını ortaya koymayı amaçlamıştır. 320 yerel üzerinde anket uygulaması yapmış sonucunda yerel halk festivallerin sosyal faydalarının sosyal maliyetinden daha fazla olduğuna inandığında festivalleri destekledikleri belirlenmiştir. Ayrıca yerel halkın festivalleri desteklemeleri ve gönüllü olarak festivale katılmaları sonucunda festivallerin başarıları artmaktadır sonucuna ulaşmıştır (Sert, 2017).

Çelik 'in (2019) yaptığı çalışmada etkinliklerin destinasyon üzerinde meydana getirdiği etkilerden sosyo ekonomik ve destinasyon pazarlamasına yönelik etkilerini ortaya koymak amacıyla İstanbul ilinde bulunan ve etkinlik düzenleyen fuar organizatörlerine ve seyahat acentaların, 390 kişi üzerinde araştırma yapmıştır. Araştırma sonunda etkinliklerin eğitici olduğu ama buna rağmen suç oranını arttırdığı ve etkinliklerin destinasyon pazarlamasında bir unsur olarak kullanıldığı ortaya çıkmıştır (Çelik, 2019).

III. BÖLÜM

YEREL HALKIN FESTİVALLERİN ETKİLERİNE YÖNELİK ALGILARININ ALGILANAN DEĞER, FESTİVAL MEMNUNİYETİ VE FESTİVAL SADAKATI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: ULUSLAR ARASI ŞİLE BEZİ KÜLTÜR VE SANAT FESTİVALİ ÖRNEĞİ

Çalışmanın bu bölümünde; araştırmanın amacı ve önemi, araştırmanın kapsam ve sınırlılıkları, festival seçimi, pilot çalışma, verilerin analizi, araştırmada elde edilen bulgular ve sonuç ve öneriler yer almaktadır.

3.1.Araştırmanın Amacı ve Önemi

Günümüzde refah seviyesinin artması ile birlikte insanlar rahatlamak ve dinlenmek için farklı seçenekler aramaya başlamıştır. Turizm etkinliklerine katılan kişi sayısının artmasıyla birlikte kişilerin istek ve ihtiyaçlarında görülen değişikliklerden dolayı farklı turizm çeşitleri önem kazanmaya başlamıştır. Alternatif turizm çeşitlerinin turizm sezonunu uzatması, sürdürülebilir olması, kişisel özelliklere göre değişen zevklere göre seçim imkânı sunması gibi özellikleri sebebiyle ilgi görmeye başlamış ve tercih sebebi olmuştur. Etkinlik turizmi kapsamında değerlendirilen festival turizmi gerçekleştirildiği destinasyonun tanıtılmasını ve pazarlanmasını sağlamakla birlikte destinasyonun turistler tarafından tercih edilebilirliğini arttırmaktadır. Ziyaretçilerin tercihleri, her birinin karmaşık bilişsel ve duyuşsal yönleri nedeniyle çok öznel olduğu için anlamak oldukça zordur ve hedef seçimler hakkında iyi analiz yapmayı gerektirmektedir.

Ziyaretçilerin festival alanlarını tekrar ziyaret etme niyetini etkileyen faktörlerin belirlenmesinde ileri istatistiksel analiz gereklidir (Vajirakachorn ve Chongwatpol, 2015). Bu çalışmanın amacı Uluslararası Şile Bezi Kültür ve Sanat Festivali'nin yerel halkın algılanan değeri, festival memnuniyeti ve festival sadakati üzerine etkisini incelemektir. Bu doğrultuda Şile ilçesinde yaşayan yerli halkın demografik özelliklerinin belirlenmesi, festival etki unsurlarının yerel halkın algılanan değer, festival memnuniyeti ve festival sadakati değişkenleri üzerindeki etkisini belirlemeyi amaçlamıştır.

Literatür incelendiğinde Türkiye'deki en eski festivallerden biri olan Uluslararası Şile Bezi Kültür ve Sanat Festivali'ne dair bir çalışma yapılmadığı için bu festival örnek festival olarak seçilmiştir. Bunun yanında Uluslararası Şile Bezi Kültür ve Sanat Festivali'nin yerel halk üzerindeki etki unsurlarının (toplum gururu, ekonomik faydalar, toplumun yaşam kalitesi, kişisel faydalar ve olumsuz etkiler) algılanan değere, festival memnuniyeti ve festival sadakati üzerindeki etkisinin incelenmesi çalışmanın özgünlüğünü ortaya koyacağı düşünülmektedir. Bu konuda çalışmaya rastlanmamış olması bu çalışmanın bundan sonra yapılacak olan çalışmalara kaynak oluşturacağı ve sonuçlarının festivalin düzenlendiği destinasyona, festivali düzenleyen kurum ve paydaşlara, festivale katılan ziyaretçilere ve yerel halka fayda sağlayacağı düşünülmektedir.

3.2.Araştırmanın Kapsam ve Sınırlılıkları

Araştırmada turistten daha çok yerli halkın aktif olarak dışarıda bulunduğu Şubat - Mayıs 2017 tarihleri arasında Şile destinasyonunda 600 yerli halk ile anket uygulaması yapılmıştır. Anketin yerel halka uygulanmasının Şubat ve Mayıs aylarında olmasının sebebi ise Şile ilçesinin İstanbul'un diğer ilçeleri ve Kocaeli gibi noktalara yakın turistik bir destinasyon olmasıdır. Yaz dönemlerinde ilçede kalan yazlıkçı ve diğer ziyaretçi kitlelerinin çalışmanın özelliğini bozması açısından bu tarihler tercih edilmiştir.

3.3.Araştırma Ana kütlesi (Evren) ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini İstanbul ilinin Şile ilçesinde yaşayan yerli halk oluşturmaktadır. Şile ilçesinin aştırmaya dâhil edilmesinin birinci nedeni çalışmanın ana teması olan Türkiye’de düzenlenen en eski festivallerden birine ev sahipliği yapıyor olmasıdır. İkincil sebebi Şile ilçesinin turistik bir destinasyon olması ve İstanbul’un dışında günübirlik tatil, hafta sonu tatili gibi İstanbul’un merkezinde yaşayan halkın kaçış noktası olmasıdır. Diğer nedenleri ise yerel halkın festivale dâhil olması, ilçede kültürel ve sanatsal aktivite yoğunluğu ve bölgenin yerel değerlere önem vermesi gösterilebilir.

Şile’nin nüfusu 35.131 kişidir. Şile nüfusunun 18.207’sini erkekler, 16. 924’ünü ise kadınlar oluştururken Şile sıralamada İstanbul’un en küçük 14. ilçesi olarak yer almaktadır (TUİK, 2017-2018). Yaz aylarında nüfusun ziyaretçi sayılarıyla birlikte 400.000’ne kadar yükseldiği düşünülmektedir (Şile Belediyesi, 2018). Şile Belediyesi’ne başvurularak, Şile Belediyesi zabıta müdürlüğü denetim bürosundan elde edilen bilgilere göre Şile’de 2018 yılında belediye işletme belgeli konaklama tesisi toplam 98, turizm işletme belgeli konaklama tesisi ise yalnızca 3 adet olup, toplamda 101 adet konaklama tesisi bulunduğu görülmektedir. Araştırmanın evrenini merkez dışındaki köylerini de dâhil edersek 35.131 kişi oluşturmaktadır. Sekaran (2003: 294) % 95 güven aralığında evren büyüklüğü 35 bin ise 379; evren büyüklüğü 35.000’den yüksekte ise 380 olması gerektiği belirtilmektedir. Araştırmada evren büyüklüğünün 35 bin 131 kişi olası Sekaran’a (2003: 294) göre evren büyüklüğü 380 olmalıdır. Anket tesadüfî olarak seçilen anketi doldurmaya gönüllü 600 yerel halk ile gerçekleştirilmiştir. Analizlere geçilmeden önce hatalı veya eksik doldurulan anketler veri setinden çıkarılmış, sağlıklı olan 501 anket üzerinden analizler gerçekleştirilmiştir. Anket turistlerden daha çok yerli halkın aktif olarak dışarıda bulunduğu Şubat- Mayıs 2017 tarihleri arasında uygulanmıştır.

3.4.Festival Seçimi

İstanbul iline bağlı olan bir ilçe olan Şile, Türkiye’nin kuzey batısında, Kocaeli yarımadasının Karadeniz kıyısında yer alır. 796 km² alan sahip olan

Şile, Çatalca ve Silivri'den sonra İstanbul'un en büyük üçüncü ilçesidir. Şile'ye bağlı 57 köyün %80'i orman köyü, geri kalanları ise sahile ve ovaya yerleştirilmiş tarım köyleridir. Ekonomisi tarıma, denizciliğe, turizme ve dokumaya dayanmaktadır. Yaz sezonlarından nüfusun yoğunlaştığı bir ilçedir. Doğal alanları ve tarihsel konumu ile turistler tarafından tercih edilen bir destinasyondur (Temir, 2010: 12-13).

Adını yıllardır yörenin ekonomisinin ve sanatının alt yapısını oluşturan coğrafi işaretli ürünü Şile Bezi'nden alan Uluslararası Şile Bezi Kültür ve Sanat Festivali 1986 yılından bu yana devam eden Türkiye'nin en eski festivallerden biridir. Arada doğal afet ve savaş sebepleri nedeni ile iptal olmuştur. 2018 yılında 31.si düzenlenen bu festival ilk olarak 1986 yılında Şile Bezi ve Gençlik Festivali adı ile yapılmaya başlanmıştır. O yıllarda uluslararası olması istenerek devam eden bir festival olması planlanmaktaydı. Festivalin ilk dönemlerinden sadece dışarıdan turist olarak gelen festival katılımcıları 80.000'ne kadar ulaşmaktaydı. Festival 1 ay ve 1 hafta gibi değişik süreler ile yapılmaktaydı. Konserler, yarışmalar, defileler, dans ekipleri ve sanat etkinlikleri ile devam eden festival son dönemlerde uluslararası el sanatları fuarına dönüşmeye başlamıştır. Şile Belediyesi, Festivaller Birliği ve Anelsander (Anadolu El Sanatlarını Yaşatma ve Geliştirme Derneği) işbirliği ile ortalama 1 hafta süren Türkiye'nin farklı şehirlerinden Kültür ve Turizm Bakanlığı'na bağlı el sanatı ustaları ve çeşitli ülkelerden el sanatı ustaları davet edilerek onlar için tahsis edilen stantlarda sanatlarını icra ederek ürünlerini satmaktadırlar. Festival kapsamında sanat söyleşileri, konserler, yarışmalar, atölyeler, paneller ve dans ekipleri ile devam ederken yerel halkın da özellikle Şile Bezi dokuma ve diğer el sanatları ile dâhil olduğu stantlar açılmaktadır (Şile Belediyesi Kültür ve Sosyal İşler Müdürlüğü, 2018). Araştırmada Uluslararası Şile Bezi Kültür ve Sanat Festivali'nin seçilmesinin sebepleri şöyle sıralanabilir;

- Türkiye'nin en eski festivallerinden biri olması,
- Kültür ve sanat içeriklerinin her yıl artıyor olması ile birlikte ulusal ve uluslararası düzeyde tüm el sanatı ustalarını birleştiriyor olması,

- Festivalin adını destinasyonun ve yörenin ekonomisini sağlayan, yerel halkın en önemli kültürü olan dokuma ürünü Şile Bezi'nden alıyor olması,
- Yerel halkın festivale yılladır hem katılımcı hem de ziyaretçi olarak katılması,
- En çok ziyaret edilen festivallerden biri olması,
- Festivalin yerel halk üzerinde ekonomik, kültürel vb. etkilere sahip olması, olarak sıralanabilir.

3.5.Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada nicel araştırma yöntemine başvurulmuş, veri toplama yöntemi olarak anket kullanılmıştır. Anket formunun ilk bölümünde Şile'de yaşayan yerli halka yönelik festival etki unsurlarına, algılanan değer, festival memnuniyeti ve festival sadakati maddelerine ve ikinci bölümde demografik değişkenler ve Şile'de ikamet etme durumu tespit edilmeye çalışılmıştır. Toplanan verilerin analizinde SPSS 22.0 istatistik paket programı kullanılmıştır. Demografik değişkenler çoktan seçmeli sorular olarak hazırlanırken, yerli halkın festival sadakatini ortaya çıkarmayı amaçlayan ifadeler 5'li Likert ölçeği kullanılarak (1=Hiç Memnun Değilim, 5=Çok Memnunum ankette yer almıştır (Kozak, 2014: 78). Ölçme aracında bulunan ifadelerin ölçme aracına uygun olup olmadığı ile ilgili uzman görüşü ve önerileri ile belirlenerek içerik geçerliği sağlanır (Ural ve Kılıç, 2013: 67). Bu gerekçe ile soru formundaki ifadeler için 3 uzman görüşü alınarak son hali verilmiştir.

3.6.Veri Toplama Aracı

Veri toplama aracı olarak farklı çalışmalardan festivallere yönelik algı boyutları alınmıştır. Çalışmaların içerisinde araştırmaya en uygun boyutlar seçilerek alınmıştır.

Tablo 8:Festival Etki Unsurları Ölçekleri (Bağımsız Değişkenler)

Toplum Gururu	Festival kentin turizm imajını arttırmaktadır (Chen,2011).
	Festival kentin imajını olumlu yönde etkilemektedir (Chen, 2011).
	Festival sayesinde Şile sakini olmaktan gurur duyuyorum(Chen, 2011).
	Festivalin yapılmasından gurur duyuyorum(Chen, 2011).
	Festival'in yapılması Şile'yi daha uluslararası hale getiriyor(Chen, 2011).
	Festival kentin turizmine katkıda bulunmaktadır.
	Festival yerel halk için daha fazla iş fırsatları yaratmaktadır(Chen, 2011).
	Festival Şile'nin ekonomik kalkınmasını arttırmaktadır(Chen, 2011).
Festival yerel kültürün korunmasına yardımcı olmaktadır(Chen, 2011).	
Ekonomik Faydalar	Festival istihdamı arttırmaktadır(Chen, 2011).
	Festival ülke ekonomisine yarar sağlamaktadır (Chen, 2011).
	Festival alışveriş olanaklarını arttırmaktadır(Chen, 2011).
	Festival işletmeler için kar yaratmaktadır(Chen, 2011).
	Festival yeni tesislerin ortaya çıkmasını sağlamaktadır(Chen, 2011).
	Festival yerel sakinlerin yaşam standartlarını iyileştirmektedir(Chen, 2011).
Kişisel Faydalar	Festival büyük bir kitleye ulaşmaktadır(Chen, 2011; Lee, Arcodia ve Lee, 2012).
	Festivale katılmaktan çok keyif alıyorum(Chen, 2011; Lee, Arcodia ve Lee, 2012).
	Festival hayatıma heyecan getirmektedir(Chen, 2011; Lee, Arcodia ve Lee, 2012).
	Festival hayatımı zenginleştirmektedir(Chen, 2011; Lee, Arcodia ve Lee, 2012).
	Festival hayatıma duygusal tecrübe katmaktadır(Chen, 2011; Lee, Arcodia ve Lee, 2012).
	Festival günlük stresimden kurtulmama yardımcı olmaktadır (Lee, Arcodia ve Lee, 2012).
Toplumun Yaşam Kalitesi	Festival birçok boş zaman fırsatı yaratmaktadır(Chen, 2011; Gürsoy, Kim ve Uysal, 2004).
	Festival yerel halkın kendi toplumlarını öğrenmelerini sağlamaktadır(Chen, 2011; Gürsoy, Kim ve Uysal, 2004).
	Festival aile temelli boş zaman fırsatları yaratmaktadır(Chen, 2011; Gürsoy, Kim ve Uysal, 2004).
	Festival daha fazla rekreasyon/eğlence olanakları sağlamaktadır (Gürsoy, Kim ve Uysal,2004)
Olumsuz Etkiler	Festival doğal ortamı yok etmektedir(Chen, 2011; Gürsoy, Kim ve Uysal, 2004).
	Festival hava kirliliği yaratmaktadır(Chen, 2011; Gürsoy, Kim ve Uysal, 2004).
	Festival kültürel miras alanlarına zarar vermektedir(Chen, 2011; Gürsoy, Kim ve Uysal, 2004).
	Festival normal hayatı bozmaktadır(Chen, 2011; Gürsoy, Kim ve Uysal, 2004).
	Festival trafik sıkışıklığını arttırmaktadır(Chen, 2011; Gürsoy, Kim ve Uysal, 2004).
	Festival kentsel hizmetler üzerinde baskı yapmaktadır. (Chen, 2011; Gürsoy, Kim ve Uysal, 2004).

Tablo 9:Algılanan Değer, Memnuniyet ve Sadakat Ölçekleri (Bağımlı Değişkenler)

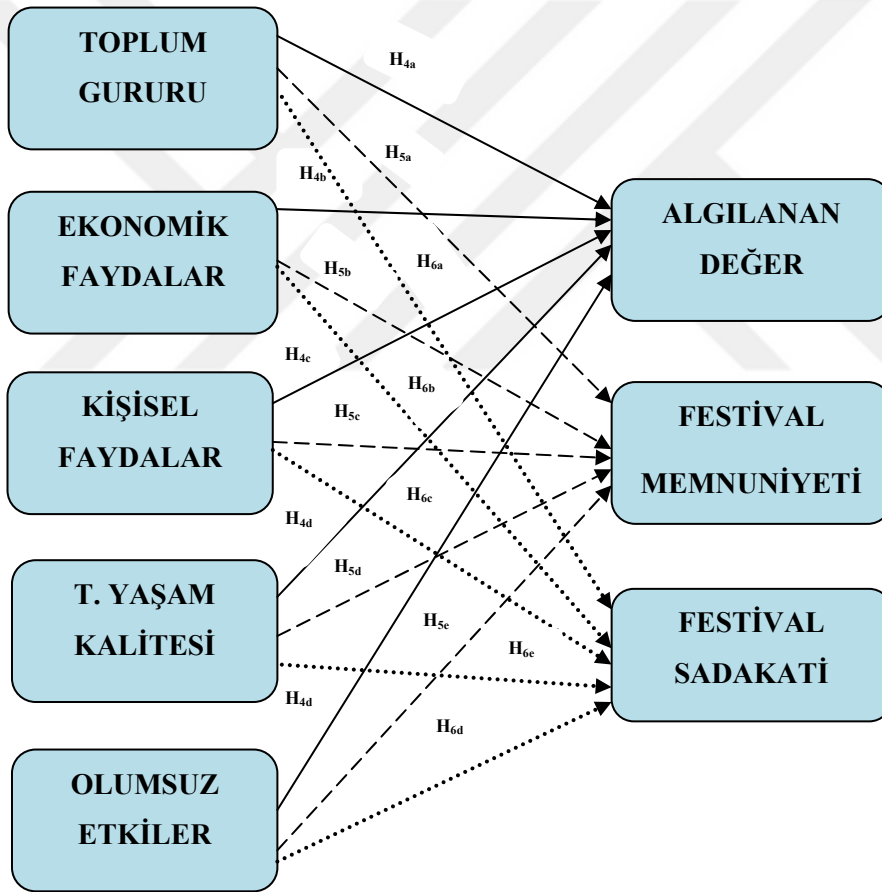
Algılanan Değer	Festival harcadığım paraya, enerjiye ve zamana değerlidir(Sanchez, Callarisa ve Moliner, 2006;Seçilmiş ve Yılmazdoğan, 2016; Doğrul, Atçeken ve Şahin, 2016).
	Festival beklediğimden daha güzel geçmektedir(Sanchez, Callarisa ve Moliner, 2006;Seçilmiş ve Yılmazdoğan, 2016; Doğrul, Atçeken ve Şahin, 2016).
	Festival diğer festivallere göre oldukça güzel geçmektedir(Sanchez, Callarisa ve Moliner, 2006;Seçilmiş ve Yılmazdoğan, 2016; Doğrul, Atçeken ve Şahin, 2016).
	Festival iyi organize edilmiş bir festivaldir (Sanchez, Callarisa ve Moliner:2006).
Festival Memnuniyeti	Festivale katılmaktan memnuniyet duyuyorum(Sanchez, Callarisa ve Moliner, 2006;Seçilmiş ve Yılmazdoğan, 2016; Doğrul, Atçeken ve Şahin, 2016).
	Festivale katıldığım için mutlu oldum(Sanchez,Callarisa ve Moliner, 2006;Seçilmiş ve Yılmazdoğan, 2016; Doğrul, Atçeken ve Şahin, 2016).
	Festivale katılarak kendim için iyi şeyler yaptığımı hissettim(Sanchez,Callarisa ve Moliner, 2006;Seçilmiş ve Yılmazdoğan, 2016; Doğrul, Atçeken ve Şahin, 2016).
Festival Sadakati	Festivale katılmaya devam edeceğim(Sanchez, Callarisa ve Moliner, 2006; Seçilmiş ve Yılmazdoğan, 2016; Doğrul, Atçeken ve Şahin, 2016; İlban, 2016).
	Festivali arkadaşlarıma ve çevremdeki insanlara önereceğim(Sanchez, Callarisa ve Moliner, 2006; Seçilmiş ve Yılmazdoğan, 2016; Doğrul, Atçeken ve Şahin, 2016; İlban, Bezirgan ve Çolakoğlu, 2016).
	Festivaldeki etkinliklere bir daha katılmayı düşünüyorum (İlban, Bezirgan ve Çolakoğlu, 2016).

Değişkenlerin bağıntısal olarak incelenebilmesi ve gerekli verilerin sistematik bir biçimde daha geniş kitlelerden toplayabilmek için birincil veri toplama yöntemlerinden önceden hazırlanmış olan yapılandırılmış soru formu olan anket kullanılmıştır (Kozak, 2015: 65-66). Anket formu 2 bölümden ve 43 sorudan oluşmaktadır. Ankette yer alan ilk bölümde 19 festival etki maddesine ve 4 algılanan değer, 3 festival memnuniyeti ve 3 festival sadakati boyutlarının maddelerine yer verilmiştir. Likert ölçeğine festivalin olumsuz etkileri boyutuna ters kodlama (5>1, 4>2, 3>3, 1>5) uygulanarak ters çevrilmiştir. Festivalin olumsuz etkileri ifadeleri şu şekildedir;

Anketin ikinci bölümünde demografik sorulara yer verilmiştir. Demografik soruların ikinci bölümde verilmesinin sebebi katılımcıların çalışmanın en önemli sorulardan sıklıkla cevaplaması ve son bölümdeki demografik soruların daha çabuk cevap verilebilir olmasıdır. Demografik özellikleri belirlemeye yönelik sorular 7 sorulardan oluşmaktadır. Bu sorular cinsiyet, medeni durum, yaş, meslek, aylık ortalama gelir, öğrenim durumu ve yerli halkın ikamet durumunu ortaya çıkarmaya yöneliktir.

3.7.Araştırmanın Varsayımları ve Modeli

Bu kapsamda araştırmanın modeli aşağıda ki gibi oluşturulmuştur.



Şekil 6:Araştırma Modeli

3.8.Araştırma Hipotezleri

Gerçekleştirilen çalışma kapsamında araştırma varsayımı olarak 6 ana hipotez, bu hipotezlerin alt hipotezleri olarak da 39 hipotez oluşturulmuştur.

Fark Hipotezleri:

H₁: Yerel halkın festivale ilişkin algılanan değeri demografik özelliklere göre farklılık göstermektedir.

H_{1a}: Yerel halkın festivale ilişkin algılanan değeri cinsiyetlerine göre farklılık göstermektedir.

H_{1b}: Yerel halkın festivale ilişkin algılanan değeri medeni durumlarına göre farklılık göstermektedir.

H_{1c}: Yerel halkın festivale ilişkin algılanan değeri yaş guruplarına göre farklılık göstermektedir.

H_{1d}: Yerel halkın festivale ilişkin algılanan değeri öğrenim durumlarına göre farklılık göstermektedir.

H_{1e}: Yerel halkın festivale ilişkin algılanan değeri meslek guruplarına göre farklılık göstermektedir.

H_{1f}: Yerel halkın festivale ilişkin algılanan değeri aylık gelir durumlarına göre farklılık göstermektedir.

H_{1g}: Yerel halkın festivale ilişkin algılanan değeri Şile' de yaşama süresine göre farklılık göstermektedir.

H₂: Yerel halkın festival memnuniyeti demografik özelliklere göre farklılık göstermektedir.

H_{2a}: Yerel halkın festival memnuniyeti cinsiyetlerine göre farklılık göstermektedir.

H_{2b}: Yerel halkın festival memnuniyeti medeni durumlarına göre farklılık göstermektedir.

H_{2c}: Yerel halkın festival memnuniyeti yaş guruplarına göre farklılık göstermektedir.

H_{2d}: Yerel halkın festival memnuniyeti öğrenim durumlarına göre farklılık göstermektedir.

H_{2e}: Yerel halkın festival memnuniyeti meslek guruplarına göre farklılık göstermektedir.

H_{2f}: Yerel halkın festival memnuniyeti aylık gelirlerine göre farklılık göstermektedir.

H_{2g}: Yerel halkın festival memnuniyeti Şile’ de yaşama süresine göre farklılık göstermektedir.

H₃: Yerel halkın festival sadakati demografik özelliklere göre farklılık göstermektedir.

H_{3a}:Yerel halkın festival sadakati cinsiyetlerine göre farklılık göstermektedir.

H_{3b}: Yerel halkın festival sadakati medeni durumlarına göre farklılık göstermektedir.

H_{3c}: Yerel halkın festival sadakati yaş guruplarına göre farklılık göstermektedir.

H_{3d}: Yerel halkın festival sadakati öğrenim durumlarına göre farklılık göstermektedir.

H_{3e}: Yerel halkın festival sadakati meslek guruplarına göre farklılık göstermektedir.

H_{3f}: Yerel halkın festival sadakati aylık gelir düzeylerine göre farklılık göstermektedir.

H_{3g}: Yerel halkın festival sadakati Şile’ de yaşama süresine göre farklılık göstermektedir

İlişki Hipotezleri:

H₄: Festival etki unsurlarının (toplumun gururu, ekonomik faydalar, kişisel faydalar, toplumun yaşam kalitesi, ekonomik faydalar ve festivallerin olumsuz etkileri) algılanan değer üzerinde etkisi vardır.

H_{4a}: Festivalin yerli halkta oluşturduğu toplum gururunun algılanan değer üzerinde etkisi vardır.

H_{4b}: Festivalin sağladığı ekonomik faydaların algılanan değer üzerinde etkisi vardır.

H_{4c}: Festivalin sağladığı kişisel faydaların algılanan değer üzerinde etkisi vardır.

H_{4d}: Festivale bağlı olarak toplumun yaşam kalitesindeki

değişimin algılanan değer üzerinde etkisi vardır.

H_{4e}: Festivalin oluşturduğu olumsuz etkilerin algılanan değer üzerinde etkisi vardır.

H₅: Festival etki unsurlarının (toplumun gururu, ekonomik faydalar, kişisel faydalar, toplumun yaşam kalitesi ve festivallerin olumsuz etkileri) festival memnuniyeti üzerinde etkisi vardır.

H_{5a}: Festivalin yerli halkta oluşturduğu toplum gururunun festival memnuniyeti üzerinde etkisi vardır.

H_{5b}: Festivalin sağladığı ekonomik faydaların festival memnuniyeti üzerinde etkisi vardır.

H_{5c}: Festivalin sağladığı kişisel faydaların festival memnuniyeti üzerinde etkisi vardır.

H_{5d}: Festivale bağlı olarak toplumun yaşam kalitesindeki değişimin algılanan değer üzerinde etkisi vardır.

H_{5e}: Festivalin oluşturduğu olumsuz etkilerin algılanan değer üzerinde etkisi vardır.

H₆: Festival etki unsurlarının (toplumun gururu, ekonomik faydalar, kişisel faydalar, toplumun yaşam kalitesi ve festivallerin olumsuz etkileri) festival sadakati üzerinde etkisi vardır.

H_{6a}: Festivalin yerli halkta oluşturduğu toplum gururunun festival sadakati üzerinde etkisi vardır.

H_{6b}: Festivalin sağladığı ekonomik festival sadakati üzerinde etkisi vardır.

H_{6c}: Festivalin sağladığı kişisel faydaların festival sadakati üzerinde etkisi vardır.

H_{6d}: Festivale bağlı olarak toplumun yaşam kalitesindeki değişimin festival sadakati üzerinde etkisi vardır.

H_{6e}: Festivalin oluşturduğu olumsuz etkilerin festival sadakati üzerinde etkisi vardır.

3.9.Pilot Çalışma (Ön Test)

Anketin pilot çalışma katılımcılarına uygulanmadan önce alanında uzman 3 kişinin görüşleri alınmış ve gerekli düzeltmeler yapılmıştır. Veri

toplama aracının hata ve eksiklerinin belirlenmesi, geçerlilik ve güvenilirliğinin sağlanması için örneklem sečilerek küçük bir grup üzerinde pilot çalışma uygulanmıştır. Pilot çalışma kapsamında 1-30 Ocak 2017 tarihleri arasında Şile ilçesinde festivale katılan 97 yerel halk ile yüz yüze anket uygulaması yapılmıştır. Pilot çalışmadan elde edilen veriler SPSS 22 programında değerlendirilmiştir. Elde edilen verilerin frekans ve güvenilirlik analizine tabii tutulmuştur.



Tablo 10:Pilot Çalışma- Yerel Halkın Demografik Özellikleri

(97)	N	%
Yaş		
17 ve daha az	11	11,3
18-24	24	24,7
25-34	22	22,7
35-44	26	26,8
45yaş ve üzeri	14	17,4
Kayıp Veri	-	-
Cinsiyetiniz		
Kadın	38	39,2
Erkek	59	60,8
KayıpVeri	-	-
Medeni Durumunuz		
Evli	49	50,5
Bekar	48	49,5
KayıpVeri	-	-
Oğrenim Durumunuz		
İlköğretim Düzeyi	9	9,3
Ortaöğretim Düzeyi	12	12,4
Lise Düzeyi	50	51,5
Önlisans Düzeyi	12	12,4
Lisans Düzeyi	12	12,4
Lisansüstü (Yüksek I./Doktora)	2	2,1
KayıpVeri	-	-
Mesleğiniz		
Esnaf	7	7,2
Öğrenci	20	20,6
Serbest Meslek	6	6,2
İşçi	7	7,2
Ev Hanımı	12	12,4
Özel Sektör Çalışanı	10	10,3
Turizm Çalışanı	16	16,5
Kamu Çalışanı	12	12,4
Emekli	3	2,1
Çiftçi	4	4,1
Diğer	-	-
KayıpVeri	-	-

Aylık Gelir Düzeyiniz (TL)		
1000tlvealtı	27	27,8
1001-1500	7	7,2
1501-2000	18	18,6
2001-2500	13	13,4
2501-3000	17	17,5
3001-5000	9	9,3
5000 tl ve üzeri	6	6,2
Kayıp Veri	-	-
Kaç yıldır Şile’de yaşıyorsunuz?		
1 yıldan daha az	44	8,78
1-5 yıl	83	16,57
6-10 yıl	126	25,15
11-15 yıl	75	14,97
16 yıl ve üzeri	173	34,53
KayıpVeri	-	-

Tablo 10’da yapılan analizin sonuçlarına göre pilot çalışmaya katılan yerli halkın %39,2’ sini kadın, %60,8’ni erkek katılımcılar oluşturmaktadır. Katılımcıların %50,5’i evli, %49,5’i bekâr katılımcılardan oluşmaktadır. Pilot çalışmaya katılan katılımcıların öğrenim düzeyi %51,5 ile lise düzeyidir. Katılımcıların yaş aralıkları en çok %24,7 ile 18-24, %22,7 ile 25-34 ve %26,8 ile 35-44 yaş aralıklarından oluşmaktadır. Katılımcıların aylık ortalama gelirlerine bakıldığında %27,8 ile 1000 TL ve altı gelir düzeyi grubundadır. Katılımcıların meslek gruplarını genel olarak öğrenci, turizm çalışanı ve kamu çalışanları oluşturmaktadır. Katılımcılara sorular Şile’de ikamet etme durumlarına bakıldığında katılımcıların %30,8’ ini 16 yıl ve üzeri, %24,5’ ini 11-15 yıl arası ikamet eden yerli halk oluşturmaktadır.

Tablo 11:Pilot Çalışma Faktör Cronbah Alpha Değerleri

Faktör	Cronbah Alpha
Toplum Gururu	0,885
Ekonomik Faydalar	0,863
Kişisel Faydalar	0,874
Toplumun Yaşam Kalitesi	0,662
Olumsuz Etkiler	0,766
Algılanan Değer	0,902
Festival Memnuniyeti	0,900
Festival Sadakati	0,932

Kayış (2014: 405) çalışmasında Cronbah's Alpha değerlerinin; 0,00-0,40 arası güvenilir değil, 0,40-0,60 arası güvenilirliği düşük, 0,60- 0,80 arası oldukça güvenilir, 0,80-1,00 arası değerlerde olduğunda ise ölçeklerin yüksek derecede güvenilir kabul edildiğini belirtmiştir. Pilot çalışmadan elde edilen verilere göre güvenilirlik analizi uygulandığında elde edilen Cronbach's Alpha değerleri sırasıyla toplum gururu 0,885, ekonomik faydalar 0,863, kişisel faydalar 0.874, toplumun yaşam kalitesi 0,662, algılanan değer 0,902, festival memnuniyeti 0,900, festival sadakati 0,932 ve festivalin olumsuz etkileri boyutu 0,766'dır. Genelde yüksek güvenilirlik düzeyinde olan boyutlardan yalnızca toplumun yaşam kalitesi boyutu güvenilirliği düşük olsa da kabul edilebilir düzeydedir. Bu aşama sonrasında gerekli ifade düzenlemeleri yapıp ana çalışmaya geçilmiştir.

3.10.Verilerin Analizi

Araştırma kapsamında elde edilen veriler SPSS (Statistical Packages for the Social Sciences) 22 programı ile değerlendirilmiştir. Veriler SPSS programına girildikten sonra veri girişi sırasında hata kontrolü ve ziyaretçilerin demografik verilere göre dağılımlarını görmek amacıyla frekans analizi uygulanmış her bir boyut faktör analizine tabii tutularak tablolaştırılmıştır. İlk olarak faktör yük değerlerine bakılmıştır. Daha sonra faktörlerin güvenilirlik düzeylerine bakılmıştır. Araştırmada kullanılan ölçeklerin güvenilirliklerinin tespiti için "Cronbach Alpha" iç tutarlık katsayıları hesaplanmıştır.

İstatistiksel analizlerde hangi testlerin yapılacağına karar verilmesi için verilerin normal dağılım gösterip göstermediği öncelikle test edilmemektedir (Karaatlı, 2014: 3). George ve Marllery (2010) çarpıklık ve basıklık değerleri (*skewness ve kurtosis*) +2 ve -2 arasında yer alıyor ise verilerin normal dağıldığının kabul edildiğini belirtmiştir. Normallik testinde *skewness ve kurtosis* değerleri +2 ve -2 arasında olduğundan araştırmanın verilerinin normal dağıldığı sonucuna varılmıştır. Veriler normal dağıldığı için hipotez testlerine parametrik testlere başvurulmuştur. İki bağımsız gruba sahip olan cinsiyet ve medeni durum değişkenlerine t-testi uygulanmıştır. Bağımsız gruplar için t-testi sonuçları gruplar arası varyansın eşit olup olmama durumuna göre farklılık göstereceğinden öncelikle grupların varyans eşitliği test edilmelidir. Eğer Levene testi gruplar arası varyans farkının olduğuna işaret ediyor ise (Sign < 0.05), Equal Variance Not Assumed satırına bakılır. Eğer Levene testi gruplar arası varyans farkının olmadığına işaret ediyor ise (Sign >0.05), Equal Variance Assumed satırına bakılır (Coşkun ve öte., 2015:195). Grup varyanslarının eşitliği Levene (Homojenlik) testi ile kontrol edilmektedir (Sipahi, Yurtkoru ve Çinko, 2010: 118). Tek yönlü varyans analizi gruplar arası farkın istatistiki olarak anlamlı olup olmadığını test eder. Eğer gruplar arasındaki fark anlamlı ise hangi grup ya da grupların farklı olduğunu belirlemektedir (Erol, 2010: 168). Araştırma kapsamında elde edilen verilerden ikiden fazla bağımsız gruba dâhil olan yaş, öğrenim düzeyi, meslek, aylık gelir ve Şile’de yaşama süresi değişkenlerine tek yönlü varyans analizi uygulanmıştır. Bir bağımlı değişken ile bir bağımsız değişken (basit regresyon) veya birden fazla bağımsız değişken (çoklu regresyon) arasındaki ilişkilerin açıklanmasında Regresyon Analizi uygulanmaktadır (Küçüksille, 2014: 199). Araştırma kapsamında bağımlı değişkenler algılanan değer, festival memnuniyeti ve festival sadakati değişkeni ile bağımsız değişkenler olan festivallerin olgu etkileri olan toplum gururu, ekonomik faydalar, kişisel faydalar, toplumun yaşam kalitesi ve festival olumsuz etkileri arasındaki ilişkinin belirlenmesi için çoklu regresyon analizi uygulanmıştır.

3.11.Araştırmanın Bulguları

3.10.1.Demografik Özelliklere Ait Bulgular

Tablo 12'ye göre araştırmaya katılan yerel halkın en fazla olduğu yaş grubu 166 kişi ile 25-34 yaşları arasındaki ziyaretçiler toplam katılımcıların yüzde 33,13'ünü oluşturmaktadır. Katılımcıların 239'u (%47,70) kadın ve 262'si (% 52,30) erkektir. Katılımcıların 266'sı (%53,69) evli 232' ü ise (%46,31) bekârdır. Katılımcıların eğitim düzeylerine bakıldığında daha çok lise mezunlarından oluştuğu (%34,13) görülmektedir. 10 farklı meslek seçeneğinden genel olarak her meslek için ortalama bir katılımcı araştırmaya dâhil edilmeye çalışılmıştır. Katılımcıların meslek gruplarına bakıldığında daha çok kamu çalışanı (%19,16) ve özel sektör çalışanlarından (%17,76) oluştuğu görülmektedir. Katılımcıların aylık gelir düzeylerine bakıldığında 2001-1500 t1 (%21,36) arasında 107 katılımcı ve 3001-5000 t1 (%18,56) arasında 93 katılımcı bulunmuştur. En önemli demografik sorularımızdan olan Şile ilçesinde yaşama süresi araştırmayı yerli halk oluşturduğu için çok önemlidir. Yerel halkın Şile'de yaşama süresi 16 yıl ve üzeri 173 kişi ile katılımcıların %34,53 'ünü oluşturmaktadır. Ayrıntılı demografik bulgular tabloda yer almaktadır.

Tablo 12:Yerel Halkın Demografik Özellikleri

(501)	N	%
Yaş		
17 ve daha az	20	3,99
18-24	72	14,37
25-34	166	33,13
35-44	155	30,94
45yaş ve üzeri	88	17,56
Kayıp Veri	-	-
Cinsiyetiniz		
Kadın	239	47,70
Erkek	262	52,30
KayıpVeri	-	-
Medeni Durumunuz		
Evli	269	53,69
Bekar	232	46,31
Kayıp Veri	-	-

Oğrenim Durumunuz		
İlköğretim Düzeyi	34	6,79
Ortaöğretim Düzeyi	71	14,17
Lise Düzeyi	171	34,13
Önlisans Düzeyi	88	17,56
Lisans Düzeyi	124	24,75
Lisansüstü (Yüksek İ./Doktora)	13	2,59
KayıpVeri	-	-
Mesleğiniz		
Esnaf	63	12,57
Öğrenci	44	8,78
Serbest Meslek	32	6,39
İşçi	45	8,98
Ev Hanımı	48	9,58
Özel Sektör Çalışanı	89	17,76
Turizm Çalışanı	42	8,38
Kamu Çalışanı	96	19,16
Emekli	28	5,59
Çiftçi	14	2,79
Diğer	-	-
Kayıp Veri	-	-
Aylık Gelir Düzeyiniz (TL)		
1000tlvealtı	87	17,33
1001-1500	29	5,19
1501-2000	76	15,17
2001-2500	107	21,36
2501-3000	81	16,17
3001-5000	93	18,56
5000 tl ve üzeri	28	5,59
KayıpVeri	-	-
Kaç yıldır Şile'de yaşıyorsunuz?		
1 yıldan daha az	44	8,78
1-5 yıl	83	16,57
6-10 yıl	126	25,15
11-15 yıl	75	14,97
16 yıl ve üzeri	173	34,53
KayıpVeri	-	-

3.11.Faktör Analizi ve Güvenilirlik Analizine Ait Bulgular

Çalışmada geçerlilik analizi için açılımlayıcı faktör analizinden yararlanılmıştır. Her bir faktör ayrı olarak faktör analizine tabii tutulmuştur. Çalışmada faktör boyutlarının faktör analizine uygun olup olmadığı KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) ve Bartlett's Test (KMO örnekleme yeterliliği istatistiği ve Bartlett küresellik testi) değerlerine bakılarak analiz edilmiştir. KMO değerleri; 0,50'den düşük ise red, 0,50-0,59 ise zayıf, 0,60-0,69 ise orta, 0,70-0,79 ise iyi, 0,80-0,89 ise çok iyi, 0,90-1,00 ise mükemmel olarak değerlendirildiğini belirtmiştir (Sipahi, Yurtkoru ve Çinko, 2010: 79-80). Tüm faktör boyutlarının (toplum gururu, ekonomik faydalar, kişisel faydalar, toplumun yaşam kalitesi, olumsuz etkiler, algılanan değer, festival memnuniyeti, festival sadakati) KMO değerlerinin ($KMO > 0.755$) olduğu görülmektedir. Kişisel faydalar faktörü için KMO değeri 0,915 çıkarak mükemmel düzeyde olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ekonomik faydalar, kişisel faydalar, toplumun yaşam kalitesi, olumsuz etkiler ve algılanan değer faktörlerinin KMO değerleri 0,80-0,89 arasında değerler olarak çok iyi düzeyde olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Festival memnuniyeti ve festival sadakati boyutları için KMO değeri 0,70-0,79 arasında değerler olarak iyi düzeyde olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Barlett testi için hesaplanan p değerinin ise 0,05'ten küçük olduğunda verilerin faktör analizi için uygun olacağını belirtmiştir (Sipahi, Yurtkoru ve Çinko, 2010: 79-80). Barlett anlamlılık değerine bakıldığında tüm faktör boyutlarında (toplum gururu, ekonomik faydalar, kişisel faydalar, toplumun yaşam kalitesi, olumsuz etkiler, algılanan değer, festival memnuniyeti, festival sadakati) anlamlı ayrışan faktör boyutlarının olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p < .000$).

Kozak 2015'e göre faktör analizi sonucunda maddelerin hangi faktör altında yer alacağı belirlenmesi için ise faktör yüklerine bakılmalıdır. Burada dikkat edilmesi gereken faktör yük değerinin en az 0,40 olmasıdır. Çalışmada tüm faktörlerin altında yer alan ifadelerin 0,40'dan büyük olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Faktör analizinin önemli kriterlerinden biri açıklanan varyansın %50'yi geçiyor olmasıdır. Çünkü faktör yapısı toplam değişken varyansının yarısından azını açıklıyor ise evreni temsil ettiğinden

bahsedilemez (Yaşlıoğlu, 2017:77). Her bir faktör için açıklanan varyans oranlarına bakıldığında toplum gururu faktöründe yer alan ifadelerin yerel halkın algılarının toplum gururu faktöründe oluşan varyansın %70,2'sini, ekonomik faydalar faktöründe oluşan varyansın %78,1'ini, kişisel faydalar faktöründe oluşan varyansın % 82,5'ini, toplumun yaşam kalitesi faktöründe yer alan varyansın %84,1'ini, festivalin olumsuz etkileri faktöründe yer alan varyansın %72,5'ini, algılanan değer faktöründe yer alan varyansın %88,1'ini, festival memnuniyeti faktöründe yer alan varyansın %92,9'unu ve festival sadakati faktöründe yer alan varyansın %94,0'ını açıkladığı görülmektedir. Tüm faktörler için açıklanan varyans oranı %50'yi geçmektedir. Ölçeğin güvenilirliğinin belirlenmesinde kullanılan Cronbach's Alpha değerleri 0 ile 1 arasında değerler almaktadır. Güvenilirlik ölçüm değerleri 0,50'den az ise güvenilir değil, 0,50-0,80 arasında ise orta düzeyde güvenilir, 0,80'den fazla ise yüksek güvenilirlikte kabul edilmektedir (Salvucci ve öte., 1997: 115). Bu değerlere göre güvenilirlik analizi sonucunda elde edilen faktörlerin (toplum gururu, ekonomik faydalar, kişisel faydalar, toplumun yaşam kalitesi, olumsuz etkiler, algılanan değer, festival memnuniyeti, festival sadakati) yüksek düzeyde güvenilir değerlere (0,919-0,968) ölçümlere sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 13:Toplum Gururu Değişkeni Faktör Analizi Bulguları

Faktör	Faktör Yüklü	Özdeğer	Açıklanan Varyans(%)	Ortalama	Standart Sapma	Cronba. Alpha
Toplum Gururu - KMO:.899 / BKT:p<.000 (Chi-Square 4208,400, df=36)		6.319	70.209	4,2389	0,81945	0,946
Festival kentin turizm imajını arttırmaktadır.	0,845			4,4311	0,91529	
Festival kentin imajını olumlu yönde etkilemektedir.	0,844			4,3513	0,94464	
Festival sayesinde Şile sakini olmaktan gurur duyuyorum.	0,830			4,2355	0,99821	
Festival sayesinde Şile sakini olmaktan gurur duyuyorum.	0,823			4,2335	0,94199	
Festival'in yapılması Şile'yi daha uluslararası hale getiriyor.	0,859			4,2315	0,96865	
Festival kentin turizmine katkıda bulunmaktadır.	0,863			4,2515	0,95531	
Festival yerel halk için daha fazla iş fırsatları yaratmaktadır.	0,807			4,0958	1,06151	
Festival Şile'nin ekonomik kalkınmasını arttırmaktadır.	0,849			4,1357	1,02642	
Festival yerel kültürün korunmasına yardımcı olmaktadır.	0,824			4,1836	0,99509	

Yanıt Kategorileri: 5: Kesinlikle katılıyorum, 4: Katılıyorum, 3: Kararsızım, 2: Katılmıyorum, 1:Kesinlikle katılmıyorum.

Tablo 13 incelendiğinde anket formunu yanıtlayan yerel halkın toplum gururu boyutu altında yer alan ifadeler katılım düzeyleri incelendiğinde en çok “Festival kentin turizm imajını arttırmaktadır” ($\bar{x}=4,43$) ifadesine katıldıkları, bu ifadeyi sırasıyla “Festival kentin imajını olumlu yönde etkilemektedir” ($\bar{x}=4,35$), “ Festival kentin turizmine katkıda bulunmaktadır ” ($\bar{x}=4,25$), “Festival sayesinde Şile sakini olmaktan gurur duyuyorum” ($\bar{x}=4,23$), “Festival sayesinde Şile sakini olmaktan gurur duyuyorum” ($\bar{x}=4,23$), “Festivalin yapılması Şile'yi daha uluslararası hale getiriyor” ($\bar{x}=4,23$), “Festival yerel kültürün korunmasına yardımcı olmaktadır” ($\bar{x}=4,18$), “Festival Şile'nin ekonomik kalkınmasını arttırmaktadır” ($\bar{x}=4,13$), “Festival yerel halk için daha fazla iş fırsatları yaratmaktadır” ($\bar{x}=4,13$) ifadelerinin izlediği görülmektedir. Bu ifadeler “Kesinlikle Katılıyorum” ile “Katılıyorum” arasında bir değerdedir. Genel olarak ölçekteki bütün ifadeler yerel halkın katılımının 4,00 üzerinde olduğu üzerinde olduğu ve yüksek düzeyde algıladıkları görülmüştür.

Son olarak da yerel halkın festivalden büyük oranda gurur duydukları ($\bar{x}=4,23$) tespit edilmiştir.

Tablo 14:Ekonomik Faydalar Değişkeni Faktör Analizi Bulguları

Faktör	Faktör Yüğü	Özdeğer	Açıklanan Varyans(%)	Ortalama	Standart Sapma	Cronba. Alpha
Ekonomik Faydalar - KMO:.869 / BKT: p<.000 (Chi-Square 2928,907, df= 15)		4,686	78,102	4,1035	0,93672	0,943
Festival istihdam oranını yükseltmektedir.	0,874			4,0958	1,05395	
Festival ülke ekonomisine yarar sağlamaktadır.	0,896			4,0739	1,06983	
Festival alışveriş olanaklarını arttırmaktadır.	0,898			4,1756	1,01049	
Festival işletmeler için kar yaratmaktadır.	0,911			4,1856	1,00572	
Festival yeni tesislerin ortaya çıkmasını sağlamaktadır.	0,881			4,0659	1,08335	
Festival yerel sakinlerin yaşam standartlarını iyileştirmektedir.	0,841			4,0240	1,14343	

Yanıt Kategorileri: 5: Kesinlikle katılıyorum, 4: Katılıyorum, 3:Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 1:Kesinlikle katılmıyorum.

Tablo 14 incelendiğinde anket formunu yanıtlayan yerel halkın ekonomik faydalar boyutu altında yer alan ifadelere katılım düzeyleri incelendiğinde en çok “Festival işletmeler için kar yaratmaktadır” ($\bar{x}=4,18$) ifadesine katıldıkları, bu ifadeyi sırasıyla “Festival alışveriş olanaklarını arttırmaktadır” ($\bar{x}=4,17$), “Festival istihdam oranını yükseltmektedir” ($\bar{x}=4,09$), “Festival yeni tesislerin ortaya çıkmasını sağlamaktadır” ($\bar{x}=4,07$), “Festival yeni tesislerin ortaya çıkmasını sağlamaktadır” ($\bar{x}=4,06$), “Festival yerel sakinlerin yaşam standartlarını iyileştirmektedir” ($\bar{x}=4,06$) ifadelerinin izlediği görülmektedir. Bu ifadeler “Kesinlikle Katılıyorum” ile “Katılıyorum” arasında bir değerdedir. Genel olarak ölçekteki bütün ifadeler yerel halkın katılımının 4,00 üzerinde olduğu ve yüksek düzeyde algıladıkları görülmüştür. Son olarak da yerel halkın festivalin ekonomik faydalarından memnun oldukları ($\bar{x}=4,10$) tespit edilmiştir.

Tablo 15:Kişisel Faydalar Değişkeni Faktör Analizi Bulguları

Faktör	Faktör Yüklü	Özdeğer	Açıklanan Varyans(%)	Ortalama	Standart Sapma	Cronba. Alpha
Kişisel Faydalar – KMO:.915 / BKT:p<.000 (Chi-Square 3368,431, df= 15)		4,952	82,530	4,0135	0,98890	0,958
Festival büyük bir kitleye ulaşmaktadır.	0,861			4,1317	1,07453	
Festivale katılmaktan çok keyif alıyorum.	0,884			4,2156	1,01855	
Festival hayatıma heyecan getirmektedir.	0,937			4,0858	1,11831	
Festival hayatımı zenginleştirmektedir.	0,936			4, 0579	1,10392	
Festival hayatıma duygusal tecrübe katmaktadır.	0,934			4,0459	1,12423	
Festival günlük stresimden kurtulmama yardımcı olmaktadır.	0,896			4,1078	1,09012	

Yanıt Kategorileri: 5: Kesinlikle katılıyorum, 4: Katılıyorum, 3:Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 1:Kesinlikle katılmıyorum.

Tablo 15 incelendiğinde anket formunu yanıtlayan yerel halkın kişisel faydalar boyutu altında yer alan ifadelerle katılım düzeyleri incelendiğinde en çok “Festivale katılmaktan çok keyif alıyorum” ($\bar{x}=4,21$) ifadesine katıldıkları, bu ifadeyi sırasıyla “Festival büyük bir kitleye ulaşmaktadır” ($\bar{x}=4,13$), “ Festival günlük stresimden kurtulmama yardımcı olmaktadır” ($\bar{x}=4,10$), “Festival hayatıma heyecan getirmektedir” ($\bar{x}=4,08$), “Festival hayatımı zenginleştirmektedir” ($\bar{x}=4,05$) ve “Festival hayatıma duygusal tecrübe katmaktadır” ($\bar{x}=4,04$) ifadelerinin izlediği görülmektedir. Bu ifadeler “Kesinlikle Katılıyorum” ile “Katılıyorum” arasında bir değerdedir. Genel olarak faktördeki bütün ifadelerle yerel halkın katılımının 4,00 üzerinde olduğu ve yüksek düzeyde algıladıkları görülmüştür. Son olarak da yerel halkın festivalin kişisel faydalarından memnun oldukları ($\bar{x}=4,01$) tespit edilmiştir.

Tablo 16:Toplumun Yaşam Kalitesi Değişkeni Faktör Analizi Bulguları

Faktör	Faktör Yüklü	Özdeğer	Açıklanan Varyans(%)	Ortalama	Standart Sapma	Cronba. Alpha
Toplumun Yaşam Kalitesi – KMO: .862/ BKT: p<.000 (Chi-Square 1759,935, df= 6).		3,367	84.165	4,0958	0,99225	0,936
Festival birçok boş zaman fırsatı yaratmaktadır.	0,911			4,0200	1,16602	
Festival yerel halkın kendi toplumlarını öğrenmelerini sağlamaktadır.	0,920			4,1018	1,05243	
Festival aile temelli boş zaman fırsatları yaratmaktadır.	0,942			4,1158	1,05951	
Festival daha fazla rekreasyon-eğlence olanakları sağlamaktadır.	0,896			4,1457	1,04916	

Yanıt Kategorileri: 5: Kesinlikle katılıyorum, 4: Katılıyorum, 3:Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 1:Kesinlikle katılmıyorum.

Tablo 16 incelendiğinde anket formunu yanıtlayan yerel halkın toplumun yaşam kalitesi boyutu altında yer alan ifadeler katılım düzeyleri incelendiğinde en çok; “Festival daha fazla rekreasyon-eğlence olanakları sağlamaktadır” ($\bar{x}=4,14$) ifadesine katıldıkları, bu ifadeyi sırasıyla “Festival aile temelli boş zaman fırsatları yaratmaktadır” ($\bar{x}=4,11$), “Festival yerel halkın kendi toplumlarını öğrenmelerini sağlamaktadır” ($\bar{x}=4,11$), “Festival yerel halkın kendi toplumlarını öğrenmelerini sağlamaktadır” ($\bar{x}=4,10$) ifadelerin izlediği görülmektedir. Bu ifadeler “Kesinlikle Katılıyorum” ile “Katılıyorum” arasında bir değerdedir. Genel olarak ölçekteki bütün ifadeler yerel halkın katılımının 4,00 üzerinde olduğu ve yüksek düzeyde algıladıkları görülmüştür. Son olarak da yerel halkın festivalin yaşam kalitelerine olan etkilerinden memnun oldukları ($\bar{x}=4,09$) tespit edilmiştir.

Tablo 17: Olumsuz Etkiler Değişkeni Faktör Analizi Bulguları

Faktör	Faktör Yüklü	Özdeğer	Açıklanan Varyans(%)	Ortalama	Standart Sapma	Cronba. Alpha
Olumsuz Etkiler – KMO: .876 / BKT: p<.000 (Chi-Square 2396, 240, df= 15).		4,352	75,540	2,1334	0,88330	0,919
Festival doğal ortamı yok etmektedir.	0,858			2,1178	0,99000	
Festival hava kirliliği yaratmaktadır.	0,890			2,0419	0,99611	
Festival kültürel miras alanlarına zarar vermektedir.	0,898			2,0100	0,97463	
Festival normal hayatı bozmaktadır.	0,896			2,0419	0,99007	
Festival trafik sıkışıklığını arttırmaktadır.	0,744			2,4032	1,21865	
Festival kentsel hizmetler üzerinde baskı yapmaktadır.	0,813			2,1856	1,08971	

“Olumsuz etkiler” faktörü ters kodlanmıştır.

Ters kodlama: Yanıt Kategorileri: 1: Kesinlikle katılıyorum, 2: Katılıyorum, 3:Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, 4: Katılmıyorum, 5:Kesinlikle katılmıyorum.

Tablo 17 incelendiğinde anket formunu yanıtlayan yerel halkın olumsuz etkiler boyutu altında yer alan ifadeler katılım düzeyleri incelendiğinde en çok; “Festival trafik sıkışıklığını arttırmaktadır” ($\bar{x}=2,40$) ifadesine katıldıkları, bu ifadeyi sırasıyla “Festival kentsel hizmetler üzerinde baskı yapmaktadır” ($\bar{x}=2,18$), “Festival doğal ortamı yok etmektedir” ($\bar{x}=2,11$), “Festival normal hayatı bozmaktadır” ($\bar{x}=2,04$), “Festival hava kirliliği yaratmaktadır” ($\bar{x}=2,04$) ve “Festival kültürel miras alanlarına zarar vermektedir” ($\bar{x}=2,01$) ifadelerin izlediği görülmektedir. Bu ifadeler “Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum” ile “Katılmıyorum” arasında bir değerdedir. 5’li likert ölçeğinde ters kodlama yapıldığı için genel olarak ölçekteki bütün ifadeler yerel halkın katılımının 2,00 üzerinde olduğu ve yüksek düzeyde algıladıkları görülmüştür. Son olarak da yerel halkın festivalin oluşturduğu olumsuz etkilere katıldıkları ($\bar{x}=2,13$) tespit edilmiştir.

Tablo 18:Algılanan Değer Değişkeni Faktör Analizi Bulguları

Faktör	Faktör Yüklü	Özdeğer	Açıklanan Varyans(%)	Ortalama	Standart Sapma	Cronba. Alpha
Algılanan Değer- KMO: .858 / BKT:p<.000 (Chi-Square 2303,170, df= 6)		3,553	88,813	4,0813	1,06054	0,958
Festival harcadığım paraya, enerjiye ve zamana değmektedir.	0,921			4,1477	1,05742	
Festival beklediğimden daha güzel geçmektedir.	0,957			4,0439	1,15155	
Festival diğer festivallere göre daha güzel geçmektedir.	0,956			4,0419	1,15941	
Festival iyi organize edilmiş bir festivaldir.	0,935			4,0918	1,13117	

Yanıt Kategorileri: 5: Kesinlikle katılıyorum, 4: Katılıyorum, 3:Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 1:Kesinlikle katılmıyorum.

Tablo 18 incelendiğinde anket formunu yanıtlayan yerel halkın algılanan değer boyutu altında yer alan ifadeler katılım düzeyleri incelendiğinde en çok; “Festival harcadığım paraya, enerjiye ve zamana değmektedir” ($\bar{x}=4,14$) ifadesine katıldıkları, bu ifadeyi sırasıyla “Festival iyi organize edilmiş bir festivaldir” ($\bar{x}=4,11$), “Festival beklediğimden daha güzel geçmektedir” ($\bar{x}=4,04$), “Festival diğer festivallere göre daha güzel geçmektedir” ($\bar{x}=4,04$) ifadelerin izlediği görülmektedir. Bu ifadeler “Kesinlikle Katılıyorum” ile “Katılıyorum” arasında bir değerdedir. Genel olarak ölçekteki bütün ifadeler yerel halkın katılımının 4,00 üzerinde olduğu ve yüksek düzeyde algıladıkları görülmüştür. Son olarak da yerel halkın festivale ilişkin algılanan değerlerinin yüksek olduğu ($\bar{x}=4,08$) tespit edilmiştir.

Tablo 19:Festival Memnuniyeti Değişkeni Faktör Analizi Bulguları

Faktör	Faktör Yüklü	Özdeğer	Açıklanan Varyans(%)	Ortalama	Standart Sapma	Cronba. Alpha
Festival Memnuniyeti – KMO: .755 / BKT:p<.000 (Chi-Square 1783,454, df= 3)		2,787	92,907	4,1843	0,99262	0,961
Festivale katılmaktan memnuniyet duyuyorum.	0,959			4,2056	1,03133	
Festivale katıldığım için mutlu oldum.	0,977			4,2096	1,00099	
Festivale katılarak kendim için iyi bir şeyler yaptığımı hissettim.	0,956			4,1377	1,05783	

Yanıt Kategorileri: 5: Kesinlikle katılıyorum, 4: Katılıyorum, 3:Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 1:Kesinlikle katılmıyorum.

Tablo 19 incelendiğinde anket formunu yanıtlayan yerel halkın festival memnuniyeti boyutu altında yer alan ifadelere katılım düzeyleri incelendiğinde en çok; “Festivale katıldığım için mutlu oldum” ($\bar{x}=4,20$), ifadesine katıldıkları, bu ifadeyi sırasıyla “Festivale katılmaktan memnuniyet duyuyorum” ($\bar{x}=4,20$), “Festivale katılarak kendim için iyi bir şeyler yaptığımı hissettim” ($\bar{x}=4,13$) ifadelerinin izlediği görülmektedir. Bu ifadeler “Kesinlikle Katılıyorum” ile “Katılıyorum” arasında bir değerdedir. Genel olarak ölçekteki bütün ifadelere yerel halkın katılımının 4,00 üzerinde olduğu ve yüksek düzeyde algıladıkları görülmüştür. Son olarak da yerel halkın festivalden büyük oranda memnun oldukları ($\bar{x}=4,18$) tespit edilmiştir.

Tablo 20:Festival Sadakati Değişkeni Faktör Analizi Bulguları

Faktör	Faktör Yüklü	Özdeğer	Açıklanan Varyans(%)	Ortalama	Standart Sapma	Cronba. Alpha
Festival Sadakati – KMO: .783 /BKT:p<.000 (Chi-Square 1783,454, df= 3)		2,823	94,091	4,2315	0,99424	0,968
Festivale katılmaya devam edeceğim.	0,968			4,2675	1,00614	
Festivali arkadaşlarıma ve çevremdeki insanlara önereceğim.	0,974			4,2036	1,05379	
Festivaldeki etkinliklere bir daha katılmayı düşünüyorum.	0,968			4,2236	1,01485	

Yanıt Kategorileri: 5: Kesinlikle katılıyorum, 4: Katılıyorum, 3:Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 1:Kesinlikle katılmıyorum.

Tablo 20 incelendiğinde anket formunu yanıtlayan yerel halkın festival sadakati boyutu altında yer alan ifadelerle katılım düzeyleri incelendiğinde en çok; “Festivale katılmaya devam edeceğim”(x̄=4,26) ifadesine katıldıkları, bu ifadeyi sırasıyla “Festivaldeki etkinliklere bir daha katılmayı düşünüyorum” (x̄=4,22), “Festivali arkadaşlarıma ve çevremdeki insanlara önereceğim” (x̄=4,20) ifadelerinin izlediği görülmektedir. Bu ifadeler “Kesinlikle Katılıyorum” ile “Katılıyorum” arasında bir değerdedir. Genel olarak ölçekteki bütün ifadelerle yerel halkın katılımının 4,00 üzerinde olduğu ve yüksek düzeyde algıladıkları görülmüştür. Yerel halkın festivale yönelik sadakatlerinin (x̄=4,23) oldukça yüksek olduğu tespit edilmiştir.

3.12. Demografik Değişkenler ile Algılanan Değer, Festival Memnuniyeti ve Festival Sadakati Arasındaki Fark Testlerine Ait Bulgular

Algılanan Değer / Bağımsız İki Örneklem T- Testi Sonuçları

Yerel halkın festivale ilişkin algılanan değeri, festival memnuniyeti ve festival sadakati boyutlarının cinsiyet ve medeni duruma göre farklılaşp farklılaşmadığını test edilebilmesi için bağımsız iki örneklem t-testine başvurulmuştur.

Araştırmaya katılan yerli halkın algılanan değer değişkeni ile medeni durumları ve cinsiyetleri arasında fark olup olmadığının belirlenmesi için t-testi uygulanmıştır. Sonuçlara ilişkin veriler aşağıdaki gibidir.

Bu doğrultuda hipotezler;

H_{1a}: Yerel halkın festivale ilişkin algılanan değeri cinsiyetlerine göre farklılık göstermektedir.

H_{1b}: Yerel halkın festivale ilişkin algılanan değeri medeni durumlarına göre farklılık göstermektedir.

Tablo 21:Algılan Değer / Cinsiyet ve Medeni Durum Değişkenleri ile Bağımsız İki Örneklem T-Testi Analizi Sonuçları

Değişkenler	Grup	n	\bar{x}	s.s.	t	p
Cinsiyet	Kadın	239	4,0952	1,07350	0,279	0,435**
	Erkek	262	4,0687	1,05048		
Medeni Durum	Evli	269	4,0771	1,06411	-0,095	0,715**
	Bekâr	232	4,0862	1,05867		

*p<0,05; p>0,05**

Veri setinin cinsiyete ve medeni duruma göre varyanslarının eşit dağılıp dağılmadığı homojenlik testi ile tespit edilmiş hem cinsiyet (p:0,435>0,05) hem medeni durum (p:0,715>0,05) için varyansların eşit dağıldığı varsayılmıştır.

Yapılan t-testi sonucunda kadınların algıladıkları değer ($\bar{x}=4,09$) ile erkeklerin algılanan değerleri ($\bar{x}=4,09$) arasında ve evlilerin algıladıkları değer ($\bar{x}= 4,07$) ile bekâr yerel halkın algıladıkları değer ($\bar{x}=4,08$) arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır.

Festival Memnuniyeti Bağımsız İki Örneklem T- Testi Sonuçları

Araştırmaya katılan yerli halkın festival memnuniyeti değişkeni ile medeni durumları ve cinsiyetleri arasında fark olup olmadığının belirlenmesi için t-testi uygulanmıştır. Sonuçlara ilişkin veriler aşağıdaki gibidir.

Bu doğrultu da hipotezler;

H_{2a}: Yerel halkın festival memnuniyeti cinsiyetlerine göre farklılık göstermektedir.

H_{2b}: Yerel halkın festival memnuniyeti medeni durumlarına göre farklılık göstermektedir.

Tablo 22:Festival Memnuniyeti / Cinsiyet ve Medeni Durum Değişkenleri ile Bağımsız İki Örneklem T-Testi Analizi Sonuçları

Değişkenler	Grup	N	\bar{X}	s.s.	t	p
Cinsiyet	Kadın	239	4,2120	0,99844	0,596	0,620**
	Erkek	262	4,1590	0,98852		
Medeni Durum	Evli	269	4,1834	0,99929	0,220	0,639**
	Bekar	232	4,1853	0,98699		

*p<0,05; p>0,05**

Veri setinin cinsiyete ve medeni duruma göre varyanslarının eşit dağılıp dağılmadığı homojenlik testi ile tespit edilmiş hem cinsiyet (p:0,592>0,05) hem medeni durum (p:0,639>0,05) için varyansların eşit dağıldığı varsayılmıştır. Yapılan t-testi sonucunda kadınların algıladıkları değer ($\bar{x}=4,21$) ile erkeklerin algılanan değerleri ($\bar{x}=4,15$) arasında ve evlilerin algıladıkları değer ($\bar{x}=4,18$) ile bekâr yerel halkın algıladıkları değer ($\bar{x}=4,18$) arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır.

Festival Sadakati Bağımsız İki Örneklem T- Testi Sonuçları

Araştırmaya katılan yerli halkın festival sadakati değişkeni ile medeni durumları ve cinsiyetleri arasında fark olup olmadığının belirlenmesi için t-testi uygulanmıştır. Sonuçlara ilişkin veriler aşağıdaki gibidir.

Bu doğrultu da hipotezler;

H_{3a}: Yerel halkın festival sadakati cinsiyetlerine göre farklılık göstermektedir.

H_{3b}: Yerel halkın festival sadakati medeni durumlarına göre farklılık göstermektedir.

Tablo 23: Festival Sadakati/Cinsiyet ve Medeni Durum Değişkenleri ile Bağımsız İki Örneklem T-Testi Analizi Sonuçları

Değişkenler	Grup	N	\bar{x}	s.s.	t	p
Cinsiyet	Kadın	239	4,2329	0,95860	0,030	0,563**
	Erkek	262	4,2303	1,02750		
Medeni Durum	Evli	269	4,2131	1,01686	-0,446	0,282**
	Bekâr	232	4,2529	0,96910		

* $p < 0,05$; $p > 0,05$ **

Veri setinin cinsiyete ve medeni duruma göre varyanslarının eşit dağılıp dağılmadığı homojenlik testi ile tespit edilmiş hem cinsiyet ($p:0,563 > 0,05$) hem medeni durum ($p:0,282 > 0,05$) için varyansların eşit dağıldığı varsayılmıştır. Yapılan t-testi sonucunda kadınların algıladıkları değer ($\bar{x}=4,23$) ile erkeklerin algılanan değerleri ($\bar{x}=4,23$) arasında ve evlilerin algıladıkları değer ($\bar{x}= 4,21$) ile bekâr yerel halkın algıladıkları değer ($\bar{x}=4,25$) arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır.

3.13. Tek Yönlü Varyans Analizi – ANOVA

Araştırmaya katılan yerli halkın algılanan değer, festival memnuniyeti ve festival sadakati algılarının yaş grupları, öğrenim durumları, meslek grupları, aylık gelir ve Şile’de ikamet etme sürelerine göre farklılaşıp farklılaşmadığının tespit edilmesi amacıyla ANOVA testi her bir değişkene sırası ile uygulanmıştır. Yapılan analiz sonuçları tablo 24, 25 ve 26’ da görselleştirilmiştir.

Yerel halkın festivale ilişkin algılanan değeri demografik özelliklerine göre farklılık göstermektedir hipotezi kapsamında alt hipotez olarak oluşturulan hipotezler aşağıdaki gibidir.

H_{1c}: Yerel halkın festivale ilişkin algılanan değeri yaş guruplarına göre farklılık göstermektedir.

H_{1d}: Yerel halkın festivale ilişkin algılanan değeri öğrenim durumlarına göre farklılık göstermektedir.

H_{1e}: Yerel halkın festivale ilişkin algılanan değeri meslek guruplarına göre farklılık göstermektedir.

H_{1f}: Yerel halkın festivale ilişkin algılanan değeri aylık gelir durumlarına göre farklılık göstermektedir.

H_{1g}: Yerel halkın festivale ilişkin algılanan değeri Şile' de yaşama süresine göre farklılık göstermektedir.

Tablo 24:Algılanan Değer -Tek Yönlü Varyans Analizi – ANOVA Sonuçları

Değişkenler	Grup		n	\bar{x}	s.s.	F	p	Post Hoc Test
Yaş Grupları	1	17 ve daha az	20	3,8500	1,09844	2,818	0,025	Tamhanes T2 -
	2	18-24	72	3,9965	1,13561			
	3	25-34	166	4,1747	0,96392			
	4	35-44	155	4,2097	0,97555			
	5	45 +	88	3,8011	1,24808			
Öğrenim Durumu	1	İlkokul	34	3,8015	1,16577	1,328	0,251	-
	2	Ortaokul	71	4,2007	1,00145			
	3	Lise	171	4,1652	1,04746			
	4	Önlisans	88	4,1278	1,10705			
	5	Lisans	124	3,9657	1,03708			
	6	Lisansüstü	13	3,8462	1,09705			
Meslek	1	Esnaf	63	3,7183	1,38066	3,527	0,000	Tamhanes T2 10>9 10>1
	2	Öğrenci	44	3,8920	1,17310			
	3	Serbest Meslek	32	4,1563	0,96668			
	4	İşçi	45	4,2056	0,90342			
	5	Ev Hanımı	48	4,1875	0,92756			
	6	Ö. sektör ç.	89	4,3343	0,92391			
	7	Turizm ç.	42	4,3631	0,87513			
	8	Kamu ç.	96	4,0208	1,00241			
	9	Emekli	28	3,4732	1,19865			
	10	Çiftçi	14	4,5536	0,60589			
	11	Diğer	-	-	-			
Aylık Gelir	1	1000 tl ve altı	87	4,1034	1,02551	0,952	0,457	-
	2	1001-1500	29	3,8448	1,15228			
	3	1501-2000	76	3,9638	1,15160			
	4	2001-2500	107	4,2500	1,01985			
	5	2501-3000	81	4,1142	0,94377			
	6	3001-5000	93	4,0027	1,05841			
	7	5000tl ve üzeri	28	4,0982	1,28080			
Şile' de Yaşama Süresi	1	1yıldan daha az	44	4,3920	0,90283	4.100	0,003	Tamhanes T2 1>5 3>5
	2	1-5 yıl	83	4,0060	1,02483			
	3	6-10 yıl	126	4,2242	0,98885			
	4	11-15 yıl	75	4,2533	0,97476			
	5	16 yıl ve ü.	173	3,8598	1,15804			

Tablo 24 incelendiğinde yerel halkın festivale ilişkin algılanan değerinin öğrenim durumu ve aylık gelir düzeylerine göre farklılaşmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Yaş grupları, meslek ve Şile’de yaşama sürelerine bakıldığında ise yerel halkın festival ilişkin algılanan değerinin ($p:0,00<0,05$) anlamlı şekilde farklılaştığı tespit edilmiştir. Gruplar arası farkların tespit edilebilmesi için post-hoc testlerine başvurulmuştur. Homojenlik (Levene) testi sonuçları dikkate alınmıştır. Tüm bu sonuçlar değerlendirildiğinde; yerel halkın yaş gruplarının homojenlik testinde anlamlılık değeri $p: 0,006 < 0,05$ çıktığı için varyanslar homojen değildir. Varyanslar homojen olmadığı için post-hoc testlerinden Tamhane’s T2 testi tercih edilmiştir. Fakat test sonucunda gruplar arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Meslek gruplarına bakıldığında homojenlik tablosunda anlamlılık değeri $p:0,000 <0,05$ çıktığı için varyanslar homojen değildir. Varyanslar homojen olmadığı için post-hoc testlerinden Tamhane’s T2 testi tercih edilmiştir. Emekli ve çiftçi grubunda yer alan yerel halk arasında ve esnaf ve çiftçi grubunda yer alan yerel halk arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Emekli yerel halkın ortalamasının ($\bar{x}=3,47$) çiftçi yerel halktan ($\bar{x}=4,55$) düşük olmasının sebebi festival etkinliklerinin emekli grubunda yer alan halka hitap etmemesi ve tahmini yaş grubu yüksek olduğu için festival etkinliklerine katılamaması olarak yorumlanabilir. Esnaf grubunda yer alan yerel halkın ortalamalarının yüksek olmasının sebebi festivale hem ziyaretçi hem katılımcı olarak katılabilmeleri, ürettikleri doğal ve yerel ürünlerin satışını ve tanıtımını sağlamları olarak gösterilebilir. Esnaf meslek grubunda yer alan yerel halkın ortalamalarının ($\bar{x}=3,71$) çiftçi grubunda yer alan yerel halkın ortalamalarından ($\bar{x}=4,55$) düşük olmasının sebebi esnafın festivalin düzenlendiği gün ve saatlerde dükkânlarını açık tutmaları, festivalin düzenlendiği konumun esnafın olduğu bölgeye uzak olduğu için satış yapamamaları ve festivalde satış yapamamalarından dolayı olduğu söylenebilir. Yerel halkın Şile’de yaşam sürelerinin homojenlik testinde anlamlılık değerine bakıldığında $p:0,045<0,05$ çıktığı için varyanslar homojen değildir. Homojen olmama durumunda post-hoc testlerinden Tamhane’s T2 testi tercih edilmiştir. Yerel halkın festivale ilişkin algılanan

değerleri 1 yıl ve daha az-16 yıl ve üzeri ve 16 yıl ve üzeri- 1 yıl ve daha az gruplarında farklılık göstermiştir. Şile’ de 1 yıldan daha az yaşayan yerli halk ortalamaları ile (\bar{x} :4,39) 16 yıl ve üzeri yaşayan grup ortalamaları arasında (\bar{x} :3,85) anlamlı bir farklılık çıkmıştır. Şile’de 1 yıldan daha az yaşayanların ortalamalarının yüksek olmasının sebebi festivale ilk kez katılmış olmaları ve festivalin onlar için farklı ve keyifli olduğu, 16 yıl üzeri Şile’de yaşayan yerel halk için festivalin artık kendini tekrar ettiği ve daha farklı etkinlikler ile zenginleştirilerek daha iyi bir organizasyona sahip olması gerektiği sonucuna ulaşılabilir. Şile 6 ve 10 yıl üzerinde yaşayan yerli halkın ortalamalarının (\bar{x} :4,22) 16 yıl ve üzeri Şile’de yaşayan gruptan yüksek olmasının sebebi festivale katılmaktan keyif aldıkları ve festivalin iyi organize edildiğini düşündükleri sonucuna ulaşılabilir.

Yerel halkın festival memnuniyeti demografik özelliklerine göre farklılık göstermektedir hipotezi kapsamında alt hipotez olarak oluşturulan hipotezler aşağıdaki gibidir.

H_{2c}: Yerel halkın festival memnuniyeti yaş guruplarına göre farklılık göstermektedir.

H_{2d}: Yerel halkın festival memnuniyeti öğrenim durumlarına göre farklılık göstermektedir.

H_{2e}: Yerel halkın festival memnuniyeti meslek guruplarına göre farklılık göstermektedir.

H_{2f}: Yerel halkın festival memnuniyeti aylık gelir göre farklılık göstermektedir.

H_{2g}: Yerel halkın festival memnuniyeti Şile’ de yaşama süresine göre farklılık göstermektedir.

Tablo 25:Festival Memnuniyeti-Tek Yönlü Varyans Analizi - ANOVA Sonuçları

Değişkenler	Grup	N	\bar{X}	s.s.	F	p	PostHoc Test
Yaş Grupları	1 17 ve daha az	20	3,9500	1,06664	2,714	0,048	Tamhane s T2 -
	2 18-24	72	4,1759	0,99604			
	3 25-34	166	4,2530	0,90653			
	4 35-44	155	4,2903	0,86014			
	5 45 +	88	3,9280	1,27602			
Öğrenim Durumu	1 İlkokul	34	3,9216	1,20341	0,696	0,627	-
	2 Ortaokul	71	4,2582	0,95817			
	3 Lise	171	4,1930	1,04902			
	4 Önlisans	88	4,1932	0,99516			
	5 Lisans	124	4,1720	0,89713			
	6 Lisansüstü	13	4,4103	0,64051			
Meslek	1 Esnaf	63	3,7989	1,40345	2,632	0,006	Tamhane s T2 -
	2 Öğrenci	44	4,0076	1,02296			
	3 Serbest Meslek	32	4,1875	0,99077			
	4 İşçi	45	4,2222	0,83182			
	5 Ev Hanımı	48	4,2500	0,93399			
	6 Ö.sektör ç.	89	4,3858	0,90019			
	7 Turizm ç.	42	4,4603	0,71739			
	8 Kamu ç.	96	4,2257	0,82999			
	9 Emekli	28	3,8214	1,18801			
	10 Çiftçi	14	4,4524	0,62165			
	11 Diğer	-	-	-			
Aylık Gelir	1 1000 tl ve altı	87	4,2107	0,92498	0,933	0,471	-
	2 1001-1500	29	3,8391	1,06391			
	3 1501-2000	76	4,1360	1,10645			
	4 2001-2500	107	4,2835	0,97107			
	5 2501-3000	81	4,2387	0,93279			
	6 3001-5000	93	4,1219	0,98268			
	7 5000 tl ve ü.	28	4,2619	1,08243			
Şile'de Yaşama Süresi	1 1 yıldan daha az	44	4,2955	0,86031	3,570	0,007	Tamhane s T2 5>3
	2 1-5 yıl	83	4,1928	0,93722			
	3 6-10 yıl	126	4,3386	0,88943			
	4 11-15 yıl	75	4,3511	0,92819			
	5 16 yıl ve ü.	173	3,9672	1,11117			

Tablo 25 incelendiğinde yerel halkın festival memnuniyeti öğrenim durumu ve aylık gelir düzeylerine göre farklılaşmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Yaş grupları, meslek ve Şile’de yaşama sürelerine bakıldığında ise yerel halkın festival memnuniyetinin ($p:0,00 < 0,05$) anlamlı şekilde farklılaştığı tespit edilmiştir. Gruplar arası farkların tespit edilebilmesi için post-hoc testlerine başvurulmuştur. Homojenlik (Levene) testi sonuçları dikkate alınmıştır. Tüm bu sonuçlar değerlendirildiğinde; yerel halkın yaş gruplarına bakıldığında homojenlik testi anlamlılık değeri $p:0,048 < 0,05$ için varyanslar homojen değildir. Varyanslar homojen olmadığı için post-hoc testlerinden Tamhane’s T2 testi tercih edilmiştir. Fakat test sonucunda gruplar arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Yerel halkın meslek gruplarına bakıldığında homojenlik testi anlamlılık değeri $p:0,000 < 0,05$ için varyanslar homojen değildir. Varyanslar homojen olmadığı için post-hoc testlerinden Tamhane’s T2 testi tercih edilmiştir. Fakat test sonucunda gruplar arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Yerel halkın Şile’de yaşama sürelerine bakıldığında homojenlik testi anlamlılık değeri $p:0,023 < 0,05$ için varyanslar homojen değildir. Varyanslar homojen olmadığı için post-hoc testlerinden Tamhane’s T2 testi tercih edilmiştir. Test sonucunda Şile’de 16 yıl ve üzeri yaşayan yerel halk ile 6 ve 10 yıl üzeri yaşayan yerel halk arasında anlamlı bir farklılık olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Şile 6 ve 10 yıl arasında yaşayan yerel halk ortalamalarının ($\bar{x}:4,33$) 16 yıl ve üzeri yaşayan yerli halk ortalamalarından ($\bar{x}:3,96$) yüksek olmasının sebebi halkın festivalin düzenlenmesinden duydukları tatminin yüksek olduğu sonucuna ulaşılabilir. Şile’de 16 yıl ve üzeri yaşayan yerel halkın festivalden duydukları memnuniyetin azaldığı sonucuna da ulaşılabilir.

Yerel halkın festival sadakati demografik özelliklerine göre farklılık göstermektedir hipotezi kapsamında alt hipotez olarak oluşturulan hipotezler aşağıdaki gibidir.

H_{3c}: Yerel halkın festival sadakati yaş guruplarına göre farklılık göstermektedir.

H_{3d}: Yerel halkın festival sadakati öğrenim durumlarına göre farklılık göstermektedir.

H_{3e}: Yerel halkın festival sadakati meslek gruplarına göre farklılık göstermektedir.

H_{3f}: Yerel halkın festival sadakati aylık gelir gruplarına göre farklılık göstermektedir.

H_{3g}: Yerel halkın festival sadakati Şile'de yaşama sürelerine göre farklılık göstermektedir.



Tablo 26: Festival Sadakati-Tek Yönlü Varyans Analizi - ANOVA Sonuçları

Değişkenler	Grup	n	\bar{x}	s.s.	F	p	Post Hoc Test
Yaş Grupları	1 17vedahaaz	20	3,9500	1,15609	3.366	0.010	Tukey 4>5
	2 18-24	72	4,3472	0,89589			
	3 25-34	166	4,2751	0,93490			
	4 35-44	155	4,3419	0,93740			
	5 45 +	88	3,9242	1,17088			
Öğrenim Durumu	1 İlkokul	34	3,8725	1,26335	2,266	0,047	Tukey -
	2 Ortaokul	71	4,0798	1,01335			
	3 Lise	171	4,1871	1,03536			
	4 Önlisans	88	4,3447	1,00884			
	5 Lisans	124	4,3629	0,82422			
	6 Lisansüstü	13	4,5641	0,59914			
Meslek	1 Esnaf	63	3,8466	1,25984	2.725	0.004	Tamhan e's T2 7>1
	2 Öğrenci	44	4,0833	1,01697			
	3 Serbest Meslek	32	4,2396	0,97361			
	4 İşçi	45	4,2815	1,05638			
	5 Ev Hanımı	48	4,1528	0,95516			
	6 Ö.sektör ç.	89	4,3109	0,94921			
	7 Turizm ç.	42	4,5794	0,69086			
	8 Kamu ç.	96	4,4132	0,80893			
	9 Emekli	28	3,8810	1,20429			
	10 Çiftçi	14	4,4286	0,69711			
	11 Diğer	-					
Aylık Gelir	1 1000tlvealtı	87	4,1512	1,00151	1,676	0,125	-
	2 1001-1500	29	3,8851	1,18280			
	3 1501-2000	76	4,1009	1,03282			
	4 2001-2500	107	4,4019	0,96559			
	5 2501-3000	81	4,3004	0,88444			
	6 3001-5000	93	4,2007	1,00859			
	7 5000tl ve ü.	28	4,4167	0,94988			
Şile'de Yaşama Süresi	1 1 yıldan daha az	44	4,3258	0,95503	1,208	0,307	-
	2 1-5 yıl	83	4,1847	0,99355			
	3 6-10 yıl	126	4,3148	0,98820			
	4 11-15 yıl	75	4,3511	0,89525			
	5 16 yıl ve ü.	173	4,1175	1,04532			

Tablo 26 incelendiğinde yerel halkın festival sadakati Şile’de yaşama süresi ve aylık gelir düzeylerine göre farklılaşmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Yaş grupları, öğrenim durumu ve meslek gruplarına bakıldığında ise yerel halkın festival sadakatının ($p:0,00 < 0,05$) anlamlı şekilde farklılaştığı tespit edilmiştir. Gruplar arası farkların tespit edilebilmesi için post-hoc testlerine başvurulmuştur. Homojenlik (Levene) testi sonuçları dikkate alınmıştır. Yerel halkın yaş gruplarına bakıldığında homojenlik testi anlamlılık değeri $p:0,160 > 0,05$ için varyanslar homojendir. Varyanslar homojen olduğu için post-hoc testlerinden Tukey testi tercih edilmiştir. Test sonucunda yerel halkın festival sadakati 34-44 ve 45 yaş üzeri yaş grupları arasında farklılık göstermektedir. 35-44 arası yaş grubunda yer alan yerel halkın ortalamalarının ($\bar{x}:4,34$) 45 yaş ve üzeri yaş grubunda yerel halk ortalamalarından ($\bar{x}:3,92$) yüksek olmasının sebebi yerel halkın festivalde düzenlenen etkinliklerden memnun olmaları, festival içerisinde yaş düzeylerine uygun etkinlikler olduğu sonucuna ulaşılabilir. Yerel halkın öğrenim durumlarına bakıldığında homojenlik testi anlamlılık değeri $p:0,058 > 0,05$ için varyanslar homojendir. Varyanslar homojen olduğu için post-hoc testlerinden Tukey testi tercih edilmiştir. Fakat test sonucunda gruplar arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Yerel halkın meslek gruplarına bakıldığında homojenlik testi anlamlılık değeri $p:0,02 < 0,05$ için varyanslar homojen değildir. Varyanslar homojen olmadığı için post-hoc testlerinden Tamhane’s T2 testi tercih edilmiştir. Test sonucunda yerel halkın festival sadakati esnaf ve turizm çalışanı yerel halk arasında anlamlı farklılık bulunmuştur. Turizm çalışanı olan yerel halkın ortalamalarının ($\bar{x}:4,57$) esnaf grubunda yer alan yerel halkın ortalamalarından yüksek olmasının sebebi ($\bar{x}:3,84$) turizm çalışanlarının festivalleri turizm açısıyla organizasyonu değerlendirebilmeleri, festivallerin önemli bir turizm çeşidi olduğunu düşünmeleri sonucuna ulaşılabilir.

3.14.Çoklu Regresyon Analizleri

Çoklu regresyon analizleri öncesinde regresyon analizinin varsayımları teste tabi tutulmuş ve bu kapsamda varsayımlardan biri olan otokorelasyonun varlığı Durbin Watson katsayısı ile kontrol edilmiştir. Bu katsayının 1,5 ile 2,5 arası bir değer alması otokorelasyonun olup olmadığını göstermektedir (Kalaycı, 2010). Regresyon analizinde, Tolerans değerinin 0,20'den büyük; VIF değerinin ise 10'dan küçük olması arzu edilir (Field, 2005). Diğer yandan bağımsız değişken ile bağımlı değişkenler arasında ilişkinin varlığı regresyon analizi ön varsayımlarından bir diğeridir. Toplum gururu, ekonomik faydalar, kişisel faydalar, toplumun yaşam kalitesi, olumsuz etkiler boyutları bağımsız değişken ve algılanan değer, festival memnuniyeti, festival sadakati boyutları bağımlı değişken olarak araştırmaya dâhil edilmiştir.

3.14.1.Festival Etki Unsurlarının Algılanan Değer Üzerindeki Etkisi

Çoklu regresyon analizinden önce regresyon analizinin varsayımları korelasyon analizine tabii tutulduğunda 5 bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerinde % 1 anlamlılık düzeyinde korelasyonları anlamlı çıkmıştır. %99 güvenilirdir.

Tolerans ve VIF (varyans artış faktörü) değerleri de incelendiğinde;

Tablo 27:Algılanan Değer değişkeni tolerans ve VIF değerleri

Algılanan Değer	Tolerans	VIF
Toplum Gururu	0,332	3,011
Ekonomik Faydalar	0,231	4,323
Kişisel Faydalar	0,203	4,933
Toplumun Y. Kalitesi	0,242	4,130
Olumsuz Etkiler	0,915	1,092
Durbin Watson Değeri: 1,960		

VIF değerlerinin 10'un altında ve tolerans değerinin 0,20'nin üzerinde olmasının çoklu bağıntı probleminin olmadığını, Durbin Watson değerinin 1,5 ile 2,5 arası olması oto korelasyonun olmadığını işaretler. Bu aşamadan sonra çoklu regresyon analizi sonuçları değerlendirilmiştir.

Festival etki unsurlarının [bağımsız değişken] (toplumun gururu,

ekonomik faydalar, kişisel faydalar, toplumun yaşam kalitesi ve festivallerin olumsuz etkileri) algılanan değer [bağımlı değişken] üzerindeki etkisi araştırılmaktadır. Araştırmanın ilk hipotezi:

H₄: Festival etki unsurlarının (toplumun gururu, ekonomik faydalar, kişisel faydalar, toplumun yaşam kalitesi, ekonomik faydalar ve festivallerin olumsuz etkileri) algılanan değer üzerinde etkisi vardır.

Alt hipotezler ise;

H_{4a}: Festivalin yerli halkta oluşturduğu toplum gururunun algılanan değer üzerinde etkisi vardır.

H_{4b}: Festivalin sağladığı ekonomik faydaların algılanan değer üzerinde etkisi vardır.

H_{4c}: Festivalin sağladığı kişisel faydaların algılanan değer üzerinde etkisi vardır.

H_{4d}: Festivalin etkilediği toplumun yaşam kalitesinin algılanan değer üzerinde etkisi vardır.

H_{4e}: Festivalin oluşturduğu olumsuz etkilerin algılanan değer üzerinde etkisi vardır.

Festivalin sağladığı toplum gururunun, ekonomik faydaların, kişisel faydaların, toplumun yaşam kalitesinin ve festivalin olumsuz etkilerinin yerel halkın festivale ilişkin değer algılarını nasıl etkilediğinin tespit edilebilmesi için regresyon modeli oluşturulmuştur. Tablo 28' de araştırma sonuçları gösterilmektedir.

Tablo 28:Algılanan Değer Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımsız Değişkenler	Bağımlı Değişken Algılanan Değer		
	β	T	Sig.
Sabit		0,176	0,861
Toplum Gururu	0,011	0,296	0,767
Ekonomik Faydalar	0,087	1,937	0,053
Kişisel Faydalar	0,266	5,542	0,000*
Toplumun Yaşam Kalitesi	0,556	12,675	0,000*
Festivalin Olumsuz Etkileri	-0,005	-0,223	0,823
F	330,651		
p	0,000		
R²	0,770		
Dzlt. R²	0,767		

p<0,05*

Tablo 28’ de yer alan regresyon modelinde yerel halkın festivale ilişkin algılanan değerinin %76,7’ sını toplum gururu, ekonomik faydalar, kişisel faydalar, toplumun yaşam kalitesi ve olumsuz etki unsurlarından etkilenecek şekilde göstermektedir (F=330,651, p=0,000). Bağımsız değişkenler arasında en yüksek etkiyi yaratan unsurların toplumun yaşam kalitesi ($\beta=0,556$, p=0,000) ve kişisel faydalar ($\beta=0,266$, p=0,000) etki unsurları olduğu; toplum gururu ($\beta=0,011$, p=0,767), ekonomik faydalar ($\beta=0,087$, p=0,053) ve festivalin olumsuz etkileri ($\beta=-0,005$, p=0,823) boyutlarının ise yerel halkın festivale atfettiği değer üzerinde anlamlı bir etki yaratmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuçlar doğrultusunda yerel halkın algılanan değerini daha çok festivalin kendilerine bireysel olarak kazandırdığı stresten kurtulma, heyecan gibi duyguların ve toplum olarak yaşam kalitelerine daha çok etki eden toplumun kendi kültürlerini öğrenme, aileye yönelik etkinlikler barındırma gibi festivalin sağladığı kişisel faydaların etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.

Bu doğrultuda:

H_{4a}: Festivalin yerli halkta oluşturduğu toplum gururunun algılanan değer üzerinde etkisi vardır, hipotezi reddedilmiştir.

H_{4b}: Festivalin sağladığı ekonomik faydaların algılanan değer üzerinde

etkisi vardır, hipotezi reddedilmiştir.

H_{4c}: Festivalin sağladığı kişisel faydaların algılanan değer üzerinde etkisi vardır, hipotezi kabul edilmiştir.

H_{4d}: Festivalin etkilediği toplumun yaşam kalitesinin algılanan değer üzerinde etkisi vardır, hipotezi kabul edilmiştir.

H_{4e}: Festivalin oluşturduğu olumsuz etkilerin algılanan değer üzerinde etkisi vardır, hipotezi reddedilmiştir.

3.14.2.Festival Etki Unsurlarının Festival Memnuniyeti Üzerindeki Etkisi

Çoklu regresyon analizinden önce regresyon analizinin varsayımları korelasyon analizine tabii tutulduğunda 5 bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerinde % 1 anlamlılık düzeyinde korelasyonları anlamlı çıkmıştır. %99 güvenilirdir.

Tolerans ve VIF (varyans artış faktörü) değerleri de incelendiğinde;

Tablo 29:Festival Memnuniyeti Değişkeni Tolerans ve VIF değerleri

Festival Memnuniyeti	Tolerans	VIF
Toplum Gururu	0,332	3,001
Ekonomik Faydalar	0,231	4,323
Kişisel Faydalar	0,203	4,933
Toplumun Y. Kalitesi	0,242	4,130
Olumsuz Etkiler	0,915	1,092
Durbin Watson Değeri: 2,003		

VIF değerlerinin 10'un altında ve tolerans değerinin 0,20'nin üzerinde olmasının çoklu bağıntı probleminin olmadığını, Durbin Watson değerinin 1,5 ile 2,5 arası olması oto korelasyonun olmadığına işarettir. Bu aşamadan sonra çoklu regresyon analizi sonuçları değerlendirilmiştir.

Festival etki unsurlarının [bağımsız değişken] (toplumun gururu, ekonomik faydalar, kişisel faydalar, toplumun yaşam kalitesi ve festivallerin olumsuz etkileri) festival memnuniyeti [bağımlı değişken] üzerindeki etkisi araştırılmaktadır. Araştırmanın ilk hipotezi:

H₅: Festival etki unsurlarının (toplumun gururu, ekonomik faydalar, kişisel faydalar, toplumun yaşam kalitesi ve festivallerin olumsuz etkileri)

festival memnuniyeti üzerinde etkisi vardır.

Alt hipotezler ise;

H_{5a}: Festivalin yerli halkta oluşturduğu toplum gururunun festival memnuniyeti üzerinde etkisi vardır.

H_{5b}: Festivalin sağladığı ekonomik faydaların festival memnuniyeti üzerinde etkisi vardır.

H_{5c}: Festivalin sağladığı kişisel faydaların festival memnuniyeti üzerinde etkisi vardır.

H_{5d}: Festivalin etkilediği toplumun yaşam kalitesinin festival memnuniyeti üzerinde etkisi vardır.

H_{5e}: Festivalin oluşturduğu olumsuz etkilerin algılanan değer üzerinde etkisi vardır.

Festivalin sağladığı toplum gururunun, ekonomik faydaların, kişisel faydaların, toplumun yaşam kalitesinin ve festivalin olumsuz etkilerinin yerel halkın festivalden duydukları memnuniyet düzeylerini nasıl etkilediğinin tespit edilebilmesi için regresyon modeli oluşturulmuştur. Tablo 30' de araştırma sonuçları gösterilmektedir.

Tablo 30:Festival Memnuniyeti Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımsız Değişkenler	Bağımlı Değişken Festival Memnuniyeti		
	β	t	Sig.
Sabit			
Toplum Gururu	0,118	2,859	0,004*
Ekonomik Faydalar	-0,052	-1,056	0,292
Kişisel Faydalar	0,464	8,820	0,000*
Toplumun Yaşam Kalitesi	0,354	7,348	0,000*
Festivalin Olumsuz Etkileri	-0,049	-1,963	0,050
F		256,941	
p		0,000	
R²		0,722	
Dzlt. R²		0,719	

p<0,05*

Tablo 30' da yer alan regresyon modelinde yerel halkın festival memnuniyetinin %71,9'unu toplum gururu, ekonomik faydalar, kişisel

faydalar, toplumun yaşam kalitesi ve olumsuz etki unsurlarından etkilenecek şekilde göstermektedir ($F=256, 941, p=0,000$). Bağımsız değişkenler arasında festival memnuniyeti üzerinde en yüksek etkiye sahip olan boyutun kişisel faydalar ($\beta=0,464, p=0,000$) boyutu olduğu, bunu toplumun yaşam kalitesi ($\beta=0,354, p=0,000$) ve toplum gururu ($\beta=0,118, p=0,004$) boyutlarının takip ettiği görülmektedir. Ekonomik etkiler ($\beta=-0,052, p=0,292$) ve festivalin olumsuz etkilerinin ise ($\beta=-0,049, p=0,050$) yerel halkın festivalden duydukları memnuniyet düzeyleri üzerinde anlamlı bir etki yaratmadığı tespit edilmiştir. Bu sonuçlar doğrultusunda yerel halkın festival memnuniyetini daha çok kişilerin bireysel olarak günlük stresinden kurtulma ve festivalden heyecan duyma gibi duygularının, toplum olarak kendi kültürlerini öğrenme, boş zaman yaratma gibi festival içerisindeki etkinliklerin ve festivalin şehrin turizm imajını arttırması, istihdam yaratması, yerel kültürü koruması gibi ifadelerin etkili olduğu sonucuna ulaşılabilir.

Bu doğrultuda:

H_{5a}: Festivalin yerli halkta oluşturduğu toplum gururunun festival memnuniyeti üzerinde etkisi vardır, hipotezi kabul edilmiştir.

H_{5b}: Festivalin sağladığı ekonomik faydaların festival memnuniyeti üzerinde etkisi vardır, hipotezi reddedilmiştir.

H_{5c}: Festivalin sağladığı kişisel faydaların festival memnuniyeti üzerinde etkisi vardır, hipotezi kabul edilmiştir.

H_{5d}: Festivalin etkilediği toplumun yaşam kalitesinin festival memnuniyeti üzerinde etkisi vardır, hipotezi kabul edilmiştir.

H_{5e}: Festivalin oluşturduğu olumsuz etkilerin festival memnuniyeti üzerinde etkisi vardır.

3.14.3. Festival Etkilerinin Festival Sadakati Üzerindeki Etkisi

Çoklu regresyon analizinden önce regresyon analizinin varsayımları korelasyon analizine tabii tutulduğunda 5 bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerinde % 1 anlamlılık düzeyinde korelasyonları anlamlı çıkmıştır. %99 güvenilirdir.

Tolerans ve VIF (varyans artış faktörü) değerleri de incelendiğinde;

Tablo 31:Festival Sadakati değişkeni Tolerans ve VIF değerleri

Festival Sadakati	Tolerans	VIF
Toplum Gururu	,332	3,001
Ekonomik Faydalar	,231	4,323
Kişisel Faydalar	,203	4,933
Toplumun Y. Kalitesi	,242	4,130
Olumsuz Etkiler	,915	1,092
Durbin Watson Değeri: 1,766		

VIF değerlerinin 10'un altında ve tolerans değerinin 0,20'nin üzerinde olmasının çoklu bağıntı probleminin olmadığını, Durbin Watson değerinin 1,5 ile 2,5 arası olması oto korelasyonun olmadığına işaretler. Bu aşamadan sonra çoklu regresyon analizi sonuçları değerlendirilmiştir.

Festival etki unsurlarının [bağımsız değişken] (toplumun gururu, ekonomik faydalar, kişisel faydalar, toplumun yaşam kalitesi ve festivallerin olumsuz etkileri) festival sadakati [bağımlı değişken] üzerindeki etkisi araştırılmaktadır. Araştırmanın ilk hipotezi:

H₆: Festival etki unsurlarının toplumun gururu, ekonomik faydalar, kişisel faydalar, toplumun yaşam kalitesi ve festivallerin olumsuz etkileri) festival sadakati üzerinde etkisi vardır.

Alt hipotezler ise;

H_{6a}: Festivalin yerli halkta oluşturduğu toplum gururunun festival sadakati üzerinde etkisi vardır.

H_{6b}: Festivalin sağladığı ekonomik festival sadakati üzerinde etkisi vardır.

H_{6c}: Festivalin sağladığı kişisel faydaların festival sadakati üzerinde etkisi vardır.

H_{6d}: Festivalin etkilediği toplumun yaşam kalitesinin festival sadakati üzerinde etkisi vardır.

H_{6e}: Festivalin oluşturduğu olumsuz etkilerin festival sadakati üzerinde etkisi vardır.

Tablo 32:Festival Sadakati Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımsız Değişkenler	Bağımlı Değişken Festival Sadakati		
	β	t	Sig.
Sabit		5,727	0,000
Toplum Gururu	0,289	5,619	0,000*
Ekonomik Faydalar	-0,052	-0,850	0,396
Kişisel Faydalar	0,249	3,785	0,000*
Toplumun Yaşam Kalitesi	0,280	4,656	0,000*
Festivalin Olumsuz Etkileri	-0,138	-4,467	0,000*
F		128,677	
p		0,000	
R²		0,565	
Dzlt. R²		0,561	

p<0,05*

Tablo 32’ de yer alan regresyon modelinde yerel halkın festival sadakatının %56,1’ ini toplum gururu, ekonomik faydalar, kişisel faydalar, toplumun yaşam kalitesi ve olumsuz etki unsurlarından etkilenecek şekilde göstermektedir (F= 128,677, p=0,000). Bağımsız değişkenler arasında en yüksek etkiyi yaratan unsurların toplum gururu ($\beta=0,289$, p=0,000) boyuttu olduğu ve bu boyutu toplumun yaşam kalitesi ($\beta=0,280$, p=0,000), kişisel faydalar ($\beta=0,249$, p=0,000) ve festivalin olumsuz etkileri ($\beta=-0,138$, p=0,000) boyutlarının takip ettiği görülmektedir. Ekonomik faydalar ($\beta=-0,052$, p=0,396) yerel halkın festivale duydukları sadakat düzeyleri üzerinde anlamlı bir etki yaratmadığı tespit edilmiştir. Bu sonuçlar doğrultusunda yerel halkın festival sadakatini daha çok toplumun kalkınmasına, yerel kültürü korumaya, ilçe turizmini geliştirmesi, kişisel kazanımların ve topluma rekreasyon alanları sağlamanın etkili olduğu sonucuna ulaşılabilir. Olumsuz etkiler festival sadakati üzerinde doğrudan negatif etkiye sahiptir. Bu sonuç doğrultusunda festivalin doğal ortamı yok etmesi, hava kirliliği yaratması, trafik sıkışıklığını arttırması gibi olumsuz etkilere sahip ifadelerin festival sadakati üzerinde negatif yönlü etkisi vardır sonucuna ulaşılabilir.

Bu doğrultuda:

H_{6a}: Festivalin yerli halkta oluşturduğu toplum gururunun festival sadakati üzerinde etkisi vardır, hipotezi kabul edilmiştir.

H_{6b}: Festivalin sağladığı ekonomik festival sadakati üzerinde etkisi vardır, hipotezi reddedilmiştir.

H_{6c}: Festivalin sağladığı kişisel faydaların festival sadakati üzerinde etkisi vardır, hipotezi kabul edilmiştir.

H_{6d}: Festivalin etkilediği toplumun yaşam kalitesinin festival sadakati üzerinde etkisi vardır, hipotezi kabul edilmiştir.

H_{6e}: Festivalin oluşturduğu olumsuz etkilerin festival sadakati üzerinde etkisi vardır, hipotezi kabul edilmiştir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Etkinlik turizmi çeşitlerinden biri olan festival turizmi araştırmanın ana temasını oluşturmaktadır. Türkiye düzenlenen yerel etkinlikler ve kutlamalar, ulusal ve uluslararası festivaller bakımından oldukça büyük bir potansiyele sahiptir. Yılın farklı zamanlarına yayılabilen, yerel halka ekonomik ve sosyal anlamda birçok etkisi olan, destinasyona çevresel ve kültürel anlamda katkılarının olmasının yanı sıra destinasyonunun ulusal ve uluslararası düzeyde tanıtımını ve pazarlamasını sağlayan, yerel kültürü ve değerleri koruyan festivaller, Türkiye turizminin önemli bir noktasını oluşturmaktadır.

Literatür incelendiğinde etkinlikler, etkinlik turizmi, çeşitleri, hedef ve amaçları olarak devam ederken festival turizmine ayrıntılı bir şekilde değinilmiş türleri, özellikleri, sınıflandırılması ve etkileri açıklanmış, çeşitli festival örneklerin verilmiş etkinlik ve festival turizmi hakkında yapılan çalışmalara kısaca değinilmiştir. Bu çalışmada, Şile destinasyonunda en 2018 yılında 31.si düzenlenen Uluslararası Şile Bezi Kültür ve Sanat Festivali'nin etkilerinin yerel halkın algılanan değerine, festival memnuniyetine ve festival sadakatine etkisinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bununla birlikte festivale katılan yerel halkın demografik özellikleri belirlenerek ve Şile'de yaşama sürelerini ortaya çıkararak algılanan değer, festival memnuniyeti ve festival sadakati arasında farklılık olup olmadığı ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. İlişki ve fark hipotezlerin kurulmasının amacı festival etki unsurlarının (toplum gururunun, ekonomik etkilerin, kişisel faydaların, toplum yaşam kalitesi etkilerinin, festivalin olumsuz etkileri) algılanan değer, festival memnuniyeti ve festival sadakatine etkisini belirlemektir. Araştırmanın örneklemini İstanbul' un Şile ilçesinde yaşayan 501 yerel halk oluşturmaktadır. Yapılan anket çalışması sonrasında elde edilen verilerle testler yapılmış ve çıkan sonuçlar aşağıdaki gibi olmuştur.

Yerel halkın algılanan değer bağımlı değişkeninin demografik özelliklerine göre farklılık testlerine bakıldığında en yüksek algılanan değer düzeyinin çiftçi yerel halktan oluşmasının festivalde tohum standları açması, ürünlerinin satışlarını gerçekleştirebilmeleri, doğal ve yerel ürünlerinin tanıtımını yapabilmeleri ve yerel otlarla yapılmış çeşitleri yiyeceklerin festival boyunca onlar tarafından sunulması olarak açıklanabilir. En düşük algılanan değer düzeyinin emekli yerel halkın olması festivalin çok geç saatlere kadar devam etmesi ve ortalama emekli yaş grubuna festival etkinliklerinin hitap etmemesi olarak söylenebilir. Yerel halkın şile’de yaşama sürelerine bakıldığında en yüksek algılanan değer düzeyinin 1 yıl ve üzerinde şile’de yaşayan yerel halk olduğu, en düşük algılanan değer düzeyinin ise 16 yıl ve üzeri şile’de yaşayan yerel halk olduğu sonucuna ulaşılmıştır. En yüksek algılanan değer düzeyinin 1yıl ve üzerinde yaşayan yerel halktan oluşması festivale daha yeni katılmaya başlamış olmaları bu sebepten organizasyonların onlar için henüz farklı olduğu sonucuna ulaşılabilir. Yerel halkın festival memnuniyeti bağımlı değişkeninin demografik özelliklere göre farklılık gösterip göstermediğine yönelik yapılan testlerin sonuçlarına bakıldığında yalnızca şile’de yaşama süresine göre anlamlı bir farklılık çıktığı, en yüksek festival memnuniyeti düzeyinin 11-15 yıl en düşük festival memnuniyeti düzeyinin ise 16 yıl ve üzeri olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bunun sebebi 11- 15 yıl arasında şile’de yaşayan yerel halkın festival organizasyonundan memnun olduğu görölmektedir. Ayrıca 16 yıl ve üzeri yaşayan yerel halkın ise festival içerisinde daha farklı etkinlikler beklentisi içerisinde olmasıdır. Araştırmanın diğer bir sonucuna göre, yerel halkın festival sadakati yaş grupları arasında farklılık olduğu ve bu farklılığın 18-24 yaş arası en yüksek ve 45 yaş ve üstü ise en düşük katılımcılardan olduğu ortaya çıkmıştır. Bunun sebebi olarak festival içerisindeki etkinliklerin genç yaş gurubunda yer alan halka hitap etmesi, 45 yaş ve üstünde yer alan yerel halkın festivaldeki etkinliklere uyum sağlayamaması, çok gürültülü etkinlikler olması ve geç saatlere kadar devam etmesi olarak sıralanabilir. Araştırmanın bu sonuçlarının Yuan vd. (2005), Small (2007), Thompson ve Schofield

(2009), Ekin (2011) ile Lale ve Günlü (2014)' ün çalışmalarıyla örtüşmektedir.

Araştırmanın sonuçlarından bir diğeri ise yerel halkın algılanan değer, festival memnuniyeti ve festival sadakati değişkenlerinin cinsiyetleri ve medeni durum farklılıkları incelendiğinde anlamlı bir farklılık bulunmamıştır.

Festival etki unsurlarından kişisel fayda ve toplumun yaşam kalitesi algılanan değer üzerinde etkili çıkmıştır. Kişisel fayda açısından Uluslar arası Şile Bezi Kültür ve Sanat Festivali' nin yerel halkın günlük stresinden kurtulmasına, festivalden keyif almasına, hayatına heyecan getirmesine, hayatını zenginleştirmesine, duygusal tecrübe katmasına imkân tanıyarak, yerel halkın algılanan değeri etkisi olduğu ortaya çıkmıştır. Toplumun yaşam kalitesi bakımından yerel halk festivalin boş zaman fırsatı yaratması, yerel halkın kendi toplumlarını öğrenmelerini sağlaması, aile temelli boş zaman fırsatları yaratması ve daha fazla eğlence/ rekreasyon olanağı sağlaması açısından, festivalin algılanan değeri üzerinde etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuçlara göre yerel halk daha çok festivalin kişisel ve toplumsal kazanımlarına yönelik özelliklere önem verdikleri ileri sürülebilir. İnsanlar daha çok duygusal açıdan rahatlama, ailesiyle zaman geçirme gibi kıstasları değerlendirmektedir. Festivallerin yerel halk üzerindeki etkilerinin ölçüldüğü Lee, Arcodia ve Lee'nin (2012) çalışması kişisel fayda ve toplumun yaşam kalitesi konularında benzer sonuçları gösterdikleri görülmüştür.

Festival etki unsurlarından toplum gururu, kişisel faydalar ve toplumun yaşam kalitesi boyutlarının festival memnuniyeti üzerinde etkisi olduğu görülmüştür. Toplum gururu boyutunda yerel halkın destinasyonun yerlisi olmaktan gurur duyması, kentin imajını arttırması gibi ifadeler festival memnuniyeti boyutu üzerinde etkisinin olması festivalin hala yerel değerleri koruyarak, kültürünü devam ettirerek yapıldığının göstergesidir. Toplumun yaşam kalitesi bakımından festivalin boş zaman fırsatı yaratması, yerel halkın kendi toplumlarını öğrenmelerini sağlaması, aile temelli boş zaman

fırsatları yaratması ve daha fazla eğlence/ rekreasyon olanağı sağlaması gibi yararlar sayesinde yerel halkın memnuniyeti üzerinde etkili olduğu ortaya çıkarmıştır. Aynı zamanda festival memnuniyeti üzerinde kişisel faydaların öne çıktığı görülmektedir. Jung ve Kim' in (2014) çalışmasında da festivalin olumlu ve olumsuz etkileri festival memnuniyetini etkilemektedir sonucu çıkmıştır.

Festival etki unsurlarından toplum gururu, kişisel faydalar, toplumun yaşam kalitesi ve festivalin olumsuz etkileri boyutlarının festival sadakati üzerinde etkisi olduğu görülmüştür. Bu sonuç doğrultusunda yerel halkın festival sadakati daha çok kişisel kazanımlara, festivalin destinasyonda düzenlenmesinden yerel halkın gurur duyduğu ve yaşam kalitelerini arttırdığı sonucuna ulaşılmaktadır. Çalışmanın bu sonuçlarının Seçilmiş ve Aydoğan (2016) 'nın, Özdemir ve Çulha (2009) ve Yoon ve öte. (2016) 'nın çalışmaları ile benzerlik gösterdiği söylenebilir. Bu çalışmalarda da festivale ilişkin algıların algılanan değer, festival memnuniyeti ve festival sadakati arasında pozitif yönlü bir ilişki çıkmıştır. Festivalin olumsuz etkilerinin festival sadakati üzerinde ters yönlü etkili çıkmasından ise festivalin hava kirliliği yarattığı, trafik sıkışıklığını arttırdığı, kentsel hizmetler üzerinde baskı yaptığı (temizlik, gürültü vb.) ve doğal ortama zarar verdiği sonucuna ulaşılabilir. Bu sonuçlara göre festivalin çevreye, destinasyonun kültürel ortamına ve trafik vb. gibi durumlara etkilerine yönelik olumsuz sorular bu değişken festival sadakati boyutunda anlamlı bir sonuç olarak ortaya çıkmıştır. Gürsoy, Kim ve Uysal (2004) yaptığı çalışmada uzun vadede ortaya çıkan olumsuz sosyal etkilerin iyileştirilmemesi durumunda festivalin ortaya çıkardığı faydaların ortadan kalkacağına ve destinasyonun ve yerel halkın imaj ve bütünlüğüne zarar vereceği sonucuna ulaşılmıştır.

Algılanan değer, festival memnuniyeti ve festival sadakati üzerinde ekonomik faydaların etkisinin bulunmaması ise yerel halkın ekonomik faydalardan çok kişisel kazanımlara olan faydalara, yaşam kalitelerini iyileştirmesine ve gurur duygularını attırmaları gibi etkenlere önem verdikleri ama ekonomik faydalarına yönelik sorulara da katıldıkları sonucuna ulaşılabilir.

Araştırmadan elde edilen sonuçlar doğrultusunda geliştirilen öneriler aşağıda yer almaktadır.

- Festival içerisinde emekli gurubunda olan yerel halka yönelik daha çok etkinlik yapılması, gruba hitap edecek etkinliklerin daha erken yapılması ve bu bağlamda festival organizasyonun geliştirilmesi sağlanabilir.
- Şile’de uzun süre yaşayan yerel halkın festivale olan memnuniyetlerinin ve sadakatlerinin artırılması için festivalin her yıl farklı etkinliklerle farklılaştırılması, organizasyona uzun süredir destinasyonda yaşayan halkı dâhil ederek festivale farklı bir katılım sağlamaları önerilebilir.
- Esnaf olan yerel halkın festivale daha çok katılım sağlayabilmesi için stant açma imkânı verilmesi, festival alanı ve çevresine ürünlerini satabilecekleri alanlar kurulması önerilebilir.
- Festivale katılan el sanatı ustaları ve esnafın birlikte yer alabileceği etkinlikler planlanabilir.
- Yerel halkın festivale olan algılanan değerlerinin, memnuniyetlerinin ve sadakatlerinin en çok turizm çalışanı ve çiftçi meslek grubunda yer alan yerel halkın oluşturduğu görülmüştür. Bu sonuçtan yola çıkarak turizm sektöründe çalışan yerel halkın fikirlerinin alınabilmesi için toplantılar gerçekleştirilmeli, alınarak festival geliştirilmeli, çiftçilik yapan yerel halk ile yöresel ürünler ile festival içerisine farklılıklar katılmalıdır.
- Yerel halkın kişisel faydalarının, toplumsal gururlarının ve yaşam kalitelerine iyileştirmeye yönelik organizatörlerin festival içerisinde daha fazla iyileştirme yapılması önerilebilir. Bu sonuçtan yola çıkarak yerel halkın kişisel ve yaşam kalitelerine olan etkilerini attıracak bilgilendirici sempozyumlar düzenlenmesi önerilebilir.
- Reaktif etkinlikler düzenlenerek gün içinde sürekli festivali yaşatacak etkinlikler yapılabilir.

- Festivalin olumsuz etkilerini azaltmaya yönelik daha fazla temizlik personeli çalıştırılabilir, yüksek sesli etkinlikler daha erken saatlerde planlanabilir, festival alanında otopark uygulamasına geçilerek trafik sıkışıklı önlenabilir ve tüm organizasyon doğal ortama zarar vermeden planlanabilmelidir. İlçede bulunan kültürel varlıkların çevre düzenlemeleri yapılmalı otopark, tesis gibi altyapı unsurlarının tamamlanması gerekmektedir.
- Festivali ziyaret eden turistlerin memnun olmasının yanında yerel halkın da memnun olması üzerinde özellikle durulmalıdır. Festivali düzenleyen kurum ve kuruluşların yerel halkın görüşlerini alarak festival konseptini taleplere yönelik değiştirmeleri festivale yerel halkın katılma oranını ve memnuniyet düzeyini arttıracaktır.
- Festivalin olumsuz etkilerini en aza indirecek çalışmalar yapılmalıdır. Bunun için doğaya zarar vermeden festival organizasyonu yapılmalıdır. Ayrıca gürültü sebebiyle festivali ilçe merkezinde değil, yaşam alanlarından biraz daha uzak noktalardan gerçekleşmesi sağlanmalıdır. Katılımcı sayısının yoğun olmasından ötürü daha fazla temizlik personeli çalıştırılmalıdır.
- Yerel halkın festivale olan algılanan değerlerinin, memnuniyetlerinin ve sadakatlerinin arttırılması için yüksek yaş grubunda yer alan yerli halkın istekleri ve özellikleri doğrultusunda festivaller şekillendirilmelidir.
- Festivali düzenleyen kurumlar ve paydaşlara görüşme yapılarak çözüm önerileri geliştirilebilir, sempozyum ve paneller ile aksaklıklar ele alınabilir.
- Konuyla ilgili gelecekte yapılabilecek araştırmalarda, şehir dışından gelen turistlerin festivale ilişkin algıları (ürünler, etkinlikler, yiyecek-içecek vb.) incelenebilir.

- Şile Belediyesi ve Kùltür ve Sosyal İşler Mùdùrlùğü' nùn bu sonuçlar doğrultusunda festivali geliştirmeye ve iyileştirmeye yönelik çalışmalar yapması, yerel halkın görüşleriyle etkinlikler planlaması önerilebilir.

Araştırmanın gelecek araştırmalara için katkılardan bahsetmek gerekirse; araştırmalara yol göstereceği ve festivallerin yerel halk üzerindeki etkilerinin araştırılmasına yönelik çalışmalar için yardımcı bir çalışma olacağı düşünölmektedir.



KAYNAKÇA

Alanya Uluslararası Turizm Ve Sanat Festivali, <https://www.alanya.bel.tr/Haber/26920/19-->, (Erişim:22.08. 2019).

Albayrak, A. (2013). *Alternatif Turizm*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Alkan, C. (2015). “Doğal Ve Kültürel Varlıklara Dayalı Turistik Ürün Çeşitlendirmesi Ve Sürdürülebilirliği Literatür Çalışması”, *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, C.3, S.19, , ss. 214-226.

Allen, J. Ve öte. (2002).*Festival and Special Event Management*, Third Edition, Sydney.

Antalya Film Festivali Web Sitesi, <http://www.antalyaff.com/>, (Erişim:01.07.2017).

Antik Yunan Olimpiyatları , <http://www.aktuelarkeoloji.com.tr/antik-yunan-olimpiyatları/>, (Erişim: 01.07.2017).

Argan, M. (2004). “Spor Ve Turizm Pazarlamasının Kesişim Noktası Olarak Spor Turizmine Kurumsal Bir Bakış”, *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*: C.15, S.2, ss.158-168.

Argan, M. (2007). *Eğlence Pazarlaması*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Arslan, K., (2008), *Türkiye’de Kongre Turizminin Geliştirilmesi*, İstanbul: İTO Yayınları.

Atak O, Tatar, S. Ve Tunaseli, A. (2017). “Kültürel Miras Oluşumunda Festivallerin Yeri Ve Önemi: Fethiye Müzik Köyü Üzerine Bir Değerlendirme”, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, C.10, S.52, ss. 1307-9581.

Atak O. (2009) . *Türk Turizminin Tanıtımında Festivallerin Yeri Ve Önemi: Antalya Örneği*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Babacan, E. ve Göztaş A. (2011). *Etkinlik Yönetimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Bilgili, B., Önder, Y., Yazarkan, H. (2012). “Turistik Ürün Olarak Festivallerin Etkinlik ve Verimliliği Üzerine Bir Araştırma Erzurum-Oltu Kırdag Festivali Örneği”, *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, C. 2, S.2, ss.117–124.

Bureau International de Expositions Web Sitesi, <http://www.bie-paris.org/site/en/bie/who-we-are/> (Erişim: 01.07.2017).

Büyükokutan Töret, A. (2017). “Geleneksel Doğuma Hazırlık Uygulamalarının Günümüz Kent Toplumuna Evrimine Bir Örnek: Bebek Kutlama Partisi” , *Uluslararası Kıbrıs Üniversitesi Folklor/Edebiyat*, C. 23, S. 90, ss. 129-146.

Büyüköztürk, Ş. (2002) . “Factor analysis: Basic Concepts And Using To Development Scale”, *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, C.8, S.32, ss.470-483.

Cannes Film Festivali Web Sitesi, <http://www.festival-cannes.com/fr/> (Erişim: 01.07.2017).

Chen, C. F., & Chen, F. S. (2010). Experience quality, perceived value, satisfaction and behavioral intentions for heritage tourists. *Tourism Management*, C.1, S.31, ss.29-35.

Chen, S.C. (2011). “Residents Perceptions of the Impact of Major Annual Tourism Events in Macao: Cluster Analysis”, *Journal of Convention & Event Tourism*, C.12, S.2, ss.106-128.

Chen, Z. ve Huang, P. (2011). Tourism In China Dragon Boat Festival and Tourism, *Research Competition International Conference*, <https://www.gttp.org/wp-content/uploads/2015/08/Festival-Tourism-in-China.pdf> Monaco, (Erişim: 17.05.2018).

Congcong, T. (2014). “The Study of Festival Tourism Development of Shanghai” , *International Journal of Business and Social Science* ,C. 5, S. 4, ss. 52-58.

Coşkun, R. ve öte. (2015). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri Spss Uygulamalı*, Sakarya: Sakarya Yayınevi.

- Cudny, W., Korec, P. ve Rouba, R., (2012). “Residents’ Perception of Festivals-A Case Study of Lodz”, *Sociologia*, C.44, S.6, ss. 704-728.
- Çakmak, Ç. A. ve Kök, İ.T. (2012). “Destinasyon Pazarlaması Ve Safranbolu’nun Destinasyon İmajının Ölçülmesi”, *Ticaret ve Eğitim Fakültesi Dergisi*, S.2, ss. 80-101.
- Çelik, A. (2009). *Destinasyon Pazarlama Unsuru Olarak Etkinlik Turizmi Ve Etkileri - İstanbul Örneği*, Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.<https://tez.yok.gov.tr/> (Tez No.278224).
- Çelik, S. ve Çetinkaya, M.Y. (2013). “Festivals in Event Tourism: The Case Of International İzmir Art Festival”, *International Journal of Contemporary Economics and Administrative Sciences*,C.3, S.1, ss. 1-21.
- Delamere, T.A., Wankel, L.M. ve Hinch, T.D. (2001). “ Development Of A Scale To Measure Resident Attitudes Toward The Social İmpact Of Community Festivals”, *Event Management*,C.7, S.1,ss. 11-24.
- Derrett R. (2003). “Making Sense of How Festivals Demonstrate A Community’s Sense of Place”, *Event Management*,C.8, S.1, ss. 49-58.
- Doğrul, Ü., Atçeken, K., Şahin, A. (2016). “Festival Kalitesinin Ziyaretçilerin Algıladıkları Değer, Tatmin Ve Sadakat Üzerine Etkisi: Mersin Uluslararası Narenciye Festivali Üzerine Bir Uygulama”, *Cağ University Journal of Social Sciences*, C.12, S.1. .ss.72-84.
- Ekin, Y. (2011). *Etkinlik Turizmi Kapsamında Festivaller Ve Antalya Altın Portakal Film Festivali’nin Yerel Halk Üzerindeki Sosyal Etkileri Konulu Bir Araştırma*, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.<https://tez.yok.gov.tr/> (Tez No. 280437).
- Erol, H. (2010). *SPSS Paket Programı ile İstatistiksel Veri Analizi*, Adana: Nobel Kitabevi.
- Expo Web Sitesi, <http://www.expo2016.org.tr/organizasyon/exponun-tarihi/>, (Erişim: 01.07.2017).

Field. A. (2005). *Discovering Statistics Using. SPSS for Windows*, London, UK: Sage.

Fredline, L. ; Derry, M. ve Jago, L. (2006). *Host Community Perceptions of the Impact of Events: A Comparison of Different Event Themes in Urban and Regional Communities*. Avustralya: CRC for Sustainable Tourism Pty Ltd.

Gençlik ve Spor Bakanlığı Web Sitesi,
<http://sgm.gsb.gov.tr/Sayfalar/128/163/OlimpiyatOyunlarininTarihcesi>,
(Erişim: 17.09. 2017).

George, D. ve Mallery, M. (2010) . *SPSS for Windows Step byStep : A Simple Guide andRefrence*, Boston:Pearson.

Getz, D. (1997) *Event Management and Event Tourism*, New York: Cognizant Communications Corporation.

Getz, D. (2008). “ Event Tourism: Definition, Evolution, andresearch” , University of Calgary, *Tourism Management*, C. 29, S.24, ss. 403-428.

Getz, D. Ve Page, S.J. (2016). *Progress And Prospects For Event Tourism Research*, *Tourism Management*, S.52, ss. 593-631.

Goldblatt, J.J. (2000). “A FutureforEvent Management: The Analysis of Major Trends Impacting The Emerging Profession”,
<https://pdfs.semanticscholar.org/7817/f53e96dfe6f5e16c682bee1b117f876e86aa.pdf>, (Erişim: 05.07.2018).

Gordillo L. E. (2015). *Socio-Cultural Effects andnMeanings Of Small-ScaleFestivals: PestaPınjı* , Yüksek Lisans Tezi, Master of Leisure Tourism and Environment, Wageningen University, Netherlands,<http://edepot.wur.nl/355033>(Tez No. 870918270040).

Gossling P. (2002). “Road Map to a Sustainable Tourism İnitative: The Cross River State Tourism Vision and Policy”, *Mofinews :Journal of Ministry of Finance Incorporated*,C. 4, S.5, ss.44-46.

- Graf, A., ve Maas, P. (2008). Customer Value From a Customer Perspective : a Comprehensive Review. Working Papers on Risk Management and Insurance C,52,ss. 1-37.
- Gül, K., Erdem, B., ve Gül M. (2013). “Yerel Festivallerin Etkinliğine Bağlı Ziyaretçi Kazanımları: Sındırgı Yağcıbedir Festivali Örneği”, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (18)2, S.213-239.
- Gül, T. ve öte. (2014). *Rekreasyona Giriş*, Ankara: Detay Yayıncılık
- Gürsoy, D. , Kim, K. and Uysal, M. (2004). “Perceived Impacts of Festivals and Special Events by Organizers: an Extension and Validation,” *Tourism Management*, C.25, S.2, ss. 171-181.
- Hacıoğlu, N. , Gökdeniz, A. ve Dinç, Y. (2015). *Boş Zaman ve Rekreasyon Yönetimi*. Ankara: Detay Yayıncılık
- Hazar, A. (2007). *Spor ve Turizm*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Hazar, A. (2014). *Rekreasyon ve Animasyon*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Ispas, A. Ve Hertanu A. (2011) . “Characteristics of Event Tourism Marketing. Case Study: The European Youth Olympic Festival”, *Economic Sciences*, C.4, S.1,ss.127-134.
- İçöz, O. ve Kozak, M.(2002). *Turizm Ekonomisi: Turizmin Mikro ve Makro Ekonomik Etkileri*, Ankara: Turhan Kitabevi.
- İlban, M.O., Bezirgan, M. ve Çobanoğlu, F.(2016). Termal Otellerde Algılanan Hizmet Kalitesi, Memnuniyet ve Davranışsal Niyetler Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi: Edremit Örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, C.27, SW. 2, ss. 181 – 194.
- Janeczko, B. Veöte. (2002). *Estimating The Economic Impacts Of Festivals and Events: A Research Guide* .Australia,CRC Tourism.

- Jung, B. H. ve Kim, S. H. (2014). “A Festival Satisfaction Evaluation Method using Multiple Regression Analysis”, *International Journal of Software Engineering and Its Applications*, C.4, S.6, ss.187-196.
- Karaatlı, M. (2014). *Verilerin Düzenlenmesi ve Gösterimi SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*, Ankara: Asil Yayın Dağıtım.
- Karagöz, D. (2006).*Etkinlik Turizmi Ve Etkinlik Turizmi Bağlamında Yabancı Ziyaretçi Harcamalarının Ekonomiye Etkisi: Formula 1 2005 Türkiye Grand PrixÖrneği* , Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü , Eskişehir.<https://tez.yok.gov.tr/> (Tez No. 191867).
- Kalaycı, Şeref. (2010). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*, Asil Yayın: Ankara.
- Kayış, A. (2014). “Güvenilirlik Analizi (Reliability Analysis)”, *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*, der. Ş. Kalaycı, Ankara: Asil Yayın Dağıtım.
- Kızılırmak, İ. (2006). “Türkiye’de Düzenlenen Yerel Etkinliklerin Turistik Çekicilik Olarak Kullanılmasına Yönelik Bir İnceleme”, *Sosyal Bilimler Dergisi*, C. 8, S.15, ss.181-196.
- Kim, K.H. (2010), A Study on the Effects of Festival Service Quality on Festival Image, Perceived Value and Behavioral Intentions.Doktora Tezi, Graduate School of Kyonggi University.
- Kim, Y. G., Suh, B. W., ve Eves, A. (2010). The Relationships Between Food-Related Personality Traits, Satisfaction, And Loyalty Among Visitors Attending Food Events And Festivals. *International Journal of Hospitality Management*, S.29, C.2, ss.216- 226.
- Kozak, M. (2015). *Bilimsel Araştırma: Tasarım, Yazım ve Yayım Teknikleri*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kozak, M. ve Bahar, O. (2004). *Küreselleşme Sürecinde Uluslararası Turizm ve Rekabet Edebilirlik*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Kozak, N. (2010). *Turizm Pazarlaması*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Küçükşille, E. (2014). “Basit Doğrusal Regresyon”, *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*, der. Ş. Kalaycı, Ankara: Asil Yayın Dağıtım.

Lale, C. ve Günlü, E. (2014). “Katılımcıların Demografik Özelliklerinin Farklı Etkinliklere Katılım Gdüleri Açısından Karşılaştırılması”, *VII. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi (04 - 05 Nisan 2014). Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi Bildiriler Kitabı*. Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi Yayını, 2014,ss.71-84.

Lee, I., Arcodia, C., ve Lee, T. J. (2012). “Benefits of Visiting a Multicultural Festival: The case of South Korea”. *Tourism Management*, C.33, S.2, ss. 334–340.

Lee, J., Lee, C., & Choi, Y. (2011). Examining the role of emotional and functional values in festival evaluation. *Journal of Travel Research*, C.6, S.5, ss. 685-696.

Lee, J.-S., & Back, K.-J. (2008). Attendee-based brand equity. *Tourism Management*, S. 29, 331-344.

Lee, Y.K., Lee, C.K., Lee, S.K., ve Babin, B.J. (2008). Festival Scapes And Patrons’ Emotions, Satisfaction, And Loyalty. *Journal Of Business Research*, C.61,S.1, ss.56-64.

Luna, A. M. (2015). “A Festival’s Impact: The Case Of The Bañamos Festival” , *International Refereed Research Journal*,C.6, S.1, ss. 49-58.

Lyck , L.L., Long, P. ve Grige, A.X. (2012). “Tourism, FestivalsandCulturalEvents in Times of Crisis”, https://www.encatc.org/media/287-tourism_festivals_and_cultural_events_in_times_of_crisis.pdf (Erişim: 19. 07.2017).

Masterman, G. (2004). *Strategic Sports Event Management*,http://www.pseudology.org/terovanesian/Masterman_Strategic_Sports_Event_Management2.pdf, (Erişim: 19. 07.2017).

- Milli Olimpiyat Komitesi ,
<http://www.olimpiyatkomitesi.org.tr/Detay/Olimpiyatlar/Olimpiyat-Oyunlari-Tarihi/44/1>, (Erişim: 15. 09. 2019).
- Mogollon, J.M.H. , Fernandez, J.A.F. ve Duarte, P.A.O. (2014). Event Tourism Analysis and State of the Art’’, *European Journal of Tourism*, C.5, S.2, ss. 83-102.
- Nisanda Adana’da Web Sitesi ,
<http://www.nisandaadanada.com/WebSite/Display.aspx?MyContentGroupID=4>, (Erişim: 25. 05.2019).
- Nurse, K. (2001). “Festival Tourism In The Caribbean: An Economic ImpactAssessment’’,https://www.academia.edu/3436909/Festival_tourism_in_the_Caribbean_an_economic_impact_assessment, (Erişim: 11. 06.2018).
- O’Sullivan D. ve Marion J. (2002). “Festival Tourism: A Contributorto Sustainable Local Economic Development?’’, *Journal of Sustainable Tourism*, C. 10, S. 4, ss.325-342.
- Oklobdžija, S. (2015). “The Role Of Events In Tourism Development’’, *Biz Info Journal Year*, C.6, S. 2, ss. 83-97.
- Özdamar, K. (1999) .*Paket Programlar İle İstatistiksel Veri Analizi*, Eskişehir: Kaan Kitabevi.
- Özdemir, G. ve Çulha, O. (2009). “Satisfaction and Loyalty of Festival Visitors’’, *Anatolia: An International Journal of Tourism andHospitality Research*,C.20, S. 2, ss. 359-373.
- Pookaiyandom G., (2015). “Relationship Between Community Pride And Participation Needs In Sustainable Tourism Development Of Fishing Village: A Case Study Of Samut Sakhon Province, Thailand. WIT Transactions on Ecology and The Environment’’, C.192, ss. 343-354.
- Sahilli Birdir, S., Toksöz, D. ve Bak, E. (2016). Karnavala Katılım GÜdüleri: IV. Adana Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı Örneği. *Cag University Journal of Social Sciences*, C.13, S. 1, ss. 21-39.

- Salvucci, S. ve öte. (1997). "Measurement Error Studies at the National Center for Education Statistics", *U. S. Department of Education*. Washington.
- Sanchez, J. Ve öte. (2006). " Perceived Value of the Purchase of a Tourism Product". *Tourism Management*, S. 27, ss. 394- 409.
- Sdnali, D. and Chazapi, K. (2007). "Cultural tourism in Greek insular Community: The Residents Perspective. *Tourismos: An International Multi-Disciplinary*", *Journal of Tourism*, C.2, S.2, ss.61-78
- Seçilmiş, C. ve Yılmazdoğan, C.O. (2016). "The Effect of Perceptions Regarding Festivals on Festival Loyalty: The Case of Ayder Kardan Adam Festival" , *IOSR Journal Of Humanities And Social Science*, C. 21,S. 12, ss. 49-55.
- Seçilmiş, O. and Yılmazdoğan, C. (2016). "Effect of Perceptions Regarding Festivals on Festival Loyalty: The Case of Ayder Kardan Adam Festival" , *OSR Journal Of Humanities And Social Science*, C.21, S. 12 ,ss: 49-55.
- Sekaran, U. (2003) *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*, Hoboken, John Wiley & Sons, Ltd.,
- Sert, A. N. (2017). "Festivallerin Yerel Halk Üzerindeki Sosyal Etkileri: Beypazarı Örneği", *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*,S.38, ss. 187-199.
- Shanka, T. Ve Alamiyo G. (2012). *Motivationstovisit Events/Festivals: An Exploratory In vestigation*, <https://espace.curtin.edu.au/handle/20.500.11937/17294>, (Erşim: 17.09. 2018).
- Sharpley,R. (2006) .*Travel and Tourism*. SAGE Publications Ltd, London,UK.
- Shivhare, P. ve Rastogi D. (2016). "Environmental İmpact Assessment Due to Festivals, *India International Journal of Engineering Technology Scienceand Research*", C.3, S. 5, ss. 166-172.
- Silvers, J.R. (2004). *Professional Event Coordination*, New Jersey: John Wiley&Sons.
- Sipahi, B., Yurtkoru, E. S. ve Çinko, M. (2010). *Sosyal Bilimlerde SPSS'le Veri Analizi*, İstanbul: Beta Yayıncılık.

Şengül, Ş. ve Genç, K. (2016). “Festival Turizmi Kapsamında Yöresel Mutfak Kültürünün Destekleyici Ürün Olarak Kullanılması: Mudurnu İpekyolu Kültür Sanat Ve Turizm Festivali Örneği”, *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, S.23, ss.79-89.

Small, K.E. (2007). “Understanding the Social Impacts of Festivals on Communities. Unpublished Doctoral Dissertation”, University of Western Sydney.

Small, K. (2007). “Social Dimensions Of Community Festivals: An Application Of Factor Analysis in the Development of the Social Impact Perception Scale”, *Event Management*, C.11, ss. 45–55.

Srikanth, P. and Ram, M.R. (2013) “Economic Impact Of Festivals: Evidence From Diwali Effect onn Indian Stock Market”, *International Refereed Research Journal*, C.2, S.1, ss. 27-37.

Stynes, D. (2000). *Economic impacts of tourism*. Michigan State University, East Lansing./ <https://msu.edu/course/prr/840/econimpact/pdf/ecimpvol1.pdf>, Erişim: (18.09.2017).

Şengül, S. ve Genç, K. (2016). “Festival Turizmi Kapsamında Yöresel Mutfak Kültürünün Destekleyici Ürün Olarak Kullanılması: Mudurnu İpekyolu Kültür Sanat Ve Turizm Festivali Örneği”, *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, S. 23, ss. 79-89.

Türk Dil Kurumu,
http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5966a72f816956.21989525/, (Erişim: 11.07.2017).

World Economic Forumn Web Sitesi, <https://www.weforum.org/about/world-economic-forum/>, (Erişim: 11.07.2017).

Țară-Lungă, M. O. (2012). “Major Special Events: An Interpretative Literature Review”, *Management&Marketing Challenges for the Knowledge Society*, C.7, S. 4, ss. 759-776.

Tek, T. (2006). *Türkiye'de Uluslararası Spor Organizasyonları Düzenleyen Federasyonların Karşılaştıkları Problemler*, Yüksek Lisans Tezi. Sağlık

Bilimleri Enstitüsü, Selçuk Üniversitesi, Konya.<https://tez.yok.gov.tr/> (Tez No. 172057).

Temir, Ş.R. (2010). *Geçmişten Günümüze Şile ve Şile Bezi*, Ankara: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Kütüphaneler ve Yayımlar Genel Müdürlüğü.

The Berlinale A Constantly Evolving Festival, https://www.berlinale.de/en/das_festival/festivalprofil/profil_der_berlinale/index.html,(Erişim: 19. 07, 2018).

Theofilou, P .(2013). Theoretical Contributions Quality of Life: Definition and Measurement, *Europe's Journal of Psychology*, C.9, S.1,ss. 150-162.

Thompson, K.J. and Schofield, P. (2009). “Segmenting and Profiling Visitors to the Ulaanbaatar Naadam Festival by Motivation”, *Event Management*,C.13, S.1, ss.1-15.

Tokay Argan, M. ve Yüncü, D. (2015). *Etkinlik Pazarlama Yönetimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Tolle, C.M. (2014). The Economic Impacts Of Annual Community Festivals: A Case Of The Sturgis Falls Celebration, Yüksek Lisans Tezi, University of NorthernIow.<https://scholarworks.uni.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1224&context=etd>.

Uğurlu, H. ve Uğurlu. E.G.(2011) “Uluslararası Eskişehir Film Festivali İzleyici Araştırması”, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, C.11, S.3, ss. 259–276.

Ural, A. ve Kılıç, İ.(2013). *Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS İle Veri Analizi*. Ankara: Detay.

Vajirakachorn, T. ve Chongwatpol, J.(2015). AppliedAnalytics in Festival Tourism: A Case Study of Intention-to-RevisitPrediction in an AnnualLocalFood Festival in Thailand ,*Torism Management* , S.23, ss.75-86.

Wang,Y. (2009). *The impact of festivals and events on cityimage: A Case Analysis of Ningbo International Fashion Festival*, Yüksek Lisans Tezi , Erasmus

University,

Rotterdam.

<https://thesis.eur.nl/.../Wang%20Ying%20master%20thesis.p.../>
(Publication No. 325993).

Weaver G. D. & Robinson, L. R. (1989). *Special Events: Guidelines for Planning and Development*, University Of Missouri, Columbia.

Yolal, M., Çetinel, F. Ve Uysal, M. (2009). “An Examination of Festival Motivation And Perceived Benefits: Eskisehir International Festival” *Journal of Convention and Event Tourism*, C. 10, S. 4, ss. 276-291.

Yuan, J., Cai, A.C., Morrison A.M. ve Linton S. (2005). “An Analysis of Wine Festival Attendees’ Motivations: A Synergy of Wine, Travel and Special Events?”, *Journal of Vacation Marketing*, C.11, S.1, ss. 41-58.

Yüksek, G. (2014). *Turizm Destinasyonları*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Yıldız, B. S. ve Polat, E. (2016). “Yerel Halkın Eskişehir’de Düzenlenen Festivallerin Etkilerine Yönelik Algıları”, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, C.4, S.2, ss. 40-62.

Yoon, Y., Lee, J. ve Lee, C. (2010). “Measuring Festival Quality And Value Affecting Visitors’ Satisfaction and Loyalty Using A Structural Approach”, *International Journal of Hospitality Management*, C. 29, S.2, ss. 335-342.

Yoon, Y.-S., Lee, J.-S., & Lee, C.-K. (2010). Measuring festival quality and value affecting visitors’ satisfaction and loyalty using a structural approach. *International Journal of Hospitality Management*, C. 2, S.29, ss. 335-342.

Yılmaz, V. ve Çatalbaş K., G. (2007). “Kredi Kartlarına İlişkin Algının Müşteri Memnuniyeti ve Sadakati Üzerine Etkisi”, *Finans Politik & Ekonomik Yorumlar Dergisi*, C.44, S. 513, ss.83-94.

Yaşlıoğlu, M.M. (2017). “Sosyal Bilimlerde Faktör Analizi ve Geçerlilik: Keşfedici ve Doğrulayıcı Faktör Analizlerinin Kullanılması”, *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, S.46, ss. 74-85.

Yemenoğlu E, Dalgın T ve Çeken H (2013). Geleneksel Festivallerin Kırsal Turizm Üzerindeki Etkiler: Denizli-Honaz Kırız Festivali Örneği. Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi, S.3,S.1,ss.16-21

Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1996). The Behavioral Consequences of Service Quality. *The Journal of Marketing*, C.2, S.60, ss. 31-46.



EKLER

ANKET FORMU

Değerli Katılımcılar; Bu anket formu "Etkinlik Turizmi Kapsamında Festivallerin Yerel Halkın Festival Sadakati Üzerine Etkisini" yönelik çalışma kapsamında hazırlanmıştır. Bu çalışmada verdiğiniz cevaplar ile çıkarılacak sonuçlar yeni araştırmalara ışık tutacaktır. Verdiğiniz bilgiler sadece akademik amaçla kullanılacak olup bilgileriniz gizli kalacaktır. Araştırmanın amacına ulaşabilmesi, anketi dikkatle doldurmanızı rica eder, değerli vakitinizi ayıyıp anketi yanıtladığınız için teşekkür ederim.

Yrd. Doç. Dr. **İlke BAŞARANGİL**-Kırklareli Üniversitesi- ilkebasarangil@kku.edu.tr
Cemre TOKATLI- Kırklareli Üniversitesi Yİ. Öğrencisi- cemre.tokatli94@outlook.com

Aşağıdaki ifadelerle ilgili görüşlerinizi ölççe göre işaretleyiniz. Katılma derecenizi 1=Hiç Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Ne katılıyorum Ne katılmıyorum, 4= Katılıyorum, 5= Tamamen Katılıyorum şeklinde değerlendirerek ilgili kutucuğu lütfen yuvarlak içine alınız.

	Tamamen Katılıyorum	Katılıyorum	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	Katılmıyorum	Hiç Katılmıyorum
Şile Bezi Festivali kentin turizm imajını arttırmaktadır.	5	4	3	2	1
Şile Bezi Festivali kentin imajını olumlu yönde etkilemektedir.	5	4	3	2	1
Şile Bezi Festivali'ni sayesinde Şile sakini olmaktan gurur duyuyorum.	5	4	3	2	1
Şile Bezi Festivali'ni yapılmasından gurur duyuyorum.	5	4	3	2	1
Şile Bezi Festivali'ni yapılması Şile'yi daha uluslararası hale getiriyor.	5	4	3	2	1
Şile Bezi Festivali'ni kentin turizmine katkıda bulunmaktadır.	5	4	3	2	1
Şile Bezi Festivali'ni yerel halk için daha fazla iş fırsatları yaratmaktadır.	5	4	3	2	1
Şile Bezi Festivali'ni Şile'nin ekonomik kalkınmasını arttırmaktadır.	5	4	3	2	1
Şile Bezi Festivali'ni yerel kültürün korunmasına yardımcı olmaktadır.	5	4	3	2	1
Şile Bezi Festivali'ni sivil inşaa projeleri için gelir meydana getirmektedir.	5	4	3	2	1
Şile Bezi Festivali'ni İstihdam oranını yükseltmektedir.	5	4	3	2	1
Şile Bezi Festivali'ni ülke ekonomisine yarar sağlamaktadır.	5	4	3	2	1
Şile Bezi Festivali'ni alışveriş olanaklarını artırmaktadır.	5	4	3	2	1
Şile Bezi Festivali'ni işletmeler için kar yaratmaktadır.	5	4	3	2	1
Şile Bezi Festivali'ni yeni tesislerin ortaya çıkmasını sağlamaktadır.	5	4	3	2	1
Şile Bezi Festivali yerel sakinlerin yaşam standartları iyileştirmektedir.	5	4	3	2	1
Şile Bezi Festivali'ni büyük bir kitleye ulaştırmaktadır.	5	4	3	2	1
Şile Bezi Festivali'ne katılmaktan çok keyif alıyorum.	5	4	3	2	1
Şile Bezi Festivali'ni hayata heyecan getirmektedir.	5	4	3	2	1
Şile Bezi Festivali'ni hayatımı zenginleştirmektedir.	5	4	3	2	1
Şile Bezi Festivali'ni hayata duygusal tecrübe katmaktadır.	5	4	3	2	1
Şile Bezi Festivali'ni günlük stresimden kurtulmaya yardımcı olmaktadır.	5	4	3	2	1
Şile Bezi Festivali'ni birçok boş zaman fırsatı yaratmaktadır.	5	4	3	2	1
Şile Bezi Festivali'ni yerel halkın kendi toplumlarını öğrenmelerini sağlamaktadır.	5	4	3	2	1
Şile Bezi Festivali'ni aile temelli boş zaman fırsatları yaratmaktadır.	5	4	3	2	1
Şile Bezi Festivali'ni daha fazla rekreasyon-eglenme olanakları sağlamaktadır.	5	4	3	2	1
Şile Bezi Festivali'ni harcama değerinde olmaktadır (para, zaman, enerji).	5	4	3	2	1
Şile Bezi Festivali'ni beklediğimden daha iyi olmaktadır.	5	4	3	2	1
Şile Bezi Festivali diğer festivallere göre oldukça güzel olmaktadır.	5	4	3	2	1
Şile Bezi Festivali'ni organizasyonu düzenli ve iyi organize olmaktadır.	5	4	3	2	1
Şile Bezi Festivali'nden genellikle memnun kalıyorum.	5	4	3	2	1
Şile Bezi Festivali'ne katıldıktan sonra mutlu oluyorum.	5	4	3	2	1
Şile Bezi Festivali'ne katılarak iyi şeyler yaptığımı hissediyorum.	5	4	3	2	1

Lütfen arka sayfaya geçiniz



Aşağıdaki ifadelerle ilgili görüşlerinizi ölçeğe göre işaretleyiniz. Katılma derecenizi 1=Hiç Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Ne katılmıyorum Ne katılmıyorum, 4= Katılmıyorum, 5= Tamamen Katılmıyorum şeklinde değerlendirerek ilgili kutucuğu lütfen yuvarlak içine alınız.	Tamamen Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne Katılmıyorum Ne Katılmıyorum	Katılmıyorum	Hiç Katılmıyorum
Şile Bezi Festivali'ne katılmaya devam edeceğim.	5	4	3	2	1
Şile Bezi Festivali'ni arkadaşlarıma ve çevremdeki insanlara öneriyorum.	5	4	3	2	1
Şile Bezi Festivali'ndeki etkinliklere bir daha katılmayı düşünmüyorum.	5	4	3	2	1
Şile Bezi Festivali doğal ortamı yok etmektedir.	5	4	3	2	1
Şile Bezi Festivali hava kirliliği yaratmaktadır.	5	4	3	2	1
Şile Bezi Festivali kültürel miras alanlarına zarar vermektedir.	5	4	3	2	1
Şile Bezi Festivali normal hayatı bozmaktadır.	5	4	3	2	1
Şile Bezi Festivali trafik sıkışıklığını artırmaktadır.	5	4	3	2	1
Şile Bezi Festivali kentsel hizmetler üzerinde baskı yapmaktadır.	5	4	3	2	1

Soru1-Cinsiyetiniz?

- a) Kadın
b) Erkek

Soru2-Medeni Durumunuz?

- a) Evli
b) Bekar

Soru3-Öğrenim Durumunuz?

- a) İlköğretim düzeyid
c)Ortaöğretim Düzeyi
b) Lise
d) Lisans ve Ön lisans
e) Lisansüstü/Doktora

Soru4-Yaşınız?

- a)17 ve daha az
b) 18-24
c) 25-34
d)35-44
e) 45 ve üzeri

Soru5-Aylık ortalama geliriniz?

- a) 1000 TL ve altı
b) 1001- 1500 TL
c) 1501-2000 TL
d) 2001-2500 TL
e) 2501 -3000 TL
f) 3001 ve üzeri

Soru6-Mesleğiniz?

- a)Esnaf
b)Öğrenci
c)Serbest Meslek
d) İşçi
e) Ev hanımı
f) Özel sektör Çalışanı
g)Turizm Çalışanı
ğ)Kamu Çalışanı
h)Emekli
ı)Çiftçi
i) Diğer (.....)

Soru7-Kaç yıldır Şile'de yaşıyorsunuz?

- a)1 yıldan daha az
b)1-5 yıl
c)6-10 yıl
d)11-15 yıl
e)16 yıl ve üzeri

ZAMAN AYIRDIĞINIZ İÇİN TEŞEKKÜR EDERİZ.