

**KÜLTÜR TURİZMİ KAPSAMINDA YER ALAN FESTİVAL
ETKİNLİKLERİNİN DESTİNASYONA EKONOMİK ETKİSİ:
ADANA PORTAKAL ÇİÇEĞİ FESTİVALİ ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

SEYHUN OĞUZ

**MERSİN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**

**TURİZM İŞLETMECİLİĞİ
ANABİLİM DALI**

**MERSİN
Temmuz- 2019**

**KÜLTÜR TURİZMİ KAPSAMINDA YER ALAN FESTİVAL
ETKİNLİKLERİNİN DESTİNASYONA EKONOMİK ETKİSİ:
ADANA PORTAKAL ÇİÇEĞİ FESTİVALİ ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

SEYHUN OĞUZ

**MERSİN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**



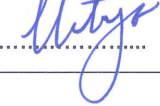
**TURİZM İŞLETMECİLİĞİ
ANABİLİM DALI**

**Danışman
Doç. Dr. Kamil UNUR**

**MERSİN
Temmuz- 2019**

ONAY

Seyhun OĞUZ tarafından Doç. Dr. Kamil UNUR danışmanlığında hazırlanan "Kültür Turizmi Kapsamında Yer Alan Festival Etkinliklerinin Destinasyona Ekonomik Etkisi: Adana Portakal Çiçeği Festivali Örneği" başlıklı bu çalışma, aşağıda imzaları bulunan jüri üyeleri tarafından oy birliği ile Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

Görevi	Ünvanı, Adı ve Soyadı	İmza
Başkan	Doç. Dr. Kamil UNUR	
Üye	Doç. Dr. İ. Murat HASEKİ	
Üye	Dr. Öğr. Üyesi Hülya TAŞTAN	

Yukarıdaki Jüri kararı Sosyal Bilimleri Enstitüsü Yönetim Kurulu'nun 25.07.2019 tarih ve 2019/39 sayılı kararıyla onaylanmıştır.

Prof. Dr. Yusuf Gürhan TOPÇU
Sosyal Bilimleri Enstitüsü Müdürü



Bu tezde kullanılan özgün bilgiler, şekil, tablo ve fotoğraflardan kaynak göstermeden alıntı yapmak 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu hükümlerine tabidir.

ETİK BEYAN

Mersin Üniversitesi Lisansüstü Eğitim-Öğretim Yönetmeliğinde belirtilen kurallara uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada,

- Tez içindeki bütün bilgi ve belgeleri akademik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
- Görsel, işitsel ve yazılı tüm bilgi ve sonuçları bilimsel ahlâk kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- Başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda ilgili eserlere bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunduğumu,
- Atıfta bulunduğum eserlerin tümünü kaynak olarak kullandığımı,
- Kullanılan verilerde herhangi bir tahrifat yapmadığımı,
- Bu tezin herhangi bir bölümünü Mersin Üniversitesi veya başka bir üniversitede başka bir tez çalışması olarak sunmadığımı,
- Tezin tüm telif haklarını Mersin Üniversitesi'ne devrettiğimi beyan ederim.

ETHICAL DECLARATION

This thesis is prepared in accordance with the rules specified in Mersin University Graduate Education Regulation and I declare to comply with the following conditions:

- I have obtained all the information and the documents of the thesis in accordance with the academic rules.
- I presented all the visual, auditory and written informations and results in accordance with scientific ethics.
- I refer in accordance with the norms of scientific works about the case of exploitation of others' works.
- I used all of the referred works as the references.
- I did not do any tampering in the used data.
- I did not present any part of this thesis as an another thesis at Mersin University or another university.
- I transfer all copyrights of this thesis to the Mersin University.

17 Temmuz 2019/ 17 July 2019

İmza / Signature



Seyhun OĞUZ

ÖZET

Turizm endüstrisi, bu gün tüm destinasyonların ekonomilerinde ciddi gelir kaynağı olurken sosyo-kültürel ve politik etkilere sahiptir. Bir destinasyonun turizm faaliyetlerini bütün yıla yayarak turizm gelirlerinden daha fazla pay elde edebilmesi için en önemli turizm çeşitlerinden biri kültür turizmidir. Kültür turizmi çeşitlerinden biri olan ve yöreye özgü çekiciliklerin sunulduğu festivaller, karnavallar, kültürel organizasyonlar ve spor organizasyonları destinasyonların gelişmesine katkıda bulunan turistik kaynaklar arasında yer almaktadır. Festival ve karnavallar düzenlendiği destinasyonda ekonomik sektörleri canlandıran, fiziksel mekânı yeniden şekillendirerek iyileştiren turizm alt sektörleri geliştirerek istihdamı da artırmaktadır. Küresel turizm rekabetinden pay almak ve adını uluslararası platformda duyurmak, daha çok turist ve ekonomik kaynak çekmek için destinasyonlar; mevcut turizm kaynaklarına yenilerini eklemektedirler. Bu kapsamda kültür turizmi kapsamında değerlendirilen “festival turizmi” olgusu gündeme gelmiş ve destinasyonlar arasında, festivallere ev sahipliği yapmak için yeni bir rekabet başlamıştır. Festivallerin türüne, turist çekme kapasitesine ülke ekonomisine yapacağı katkının büyüklüğüne bağlı olarak destinasyonlar arasındaki rekabet de artmaktadır. Karnavallar, düzenlendiği destinasyonlar için turistik bir hareketlilik yarattığı kadar, ekonomik yararlar da sağlamaktadır. Türkiye'nin ilk karnavalı olma özelliği ile Adana Portakal Çiçeği Karnavalı ülkenin farklı yerlerinden gelen konukları ağırlamaktadır. Bu çalışmada, 2017 yılı Nisan ayında Adana'da gerçekleştirilen V. Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı'nın ekonomik etkisinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Araştırmada veriler, anket yoluyla 3-9 Nisan 2017 tarihlerindeki karnaval etkinlikleri esnasında, anketörler tarafından kolayda örnekleme tekniği ile 434 kişiye yüz yüze uygulanmıştır. Bu araştırmanın 2 temel amacı vardır. Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı'na katılanların ne kadar harcama yaptıklarının tespit edilmesi ve Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı'na katılanların memnuniyetlerinin tespit edilmesidir. Araştırmaya katılanların karnaval süresince toplam harcamaları 219.994 TL'dir. Bu rakam içerisinde 47 bin Türk Lirasını aşkın tutar ile en çok harcama yapılan kalem yiyecek içecektir. İkinci sırada ise yaklaşık 42 bin TL Türk Lirası ile konaklama gelmektedir. Hediyeleşme için katılımcıların harcadıkları tutar ise 40 bin Türk Lirasını aşkın tutardır. Katılımcıların eğlence için 36 bin Türk Lirasına aşkın tutar, ulaşım için yaklaşık 30 bin Türk Lirasını aşkın tutar ve diğer (market, kuaför, fotoğraf v.b.) hizmetleri satın almak için 24 bin Türk Lirası harcama yaptıkları tespit edilmiştir. En yüksek kişi başı ortalama harcama kalemleri 550 TL ile konaklamaya ve 550 TL ile eğlenceye aittir. En düşük kişi başı ortalama harcama kalemleri 300 TL ile ulaşım, hediyeleşme ve diğer (market, kuaför, fotoğraf v.b.) harcama kalemine aittir. Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı'na katılanların memnuniyetleri iki faktör altında toplanmıştır. Bu faktörler “Karnaval Memnuniyeti” ve “Karnaval Hizmetleri” olarak isimlendirilmiştir. Memnuniyet durumlarına bakıldığında karnavala katılanların karnaval memnuniyeti, karnaval hizmetlerden memnuniyeti, ve karnaval toplam memnuniyeti ile cinsiyet ve medeni durumları arasında anlamlı farklılık bulunamamıştır. Karnaval memnuniyeti ve yaş arasında anlamlı fark tespit edilmiş olup 41-50 ve 51-60 yaş aralığında olan katılımcıların diğer yaş gruplarına göre daha memnun oldukları saptanmıştır. Katılanların karnaval hizmetlerden memnuniyet ile eğitim durumları arasında anlamlı farklılık tespit edilmiştir. İlkokul ve Ortaokul eğitim düzeyine sahip katılımcıların karnaval hizmetlerden daha memnun oldukları saptanmıştır. Karnavala katılanların karnaval memnuniyeti ve karnaval toplam memnuniyeti ile meslekleri arasında anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Mesleği memur olanların karnaval memnuniyeti ve karnaval toplam memnuniyetinin diğer gruplardan daha fazla olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca katılanların karnaval memnuniyeti ve karnaval toplam memnuniyeti ile eğitim durumları ve karnaval hizmetlerden memnuniyeti ile meslekleri arasında anlamlı farklılık bulunamamıştır.

Anahtar Kelimeler: Etkinlik Turizmi, Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı, Karnavalın Ekonomik Etkisi, Adana.

Danışman: Doç.Dr.Kamil UNUR, Mersin Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Mersin.

ABSTRACT

Today, tourism is a very important source of income in the economies of countries, regions and destinations and has social, cultural and political effects. Culture tourism is one of the effective tourism types in order to spread tourism in a destination all year and get a share from tourism competition. On the other hand, festivals, carnivals, cultural organizations and sports organizations where supportive and local attractions are offered within the scope of cultural tourism are among the resources contributing to the development of destinations. Festivals and carnivals also boost tourism by developing tourism sub-sectors that stimulate economic sectors and reshape the physical space in the destination. Destinations to take part in the global tourism competition and to make its name known internationally, to attract more tourists and economic resources; they add new tourism resources. In this context, the phenomenon of “festival tourism en, which is evaluated within the scope of cultural tourism, has come up and a new competition has started among the destinations to host the festivals. Competition between destinations is also increasing, depending on the type of festivals, the capacity to attract tourists and the size of its contribution to the national economy. Carnivals provide economic benefits as well as touristic activity for the destinations they are organized. guests from Turkey's first carnival of the Adana Orange Blossom Carnival welcomes different parts of the country. The aim of this study was to determine the economic impact of the 5th International Orange Flower Carnival in Adana in April 2017. Data were collected through a questionnaire developed based on the literature. The questionnaire was applied to 434 people face to face during the carnival activities on April 3-9, 2017 by the interviewers. This research has two main objectives. To determine how much the participants spend at the International Orange Flower Carnival and to determine the satisfaction of the participants at the International Orange Flower Carnival. According to the results of the research, total expenses of the participants during the carnival is TL 219.994. In this figure, the item with the most expenditure is 47 thousand Turkish Liras and the most expenditure item is food and beverage. In the second place, accommodation comes with approximately TL 42 thousand Turkish Lira. The amount spent by the participants for souvenirs is more than 40 thousand Turkish Liras. Participants spend more than 36,000 Turkish Liras for entertainment, approximately 30,000 Turkish Liras for transportation and 24,000 Turkish Liras to purchase other services (market, hairdresser, photo etc.). The highest average expenditure per capita belongs to accommodation with 550 TL and entertainment with 550 TL. The lowest average expenditure per capita is 300 TL and belongs to transportation, souvenirs and other (market, hairdresser, photo etc.). It was gathered under two factors that participated in the International Orange Flower Carnival. These factors were named as “Carnival Satisfaction” and “Carnival Services”. In terms of satisfaction, carnival satisfaction, carnival total satisfaction and gender and marital status were not significantly different between the participants. There was a significant difference between carnival satisfaction and age, and participants between the ages of 41-50 and 51-60 were found to be more satisfied than the other age groups. A significant difference was found between the satisfaction of carnival services and the educational status of the participants. Participants with primary and secondary education levels were found to be more satisfied with carnival services. Significant differences were found between carnival satisfaction, carnival total satisfaction and occupation of the participants. It was found that carnival satisfaction and total carnival satisfaction were higher than those of other groups. In addition, no significant difference was found between the carnival satisfaction and total carnival satisfaction of the participants, their educational status and satisfaction with carnival services and their occupations.

Keywords: Event Tourism, International Orange Flower Carnival, Economic Impact of Carnival, Adana.

Advisor: Assoc. Prof. Kamil UNUR, University of Mersin, Department of Tourism Management, Mersin.

TEŐEKKÖR

Yüksek Lisans eğitim dönemi boyunca bilgi ve tecrübelerinden çok şey öğrendiğim tez danışmanım sayın Doç. Dr. Kamil UNUR'a,

Yüksek lisans sürecinde de sabır, anlayış, özveri ve desteklerini esirgemeyen eşim Sibel OĞUZ'a teşekkürlerimi sunuyorum...

Seyhun OĞUZ



İÇİNDEKİLER

	Sayfa
İÇ KAPAK	i
ONAY	iii
ETİK BEYAN	iv
ÖZET	v
ABSTRACT	vi
TEŞEKKÜR	vii
İÇİNDEKİLER	viii
TABLOLAR DİZİNİ	ix
ŞEKİLLER DİZİNİ	x
KISALTMALAR VE SİMGELER	xi
1. GİRİŞ	1
2. PROBLEM TANIMI VE ÖNEMİ	4
2.1. Araştırma Problem İfadesi	4
2.2. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı	4
2.3. Araştırma Sorusu	5
2.4. Araştırmanın Önemi	6
3. KURAMSAL ÇERÇEVE VE LİTERATÜR TARAMASI	8
3.1. Kültür Turizmi Kavramı	8
3.2. Festival Turizmi Kavramı	12
4. YÖNTEM	25
4.1. Araştırma Metodolojisi	25
4.2. Evren ve Örneklem	25
4.3. Veri Toplama Yöntemi ve Veri Toplama Aracının Geliştirilmesi	26
4.4. Araştırmanın Sınırlılıkları	27
5. BULGULAR ve TARTIŞMA	28
5.1. Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalının Ekonomik Etkileri	28
5.2. Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı'na Katılanların Memnuniyetlerinin Ölçümüne İlişkin Güvenilirlik ve Geçerlilik Analizleri	43
5.2.1. Güvenilirlik Analizleri	43
5.2.2. Geçerlilik Analizleri	44
6. SONUÇLAR ve ÖNERİLER	49
KAYNAKLAR	56
EKLER	61
ÖZGEÇMİŞ	83

TABLolar DİZİNİ

	Sayfa
Tablo 1. Adana Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalına İlişkin İzleyici, Korteje Katılım ve Düzenlenen Etkinlik Sayıları	2
Tablo 2. Festivallerin İzleyiciler Açısından Sınıflandırılması	15
Tablo 3. Festivallerin Sınıflandırılması	15
Tablo 4. Etkinliklerin Etkileri	16
Tablo 5. Katılımcılara İlişkin Demografik Özellikler	28
Tablo 6. Katılımcıların Karnavala Katılımlarına İlişkin Bilgiler	29
Tablo 7. Katılımcıların Karnavala ve Destinasyona Ulaşımına İlişkin Bilgiler	30
Tablo 8. Katılımcıların Konaklamalarına İlişkin Bilgiler	31
Tablo 9. Katılımcıların Yiyecek -İçecek Harcamalarına İlişkin Bilgiler	31
Tablo 10. Katılımcıların Hediyelik Ürün Harcamalarına İlişkin Bilgiler	32
Tablo 11. Katılımcıların Eğlence Hizmetleri Harcamalarına İlişkin Bilgiler	32
Tablo 12. Katılımcıların Diğer Harcamalarına İlişkin Bilgiler	33
Tablo 13. Katılımcıların Yaş, Eğitim Durumu ve Cinsiyetine İlişkin Bilgiler	34
Tablo 14. Katılımcıların Yaş, Medeni Hal ve Cinsiyetine İlişkin Bilgiler	34
Tablo 15. Katılımcıların Yaş, Aylık Gelir ve Cinsiyetine İlişkin Bilgiler	35
Tablo 16. Katılımcıların Aylık Geliri ve Gelir Grubuna İlişkin Bilgiler	35
Tablo 17. Katılımcıların Yaş, Medeni Hal ve Kaç Gece Konaklama Yaptıklarına İlişkin Bilgiler	36
Tablo 18. Katılımcıların Aylık Geliri ve Kaç Gece Konaklama Yaptıklarına İlişkin Bilgiler	37
Tablo 19. Katılımcıların Meslek ve Geceleme Sayılarına İlişkin Bilgiler	37
Tablo 20. Katılımcıların İkamet Ettiği İllere Göre Konaklama için Ortalama Harcama Kategorileri	38
Tablo 21. Katılımcıların İkamet Ettiği İllere Göre Yiyecek - İçecek için Ortalama Harcamaları	38
Tablo 22. Katılımcıların İkamet Ettiği İllere Göre Hediyelik Eşya için Ortalama Harcamaları	39
Tablo 23. Katılımcıların İkamet Ettiği İllere Göre Ulaşım için Ortalama Harcamaları	39
Tablo 24. Katılımcıların İkamet Ettiği İllere Göre Eğlenceye için Ortalama Harcamaları	40
Tablo 25. Katılımcıların İkamet Ettiği İllere Göre Diğer Hizmetler için Ortalama Harcamaları	40
Tablo 26. Katılımcıların Harcama Dağılımlarına İlişkin Bilgiler	41
Tablo 27. Toplam Katılımcıların Harcama Dağılımlarına İlişkin Bilgiler	42
Tablo 28. Karnaval Memnuniyet Ölçeği İle İlgili Güvenirlilik Analizi Sonuçları	44
Tablo 29. Ölçeğin Faktör Analizi Sonuçları	47

ŞEKİLLER DİZİNİ

	Sayfa
Şekil 1. Kùltùr Turizminin Temelleri	9
Şekil 2. Kùltùrel Turizm Kaynakları	11



KISALTMALAR VE SİMGELER

Kısaltmalar ve Simgeler	Tanım
APA	Amerikan Psikiyatri Derneği
ATO	Adana Ticaret Odası
STK	Sivil Toplum Kuruluşları
TÜİK	Türkiye İstatistik Kurumu
UNWTO	Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü
WTTC	Dünya Turizm ve Seyahat Konseyi



1. GİRİŞ

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü'nün tahminlerine göre, önümüzdeki 20 yıl içerisinde turizm sektörü, hızlı büyüyerek gelişimini sürdürecektir. Dünya genelinde turizm pastasının 2020 yılı itibariyle yaklaşık 2 trilyon dolar olacağı tahmin edilmektedir. Dünya Turizm Örgütü'nün dünya turizminin gelişimi konusundaki uzun vadeli öngörüsünde; 2020 yılına kadar uluslararası seyahatin yaklaşık % 4.1'lik bir hızla büyüyeceği ve tüm dünyada uluslararası turist varışlarının 1.6 milyara ulaşacağı ve 2030 yılına değin 1.8 milyarı geçeceği beklenmektedir (UNWTO, 2016).

Günümüzde destinasyonlar daha fazla turist çekebilmek için bölgesel, ulusal ve uluslararası boyutta yoğun bir şekilde rekabet eder hale gelmesi ile festival ve karnavallar gibi etkinliklerin geliştiği görülmektedir. Bu etkinliklerin temel amacı, düzenledikleri destinasyonların turizm ve ekonomik açıdan kalkınmasını sağlamaktır. Etkinliklerin yapılmasındaki temel neden ise, destinasyonlar ziyaretçi çekmektedir. Düzenlenen etkinlikler bölgelere, ekonomik faydanın yanı sıra sosyal, kültürel ve çevresel bazda çeşitli faydalar da sağlamaktadır. Bu faydalar turizm sezonunun uzatılması ve turizmin çeşitlendirilmesi, turizm talebinin ülke içindeki farklı destinasyonlar arasında eşit dağılımının sağlanması, destinasyonların çekiciliğinin ve farkındalığının artırılması, yeni alt yapı hizmetlerinin oluşturulması ya da mevcut alt yapının geliştirilmesi, destinasyona medya ilgisinin çekilmesi, güçlü ve aktif kültürel temalar yaratarak destinasyon markalamasına yardımcı olunması şeklinde sıralanabilir (Tayfun ve Arslan, 2013: 192).

Literatürde etkinlikler tanımlanırken ve sınıflandırılırken; hallmark, mega, major ve özel etkinlik terimleri kullanılmıştır. Bazen kavramların birbirinin yerine kullanıldığı, bazen de iç içe geçtikleri görülmektedir. 1980'lerden günümüze kadar etkinlikler üzerine yapılan çalışmalar, etkinliğin büyüklüğü, ölçeği, katılım düzeyi, medya ilgisi vb. özelliklerine göre farklılaşmaktadır. Etkinlikler üzerinde literatürde öncülük yapan Ritchie, etkinlikleri; "bir defalık düzenlenen veya sınırlı bir süre içerisinde gerçekleşen veya yinelenen; turistik bir yerin kısa/uzun dönemli farkındalığını, cazibesini ve kazançlılığını artırmak için geliştirilen büyük etkinlikler olarak tanımlamaktadır (Ritchie,1984).

Bir destinasyon için etkinliklerden elde edilen ekonomik faydalar yapılan harcamalara ve turizm talebinde gerçekleşecek olan artış olarak değerlendirilir. Etkinliklere katılanlar başta konaklama, yeme- içme, ulaştırma, hediyelik eşya gibi hizmet ve mallara harcamalar yapmaktadırlar. Bu harcamalar destinasyon gelirlerini uyarıcı olmakta, yerel ekonomi ile istihdama yeni ve ilave katkılar sağlamaktadır. Turizmden faydalanan diğer sektörlerin de üretim ve istihdamında artışa neden olmaktadır. Kültür turizmi kapsamında destekleyici ve yöreye özgü çekiciliklerin sunulduğu etkinlikler çerçevesinde değerlendirilen festival ve

karnavallar turistik destinasyonlar için önemli bir ekonomik kaynak yaratan bir turizm faaliyetidir. Çünkü festivallerin/karnavalların ev sahibi destinasyon, işletmeler, yerel yönetim, halk ve turistler üzerinde başta ekonomik olmak üzere çok yönlü etkileri bulunmaktadır.

Bu gerçeklerden hareketle bu çalışmada bölgesel bir organizasyon olma özelliği gösteren Adana Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı'nın destinasyon üzerindeki ekonomik etkilerini belirlemek ve katılımcıların memnuniyetinin ölçümünü yapmak amaçlanmıştır. Portakal Çiçeği Karnavalı, 2013 yılından beri Adana'da Nisan ayında sivil insiyatifle gerçekleştirilmektedir. Ayrıca Türkiye'nin ilk karnavalı olma özelliğine sahiptir. Sloganı "Nisan'da Adana'da" olarak belirlenmiştir. Kapalı ve açık alanda gerçekleşen konser, sergi ve gösterileri içeren karnavalın en önemli etkinliği, katılımcıların renkli kostümler giydiği kortej yürüyüşüdür. İlk karnaval, 12-14 Nisan 2013'te düzenlenmiş olup korteje 15 bin kişi katılmıştır. 2017'de beşincisi düzenlenen karnavala ilişkin izleyici, korteje katılım ve düzenlenen etkinlik sayıları tablo 1 'de sunulmuştur.

Tablo 1. Adana Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalına İlişkin İzleyici, Korteje Katılım ve Düzenlenen Etkinlik Sayıları

Yıl	Etkinlikleri İzleyen Kişi Sayısı	Korteje Kayılan Kişi Sayısı	Düzenlenen Etkinlik Sayısı
6-8 Nisan 2018	200 bin kişi	150 bin kişi	120
3-9 Nisan 2017*	İptal Edildi	İptal Edildi	İptal Edildi
7-10 Nisan 2016	İptal Edildi	İptal Edildi	İptal Edildi
1- 5 Nisan 2015	350 bin kişi	90 bin kişi	188
11- 14 Nisan 2014	140 bin kişi	30 bin kişi	87
14 Nisan 2013	50 bin kişi	15 bin kişi	39

Kaynak: <http://www.nisandaanada.com/> Erişim Tarihi: 01.06.2017.

* 3-9 Nisan 2017 tarihindeki karnaval 15 Temmuz 2016 sonrası gerçekleştiğinden güvenlik gerekçesi ile önce iptal edileceği duyurulmuştur. Sonrasında karnavalın sadece kortej yürüyüş kısmı iptal edilmiş olup etkinlikler gerçekleştirilmiştir. Organizasyondaki bu değişiklikler nedeni ile etkinlik sayısı ve karnavala katılan kişi sayısına ilişkin verinin toplanamadığı öğrenilmiştir.

Düzenlenen bir etkinliğin başarısının ölçülmesinde temel unsurlardan biri ekonomik etkileridir. Ekonomik etkilerin belirlenmesi, sonraki yıllarda bu ve benzeri etkinliklerin planlanması ve geliştirilmesinde önemli bir araç olarak kullanılabilir. Aynı zamanda etkinliğe katılan ziyaretçilerin profillerinin ve harcama şekillerinin belirlenmesi ile ulaşılması düşünülen hedef kitlenin istek ve beklentilerine uygun pazarlama stratejilerinin geliştirilmesinde yardımcı olmaktadır.

Bu çalışma altı bölümden oluşmaktadır. Çalışmanın birinci bölümü giriş olup ikinci bölümde araştırma problemi, amaç, kapsam, önem ve araştırma sorularına yer verilmiştir. Çalışmanın üçüncü bölümde alan yazın taraması yapılarak kültür ve festival turizmi ile ilgili araştırmalara ait bilgilere yer verilmiştir. Çalışmanın dördüncü bölümünde araştırmanın evreni, örnekleme, araştırma türü, veri toplama yöntemleri, araştırmanın modeli ve çalışmanın

sınırlılıklarına ilişkin bilgilere yer verilmiştir. Çalışmanın beşinci bölümünde bulgu ve değerlendirmeler, son bölümü olan altıncı bölümde ise çalışmanın sonuçlarına yönelik bilgiler sunulmaktadır.



2. PROBLEM TANIMI VE ÖNEMİ

2.1. Araştırma Problem İfadesi

Turizmin tarihi sürecine bakıldığında insanlar gezip-görmek, çeşitli etkinliklere-aktivitelere katılmak, dini nedenler ve şifa bulmak vb. gibi amaçlarla turizm hareketlerine yönelmişlerdir (Çavuş vd., 2009:2). Yıllar boyunca gelişen turizm hareketleri bu günün turizm endüstrisini oluşturmuştur. Turizm endüstrisi günümüzde dünya ekonomisi için çok önemli bir konuma gelmiştir. Turizm endüstrisi gelir yaratıcı etkisi, istihdama doğrudan ve dolaylı katkıları, dünya barışını desteklemesi ve birçok sektöre katkı sağlaması vb. nedenlerden dolayı tüm dünya ülkeleri tarafından desteklenen bir endüstri haline gelmiştir.

Türk turizmi 1980'li yıllarda deniz, kum ve güneş üçlüsünü kullanarak kitlesel turizme yönelmiştir. Kitle turizmi kısa vadede en çok faydayı sağlamayı amaçladığı için kontrolsüz bir gelişim sağlamıştır. Kitle turizminin plansız ve kontrolsüz gelişimi doğal ve fiziksel çevrenin bozulmasına neden olmuştur. Kitle turizminin yarattığı olumsuzluklar ve turizmi çeşitlendirerek 12 aya yayabilme ve daha fazla gelir elde etme isteği talebin çeşitlenmesine yani alternatif turizm türlerinin doğmasına neden olmuştur (Hacıoğlu ve Avcıkurt, 2008: 8-9). Türkiye her yıl daha çok turisti ağırlamak, daha çok gelir yaratabilmek ve istihdama katkı sağlayabilmek için turizm endüstrisine yatırım yapmakta ve yılın 12 ayı birçok turizm türüne olanak sağlayacak kaynaklara sahip olması nedeniyle turizmde çeşitlendirme politikası uygulamaktadır.

Turizmde rekabet avantajı sağlayan önemli etkenlerin başında farklılığı yaratan somut ve soyut kültürel miras gelmektedir. Bu güne değin Türkiye sahip olduğu zengin somut kültürel miraslarını temel alarak oluşturulan turizm stratejileri artık yetersiz kalmaya başlamıştır. Bu sebeple eşsiz turizm deneyimi sunan ürün veya hizmetlerin oluşturulması büyük bir önem arz etmektedir. Soyut kültürel kaynaklar içerisinde yer alan, özel ilgi turizmi türlerinden biri olan ve kültür turizmi kapsamında değerlendirilen festivallerin ev sahibi destinasyon, işletmeler, yerel yönetim, halk ve turistler üzerinde etkileri bulunmaktadır. Festivallerin bu etkilerinin araştırılması sağlıklı stratejiler üretmeye de yardımcı olacaktır.

2.2. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Araştırmanın temel amacı Adana'da gerçekleştirilen Portakal Çiçeği Festivali'nin ekonomik etkilerini ortaya koymaktır. Araştırmanın bir başka amacı ise Adana Portakal Çiçeği Festivali'ne katılanların festivalden memnun kalıp kalmadıklarının tespit edilmesidir. Bu amaçlar doğrultusunda Adana Portakal Çiçeği Festivali'ne katılanlara yönelik bir anket

yapılmıştır. Elde edilen verilerden katılımcıların festival sırasında ne kadar harcama yaptıkları ve bu harcamaların dağılımlarının nasıl olduğu belirlenmektedir. Ayrıca çalışmada Adana' da gerçekleştirilen Portakal Çiçeği Festivali katılımcılar gözüyle değerlendirilmektedir.

Çalışma genel anlamda etkinlik turizmi kapsamında yer alan festival turizmi özelde ise Adana Portakal Çiçeği Festivalini konu almaktadır. Çalışmanın araştırma kapsamı 2017 yılı 3-9 Nisan tarihleri arasında gerçekleştirilen Adana Portakal Çiçeği Festivali katılımcılarıdır. Katılımcıların hepsine ulaşılmasının olanaksızlığı nedeniyle örneklem yoluna gidilmiş ve örneklemden elde edilen veriler analiz edilerek değerlendirilmiştir.

2.3. Araştırma Sorusu

Araştırmanın amaçları olan Adana'da gerçekleştirilen Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı'nın ekonomik etkilerini ortaya çıkarmak ve festival katılımcılarının festivalden duydukları memnuniyeti belirlemek doğrultusunda aşağıdaki araştırma soruları oluşturulmuştur.

Araştırma Sorusu 1: Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalına katılanlar karnaval süresince ne kadar harcama yapmaktadır?

1a. Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı'na katılanlar destinasyona ve karnavala gelirken hangi ulaşım aracını kullanmaktadır ve ulaşım için ne kadar harcama yapmaktadır?

1b. Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı'na katılanlar karnaval süresince konaklama yapmakta mıdır?, konaklıyor ise kaç gece kalmaktadır ve konaklama için ne kadar harcama yapmaktadır?

1c. Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı'na katılanlar karnaval süresince restoran işletmelerinde yiyecek içecek hizmetlerinden faydalanmakta mıdır?, faydalıyor ise ne kadar harcama yapmaktadır?

1d. Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı'na katılanlar karnaval süresince hediyelik ürün satın almakta mıdır?, satın alıyor ise ne kadar harcama yapmaktadır?

1e. Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı'na katılanlar karnaval süresince eğlence hizmetleri için ne kadar harcama yapmaktadır?

1f. Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı'na katılanlar karnaval süresince diğer hizmetler (market, fotoğraf, kuaför v.b.) için ne kadar harcama yapmaktadır?

Araştırma Sorusu 2: Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı'na katılanların karnaval memnuniyetleri demografik durumlarına göre farklılık göstermekte midir?

2a. Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı'na katılanların karnavala ilişkin memnuniyetleri cinsiyete göre farklılık göstermekte midir?

2b. Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı'na katılanların karnavala ilişkin memnuniyetleri yaş gruplarına göre farklılık göstermekte midir?

2c. Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı'na katılanların karnavala ilişkin memnuniyetleri eğitim durumlarına göre farklılık göstermekte midir?

2d. Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı'na katılanların karnavala ilişkin memnuniyetleri medeni durumlarına göre farklılık göstermekte midir?

2e. Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı'na katılanların karnavala ilişkin memnuniyetleri mesleklerine göre farklılık göstermekte midir?

2.4. Araştırmanın Önemi

Adana, çevresindeki verimli tarım arazileri, iklim ve su kaynakları bakımından insanların yerleşmesi ve bölgenin nüfuslanması için oldukça elverişli topraklara sahiptir. Adana Türkiye'deki diğer şehirler gibi 1950 sonrası dönemde hızlı kentleşme ve sanayileşme hareketlerine maruz kalmış ve şehirde nüfus artış hızı yüksek olmuştur. Nitekim 1945-1955 yılları arasında şehrin nüfus artış hızı %51,48 civarında gerçekleşmiştir. Şehir nüfusunun 1960-2000 yılları arasındaki artışı Çukurova'nın tarıma ve sanayiye açılması oranında artma eğilimi göstermiştir. Şehrin 2000-2010 yılı arasındaki nüfus değişimi en yüksek değere (%34,2) ulaşmıştır. Yıllık %35 civarında bir artış hızıyla nüfus miktarı 10 yıllık sürede 450 bin kişiden daha fazla artarak 1.600.000 rakamına yaklaşmıştır. Adana'da nüfusun artışı, göç olaylarından ziyade yeni yerleşmelerin şehre eklenmesi ve doğum oranlarıyla ilişkili görülmektedir. 1995 yılına kadar hızla göç alan Adana şehri, bundan sonraki dönemde göç vermeye başlayan bir merkez durumuna gelmiştir. Bundaki temel neden, şehrin giderek kalabalıklaşması, çarpık kentleşme ve istihdam sağlamada belli sıkıntıların ortaya çıkmasıdır (Sönmez, 2012: 55-57).

Adana erken sanayileşen kentlerden birisi olarak nüfus açısından eskiden Türkiye'nin 4. en büyük kenti unvanına sahipti. Ancak, sanayinin İstanbul'a gitmesi, şehrin giderek kalabalıklaşması, çarpık kentleşme ve istihdam sağlamada belli sıkıntıların ortaya çıkması vb. nedenlerle bugün Türkiye'de 6.'lığa kadar gerilemiştir. Uzun yıllar göç alan Adana bu gelişmeler sonucunda 1995'li yıllarında net göç veren kentler arasında yer almıştır. Adana bu kan kaybını tersine çevirebilmek için yeni ekonomik sektörlerle yönelmesi yada var olan sektörleri daha rekabetçi hale getirmesi gerekmektedir. Adana'da yapılan festivallerde bu alanlardan bir tanesidir. Yapılan literatür taramasında, Türkiye destinasyonunda etkinliklerin önemli bir çekiciliğe sahip olmalarına rağmen festival etkinliklerine yönelik ekonomik katkısı bakımından inceleyen çalışmaların oldukça yetersiz olduğu görülmüştür. Adana destinasyonu ile ilgili ise hiçbir çalışmaya rastlanamamıştır. Bu nedenle çalışmada Portakal Çiçeği Festivali'nin Adana destinasyonu üzerindeki ekonomik etkilerini belirlemek amaçlanmaktadır. Çalışmanın sonucunda elde edilen bulgular doğrultusunda; etkinliklerin olumlu etkilerinin artırılması,

olumsuz etkilerinin ise azaltılmasına yönelik olarak işletmelere ve yerel yönetimlere önerilerde bulunulması amaçlanmaktadır. Ayrıca Adana’da bu tür etkinliklerin sürdürülebilirliği açısında da bu çalışmanın önemli katkıları olacağı düşünülmektedir.



3. KURAMSAL ÇERÇEVE VE LİTERATÜR TARAMASI

Tezin bu bölümünde kültür turizmi ve kültür turizmi türlerinden biri olan festival turizmini tanıtmaya yönelik gerekli bilgilere yer verilmiştir. Son olarak da araştırma konusu olan festival turizmi ile ilgili yerli ve yabancı çalışmalara yer verilmiştir.

3.1. Kültür Turizmi Kavramı

Kültür, “Tarihsel, toplumsal gelişme süreci içinde yaratılan bütün maddi ve manevi değerler ile bunları yaratılmasında, sonraki nesillere iletilmesinde kullanılan, insanın doğal ve toplumsal çevresine egemenliğinin ölçüsünü gösteren araçların bütünüdür’ (TDK, 2017). Kültür olgusunun kendine has özelliklerini ise: fonksiyonel, toplumsal, belirleyici, öğrenilen, görelî, değerler bütünü, sembollere dayanan, iletişimi kolaylaştıran, uyumlu ve dinamik, tarihsel ve sürekli olmak gibi sıralanmak mümkündür (Akoğlan Kozak ve Bahçe, 2009: 143): Kültür, değer ve anlam bakımından turizmin her zaman içerisinde yer almış olup özgün olması nedeniyle önemli bir turizm çekiciliği oluşturmuştur (Bahçe, 2011:44). Kültür; sanat, dil, din, tarih, mimari yapı, yaşam tarzı gibi unsurları içine almakta ve insanların turizm faaliyetlerine katılma sebepleri arasında önemli rol oynamaktadır (Çiçek, 2013: 101). Aaralarındaki ilişki; kültürün turizme yol açması ve turistlerin gittikleri gezdikleri yerlerin kültürüne etkileri olmak üzere iki şekilde ortaya çıkmaktadır. Turistlerin kültürel mirasa ilgileri sonucu gelişen kültürel turizm tarihsel yerlerin, müzelerin, kalıntıların, fuar ve festivallerin ziyaret edilmesi ile gelişmeye başlamıştır (Emekli, 2006).

Kültürel turizm ise, “insanların kültürel açıdan zengin yerleri görmek, kaybolmaya doğru giden yaşam biçimlerini öğrenmek ve izlemek ve kültürel değerleri bir anı olarak korumak amacıyla yaptıkları geziler ile ilgili turizm çeşidi olarak” tanımlanmaktadır. Kültür turizmi, turizm ekonomisi içinde tarihsel kültür turizmi ve güncel kültür turizmi olarak iki bölüme ayrılmaktadır. “Tarihsel Kültür Turizmi”, ulusal sınırlar içinde kalan tarihi kültür mirasının belli bir turistik organizasyonlar yardımıyla gösterilmesi esasına dayanmaktadır. “Güncel Kültür Turizmi” ise etkinliklerin önemli rol oynadığı, etkinliklerin izleyici sayıları göz önünde bulundurulduğunda yöresel etkinlikler, küçük bölgesel etkinlikler, önemli bölgesel etkinlikler, ulusal ve uluslararası büyük etkinlikler olarak sınıflandırılabilir. “Güncel Kültür Turizmi” içinde etkinlikler önemli bir rol oynamaktadır. Bu etkinlikler, özellikle izleyici sayılarını göz önünde bulundurarak belli başlı beş bölüm içinde incelenebilir (Batman ve Oğuz, 2008:197):

1. *Yöresel Etkinlikler:* Çeşitli müzik, tiyatro gruplarının gösterisi; resim sergileri, yöresel festivaller (karpuz, kiraz festivali, deve güreşi, yağlı güreş organizasyonları, panayırlar, vb)

2. *Küçük Bölgesel Etkinlikler*: Çeşitli ticaret ve sanayi fuarları (Uluslararası İzmir Fuarı, Selanik Fuarı, vb), özel mesleki fuarlar ve sergiler (banyo fuarı, turizm fuarı, kuyumculuk fuarı, vb)
 3. *Önemli Bölgesel Etkinlikler*: İstanbul Müzik Festivali, vb,
 4. *Ulusal Etkinlikler*: Rio Karnavalı, Cannes Film Festivali, vb,
 5. *Uluslararası Büyük Etkinlikler*: Dünya Kupası, Olimpiyat Oyunları, vb etkinliklerdir.
- Kültür turizmi tanımından yola çıkarak kültür turizminin temellerinin aşağıdaki gibi olduğunu söylemek mümkündür.



Şekil 1. Kültür Turizminin Temelleri

Kaynak: Akoğlan Kozak, M. ve Bahçe, A. S. (2009). Özel İlgi Turizmi. Ankara: Detay Yayıncılık, 147.

Şekil 1’de görüldüğü gibi kültür turizmi 4 temel üzerine kurulmuştur (Çiçek, 2013: 104). Birincisi; sanatsal, tarihi yerler ve sit alanları; şehrin sembolleri niteliğinde olan katedralleri, kiliseleri, külliyeleleri, camileri, saray meydan-çeşme gibi anıtları, kültürel ve tarihi eserlerin sergilendiği müzeleri ve sanat galerilerini, yılın belli dönemlerinde farklı destinasyonlarda sergilenebilen kültürel sergileri içermektedir. İkincisi; kültürel ilgiye yönelik insan faaliyetleri; özel dini ritüelleri, müzik, sinema, tiyatro, dans etkinliklerini içeren festivalleri, el sanatlarını, yöreye özgü popüler mimariyi, geleneksel mutfak ile birlikte kültürel rotaları kapsamaktadır.

Üçüncüsü; ekonomik etkinlikler; endüstri ve madencilik mirası, eski fabrikalar, limanlar (Edinburg Limanı vb.) veya maden ocakları (Wielicka tuz maden ocağı vb.) ile geleneksel üretim teknikleri ile ticari fuarlar bu kapsama girmektedir. Dördüncüsü ise doğal güzellikler; milli parklar, temalı parklar ve arkeolojik alanlar doğal güzellikler kapsamında değerlendirilmektedir.

Kültürel çekicilikler her zaman turizm için önemli kaynaklar olarak kabul edilmiştir. Öyleki Avrupa Komisyonu tarafından yürütülen çalışmada, AB genelindeki turizm varış noktalarının %30'unun sahip olduğu kültürel miras nedeniyle tercih edildiğini göstermektedir. Eğer söz konusu tercih nedenlerine kültürel etkinlikler ve festivaller eklenecek olursa, bu oranın %50 seviyesine yükseleceği tahmin edilmektedir (Karadal ve Gündoğdu, 2012:159). Kültürel miras kapsamı zaman içinde genişlemiş ve zenginleşmiştir. Anıt eserler üzerine odaklanan bir tanım ve koruma anlayışından, çok daha kapsayıcı ve insana ait tüm kültürel değerleri içeren bir kültürel miras anlayışına ulaşılmıştır. Günümüzde, UNESCO ve benzeri uluslararası kurumlar tarafından hazırlanan sözleşmelerde, uluslararası hukuk metinlerinde ya da ulusal düzeyde kullanılan yasalarda ve yönergelerde kullanılan kültürel mirasını kategorileri şunlardır (Ünsal, ve Pulhan 2012: 34)

1. Somut Kültürel Miras

- Taşınır Kültürel Miras (tablolar, heykeller, sikkeler, el yazmaları, arkeolojik eserler vs.)
- Taşınmaz Kültürel Miras (anıtlar, arkeolojik sitler, tarihi kent dokuları vs.)

2. Sualtı Kültürel Mirası (batıklar, sualtı kalıntıları ve kentleri)

3. Somut Olmayan Kültürel Miras (sözlü gelenekler, gösteri sanatları, ritüeller vs)

4. Doğal Miras (kültürel boyutu olan doğal sitler, kültürel peyzajlar gibi, fiziki, biyolojik ve jeolojik formasyonlar vs.)

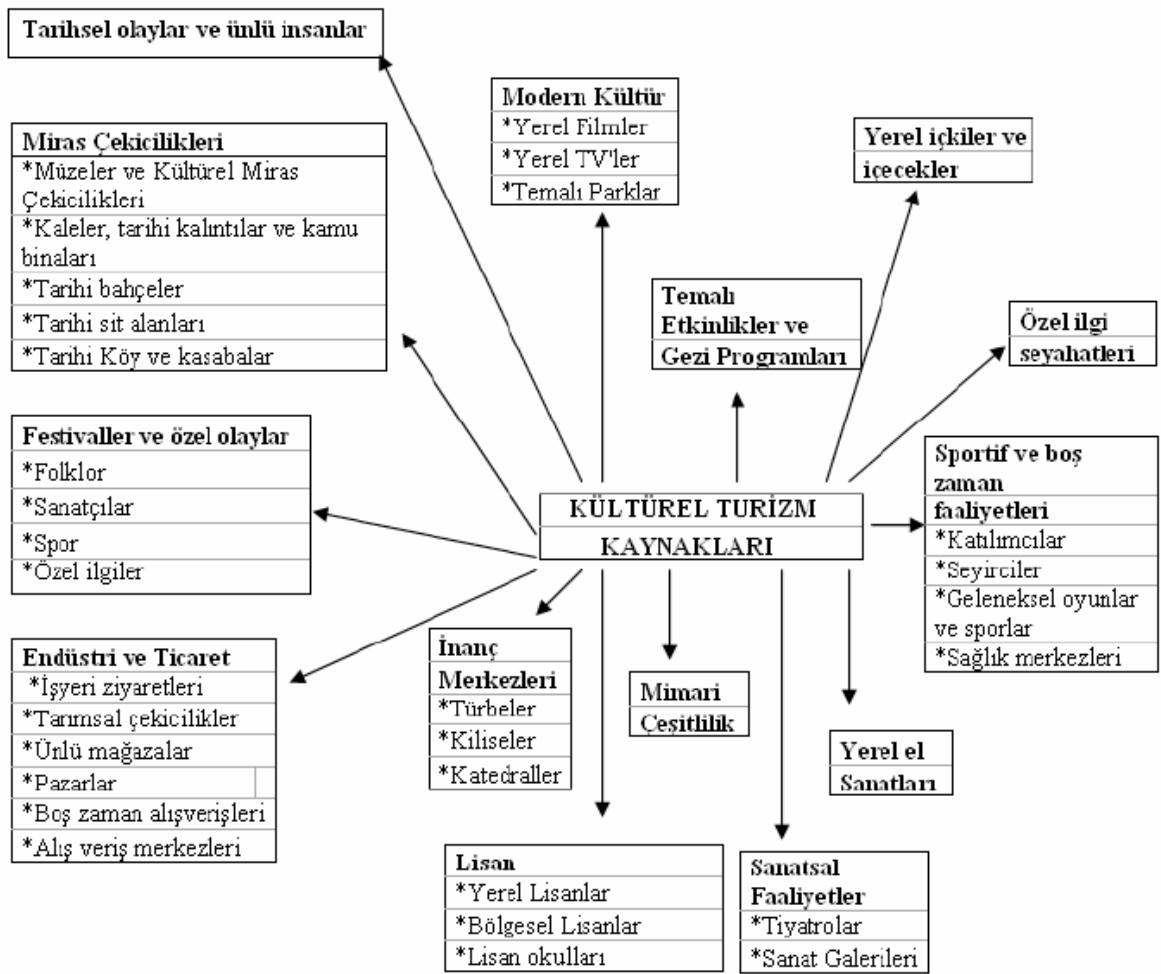
2003 yılı Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi'ne göre somut olmayan kültürel miras," toplulukların, grupların ve kimi durumlarda bireylerin, kültürel miraslarının bir parçası olarak tanımladıkları uygulamalar, temsiller, anlatımlar, bilgiler, beceriler ve bunlara ilişkin araçlar, gereçler ve kültürel mekânlar" olarak tanımlanmıştır (Başat, 2013:63). UNESCO 2003 Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi; TBMM'nin 19.01.2006 tarihli oturumunda oy birliği ile kabul edilmiş ve Türkiye taraf olmuştur. "Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesinin Onaylanmasının Uygun Bulunduğuna Dair Kanun" (No: 5448) 21 Ocak 2006 tarih ve 26056 Sayılı Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir. Türkiye'nin insanlığın somut olmayan Kültürel mirası temsil eden listesi (www.unesco.org.tr, Erişim Tarihi: 18.07.2017);

1. Türk Kahvesi Kültürü ve Geleneği

2. Meddahlık

3. Mevlevi Sema Törenleri

4. Âşıklık Geleneği
5. Karagöz
6. Nevruz
7. Geleneksel Sohbet Toplantıları
8. Kırkpınar yağlı Güreşi Festivali
9. Alevi-Bektaşî Ritüeli Semahı
10. Tören Keşkeği Geleneği
11. Mesir Macunu Festivali
12. Ebru Sanatı



Şekil 2. Kültürel Turizm Kaynakları

Kaynak: Kızılırmak ve Kurtuldu. (2005), Kültürel Turizmin Önemi ve Tüketici Tercihlerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Çalışma, Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi, Ankara.

Kültürel çekicilikleri ziyaret etmek veya kültürel aktivitelere katılmak için seyahat edenler kültür turisti olarak tanımlanmaktadır. Kültür turisti, seyahatlerinin ilk amacı tarihi bölgeleri ziyaret, sanatsal ya da etnik festivallere katılım, görsel sanatları izleme ya da katılma olan

turistleri ifade etmektedir (Çiçek, 2013: 106). Kültür turizmi kavramını daha iyi anlayabilmek için, kültürel amaçlı turistik faaliyetlerde bulunan turistlerin tipolojilerini tanımlamak büyük önem taşımaktadır. McKercher ve Du Gros (2002) oluşturdukları kültür turisti tipolojisinde, sadece seyahat kararlarında kültürün önemini değil, aynı zamanda deneyim unsurunu da dikkate almışlardır. Söz konusu tipolojiye göre beş farklı kültür turisti tipolojisi ortaya koymuşlardır;

- **Amaçlı (Purposeful) Kültür Turisti:** Bir destinasyonu ziyaret etmedeki birincil amaçları kültür turizmidir ve oldukça derin kültürel deneyime sahiptirler.
- **Gezici (Sightseeing) Kültür Turisti:** Bir destinasyonu ziyaret etmedeki birincil nedenleri kültür turizmidir, ancak kültürel deneyimleri düşük seviyededir.
- **Kazara (Serendipitous) Kültür Turisti:** Bu tür turistler kültür amaçlı seyahat etmezler, ancak kültürel turizm faaliyetlerine dahil olduktan sonra derin kültür turizmi deneyimine sahip olurlar.
- **İlgisiz (Casual) Kültür Turisti:** Kültür turizmi, seyahatleri için zayıf bir güdü kaynağıdır ve kültürel deneyimleri yüzeyseldir.
- **Tesadüfi (Incidental) Kültür Turisti:** Bu tip turistler kültürel sebeplerle seyahat etmezler, ancak yine de bazı kültür turizmi aktivitelerine dahil olurlar ve yüzeysel bir deneyim kazanırlar.

3.2. Festival Turizmi Kavramı

Etkinlik turizmi, turizm bölgelerinde bulunan doğal, kültürel ve fiziksel turizm kaynaklarını canlandırıcı, imaj oluşturucu ve bir turizm çekiciliği olarak nitelendirilen etkinliklerin, sistematik planlanması, geliştirilmesi ve pazarlanması olarak tanımlanmaktadır (Karagöz, 2006: 5). Özel etkinlikler; normal aktivite programı dışında, nadiren veya bir kez gerçekleşen temalı etkinliklerin tanımlanmasında kullanılır. Turistler için özel etkinlikler, günlük deneyimlerin ötesinde veya normal tercihlerin dışında sosyal, kültürel ve boş zaman deneyimleri için bir fırsattır. Ayrıca özel etkinlikler, turizm bölgelerinde bulunan özel ürünlerin tutundurulmasında ve pazarlanmasında önemli bir araçtır. Özel etkinliklerin temel özellikleri şu şekilde sıralanabilir (Karagöz, 2006: 32):

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

Etkinlik turizmi kapsamında değerlendirilen festivaller, hem dünyada barışı pekiştirirken, hem de tanışılan yeni kültürlere ve yaşamlara duyulan merakı arttırarak insanları yeni yerler görmeye yönelten etkinliklerdir. Özel etkinlik turizmi kapsamında olan bir diğer etkinlik ise karnavallardır. Karnaval, insanların sokaklarda müzik aletleri çalıp, dans ettiği ve özel kıyafetler giydiği bir ödül için yarıştığı toplumsal etkinliklerdir. Karnavallar içerisinde de dünyada en iyi bilinen, her yıl yüz binlerce turist tarafından izlenen Rio Karnavalı'dır (Kozak ve Bahçe, 2009: 157).

Türk Dil Kurumu'nun (TDK) sözlüğündeki tanıma göre festival "1. Dönemi, yapıldığı çevre, katılanların sayısı veya niteliği programla belirtilen ve özel önemi olan sanat gösterisi. 2. Belli bir sanat dalında oyun ve filmlerin sunulması ve gösterilmesi sonunda ödül, derece verilmesi biçiminde düzenlenen ulusal veya uluslararası gösteri dizisi, şenlik: Antalya film festivali. 3. Bir bölgenin en ünlü ürünü için yapılan gösteri, şenlik: Kiraz festivali" şeklinde tanımlanırken, karnaval ise, " 1. Belli dönemlerde renkli, komik ve şaşırtıcı kılıklara girerek yapılan şenlik ve eğlence, 2. Şenlik" şeklinde tanımlanmıştır (TDK, 2017).

Festival; yerel bir topluluk tarafından tarihi önceden belirlenmiş ve yörenin simgesi haline gelerek gelenekselleşmiş ve sürekliliği sağlanarak toplumun kolektif hafızasında yer alan etkinlik türüdür. (Küçük, 2012: 14). Festivallerin oluşumu dinsel sebeplere dayanmaktadır Dini ritüellerin festivale dönüşmesi ise Eski Yunan Uygarlığı'na kadar dayanmaktadır. Eski Yunan'da festivaller, masrafları siteler tarafından karşılanmak suretiyle, insanların eğlendirilmesi yoluyla, şarap tanrısı Dionysos'u anmak için onun adına düzenlenirdi. Tiyatro, dans ve müziğin yanında bedava içki bu festivallerin ayrılmaz parçasıydı (Bilgili, Yağmur ve Yazarkan, 2012: 118).

Festivallerin yedi fonksiyonu vardır; eğitim, eğlence, turizm, sosyal etkileşim, ticaret, iş. Bu fonksiyonları ile festivaller; yöreye ziyaretçi sayısını arttırmakta, ekonomik getiri sağlamakta, yöre imajını geliştirmekte ve yerel halkın gururunu arttırmaktadır. Diğer taraftan festivaller; toplumdaki kültürel farklılıkların, kimliklerin, sosyal bağların ve aidiyet duygularınının gelişmesini sağlayarak toplumun yeniden şekillenmesine de katkı sağlamaktadır (Gül, Erdem ve Gül, 2013: 214). İnsanlar arasındaki arkadaşlığın artmasına ve yeni kültürlerin birbirini tanımmasına fırsat veren festivaller aynı zamanda değişik yerler ziyaret etmek ve görmek için teşvik edici özelliğe sahiptir. (Çulha, 2008). Karagöz, (2006:23) festivalleri aşağıdaki gibi özetlemiştir:

- Dini açıdan kutsal veya kültürel, özel gelenek/ göreneklerle belirginleşmiş kutlamalar,
- Belirli bir insan ya da olayın veya önemli bir ürünün hasatıyla ilgili yıllık kutlamalar,
- Genellikle tek bir sanatçı veya sanat dalına adanmış bir dizi güzel sanatlar çalışmasının yapılmasını içeren kültürel etkinlikler,
- Fuar ve panayırılar,
- Genel, herkese açık şenlik, ziyafet ve eğlenceler.

Festivallerin kendine özgü çekiciliği, kutlama ve eğlence içeriği ve monoton hayatın dışında olmalarından kaynaklanmaktadır. Festivaller genel olarak yöresel kültürü/tarihi koruma ve sürdürülebilirliğini sağlama, rekreasyon ve eğlence, istihdam olanakları sağlama ve yerel turizm endüstrisini geliştirme gibi çeşitli nedenlerle de düzenlenmektedir (Günersel, 1997: 8). Festivaller, genel bir sınıflandırılmaya sahip olmamakla birlikte bazı kriterlere göre aşağıdaki gibi çeşitlendirip örneklendirmek mümkün olabilir (Atak 2009: 40):

Büyükülüğü Açısından Festivaller:

- Küçük Ölçekli Yerel festivaller (Örneğin; Malatya Kayısı Festivali)
- Orta Ölçekli Bölgesel festivaller (Örneğin; Güneydoğu Yemekleri Festivali veya Balkan Müziği Festivali)
- Büyük Ölçekli Ulusal festivaller (Örneğin; Türkiye Üniversitelerarası Halk Oyunları Festivali)
- Mega Ölçekli Uluslararası festivaller (Örneğin; Uluslararası İstanbul Film Festivali, Cannes Film Festivali, Berlin Film Festivali, Rio Karnavalı vb.)

Temasına Göre Festivaller:

- Sanatsal festivalleri (Örneğin; Uluslararası İstanbul Caz Festivali, Antalya Altın Portakal Film Festivali vb.)
- Kültürel festivalleri (Örneğin; Bozcaada Yerel Tatlar Festivali)

Alanına Göre Festivaller:

- Tek bir alanda gerçekleştirilen festivaller (Örneğin; Rock 'n Coke, Mengen Türk Yemekleri Festivali, çocuk festivalleri, tiyatro festivalleri vb.)
- Çok alanda gerçekleştirilen festivaller (Örneğin; Ayvalık Sanat Festivali: resim, heykel, sinema, edebiyat, müzik vb.)

Ayrıca başka çeşitlerde de festival sınıflandırmaları da olup farklı ölçütler açısından festivalleri değerlendirmektedir (Karagöz, 2006:27). Aşağıda iki farklı sınıflama sunulmuştur.

Tablo 2’de izleyiciler açısından yapılan bir sınıflama sunulmuştur.

Tablo 2. Festivallerin İzleyiciler Açısından Sınıflandırılması

Festivallerin İzleyiciler Açısından Sınıflandırılması	
Yerel Festivaller	Etkinliklerin ev sahibi kültüre yönlendirilmiş olduğu ve bu kültürün üyeleri tarafından kontrol edilmektedir.
Gelişmiş Yerel Festivaller	Tek kültürlü olmaları nedeniyle yerel festivallerle benzerlik göstermesinin yanı sıra, kültürel öğeleri bilinçli bir biçimde yabancı katılımcılar için uyumlu hale getirilmiştir.
Ticarileşmiş Festivaller	Halk kutlamalarının ticarî tutundurma faaliyetlerinin etkileriyle birlikte, halk desteğini kaybedene kadar ticaret ön planda tutulmaktadır.
Tek Kültürlü Festivaller (Toplumsal Olmayan)	Mevcut kültürün dışından, yabancılar tarafından düzenlenmektedir.
Çok Kültürlü Festivaller	Seyirciler, ağırlıklı olarak kültürün üyeleri olma eğiliminde olup birçok kültür aynı anda temsil edilmektedir

Kaynak: Ekin, Y. (2011), Etkinlik Turizmi Kapsamında Festivaller ve Antalya Altın Portakal Film Festivali'nin Yerel Halk Üzerindeki Sosyal Etkileri Konulu Bir Araştırma, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Antalya,ss.24

Tablo 3'de ise festivallere yönelik festival türü 1, festival türü 2 ve festival türü 3 olmak üzere yapılan bir sınıflama sunulmuştur.

Tablo 3. Festivallerin Sınıflandırılması

	Festival Türü 1 Ev yapımı	Festival Türü 2 Turist çeken	Festival Türü 3 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	Ortaklar için Ekonomik Gelişme / Yerel halk ve ziyaretçiler için kültürel ve eğlence amaçlı faydalar

Kaynak: Ekin, Y. (2011), Etkinlik Turizmi Kapsamında Festivaller ve Antalya Altın Portakal Film Festivali'nin Yerel Halk Üzerindeki Sosyal Etkileri Konulu Bir Araştırma, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Antalya,ss.24

Festival düzenleme nedenlerine bakıldığında ise aşağıdaki gibi sıralanması mümkündür (Karagöz, 2006:25):

- Toplumun heyecanını ve gururunu arttırmak
- Toplumun neden benzersiz ve özel olduğunu göstermek
- Toplumun imajını geliştirmek

- Toplumun kültürel becerilerini ve yeteneklerini keşfetmesi ve geliştirmesi için fırsatlar sağlamak
- Özel projeler için gelir sağlamak
- Bölge halkının sanat ve diğer yaratıcı alanlarda yeni faaliyetlerle uğraşması için fırsatlar sağlamak
- Bir insanı, tarihi ya da önemli bir olayı onurlandırmak

Festival turizminin gerçekleştirildiği destinasyona önemli etkileri bulunmaktadır. Etkinliklerin etkileri şu başlıklar altında ve olumlu/olumsuz açıdan değerlendirilebilir (Çelik, 2009:85-86):

Tablo 4. Etkinliklerin Etkileri

Etkiler	Olumlu	Olumsuz
Sosyal ve Kültürel	Deneyimlerin paylaşılması Geleneklere tekrar hayat kazandırılması Toplumsal onurun oluşturulması Toplumsal grupların onaylanması Katılımların artması Yeni fikirlerin oluşması Kültürel deneyimlerin artması	Toplumsal yabancılaşma Olumsuz topluluk imajı Kötü alışkanlıklar Kötüye kullanma Sosyal kaydırma Sosyal huzurun kaybolması
Fiziksel ve Çevresel	Çevresel düzenlemeler En iyinin yapılması Çevresel duyarlılığın artması Altyapıya katkı sağlaması Ulaşım ve iletişim sistemini geliştirmesi Şehirleşme	Çevreye zarar vermesi Kirlilik Kalıtlara zarar vermesi Ses kirliliği Trafik sorunları
Politik Etkiler	Uluslar arası prestij Gelişmiş şehir profili Yatırımların pazarlanması Sosyal bağlılık Yönetim deneyimi sağlama	Hatalardan doğan riskler Fonların yanlış kullanılması Hesaplamanın yapılmaması Propaganda Toplumsal kontrol yapılmaması İdeolojilerin onaylanması
Ekonomik Etkiler	Destinasyon pazarlaması ve artan turist ziyaretleri Turist konaklama süresinin uzaması Yüksek kazanç Vergi gelirinin artması İş olanaklarının artması Ticari etkinlikler Yeni iş olanakları	Toplumun turizme direnmesi Otantikliğin kaybolması İmajın zedelenmesi Kötüye kullanma Fiyatların artması Yanlış finansal yönetim Finansal kayıp

Kaynak:Çelik, Ayşe (2009), Destinasyon Pazarlama Unsuru Olarak Etkinlik Turizmi Ve Etkileri – İstanbul Örneği, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), 2009, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

Festival Turizmine İlişkin Alan Yazın

Festival turizmi yazınına ulaşmak amacıyla, sosyal bilimler alanındaki dergileri de bünyesinde bulunduran “EbscoHOST, Science Direct, JSTOR, Sage Journals” veri tabanlarında 30.05.2016-31.05.2019 tarihleri arasında tarama yapılmıştır. Bahsedilen veri tabanlarında konu ile ilgili araştırmaların tespit edilmesi; veri tabanlarındaki gelişmiş arama seçeneklerinde “festival tourism” ve “activity tourism”, anahtar kelimeleri girilerek ve bu kelimelerin makalenin sadece “başlığı, özeti ve/veya anahtar kelimeleri”nde aranması tercih edilerek yapılmıştır. Yapılan sistematik yabancı yazın taraması sonucunda değerlendirmeye alınan araştırmaların geniş özeti ise Ek 1’de verilmektedir.

Ralston ve Crompton (1988) çalışmasında 1987 Dickens on the Strand Festival’ini ele almıştır. Bu etkinliğe katılırların aile birlikteliği, yeni kişilerle buluşma veya insanları gözlemleme, nostalji, öğrenim ve keşfetme, sosyal bağlantılar, bir şeyler yapma arayışı, kişisel ve sosyal baskılardan kaçış boyutları altında toplanmıştır.

Getz, (1991 ve 1997), çalışmasında etkinlik turizminin hem bir çalışma alanı hem de ekonominin küresel anlamda önemli bir sektörü olduğunu vurgulamıştır. Uysal, v.d.(1993) ise çalışmasında yiyecek ile ilgili olan “1991 Travelers Rest’s Country Corn Festival’ini incelemişlerdir. Katılanlar Kaçış, heyecan/haz, yeni etkinlikler, sosyalleşme, aile birlikteliği boyutları altında birleşmiştir. Mohr v.d (1993) Freedom Weekend Aloft, a Hot Air Balloon Festival’inin incelemiş olup festivalin sosyalleşme, aile birlikteliği, heyecan/ sıradışı, kaçış, yeni etkinlikler boyutları ile örtüştüğü ortaya çıkmıştır. Formica. ve Uysal,(1996) çalışmalarında 1995 Umbria Jazz Festival’inin incelemesini yapmışlardır. Heyecan/haz, sosyalleşme, eğlence, yeni etkinlikler, aile birlikteliği boyutları ortaya çıkmıştır. Hiller, (1998) ise Etkinliklerin etkilerini belirlemek üzere yapılan çalışmaların ekonomik etkiler üzerinde yoğunlaştığını ve diğer alanlara da yönelmenin gerekliliğinden bahsetmiştir.

Mihalik, ve Simonetta (1999), çalışmasında Atlanta Olimpiyatları’na yönelik algıyı karşılaştırmayı amaçlamıştır. Yerel halkın etkinliğin ekonomik etkilerinden çok, kentlerinin uluslararası anlamda tanınması, toplumsal gurur gibi görünmez etkilere daha fazla önem verdikleri vurgulanmıştır. Allen, O’toole, Harris ve McDonnell (2002) ise etkinlik turizmini etkileri “sosyal ve kültürel etkiler”, “fiziksel ve çevresel etkiler”, “politik etkiler” ve “ekonomik etkiler” başlıkları altında incelemiştir.

Kim ve Uysal (2003), çalışmasında festival ve etkinlik organizatörlerinin etkinlik turizminin sosyo-ekonomik etkilerine yönelik algılarının turizmin etkilerine yönelik algıları arasında spesifik bir fark bulunmadığını belirtmiştir. Gürsoy, Kim, ve Uysal (2004) ise etkinlik turizminin sosyo-ekonomik etkilerini dört faktör altında toplamış ve bu faktörleri toplumsal dayanışma, ekonomik kazançlar, sosyal kazançlar ve sosyal maliyetler şeklinde adlandırmıştır.

Kim ve Petrick (2005) Kore ve Japonya" da düzenlenen 2002 Dünya Kupası'nın etkilerine yönelik yerel halkın algılarını araştırmıştır. Yaş, cinsiyet, meslek vb. sosyo-demografik değişkenlere göre yerel halkın algı ve fikirlerinde farklılıklar olduğu saptandığı belirtilmiştir. Yapılan faktör analizi sonucunda 22 ifadeden oluşan olumlu etkiler "turizm kaynaklarının gelişimi ve kentleşme, imaj gelişimi, ekonomik faydalar, yabancı ülke ve kültürlerle olan ilgi ve turizm altyapısının gelişimi" olmak üzere beş faktör altında toplanmıştır. Dokuz ifadeden oluşan olumsuz etkiler ise "olumsuz ekonomik etkiler, çatışma ve karışıklık, trafik problemi ve kargaşa" olmak üzere üç faktör altında toplanmıştır. Genç nüfusun yaşlı nüfusa göre olumsuz ekonomik etkiler ve trafik problemi hakkında daha hassas oldukları saptanmıştır. Çalışmada kadın katılımcıların beş faktörden oluşan olumlu etkilere erkek katılımcılara göre daha yüksek oranda katıldıkları yönünde görüş bildirdikleri ve kadınların erkeklere göre 2002 Dünya Kupası hakkında daha olumlu fikirlere sahip oldukları sonucuna varılmıştır. Bunların dışında katılımcıların "kentin imajının geliştirilmesi", "trafik ve kargaşa problemi" ve "olumsuz ekonomik etkiler" ifadelerinde de yoğunlaştıkları belirtilmiştir.

Jackson (2008), çalışmasında Daytona sahilinde düzenlenen etkinliklerde özellikle ekonomik, çevresel ve sosyal etkiler üzerinde durduğu görülmektedir. Çalışmada yüksek ekonomik faydası olan bazı etkinliklerin beraberinde birçok sosyal problem getirdiği sonucuna varılmıştır. Bu yüzden yerel halkın ekonomik anlamda daha az getirisi olan ama aynı zamanda daha az sosyal probleme yol açacak etkinlikleri tercih ettikleri sonucuna varılmıştır.

Park, Reisinger ve Kang (2008) çalışmalarında South Beach Wine and Food Festival in Miami Beach" etkinliğine katılanların motivasyonlarının belirlenmesini amaçlamışlardır. Yeni şarap ve yiyecek tatma, etkinlikten hoşlanma, sosyal statüyü yükseltme, rutin yaşamdan kaçma, yeni insanlarla karşılaşma, aileyle beraber vakit geçirme, ünlülerle ve şarap uzmanları ile karşılaşma boyutları ortaya çıkmıştır.

Zou ve Ap (2009), çalışmasında 2008 yılında Pekin'de düzenlenen Olimpiyat Oyunlarına ilişkin yerel halkın algısının ve bu olimpiyatların etkilerinin incelenmesi amaçlanmıştır. Yerel halkın Pekin Olimpiyatları'nın etkilerine yönelik algılarının çok olumlu olduğu ve % 96 oranla halkın bu etkinliği desteklediği saptanmıştır. Yapılan faktör analizi sonucunda 21 ifadenin dört faktör altında toplandığı görülmektedir. Bu faktörler "sosyal ve psikolojik etkiler, sosyal yaşam, kentsel ve ekonomik gelişim" olarak adlandırılmıştır.

Amenumey ve Amuquandoh, (2010), çalışmasında 2008 Afrika Konfederasyon Kupası'na ilişkin yerel halkın etkinliğe yönelik beklentisine ilişkin fikirlerinin incelemeyi amaçlamıştır. Faydalar, çevresel faydalar, çevresel olumsuzluklar, ekonomik olumsuzluklar, kültürel faydalar ve sosyal olumsuzluklar" olmak üzere altı faktör grubu belirlenmiştir. Sosyo-demografik değişkenlerin algılarda farklılığa yol açtığı belirtilmiştir.

Yang ve diğerleri (2010), çalışmasında Şangay yerel halkının EXPO 2010'un etkilerine yönelik olan algılarını ve algılarındaki farklılıklara göre farklı yerel halk grupları incelenmiştir. Yapılan faktör analizi sonucunda 27 ifadeden oluşan olumlu etkiler, beş faktör altında toplanmıştır. Bu faktörler "kent imajının gelişimi, turizm altyapısının gelişimi, ekonomik faydalar, kültürel değişim ve çevresel ve kültürel koruma" olarak isimlendirilmiştir. 15 ifadeden oluşan olumsuz etkiler ise "ekonomik maliyetler, sosyal ve çevresel problemler ve kültürel çatışma" olarak üç faktör altında toplanmıştır. Katılımcıların üç faktörden oluşan olumsuz etkilerden sadece "ekonomik maliyet" faktöründe yoğunlaştıkları belirtilmiştir. Çalışmada yerel halkın, algılarındaki farklılıklara göre "destekleyenler, gerçekçiler ve nefret edenler" olarak üç gruba ayrıldığı belirtilmiştir. Ayrıca kentin imajının geliştirilmesi ve sağlaştırılması en önemli olumlu etki olarak belirtilmiştir.

Zou (2010), çalışmasında Maa'da yapılan Formula 3 Grand Prix araba yarışlarına ilişkin yerel halkın algılarının incelemesi amaçlamıştır. Yerel halkın büyük çoğunluğunun etkinliğe yönelik algılarının olumlu olduğunu saptamıştır. Yapılan faktör analizi sonucunda 20 ifadenin beş faktör altında toplandığı görülmektedir. Bu faktörler "sosyal ve psikolojik etkiler, sosyal yaşama olumsuz etkileri, toplumsal maliyetler, ekonomik olumsuzluklar ve fiziksel faydalar" olarak adlandırılmıştır.

Antoniou (2011), çalışmasında 2011 yılında Litvanya'da düzenlenen FIBA Avrupa Basketbol Şampiyonası'nın etkilerine yönelik yerel halkın algılarını incelemiştir. Etkinliğin yerel ekonomiyi canlandırdığı, yeni iş olanakları ve istihdam sağladığı sonucuna varılmıştır. Katılımcıların etkinlik sayesinde yaşadıkları yer ile gurur duydukları, aile ve arkadaşları ile hoşça vakit geçirdikleri saptanmıştır. Bu olumlu etkilerin yanında katılımcıların etkinliğin alkol kullanımını, suç oranını, trafik problemini, kalabalığı ve çevre kirliliğini arttırdığı yönünde görüş bildirdikleri belirtilmiştir.

Chen (2011), çalışmasında Macao'daki özel etkinliklerin (Macao Grand Prix, Macao Yemek Festivali, Ejderha Gemisi Festivali, Uluslararası Macao Havai Fişek Gösterisi, Uluslararası Macao Müzik Festivali, Macao Sanat Festivali, Uluslararası Macao Maratonu ve Macao Açık Golf Turnuvası) yerel halk tarafından nasıl algılandığını incelemiştir. Çalışmada 28 ifade, yedi faktör altında toplanmıştır. Bu ifadeler "toplumsal gurur, kişisel kazanç, ekonomik faydalar, yaşam kalitesi, olumsuz çevresel etkiler, olumsuz kültürel etkiler ve toplumsal hizmetlerde aşırı yoğunluk" olarak sınıflandırılmıştır. Kümeleme analizinden yararlanılan bu çalışmada, üç farklı yerel halk kümelenmesi olduğu sonucuna varılmış ve bu kümeler "benimseyenler, gerçekçiler ve deneyimliler" olarak adlandırmıştır. Bu üç kümenin etkinliklerin toplumsal hizmetlerde aşırı yoğunluk oluşturduğunu ve kültürel dokuya zarar geldiği üzerinde yoğunlaştıkları belirtilmiştir.

Lorde ve diğerleri (2011), çalışmasında Barbados'un 2007 yılında ev sahipliği yaptığı Kriket Dünya Kupası'nın etkilerine yönelik algılarının incelenmesi amaçlanmıştır. Etkinlik

öncesi ve sonrası olan algıların incelenip karşılaştırılmasının temel amaç olarak belirlendiği çalışmada, yapılan faktör analizi sonucunda 19 ifade “kültürel değişimin faydaları, sosyal problemler, ekonomik faydalar, kaynakların ve kültürün gelişimi, trafik ve kirlilik problemleri, hayat pahalılığı ve inşaat maliyetleri” olmak üzere yedi faktör altında toplanmıştır.

Chang (2011) çalışmasında “Food Festival Texas” etkinliğine katılanların katılım motivasyonlarının belirlenmesini amaçlamıştır. Katılım motivasyonlarının Şarap, kaçış/etkinlik değişikliği, yiyecek, bilinen grup sosyalleşmesi, dış sosyallik, sanat boyutları olduğu ortaya çıkmıştır.

Lee, Lee, Kang, Lee, ve Jeon, (2012) çalışmalarında 2008 Pekin Olimpiyatları öncesi ve sonrasında yerel halkın bu etkinliğin etkilerine yönelik algılarında herhangi bir değişiklik olup olmadığını incelenmiş olup, demografik değişkenlere göre katılımcıların algılarında farklılık olduğu saptanmıştır. Araştırmada kullanılan dokuz ifadeden oluşan olumlu etkiler iki faktör altında toplanmıştır. Bu faktörler “toplumsal yatırım ve altyapının geliştirilmesi” olarak adlandırılmıştır.

Köker, Maden, ve Gözta, (2013) çalışmalarında İzmir Enternasyonal Fuarı'nın İzmir kentininin markalaşma sürecine olan katkısına yönelik halkın görüşlerini incelemiş olup, Çalışma katılımcılarının iki gruba ayrıldığı ve bu grupların İzmir'de ikamet edip, çalışan kişilerden ve İzmir'de okuyan öğrencilerden oluştuğu vurgulanmıştır. Çalışmada İzmir'de yaşayıp, çalışan kişilerin en fazla fuarın olumlu ekonomik etkileri üzerinde, öğrencilerin ise olumlu sosyal etkileri üzerinde yoğunlaştığı saptanmıştır. İki grubun fuarın yerel ekonomiyi canlandırdığı, istihdam sağladığı, kentteki ticareti geliştirdiği, yeni yatırımlara fırsat sağladığı, turizmi geliştirdiği görüşlerine de yüksek derecede katıldıkları belirtilmiştir. Bunların yanında, katılımcıların oluşturduğu iki grubun fuarın şehrin tanınmasına ve ününün gelişmesine önemli derecede katkısı olduğu belirtilmiştir.

Özbalcı ve Var 2013 çalışmalarında Mesir Festivali ekonomik bakış açısıyla incelenmiş olup, 2011 yılında (festivalin 471. kutlama yılında) toplam festival maliyetinin 1.575.000 TL gerçekleşmesi ile dünyada çok nadir olarak karşılaşılan geleneksel bir yapıya sahip festival olduğu belirtilmiştir.

Kömürcü, Boz ve Tükeltürk, (2014) Yerel Tatlar Festivali'nin Bozcaada'ya etkilerini inceledikleri çalışmalarında Yerel Tatlar Festivali'nin Bozcaada'nın tanıtımına olumlu etkileri olduğunu ve bölgede yaşayan yerel halka ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel açılardan birçok etkisi olduğunu belirtmişlerdir.

Egresi, ve Kara (2014) yerel ekonomik kalkınma için küçük etkinliklerin ve festivallerin önemini incelemek amacıyla gerçekleştirdikleri çalışmalarında bu festivallere katılan turistlerin yerel ekonomide para harcamasına karşın, çok az turistin katılabileceği gerçeğinden dolayı bu olayların ekonomik etkilerinin sınırlı kaldığı belirtilmiştir.

Festival turizmi yazınına ulaşmak amacıyla, “Google Akademik” ve “ULAKBİM” veri tabanlarında tarama yapılmıştır. Trama söz konusu veri tabanlarında “festival turizmi” ve “etkinlik turizmi”, anahtar kelimeleri ile 30.05.2016-31.05.2019 tarihleri arasında yapılmıştır. Konuya ilişkin yapılan sistematik yerli yazın taraması sonucunda değerlendirmeye alınan araştırmaların ayrıntılı özeti Ek ' 2de verilmektedir.

Karagöz'ün (2006) araştırmasına göre 2005 yılında İstanbul'da gerçekleştirilen Formula 1 Türkiye Grand Prix'e 15000 yabancı turist katılmış ve 8.232.750 TL doğrudan gelir elde edilmiştir. 2005 Türkiye Grand Prix'i ile turizm sektörüne yönelik 8.232.750 TL'lik nihai talep artışı, ekonomi genelinde 21.305.533,73 TL'lik üretim artışına neden olmuştur.

Kızılırmak (2006), Türkiye'de düzenlenen festivalleri bölgelere, içeriklerine ve düzenlenme sıklıklarına göre sınıflandırma yapmak amacıyla 1188 yerel festival üzerine bir araştırma yürütmüştür. Araştırma sonucuna göre Karadeniz bölgesi en fazla festivalin yürütüldüğü bölge olarak tespit edilmiştir. Bununla birlikte temmuz ve ağustos aylarında en fazla festivalin gerçekleştirildiği ve gerçekleştirilen bu festivallerin içerisinde sırasıyla tarım, kültür ve kurtuluş günü konulu festivallerin en sık gerçekleştirilen festival türleri olduğu tespit edilmiştir.

Atak (2009) tarafından Türkiye'de özellikle de Antalya'daki festivallerin turizm tanıtımı içindeki yeri incelenmiş, düzenlenmekte olan festivallerin, uluslararası turizm pazarına, ülke tanıtımına, turizm gelirlerine ve buna bağlı olarak bölgesel kalkınmaya olan etkileri, kaynak taraması ve istatistikî bilgilere sahip yerel ve ulusal kuruluşlardan edinilen bilgilerle incelenmiştir. Araştırmada Antalya'da düzenlenen festivallerin, yetersiz bütçeden dolayı iyi bir tanıtım ve pazarlama faaliyeti gerçekleştirmediği, yeterli düzeyde turist çekemediği ortaya konmuştur. Bu nedenle festival ve etkinliklere daha fazla bütçe ayrılması ve reklam kaynaklarının etkin kullanılması gerekliliği üzerinde durulmuştur.

Gürsoy ve diğerleri (2011), 2008 Pekin Olimpiyatları süresince ve sonrasında etkinliğin etkilerine yönelik yerel halkın algısının incelemişlerdir. Yapılan faktör analizi sonucunda 30 ifadenin yedi faktör altında toplandığı görülmektedir. Bu faktörler “toplumsal gurur ve uluslararası tanınma, ekonomik faydalar, olumsuz çevresel etkiler, kültürel faydalar, ülke için fırsatlar, sosyal problemler, kaynakların ve kültürün gelişimi” olarak sınıflandırılmıştır. Çalışmada yerel halkın algılarında zamanla değişiklik olduğu sonucuna varılmıştır.

Ekin (2011) etkinliklerin sosyal etkileriyle ilgili olarak yerel halkın algılarını ortaya çıkarmak amacıyla Altın Portakal Film Festivalini konu alarak 2011 yılında 538 kişi üzerinde yaptığı çalışmada etkinliklerin eğlence ve sosyalleşme fırsatları, farklı grupların etkinlikler aracılığıyla bir araya gelmesi gibi birçok sosyal etkisinin olduğu sonucuna ulaşmıştır. Bununla birlikte yerel halkın, programın zamanında dağıtılması, okullarda gerçekleştirilen söyleşilerin

arttırılması, trafiğin daha iyi planlanması ve medyanın daha etkin kullanılması gibi birçok önerisi de olmuştur.

Bilgili, Yağmur ve Yazarkan (2012) yılında 300 kişi üzerinde yaptıkları araştırmada Erzurum ili Oltu ilçesinde düzenlenen Kırdag Şenliklerinin etkinlik ve verimliliğini, festivale katılan tüketiciler ve şenliğin maliyetleri açısından ele alarak değerlendirmişlerdir. Buna göre Kırdag Şenlikleri bölgenin tanıtımını sağlamak, bölgeye turist çekebilmek için önemli bir fırsat olarak görülmektedir. Ayrıca şenlik süresince düzenlenen faaliyetlerin kendi maliyetlerini karşılayabilecekleri ve herhangi bir bütçe gerektirmeyen faaliyetler olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Kömürcü (2013), Yerel Tatlar Festivali'nin Bozcaada'ya etkilerini incelenmiş olduğu çalışmada Yerel Tatlar Festivali'nin Bozcaada'nın tanıtımına olumlu etkileri olduğunu ve bölgede yaşayan yerel halka ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel açılardan birçok etkisi olduğunu tespit etmiştir.

Küçük (2013), Konya ili Beyşehir ilçesinde her yıl düzenlenen "Uluslararası Beyşehir Göl Festivali" etkinliğinden yerel esnafın ne düzeyde yararlandığını ortaya koymak için yaptığı çalışmada Beyşehir'de faaliyet gösteren 7 farklı sektörden esnafla yüz yüze görüşmeler yapılarak yerel esnafın konuya ilişkin temel sorunları tespit edilmeye çalışılmıştır. Festivalde yerel esnaftan çok dışarıdan gelen esnafın ağırlıklı olduğu ve yerel ürünlere yeterince yer verilmediği, ilçenin nüfusunun en yoğun olduğu bu süreçten yerel esnafın yeterince yararlanmadığı ve bu nedenle de etkinliğin tam olarak yerel kalkınmaya bir katkı sağlayamadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Yolal ve diğerleri (2014), XVII. Akdeniz Oyunları seyircilerinin güdeleri ve Oyunların sosyo-ekonomik etkilerine ilişkin algıları belirlemek için yapılmış olan çalışmalarında Mersin ve Adana illerinde anket yüz yüze uygulanmıştır. 509 anket ile istatistikî analizler gerçekleştirilmiştir. Katılımcılar bu tür etkinliklerin toplumsal bağlılık ve toplumsal faydalar yarattığını, ekonomik faydalar sağladığını, ancak toplumsal maliyetlerinin de bulunduğunu düşünmektedirler. Çalışma sonuçlarına göre güdülenme boyutları ve sosyo-ekonomik etkilerin katılımcıların demografik özelliklerine göre küçük farklılıklar sergilediği saptanmıştır.

Çuhadar ve diğerleri (2014), Dedegöl dağcılık şenliğine katılan ziyaretçilerin harcamalarının analizi ve Isparta ekonomisine olan katkılarının belirlenmesi amacıyla gerçekleştirilmiş oldukları çalışmalarında Dedegöl dağcılık şenliği katılımcılarının, konaklama, yiyecek-içecek, hediyelik eşya, market ve diğer işletmelerde yaptıkları harcama yaptıklarını ortaya koymuşlardır.

Özkan ve diğerleri (2015), Alaçatı Ot Festivalinin katılan ziyaretçiler üzerine etkilerini saptamak amacıyla gerçekleştirmiş oldukları çalışmalarında festivalin yerel halk için ekonomik

açıdan gelir sağladığı ve sahip olduğu becerilerini sergilemesinde de yardımcı olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Yıldız ve Polat (2016), Eskişehir’de düzenlenen festivallerin etkilerine yönelik algılarını tespit etmek amacıyla gerçekleştirdikleri çalışmalarında yerel halkın kentsel gurur, sosyo-ekonomik ve kültürel etkiler boyutlarını olumlu düzeyde algıladıkları görülmüştür.

Yıldırım ve diğerleri (2016), Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı’na yönelik yerel halkın algılaması ve memnuniyet düzeylerini belirlemek amacıyla gerçekleştirdikleri çalışmalarında karnavalın yerel halka sosyal, bireysel, ekonomik, kentsel ve turistik faydalar sağladığı tespit edilmiştir. Halkın karnavaldan memnuniyetlerini, en fazla karnavalın sosyal ve bireysel yararlarının etkilediği de belirlenmiştir.

Dalgın ve diğerleri (2016), festivallerin kırsal turizm açısından önemini değerlendirmek amacıyla gerçekleştirdikleri çalışmalarında Festivallerin yörenin kültürel yapısını ifade etmekteki gücü vurgulanmış, yerel halk ve ziyaretçiler arasındaki iletişimi güçlendirici rolü ifade edilmiştir.

Sahilli Birdir ve diğerleri (2016), IV. Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı katılımcılarının karnavala katılımlarını güdüleyen sebeplerin belirlenmesi amacıyla gerçekleştirdikleri çalışmalarında katılımcıların karnavala katılım güdülerini “etkinlik” “kaçış”, “sosyalleşme” ve “yenilik” olarak belirlenmiştir.

Çulha ve Kalkan (2016), Didim’de düzenlenen 3. Uluslararası Zeytin Festivali’nin yerel esnaf gözüyle algılanan festival kalitesi ve festivalin bölge turizmine olan katkılarını değerlendirmek amacıyla gerçekleştirdikleri çalışmalarında; festivalin program kalitesi, etkileşim kalitesi, fiziki kalitesi, yönetim/yönetişim kalitesi ve çıktı kalitesi, bölge turizmine olumlu veya olumsuz katkıları, festival kalitesinin ve katkılarının geliştirilmesi ile ilgili önemli bulgular ortaya çıkarmıştır.

Sarı (2016), Antalya ilinin turizm çeşitlendirilmesinde fuarlar, festivaller ve geleneksel yayla şenliklerinin öneminin ortaya konulması amacıyla gerçekleştirdiği çalışmasında Etkinlik katılanlarının büyük çoğunluğunun şehirlerde yerleşmelerinde oturdukları görülmektedir. Etkinlik katılımcılarının sürekli olarak bu tür etkinlikleri uzak yakın demeden katılım gösterdiği görülmektedir. Etkinlik katılımcılarının bu tür etkinliklere katılma sebepleri içinde ilk sırayı eğlence isteği almaktadır. Etkinlik katılımcılarının en çok ilgisini konserler çekmektedir.

Çakıcı ve diğerleri (2017), Adana Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı’nın şehirin kültürüne, ekonomisine ve tanıtımına olan katkısı paydaşlar bakış açısı ile incelemek için gerçekleştirdikleri çalışmalarında Karnavalın ekonomiye, sosyal yapıya, kent kültürüne, kentin tanıtımına ve turizme katkı sağladığı, olumsuz kent algısının değiştirilmesine yardımcı olduğu belirlenmiştir.

Unur ve diğerleri (2017), Uluslararası Portakal Çiçeği Festivali'ne katılanların sosyal medya üzerinde gerçekleştirdikleri paylaşımları incelenmiştir. Araştırmada her yıl nisan ayında Adana ilinde gerçekleştirilen Portakal Çiçeği Festivali'ne yönelik Instagram kullanıcıların #portakalçiçeğifestivali etiketi ile yapmış oldukları paylaşımlar içerik analizi yöntemiyle değerlendirilmiştir. Çalışmada incelenen 312 fotoğrafa yapılan analiz sonucunda kullanıcıların yapmış oldukları paylaşımlar 6 faktör altında toplanmıştır. Oluşturulan bu 6 faktör “kişisel fotoğraflar”, “etkinlik alanı”, “portakal/portakal çiçeği”, “yöresel lezzet”, “hediyelik eşya” ve “diğer fotoğraflar” olarak isimlendirilmiştir.

Oğuz ve Buzcu (2017), Adana iline has yöresel yiyecek ve içecek olan kebab ve şalgamın bolca tüketildiği Kebab-Şalgam Festivali'ni incelemişlerdir. Festival katılımcılarına yüz yüze olarak 423 anket uygulanmıştır. Katılanların festival ön bilgilendirme hizmetleri konusunda bilgi sahibi olduğu, hediyelik eşyaların çeşitli olduğu, yiyeceklerin tadının güzel, çeşitli ve makul fiyatlı olduğu, festivalde sunulan imkanlara ilişkin genel alanların temiz ve güvenlik hizmetlerinin yeterli olduğu tespit edilmiştir.

4. YÖNTEM

4.1. Araştırma Metodolojisi

Bu araştırmada, temel olarak Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı'nın Adana destinasyonu üzerindeki ekonomik etkilerinin belirlenmesini ve festival memnuniyetinin ölçülmesi amaçlanmıştır. Çok sayıda etkinlik ve festivale ev sahipliği yapmasına karşın Adana destinasyonu ile ilgili çok az çalışmaya rastlanmıştır. Yapılan çalışmaların, Yıldırım ve diğerleri (2016), Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı'na yönelik yerel halkın algılaması ve memnuniyet düzeylerini belirlemek amacıyla, Sahilli Birdir ve diğerleri (2016), IV. Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı katılımcılarının karnavala katılımlarını güdüleyen sebeplerin belirlenmesi amacıyla, Çakıcı ve diğerleri (2017), Adana Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı'nın karnavalın kentin kültürüne, ekonomisine ve tanıtımına katkısını paydaş bakış açısı ile belirlemek amacıyla ve Unur v.d. (2017), Uluslararası Portakal Çiçeği Festivali'ne katılan tüketicilerin sosyal medya üzerinde gerçekleştirdikleri paylaşımlar incelenmek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı'nın ekonomik etkilerini araştıran bir çalışmaya rastlanmamıştır.

Bu gerçeklerden hareketle araştırma modeli olarak **genel tarama modeli** tercih edilmiştir. Araştırma modeli, verilerin araştırma amacına uygun ve ekonomik şekilde toplanabilmesi için gereken koşulların düzenlenmesi şeklinde tanımlanmaktadır. Bu koşulların düzenlenmesinde *tarama ve deneme* olmak üzere iki temel yaklaşım vardır. Araştırmanın amacına ve koşullarına göre bu iki yaklaşımdan biri araştırma modeli olarak seçilmektedir. *Tarama modelleri* geçmişte ya da halen var olan bir durumu, var olduğu şekliyle betimlemeyi amaçlamaktadır. Tarama modellerinde amaçların ifade edilmiş şekli genellikle soru cümleleri ile olabilmektedir (Karasar, 2012: 76-87). Konu ile ilgili sınırlı çalışmaya rastlanılması nedeniyle araştırma **keşifsel türde** tasarlanmıştır. Çünkü keşifsel araştırmanın amacı tanıdık olmayan durumları veya bilinmeyenleri araştırmaktır.

4.2. Evren ve Örneklem

Araştırma sonuçlarının genellemek istendiği elemanların tamamı evren olarak tanımlanmaktadır. İki tür evren vardır. Birisi genel evren öteki ise çalışma evrenidir. Genel evren soyuttur ve ulaşılması zor hatta imkânsızdır. Buradan hareketle, somut ve ulaşılabilir olanağı olan çalışma evreni kavramı geliştirilmiştir. Çalışma evreni ulaşılabilir evrendir (Karasar, 2011: 109-110). Tez çalışmasının evreni Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalına katılan yerli katılımcılar oluşturmaktadır. Evrenin tamamına ulaşmanın zaman ve bütçe kısıtlarına yol açması nedeniyle evreni temsil edebilecek örneklem seçimine gidilmiştir.

Evrenden belli kurallara göre seçilen ve seçildiği evreni temsil etme yeteneği olan küme ise örneklem olarak tanımlanmaktadır. Örneklem ise evrenden örneklem alma işlemidir. Örneklemenin bilinen ve belli kuralları vardır (Karasar, 2011: 111). En geniş şekli ile örneklem yöntemleri ihtimalsiz ve ihtimalli örneklem yöntemleri olmak üzere ikiye ayrılmaktadır (Nakip, 2006:202). Çalışmada karnavalı izlemesi muhtemel katılımcıların bir listesi bulunmadığı ve böyle bir listenin de önceden hazırlanmasının neredeyse imkânsız olması nedeniyle, örneklem tekniği olarak ihtimalsiz örneklem yöntemlerinden biri olan kolayda örneklem tercih edilmiştir, kolayda örneklem örnek birimlerinin araştırmacı tarafından seçilmesine dayanmaktadır (Nakip, 2003:204). Örneklem büyüklüğünün belirlenmesinde ise sınırsız evren örneklem formülünden $(n=P.Q.Z^2_{\alpha}/H^2)^1$ yararlanılmıştır (Ural ve Kılıç, 2013: 45). Örneklem büyüklüğü Örnek büyüklüğü, varyansı maksimum kılan oran (p: 0,50) dikkate alınarak %5 anlam düzeyinde ve %5 örneklem hatası ile 384 kişi olarak tespit edilmiştir. $(n=P.Q.Z^2_{\alpha}/H^2)^1 = 0,5 \times 0,5 \times 1,962 / 0,052 = 0,25 \times 3,8416 / 0,0025 = 384$. Seçilen örneklem ana kütlelerin özelliklerini taşımasını sağlayabilmek için, resmi kaynaklardan yararlanılmıştır. Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalında 2013 yılında 50.000 kişi, 2014 yılında 140.000 kişi ve 2015 yılında 350.000 kişi etkinlikleri izlemiştir. 2016 yılında ise resmi etkinliklerin iptal edilmesinden dolayı katılım sayısı ilan edilmemiştir (www.nisandaadanada.com). Anket, karnavalın gerçekleştiği 7-9 Nisan 2017 tarihlerinde araştırmaya katılmayı kabul eden 434 kişiye, yüz yüze uygulanmıştır.

4.3. Veri Toplama Yöntemi ve Veri Toplama Aracının Geliştirilmesi

Veri, bir sonuca varabilmek için gerekli olan ilk bilgi ya da anlam çıkartmada veya sonuca varmakta kullanılan nicelikler olaylar, kayıtlar veya sayı kümeleridir (Karasar,2012: 132). Bu araştırmada belirlenen amacı gerçekleştirmek üzere gereksinim duyulan veriler anket yöntemi ile toplanmıştır. Anket, bir araştırma projesinin amaca ulaşabilmesi için gerekli olan verileri üretme ve su yüzüne çıkarma aracı olup, birincil kaynaklardan bilgi toplamak için hazırlanan sistematik bir soru formudur (Nakip, 2006: 119). Veri toplama aracı olarak anket formu kullanılmasının nedenleri; geniş bir gruptan, çok miktarda veriyi, kısa zamanda, kolayca ve ucuz bir şekilde toplama olanağı yaratması, herkese aynı şekilde sunularak bir örneğin sağlanması, gizlilik garantisinin daha inandırıcı olması ve kişiye cevaplamak için uygun süre vermesidir (Karasar, 2011: 182).

Araştırmada veriler, alan yazından yararlanılarak oluşturulan bir anket formu aracılığı ile toplanmıştır. Anket formu iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölüm demografik verilerin elde edilmesine yönelik 8 soru, karnavala önceki katılım durumunu belirlemeye yönelik 1 soru, karnavala ilişkin bilgi kaynaklarını belirlemeye yönelik 1 soru, destinasyon ve karnavala ulaşım

aracını belirlemeye yönelik 2 soru, ulaşım, konaklama yapma, geceleme sayısı, yiyecek-içecek, eğlence, hediyelik eşya harcamalarını ortaya koymaya yönelik 10 soru olmak üzere toplam 22 sorudan oluşturulmuştur. İkinci bölüm karnavaldan duyulan memnuniyetin belirlenmesinde yönelik 14 ifadeden oluşan ölçek Tayfun ve Arslan'ın (2013) 'ın çalışmasından 12 madde ve Lee v.d.(2008)'nin çalışmalarından 2 maddesinden yararlanılarak oluşturulmuştur. Ölçek maddelerinin tepki kategorileri 1=Kesinlikle katılmıyorum...5=Kesinlikle katılıyorum biçiminde 5'li Likert derecelemesine tabi tutulmuştur. Hazırlanan anket, 2017 Mart ayı içerisinde lisans düzeyinde turizm eğitimi alan 100 öğrenci ve halktan da 50 kişi üzerinde ön teste tabi tutulmuştur. Ön test sonrası son hali verilen anketin, karnaval sırasında uygulanmasına karar verilmiştir. Anket, karnavalın gerçekleştiği 7-9 Nisan 2017 tarihlerinde araştırmaya katılmayı kabul eden 434 kişiye, yüz yüze uygulanmıştır.

4.4. Araştırmanın Sınırlılıkları

Zaman ve maliyet kısıtı nedeni ile araştırma tek bir destinasyon olarak Adana ili ve Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı ile sınırlandırılmıştır. Araştırmanın en önemli kısıtı Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalının 3 gün ile sınırlı olması olmuştur. Son kısıt olarak ise 3-9 Nisan 2017 tarihleri arasında gerçekleştirilen 5. Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı 15 Temmuz 2016 sonrası gerçekleştiğinden güvenlik gerekçesi ile önce iptal edileceği duyurulmuş olup sonrasında karnavalın sadece kortej yürüyüş kısmı iptal edilmiştir. Kortej yürüyüşü katılımcı sayısı bakımından festivalin en önemli parçasıdır. Kortejin iptali sonucunda katılımcı sayısı sadece etkinliklere katılımı ile sınırlı kalmıştır. Bu nedenlerden dolayı etkinlik sayısı ve etkinliğe katılan kişi sayısına ilişkin veri toplanamadığından karnavala ilişkin ekonomik katkının boyutu tam olarak hesaplanamamıştır.

5. BULGULAR ve TARTIŞMA

Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalının ekonomik etkileri ve karnaval katılımcılarının memnuniyet düzeyini belirlemek amacıyla yapılan tez çalışmasının bulguları bu bölümde sunulmaktadır. Araştırmanın bulguları içerisinde katılımcıların demografik özelliklerini tespit edilmiştir. Anket formunu yanıtlayan katılımcıların demografik özelliklerinin dağılımı Tablo 5'de sunulmuştur.

5.1. Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalının Ekonomik Etkileri

Tablo 5. Katılımcılara İlişkin Demografik Özellikler

	Frekans	Yüzde (%)		Frekans	Yüzde (%)
CİNSİYET			MEDENİ DURUM		
Kadın	209	48,2	Evli	18	4,1
Erkek	225	51,8	Bekar	224	51,6
			Eksik veri	192	44,2
Toplam	434	100,0	Toplam	434	100,0
YAŞ			EĞİTİM		
20	13	3,0	İlköğretim	35	8,1
21-30 yaş	128	29,5	Lise	95	21,9
31-40 yaş	164	37,8	Önlisans	92	21,2
41-50 yaş	96	22,1	Lisans	117	27,0
51 >	33	7,6	Lisans üstü	57	13,2
Toplam	434	100,0	Eksik veri	38	8,8
			Toplam	434	100,0
MESLEK			AİLENİN AYLIK GELİRİ		
Eksik veri	54	12,4	Asgari ücretten az	21	4,9
Memur	113	26,0	Asgari ücret- 2000 TL	73	16,8
S.Meslek	55	12,7	2001- 3000 TL	117	27,0
İşçi	36	8,3	3001- 4000 TL	129	29,7
Yönetici	32	7,4	4001-5000TL	38	8,8
Akademisyen	16	3,7	5001 - 6000 TL	23	5,3
Öğrenci	52	12,0	6001 - 7000 TL	14	3,2
Ev Hanımı	31	7,1	7001-8000 TL	7	1,6
Diğer	41	9,4	8001 - 9000 TL	1	,2
Toplam	434	100,0	9001 - 10 000 TL	2	,5
			10 001 TL >	1	,2
			Eksik veri	8	1,8
			Toplam	434	100,0
AİLE GELİR ALGISI			YAŞANILAN İL		
Düşük	33	7,6	Adana	204	47,0
Ortanın altı	78	18,0	Mersin	74	17,1
Orta	244	56,2	Hatay	26	6,0
Ortanın Üstü	50	11,5	Gaziantep	36	8,3
Eksik veri	29	6,7	Osmaniye	10	2,3
Toplam	434	100,0	Kahramanmaraş	8	1,8
			Diğer	76	17,5
			Toplam	434	100,0

Katılımcıların cinsiyetlerine göre dağılımı incelendiğinde % 48,2'sinin kadın , % 51,8'inin ise erkeklerden oluştuğu görülmektedir. Bu durum hem kadın hem de erkek katılımcıların festivale ilgisinin olduğunu göstermektedir. Katılımcıların %44'ünün (192 kişi) medeni durum sorusunu yanıtlamadıkları, yanıtlayan 242 kişinin %4,1 'i evli, %54,6'sı bekârdır. Katılımcıların yaş dağılımına bakıldığında, % 29,5' inin 21-30 yaş aralığında, % 37,8'inin 31-40 yaş aralığında ve % 22,1' inin 41-50 yaş aralığında olduğu ve katılımcıların yarıdan fazlasının (% 70,3), 40 yaş altı aralığında olduğu görülmektedir. Günümüz koşullarında 40 yaş altı aralığında olan bireylerin genç sayılabilecek yaşta oldukları söylenebileceğinden karnavala daha çok gençlerin ilgi gösterdikleri görülmektedir. Araştırmaya katılan bireylerle ilgili eğitim seviyesine ilişkin bulgular incelendiğinde; katılımcıların % 48,2 'sinin üniversite (ön lisans ve lisans) ve % 13,9'sinin lisans üstü düzeyinde eğitime sahip bireylerden oluştuğu görüldüğünden katılımcıların yarıdan fazlasının üniversite mezunu söylenebilir. Katılımcıların mesleklerine göre dağılımı incelendiğinde, %25'inin memur, %12,7'sinin serbest meslek sahibi olduğu, %12 'sinin öğrenci olduğu, , %12,4 'ünün mesleğini belirtmediği görülmektedir. Katılımcıların % 29,7'sinin gelir düzeyinin 3001–4000 TL aralığında olduğu, % 27'sinin gelir düzeyinin 2001–3000 TL aralığında olduğu ve % 21,7'sinin gelir düzeyinin asgari ücret ve altı aralığında olduğu, aile gelir durumuna ilişkin katılımcıların %56,2'si orta ve %18'i ortanın altı olarak bulduklarını belirtmişlerdir. Adana Portakal Çiçeği Karnavalı'na katılanların %47'si Adana'da, %17,1'i Mersin'de ve % 17, 5'i İstanbul, Afyon, Konya, Niğde, Bursa, Van illerinde yaşadıklarını belirtmişlerdir.

Tablo 6. Katılımcıların Karnavala Katılımlarına İlişkin Bilgiler

	Frekans	Yüzde (%)		Frekans	Yüzde (%)
Daha önce Adana Portakal Çiçeği Karnavalı'na Katıldınız mı?			Adana Portakal Çiçeği Karnavalı'ndan nasıl haberdar oldunuz?		
Evet	256	59,0	Meslektaş	37	8,5
Hayır	178	41,0	Arkadaşlar ve aile	220	50,7
Toplam	434	100,0	İnternet	115	26,5
			TV programları	16	3,7
			Gazeteler	19	4,4
			Broşür	5	1,2
			Diğer	8	1,8
			Eksik veri	14	3,2
			Toplam	434	100,0

Tablo 6'da bireylerin karnavala katılımlarına ilişkin bilgilere yer verilmiştir. Bireylerin %55,9'unun daha önce düzenlenen Adana Portakal Çiçeği Karnavalı'na katıldıkları, %41'nin katılmadığı görülmektedir. Katılımcıların Adana Portakal Çiçeği Karnavalı'ndan nasıl haberdar oldukları incelendiğinde % 50,7'si arkadaşlar ve aile aracılığıyla ve % 26'5'i internet aracılığı ile haberdar olduklarını ifade etmişlerdir.

Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalının ekonomik etkileri belirlemek amacıyla yönelik geliştirilen Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalına katılanlar karnaval süresince ne kadar harcama yapmaktadırlar? sorusunun yanıtlarına ulaşmak için 6 adet alt araştırma sorusu sorulmuştur.

Tablo 7. Katılımcıların Karnavala ve Destinasyona Ulaşımına İlişkin Bilgiler

	Frekans	Yüzde (%)		Frekans	Yüzde (%)
Adana dışından geldiyseniz hangi ulaşım aracını kullandınız?			Karnaval alanına gelirken kullandığınız ulaşım aracı nedir?		
Kendi aracım	188	43,3	Kendi aracım	205	47,2
Otobüs	66	15,2	Otobüs	96	22,1
Kiralık araç	6	1,4	Kiralık araç	13	3,0
Tren	12	2,8	Tren	6	1,4
Uçak	74	17,1	Metro	66	15,2
Diğer	6	1,4	Taksi	36	8,3
Eksik veri	82	18,9	Diğer	6	1,4
Toplam	434	100,0	Eksik veri	6	1,4
			Toplam	434	100,0
			Karnaval süresince ulaşım hizmetleri için yaptığınız harcama miktarı nedir?		
			0-50 TL	187	43,1
			51-100 TL	77	17,7
			101-150 TL	43	9,9
			151-200 TL	26	6,0
			201-250 TL	6	1,4
			251-300 TL	4	,9
			301 TL >	17	3,9
			Eksik veri	73	16,8
			Toplam	434	100,0

1a. Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı'na katılanlar destinasyona ve karnavala gelirken hangi ulaşım aracını kullanmaktadır ve ulaşım için ne kadar harcama yapmaktadır?

Tablo7 'de katılan bireylerin karnavala ve Adana'ya ulaşımına ilişkin bilgilere yer verilmiştir. Adana dışından gelen katılımcıların %43'ü kendi aracı ile geldiklerini ve %15'i ise otobüs ile geldiklerini belirtmiştir. Karnaval alanına gelirken ise katılımcıların %47,2'si kendi aracı ile geldiklerini, %22,1'i ise otobüs ve %15,2'si metro ile geldiklerini belirtmiştir.

Tablo 8. Katılımcıların Konaklamalarına İlişkin Bilgiler

	Frekans	Yüzde (%)		Frekans	Yüzde (%)
Karnaval süresince, konaklama işletmelerinde konaklama yaptınız mı?			Günlük konaklama ücretiniz ne kadardır?		
Evet	149	34,3			
Hayır	285	65,7	50-100 TL	14	9,3
Toplam	434	100,0	101-150 TL	13	8,7
			151-200 TL	20	13,4
Toplam kaç gece kaldınız?			201-250 TL	16	10,7
1 gece	52	34,8	251-300 TL	34	22,8
2 gece	70	46,9	301-350 TL	28	18,7
3 gece	19	12,7	351-400 TL	2	1,3
4 gece	4	2,6	401-450 TL	6	4,0
Eksik veri	4	2,6	451-500 TL	6	4,0
Toplam	149	100,0	501-550 TL	0	0
			551 TL >	8	5,3
			Eksik veri	2	1,3
			Toplam	149	100,0

1b. Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı'na katılanlar karnaval süresince konaklama yapmakta mıdır?, konaklıyor ise kaç gece kalmaktadır ve konaklama için ne kadar harcama yapmaktadır?

Tablo 8'de katılımcıların konaklamalarına ilişkin bilgilere yer verilmiştir. Katılımcıların %65,7'si konaklama yapmadıklarını, %34,3'ü konakladıklarını belirtmiştir. Adana Portakal Çiçeği Karnavalı'na katılanların %47'si Adana'da ve %17,1'i Mersin'de yaşıyor olması konaklama yapmadıklarının belirtisi olarak nitelendirilebilir. Konaklama yapan katılımcıların ise %46,9'u 2 gece ve %34,8'i 1 gece konakladıklarını belirtmişlerdir. Konaklama yapan katılımcıların %22,8'i 251-300 TL harcadıklarını, %18,7'si 301-350 TL harcadıklarını, %13,4'ü 151-200 TL harcadıklarını belirtmiştir. Yani %54,9 'u 151-350 TL arası harcama yaptığını belirtmiştir.

Tablo 9. Katılımcıların Yiyecek -İçecek Harcamalarına İlişkin Bilgiler

	Frekans	Yüzde (%)		Frekans	Yüzde (%)
Karnaval süresince restoran işletmelerinde yiyecek - içecek hizmetlerinden faydalandınız mı?			Günlük yiyecek - içecek hizmetleri için yaptığınız harcama miktarı nedir?		
Evet	397	91,5			
Hayır	37	8,5	0-50 TL	149	37,5
Toplam	434	100,0	51-100 TL	126	31,7
			101-150 TL	50	12,5
			151-200 TL	35	8,8
			201-250 TL	8	2,0
			251-300 TL	7	1,7
			301-350 TL	1	0,2
			351-400 TL	14	3,5
			401 TL >	7	1,7
			Toplam	397	100,0

1c. Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı'na katılanlar karnaval süresince restoran işletmelerinde yiyecek içecek hizmetlerinden faydalanmakta mıdır?, faydalaniyor ise ne kadar harcama yapmaktadır?

Tablo 9'da katılan bireylerin yiyecek içecek harcamalarına ilişkin bilgilere yer verilmiştir. Katılımcıların %91,5'i karnaval süresince restoran işletmelerinde yiyecek - içecek hizmetlerinden faydalandığını belirtmiştir. Yiyecek içecek harcaması yapan katılımcıların ise %37,5'i 0-50 TL harcadıklarını, %31,7'si 51-100 TL harcadıklarını, %12,5'i 101-150 TL harcadıklarını belirtmiştir. Yani %81,7'si 0-150 TL arası harcama yaptığını belirtmiştir.

Tablo 10. Katılımcıların Hediyelik Ürün Harcamalarına İlişkin Bilgiler

	Frekans	Yüzde (%)		Frekans	Yüzde (%)
Karnaval süresince hediyelik ürün satın alıyor musunuz?	Karnaval süresince hediyelik ürünler için yaptığınız harcama miktarı nedir?				
Evet	313	71,1			
Hayır	121	27,8	0-50 TL	163	52
Toplam	434	100,0	51-100 TL	81	25,8
			101-150 TL	30	9,5
			151-200 TL	22	7
			201-250 TL	6	1,9
			251-300 TL	2	0,6
			301 TL >	9	2,8
			Toplam	313	100,0

1d. Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı'na katılanlar karnaval süresince hediyelik ürün satın almakta mıdır?, satın alıyor ise ne kadar harcama yapmaktadır?

Tablo 10'da katılan bireylerin hediyelik ürün harcamalarına ilişkin bilgilere yer verilmiştir. Katılımcıların %71,1'i karnaval süresince hediyelik ürün satın aldıklarını belirtmiştir. Hediyelik ürün satın alan katılımcıların ise %52'si 0-50 TL harcadıklarını, %25,8'i 51-100 TL harcadıklarını belirtmiştir. Yani %77, 8'i 0-100 TL arası harcama yaptığını belirtmiştir.

Tablo 11. Katılımcıların Eğlence Hizmetleri Harcamalarına İlişkin Bilgiler

	Frekans	Yüzde (%)
Karnaval süresince eğlence hizmetleri için yaptığınız harcama miktarı nedir?		
0-50 TL	104	24,0
51-100 TL	100	23,0
101-150 TL	53	12,2
151-200 TL	26	6,0
201-250 TL	20	4,6
251-300 TL	14	3,2
351-400 TL	5	1,2
401-450 TL	4	,9
451-500 TL	4	,9
501 TL >	8	1,8
Eksik veri	96	22,1
Toplam	434	100,0

1e. Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı'na katılanlar karnaval süresince eğlence hizmetleri için ne kadar harcama yapmaktadır?

Tablo 11'de katılan bireylerin eğlence hizmetlerine yönelik harcamalarına ilişkin bilgilere yer verilmiştir. Katılımcıların %71,7'si karnaval süresince eğlence hizmetleri için %24'ü 0-50 TL harcadıklarını, %23'ü 51-100 TL harcadıklarını ve %12,2'si 101-150 TL belirtmiştir. Yani katılımcıların %59,2'si 0-150 TL arası harcama yaptığını belirtmiştir.

Tablo 12. Katılımcıların Diğer Harcamalarına İlişkin Bilgiler

	Frekans	Yüzde (%)
Karnaval süresince yaptığınız diğer (market, fotoğraf, kuaför v.b.) yaptığınız harcama miktarı nedir?		
0-50 TL	236	54,4
51-100 TL	67	15,4
101-150 TL	8	1,8
151-200 TL	12	2,8
201-250 TL	0	0
251-300 TL	2	,5
301 TL >	4	,9
Eksik veri	105	24,2
Toplam	434	100,0

1f. Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı'na katılanlar karnaval süresince diğer hizmetler (market, fotoğraf, kuaför v.b.) için ne kadar harcama yapmaktadır?

Tablo 12'de katılan bireylerin diğer harcamalarına ilişkin bilgilere yer verilmiştir. Katılımcıların %71,7'si karnaval süresince diğer (market, fotoğraf, kuaför v.b.) harcamaları için %54,4'ü 0-50 TL ve %15,4'ü 51-100 TL harcadıklarını belirtmiştir. Yani %69,8'i 0-100 TL arası harcama yaptığını belirtmiştir.

Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı'na katılanlar karnaval süresince yaptığı ulaşım, konaklama, yiyecek içecek, hediyelik eşya, eğlence ve diğer hizmetler (market, fotoğraf, kuaför v.b.) için yaptıkları harcamaların ve geceleme sayısının cinsiyet, yaş, medeni durum gelir ve meslek durumlarına ait gruplar içinde çapraz tablo analizine tabi tutulmuş olup Tablo 15'te gösterilmektedir.

Tablo 13. Katılımcıların Yaş, Eğitim Durumu ve Cinsiyetine İlişkin Bilgiler

Cinsiyet			Eğitim Durumu							Toplam
			Eksik Veri	İlkokul	Ortaokul	Lise	Önlisans	Lisans	Lisans Üstü	
Kadın	Yaşınız	< 20	0	0	0	4	0	2	0	6
		21-30	10	0	0	8	12	32	10	72
		31-40	4	0	4	16	20	23	13	80
		41-50	2	2	2	10	9	5	2	32
		51-60	0	3	0	4	2	4	2	15
		61 >	2	0	0	2	0	0	0	4
	Toplam		18	5	6	44	43	66	27	209
Erkek	Yaşınız	< 20	0	0	2	5	0	0	0	7
		21-30	8	1	2	21	9	11	4	56
		31-40	10	2	7	13	22	23	7	84
		41-50	2	0	6	10	18	14	14	64
		51-60	0	2	0	2	0	3	3	10
		61 >	0	0	2	0	0	0	2	4
	Toplam		20	5	19	51	49	51	30	225
G.Toplam										434

Tablo13 incelendiğinde 21-40 yaş aralığında olan kadın katılımcıların ve 31-50 yaş aralığında olan erkek katılımcıların çoğunun ön lisans, lisans ve lisansüstü düzeyde eğitime sahip oldukları dikkat çekmektedir.

Tablo 14. Katılımcıların Yaş, Medeni Hal ve Cinsiyetine İlişkin Bilgiler

Cinsiyet			Medeni Hal			Toplam
			Eksik Veri	Evli	Bekar	
Kadın	Yaşınız	< 20	0	0	6	6
		21-30	0	20	52	72
		31-40	4	54	22	80
		41-50	6	23	3	32
		51-60	0	15	0	15
		61 >	0	4	0	4
	Toplam		10	116	83	209
Erkek	Yaşınız	< 20	0	1	6	7
		21-30	0	10	46	56
		31-40	8	38	38	84
		41-50	0	47	17	64
		51-60	0	8	2	10
		61 >	0	4	0	4
	Toplam		8	108	109	225
G.Toplam						434

Tablo 14 incelendiğinde 21 ve 40 yaş aralığında olan kadın katılımcıların evli ve 31- 50 yaş aralığında olan erkek katılımcıların çoğunun bekar oldukları görülmektedir.

Tablo 15. Katılımcıların Yaş, Aylık Gelir ve Cinsiyetine İlişkin Bilgiler

Cinsiyet			Ailenizin Aylık Geliri									
			Eksik veri	Asgari ücretten az	Asgari ücret- 2000 TL	2001- 3000 TL	3001- 4000 TL	4001-5000TL	5001 - 6000 TL	6001 - 7000 TL	7001- ve üzeri	Toplam
Kadın	Yaşınız	< 20	0	3	2	0	0	0	0	0	1	6
		21-30	2	8	13	19	21	6	2	0	1	72
		31-40	0	2	7	29	23	10	7	0	2	80
		41-50	2	0	6	4	8	6	3	2	1	32
		51-60	0	1	2	6	2	2	0	0	2	15
		61 >	0	0	0	2	0	2	0	0	0	4
	Toplam	4	14	30	60	54	26	12	2	7	209	
Erkek	Yaşınız	< 20	0	3	4	0	0	0	0	0	0	7
		21-30	0	0	23	9	15	4	1	4	0	56
		31-40	4	2	11	27	24	2	6	4	4	84
		41-50	0	0	3	17	34	2	4	4	0	64
		51-60	0	0	2	2	2	2	0	0	2	10
		61 >	0	0	0	2	0	2	0	0	0	4
	Toplam	4	5	43	57	75	12	11	12	6	225	
G. Toplam											434	

Tablo15 incelendiğinde 21-40 yaş aralığında olan kadın katılımcıların çoğunun gelir düzeyinin Asgari ücret ve 4000 TL arasında oldukları, 31-50 yaş aralığında olan erkek katılımcıların çoğunun gelir düzeyinin ise 2001-4000 TL arasında oldukları görülmektedir.

Tablo 16. Katılımcıların Aylık Geliri ve Gelir Grubuna İlişkin Bilgiler

		Ailenizin Gelir Grubu						Toplam
		Eksik Veri	Düşük	Ortanın Altı	Orta	Ortanın Üstü	Yüksek	
Ailenizin Aylık Geliri	Eksik Veri	0	0	0	8	0	0	8
	Asgari ücretten az	0	9	4	6	0	0	19
	Asgari ücret- 2000 TL	2	7	27	37	0	0	73
	2001- 3000 TL	15	10	27	65	0	0	117
	3001- 4000 TL	12	2	12	92	11	0	129
	4001-5000TL	0	2	4	18	14	0	38
	5001 - 6000 TL	0	3	2	8	10	0	23
	6001 - 7000 TL	0	0	2	4	8	0	14
7001 TL ve üzeri	0	0	0	6	3	4	13	
Toplam		29	33	78	244	46	4	434

Tablo 16 incelendiğinde aylık aile gelirinin 2001 ve 4000 TL arasında olan katılımcıların gelir gruplarını ortanın altı ve orta olarak nitelendirdikleri görülmektedir. Ayrıca aylık aile gelirinin asgari ücret ve 2000 TL aralığında olduğunu söyleyen katılımcılarında gelir gruplarını ortanın altı ve orta olarak nitelendirdikleri görülmektedir.

Tablo 17. Katılımcıların Yaş, Medeni Hal ve Kaç Gece Konaklama Yaptıklarına İlişkin Bilgiler

Medeni Hal			Kaç Gece Konaklama					Toplam
			Eksik Veri	1 Gece	2 Gece	3 Gece	4 Gece >	
Eksik Veri	Yaşınız	31-40	2	4	4	0	2	12
		41-50	0	0	4	2	0	6
	Toplam		2	4	8	2	2	18
Evli	Yaşınız	< 20	1	0	0	0	0	1
		21-30	26	2	2	0	0	30
		31-40	64	16	8	2	2	92
		41-50	42	8	16	4	0	70
		51-60	16	4	3	0	0	23
		61 >	4	2	2	0	0	8
	Toplam		153	32	31	6	2	224
Bekar	Yaşınız	< 20	12	0	0	0	0	12
		21-30	75	8	10	5	0	98
		31-40	33	8	17	2	0	60
		41-50	14	0	2	4	0	20
		51-60	0	0	2	0	0	2
	Toplam		134	16	31	11	0	434

Tablo 17 incelendiğinde 31-40 yaş arası evli katılımcıların çoğunun 1 gece, 31-40 yaş arası bekar katılımcıların 2 gece, 41-50 yaş arası evli katılımcıların çoğunun ise 3 gece konaklama yaptıkları görülmektedir. Geceleme sayısının düşük olmasının katılımcıların çoğunluğunun Adana halkı olması ve dışarıdan gelenlerin ise ağırlıklı olarak komşu illerden geldikleri için günü birlik geldikleri ya da aile, akraba veya arkadaşlarının evlerinde konaklama yapmış olmalarından kaynaklandığı düşünülmektedir.

Tablo 18. Katılımcıların Aylık Geliri ve Kaç Gece Konaklama Yaptıklarına İlişkin Bilgiler

		Kaç Gece Konaklama					Toplam
		Eksik Veri	1 Gece	2 Gece	3 Gece	4 Gece >	
Ailenizin Aylık Geliri	Eksik veri	2	2	4	0	0	8
	Asgari ücretten az	15	0	2	2	0	19
	Asgari ücret- 2000 TL	60	6	7	0	0	73
	2001- 3000 TL	84	22	11	0	0	117
	3001- 4000 TL	95	10	16	6	2	129
	4001-5000TL	16	2	14	4	2	38
	5001 - 6000 TL	10	4	9	0	0	23
	6001 - 7000 TL	4	2	4	4	0	14
	7001-8000 TL	0	4	0	3	0	7
	8001 - 9000 TL	1	0	0	0	0	1
	9001 - 10 000 TL	0	0	2	0	0	2
	10 001 TL ve üzeri	0	0	1	0	0	1
Ailenin düzenli geliri yok	2	0	0	0	0	2	
Toplam		289	52	70	19	4	434

Tablo 18 incelendiğinde aylık geliri 2001- 3000 TL olan katılımcıların 1-2 gece, aylık geliri 3001-4000TL olan katılımcıların 2 gece konaklama yaptıkları görülmektedir.

Tablo 19. Katılımcıların Meslek ve Geceleme Sayılarına İlişkin Bilgiler

		Kaç Gece Konaklama					Toplam
		Eksik Veri	1 Gece	2 Gece	3 Gece	4 Gece >	
Meslek	Eksik Veri	38	6	8	2	0	54
	Memur	79	18	10	0	2	109
	Sebest meslek	28	12	13	0	2	55
	İşçi	28	6	2	0	0	36
	Yönetici	7	2	14	9	0	32
	Emekli	4	0	0	0	0	4
	Akademisyen	8	4	2	2	0	16
	Öğrenci	46	2	2	2	0	52
	Ev Hanımı	23	2	6	0	0	31
	Diğer	28	0	13	4	0	44
Toplam		289	52	70	19	4	434

Tablo 19 incelendiğinde mesleği memur ve serbest meslek sahibi olan katılımcıların 1-2 gece konaklama yaptıkları görülmektedir. Yani gelir düzeyini orta ve ortanın üstü olarak görenlerin konaklama yaptıkları söylenebilir. Bu tabloda dikkat çeken öğrencilerin sayısının yüksekliğidir. Geliri olmadıkları halde öğrencilerin karnavala katılım yaptıkları görülmektedir.

Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı'na katılanların karnaval süresince yaptıkları harcamalara ve harcama kalemlerine ilişkin bulgular bu bölümde ele alınmaktadır.

Tablo 20. Katılımcıların İkamet Ettiği İllere Göre Konaklama için Ortalama Harcama Kategorileri

İller	Harcama(TL)											Ortalama Harcama TL	
	Eksik Veri	50-100	101-150	151-200	201-250	251-300	301-350	351-400	401-450	451-500	551 >		Toplam
Adana	185	6	3	2	2	4	0	0	0	0	2	204	208
Mersin	60	2	2	0	2	2	6	0	0	0	0	74	264
Hatay	10	2	0	4	2	4	4	0	0	0	0	26	256
Gaziantep	8	2	6	2	0	8	6	0	4	0	0	36	271
Osmaniye	8	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	10	250
Kahramanmaraş	2	0	2	4	0	0	0	0	0	0	0	8	183
Diğer	14	2	0	8	8	16	12	2	2	6	6	76	335
Toplam	287	14	13	20	16	34	28	2	6	6	8	434	287

Örneğin Adana İli için ortalama harcama hesaplaması şu şekildedir. $6 \cdot 100$ (üst limit)= 300 ilk satırı toplanmıştır($300+450+400+500+1200+1102=3952$) $04-185=19$, $3952/19=208$ olarak hesaplanmıştır.

Tablo' 20 ye göre konaklama hizmeti için kişi başı ortalama harcamanın en yüksek olduğu illerin diğer başlığı altında olan İstanbul, Afyon, Konya, Niğde, Bursa, Van olup ortalama 335 harcadıkları görülmektedir. Gaziantep'ten katılanlar ortalama 271 TL, Mersin'den gelenlerin ise ortalama 264 TL harcadıkları görülmektedir. Konaklama yapan tüm karnaval katılımcılarının konaklama için ortalama 287 TL harcadıkları tespit edilmiştir.

Tablo 21. Katılımcıların İkamet Ettiği İllere Göre Yiyecek - İçecek için Ortalama Harcamaları

İller	Yiyecek - İçecek Hizmetlerine Yapılan Harcama											Ortalama Harcama TL
	Eksik Veri	0-50	51-100	101-150	151-200	201-250	251-300	301-350	351-400	401 >	Toplam	
Adana	33	91	46	18	11	0	1	1	2	1	204	94
Mersin	2	30	20	10	8	0	2	0	2	0	74	110
Hatay	0	10	6	2	2	2	0	0	4	0	26	154
Gaziantep	0	2	18	6	4	0	0	0	4	2	36	178
Osmaniye	0	4	4	2	0	0	0	0	0	0	10	90
Kahramanmaraş	0	4	4	0	0	0	0	0	0	0	8	75
Diğer	2	8	28	12	10	6	4	0	2	4	76	163
Toplam	37	149	126	50	35	8	7	1	14	7	434	119

Tablo' 21 e göre yiyecek içecek hizmeti için kişi başı ortalama harcamanın en yüksek olduğu iller sırası ile 178 TL Gaziantep'ten katılanlar, 163 TL diğer başlığı altında olan İstanbul, Afyon, Konya, Niğde, Bursa, Van'da katılanlar, 154 TL Hatay'dan katılanlar, 110 TL ise Mersin'den gelen katılımcılar olduğu görülmektedir. Tüm karnaval katılımcılarının ortalama yiyecek içecek hizmeti için 119 TL harcadıkları tespit edilmiştir.

Tablo 22. Katılımcıların İkamet Ettiği İllere Göre Hediyelik Eşya İçin Ortalama Harcamaları

		Hediyelik Eşyaya Yapılan Harcama								Toplam	Ortalama Harcama TL
		Eksik Veri	0-50	51-100	101-150	151-200	201-250	251-300	301 >		
İllerin	Adana	63	91	33	6	10	0	0	1	204	79
	Mersin	20	26	14	6	4	0	2	2	74	102
	Hatay	6	6	10	2	0	0	0	2	26	111
	Gaziantep	2	10	10	6	4	0	0	4	36	130
	Osmaniye	4	6	0	0	0	0	0	0	10	50
	Kahraman Maraş	2	6	0	0	0	0	0	0	8	50
	Diğer	24	18	14	10	4	6	0	0	76	117
Toplam		121	163	81	30	22	6	2	9	434	96

Tablo' 22'ye göre hediyelik eşya satın almak için kişi başı ortalama harcamanın en yüksek olduğu iller sırası ile 130 TL Gaziantep'ten katılanlar, 117 TL diğer başlığı altında olan İstanbul, Afyon, Konya, Niğde, Bursa, Van'dan katılanlar, 111 TL Hatay'dan katılanlar, 102 TL ise Mersin'den katılanlardır. Tüm karnaval katılımcılarının ortalama hediyelik eşya satın almak için 96 TL harcadıkları tespit edilmiştir.

Tablo 23. Katılımcıların İkamet Ettiği İllere Göre Ulaşım İçin Ortalama Harcamaları

		Karnaval Süresince Ulaşım İçin Yapılan Harcama								Toplam	Ortalama Harcama TL
		Eksik Veri	0-50	51-100	101-150	151-200	201-250	251-300	301 >		
İller	Adana	22	111	37	21	12	0	0	1	204	84
	Mersin	14	18	16	14	8	2	0	2	74	119
	Hatay	8	6	6	2	0	0	0	4	25	134
	Gaziantep	4	12	8	4	2	2	2	2	36	138
	Osmaniye	4	4	2	0	0	0	0	0	10	68
	Kahraman Maraş	4	2	2	0	0	0	0	0	8	50
	Diğer	18	34	6	2	4	2	2	8	76	120
Toplam		73	187	77	43	26	6	4	17	434	101

Tablo' 23 e göre ulaşım için kişi başı ortalama harcamanın en yüksek olduğu iller sırası ile 138 TL Gaziantep'ten katılanlar, 134 TL Hatay'dan katılanlar, 120 TL diğer başlığı altında olan İstanbul, Afyon, Konya, Niğde, Bursa, Van'dan katılanlar, 119 TL ise Mersin'den gelen katılımcılardır. Tüm karnaval katılımcılarının ortalama ulaşım için 101 TL harcadıkları tespit edilmiştir.

Tablo 24. Katılımcıların İkamet Ettiği İllere Göre Eğlenceye İçin Ortalama Harcamaları

		Karnaval Süresince Eğlenceye Yapılan Harcama												
İller		Eksik Veri	0-50	51-100	101-150	151-200	201-250	251-300	301-350	351-400	451-500	501 >	Toplam	Ortalama Harcama TL
		Adana	52	60	42	23	6	14	6	1	0	0	0	204
Mersin	10	16	22	12	6	2	0	2	2	2	0	74	131	
Hatay	6	6	8	0	2	0	4	0	0	0	0	26	140	
Gaziantep	6	2	16	2	4	2	2	0	0	3	0	36	196	
Osmaniye	4	2	2	2	0	0	0	0	0	0	0	10	100	
Kahraman Maraş	4	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	8	75	
Diğer	14	16	8	14	8	2	2	2	2	0	8	76	192	
Toplam		95	104	100	53	26	20	14	5	4	4	8	434	124

Tablo' 24 e göre eğlence için kişi başı ortalama harcamanın en yüksek olduğu iller sırası ile 196 TL Gaziantep'ten katılanlar, 192 TL diğer başlığı altında olan İstanbul, Afyon, Konya, Niğde, Bursa, Van'dan katılanlar, , 139 TL Hatay'dan katılanlar, 140 TL Mersin'den ve 100 TL Osmaniye'den katılanlardır. Tüm karnaval katılımcılarının ortalama eğlence hizmeti satın almak için 124 TL harcadıkları tespit edilmiştir.

Tablo 25. Katılımcıların İkamet Ettiği İllere Göre Diğer Hizmetler İçin Ortalama Harcamaları

		Karnaval Süresince Diğer Yapılan Harcama							Toplam	Ortalama Harcama TL
İller		Eksik Veri	0-50	51-100	101-150	151-200	251-300	301 >		
		Adana	43	136	23	0	0	0	2	204
Mersin	16	40	14	2	2	0	0	74	70	
Hatay	8	6	6	4	0	0	2	26	120	
Gaziantep	6	14	6	0	8	2	0	36	116	
Osmaniye	6	2	2	0	0	0	0	10	75	
Kahraman Maraş	4	4	0	0	0	0	0	8	50	
Diğer	22	34	16	2	2	0	0	76	75	
Toplam		105	236	67	8	12	2	4	434	73

Tablo' 25 e göre diğer (market, kuaför, fotoğraf v.b.) hizmetleri satın almak için kişi başı ortalama harcamanın en yüksek olduğu iller sırası ile 120 TL Hatay'dan katılanlar, 116 TL Gaziantep'ten katılanlar, 75 TL Osmaniye'den katılanlar, 75 TL diğer başlığı altında olan İstanbul, Afyon, Konya, Niğde, Bursa, Van'dan katılanlardır. Tüm karnaval katılımcılarının ortalama diğer hizmetleri satın almak için 73 TL harcadıkları tespit edilmiştir.

Tablo 26. Katılımcıların Harcama Dağılımlarına İlişkin Bilgiler

Harcama Kalemleri	Ortalama Harcama (Mean- TL)	Sayı (N)	Minimum Harcama Tutarı (TL)	Maksimum Harcama Tutarı (TL)	Toplam Harcanan (TL)
Konaklama	287	147	50	550	42.189
Yiyecek-İçecek	119	397	50	400	47.243
Ulaşım	96	313	50	300	30.048
Eğlence	101	361	50	500	36.461
Hediyelik Eşya	124	339	50	300	40.036
Diğer	73	329	50	300	24.017
Karnaval (Genel)					219.994

Tablo 26 incelendiğinde araştırma katılımcılarının karnaval süresince toplam harcamaları 219.994 TL'dir. Bu rakam içerisinde 47 bin Türk Lirasını aşkın tutar ile en çok harcama yapılan kalem yiyecek içecektir. İkinci sırada ise yaklaşık 42 bin TL Türk Lirası ile konaklama gelmektedir. Hediyelik eşya için katılımcıların harcadıkları tutar ise 40 bin Türk Lirasını aşkın tutardır. Katılımcıların eğlence için 36 bin Türk Lirasına aşkın tutar, ulaşım için yaklaşık 30 bin Türk Lirasını aşkın tutar ve diğer (market, kuaför, fotoğraf v.b.) hizmetleri satın almak için 24 bin Türk Lirası harcama yaptıkları tespit edilmiştir. En yüksek kişi başı ortalama harcama kalemleri 550 TL ile konaklamaya ve 500 TL ile eğlenceye aittir. En düşük kişi başı ortalama harcama kalemleri 300 TL ile ulaşım, hediyelik eşya ve diğer (market, kuaför, fotoğraf v.b.) harcama kalemine aittir.

Her ne kadar olasılığa dayanmayan örneklemelerin ana kütleyle genellemesi yapılamaz ise de (İslamoğlu &Almaçık:2016:197) bu araştırmada elde edilen bilgi ve bulgulardan yola çıkarak belli bir rakama ulaşmak mümkündür. Araştırmada harcama sorularına cevap vermeyenlerin de harcama yapmamış olarak kabul edilmesi durumunda araştırma katılımcılarının,%34'ünün konaklama ($434-287=147$ $147/434 \times 100=33,8$), %91'inin ($434-37=397$ $397/434 \times 100=\%91$) yiyecek içecek, %83'ünün ($434-73=361$ $361/434 \times 100=\%83$) ulaşım, %78'sinin ($434-95=339$ $339/434 \times 100=\%78$) eğlence, %72'sinin ($434-121=313$ $313/434 \times 100=\%72$) hediyelik eşya, ve %75'inin ($434-105=329$ $329/434 \times 100=\%75$) diğer (market, kuaför vb.) harcaması yaptığı görülmektedir. Bu oranlar 2017 yılında karnavala katılan kişi sayısına uygulanıp ortalama harcama kalemleri ile çarpıldığında yaklaşık olarak karnaval katılımcılarının yaptıkları toplam

harcamaya ulaşılabilir. İptallerin yaşanmaması varsayımından hareketle karnavala toplam 150.000.000 kişinin katıldığı düşünüldüğünde yaptıkları harcamalar tablo 27’de gösterilmiştir.

Tablo 27. Toplam Katılımcıların Harcama Dağılımlarına İlişkin Bilgiler

Harcama Kalemleri	Ortalama Harcama (Mean- TL)	Sayı (N)	Minimum Harcama Tutarı (TL)	Maksimum Harcama Tutarı (TL)	Toplam Harcanan (TL)
Konaklama	287	38.060	50	550	10.3649.220
Yiyecek-İçecek	119	196.500	50	400	16.243.500
Ulaşım	96	124.500	50	300	11.952.000
Eğlence	101	117.500	50	500	11.817.000
Hediyelik Eşya	124	100.000	50	300	12.400.000
Diğer	73	112.000	50	300	8.212.500
Karnaval (Genel)					70.924.220

Tablo 27 incelendiğinde 150.000.000 katılımcılarının karnaval süresince toplam harcamaları 70.924.220 TL’dir. Bu rakam içerisinde 16.243.500 Türk Lirası ile en çok harcama yapılan kalem yiyecek içecektir. İkinci sırada ise 12.400.000 Türk Lirası ile hediyelik eşya gelmektedir. Ulaşım için katılımcıların harcadıkları tutar ise 11.952.000 Türk Lirası ve katılımcıların eğlence için 11.817.000 Türk Lirasıdır. Konaklam için 10.349.220 Türk Lirası ve diğer (market, kuaför, fotoğraf v.b.) hizmetleri satın almak için 8.212.500 Türk Lirası harcama yaptıkları tespit edilmiştir. En yüksek kişi başı ortalama harcama kalemleri 550 TL ile konaklamaya ve 500 TL ile eğlenceye aittir. En düşük kişi başı ortalama harcama kalemleri 300 TL ile ulaşım, hediyelik eşya ve diğer (market, kuaför, fotoğraf v.b.) harcama kalemine aittir.

Ancak literatürde elde edilen bulgular incelendiğinde ekonomik kazanç bakımında tüm kısıtlara rağmen elde edilen gelir ve gelir kalemleri çalışma bulguları paralellik göstermektedir. Örneğin Özbalcı ve Var (2013) 2011 yılında gerçekleştirilen Mesir Festivali’nin toplam festival maliyetinin 1.575.000 TL gerçekleşmesi ile dünyada çok nadir olarak karşılaşılan geleneksel bir yapıya sahip festival olduğu belirtilmiştir. Egresi, ve Kara (2014) küçük etkinliklerin ve festivallere katılan turistlerin yerel ekonomide para harcamasına karşın, çok az turistin katılabileceği gerçeğinden dolayı bu olayların ekonomik etkilerinin sınırlı kaldığı belirtilmiştir. Karagöz’ün (2006) 2005 İstanbul gerçekleştirilen Formula 1 Türkiye Grand Prix’e 15000 yabancı turist katıldığını ve 8.232.750 TL doğrudan gelir elde edildiğini, 2005 Türkiye Grand Prix’i ile turizm sektörüne yönelik 8.232.750 TL’lik nihai talep artışı gerçekleştiği ve ekonomi genelinde 21.305.533,73 TL’lik üretim artışına neden olduğunu tespit etmiştir.

Bilgili, Yağmur ve Yazarkan (2012) Erzurum Oltu ilçesinde düzenlenen Kırdag Şenliklerinin bölgenin tanıtımını sağlamak, bölgeye turist çekebilmek için önemli bir fırsat olarak görüldüğünü, şenlik süresince düzenlenen faaliyetlerin kendi maliyetlerini

karşılatabileceklerini ve herhangi bir bütçe gerektirmeyen faaliyetler olduğu sonucuna ulaşmıştır. Çuhadar ve diğerleri (2014), Isparta Dedegöl dağcılık şenliği katılımcılarının, konaklama, yiyecek-içecek, hediyelik eşya, market ve diğer işletmelerde yaptıkları harcama yaptıklarını ortaya koymuşlardır.

5.2. Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı'na Katılanların Memnuniyetlerinin Ölçümüne İlişkin Güvenilirlik ve Geçerlilik Analizleri

Ölçeği oluşturan soruların yapılan araştırmanın doğruluğunu ortaya çıkarabilecek nitelikte, birbirleriyle ilişkili, tutarlı, anlaşılır ve yeterli sayıda olduğunun değerlendirilmesi önemlidir. Araştırmada kullanılan ölçeğin güvenilirlik ve geçerlik sonuçlarına aşağıda yer verilmektedir.

5.2.1. Güvenilirlik Analizleri

Çalışmada kullanılan ölçeğin güvenilirliğini test etmek için en yaygın kullanılan Alfa modeli kullanılmıştır. Cronbach's Alpha katsayısına bağlı olarak ölçeğin güvenilirliği değerlendirilmektedir. Cronbach's Alpha katsayısı; $0.00 \leq \alpha < 0.40$ aralığında ise ölçek güvenilir değildir, $0.40 \leq \alpha < 0.60$ aralığında ise ölçeğin güvenilirliği düşük, $0.60 \leq \alpha < 0.80$ ise ölçek oldukça güvenilir, $0.80 \leq \alpha < 1.00$ aralığında ise ölçek yüksek derecede güvenilir, bir ölçek olarak değerlendirilmektedir (Kalaycı, 2009: 405). Çalışmada kullanılan memnuniyet ölçeğinin tamamı için Cronbach's Alpha ,864 olup ölçeğin oldukça güvenilir olduğunu göstermektedir. İkiye bölünmüş model (SplitHalf) e göre birinci parçası için Cronbach's Alpha ,822, ikinci parçası için Cronbach's Alpha ise ,737 olup ölçeğin oldukça güvenilir olduğunu göstermektedir. Madde ve bütün arasındaki korelasyonlar yöntemi ise ölçekte bulunan bir madde ile diğer maddelerin toplamından oluşan bütün arasındaki korelasyon hesaplanmasına dayanmaktadır. Madde-toplam korelasyonu düşükse o ölçek maddesinin ölçeğe katkısının düşük olduğu anlaşılmaktadır ve düşük korelasyon gösteren maddeler ölçekten çıkarılabilir (Özdamar, 2011: 610). Madde-toplam korelasyonlarının negatif olmaması ve 0,25 değerinden büyük olması beklenmektedir (Kalaycı, 2009: 412). Karnavala katılanların memnuniyetini ölçen ölçekteki 14 maddenin her birinin, ölçeğin toplamından oluşan bütün ile arasındaki korelasyonların 0,25 değerinin üzerinde olduğu görülmektedir. Bu değerler ölçeği oluşturan her bir maddenin ölçeğin tamamına yaptığı katkının kabul edilebilir sınırlar içerisinde olduğunu göstermektedir. Bu analize göre ölçekten silinmesi gereken bir madde görülmektedir. İkiye bölünmüş model kullanılarak yapılan güvenilirlik analizi sonucu elde edilen ANOVA tablosundaki anlamlılık değeri

0,05'ten küçüktür ($p \leq 0,001$). Ölçek ile ilgili güvenilirlik analizi sonuçları Tablo 29 'da özetlenmektedir.

Tablo 28. Karnaval Memnuniyet Ölçeği İle İlgili Güvenirlik Analizi Sonuçları

ÖLÇEK MADDELERİ	Düzeltilmiş Madde Toplam Korelasyonlar	Madde Silinirse Elde Edilecek Cronbach's Alpha Değer
1. Adana Portakal Çiçeği Karnavalının iyi bir şekilde düzenlendiğini düşünüyorum.	,700	,849
2. Adana Portakal Çiçeği Karnavalının programını ilgi çekici buluyorum.	,720	,849
3. Adana Portakal Çiçeği Karnavalının tanıtımının iyi yapıldığını düşünüyorum.	,615	,854
4. Adana Portakal Çiçeği Karnavalında sunulan ürünlerin/hizmetlerin fiyatlarının bütçeme uygun olduğunu düşünüyorum.	,683	,852
5. Adana Portakal Çiçeği Karnavalında ürünlerin/hizmetlerin kalitesini yeterli buldum.	,377	,871
6. Adana Portakal Çiçeği Karnavalında ürünlerin/hizmetlerin çeşitliliğini yeterli buldum.	,763	,846
7. Adana Portakal Çiçeği Karnavalında satıcıları temiz ve bakımlı buldum.	,673	,850
8. Adana Portakal Çiçeği Karnavalında satıcıların davranışlarını olumlu buldum.	,695	,850
9. Adana Portakal Çiçeği Karnavalı-kapsamındaki etkinlikleri yeterli buldum.	,787	,847
10. Adana Portakal Çiçeği Karnavalı beklentilerimi karşıladı.	,773	,847
11. Adana Portakal Çiçeği Karnavalına gelmekle iyi bir karar verdiğimi düşünüyorum.	,792	,847
12. Adana Portakal Çiçeği Karnavalından genel olarak memnunum.	,291	,926
13. Gelecek sene Adana Portakal Çiçeği Karnavalına yine gelmeyi düşünüyorum.	,793	,844
14. Adana Portakal Çiçeği Karnavalını yakın çevreme tavsiye edeceğim.	,797	,845
Ölçeğin Tamamı için Cronbach's Alpha ,864 Ölçeğin Birinci Yarısı için Cronbach's Alpha ,822 Ölçeğin İkinci Yarısı için Cronbach's Alpha ,737 Düzeltilmiş Madde Toplam Korelasyonları Değer Aralığı, 291-, 797		

5.2.2. Geçerlilik Analizleri

Araştırmanın kapsam geçerliliğini belirlemek için hazırlanan anket formu konu ile ilgili olan akademisyenlerin görüşüne sunulmuş ve ölçeğin içerik ve nitelik olarak ölçülmek istenen kavramı ölçmede yeterli ya da uygun olup olmadığı araştırılmıştır. Gelen öneriler doğrultusunda anketin tasarımında ve ifadelerin bazılarında değişiklikler yapılmış ve ölçeğe son hali verilmiştir. Böylelikle ölçeğin kapsam geçerliliği sağlanmıştır. Yapı geçerliliğini ölçmek amacıyla ise açıklayıcı faktör analizi uygulanmıştır.

Faktör analizi uygulanmadan önce bazı temel kavramların ve olası durumların araştırılması gerekmektedir. Bunlar; örneklem büyüklüğü, kayıp değerler, normallik, doğrusallık, çoklu bağlantı, teklik ve uç değerler olarak sayılabilir (Çokluk, vd., 2012: 179). Faktör analizine başlanmadan önce yapılması gereken bir diğer işlem kayıp değerlerin kontrolüdür. Ön şartlara ilişkin değerlendirmeler şunlardır;

Faktör analizi için örneklem büyüklüğü 50 çok zayıf, 100 zayıf, 200 orta, 300 iyi, 500 çok iyi ve 1000 mükemmeldir. Çalışmanın örneklem büyüklüğü 434 katılımcı ile iyi sayılabilir. Faktör analizine başlanmadan önce yapılması gereken bir diğer işlem kayıp değerlerin kontrolüdür. Veri setinde kayıp değerler olması halinde çeşitli yöntemler kullanılarak çözüm üretilmektedir (Çokluk, vd., 2012: 2006-207). Çalışmanın veri setinde kayıp değer atamasında series means yöntemi kullanılmıştır.

Çalışmalarda verilerin dağılımı çok önemlidir. Çünkü araştırmalarda yapılan birçok testin uygulanabilmesi için dağılımın normal veya normale yakın olması gerekir (Kalaycı, 2009: 53). Adana Portakal Çiçeği Karnavalı katılımcı memnuniyet düzeyinin tespitine yönelik oluşturulmuş değişkenlerine çok değişkenli sapan analiz testi yapılmıştır (Kalaycı, 2009: 216). Veri setinde 14 madde için $X^2 = 36.123$ tablo değeri bulunmuştur. Herhangi bir MD^2 değerinin sapan değer olabilmesi için, X^2 değerinden büyük olması gerekir. $X^2 = 36.123$ değerinden büyük olan 33 anket veri setinden silinmiştir ($n=401$). Böylece çok değişkenli normal dağılım ve çok değişkenli sapan birimlerin tespit edilmesi tamamlanmıştır. Verilerinin normal dağılım koşulunu sağladığından doğrusal olduğunu söylemek mümkündür. **Çoklu bağlantı sorunu** ölçek maddelerinin ikişerli halde birbirleriyle yüksek derecede ilişkili olması durumudur. Değişkenler arasındaki korelasyonların 0.90'ın üzerinde olmaması beklenmektedir (Çokluk, vd., 2012: 210). Yapılan korelasyon analizi sonucunda değişkenler arasında en düşük değer 0,713, en yüksek değerin 0,861 olduğu ve çoklu bağlantı sorunu olmadığı görülmüştür. Ayrıca R (0,224) ve R² (0,060) değerleri 0-1 aralığındadır. Ön şartlara ilişkin değerlendirmeler sonrası veri setinin faktör analizi yapmaya uygun olduğu tespit edilmiştir.

Faktör analizinde dört temel aşama söz konusudur. Bunlar veri setinin faktör analizi için uygunluğunun değerlendirilmesi, faktörlerin elde edilmesi, faktörlerin rotasyonu ve faktörlerin isimlendirilmesidir (Kalaycı, 2010:321).

Birinci aşama veri setinin faktör analizi için uygun olup olmadığını değerlendirmektir. Bu amaçla üç yöntem kullanılmaktadır. Bunlar korelasyon matrisinin oluşturulması, Barlett testi ve Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testleridir (Kalaycı, 2010). Ölçeğin tümü için madde toplam korelasyonu incelenmekte ve korelasyon katsayılarının, 30'un üzerinde olması beklenmektedir. Korelasyon katsayısı, 30'un altında kalan maddelerin ölçekten çıkarılması gerekmektedir (Şencan, 2005: 380). Araştırmada yer alan ölçek maddelerinde, 30'un altında korelasyon katsayısı tespit edilmemiştir. (en düşük 0,507 en yüksek 0,859) Dolayısıyla ölçeklerden çıkarılması

gereken madde bulunmamaktadır. *Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testi ise*, gözlenen korelasyon katsayıları büyüklüğü ile kısmi korelasyon katsayılarının büyüklüğünü karşılaştıran bir indekstir. KMO oranının 0.5'in üzerinde olması gerekir (Kalaycı, 2010:322) Araştırmanın KMO testi, 930 (%93,0)'dur. $93,0 > 0,50$ olduğu için veri setinin örneklem büyüklüğü açısından faktör analizi için uygun olduğunu söylenebilir. Barlett testi sonucuna göre sigma değerinin anlamlı olduğu, değişkenler arasında yüksek korelasyonlar mevcut olduğu ve veri setinin faktör analizi için uygun olduğu saptanmıştır.

İkinci aşama faktörlerin elde edilmesi aşamasıdır. Bu aşamada amaç değişkenler arasındaki ilişkileri temsi edecek az sayıda faktör elde etmektir. Kaç faktör elde dileceği ile ilgili çeşitli ölçütler vardır. Özdeğer (Eigenvalues) istatistiği: Öz değeri 1'in üzerinde olan faktörlerin anlamlı olduğu kabul edilir. Öz değeri 1'in altında olan faktörler dikkate alınmaz (Kalaycı, 2010:322). Araştırmada özdeğeri 1'den büyük iki faktör ortaya çıkmıştır. Açıklanan varyans kriteri; bir faktördeki maddelerin faktör yük değerlerinin kareleri toplamının, o faktördeki toplam madde sayısına bölünmesi ile hesaplanmaktadır. Açıklanan varyans oranının yüksek olması ölçeğin faktör yapısının gücüne işaret etmektedir. Sosyal bilimlerde açıklanan varyans %40 - %60 arasında ise kabul edilebilir sınırlar içerisinde olduğu söylenebilir (Çokluk, Şekercioğlu ve Büyüköztürk, 2012: 197). Araştırmanın açıklanan varyans oranı %80,247'dir ve bu oranın sosyal bilimlerde kabul edilen açıklanan varyans oranının üzerinde olduğunu söylemek mümkündür.

Üçüncü aşama faktörlerin rotasyonu ve faktörlerin isimlendirilmesidir. En çok kullanılan teknik ise varimax'dır (Kalaycı, 2010:322). Rotasyonda en çok kullanılan yöntem olan döndürme yöntemlerinden maksimum değişkenlik (Varimax) tercih edilmiştir. Faktörleri isimlendirebilmek için bir faktör altında büyük ağırlıkları olan değişkenleri gruplamak gerekir (Kalaycı, 2010:330). Faktör yük değerinin 0,45 ya da daha yüksek olması seçim için iyi bir ölçüttür. Ancak uygulamada az sayıda madde için bu sınır değer 0,30'a kadar indirilebilir. Maddelerin tek bir faktörde yüksek yük değerine diğer faktörlerde ise düşük yük değerine sahip olması gerekir. Bir maddenin faktörlerdeki en yüksek yük değeri ile bu değerden sonra en yüksek olan yük değeri arasındaki farkın olabildiğince yüksek olması beklenir. Yüksek iki yük değeri arasındaki farkın en az ,10 olması önerilir. Çok faktörlü bir yapıda birden faktörde yüksek yük değeri veren madde binişik bir madde olarak tanımlanır ve ölçekten çıkarılması gerekir (Büyüköztürk, 2002: 124-125). Çalışmada " **3.** Adana Portakal Çiçeği Karnavalının tanıtımının iyi yapıldığını düşünüyorum." ve " **10.** Adana Portakal Çiçeği Karnavalı beklentilerimi karşıladı." maddeleri binişik madde olduğu için ölçekten çıkarılmıştır.

Çalışmaya katılanların Adana Portakal Çiçeği Karnavalına bakış açılarını, başka bir ifade ile karnaval memnuniyetlerini daha kolay yorumlayabilmek için, faktör analizi uygulanmıştır.

Toplam 12 maddelik olan ölçek iki faktör altında bir araya gelmiş olup ölçek toplam varyansa %80, 247 oranında katkı sağlamaktadır. Birinci faktör, açıklanan varyansa %50,221 oranında katkı yapmaktadır ve 9 madde ile ifade edilmektedir. Bu maddeler; “14. Adana Portakal Çiçeği Karnavalını yakın çevreme tavsiye edeceğim.” (,905), “13. Gelecek sene Adana Portakal Çiçeği Karnavalına yine gelmeyi düşünüyorum.” (,890), “12. Adana Portakal Çiçeği Karnavalından genel olarak memnunum.” (,856), “2. Adana Portakal Çiçeği Karnavalının programını ilgi çekici buluyorum.” (,845), “1. Adana Portakal Çiçeği Karnavalının iyi bir şekilde düzenlendiğini düşünüyorum.” (,807), “11. Adana Portakal Çiçeği Karnavalına gelmekle iyi bir karar verdiğimi düşünüyorum.” (,703), “5. Adana Portakal Çiçeği Karnavalında ürünlerin/hizmetlerin kalitesini yeterli buldum.” (,697), “4. Adana Portakal Çiçeği Karnavalında sunulan ürünlerin/hizmetlerin fiyatlarının bütçeme uygun olduğunu düşünüyorum.” (,688) ve “6. Adana Portakal Çiçeği Karnavalında ürünlerin/hizmetlerin çeşitliliğini yeterli buldum.” (,682), şeklinde sıralanmaktadır. Faktör “Karnaval Memnuniyeti” olarak isimlendirilmiştir. İkinci faktör, açıklanan varyansa %29,626 oranında katkı yapmaktadır ve 3 madde ile ifade edilmektedir. Bu maddeler; “8. Adana Portakal Çiçeği Karnavalında satıcıların davranışlarını olumlu buldum” (,923), “7. Adana Portakal Çiçeği Karnavalında satıcıları temiz ve bakımlı buldum.” (,915), ve “9. Adana Portakal Çiçeği Karnavalı kapsamındaki etkinlikleri yeterli buldum.” (,677), şeklinde sıralanmaktadır. Faktör “Karnaval Hizmetleri” olarak isimlendirilmiştir.

Tablo 29. Ölçeğin Faktör Analizi Sonuçları

	Eşkökoken	Faktör Yüklü	Özdeğer	Açıklanan Varyans	Ortalama	Güvenilirlik
1.FAKTÖR (9 Madde) Karnaval Memnuniyeti			8,512	50,621	4,2696	,961
14.Adana Portakal Çiçeği Karnavalını yakın çevreme tavsiye edeceğim.	,895	,905				
13.Gelecek sene Adana Portakal Çiçeği Karnavalına yine gelmeyi düşünüyorum.	,877	,890				
12.Adana Portakal Çiçeği Karnavalından genel olarak memnunum.	,835	,856				
2.Adana Portakal Çiçeği Karnavalının programını ilgi çekici buluyorum.	,787	,845				
1.Adana Portakal Çiçeği Karnavalının iyi bir şekilde düzenlendiğini düşünüyorum.	,736	,807				
11.Adana Portakal Çiçeği Karnavalına gelmekle iyi bir karar verdiğimi düşünüyorum.	,741	,703				
5.Adana Portakal Çiçeği Karnavalında ürünlerin/hizmetlerin kalitesini yeterli buldum.	,766	,697				
4.Adana Portakal Çiçeği Karnavalında sunulan ürünlerin/hizmetlerin fiyatlarının bütçeme uygun olduğunu düşünüyorum.	,631	,688				
6. Adana Portakal Çiçeği Karnavalında ürünlerin/hizmetlerin çeşitliliğini yeterli buldum.	,769	,682				
2.FAKTÖR (3 Madde) Karnaval Hizmetleri			1,118	29,626	3,8869	,911
8.Adana Portakal Çiçeği Karnavalında satıcıların davranışlarını olumlu buldum	,923	,923				
7.Adana Portakal Çiçeği Karnavalında satıcıları temiz ve bakımlı buldum.	,911	,915				
9.Adana Portakal Çiçeği Karnavalı kapsamındaki etkinlikleri yeterli buldum.	,760	,677				
Varimax Rotasyonlu Temel Bileşenler Analizi – Açıklanan toplam varyans: % 80,247 KMO Örneklem Yeterliliği: ,930 – Bartlett Küresellik Testi: χ^2 : 5609,756126 s.d.:9,19755 , $p < 0.001$ Genel Ortalama:4,1785 Ölçeğin Tamamı için Alfa: ,962 Ölçeğin Tamamı için Splithaf: ,921/,937 Yanıt kategorileri(5) Kesinlikle Katılıyorum, (4) Katılıyorum, (3) Kararsızım, (2) Katılmıyorum, (1) Kesinlikle Katılmıyorum						

Literatürde elde edilen etkinlik memnuniyet sonuçları ile çalışma bulguları paralellik göstermektedir. Örneğin Yıldırım ve diğerleri (2016), Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı katılımcılarının karnavaldan memnuniyetleri, 5 maddeli bir ölçek ile ölçmüştür. Ölçeğe uygulanan faktör analizi sonucu maddelerin tamamı, majör durumunda olup; tek boyutlu yapı oluşturmuştur. Öztürk ve Yumuk (2016), Uluslararası Antalya Kum Heykel Festivali katılımcıların üzerinde gerçekleştirilen çalışmada ziyaretçilerin festivale yönelik algılarının olumlu yönde olduğu belirtilmektedir. Oğuz ve Buzcu (2017), Adana Kebap-Şalgam Festivali katılımcılarının, hediyelik eşyaların çeşitli olduğu, yiyeceklerin tadının güzel, çeşitli ve makul fiyatlı olduğu, festivalde sunulan imkanlara ilişkin genel alanların temiz ve güvenlik hizmetlerinin yeterli olduğu tespit edilmiştir.

Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı'na Katılanların Karnavalı Değerlendirmeleri

Arştırmanın Sorusu 2: Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı'na katılanların karnavalı değerlendirmeleri demografik özelliklerine göre farklılık göstermekte midir? Sorusunun yanıtını bulmak için için veriler varyans analizi ve t testi yoluyla karşılaştırılmıştır.

Varyans analizi iki ya da daha fazla ortalama arasında fark olup olmadığı ile ilgili hipotezi test etmek için kullanılır. Varyans analizinde, temel hedef ortalamalar arasında fark olup olmadığını anlamaktır (Kalaycı,2009:131). ANOVA tablosundaki F değerinin, %95 anlamlılık düzeyindeki tablo değerine bakılmalıdır. Eğer p değeri (Sig.) 0,05'ten küçükse H_0 hipotezi reddedilir ve F değerinin tablo değerine bakmamız gerekmektedir (Kalaycı,2009:132-133). Test sonuçlarına göre Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı'na katılanların karnaval memnuniyeti, karnaval hizmetlerden memnuniyeti ve karnaval toplam memnuniyeti ile cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim ve meslekleri arasında anlamlı farklılık tespit edilmemiştir.

6. SONUÇLAR ve ÖNERİLER

Turizm sektörü, hem destinasyonların, hem de bölgelerin ve ülkelerin turistik arz kaynaklarını verimli bir şekilde kullanarak, başta ekonomik dengesizliklerin giderilmesinde ve bölgesel kalkınmanın sağlanmasında önemli bir itici güce sahiptir. Turizm sektörü, hem gelişmiş, hem gelişmekte olan, hem de az gelişmiş ülkelerin ekonomilerinde de hala önemli bir yere sahiptir. Bu yüzden, bir yerin kalkınmasındaki turizmin rolü incelenirken o bölgeye gelen turistlerin harcama kalemlerinin incelenmesinin önemli olduğu düşünülmektedir.

Kültür turizmi, kapsamında değerlendirilen festival ve karnaval etkinlikleri düzenledikleri destinasyonun doğal ve kültürel kaynaklarının canlandırılması, destinasyon imajının planlaması, geliştirilmesi ve pazarlanmasını sağlamaktadır. Etkinlikler eş zamanlı olarak turistik bir çekim unsuru yaratmaktadır. Etkinlik turizminin bir parçasını oluşturan festivaller ve karnavallar temalarına ve büyüklüklerine göre farklı türlere ayrılmaktadır. Çalışmanın da ana temasını oluşturan festivaller ve karnavallar düzenledikleri destinasyonda ekonomik, sosyal ve çevresel etkiler yaratmakta ve destinasyonun tanıtımına katkıda bulunmaktadır.

Günümüzde ulusal ve uluslararası olarak gerçekleştirilen festivaller turizm hareketlerinin gelişmesinde oldukça önemli bir yere sahiptir. Festivaller, turistlerin destinasyonu daha yakından tanınmasına yardımcı olurken, destinasyonun ekonomik gelişmesine de katkı sağlamaktadır. Ayrıca festivaller, kültürün, gelenek ve göreneklerin nesilden nesile aktarılmasında da etkilidir. Bu çalışmada, Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalının yaratmış olduğu ekonomik katkılar tespit edilmiştir.

Katılımcıların %44'ünün (192 kişi) medeni durum sorusunu yanıtlamadıkları, yanıtlayan 242 kişinin %45,4 'i evli, %54,6'sı bekârdır. Karnaval katılımcılarının evli yada bekar olmaları arasında ciddi bir fark olmamasına karşın yine de bekar katılımcıların karnavala daha çok katıldıklarını söylemek mümkündür. Katılımcıların yaş dağılımına bakıldığında, % 29,5' inin 21-30 yaş aralığında, % 37,8'inin 31-40 yaş aralığında ve % 22,1' inin 41-50 yaş aralığında olduğu, katılımcıların yarıdan fazlasının (% 67,3), "21-40" yaş aralığında olduğu görülmektedir. Katılımcıların yalnızca %7,6'sının 51 yaş ve üzeri olması ve diğer yaş verileri karnavala yaşlılardan daha çok ve orta yaşlıların ve kısmen de gençlerin katıldığını ortaya koymaktadır. Araştırmaya katılan bireylerle ilgili eğitim seviyesine ilişkin bulgular incelendiğinde; katılımcıların % 61,4'ünün üniversite (ön lisans, lisans ve lisans üstü) ve üstü eğitime sahip bireylerden oluştuğu görülmektedir. Yani katılımcıların yarıdan fazlasının yüksek eğitimi olması karnaval katılımcılarının ağırlıklı olarak eğitilmiş bireylerden oluştuğunu göstermektedir. Araştırmaya katılan katılımcıların mesleklerine göre dağılımı incelendiğinde, %25'inin memur, %12,7'sinin serbest meslek sahibi olduğu ve %12 'sinin öğrenci olduğu ,

görülmektedir. Karnavala memur ve serbest meslek sahibi olan kişilerin daha fazla rağbet gösterdiği söylenebilir. Ayrıca maaşla geçinen kişilerin (memur, işçi, akademisyen, yönetici ve emekliler) tüm katılımcıların yarıya yakını (%45,4) oluşturması dikkat çekici bir sonuçtur. Verilerden yola çıkarak çalışan insanların karnavalı hafta sonu için bir fırsata çevirdikleri söylenebilir.

Katılımcıların %21,8'inin asgari ücret ve altı, %11'inin ise 5001 TL ve üstü ve geriye kalanların 2000-5000 TL arasında gelirlerinin olması karnavala her gelir grubundan insanların katıldığı şeklinde yorumlanabilir. Katılımcıların aile gelir algılarına bakıldığında yalnızca %7,6'sının gelirini düşük olarak algıladığı, %18'inin orta altı algıladığı ve geriye kalanların, yani büyük çoğunluğun orta üstü ve yüksek olarak algıladığı görülmektedir. Gelir ile ilgili bulgularda ilginç olan katılımcıların %21,8'inin asgari ücret ve altında gelir elde etmesine karşın yalnızca %7,6'sının aile gelirini düşük olarak algılamasıdır. Bu durumda ya asgari ücret alanların büyük kısmının aile gelirlerinin daha yüksek olduğunu yada asgari ücreti düşük olarak değerlendirmelerini düşündürmektedir. Adana Portakal Çiçeği Karnavalı'na katılanların %47'si Adana'da, %17,1'i Mersin'de ve % 17, 5'i diğer (İstanbul, Afyon, Niğde, Konya, Bursa, Van) jillerinde yaşadıklarını belirtmişlerdir. Bu veriler karnaval katılımcılarının ağırlıklı olarak komşu illerden olduğunu ortaya koymaktadır. Katılımcıların %55,9'unun daha önce düzenlenen Adana Portakal Çiçeği Karnavalı'na katıldıkları, %41'nin katılmadığı; katılımcıların Adana Portakal Çiçeği Karnavalı'ndan nasıl haberdar oldukları incelendiğinde % 50,7'si arkadaşlar ve aile aracılığıyla ve % 26'5'i internet aracılığı ile haberdar olduklarını ifade etmişlerdir.

Araştırmanın temel amacı Adana'da gerçekleştirilen Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı'nın ekonomik etkilerini ortaya koymaktır. Bu temel amaçla birlikte 6 adet alt araştırma sorusu aracılığı ile katılımcıların konaklama, yeme-içme, ulaşım, eğlence, hediyelik eşya ve diğer kalemler için ne kadar harcama yaptıklarının tespit edilmiştir. Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı'na katılan bireylerin karnavala ve Adana'ya ulaşımında Adana dışından gelen katılımcıların %43'ünün kendi aracı ile geldikleri, karnaval alanına gelirken ise katılımcıların %47,2'si kendi aracı ile geldikleri görülmektedir. Katılan bireylerin konaklama durumlarına bakıldığında Katılımcıların %65,7'si konaklama yapmadıklarını, %34,3'ü konakladıklarını belirtmiştir. Adana Portakal Çiçeği Karnavalı'na katılanların %47'si Adana'da ve %17,1'i Mersin'de yaşıyor olması konaklama yapmadıklarının belirtisi olarak nitelendirilebilir. Konaklama yapan katılımcıların ise %46,9'u 2 gece ve %34,8'i 1 gece konakladıklarını belirtmişlerdir. Konaklama yapan katılımcıların %22,8'i 251-300 TL harcadıklarını, %18,7'si 301-350 TL harcadıklarını, %13,4'ü 151-200 TL harcadıklarını belirtmiştir. Yani %54,9 'u 151-350 TL arası harcama yaptığını belirtmiştir.

Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı'na katılan bireylerin %91,5'i karnaval süresince restoran işletmelerinde yiyecek - içecek hizmetlerinden faydalandığını belirtmiştir. Yiyecek

içecek harcaması yapan katılımcıların ise %37,5'i 0-50 TL harcadıklarını, %31,7'si 51-100 TL harcadıklarını, %12,5'i 101-150 TL harcadıklarını belirtmiştir. Yani %81,7'si 0-150 TL arası harcama yaptığını belirtmiştir. Katılımcıların %71,1'i karnaval süresince hediyelik ürün satın aldıklarını belirtmiştir. Hediyelik ürün satın alan katılımcıların ise %52'si 0-50 TL harcadıklarını, %25,8'i 51-100 TL harcadıklarını belirtmiştir. Yani %77, 8'i 0-100 TL arası harcama yaptığını belirtmiştir. Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı'na katılan bireylerin . %71,7'si karnaval süresince eğlence hizmetleri için %24'ü 0-50 TL harcadıklarını, %23'ü 51-100 TL harcadıklarını ve %12,2'si 101-150 TL belirtmiştir. Yani katılımcıların %59,2'si 0-150 TL arası harcama yaptığını belirtmiştir. Katılımcıların %71,7'si karnaval süresince diğer (market, fotoğraf, kuaför v.b.) harcamaları için %54,4'ü 0-50 TL ve %15,4'ü 51-100 TL harcadıklarını belirtmiştir. Yani %69,8'i 0-100 TL arası harcama yaptığını belirtmiştir.

Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı'na katılanlar karnaval süresince yaptığı ulaşım, konaklama, yiyecek içecek, hediyelik eşya, eğlence ve diğer hizmetler (market, fotoğraf, kuaför v.b.) için yaptıkları harcamaların ve geceleme sayısının cinsiyet, yaş, medeni durum gelir ve meslek durumlarına ait gruplar içinde çapraz tablo analizine tabi tutulmuş, 21-40 yaş aralığında olan kadın katılımcıların ve 31-50 yaş aralığında olan erkek katılımcıların çoğunun ön lisans, lisans ve lisansüstü düzeyde eğitime sahip olduğu, 21 ve 40 yaş aralığında olan kadın katılımcıların evli ve 31- 50 yaş aralığında olan erkek katılımcıların çoğunun bekar oldukları bulunmuştur. Ayrıca 21-40 yaş aralığında olan kadın katılımcıların çoğunun gelir düzeyinin Asgari ücret ve 4000 TL arasında oldukları, 31-50 yaş aralığında olan erkek katılımcıların çoğunun gelir düzeyinin ise 2001-4000 TL arasında oldukları, aylık aile gelirinin 2001 ve 4000 TL arasında olan katılımcıların gelir gruplarını ortanın altı ve orta olarak nitelendirdikleri görülmektedir. Ayrıca aylık aile gelirinin asgari ücret ve 2000 TL aralığında olduğunu söyleyen katılımcılarında gelir gruplarını ortanın altı ve orta olarak nitelendirdikleri saptanmıştır.

Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı'na katılanların 31-40 yaş arası evli katılımcıların çoğunun 1 gece, 31-40 yaş arası bekar katılımcıların 2 gece, 41-50 yaş arası evli katılımcıların çoğunun ise 3 gece konaklama yaptıkları görülmektedir. Geceleme sayısının düşük olmasının katılımcıların çoğunluğunun Adana halkı olması ve dışarıdan gelenlerin ise ağırlıklı olarak komşu illerden geldikleri için günü birlik geldikleri ya da aile, akraba veya arkadaşlarının evlerinde konaklama yapmış olmalarından kaynaklandığı düşünülmektedir. Ayrıca aylık geliri 2001- 3000 TL olan katılımcıların 1-2 gece, aylık geliri 3001-4000TL olan katılımcıların 2 gece konaklama yaptıkları görülmektedir. Katılanların mesleği memur ve serbest meslek sahibi olan katılımcıların 1-2 gece konaklama yaptıkları görülmektedir. Yani gelir düzeyini orta ve ortanın üstü olarak görenlerin konaklama yaptıkları söylenebilir. Bu tabloda dikkat çeken öğrencilerin sayısının yüksekliğidir. Geliri olmadıkları halde öğrencilerin karnavala katılım yaptıkları görülmektedir.

Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı'na katılanların konaklama hizmeti için kişi başı ortalama harcamanın en yüksek olduğu illerin diğer başlığı altında olan İstanbul, Afyon, Konya, Niğde, Bursa, Van olup ortalama 335 harcadıkları görülmektedir. Gaziantep'ten katılanlar ortalama 271 TL, Mersin'den gelenlerin ise ortalama 264 TL harcadıkları görülmektedir. Konaklama yapan tüm karnaval katılımcılarının konaklama için ortalama 287 TL harcadıkları tespit edilmiştir. Yiyecek içecek hizmeti için kişi başı ortalama harcamanın en yüksek olduğu iller sırası ile 178 TL Gaziantep'ten katılanlar, 163 TL diğer başlığı altında olan İstanbul, Afyon, Konya, Niğde, Bursa, Van'da katılanlar, 154 TL Hatay'dan katılanlar, 110 TL ise Mersin'den gelen katılımcılar olduğu görülmektedir. Tüm karnaval katılımcılarının ortalama yiyecek içecek hizmeti için 119 TL harcadıkları tespit edilmiştir. hediyelik eşya satın almak için kişi başı ortalama harcamanın en yüksek olduğu iller sırası ile 130 TL Gaziantep'ten katılanlar, 117 TL diğer başlığı altında olan İstanbul, Afyon, Konya, Niğde, Bursa, Van'dan katılanlar, 111 TL Hatay'dan katılanlar, 102 TL ise Mersin'den katılanlardır. Tüm karnaval katılımcılarının ortalama hediyelik eşya satın almak için 96 TL harcadıkları, ulaşım için kişi başı ortalama harcamanın en yüksek olduğu iller sırası ile 138 TL Gaziantep'ten katılanlar, 134 TL Hatay'dan katılanlar, 120 TL diğer başlığı altında olan İstanbul, Afyon, Konya, Niğde, Bursa, Van'dan katılanlar, 119 TL ise Mersin'den gelen katılımcılardır. Tüm karnaval katılımcılarının ortalama ulaşım için 101 TL harcadıkları tespit edilmiştir. eğlence için kişi başı ortalama harcamanın en yüksek olduğu iller sırası ile 196 TL Gaziantep'ten katılanlar, 192 TL diğer başlığı altında olan İstanbul, Afyon, Konya, Niğde, Bursa, Van'dan katılanlar, , 139 TL Hatay'dan katılanlar, 140 TL Mersin'den ve 100 TL Osmaniye'den katılanlardır. Tüm karnaval katılımcılarının ortalama eğlence hizmeti satın almak için 124 TL harcadıkları ve diğer (market, kuaför, fotoğraf v.b.) hizmetleri satın almak için kişi başı ortalama harcamanın en yüksek olduğu iller sırası ile 120 TL Hatay'dan katılanlar, 116 TL Gaziantep'ten katılanlar, 75 TL Osmaniye'den katılanlar, 75 TL diğer başlığı altında olan İstanbul, Afyon, Konya, Niğde, Bursa, Van'dan katılanlardır. Tüm karnaval katılımcılarının ortalama diğer hizmetleri satın almak için 73 TL harcadıkları tespit edilmiştir.

Son olarak araştırma katılımcılarının karnaval süresince toplam harcamaları 219.994 TL'dir. Bu rakam içerisinde 47 bin Türk Lirasını aşkın tutar ile en çok harcama yapılan kalem yiyecek içecektir. İkinci sırada ise yaklaşık 42 bin TL Türk Lirası ile konaklama gelmektedir. Hediyelik eşya için katılımcıların harcadıkları tutar ise 40 bin Türk Lirasını aşkın tutardır. Katılımcıların eğlence için 36 bin Türk Lirasına aşkın tutar, ulaşım için yaklaşık 30 bin Türk Lirasını aşkın tutar ve diğer (market, kuaför, fotoğraf v.b.) hizmetleri satın almak için 24 bin Türk Lirası harcama yaptıkları tespit edilmiştir. En yüksek kişi başı ortalama harcama kalemleri 550 TL ile konaklamaya ve 550 TL ile eğlenceye aittir. En düşük kişi başı ortalama harcama

kalemleri 300 TL ile ulaşım, hediyelik eşya ve diğer (market, kuaför, fotoğraf v.b.) harcama kalemine ait olduğu saptanmıştır.

İptallerin yaşanmaması varsayımından hareketle karnavala toplam 150.000.000 kişinin katıldığı düşünüldüğünde katılımcılarının karnaval süresince toplam harcamaları 70.924.220 TL'dir. Bu rakam içerisinde 16.243.500 Türk Lirası ile en çok harcama yapılan kalem yiyecek içecektir. İkinci sırada ise 12.400.000 Türk Lirası ile hediyelik eşya gelmektedir. Ulaşım için katılımcıların harcadıkları tutar ise 11.952.000 Türk Lirası ve katılımcıların eğlence için 11.817.000 Türk Lirasıdır. Konaklam için 10.349.220 Türk Lirası ve diğer (market, kuaför, fotoğraf v.b.) hizmetleri satın almak için 8.212.500 Türk Lirası harcama yaptıkları tespit edilmiştir. En yüksek kişi başı ortalama harcama kalemleri 550 TL ile konaklamaya ve 500 TL ile eğlenceye aittir. En düşük kişi başı ortalama harcama kalemleri 300 TL ile ulaşım, hediyelik eşya ve diğer (market, kuaför, fotoğraf v.b.) harcama kalemine aittir.

Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı'na katılan bireylerin memnuniyetlerinin ölçümü yapılmıştır. Ölçüm için faktör analizi uygulanmıştır. 14 maddelik ölçeğin tamamı için Cronbach's Alpha ,864 ve ikiye bölünmüş model (SplitHalf) ölçeğin birinci parçası için Cronbach's Alpha ,822, ikinci parçası için Cronbach's Alpha ise ,737 olup ölçeğin oldukça güvenilir olduğunu göstermektedir. Çalışmanın örneklem büyüklüğü 434 katılımcı ile iyi sayılabilmektedir. Çalışmanın veri setinde kayıp değer atamasında series means yöntemi kullanılmıştır. Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı'na ilişkin katılımcı memnuniyet düzeyinin tespitine yönelik oluşturulmuş değişkenlerine çok değişkenli sapan analiz testi yapılmıştır (Kalaycı, 2009: 216). Veri setinde 14 madde için $X^2 = 36.123$ tablo değeri bulunmuştur. Herhangi bir MD² değerinin sapan değer olabilmesi için, X^2 değerinden büyük olması gerekir. $X^2 = 36.123$ değerinden büyük olan 33 anket veri setinden silinmiştir (n=401). Böylece çok değişkenli normal dağılım ve çok değişkenli sapan birimlerin tespit edilmesi tamamlanmıştır. Verilerinin normal dağılım koşulunu sağladığından doğrusal olduğunu söylemek mümkündür. **Çoklu bağlantı sorunu** ölçek maddelerinin ikiye bölünmüş halde birbirleriyle yüksek derecede ilişkili olması durumudur. Değişkenler arasındaki korelasyonların 0.90'ın üzerinde olmaması beklenmektedir (Çokluk, vd., 2012: 210). Yapılan korelasyon analizi sonucunda değişkenler arasında en düşük değer 0,713, en yüksek değer 0,861 olduğu ve çoklu bağlantı sorunu olmadığı görülmüştür. Ayrıca R (,224) ve R² (,060) değerleri 0-1 aralığındadır. Ön şartlara ilişkin değerlendirmeler sonrası veri setinin faktör analizi yapmaya uygun olduğu tespit edilmiştir.

Veri setinin faktör analizi için uygun olup olmadığını değerlendirmektir. Bu amaçla üç yöntem kullanılmaktadır. Bunlar korelasyon matrisinin oluşturulması, Barlett testi ve Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testleridir (Kalaycı, 2010). *Korelasyon matrisinin oluşturulması*; veri setinin faktör analizi için uygun olup olmadığını değerlendirmek amacıyla ilk adım değişkenler arasındaki korelasyon katsayılarının incelenmesidir (Kalaycı, 2010:321). Ölçeğin tümü için

madde toplam korelasyonu incelenmekte ve korelasyon katsayılarının ,30'un üzerinde olması beklenmektedir. Korelasyon katsayısı ,30'un altında kalan maddelerin ölçekten çıkarılması gerekmektedir (Şencan, 2005: 380). Araştırmada yer alan ölçek maddelerinde ,30'un altında korelasyon katsayısı tespit edilmemiştir. (en düşük .507 en yüksek .859) Dolayısıyla ölçeklerden çıkarılması gereken madde bulunmamaktadır. *Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testi ise*, gözlenen korelasyon katsayıları büyüklüğü ile kısmi korelasyon katsayılarının büyüklüğünü karşılaştıran bir indekstir. KMO oranının 0.5'in üzerinde olması gerekir (Kalaycı, 2010:322) Araştırmanın KMO testi ,930 (%93,0)'dur. 93,0 >0,50 olduğu için veri setimizin örneklem büyüklüğü açısından faktör analizi için uygun olduğunu söyleyebilir.

Çalışmada “ 3. Adana Portakal Çiçeği Karnavalının tanıtımının iyi yapıldığını düşünüyorum.” ve “10. Adana Portakal Çiçeği Karnavalı beklentilerimi karşıladı.” maddeleri binişik madde olduğu için ölçekten çıkarılmıştır. Geriye kalan 12 madde analiz edildiğinde özdeğeri 1'den büyük iki faktör ortaya çıkmıştır. Birinci faktör, açıklanan varyansa %50,621 oranında katkı yapmaktadır ve 9 madde ile ifade edilmektedir. Faktör “Karnaval Memnuniyeti” olarak isimlendirilmiştir. *İkinci faktör*, açıklanan varyansa %29,626 oranında katkı yapmaktadır ve 3 madde ile ifade edilmektedir. Faktör “Karnaval Hizmetleri” olarak isimlendirilmiştir. Araştırmanın toplam açıklanan varyans oranı %80,247'dir. Açıklanan varyans oranının yüksek olması ölçeğin faktör yapısının gücüne işaret etmektedir. Sosyal bilimlerde açıklanan varyans %40 - %60 arasında ise kabul edilebilir sınırlar içerisinde olduğu söylenebilir (Çokluk, Şekercioğlu ve Büyüköztürk, 2012: 197). Sosyal bilimlerde kabul edilen açıklanan varyans oranı üzerinde olduğunu söylemek mümkündür.

Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı'na katılan bireylerin karnavalı değerlendirmelerinin ve memnuniyetlerinin demografik değişkenlere göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için ikinci araştırma sorusu geliştirilmiş olup beş alt araştırma sorusu ile yani katılımcıların cinsiyet yaş, eğitim, medeni durum ve meslek durumları çerçevesinde incelenmiş ve demografik değişkenlere göre karnaval memnuniyetinin farklılaşmadığı tespit edilmiştir.

Bu çalışmanın alan yazına çeşitli katkıları bulunmaktadır. Öncelikle yerel halk odaklı festivallerin ve karnavalların ekonomik etkisinin belirlenmesi ve katılımcı memnuniyetinin ölçülmesi açısından mevcut durumun tespit edilmesine olanak vermektedir. Adana destinasyonunda düzenlenen bu karnavalın ekonomik etkisini ortaya koyması açısından önem arz etmektedir. Ayrıca bölgesel ve yerel yönetimler düzeyinde plan-politika geliştirmede ve gelecekteki festivallerin ve karnavalların geliştirilmesi ve yönetimi için belli ilkeleri ortaya koymada kullanılabilecektir. Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı'na katılanların memnuniyetlerinin değerlendirilmesi hem alanyazın, hem de karnaval paydaşları açısından yol gösterici olacağı düşünülmektedir. Çalışmanın genelinde turizm sektörünün özelinde ise kültür

turizmi kapsamında değerlendirilen festival ve karnavalların planlanması ve organize edilmesinde desteklenmesinde rehber olabilecektir.

Çalışmadan elde edilen bulgular doğrultusunda, Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı'nın geliştirilmesi için bazı önerilerde bulunmak mümkündür.

- ✓ Öncelikle komşu iller dışındaki tanıtımların artırılması ve uzak illerden katılımın artırılması gerekir. Bu yapıldığı takdirde konaklama yapılan geceleme sayısı ve geliri artırılabilir. Komşu illere yönelik tanıtımlar artırılırken çevre iller ihmal edilmemeli hatta daha çok önem verilmelidir. Çünkü karnavala katılım ne kadar artırılsa yerel, bölgesel, ulusal ve uluslar arası basın ve yayın kuruluşlarında karnaval haberleri o kadar çok artabilecek ve böylelikle karnavalın daha iyi tanıtımı yapılabilecektir.
- ✓ karnavala çevre illerden katılan katılımcıların büyük bir çoğunluğunun günü birlik geldikleri konaklama yapmadıkları tespit edilmiştir. Konaklama gelirlerinin artırılması için akşam ve gece saatlerinde yapılan etkinliklerin bağlayıcı olacağı düşünülmektedir.
- ✓ Genel olarak katılım hem bölgesel bazlı hem de uzak illerden gelenler temelinde artırıldığında yiyecek içecek, hediyelik eşya vb. gibi alanlardan elde edilen gelirlerde artırılabilir.
- ✓ Karnavalda yapılan etkinlikler ve aktivitelerin sayı ve çeşidi artırılarak katılımcıların faaliyetlerden daha çok memnun olmaları sağlanmalıdır.
- ✓ Karnaval sivil halkça organize edildiğinden organizasyonel sıkıntılar ile karşılaşıldığı düşünülmektedir. Profesyonel bir yaklaşımla organize edilmesi önerilmektedir.
- ✓ Yerel işletmelerin karnaval açısından önemini vurgulanarak eğitim verilmesi yiyecek- içecek, hediyelik eşya satışı gibi harcamaların artmasını sağlayabilir.
- ✓ Adana'nın cazip bir hale getirilmesi için hem yerel hem de kamu otoritesinin, üniversiteler ile ortak hareket etmesi ve yeni projeleri hayata geçirmesi gereklidir.

Adana'nın genelinde doğal, tarihi, kültürel güzellikleri ile özelinde ise gastronomi, etkinlik, eko ve sağlık turizmi gibi alternatif turizm çeşitleri vasıtası ile turizme kazandırılması; bölgenin turizm payını arttıracak ve bölge ekonomisi için yeni istihdam olanaklarını geliştirecektir. Bölgenin turizm destinasyonu olarak gelişmesi ve yerli-yabancı ziyaretçilerin sayısının artması için ise tüm ziyaretçileri istek ve beklentilerini karşılamaya yönelik çalışmalara ihtiyaç duyulmaktadır.

Sonuç olarak Adana'nın mevcut turistik değerlerinin turizm ile bütünleştirilerek ziyaretçilere sunulması ile Adana turizminin önünün açılacağı ve bölgeye daha fazla ekonomik katkılar sunacağı düşünülmektedir.

KAYNAKLAR

- [1]. Allen, J. O'toole, W. Harris, R. ve Mcdonnell I. (2002). *Festival and special event management* (3rd. ed.), Sydney: Wiley.
- [2]. Amenumey, E. K. ve Amuquandoh, F. E. (2010). Residents' perceptions of the 2008 Confederation of African Cup (CAN 2008) event. *Journal of Tourism and Travel Research*, 38-27.
- [3]. Antoniou, A. (2011). *Resident perceptions toward the social Impacts of a mega sportevent: The case of Fédération Internationale de Basketball (FIBA) EuroBasket 2011 in Vilnius, Lithuania*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Arizona Devlet Üniversitesi, Tempe.
- [4]. Arcodia, C. ve Dickson, C. (2013). Tourism field studies: experiencing the carnival of venice. *Journal of Hospitality & Tourism Education*, 25 (3), ss.146-155.
- [5]. Atak, O. (2009). *Türk turizminin tanıtımında festivallerin yeri ve önemi: Antalya örneği*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- [6]. Batman, O. ve Çınar Oğuz, S. (2008). *Kültür turizmi İçinde Hacıoğlu, N. Ve C.Avcıkurt (Ed.), Turistik ürün çeşitlendirmesi (ss.189-208)*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- [7]. Bilgili, B., Yağmur, Ö. ve Yazarkan, H. (2012). Turistik ürün olarak festivallerin etkinlik ve verimliliği üzerine bir araştırma: Erzurum-Oltu Kırdag festivali örneği. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 2(2), 2012.
- [8]. Can, E., (2015). Boş zaman, rekreasyon ve etkinlik turizmi ilişkisi. *İstanbul Journal Of Social Sciences*, Summer: 10, Issn: 2147 3390, Summer Issue:10.
- [9]. Chang, W. (2011). A taste of tourism: Motivations to attend a food festival. *Event Management*, 15, 151-161.
- [10]. Chen, S. D. (2011). Resident's perception of impact of major annual tourism events in Macao: Cluster analysis. *Journal of Convention & Event Tourism*, 12, 106-128.
- [11]. Choe, Y. (2011). Residents' perceptions of the social impact of the World EXPO 2010 Shanghai. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Purdue Üniversitesi, İndiana.
- [12]. Cristopher, M. (2012). Residents' perceptions of socio-economic impacts of regional trade fair in Ghana. *Journal of Social and Development Sciences*, 3(7), 245-253
- [13]. Çavuş, Ş., Ege, Z. ve Çolakoğlu, O. (2009), *Türk turizm tarihi yapısal ve sektörel gelişimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- [14]. Çelik, A. (2009), *Destinasyon pazarlama unsuru olarak etkinlik turizmi ve etkileri - İstanbul örneği*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- [15]. Çelik, S., ve Çetinkaya, M. Y. (2013). Festivals In Event Tourism: The Case Of International Izmir Art Festival. *International Journal Of Contemporary Economics & Administrative Sciences*, 3.
- [16]. Çulha, O. (2008), Kültür turizmi kapsamında destekleyici turistik ürün olarak deve güreşi festivalleri üzerine bir alan çalışması. *Journal of Yaşar University*, 3(12), ss.1827-1852.
- [17]. Çulha, O., ve Kalkan, A. (2016). Uluslararası zeytin festivalinin kalitesi ve bölge turizmine katkıları: didim yerel. *Journal Of Tourism And Gastronomy Studies*, 132, 164.
- [18]. Çuhadar, M., Çuhadar, I. E. K. Y., ve Meydan, O. Ç. (2014). Dedegöl dağcılık şenliği katılımcılarının harcama profili ve ısparta ekonomisine katkılarına yönelik bir araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 19(1), 207-221.
- [19]. Dalgın, T., Atak, O., ve Çeken, H. (2016). Festivallerin bir kırsal turizm çekiciliği olarak önemi. *Journal Of International Social Research*, 9(47).

- [20]. Denissa, L., Widodo, P., Adisasmito, N. D., ve Piliang, Y. A. (2015). Public Engagement and the Making of Carnaval"s Place at Jember Fashion Carnaval" *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 184, 95-103.
- [21]. Doğrul, Ü., Atçeken, K., ve Şahin, A. (2015). Festival kalitesinin ziyaretçilerin algıladıkları değer, tatmin ve sadakat üzerine etkisi: mersin uluslararası narenciye festivali üzerine bir uygulama. *Cag University Journal Of Social Sciences*, 12(1).
- [22]. Eryılmaz, S. S., ve Cengiz, H. (2012). Mega etkinliklerin kent mekânına ekonomik yansımaları, formula 1 örneği. *Sigma*, 4, 77-96.
- [23]. Egresi, I., ve Kara, F. (2014). Economic and Tourism impact of small events: The case of small-scale festivals in Istanbul, Turkey. *Studia UBB Geographia*, 47-64.
- [24]. Ekin, Y. (2011). *Etkinlik Turizmi Kapsamında Festivaller ve Antalya Altın Portakal Film Festivali'nin Yerel Halk Üzerindeki Sosyal Etkileri Konulu Bir Araştırma*. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Akdeniz Üniversitesi, Antalya.
- [25]. Formica, S. ve Uysal, M. (1996). A market segmentation of festival visitors: Umbria jazz festival in Italy. *Festival Management & Event Tourism*, (4), 175-182.
- [26]. Formica, S. ve Murrmann, S. (1998). The effects of group membership and motivation on attendance: An international festival case, *Tourism Analysis*, 3(3/4): 197-207.
- [27]. Jackson, L. A. (2008). Residents" perceptions of the impacts of special event tourism. *Journal of Place Management and Development*, 1(3) ,240-255.
- [28]. Janeczko, B., Mules, T., ve Ritchie, B. W. (2002). *Estimating the economic impacts of festivals and events: a research guide*. CRC for Sustainable Tourism.
- [29]. Getz, D. (1991). *Festivals, special events, and tourism*, Van Nostrand Reinhold, New York, Ny.
- [30]. Getz, D. (1997). *Event management and event tourism (1st Ed.)*. New York: Cognizant Communications Corp.
- [31]. Getz, D. (2008). Event tourism: definition, evolution, and research. *Tourism Management*, 29, 403-428.
- [32]. Giritlioğlu, İ., Olcay, A., ve Özekici, Y. K. (2015). Bir turizm çeşitliliği olarak festival etkinliklerinin sınıflandırılması: türkiye üzerine bir değerlendirme. *Sosyal Bilimler Arastirmalari Dergisi*, 13, 119-123.
- [33]. Görk, R. V. (2010). Nedir şu yeşilçam'ın meyvesi 'altın portakal'? Antalya'nın yeniden yapılandırılması sürecinde antalya altın portakal film festivalinin metalaştırılması. *Akdeniz İ. İ. B.F. Dergisi*, 20, 2010, 1-40.
- [34]. Gül, E. - Erdem, B. - Gül, M. (2013). Yerel festivallerin etkinliğine bağlı ziyaretçi kazanımları. *Süleyman Demirel Üniversitesi İ.İ.B.F Dergisi*, 18(2), ss.213-239.
- [35]. Günersel, Ş. (1997), Türkiye'nin turizm tanıtımında kültürel değerlerin kullanımı ve önemine bir örnek: festivaller. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- [36]. Gürsoy, D. Kim, K. ve Uysal, M. (2004). Perceived impacts of festivals and special events by organizers: an extension and validation, *Tourism Management*, 171181.
- [37]. Gürsoy, D. ; Chi, C. G. ; Ai, J. ve Chen, B. T. (2011). Temporal change in resident perceptions of a mega-event: The beijing 2008 olympic games. *Tourism Geographies: An International Journal of Tourism Space, Place and Environment*, 13(2), 299-324.
- [38]. Hacıoğlu, N., Avcıkurt, C., (2008), *Turistik ürün çeşitlendirmesi*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

- [39]. Hiller, H.H. (1998). Assessing the impact of mega-events: a linkage model. *Current Issues In Tourism*, 1(1), 47-57.
- [40]. Iyanda, O. ; Marunda, E. E. ve Chamne, M. A. (2005). Trade fair or sales fair: An analysis of the Botswana anual international trade fair *Journal of African Business*, 6(1-2), 53-72.
- [41]. İslamoğlu, H. & Alnaçık,Ü. (2016). *Sosyal Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. İstanbul: Beta Yayınları.
- [42]. Karagöz, D. (2006). *Etkinlik turizmi ve etkinlik turizmi bağlamında yabancı ziyaretçi harcamalarının ekonomiye etkisi: formula 1 2005 türkiye grand prix örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- [43]. Karasar, N. (2011). *Bilimsel araştırma yöntemi: Kavramlar, ilkeler, teknikler* (22. bs.). Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- [44]. Karasar, N. (2012). *Bilimsel araştırma yöntemi*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık
- [45]. Kızılırmak, İ. (2006). Türkiye’de düzenlenen yerel etkinliklerin turistik çekicilik olarak kullanılmasına yönelik bir inceleme. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 15, 181-196.
- [46]. Kızılırmak, İ. ve Kurtuldu, H. (2005). Kültürel turizmin önemi ve tüketici tercihlerinin belirlenmesine yönelik bir çalışma. *Ticaret Ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1.
- [47]. Kim K, ve Uysal M., (2003). Perceived socio-economic impacts of festivals and events among organizers. *Journal Of Hospitality & Leisure Marketing*, 10(3/4).
- [48]. Kim, S. S ve Petrick, J. F. (2005). Residents“ perceptions on impacts of the FIFA2002 World Cup: The case of Seoul as a host city. *Tourism Management*, 26(2005), 25-38.
- [49]. Kişioğlu, E., ve Selvi, M. S. (2013). Yerel etkinliklerin Tekirdağ’ın destinasyon imajına etkisi: yerel paydaşlar açısından bir değerlendirme. *IAAOJ, Social Science*, 2013,1(1),68-102.
- [50]. Köker, N. D. ; Maden, D. ve Gözta, A. (2013). Contribution of internatinal fairs in city branding: The case of Izmir, Turkey. *Europen Journal of Tourism and Recreation*, 4(2), 49-69.
- [51]. Kömürcü, G. (2013). Etkinlik turizmi çeşidi olarak festivaller: Bozcaada yerel tatlar festivali örneği. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Çanakkale.
- [52]. Kömürcü, G. B., Boz, M., ve Tükeltürk, Ş. A. (2014). Festivals as a type of event tourism: tenedos local flavours festival sample case. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimleri Dergisi* , 13(25), 221-237
- [53]. Kulkarni, S. (2013). The impact of festivals in promoting cultural tourism: A case study of ganesh festival in pune city, maharashtra (India). *The 7th International Conference on Responsible Tourism in Destinations: BarcelonaCataluny*, 1-4.
- [54]. Küçük, M. (2012). *Turizmin yerel kalkınmaya etkisi: Ankara Kızılcahamam örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Atılım Üniversitesi, Ankara.
- [55]. Küçükaltan, D., Oğuzhan, A., Apak, S., & Boyacıoğlu, E. Z. (2005). Bölgesel kalkınmada kültürel turizmin etkisi: Kırkpınar yağlı güreşleri örneği. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(1), 1-22.
- [56]. Lee, C. K., Lee, Y. K. ve Wicks, B. E. (2004). Segmentation of festival motivation by nationality and satisfaction. *Tourism Management*, 25(1): 61-70.
- [57]. Lee, S. B. ; Lee, K. C. ; Kang, K. J. S. ; Lee, E. Y. ve Jeon, Y. J. J. (2012). Residents“ perception of the 2008 Beijing Olympics: Comparison of pre- and post-impacts. *International Journal of Tourism Research*.

- [58]. Lorde, T. ; Greenidge, D. ve Devonish, D. (2011). Local residents' perceptions of the impacts of the ICC Cricket World Cup 2007 on Barbados: Comparisons of pre- and post-games. *Tourism Management*, 32, 349-356.
- [59]. Mckercher, B. and Cros H. (2002). *Cultural tourism, the partnership between tourism and cultural heritage management*. New York: The Hawort Pres.
- [60]. Mihalik, B. J. ve Simonetta, L. (1999). A midterm assessment of the host population's perceptions of the 1996 Summer Olympics: Support, attendance, benefits, and liabilities. *Journal of Travel Resarch*, 37-244.
- [61]. Mohr, K., Backman, K. F., Gahan, L. W. ve Backman, S. J. (1993). An investigation of festival motivations and event satisfaction by visitor type. *Festival Management & Event Tourism*, 1(3), 89-97.
- [62]. Nakip, M. (2006), *Pazarlama araştırmaları teknikler ve (SPSS destekli) uygulamalar*, Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- [63]. Özbalcı, S., ve Turgut, V. A. R. (2013). Mesir festival with an economic perspective. *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(3).
- [64]. Özkan, E., Curkan, S. C., ve Sarak, E. C. (2015). Festivallerin katılan ziyaretçiler üzerine etkileri: Alaçatı ot festivali örneği. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 6(14), 59-68.
- [65]. Öztürk, A. G. A., ve Yumuk, A. G. Y. (2016). Uluslararası Antalya kum heykel festivaline yönelik algının başkalarına tavsiye etme ve tekrar ziyaret etme niyeti üzerine etkisi. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6 (2) 2016, 123-139
- [66]. Park, K. S., Reisinger Y. ve Kang H. J. (2008). Visitors' motivation for attending the south beach wine and food festival, Miami beach, Florida. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 25(2), 161-181.
- [67]. Polat, S., Polat, S. A. ve Halis, M.,(2012). *Kent kimliği kapsamında festivallerin değerlendirilmesi: uluslararası altın safran film festivali örneği*. 30-31 Mayıs 2012 Değişen Dünyada Yerel Yönetimlerin Modernizasyonu Sempozyumu, Kırgızistan/Bişkek.
- [68]. Ralston, L. ve Crompton, L.J. (1988). Motivations, service quality and economic impact of visitors to the 1987 Dickens on the strand emerging from a mail-back survey. Report number 3 for the Galveston Historical Foundation. College Station, TX: Texas A&M University.
- [69]. Rittichainuwat, B. ve Mair, J. (2012). Visitor attendance motivations at consumer travel exhibitions. *Tourism Management*, 33, 1236-1244.
- [70]. Sahilli Birdir, S., Toksöz, D., Ve Bak, E. (2016). Karnavala katılım güdüleri: IV. Adana uluslararası portakal çiçeği karnavalı örneği. *Çağ University Journal Of Social Sciences*, 13(1).
- [71]. Sarı, C. (2016) Antalya'da fuarlar, festivaller ve yayla şenliklerinin alternatif turizmin gelişmesindeki rolü. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(15), 95-111.
- [72]. Sönmez, M. E. (2012). Adana şehrinin alansal gelişimi ve yakın çevresinin arazi kullanımında meydana gelen değişimler. *Türk Coğrafya Dergisi*, 57, 55-69.
- [73]. şengül, S., ve Genç, K. (2016). Festival turizmi kapsamında yöresel mutfak kültürünün destekleyici ürün olarak kullanılması: Mudurnu ipekyolu kültür sanat ve turizm festivali Örneği, *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23, 79-89.
- [74]. Tayfun, A., ve Arslan, E. (2013). Festival turizmi kapsamında yerli turistlerin Ankara alışveriş festivali'nden memnuniyetleri üzerine bir araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 191-206.

- [75]. Timur, M. N., Çevik, S., ve Kıcı, G. K. (2014), Etkinlik turizmi: Kültür başkenti etkinliklerinin başarı unsurları üzerine bir değerlendirme, *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2(2/1), 56-83.
- [76]. Uğurlu, H., ve Uğurlu, E. G. (2011). Uluslararası Eskişehir film festivali izleyici araştırması.
- [77]. Uygur, S. M., ve Çelik, A. (2010). Etkinlik turizminin algılanan sosyo-ekonomik etkilerini belirlemeye yönelik İstanbul destinasyonunda bir araştırma. *İşletme Fakültesi Dergisi*, 11(1), 35-50.
- [78]. Uysal, M., Gahan, L. W., ve Martin, B. (1993). An Examination of Event Motivations: A Case Study. *Festival Management & Event Tourism*, 1(1), 5-10.
- [79]. Viktória, K. (2013). Festivallerin iktisadi etkilerini ölçmede kullanılan ulusal ve uluslararası modeller, *Ege Stratejik Araştırmalar Dergisi*, 4(1), 31-46.
- [80]. Weaver, D. B. ve Lawton, L. J. (2013). Resident perceptions of a contentious tourism event. *Tourism Management*, 37, 165-175.
- [81]. Yang, J. ; Zeng, X. ve Gu, Y. (2010). Local residents' perceptions of the impact of 2010 EXPO. *Journal of Convention & Event Tourism*, 11, 161-175.
- [82]. Yıldırım, O , Karaca, O , Çakıcı, A . (2016). Yerel halkın "Adana-uluslararası portakal çiçeği karnavalı"na yönelik algı ve memnuniyetleri üzerine bir araştırma. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 13 (2), 0-0.
- [83]. Yıldız, S. B., ve Polat, E. (2016). Yerel halkın Eskişehir'de düzenlenen festivallerin etkilerine yönelik algıları (Local. *Journal Of Tourism And Gastronomy Studies*, 40, 62.
- [84]. Yolal, M., Rus, R. V., Cosma, S., ve Gursoy, D. (2015). A pilot study on spectators' motivations and their socio-economic perceptions of a film festival. In *Journal of Convention & Event Tourism*, 16(3), 253-271.
- [85]. Yolal, M., Birdir, S. S., Karacaoğlu, A. G. S., ve Birdir, K. (2014). XVII. Akdeniz oyunları seyircilerinin güdüleri ve algıladıkları faydalar üzerine bir çalışma. *Journal Of Travel And Hospitality Management*, 11(2), 28-44.
- [86]. Yüksek, T., Cengiz, T., & Yüksek, F. (2008). Doğal alanlarda festival etkinliklerinin koruma-kullanma açısından değerlendirilmesi: Kafkasör kültür, sanat ve turizm festivali örneği. *Ekoloji*, 17(67), 37-45.
- [87]. Zou, J. Y ve Ap, J. (2009). Residents' perceptions towards the impacts of the Beijing 2008 Olympic Games *Journal of Travel Research*, 48-78.
- [88]. Zou, J. Y. (2010). Resident perceptions toward the impacts of the Macao Grand Prix. *Journal of Convention & Event Tourism*, 11, 138-153.
- [89]. 16.06.2016 tarihinde <http://www.adanakultur.gov.tr>, adresinden alınmıştır.
- [90]. 16.06.2016 tarihinde <http://www.adananufus.gov.tr>, adresinden alınmıştır.

EKLER**Ek1. Festival Turizmine İlişkin Yabancı Alanyazın Özeti**

#	Yazarlar Yıl	Araştırmanın Amacı	Araştırma Veri toplama Tekniği Örneklem	Bulgular
	Ralston, L. ve Crompton, L.J. (1988). Motivations, service quality and economic impact of visitors to the 1987 Dickens on the strand emerging from a mail-back survey. Report number 3 for the Galveston Historical Foundation.	- Kraliçenin tarihini anlatan tatil festivali olarak da adı geçen "1987 Dickens on the Strand Festival"ini ele almıştır.	- Faktör Analizi [HK9]	- Bu etkinlikte aile birlikteliği, yeni kişilerle buluşma veya insanları gözlemleme, nostalji, öğrenim ve keşfetme, sosyal bağlantılar, bir şeyler yapma arayışı, kişisel ve sosyal baskılardan kaçış boyutları ortaya çıkmıştır.
	Getz, D. (1991), Festivals, special events, and tourism,	-Etkinlik turizmini ele almıştır.	-Literatür taraması	- Etkinlik turizmi hem bir çalışma alanı hem ekonominin küresel anlamda önemli bir sektörüdür.
	Uysal, M., Gahan, L. W., ve Martin, B. (1993). An Examination of Event Motivations: A Case Study.	- Yiyecek ile ilgili olan "1991 Travelers Rest's Country Corn Festival"inin incelenmesi amaçlanmıştır.	- Faktör Analizi	- Kaçış, heyecan/haz, yeni etkinlikler, sosyalleşme, aile birlikteliği boyutları ortaya çıkmıştır.
	Mohr, K., Backman, K. F., Gahan, L. W. ve Backman, S. J. (1993). An Investigation of Festival Motivations and Event Satisfaction by Visitor Type.	- "Freedom Weekend Aloft, a Hot Air Balloon Festival"inin incelenmesi amaçlanmıştır.	- Faktör Analizi	- Sosyalleşme, aile birlikteliği, heyecan/ sıradışı, kaçış,yeni etkinlikler boyutları ortaya çıkmıştır.
	Formica, S. ve Uysal, M. (1996). A Market Segmentation of Festival Visitors: Umbria Jazz Festival in Italy.	- '1995 Umbria Jazz Festival"inin incelenmesi amaçlanmıştır.	- Faktör Analizi	- Heyecan/haz, sosyalleşme, eğlence, yeni etkinlikler, aile birlikteliği boyutları ortaya çıkmıştır
	Getz, D. (1997). Event management and event tourism (1st Ed.). New York: Cognizant Communications Corp.	-Etkinlik turizmini ele almıştır.	-Literatür taraması	- Etkinlik turizmi hem bir çalışma alanı hem ekonominin küresel anlamda önemli bir sektörüdür.
	Formica, S. ve Murrmann, S. (1998). The effects of group membership and motivation on attendance: An international festival case,	-İtalya Spoleto Festivali" nin incelenmesi amaçlanmıştır.	- Faktör Analizi	- Ortaya çıkan boyutlar ise sosyalleşme ve eğlence, etkinlik çekiciliği/heyecan, grup birlikteliği, kültürel/tarihsel ve aile birlikteliğidir.
	Hiller, H.H. (1998). Assessing The Impact Of Mega-Events: A Linkage Model.	-Etkinliklerin etkilerini belirlemek için yapmışlardır.	- Literatür taraması	- Etkinliklerin etkilerini belirlemek üzere yapılan çalışmaların ekonomik etkiler üzerinde yoğunlaştığını ve diğer alanlara da yönelmenin gerekliliğinden bahsetmiştir. Bu bağlamda etkinliğin genel değerlendirmesinin yapılabileceği "Bağlantı

				Modeli (Linkage Model)'ni ortaya koymuştur. Söz konusu modelde etkinlik öncesi etkiler, etkinlik sırasındaki etkiler ve etkinlik sonrası etkiler ile bağlantı kurulmuştur.
	Mihalik, B. J. ve Simonetta, L. (1999). A midterm assessment of the host population's perceptions of the 1996 Summer Olympics: Support, attendance, benefits, and liabilities.	- Atlanta Olimpiyatları'na yönelik yerel halkın algılarını karşılaştırmayı amaçlamıştır.	- Literatür taraması	- Yerel halkın kentin alt yapısı etkinliktten dolayı geliştirildiği için önceleri etkinliği desteklediği belirtilmektedir. Ancak zamanla gelen ziyaretçi sayısının azalması sonucunda yerel halkta olimpiyatlara ev sahipliği yapma konusunda çok da gönülsüzlük olduğu saptanmıştır. Ayrıca yerel halkın etkinliğin ekonomik etkilerinden çok, kentlerinin uluslararası anlamda tanınması, toplumsal gurur gibi görünmez etkilere daha fazla önem verdikleri vurgulanmıştır. Katılımcıların daha önceki yıllara göre 1996 yılında trafik, suç, fiyatlardaki artış gibi olumsuz etkilere daha fazla yoğunlaştıkları sonucuna varılmıştır.
	Allen, J. O'toole, W. Harris, R. ve McDonnell I. (2002). Festival and special event management,	-Etkinlik turizmini ele almıştır.	-Literatür taraması	- Etkinlik turizminin etkileri "Sosyal ve Kültürel Etkiler", "Fiziksel ve Çevresel Etkiler", "Politik Etkiler" ve "Ekonomik Etkiler" başlıkları altında incelemiştir.
	Kim K, ve Uysal M., (2003). Perceived Socio-Economic Impacts Of Festivals And Events Among Organizers. Journal Of Hospitality & Leisure Marketing, 10(3/4).	- Farklı festival organizatörlerinin ziyaretçilerin sosyo-ekonomik önemini nasıl algıladıklarını incelemek için yapmışlardır.	- Faktör Analizi	-Festival ve etkinlik organizatörlerinin etkinlik turizminin sosyo-ekonomik etkilerine yönelik algılarının turizmin etkilerine yönelik algıları arasında spesifik bir fark bulunmadığını belirtmiştir. Dolayısı ile etkinlik turizminin etkileri genel turizm etkileri ile paralel olarak değerlendirilecektir.
	Gürsoy, D. Kim, K. ve Uysal, M. (2004). Perceived Impacts Of Festivals and Special Events By Organizers: An Extension And Validation, Tourism Management, 171181.	-Etkinlik turizminin sosyo-ekonomik etkilerini ölçmek için yapmışlardır.	- Faktör Analizi	-Sosyo-ekonomik etkilere ilişkin maddeleri dört faktör altında toplamış ve bu faktörleri toplumsal dayanışma, ekonomik kazançlar, sosyal kazançlar ve sosyal maliyetler şeklinde adlandırmıştır.
	Lee, C. K., Lee, Y. K. ve Wicks, B. E. (2004).	- "2000 Kyongju World Cultural Expo'nun	- Faktör Analizi	- Bu etkinlikte ortaya çıkan boyutlar, kültürel keşfetme,

	Segmentation of Festival Motivation by Nationality and Satisfaction.	incelenmesi amaçlanmıştır.		aile birlikteliği, değişiklik, kaçış, etkinlik çekiciliği ve sosyalleşmedir.
	Kim, S. S ve Petrick, J. F. (2005). Residents" perceptions on impacts of the FIFA2002 World Cup: The case of Seoul as a host city.	- Kore ve Japonya" da düzenlenen 2002 Dünya Kupası"nın etkilerine yönelik yerel halkın algılarının araştırılması amaçlanmıştır.	- Faktör Analizi	- Yaş, cinsiyet, meslek vb. sosyo-demografik değişkenlere göre yerel halkın algı ve fikirlerinde farklılıklar olduğu saptandığı belirtilmiştir. Yapılan faktör analizi sonucunda 22 ifadeden oluşan olumlu etkiler "turizm kaynaklarının gelişimi ve kentleşme, imaj gelişimi, ekonomik faydalar, yabancı ülke ve kültürlerle olan ilgi ve turizm altyapısının gelişimi" olmak üzere beş faktör altında toplanmıştır. Dokuz ifadeden oluşan olumsuz etkiler ise "olumsuz ekonomik etkiler, çatışma ve karışıklık, trafik problemi ve kargaşa" olmak üzere üç faktör altında toplanmıştır. Genç nüfusun yaşlı nüfusa göre olumsuz ekonomik etkiler ve trafik problemi hakkında daha hassas oldukları saptanmıştır. Çalışmada kadın katılımcıların beş faktörden oluşan olumlu etkilere erkek katılımcılara göre daha yüksek oranda katıldıkları yönünde görüş bildirdikleri ve kadınların erkeklere göre 2002 Dünya Kupası hakkında daha olumlu fikirlere sahip oldukları sonucuna varılmıştır. Bunların dışında katılımcıların "kentin imajının geliştirilmesi", "trafik ve kargaşa problemi" ve "olumsuz ekonomik etkiler" ifadelerinde de yoğunlaştıkları belirtilmiştir.
	Iyanda, O. ; Marunda, E. E. ve Chamne, M. A. (2005). Trade fair or sales fair: An analysis of the Botswana anual international trade fair .	- Uluslararası Botswana Ticaret fuarına katılan ziyaretçilerin motivasyonlarının incelenmesi amaçlanmıştır.	- Nüfusu Katılımcılar ve Ziyaretçiler olarak iki kategoriye ayırarak veri toplanmıştır. Katılımcılar ve Ziyaretçiler ile röportaj yapılmıştır.	- Organizatörlerin ve ziyaretçilerin motivasyonlarının birbirini tamamlayıcı nitelikte olduğunu belirtmişlerdir. Çalışmada organizatörlerin ve ziyaretçilerin fuara katılmalarındaki temel motivasyonların arkasında ticari amaçların olduğu saptanmıştır.
	Jackson, L. A. (2008). Residents" perceptions of	- Daytona sahilinde düzenlenen etkinliklerin (Hız	- Faktör Analizi	- Çalışmada özellikle ekonomik, çevresel ve sosyal

	the impacts of special event tourism.	Haftası, Pepsi 400 mt Sprint, Bisiklet Haftası, Siyah Kolej Toplantısı, Bahar Haftası, Biketoberfest) etkilerine yönelik olan algılarının incelenmesi amaçlanmıştır.		etkiler üzerinde durulduğu görülmektedir. Çalışmada yüksek ekonomik faydası olan bazı etkinliklerin beraberinde birçok sosyal problem getirdiği sonucuna varılmıştır. Bu yüzden yerel halkın ekonomik anlamda daha az getirisi olan ama aynı zamanda daha az sosyal probleme yol açacak etkinlikleri tercih ettikleri sonucuna varılmıştır.
	Park, K. S., Reisinger Y. ve Kang H. J. (2008). Visitors' Motivation for Attending the South Beach Wine and Food Festival, Miami Beach, Florida.	- "South Beach Wine and Food Festival in Miami Beach" etkinliğine katılım motivasyonlarının belirlenmesi amaçlanmıştır.	- Faktör Analizi	- Yeni şarap ve yiyecek tatma, etkinlikten hoşlanma, sosyal statüyü yükseltme, rutin yaşamdan kaçma, yeni insanlarla karşılaşma, aileyle beraber vakit geçirme, ünlülerle ve şarap uzmanları ile karşılaşma boyutları ortaya çıkmıştır.
	Zou, J. Y ve Ap, J. (2009). Residents' perceptions towards the impacts of the Beijing 2008 Olympic Games.	- 2008 yılında Pekin'de düzenlenen Olimpiyat Oyunlarına ilişkin yerel halkın algısının ve bu olimpiyatların etkilerinin incelenmesi amaçlanmıştır.	- Faktör Analizi	- Yerel halkın Pekin Olimpiyatları'nın etkilerine yönelik algılarının çok olumlu olduğu ve % 96 oranla halkın bu etkinliği desteklediği saptanmıştır. Yapılan faktör analizi sonucunda 21 ifadenin dört faktör altında toplandığı görülmektedir. Bu faktörler "sosyal ve psikolojik etkiler, sosyal yaşam, kentsel ve ekonomik gelişim" olarak adlandırılmıştır.
	Amenumey, E. K. ve Amuquandoh, F. E. (2010). Residents' perceptions of the 2008 Confederation of African Cup (CAN 2008) event..	- 2008 Afrika Konfederasyon Kupası'na ilişkin yerel halkın etkinliğe yönelik beklentisine ilişkin fikirlerinin incelenmesi amaçlanmıştır.	- Faktör Analizi	- Çalışmada 42 ifade "ekonomik faydalar, çevresel faydalar, çevresel olumsuzluklar, ekonomik olumsuzluklar, kültürel faydalar ve sosyal olumsuzluklar" olmak üzere altı faktör grubu belirlenmiştir. Sosyo-demografik değişkenlerin algılarda farklılığa yol açtığı belirtilmiştir
	Yang, J. ; Zeng, X. ve Gu, Y. (2010). Local residents' perceptions of the impact of 2010 EXPO.	- Şangay yerel halkının EXPO 2010'un etkilerine yönelik olan algılarını ve algılarındaki farklılıklara göre farklı yerel halk gruplarının incelenmesi amaçlanmıştır.	- Faktör Analizi	- Yapılan faktör analizi sonucunda 27 ifadeden oluşan olumlu etkiler, beş faktör altında toplanmıştır. Bu faktörler "kent imajının gelişimi, turizm altyapısının gelişimi, ekonomik faydalar, kültürel değişim ve çevresel ve kültürel koruma" olarak isimlendirilmiştir. 15 ifadeden

				oluşan olumsuz etkiler ise “ekonomik maliyetler, sosyal ve çevresel problemler ve kültürel çatışma” olarak üç faktör altında toplanmıştır. Katılımcıların üç faktörden oluşan olumsuz etkilerden sadece “ekonomik maliyet” faktöründe yoğunlaştıkları belirtilmiştir. Çalışmada yerel halkın, algılarındaki farklılıklara göre “destekleyenler, gerçekçiler ve nefret edenler” olarak üç gruba ayrıldığı belirtilmiştir. Ayrıca kentin imajının geliştirilmesi ve sağlanması en önemli olumlu etki olarak belirtilmiştir.
Zou, J. Y. (2010). Resident perceptions toward the impacts of the Macao Grand Prix.	- Macao'da yapılan Formula 3 Grand Prix araba yarışlarına ilişkin yerel halkın algılarının incelenmesi amaçlanmıştır.	- Faktör Analizi	- Yerel halkın büyük çoğunluğunun etkinliğe yönelik algılarının olumlu olduğunu saptamıştır. Yapılan faktör analizi sonucunda 20 ifadenin beş faktör altında toplandığı görülmektedir. Bu faktörler “sosyal ve psikolojik etkiler, sosyal yaşama olumsuz etkileri, toplumsal maliyetler, ekonomik olumsuzluklar ve fiziksel faydalar” olarak adlandırılmıştır.	
Antoniou, A. (2011). Resident perceptions toward the social Impacts of a mega sportevent: The case of Fédération Internationale de Basketball (FIBA) EuroBasket 2011 in Vilnius, Lithuania.	- 2011 yılında Litvanya'da düzenlenen FIBA Avrupa Basketbol Şampiyonası'nın etkilerine yönelik yerel halkın algılarının incelenmesi amaçlanmıştır.	- Hem yüz yüze görüşme hem de anket yöntemiyle veri derlenmiştir	- Etkinliğin yerel ekonomiyi canlandırdığı, yeni iş olanakları ve istihdam sağladığı sonucuna varıldığı görülmektedir. Katılımcıların etkinlik sayesinde yaşadıkları yer ile gurur duydukları, aile ve arkadaşları ile hoşça vakit geçirdikleri saptanmıştır. Bu olumlu etkilerin yanında katılımcıların etkinliğin alkol kullanımını, suç oranını, trafik problemini, kalabalığı ve çevre kirliliğini arttırdığı yönünde görüş bildirdikleri belirtilmiştir.	
Chang, W. (2011). A taste of tourism: Motivations to Attend a Food Festival.	- “Food Festival Texas” etkinliğine katılım motivasyonlarının belirlenmesi amaçlanmıştır.	- Faktör Analizi	- Katılım motivasyonlarının Şarap, kaçış/ etkinlik değişikliği, yiyecek, bilinen grup sosyalleşmesi, dış sosyallik, sanat boyutları olduğu ortaya çıkmıştır.	
Chen, S. D. (2011).	- Macao'daki özel	- Faktör Analizi	- Çalışmada 28 ifade, yedi	

	Resident"s perception of impact of major annual tourism events in Macao: Cluster analysis..	etkinliklerin yerel halk tarafından nasıl algılandığını incelemiştir. Bu çalışmada, diğer çalışmaların aksine sekiz ayrı etkinlik (Macao Grand Prix, Macao Yemek Festivali, Ejderha Gemisi Festivali, Uluslararası Macao Havai Fişek Gösterisi, Uluslararası Macao Müzik Festivali, Macao Sanat Festivali, Uluslararası Macao Maratonu ve Macao Açık Golf Turnuvası) üzerinde incelenmesi amaçlanmıştır.		faktör altında toplanmıştır. Bu ifadeler "toplumsal gurur, kişisel kazanç, ekonomik faydalar, yaşam kalitesi, olumsuz çevresel etkiler, olumsuz kültürel etkiler ve toplumsal hizmetlerde aşırı yoğunluk" olarak sınıflandırılmıştır. Kümeleme analizinden yararlanılan bu çalışmada, üç farklı yerel halk kümelenmesi olduğu sonucuna varılmış ve bu kümeler "benimseyenler, gerçekçiler ve deneyimliler" olarak adlandırmıştır. Bu üç kümenin etkinliklerin toplumsal hizmetlerde aşırı yoğunluk oluşturduğunu ve kültürel dokuya zarar geldiği üzerinde yoğunlaştıkları belirtilmiştir.
K	Choe,Y. (2011). Residents' perceptions of the social impact of the World EXPO 2010 Shanghai.	- Şangay"da düzenlenen 2010 EXPO"nın etkilerine ilişkin yerel halkın algısının incelenmesi amaçlanmıştır.	- Faktör Analizi	- Yapılan faktör analizi sonucunda 42 ifadenin "rahatsızlık, eğlence ve sosyalleşme, toplumsal hizmetler, yaşam pahalılığı, toplumsal kimlik ve bağlılık" olarak beş faktör altında toplandığı sonucuna varılmıştır. Çalışmada yerel halkın %65"inin etkinliği desteklediği belirtilmiştir.
	Gürsoy, D. ; Chi, C. G. ; Ai, J. ve Chen, B. T. (2011). Temporal change in resident perceptions of a mega-event: The Beijing 2008 Olympic Games.	- 2008 Pekin Olimpiyatları süresince ve sonrasında etkinliğin etkilerine yönelik yerel halkın algısının incelenmesi amaçlanmıştır.	- Faktör Analizi	- Yapılan faktör analizi sonucunda 30 ifadenin yedi faktör altında toplandığı görülmektedir. Bu faktörler "toplumsal gurur ve uluslararası tanınma, ekonomik faydalar, olumsuz çevresel etkiler, kültürel faydalar, ülke için fırsatlar, sosyal problemler, kaynakların ve kültürün gelişimi" olarak sınıflandırılmıştır. Çalışmada yerel halkın algılarında zamanla değişiklik olduğu sonucuna varılmıştır.
	Lorde, T. ; Greenidge, D. ve Devonish, D. (2011).Local residents" perceptions of the impacts of the ICC Cricket World Cup 2007 on Barbados: Comparisons of pre- and post-games.	-Barbados"un 2007 yılında ev sahipliği yaptığı Kriket Dünya Kupası"nın etkilerine yönelik algılarının incelenmesi amaçlanmıştır.	-Faktör Analizi	- Etkinlik öncesi ve sonrası olan algıların incelenip karşılaştırılmasının temel amaç olarak belirlendiği çalışmada, yapılan faktör analizi sonucunda 19 ifade "kültürel değişimin faydaları, sosyal problemler, ekonomik

				faydalar, kaynakların ve kültürün gelişimi, trafik ve kirlilik problemleri, hayat pahalılığı ve inşaat maliyetleri” olmak üzere yedi faktör altında toplanmıştır
	Cristopher, M. (2012). Residents” perceptions of socio-economic impacts of regional trade fair in Ghana.	-Gana”nın Ho kentinde düzenlenen Volta Ticaret ve Yatırım Fuarı”nın yerel halk tarafından algılanan sosyo-ekonomik etkilerinin incelenmesi amaçlanmıştır.	- Literatür taraması ve Faktör Analizi	- Çalışmada yerel halkın fuarın etkilerine yönelik algılarının olumlu olduğu saptanmıştır. Demografik açıdan yaş değişkeninin yerel halkın algılarında farklılığa neden olduğu vurgulanmıştır.
	Lee, S. B. ; Lee, K. C. ; Kang, K. J. S. ; Lee, E. Y. ve Jeon, Y. J. J. (2012). Residents” perception of the 2008 Beijing Olympics: Comparison of pre- and post-impacts. International	- 2008 Pekin Olimpiyatları öncesi ve sonrasında yerel halkın bu etkinliğin etkilerine yönelik algılarında herhangi bir değişiklik olup olmadığının incelenmesi amaçlanmıştır.	- Faktör Analizi	- Demografik değişkenlere göre katılımcıların algılarında farklılık olduğu saptanmıştır. Araştırmada kullanılan dokuz ifadeden oluşan olumlu etkiler iki faktör altında toplanmıştır. Bu faktörler “toplumsal yatırım ve altyapının geliştirilmesi” olarak adlandırılmıştır. 15 ifadeden oluşan olumsuz etkiler ise “enflasyon, vergi artışı, sosyal problemler ve fiziksel ve çevresel problemler” olarak dört faktör altında toplanmıştır. Kadınlar bütün olumlu ve olumsuz etkilerde erkeklere göre daha yüksek görüş bildirmişlerdir.
	Rittichainuwat, B. ve Mair, J. (2012). Visitor attendance motivations at consumer travel exhibitions.	- 2009 yılında Tayland”da düzenlenen tüketici fuarlarına katılan ziyaretçilerin motivasyonlarının incelenmesi amaçlanmıştır.	- Faktör Analizi	- Yapılan faktör analizi sonucunda 14 ifade “ eğitim, satın alma, ön araştırma ve fuar özellikleri” şeklinde dört faktör altında toplanmıştır. Çalışmada ziyaretçilerin fuarlara katılmasının arkasında çeşitli motivasyonlar olduğu saptanmıştır. Ziyaretçilerin diğer faktörlere nazaran satın alma ve fuar özellikleri faktörlerine yoğunlaştıkları belirtilmiştir. Bu motivasyonların bazı yönlerden ticari gösterilere katılan ziyaretçilerin motivasyonları ile benzerlik gösterdiği vurgulanmıştır.
	Weaver, D. B. ve Lawton, L. J. (2013). Resident perceptions of a contentious tourism event..	- Avustralya”nın Gold Coast bölgesinde yaşayan yerel halkın Mezunlar Haftası etkinliğine yönelik algısının incelenmesi amaçlanmıştır.	- Faktör ve Kümeleme Analizi	Çalışmada katılımcıların etkinliğe karşı hoşgörülü oldukları sonucuna varılmıştır. Yapılan faktör analizi sonucunda 21 ifadenin üç faktör altında toplandığı

				görülmektedir. Bu faktörler “tolerans, etkiler ve karmaşa” olarak isimlendirilmiştir. Çalışmada halkın etkinliğin etkilerine yönelik algısında yaş, cinsiyet ve bölgeye olan mesafe değişkenlerine göre farklılıklar ortaya çıktığı saptanmıştır. Yapılan kümeleme analizi sonucunda katılımcıların “destekleyenler, koşullu destekleyenler, muhalifler ve koşullu muhalifler” olmak üzere dört gruba ayrıldığı belirtilmiştir.
Köker, N. D. ; Maden, D. ve Gözta, A. (2013). Contribution internatinal fairs in city branding: The case of Izmir, Turkey. <i>European Journal of Tourism and Recreation</i> , 4(2), 49-69.	-İzmir Enternasyonal Fuarı'nın İzmir kentinin markalaşma sürecine olan katkısına yönelik halkın görüşlerinin incelenmesi amaçlanmıştır.	- Nitel bir araştırma yapılmıştır.	- Çalışma katılımcılarının iki gruba ayrıldığı ve bu grupların İzmir'de ikamet edip, çalışan kişilerden ve İzmir'de okuyan öğrencilerden oluştuğu vurgulanmıştır. Çalışmada İzmir'de yaşayıp, çalışan kişilerin en fazla fuarın olumlu ekonomik etkileri üzerinde, öğrencilerinde olumlu sosyal etkileri üzerinde yoğunlaştığı saptanmıştır. İki grubun fuarın yerel ekonomiyi canlandırdığı, istihdam sağladığı, kentteki ticareti geliştirdiği, yeni yatırımlara fırsat sağladığı, turizmi geliştirdiği görüşlerine de yüksek derecede katıldıkları belirtilmiştir. Bunların yanında, katılımcıların oluşturduğu iki grubun fuarın şehrin tanınmasına ve ününün gelişmesine önemli derecede katkısı olduğunu belirttikleri vurgulanmıştır.	
Özbalcı, S., ve Turgut, V. A. R. (2013). Mesir Festival With An Economic Perspective.	- Mesir Festivali ekonomik bakış açısıyla incelenmek için yapılmıştır.	-Literatür çalışması	- Festivalin toplam maliyeti 2011 yılında (festivalin 471. kutlama yılında) 1.575.000 TL oldu. Bu büyüklükte bütçeye sahip bir festival olarak Mesir festivali, dünyada çok nadir olarak karşımıza çıkan, yerel halk inançlarına dayanan geleneksel bir yapıya sahiptir.	
Çelik, S., ve Çetinkaya, M. Y. (2013). Festivals In Event Tourism: The Case Of International Izmir Art Festival. <i>International</i>	- İzmir'i uluslararası yolculuğa çıkarmaya çalışan pek çok festival, dini / kültürel organizasyonlar, spor etkinlikleri ve bilimsel organizasyonlar ile etkinlik turizmini incelenmek için	-Literatür çalışması	- İzmir'in uluslararası alanda tanınmasında son 26 yıldır düzenlenen İzmir Uluslararası Sanat Festivali'nin önemli bir yeri olduğu anlaşılmaktadır.	

		yapılmıştır.		
	Kulkarni, S. (2013), The Impact of Festivals in Promoting Cultural Tourism: A Case Study of Ganesh Festival in Pune City, Maharashtra (India),	- Hindistan'ın Pune şehrinde gerçekleştirilen Ganesh Utsav Festivali'nin şehrin kültürel gelişimi ve turizmin tanıtılmasındaki rolünü incelemek için yapılmıştır.	- Literatür çalışması	- Yerel festivallerin, yapıldığı bölgede kültürel bir çevre oluşturulmasına ve turizmin gelişmesine katkı sağladığını belirtmiştir.
	Arcodia, C. ve Dickson, C. (2013), „Tourism Field Studies: Experiencing the Carnival of Venice“	- Venedik Karnavalı'nı eğitim açısından incelemek için yapılmıştır.	- Öğrenciler, bu ünlü etkinlik ve üniversite tarafından seçilen bir seçmeli ders olarak sunulan çok çeşitli deneyimsel etkinliklere katılarak barındıran Venedik şehiri hakkında bilgi almaya davet edilmiştir.	- Deneyimsel öğrenme yönteminin, öğrencilere etkinlik yönetimi ile ilgili ilk elden bilgiler sağlayabildiğini belirtmiştir.
	Kömürücü, G. B., Boz, M., ve Tükeltürk, Ş. A. (2014). Festivals As A Type Of Event Tourism: Tenedos Local Flavours Festival Sample Case.	- Yerel Tatlar Festivali'nin Bozcaada'ya etkilerini incelemek amacıyla gerçekleştirilmiştir.	-172 turist ve 80 yerel sakin dahil 252 kişiden oluşmaktadır.	- Araştırma sonuçları Yerel Tatlar Festivali'nin Bozcaada'nın tanıtımına olumlu etkileri olduğunu ve bölgede yaşayan yerel halka ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel açılardan birçok etkisi olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte festivalle ilgili yapılan tanıtım faaliyetlerinin ve festival etkinliklerinin yetersiz olduğu sonuçlarına da ulaşılmıştır.
	Egresi, I., ve Kara, F. (2014). Economic and Tourism impact of small events: The case of small-scale festivals in Istanbul, Turkey.	- Yerel ekonomik kalkınma için küçük etkinliklerin ve festivallerinin önemini incelemek amacıyla gerçekleştirilmiştir.	-Yerel olmayan katılımcılarla anket uygulanmıştır. 209 anket toplanmıştır.	- Bu festivallere katılan turistlerin yerel ekonomide para harcamasına karşın, çok az turistin katılabileceği gerçeğinden dolayı bu olayların ekonomik etkileri olduğunu belirtmiştir.
	Yolal, M., Rus, R. V., Cosma, S., ve Gursoy, D. (2015). A pilot study on spectators' motivations and their socio-economic perceptions of a film festival.	-Çalışmanın temel amacı, festival etkilerine karşı algılamaları, izleyen seyircilerin motivasyonları ve festivaldeki memnuniyeti incelemektir.	-Transilvanya Uluslararası Film Festivali katılımcılarından veriler toplanmıştır. 180 anket analize tabi tutulmuştur.	- Sonuçlar, cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi ve çalışanların mesleğine ilişkin etkilere yönelik motivasyon, memnuniyet ve algılamalarda belirgin farklılıklar olduğunu göstermektedir.
	Denissa, L., Widodo, P., Adisasmito, N. D., ve Piliang, Y. A. (2015), „Public Engagement and the Making of Carnival's Place at Jember Fashion Carnival“	- Jember Moda Karnavalı'nı incelemek amacıyla gerçekleştirilmiştir.	- İkincil veri dokümantasyon incelemesi yaptı.	- Karnaval yeri seçimi ve toplumsal katılım üzerinde durmuşlardır. Karnavalın misyon ve vizyonunun uygulanmasında genç insanların yaratıcılığının önemli bir değer olduğunu ifade etmişlerdir.

	Maeng, H. Y., Jang H.Y. and Li, J. M. (2016). A critical review of the motivational factors for festival attendance based on meta-analysis,	- Çalışmanın temel amacı festival katılımı için önemli motivasyon faktörlerinin belirlenmesidir.	- 46 araştırma makalesi üzerinde meta analizi yapılmıştır.	- Festival katılımı için 70 motivasyon faktörü çıkarılarak bu faktörler sosyalleşme, kaçış, heyecan, öğrenme ve alışveriş şeklinde beş kategoriye ayrılmıştır.
	Yolal, M, Gursoy, Uysal M., Kim, H.L. and Karacaoğlu, S. (2016). Impacts of festivals and events on residents' well-being	- Çalışmanın temel amacı yerel halkın yerel festivallere katılımını araştırmaktır.	-21. Adana Altın Koza Festivalinde 480 anket uygulanmıştır.	- Festivalin toplumsal yararları eğitimsel ve kültürel olarak saptanmıştır.
	Lee, K.Y. (2016). Impact of government policy and environment quality on visitor loyalty to Taiwan music festivals: Moderating effects of revisit reason and occupation type,	- Çalışmanın temel amacı festivallerde hükümet politikasının ve çevre kalitesinin nasıl olduğunu incelemesidir.	-Tayvan Müzik Festivalinde 931 ziyaretçiden veri toplanmıştır.	- Hükümet politikasının çevre kalitesi, ziyaretçi memnuniyeti ve festivallere sadakat algılarını olumlu yönde etkilediği saptanmıştır.
	Tanford, S. and Shinyong Jung, M.S. (2016), Festival attributes and perceptions: A meta-analysis of relationships with satisfaction and loyalty,	- Çalışmanın temel amacı festival tatmini ve sadakatine katkıda bulunan faktörleri değerlendirmektir.	-66 makale üzerinde meta analizi yapılmıştır.	- Öz nitelikler etkinlikler, özgünlük / teklif, imtiyazlar, çevre, kaçış ve sosyalleşme olarak altı kategori altında toplanmıştır. Festival etkinliklerinin ve çevrenin (atmosfer, rahatlık, tesisler) en önemli belirleyiciler olduğu saptanmıştır. Memnuniyet ve sadakat için maliyet / değer önemli olduğunu ortaya konmuştur.
	Pavlukovic, V., Armenski, T. and Alcaantara-Pilar, J.M. (2017), Social impacts of music festivals: Does culture impact locals' attitude toward events in Serbia and Hungary?,	- Festivallerin ev sahibi topluluklar üzerindeki etkilerini incelemişlerdir.	-Festival Sosyal Etki Tutum Ölçeği'ni (FSIAS) uyguladığı yeni bir araştırmayı oluşturmaktadır. 477 katılımcıdan veri toplanmıştır.	- Büyük ölçekli müzik festivallerinin iki ana (olumlu ve olumsuz) boyutunun olduğu ve festival etkilerinin yerel algısını ulusal kültürün önemli ölçüde etkilediği saptanmıştır.

Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Ek-2 Festival Turizmine İlişkin Yerli Alanyazın Özeti

#	Araştırma Bilgisi	Araştırmanın Amacı	Araştırmanın Yöntemi	Bulgular
	Küçükaltan, D., Oğuzhan, A., Apak, S., & Boyacıoğlu, E. Z. (2005). Bölgesel Kalkınmada Kültürel Turizmin Etkisi: Kırkpınar Yağlı Güreşleri Örneği.	- Kırkpınar Güreşleri'nin Edirne ekonomisine etkilerini incelemek amacıyla gerçekleştirmiştir.	- Güreşleri izlemeye gelen 1068 kişi ile yapılan anket uygulanmıştır.	- Kırkpınar güreşlerini izlemeye gelenlerin harcama eğilimlerinin yüksek olmadığı, en çok alışveriş edilen ürünün yiyecek olduğu, güreşleri izlemeye gelenlerin çoğunluğunun ilkokul mezunu olduğu ve güreşlerin genellikle bir kez izlendiği tespit edilmiştir.

<p>Karagöz, D. (2006). <i>Etkinlik Turizmi ve Etkinlik Turizmi Bağlamında Yabancı Ziyaretçi Harcamalarının Ekonomiye Etkisi: Formula 1 2005 Türkiye Grand Prix Örneği</i></p>	<p>- 2005 Formula One Türkiye Grand Prix'ine katılan yabancı ziyaretçilerin yapmış oldukları harcamaların bölge ekonomisi üzerindeki doğrudan, dolaylı ve uyarılmış etkilerinin ortaya çıkartılması amacıyla gerçekleştirilmiştir.</p>	<p>- Doğrudan gelirin hesaplanabilmesi için, etkinlik alanında yapılan anketler kullanılarak kişi başına ziyaretçi harcamaları hesaplanmış ve elde edilen kişi başına ziyaretçi harcaması toplam ziyaretçi sayısı ile çarpılarak, etkinliği izleyen bütün yabancı ziyaretçilerin yaptıkları konaklama, yiyecek- içecek, ulaşım, hediyelik eşya, kişisel harcamalar ve bilet harcamaları hesaplanmıştır. -Dolaylı ve uyarılmış etkilerin belirlenmesinde kullanılacak üretim ve istihdam çarpan katsayılarını hesaplamak için TÜİK'in hazırladığı 1998 Türkiye Input-Output tablolarından yararlanılmıştır. Bu tablolar içinden girdi-çıkı analizi ile doğrudan ileri-geri bağlantı etkilerinin ve istihdam çarpan katsayılarının hesaplanmasında Yurtiçi Üretim Katsayılar Matrisi tablosu; Toplam ileri-geri bağlantı etkileri ve üretim çarpan katsayılarının hesaplanmasında Leontief Ters Matris Tablosu kullanılmıştır.</p>	<p>-2005 yılında İstanbul'da gerçekleştirilen Formula 1 Türkiye Grand Prix'e 15000 yabancı turist katılmış ve 8.232.750 TL doğrudan gelir elde edilmiştir. 2005 Türkiye Grand Prix'i ile turizm sektörüne yönelik 8.232.750 TL'lik nihai talep artışı, ekonomi genelinde 21.305.533,73 TL'lik üretim artışına neden olmuştur.</p>
<p>Kızılırmak, İ. (2006). <i>Türkiye'de Düzenlenen Yerel Etkinliklerin Turistik Çekicilik Olarak Kullanılmasına Yönelik Bir İnceleme.</i></p>	<p>-Türkiye'de düzenlenen festivalleri düzenlendiği bölgelere, içeriklerine ve düzenlenme aralıklarına göre sınıflandırmak amacıyla gerçekleştirilmiştir.</p>	<p>-1188 yerel festival üzerine bir araştırma yürütmüştür. - Kültür ve Turizm Bakanlığı'nca belirlenen 1188 yerel etkinlik bölgelere, illere, düzenlendiği aylara ve konularına göre incelenmiştir. Etkinliklerin iç ve dış turizm amaçlı olarak değerlendirilip değerlendirilemeyeceğinin belirlenmesi amacıyla, yerel etkinlik düzenleyen 80 İl Müdürlüğüne anket gönderilerek elde edilen sonuçların analizi yapılmıştır.</p>	<p>-Araştırma sonucuna göre Karadeniz bölgesi en fazla festivalin yürütüldüğü bölge olarak tespit edilmiştir. Bununla birlikte temmuz ve ağustos aylarında en fazla festivalin gerçekleştirildiği ve gerçekleştirilen bu festivallerin içerisinde sırasıyla tarım, kültür ve kurtuluş günü konulu festivallerin en sık gerçekleştirilen festival türleri olduğu tespit edilmiştir.</p>

<p>Yüksek, T., Cengiz, T., & Yüksek, F. (2008). Doğal Alanlarda Festival Etkinliklerinin Koruma-Kullanma Açısından Değerlendirilmesi: Kafkasör Kültür, Sanat ve Turizm Festivali Örneği.</p>	<p>-Artvin-Kafkasör yöresindeki festival etkinliklerinin neden olduğu bazı önemli çevre sorumlularının koruma-kullanma açısından değerlendirilmesi amacıyla gerçekleştirmiştir.</p>	<p>- Festival alanına ve alanın kullanımına ait çeşitli bilgilerin toplanmasında yerel düzeyde ve tam alanda envanter yöntemi uygulanmıştır.</p>	<p>- Festival alanında tesislerin yetersizliğinin ve plansız kullanımının festival alanına zarar verdiği belirlenmiştir.</p>
<p>Çulha, O. (2008), Kültür Turizmi Kapsamında Destekleyici Turistik Ürün Olarak Deve Güreşi Festivalleri Üzerine Bir Alan Çalışması</p>	<p>- Kültür turizmi kapsamında yer alan deve güreşi festivallerinin uluslararası nitelik kazanmasını sağlayarak kış aylarında Ege Bölgesinin kurtarıcısı haline getirmek amacıyla gerçekleştirmiştir.</p>	<p>- Araştırmanın ana kitesini İzmir'in Selçuk, Pınarbaşı, Torbalı, Tire ve Bergama ilçelerinde düzenlenen organizasyonlar oluşturmaktadır.</p>	<p>- Yapılan araştırma sonucuna göre deve güreşi festivalleri son zamanlarda eski canlılığına ulaşmaya başlasa da istenilen seviyede olmadığı, devletimizin turizm politikası ve turizm yatırımları içerisinde gerçek yerini aldığı takdirde çok önemli yararlar sağlayacağı sonucuna ulaşılmıştır.</p>
<p>Atak, O. (2009), <i>Türk Turizminin Tanıtımında Festivallerin Yeri ve Önemi: Antalya Örneği</i>,</p>	<p>-Türkiye'de özellikle de Antalya örneği çerçevesinde festivallerin turizm tanıtımı içindeki yerini incelenmek amacıyla gerçekleştirmiştir.</p>	<p>-Antalya örneği çerçevesinde festivallerin turizm tanıtımı içindeki yeri incelenmiş, düzenlenmekte olan festivallerin, uluslararası turizm pazarına, ülke tanıtımına, turizm gelirlerine ve buna bağlı olarak bölgesel kalkınmaya olan etkileri, kaynak taraması ve istatistikî bilgilere sahip yerel ve ulusal kuruluşlardan edinilen bilgilerle incelenmiştir.</p>	<p>-Araştırmada Antalya'da düzenlenen festivallerin, yetersiz bütçeden dolayı iyi bir tanıtım ve pazarlama faaliyeti gerçekleştiremediği, yeterli düzeyde turist çekemediği ortaya konmuştur. Bu nedenle festival ve etkinliklere daha fazla bütçe ayrılması ve reklam kaynaklarının etkin kullanılması gerekliliği üzerinde durulmuştur.</p>
<p>Çelik,A.(2009), Destinasyon Pazarlama Unsuru Olarak Etkinlik Turizmi ve Etkileri-İstanbul Örneği.,</p>	<p>-Etkinliklerin destinasyon üzerinde meydana getirdiği etkilerden sosyo-ekonomik ve destinasyon pazarlamasına yönelik etkileri ortaya koymak amacıyla gerçekleştirmiştir.</p>	<p>- İstanbul ilinde bulunan ve etkinlik düzenleyen fuar organizatörlerine ve seyahat acentalarına yönelik araştırma yapılmıştır. Araştırmada anket tekniği kullanılmıştır. Araştırmada 316 A grubu seyahat acentası ve 74 fuar organizatörü çalışanına ulaşılmıştır.</p>	<p>-Sosyo-ekonomik etkiler; topluluk bağdaşımı, ekonomik yarar, sosyal yarar ve sosyal maliyet faktörleri olarak isimlendirilmiştir. Analizler sonucunda; İstanbul'daki etkinliklerin şehir projelerine katkı sağlamadığı, etkinliklerin İstanbul destinasyonunda eğitici olduğu ve farkındalık yarattığı, etkinlikleri suç oranını artırdığı ve yerel halk ile turistlerin karşılaşmasında İstanbul'da fuar organizatörü ve seyahat</p>

				acentası çalışanlarının Doxey'in öfke indeksi modeline göre kaygı ve karışıklık safhasında buldukları sonuçları elde edilmiştir. Destinasyon pazarlamasına yönelik algılarda, etkinliklerin destinasyon pazarlamasında bir unsur olarak kullanıldığı ortaya çıkmıştır.
Uygur, S. M., ve Çelik, A. (2010). Etkinlik Turizminin Algılanan Sosyo-Ekonomik Etkilerini Belirlemeye Yönelik İstanbul Destinasyonunda Bir Araştırma,	-Araştırma, bir destinasyonda etkinliklerin meydana getirdiği etkilerden sosyo-ekonomik etkilerin belirlenmesi amacıyla gerçekleştirilmiştir.	-Araştırmanın evreni İstanbul ilinde faaliyet gösteren A grubu seyahat acentaları ve fuar organizatörleri olarak belirlenmiştir. Araştırmada, Gürsoy, Kim ve Uysal (2004) tarafından etkinliklerin sosyo-ekonomik etkilerinin ölçülmesi için geliştirilen sosyoekonomik ölçek kullanılmıştır. Anket yöntemi kullanılarak toplanan verilere güvenilirlik analizi, faktör analizi ve t testi uygulanmıştır.	- Analizler sonucunda algılanan sosyo-ekonomik etkilere yönelik dört faktör tespit edilmiştir. Bu faktörler; "topluluk bağdaşımı", "ekonomik yarar", "sosyal yarar" ve "sosyal maliyet" faktörleri olarak isimlendirilmiştir. Araştırma sonuçlarının Gürsoy vd. (2004) tarafından geliştirildiği ölçeğin geliştirildiği araştırma sonuçları ile paralellik gösterdiği tespit edilmiştir.	
Ekin, Y. (2011), <i>Etkinlik Turizmi Kapsamında Festivaller ve Antalya Altın Portakal Film Festivali'nin Yerel Halk Üzerindeki Sosyal Etkileri Konulu Bir Araştırma,</i>	-Etkinliklerin sosyal etkileriyle ilgili olarak yerel halkın algılarını ortaya koymak amacıyla gerçekleştirmiştir.	- Nicel ve nitel yöntemleri birleştiren karma yöntem yaklaşımı kullanılmıştır. Festivalin yerel halk üzerindeki sosyal etkilerini belirlemek için yarı yapılandırılmış görüşme (mülakat), anketin ön testi, yerel halka yönelik anket, gözlem ve belge analizi yöntemleri kullanılmıştır. - 538 ankete ulaşılmıştır.	-Altın Portakal Film Festivalini konu alarak 2011 yılında 538 kişi üzerinde yaptığı çalışmada etkinliklerin eğlence ve sosyalleşme fırsatları, farklı grupların etkinlikler aracılığıyla bir araya gelmesi gibi birçok sosyal etkisinin olduğu sonucuna ulaşmıştır. Bununla birlikte yerel halkın, programın zamanında dağıtılması, okullarda gerçekleştirilen söyleşilerin arttırılması, trafiğin daha iyi planlanması ve medyanın daha etkin kullanılması gibi birçok önerisinin olduğu da öğrenilmiştir.	
Uğurlu, H., ve Uğurlu, E. G. (2011). Uluslararası Eskişehir film festivali izleyici araştırması.	- 10 yıldır düzenlenen Uluslararası Eskişehir Film Festivali sırasında izleyicilerin film seçimlerini nasıl yaptıklarını anlamak amacıyla gerçekleştirilmiştir.	- 366 anket ile izleyici görünüşü anlaşılmalı çalışılmış ve izleyici tercihleri ortaya konmaya çalışılmıştır.	-Festival izleyicisinin festivale katılma nedenlerini, izlediği filmleri neye göre seçtiğini, festivalde ilgisini çeken bölümlerin neler olduğunu ortaya çıkartmaktadır.	

Eryılmaz, S. S., ve Cengiz, H. (2012). Mega Etkinliklerin Kent Mekânına Ekonomik Yansımaları, Formula 1 Örneği.	- 2007 yılında Formula 1 etkinliğine gelenlerin, kentte buldukları süre içinde, konaklama, yeme-içme, alışveriş, eğlence tesislerinde yaptıkları harcama miktarları, etkinlik süresince yaptıkları harcamaların miktarı ve dağılımı incelenmek amacıyla gerçekleştirilmiştir.	- Ağustos 2007'de düzenlenen ve 3 gün süren F1 Etkinliği'ne gelen yerli ve yabancı katılımcılara uygulanmıştır.	- Konaklama, yeme-içme, alışveriş, eğlence tesislerinde yaptıkları harcama miktarları, etkinlik süresince yaptıkları harcamaların miktarı ve dağılımı ortaya konmuştur.
Polat, S., Polat, S. A. ve Halis, M.,(2012). Kent Kimliği Kapsamında Festivallerin Değerlendirilmesi: Uluslararası Altın Safran Film Festivali Örneği, 30-31 Mayıs 2012 Kırgızistan/Bişkek,	-Kent kimliği kapsamında Safranbolu'da düzenlenen Uluslararası Altın Safran Film Festivalinin incelenmesi amacıyla gerçekleştirilmiştir	- Çalışma kavramsal bir çalışma olup, çalışmada ikincil verilerden yararlanılmıştır. 2012 yılı eylül ayında 13.'sü düzenlenecek olan Uluslararası Altın Safran Belgesel Film Festivali'nin verilerine Safranbolu Belediyesi ile yapılan görüşmeler sonucu ulaşılmıştır.	- Çalışmanın sonucuna göre Safranbolu'yu diğer kentlerden ayıran kendine özgü kimliğine uygun bir konseptle düzenlenen Uluslararası Altın Safran Belgesel Film Festivalinin kültürle örülü kent kimliğinin oluşturulmasında, sürdürülmesinde ve kent tanıtımında etkili faaliyetlerden birisi olduğu söylenebilir.
Bilgili, B., Yağmur, Ö. ve Yazarkan, H. (2012), "Turistik Ürün Olarak Festivallerin Etkinlik ve Verimliliği Üzerine Bir Araştırma: Erzurum-Oltu Kırdag Festivali Örneği",	-Erzurum ili Oltu ilçesinde düzenlenen Kırdag Şenliklerinin etkinlik ve verimliliğini, festivale katılan tüketiciler ve şenliğin maliyetleri açısından değerlendirmek amacıyla gerçekleştirilmiştir.	-300 kişi üzerinde yapılmıştır	-Erzurum ili Oltu ilçesinde düzenlenen Kırdag Şenliklerinin etkinlik ve verimliliğini, festivale katılan tüketiciler ve şenliğin maliyetleri açısından ele alarak değerlendirmişlerdir. Buna göre Kırdag Şenlikleri bölgesinin tanıtımını sağlamak, bölgeye turist çekebilmek için önemli bir fırsat olarak görülmektedir. Ayrıca şenlik süresince düzenlenen faaliyetlerin kendi maliyetlerini karşılayabilecekleri ve herhangi bir bütçe gerektirmeyen faaliyetler olduğu sonucuna ulaşılmıştır.
Tayfun, A., ve Arslan, E. (2013). Festival Turizmi Kapsamında Yerli Turistlerin Ankara Alışveriş Festivali'nden Memnuniyetleri Üzerine Bir Araştırma.	- Ankara Alışveriş Festivali" sırasında Ankara'ya gelen yerli turistlerin Ankara Alışveriş Festivali'nden memnuniyet düzeylerinin araştırılması amacıyla gerçekleştirilmiştir	- Araştırma örneklemini Ankara'da festival sırasında ziyaretçi olarak bulunan 336 adet yerli turist oluşturmuştur. Veri toplama aracı olarak anket formu kullanılmıştır.	-Festivalden, kadınların erkeklere göre, bekarların evlilere göre, 20 yaş altı gurubun diğer yaş guruplarına göre, geliri 1000 TL'den az olanların diğer gelir guruplarına göre daha fazla memnun olduklarını göstermektedir.
Gül, E. - Erdem, B. - Gül, M. (2013), Yerel Festivallerin Etkinliğine Bağlı Ziyaretçi	-Yerel festivallerdeki ziyaretçi kazanımları, Sındırgı Yağcıbedir Halı Festivali örneği perspektifinden belirlemek amacıyla gerçekleştirilmiştir.	- 135 ziyaretçiden anket yöntemiyle toplanan verilerle gerçekleştirilmiştir.	-Yerel festivallerin etkinliğine bağlı ziyaretçi kazanımları konulu çalışmalarında, Sındırgı Yağcıbedir festivalini örnek

	Kazanımları,			olarak seçmişlerdir. Araştırmanın sonucunda ziyaretçiler, festivalin amacına uygun düzenlenmediğini ve suiistimal edildiğini vurgulamışlardır.
	Kömürcü, G. (2013). Etkinlik Turizmi Çeşidi Olarak Festivaller: Bozcaada Yerel Tatlar Festivali Örneği.	-Yerel Tatlar Festivali'nin Bozcaada'ya etkileri incelenmiş, yerel halkın ve festivale katılan turistlerin demografik özellikleri, seyahat amaçları, Yerel Tatlar Festivali'ne ilişkin algıları değerlendirilmesi amacıyla gerçekleştirmiştir.	- Araştırmada iki farklı anket formu kullanılmıştır. Bunlardan biri festival süresince Bozcaada'ya gelen turistlere yönelik olan anket formudur. İkinci bölüm Bozcaada'nın turizm altyapısı, Yerel Tatlar Festivali'nin Bozcaada'ya etkileri, yerel halkın turistlere tutumu ve turistlerin festivalden memnuniyet durumlarına ilişkin 21 kapalı uçlu ifadede oluşmaktadır. 172'si turist ve 80'i yerel halk olmak üzere 252 kişiden oluşan örneklem büyüklüğüne ulaşılmıştır.	-Yerel Tatlar Festivali'nin Bozcaada'nın tanıtımına olumlu etkileri olduğunu ve bölgede yaşayan yerel halka ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel açılardan birçok etkisi olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte festivale ilgili yapılan tanıtım faaliyetlerinin ve festival etkinliklerinin yetersiz olduğu sonuçlarına da ulaşılmıştır.
	Kişioğlu, E., ve Selvi, M. S. (2013). Yerel Etkinliklerin Tekirdağ'ın Destinasyon İmajına Etkisi: Yerel Paydaşlar Açısından Bir Değerlendirme.	- Kent merkezinde düzenlenen yerel etkinliklerin Tekirdağ'ın destinasyon imajını nasıl etkilediğini belirlemek için yapılmıştır.	- Kısa bir anket formu ve yarı-yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Araştırmanın evrenini Tekirdağ kent merkezinde bulunan ve turizme yön veren ilgili kamu ve özel kurum ve kuruluşlar ile bazı sivil toplum örgütlerinin temsilcileri oluşturmaktadır	- Yerel etkinliklerin anlam kazanması ve başarısında yerel paydaşların birlik ve beraberliğinin sağlanması oldukça önemli görülmektedir. Etkinlikler doğrudan ve dolaylı olarak kısmen çeşitli katkılar sağlamaktadır. Fakat etkinliklerin tümünden değil sadece festivalden kaynaklanan ekonomik kazanç anlamında otel ve restoranlar için %10'u geçmeyen bir müşteri artışı söz konusudur.
	Küçük, M.(2013), "Kültür Turizmi Kapsamında Yer Alan Festival Etkinliklerinin Yerel Kalkınmaya Katkısı: Uluslararası Beyşehir Göl Festivali Üzerine Bir Araştırma	-Konya ili Beyşehir ilçesinde her yıl düzenlenen "Uluslararası Beyşehir Göl Festivali" etkinliğinden yerel esnafın ne düzeyde yararlandığı konusu ortaya konulmak için yapılmıştır.	- Beyşehir'de faaliyet gösteren 7 farklı sektörden esnafa yüz yüze görüşmeler yapılarak yerel esnafın konuya ilişkin temel sorunları tespit edilmeye çalışılmıştır.	- Yerel esnaftan çok dışarıdan gelen esnafın ağırlıklı olduğu ve yerel ürünlere yeterince yer verilmediği, ilçenin nüfusunun en yoğun olduğu bu süreçten yerel esnafın yeterince yararlanamadığı bu nedenle etkinliğin tam olarak yerel kalkınmaya bir katkı sağlayamadığı

				sonucuna ulaşılmıştır.
Yolal, M., Birdir, S. S., Karacaoğlu, A. G. S., ve Birdir, K. (2014).	- XVII. Akdeniz Oyunları seyircilerinin güdeleri ve Oyunların sosyo-ekonomik etkilerine ilişkin algıları belirlemek	- 20-30 Haziran 2013 tarihlerinde XVII. Akdeniz Oyunları etkinliklerinin düzenlendiği Mersin ve Adana illerinde anket.yüz yüze uygulanmıştır. 509 anket ile istatistiki analizler gerçekleştirilmiştir..	- Seyircilerin güdeleri etkinlik atmosferi, yenilik, sosyalleşme ve kaçış olarak belirlenmiştir. Katılımcılar aynı zamanda bu tür etkinliklerin toplumsal bağlılık ve toplumsal faydalar yarattığını, ekonomik faydalar sağladığını, ancak toplumsal maliyetlerinin de bulunduğunu düşünmektedirler. Çalışma sonuçlarına göre güdülenme boyutları ve sosyo-ekonomik etkilerin katılımcıların demografik özelliklerine göre küçük farklılıklar sergilediği saptanmıştır.	
Çuhadar, M., Çuhadar, I. E. K. Y., ve Meydan, O. Ç. (2014). Dedegöl Dağcılık Şenliği Katılımcılarının Harcama Profili Ve Isparta Ekonomisine Katkılarına Yönelik Bir Araştırma.	-Dedegöl dağcılık şenliğine katılan ziyaretçilerin harcamalarının analizi ve Isparta ekonomisine olan katkılarını belirlemek	Dedegöl Dağcılık Şenliği'ne katılan 1716 kişi oluşturmaktadır. Çalışmada kullanılan veriler, dağcılık şenliği katılımcılarına yönelik olarak hazırlanan anket formu aracılığıyla elde edilmiştir.	- Dedegöl dağcılık şenliği katılımcılarının, konaklama, yiyecek-içecek, hediyelik eşya, market ve diğer işletmelerde yaptıkları harcama miktarları ortaya konulmuştur.	
Giritlioğlu, İ., Olcay, A., ve Özekici, Y. K. (2015). Bir Turizm Çeşitliliği Olarak Festival Etkinliklerinin Sınıflandırılması: Türkiye Üzerine Bir Değerlendirme.	- Türkiye'de düzenlenen festivallerin temalarına, düzenlenme zamanına ve düzenlendiği bölgelere göre sınıflandırılması amacıyla gerçekleştirilmiştir.	- Kültür ve Turizm Bakanlığı ile 81 genel belediyelerin faaliyet raporları incelenmiştir.	- Çalışmanın sonucunda Türkiye'de bir yıl içinde farklı içeriğe sahip olan toplam 1254 festival düzenlendiği tespit edilmiş olup en fazla sayıda festivalin Marmara Bölgesinde ve en az sayıda festivalin Güney Doğu Anadolu Bölgesinde gerçekleştirildiği ortaya konulmuştur. "Kültür" temalı festivaller Türkiye'de en yüksek düzeyde düzenlenen temalı festivaller iken, "İş" temalı festivaller ise en düşük faaliyet olanağına sahip etkinlikler olarak ortaya çıkmaktadır. Temmuz ayı en fazla, Aralık ve Ocak aylarının ise en az festivalin düzenlendiği aylar olduğu sonucu tespit edilmiştir.	
Özkan, E., Curkan, S. C., ve Sarak, E. C. (2015). Festivallerin Katılan Ziyaretçiler Üzerine Etkileri:	- Çalışma Alaçatı Ot Festivalinin katılan ziyaretçiler üzerine etkilerini saptamak amacıyla gerçekleştirilmiştir.	- Çalışmanın örneklemini, festivale katılıp anket doldurmayı kabul eden 130 ziyaretçi	- Araştırma sonuçları, festivalin bölgenin tanıtımında olumlu bir faktör olduğunu	

Alaçatı Ot Festivali Örneği.		oluşturmaktadır.	göstermektedir. Aynı zamanda festival yerel halk için ekonomik açıdan gelir sağlamak ve sahip olduğu becerilerini sergilemesinde de yardımcı olmaktadır. Ayrıca festival, yerel kültürün korunması konusunda bölge halkının bilinçlenmesini sağlamaktadır. Son olarak festival esnasında yapılan etkinlikler katılan ziyaretçiler tarafından yetersiz bulunmuştur.
Can, E., (2015). Boş Zaman, Rekreasyon Ve Etkinlik Turizmi İlişkisi.	- Boş zaman, rekreasyonel etkinlikler ve etkinlik turizmi ilişkisini incelemek amacıyla gerçekleştirilmiştir.	-Literatür çalışması	Etkinliklerin destinasyonlar üzerinde olumlu etkileri kadar olumsuz etkilerini de dikkate almaları, sürdürülebilirlik açısından önem taşımaktadır.
Doğrul, Ü., Atçeken, K., ve Şahin, A. (2015). Festival Kalitesinin Ziyaretçilerin Algıladıkları Değer, Tatmin Ve Sadakat Üzerine Etkisi: Mersin Uluslararası Narenciye Festivali Üzerine Bir Uygulama.	- Bu çalışma festivalin kalitesini belirleyen program, alana yönelik imkânlar ve bilgilendirme boyutlarının festivalin algılanan değerine ve tatmine etkisini ölçmek; algılanan değer ve tatminin ise sadakate etkisini ölçmek amacıyla gerçekleştirilmiştir.	- Mersin Uluslararası Narenciye Festivali'ne katılan 236 kişiye anket uygulanmış ve çalışma modeli yapısal eşitlik analizi ile test edilmiştir.	- Analiz sonucunda kalite boyutlarının algılanan değer ve tatmin üzerinde olumlu etkisi olduğu, sadece bilgilendirme boyutunun tatmini etkilemediği belirlenmiştir. Ayrıca, tatminin ve algılanan değer ve tatminin ise sadakat üzerinde olumlu etkisi olduğu ortaya çıkmıştır.
Şengül, S., ve Genç, K. (2016). Festival turizmi kapsamında yöresel mutfak kültürünün destekleyici ürün olarak kullanılması: Mudurnu İpekyolu Kültür Sanat Ve Turizm Festivali Örneği.	- Çalışmada yöresel mutfak kültürünün festival turizmi kapsamında destekleyici bir ürün olarak kullanılmasının sağlanması amaçlanmıştır.	-Mudurnu'da gerçekleştirilen İpekyolu Kültür Sanat ve Turizm Festivali'nin düzenleyicisi konumundaki yerel yöneticiler ve paydaşlar ile yarı yapılandırılmış mülakatlar gerçekleştirilmiştir.	- 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.
Öztürk, A. G. A., ve Yumuk, A. G. Y. (2016). Uluslararası Antalya Kum Heykel Festivaline Yönelik Algının Başkalarına Tavsiye Etme Ve Tekrar Ziyaret Etme Niyeti Üzerine Etkisi.	- 8.Uluslararası Antalya Kum Heykel Festivali'ne katılan ziyaretçilerin festivale yönelik algılarını ve söz konusu algının festivali tekrar ziyaret etme ve diğerlerine tavsiye etme üzerindeki etkilerini ölçmek amacıyla gerçekleştirilmiştir.	-ziyaretçilere festival alanında 380 anket uygulanmıştır.	- Ziyaretçilerin festivale yönelik algılarının olumlu yönde olduğu belirtilmektedir. Ziyaretçilerin milliyet ve festival tecrübesi değişkenlerine göre festival algılarında anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Festival tecrübesi açısından, festivali ilk kez ziyaret

				edenler festivali daha önce ziyaret edenlere göre daha olumlu algıya sahiptir. Aynı zamanda yabancı katılımcıların yerli katılımcılara göre daha olumlu bir algıya sahip oldukları görülmektedir. Ayrıca festival algısının festivali başkalarına tavsiye etme ve tekrar ziyaret etme niyeti üzerinde etkili olduğu elde edilen bulgular arasında yer almaktadır.
	Yıldız, S. B., ve Polat, E. (2016). Yerel Halkın Eskişehir'de Düzenlenen Festivallerin Etkilerine Yönelik Algıları	Yerel halkın Eskişehir'de düzenlenen festivallerin etkilerine yönelik algılarını tespit etmek	- Yapılan çalışmada veri toplama aracı olarak anket tekniği kullanılmış ve 390 adet anket değerlendirilmeye alınmıştır.	- Araştırma sonucunda yerel halkın kentsel gurur, sosyo-ekonomik ve kültürel etkiler boyutlarını olumlu düzeyde algıladıkları, olumsuz etkiler boyutunu ise orta düzeyde algıladıkları belirlenmiştir. Ayrıca yerel halkın festivallerin etkilerine yönelik algılarında yaş, turizmle ilişkisi değişkenleri açısından anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Yapılan regresyon analizi sonucunda yerel halkın kentsel gururunu etkileyen en önemli etkenlerin sosyo-ekonomik ve kültürel etkiler boyutları olduğu tespit edilmiştir.
	Yıldırım, O , Karaca, O , Çakıcı, A . (2016). Yerel Halkın "Adana-Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı"na Yönelik Algı ve Memnuniyetleri Üzerine Bir Araştırma.	- Bu çalışma 2015 yılı Nisan ayında Adana'da gerçekleştirilen Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı yerel halkın algılaması ve memnuniyet düzeylerini belirlemek amacıyla gerçekleştirilmiştir.	- Anket, 4-6 Nisan 2015 tarihlerindeki karnaval etkinlikleri sırasında, anketörler tarafından kolayda örnekleme tekniği ile 421 kişiye yüz yüze uygulanmıştır.	- Araştırma sonucunda karnavalın yerel halka sosyal, bireysel, ekonomik, kentsel ve turistik faydalar sağladığı tespit edilmiştir. Halkın karnavaldan memnuniyetlerini, en fazla karnavalın sosyal ve bireysel yararlarının etkilediği de belirlenmiştir.
	Dalgın, T., Atak, O., ve Çeken, H. (2016). Festivallerin Bir Kırsal Turizm Çekiciliği Olarak Önemi.	- Hem bir kırsal turizm çekiciliği, hem de kırsal turizm tanıtımında önemli bir araç olarak görülebilecek olan festivallerin kırsal turizm açısından önemi değerlendirilmesi amacıyla gerçekleştirilmiştir.	-Literatür çalışması	- Turistik ürün olarak değerlendirildiğinde, festivaller, bir bakıma turistik çekicilik unsurlarını zenginleştiren ve onlara insanlar üzerinde duygusal etkiler yaratacak bir ruh kazandıran etkinlikler bütünü olarak nitelendirilmiştir. Festivallerin yörenin kültürel yapısını ifade etmekteki gücü vurgulanmış,

				yerel halk ve ziyaretçiler arasındaki iletişimi güçlendirici rolü ifade edilmiştir. Çalışmada değinilen bir diğer konu, geleneksel festivallerin kırsal bölgelerin tanıtımına sağlayacağı potansiyel katkılardır.
Sahilli Birdir, S., Toksöz, D., Ve Bak, E. (2016). Karnavala Katılım Güdülerini: IV. Adana Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavali Örneği.	- 06-10 Nisan 2016 tarihlerinde Adana'da gerçekleştirilen IV. Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavali katılımcılarının karnavala katılımlarını güdüleyen sebeplerin belirlenmesi amacıyla gerçekleştirilmiştir.	- Yerli ve yabancı katılımcılardan, literatüre dayalı olarak oluşturulan anket formu aracılığı ile veriler toplanmıştır. Anket, kolayda örnekleme yöntemi ile 202 kişiye yüz yüze uygulanmıştır.	- Araştırma bulgularına göre katılımcıların karnavala katılım güdülerini "etkinlik" "kaçış", "sosyalleşme" ve "yenilik" olarak belirlemiştir. Çalışma, karnavalın yerel halk ve katılımcılar arasında etkileşim sağlayarak Adana yerel kültürünün tanıtımına ve sürdürülebilirliğine katkı sağlaması açısından önem taşımaktadır.	
Çulha, O., ve Kalkan, A. (2016). Uluslararası Zeytin Festivalinin Kalitesi ve Bölge Turizmine Katkıları: Didim Yerel	-Didim'de düzenlenen 3. Uluslararası Zeytin Festivali'nin yerel esnaf gözüyle algılanan kalitesini ve bölge turizmine olan katkılarını değerlendirmek amacıyla gerçekleştirilmiştir.	- Verilere görüşme yoluyla ulaşılmış ve betimsel analiz yöntemiyle analiz edilmiştir	- Çalışma sonuçları festivalin program kalitesi, etkileşim kalitesi, fiziki kalitesi, yönetim/yönetişim kalitesi ve çıktı kalitesi, bölge turizmine olumlu veya olumsuz katkıları, festival kalitesinin ve katkılarının geliştirilmesi ile ilgili önemli bulgular ortaya çıkarmıştır. Elde edilen bulgular ziyaretçi deneyiminin, memnuniyetinin ve davranışlarının belirleyicisi olan festival kalitesinin hangi unsurlarının geliştirilmesinin gerekli olduğu ve festivalin katkılarının hangi koşullarda gerçekleşebileceği konusunda festival düzenleyicilerine bilgi sağlayacaktır.	
Sarı, C. (2016) Antalya'da Fuarlar, Festivaller ve Yayla Şenliklerinin Alternatif Turizmin Gelişmesindeki Rolü,	- Antalya ilinin turizm çeşitlendirilmesinde fuarlar, festivaller ve geleneksel yayla şenliklerinin öneminin ortaya konulması ile alternatif turizm kapsamı içerisinde algılanan bu etkinliklerin özelliklerinin belirlenmesi amacıyla gerçekleştirilmiştir.	- Yerel örgütler ve organizasyon yetkilileri yapılan yüz yüze görüşmelerle katılımcı sayıları hakkında bilgiler toplanmıştır. 12. Beydağları İmeciik Yayla Şenliği (20-22 Haziran 2014), 19. Feslikan Yayla Şenlikleri (02-03 Ağustos 2014) ve 16. Kumluca Tarım ve Seracılık	- Etkinlik katılanlarının büyük çoğunluğunun şehir yerleşmelerinde (bunlardan 7'si il dışından olmak üzere) oturdukları görülmektedir. Etkinlik katılanlarının sürekli olarak bu tür etkinlikleri uzak yakın demeden katılım gösterdiği görülmektedir. Etkinlik katılanlarının bu tür etkinliklere katılma	

			Şenliklerinde araştırma yapılmasına karar verilmiştir. Yarı yapılandırılmış görüşme soruları hazırlanmıştır.	sebepleri içinde ilk sırayı eğlence isteği almaktadır. Etkinlik katılanlarının en çok ilgisini konserler çekmektedir.
Çakıcı, C, Karaca O. B., . ve Yıldırım, O. (2017). "Adana Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı'nın Kent Katkılarına İlişkin Paydaş Değerlendirmesi",	- Adana Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı'nın karnavalın kentin kültürüne, ekonomisine ve tanıtımına katkısını paydaş bakış açısı ile belirlemek amacıyla yapılmıştır.	- Adana Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalını düzenlenmesinde desteği olanlar ile Adana'da faaliyet gösteren kurumların yetkililerinden oluşan toplam 71 kişi ile görüşme yapılmıştır.	-Karnavalın ekonomiye, sosyal yapıya, kent kültürüne, kentin tanıtımına ve turizme katkı sağladığı, olumsuz kent algısının değiştirilmesine yardımcı olduğu belirlenmiştir. Ayrıca toplumsal birliklilik duygusunu arttırmada birleştirici güç olduğu da vurgulanmaktadır.	
	- Adana iline has yöresel yiyecek ve içecek olan kebab ve şalgamın bolca tüketildiği Kebab-Şalgam Festivali'nin incelenmesi amacıyla yapılmıştır.	- Festival katılımcılarına yüz yüze 423 anket çalışması gerçekleştirilmiştir.	- Katılanların festival ön bilgilendirme hizmetleri konusunda bilgi sahibi olduğu, hediyelik eşyaların çeşitli olduğu, yiyeceklerin tadının güzel, çeşitli ve makul fiyatlı olduğu, festivalde sunulan imkanlara ilişkin genel alanların temiz ve güvenlik hizmetlerinin yeterli olduğu tespit edilmiştir.	
Unur, K., Erdem, a. ve Şeker F. (2017),	- Adana'da düzenli olarak her yıl Nisan ayında yapılan Uluslararası Portakal Çiçeği Festivali'ne katılan tüketicilerin sosyal medya üzerinde gerçekleştirdikleri paylaşımlar ele alınmıştır. Çalışmanın amacı, Instagram'da #portakalçiçeğifestivali etiketi ile paylaşılan fotoğraflar incelenerek katılımcılar tarafından festivalin dikkat çeken yönlerinin neler olduğunu belirlemektir.	-2017 yılında yapılmış olan Portakal Çiçeği Festivali'nde paylaşılan fotoğraflar incelenmiştir.	-Araştırmada her yıl nisan ayında Adana ilinde gerçekleştirilen Portakal Çiçeği Festivali'ne yönelik Instagram kullanıcıların #portakalçiçeğifestivali etiketi ile yapmış oldukları paylaşımlar içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Çalışmada incelenen 312 fotoğrafa yapılan analiz sonucunda kullanıcıların yapmış oldukları paylaşımlar 6 faktör altında toplanmıştır. Oluşturulan bu 6 faktör "Kişisel Fotoğraflar", "Etkinlik Alanı", "Portakal/Portakal Çiçeği", "Yöresel Lezzet", "Hediyelik Eşya" ve "Diğer Fotoğraflar" olarak isimlendirilmiştir.	

Yazar tarafından oluşturulmuştur.

EK-3 Anket Formu

Sayın Katılımcı;

Bu anket ile elde edilen veriler, yürütmekte olduğumuz "Kültür Turizmi Kapsamında Yer Alan Festival Etkinliklerinin Destinasyona Ekonomik Etkisi: Adana Portakal Çiçeği Karnavalı Örneği " isimli yüksek lisans tez çalışmasının bir parçasıdır. Vereceğiniz cevaplar sadece bilimsel amaçlarla kullanılacaktır. Bu çalışmaya vereceğiniz destek için teşekkür ederiz.

Tez Danışmanı
Doç. Dr. Kamil UNUR
Mersin Üniversitesi Turizm Fakültesi
Turizm Fakültesi
E-Mail:kunur@yahoo.com

Yüksek Lisans Öğrencisi
Seyhun OĞUZ
Mersin Üniversitesi
SBE
E-Mail:sey.oguz@hotmail.com

Katılımcılara Ait Genel Bilgiler:

1. **Cinsiyetiniz** : () Kadın () Erkek
2. **Medeni Durum** : () Evli () Bekar
3. **Yaşınız** :
4. **Eğitim durumunuz** : () İlköğretim () Ortaokul () Lise () Ön lisans () Lisans () Yüksek Lisans () Doktora
5. **Mesleğiniz** : () Memur () Serbest Meslek () İşçi () Yönetici () Emekli () Akademisyen () Öğrenci () Ev Hanımı () Diğer.....
6. **Ailenizin aylık Geliri** : () Asgari ücretten az () Asgari ücret- 2000 TL () 2001- 3000 TL () 3001-4000 TL () 4001-5000TL () 5001 - 6000 TL () 6001 - 7000 TL () 7001-8000 TL () 8001 - 9000 TL () 9001 - 10 000 TL () 10 001 TL ve üzeri () Ailenin düzenli geliri yok
7. **Türkiye'nin ekonomik koşullarını dikkate aldığınızda ailenizin hangi gelir grubunda olduğunu düşünüyorsunuz?** () Düşük () Ortanın altı () Orta () Ortanın üstü () Yüksek
8. **Yaşanılan İl** : () Adana () Mersin () Hatay () Gaziantep () Osmaniye () Kahramanmaraş () Diğer.....
9. **Daha önce Adana Portakal Çiçeği Karnavalı'na Katıldınız mı?** () Evet () Hayır
10. **Portakal Adana Çiçeği Karnavalı'ndan nasıl haberdar oldunuz, kim ya da ne aracılığı ile duydunuz?** () Meslektaşlar () Arkadaşlar ve Aile () İnternet () TV Programları () Gazeteler () Broşür () Diğer.....
11. **Adana dışından geldiyseniz hangi ulaşım aracını kullandınız?** () Kendi aracım () Otobüs () Kiralık araç () Tren () Uçak () Diğer.....
12. **Festival alanına gelirken kullandığınız ulaşım aracı nedir?** () Kendi aracım () Otobüs () Kiralık araç () Tren () Metro () Taksi () Diğer.....
13. **Karnaval süresince, konaklama işletmelerinde konaklama yapıyor musunuz?** () Evet, () Hayır **Cevabınız hayır ise 16. Soruya geçiniz.**
14. **Karnaval süresince konaklama işletmelerinde toplam kaç gece kalacaksınız?** () 1 Gece () 2 Gece () 3 Gece () 4 gece ve üstü
15. **Günlük konaklama ücretiniz ne kadardır?.....TL**
16. **Karnaval süresince restoran işletmelerinde yiyecek - içecek hizmetlerinden faydalaniyor musunuz?** () Evet, () Hayır **Cevabınız hayır ise 18. Soruya geçiniz.**
17. **Günlük yiyecek - içecek hizmetleri için yaptığınız harcama miktarı nedir?.....TL**
18. **Karnaval süresince hediyelik ürün satın alıyor musunuz?** () Evet, () Hayır **Cevabınız hayır ise 20. Soruya geçiniz.**
19. **Karnaval süresince hediyelik ürünler için yaptığınız harcama miktarı nedir?.....TL**

20. Karnaval süresince ulaşım hizmetleri için yaptığınız harcama miktarı nedir?.....TL
21. Karnaval süresince eğlence hizmetleri için yaptığınız harcama miktarı nedir?.....TL
22. Karnaval süresince yaptığınız diğer(market, fotoğraf, kuaför v.b.) harcama miktarı nedir?.....TL

Aşağıda Adana Portakal Çiçeği Karnavalı ile ilgili ifadeler verilmektedir. Bu ifadelere ilişkin görüşlerinizi (5) Kesinlikle Katılıyorum, (4) Katılıyorum, (3) Kararsızım, (2) Katılmıyorum, (1) Kesinlikle Katılmıyorum seçeneklerini işaretleyerek belirtiniz.	(5) Kesinlikle Katılıyorum	(4) Katılıyorum	(3) Kararsızım	(2) Katılmıyorum	(1) Kesinlikle Katılmıyorum
1. Adana Portakal Çiçeği Karnavalının iyi bir şekilde düzenlendiğini düşünüyorum.	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
2. Adana Portakal Çiçeği Karnavalının programını ilgi çekici buluyorum.	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
3. Adana Portakal Çiçeği Karnavalının tanıtımının iyi yapıldığını düşünüyorum.	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
4. Adana Portakal Çiçeği Karnavalında sunulan ürünlerin/hizmetlerin fiyatlarının bütçeme uygun olduğunu düşünüyorum.	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
5. Adana Portakal Çiçeği Karnavalında ürünlerin/hizmetlerin kalitesini yeterli buldum.	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
6. Adana Portakal Çiçeği Karnavalında ürünlerin/hizmetlerin çeşitliliğini yeterli buldum.	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
7. Adana Portakal Çiçeği Karnavalında satıcıları temiz ve bakımlı buldum.	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
8. Adana Portakal Çiçeği Karnavalında satıcıların davranışlarını olumlu buldum.	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
9. Adana Portakal Çiçeği Karnavalı-kapsamındaki etkinlikleri yeterli buldum.	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
10. Adana Portakal Çiçeği Karnavalı beklentilerimi karşıladı.	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
11. Adana Portakal Çiçeği Karnavalına gelmekle iyi bir karar verdiğimi düşünüyorum.	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
12. Adana Portakal Çiçeği Karnavalından genel olarak memnunum.	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
13. Gelecek sene Adana Portakal Çiçeği Karnavalına yine gelmeyi düşünüyorum.	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
14. Adana Portakal Çiçeği Karnavalını yakın çevremeye tavsiye edeceğim.	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
Diğer (Lütfen yukarıdaki maddeler dışında eklemek istediğiniz/istedikleriniz varsa buraya yazınız ve derecelendiriniz.)	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)

ÖZGEÇMİŞ

Adı ve Soyadı :Seyhun OĞUZ

Doğum Tarihi : 17.04.1972

E-mail : sey.oguz@hotmail.com

Öğrenim Durumu :

Derece	Bölüm/Program	Üniversite	Yıl
Y. Lisans	Turizm İşletmeciliği	Mersin Üniversitesi	2017
Lisans	Turizm Ve Otel İşletmeciliği	Mersin Üniversitesi	1999
Ön Lisans	Gülнар M.Y.O. İktisadi Ve İdari Programlar, Turizm Ve Otelcilik Bölümü	Mersin Üniversitesi	1995
Lise	Adana Anadolu Lisesi	Adana	1992

06.2015-01.2017

ADANA DİVAN OTELİ
Yiyecek/İçecek

Adana

TÜM YİYECEK VE İÇECEK OPERASYONLARINDAN SORUMLUYDUM

Firmanın sektörü	: Turizm
Firmanın çalışan sayısı	: 100-110
Çalıştığı iş alanı	: Yönetim (Yiyecek İçecek Müdürü)
Çalışma şekli	: Tam zamanlı
Kendisine bağlı personel sayısı	: 26-50

05.2014-06.2015

ZAİMOĞLU PARK ZİRVE
Yiyecek/İçecek

Adana

TÜM YİYECEK VE İÇECEK OPERASYONLARINDAN SORUMLUYDUM

Firmanın sektörü	: Turizm
Firmanın çalışan sayısı	: 101-200
Çalıştığı iş alanı	: Yönetim (İşletme Müdür Yardımcısı)
Çalışma şekli	: Tam zamanlı
Kendisine bağlı personel sayısı	: 26-50

01.2010-01.04.2014

RİVA REŞATBEY BOUTIQUE AND BUSINESS
HOTEL

Adana

GENEL MÜDÜR YARDIMCISI

Otelin tüm operasyonları, personel sevk ve idaresinden sorumluydum.

Firmanın sektörü	: Turizm
Firmanın çalışan sayısı	: 35
Çalıştığı iş alanı	: Turizm
Çalışma şekli	: Tam zamanlı
Kendisine bağlı personel sayısı	: 35

11.2005-10.2009 MÜTEAHHİTLER BİRLİĞİ Adana
İşletme Sahibi

İşletmenin bütün operasyonlarının sevk ve idare edilmesi

Firmanın sektörü	: Turizm
Firmanın çalışan sayısı	: 26-50
Çalıştığı iş alanı	: Yönetim
Çalışma şekli	: Tam zamanlı
Kendisine bağlı personel sayısı	: 26-50
İşten ayrılma nedeni	: İşletmenin satılması
Firmada bağlı olduğu kişi	: Yok (Telefon: 05336276411)

02.2005-07.2005 ZAIMOĞLU PARK ZİRVE Adana
Yiyecek/İçecek

TÜM YİYECEK VE İÇECEK OPERASYONLARINDAN SORUMLUYDUM

Firmanın sektörü	: Turizm
Firmanın çalışan sayısı	: 101-200
Çalıştığı iş alanı	: Yönetim
Çalışma şekli	: Tam zamanlı
Kendisine bağlı personel sayısı	: 26-50
İşten ayrılma nedeni	: KENDİ İŞİMİ KURDUM
Firmada bağlı olduğu kişi	: YUSUF BAKICI

05.2003-02.2005 MAVİ SÜRMELE OTELİ Adana

MESAI SAATLEİM İÇERİSİNDE(20:00-08:00)OTELİN TÜM OPERASYONLARINDAN SORUMLU OLMAK.

Firmanın sektörü	: Turizm
Firmanın çalışan sayısı	: 51-100

Çalıştığı iş alanı	: Yönetim
Çalışma şekli	: Tam zamanlı
Kendisine bağlı personel sayısı	: 51-100
İşten ayrılma nedeni	: GECE ÇALIŞMAK VE EVLİLİK
Firmada bağlı olduğu kişi	: HASAN BAYRAKTARLAR 0 322 363 34 37

05.1995-10.1999 ADLER OTEL MARMARİS Muğla
HEAD WAITER

TÜM YİYECEK İÇECEK OPERASYONLARI

Firmanın sektörü	: Turizm
Firmanın çalışan sayısı	: 51-100
Çalıştığı iş alanı	: Yönetim
Çalışma şekli	: Tam zamanlı
Kendisine bağlı personel sayısı	: 26-50
İşten ayrılma nedeni	: ASKERLİK
Firmada bağlı olduğu kişi	: EMRE BEY (Telefon: 05336644055)

05.1994-09.1994 OTEL SEYHAN Adana
Stajyer

OTELİN TÜM DEPARTMANLARINDA STAJ YAPTIM.EN UZUN SÜRE YİYECEK İÇECEK DEPARTMANINDA GÖREV ALDIM.YİYECEK&İÇECEK OPERASYONLARININ İŞLEYİŞİNİ ÖĞRENDİM.MESLEKİ YÖNDEN GELİŞMEYE ÇALIŞTIM.

Firmanın sektörü	: Turizm
Firmanın çalışan sayısı	: 101-200
Çalıştığı iş alanı	: Üretim / İmalat
Çalışma şekli	: Staj
İşten ayrılma nedeni	: STAJ BİTİMİ
Firmada bağlı olduğu kişi	: CAN AKŞİT

» İngilizce [Okuma:8 Yazma:8 Konuşma:8]
ÜNİVERSİTE VE SEKTÖR

» Almanca [Okuma:3 Yazma:3 Konuşma:3]
ÜNİVERSİTE VE SEKTÖR

Bilgisayar Bilgileri MS OFFICE PROGRAMLARI, MOD,SENTEZ.ELEKTRA,FIDELIO

Sertifikalar Yiyecek İçecek Hazırlama Ustalık Belgesi

Milli Eğitim Bakanlığı - 05.07.2007

Aşçılık/ Yiyecek İçecek Hazırlama

Servus International'dan İletişim,Toplam Kalite,Etkili Satış ve İş Geliştirme Sertifikaları.

İncirlik Hava Üssünde Çalıştığım Esnada Hijyen (Haccp Ve Yangın Eğitimleri, Cost ve

Yiyecek Hazırlama Teknikleri Eğitimi

Dernekler ÜNİVERSİTESİ MEZUNLAR DERNEĞİ