

**T.C.  
KARABÜK ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI**

**ETKİNLİK TURİZMİ KAPSAMINDA YEREL MUTFAK  
FESTİVALLERİNİN ETKİLERİ: ULUSLARARASI MENGEN  
AŞÇILIK VE TURİZM FESTİVAL ÖRNEĞİ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**Hazırlayan  
Sibel AKMEŞE**

**Tez Danışmanı  
Yrd. Doç. Dr. Devrim ÜMİT**

**Karabük  
Ocak/2018**

**T.C.  
KARABÜK ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANA BİLİM DALI**

**ETKİNLİK TURİZMİ KAPSAMINDA YEREL MUTFAK  
FESTİVALLERİNİN ETKİLERİ: ULUSLARARASI MENGEN  
AŞÇILIK VE TURİZM FESTİVAL ÖRNEĞİ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**Hazırlayan  
Sibel AKMEŞE**

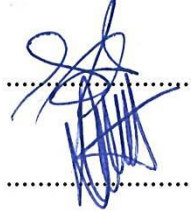


**Tez Danışmanı  
Yrd. Doç. Dr. Devrim ÜMİT**

**Karabük  
Ocak/2018**

## TEZ ONAY SAYFASI

### Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü'ne

Sibel AKMEŞE'ye ait "Etkinlik Turizmi Kapsamında Yerel Mutfak Festivallerinin Etkileri: Uluslararası Mengen Aşçılık Ve Turizm Festival Örneği" adlı bu tez çalışması Tez Kurulumuz tarafından Turizm İşletmeciliği Yüksek Lisans programı tezi olarak oybirliği / oyçokluğu ile kabul edilmiştir.

	Akademik Unvanı, Adı ve Soyadı	İmzası
Tez Kurulu Başkanı	: DOÇ.DR. Nuray TÜRKER	
Danışman Üye	: YRD.DOÇ.DR. Devrim ÜMİT	
Üye	: YRD.DOÇ.DR. Aydoğan AYDOĞDU	

Tez Sınavı Tarihi: 19.01.2018

**TEZ DOĞRULUK BEYANI**  
**KARABÜK ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ TURİZM**  
**İŞLETMECİLİĞİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI**

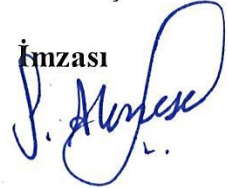
**DOĞRULUK BEYANI**

Yüksek lisans tezi olarak sunduğum bu çalışmayı, bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı dūřecek bir yol ve yardıma başvurmaksızın yazdığımı, yararlandığım eserlerin kaynakçada gōsterilenlerden oluştuğunu ve bu eserleri her kullanımında alıntı yaparak yararlandığımı belirtir; bunu onurumla doğrularım.

Enstitü tarafından belli bir zamana bağlı olmaksızın, tezimle ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda, ortaya çıkacak tüm ahlaki ve hukuki sonuçlara katlanacağımı bildiririm.

19/01/2018

Sibel AKMEŞE

İmzası  


## ÖNSÖZ

Tezimin hazırlanma sürecinde öncelikle desteğini esirgemeyen, çalışmamda bana doğru yolu göstererek yapıcı bir şekilde beni yönlendiren tez danışmanım Yrd. Doç. Dr. Devrim ÜMİT'e, şükranlarımı sunarım.

Çalışmamın başından bu zamana kadar olan süreçte desteğini ve yardımlarını esirgemeyen Doç. Dr. Nuray TÜRKER hocama sonsuz teşekkürlerimi sunarım. Çalışma süreci ve veri analizleri boyunca, bilgi ve görüşlerini esirgemeyen ve beni motive ederek destek olan Uzm. Mehmet UÇAR hocama yardımlarından dolayı çok teşekkür ederim. Yüksek lisans eğitimim boyunca benden desteği esirgemeyen Yrd. Doç. Dr. Ayşe KURTLU hocama teşekkürlerimi sunarım. Ayrıca, tez jürisinde görev alan Yrd. Doç. Dr. Aydoğan AYDOĞDU hocama çok teşekkür ederim.

Çalışmanın uygulama kısmında bana destek ve yardımcı olan Bolu İl Kültür ve Turizm Müdürü Hasan KAPLANI ve Mengen Belediye Başkanı Turhan BULUT' a teşekkürlerimi sunarım.

Çalışma boyunca desteğini her zaman yanımda hissettiğim arkadaşlarım Beste YILMAZ ve Tuğçe POLAT' a; her zaman yanımda olan, hiçbir zaman maddi ve manevi desteklerini esirgemeyen annem Ayser AKMEŞE ve ablam Döndü AKMEŞE'ye sevgi ve minnetlerimi sunarım.

**Varlığını**

**Her zaman yanımda hissettiğim**

**BABAM'A...**

**Sibel AKMEŞE**

## İÇİNDEKİLER

### Sayfa No

ÖNSÖZ .....	i
İÇİNDEKİLER .....	ii
KISALTMALAR LİSTESİ.....	v
TABLolar LİSTESİ .....	vi
ŞEKİLLER LİSTESİ .....	viii
GİRİŞ .....	1

### BİRİNCİ BÖLÜM

#### ETKİNLİK VE ETKİNLİK TURİZMİ KAVRAMLARI

1.1. ETKİNLİK KAVRAMI .....	3
1.1.1. Etkinlik Kavramının Tanımı .....	3
1.1.2. Etkinliklerin Önemi .....	5
1.1.3. Etkinlik Yönetimi.....	5
1.2. ETKİNLİK TURİZMİ .....	6
1.2.1. Etkinlik Turizminin Tanımı .....	6
1.2.2. Etkinlik Turizminin Önemi .....	8
1.2.3. Turizmde Etkinlik Türleri .....	9
1.2.3.1. Temalarına Göre Etkinlikler .....	9
1.2.3.1.1. Kültürel Etkinlikler .....	10
1.2.3.1.2. Politik ve Resmi Etkinlikler .....	11
1.2.3.1.3. Sanat ve Eğlence Etkinlikleri.....	12
1.2.3.1.4. İş ve Ticaret Etkinlikleri .....	12
1.2.3.1.5. Eğitim ve Bilim Etkinlikleri .....	13
1.2.3.1.5. Spor Etkinlikleri .....	14
1.2.3.1.6. Özel Etkinlikler .....	15
1.2.3.2. Büyüklüklerine Göre Etkinlikler .....	15

1.2.3.2.1. Mega Etkinlikler .....	16
1.2.3.2.2. Büyük Etkinlikler .....	17
1.2.3.2.3. Bölgesel Etkinlikler .....	17
1.2.3.2.4. Yerel Etkinlikler .....	17
1.2.4. Turistik Etkinliklerin Geliştirilmesine Etki Eden Faktörler .....	18
1.2.5. Etkinlik Turizminin Etkileri.....	19
1.2.5.1. Ekonomik Etkileri.....	20
1.2.5.2. Çevresel Etkileri.....	22
1.2.5.3. Sosyal Etkileri .....	23

## İKİNCİ BÖLÜM

### YEREL MUTFAK FESTİVALLERİ

2.1. FESTİVAL KAVRAMI .....	25
2.1.1. Festivalin Tanımı .....	25
2.1.2. Festivallerin Önemi.....	27
2.1.3. Festivallerin Tarihsel Gelişimi ve Günümüzdeki Durumu .....	27
2.1.4. Festival Türleri.....	28
2.1.4.1. Büyüklüğüne Göre Festivaller .....	28
2.1.4.2. Konusuna Göre Festivaller .....	29
2.1.4.3. Alanına Göre Festivaller .....	29
2.2. YEREL MUTFAK FESTİVALLERİ .....	29
2.2.1. Yerel Mutfak .....	29
2.2.2. Türkiye'deki Yerel Mutfaklardan Örnekler.....	31
2.2.3. Yerel Mutfak Festivalleri .....	33
2.2.4. Dünya'da ve Ülkemizde Düzenlenen Yerel Mutfak Festivalleri .....	34
2.2.5. Yerel Mutfak Festivallerinin Tarihi.....	37
2.2.6. Yerel Mutfak Festivallerin Etkileri.....	38

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### MENGEN AŞÇILIK VE TURİZM FESTİVALİNİN ETKİLERİNE YÖNELİK ARAŞTIRMA

3.1. ARAŞTIRMANIN TANIMI .....	40
--------------------------------	----

3.1.1. Araştırma Alanının Tanımı .....	40
3.1.2. Mengen Açılış ve Turizm Festivali.....	44
3.1.3. Araştırmanın Önemi ve Amacı.....	46
3.2. ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ .....	47
3.2.1. Araştırmanın Modeli .....	47
3.2.2. Evren ve Örneklem .....	50
3.2.3. Veri Toplama Yöntemi .....	51
3.2.4. Araştırma Verilerinin Analizi.....	51
3.2.5. Araştırmanın Sınırlılıkları.....	52
3.3. ARAŞTIRMANIN BULGULARI .....	53
3.3.1. Açıklayıcı Faktör Analizine Yönelik Bulgular .....	53
3.3.2. Tanımlayıcı Bilgilere Yönelik Bulgular .....	56
3.3.3. Festivalin Çevresel Etkilerine Yönelik Bulgular.....	57
3.3.4. Festivalin Sosyal Etkilerine Yönelik Bulgular .....	64
3.3.5. Festivalin Ekonomik Etkilerine Yönelik Bulgular .....	72
SONUÇ .....	82
KAYNAKÇA .....	86
EKLER .....	102
ÖZET .....	114
ABSTRACT.....	116
ÖZGEÇMİŞ .....	118



## KISALTMALAR LİSTESİ

<b>EBU</b>	: Avrupa Yayın Birliği
<b>EMITT</b>	: Doğu Akdeniz Uluslararası Turizm ve Seyahat Fuarı
<b>ESC</b>	: Eurovision Şarkı Yarışması
<b>IAFE</b>	: Uluslararası Fuar ve Festivaller Birliği
<b>ISES</b>	: International Spceial Evente Society
<b>KMO</b>	: Kaiser- Mever- Olkin
<b>MICE</b>	: Toplantı, Teşvikler, Konferans, Etkinlikler/Sergiler
<b>TAFE</b>	: Mengen Aşçılar Federasyonu
<b>TİA</b>	: Turizm Birliği Anlaşması
<b>TDK</b>	: Türk Dil Kurumu
<b>TKK</b>	: Turizm Karma Komisyon Toplantısı
<b>TKKS</b>	: Toplantılar, Teşvikler, Konferans Etkinlikleri/Sergileri
<b>TZM</b>	: Turizm İşbirliği Mutabakat Zaptı
<b>Vb</b>	: Ve Benzeri
<b>Vd</b>	: Ve Diğerleri
<b>WEF</b>	: Dünya Ekonomik Forumu

## TABLULAR LİSTESİ

### Sayfa No

Tablo 1. Etkinliklerin Gelişmesini Sağlayan Faktörler .....	7
Tablo 2. Etkinliklerin Olumlu ve Olumsuz Ekonomik Etkileri.....	20
Tablo 3. Etkinliklerin Çevresel Etkileri Üzerine Olumlu Ve Olumsuz Etkileri.....	22
Tablo 4. Etkinliklerin Olumlu ve Olumsuz Sosyal Etkileri.....	24
Tablo 5. Festival Tanımları.....	26
Tablo 6. Faktör Analizine İlişkin Bulgular .....	54
Tablo 7. Katılımcıların Tanımlayıcı Bilgileri .....	56
Tablo 8. Katılımcıların Festivalin Çevresel Etkilerine İlişkin Algıları .....	58
Tablo 9. Cinsiyete Göre Katılımcıların Festivalin Çevresel Etkilerine İlişkin Algıları	59
Tablo 10. Yaşlarına Göre Katılımcıların Festivalin Çevresel Etkilerine İlişkin Algıları .....	60
Tablo 11. Eğitim Durumuna Göre Katılımcıların Festivalin Çevresel Etkilerine İlişkin Algıları.....	61
Tablo 12. Aylık Gelir Durumuna Göre Katılımcıların Festivalin Çevresel Etkilerine İlişkin Algıları.....	62
Tablo 13. Mesleklerine Göre Katılımcıların Festivalin Çevresel Etkilerine İlişkin Algıları.....	63
Tablo 14. İkamet Süresine Göre Katılımcıların Festivalin Çevresel Etkilerine İlişkin Algıları.....	64
Tablo 15. Katılımcıların Festivalin Sosyal Etkilerine Yönelik Algıları .....	65
Tablo 16. Cinsiyetlere Göre Katılımcıların Festivalin Sosyal Etkilerine İlişkin Algıları .....	66

Tablo 17. Katılımcıların Yaşlarına Göre Festivalin Sosyal Etkilerine İlişkin Algıları	67
Tablo 18. Katılımcıların Eğitim Durumuna Göre Festivalin Yarattığı Sosyal Etkilere İlişkin Algıları.....	68
Tablo 19. Katılımcıların Aylık Gelirine Göre Festivalin Yarattığı Sosyal Etkilere İlişkin Algıları.....	69
Tablo 20. Katılımcıların Mesleğine Göre Festivalin Yarattığı Sosyal Etkilere İlişkin Algıları.....	70
Tablo 21. Katılımcıların İkamet Süresine Göre Festivalin Yarattığı Sosyal Etkilere İlişkin Algıları.....	71
Tablo 22. Katılımcıların Festivalin Ekonomik Etkilerine İlişkin Algıları.....	73
Tablo 23. Katılımcıların Cinsiyetine Göre Festivalin Yarattığı Ekonomik Etkilere İlişkin Algıları.....	74
Tablo 24. Katılımcıların Yaşlarına Göre Festivalin Yarattığı Ekonomik Etkilere İlişkin Algıları.....	75
Tablo 25. Katılımcıların Eğitim Durumuna Göre Festivalin Yarattığı Ekonomik Etkilere İlişkin Algıları.....	76
Tablo 26. Katılımcıların Aylık Gelirine Göre Festivalin Yarattığı Ekonomik Etkilere İlişkin Algıları.....	77
Tablo 27. Katılımcıların Mesleğine Göre Festivalin Yarattığı Ekonomik Etkilere İlişkin Algıları.....	78
Tablo 28. Katılımcıların İkamet Süresine Göre Festivalin Yarattığı Ekonomik Etkilere İlişkin Algıları.....	79
Tablo 29. Festivalin Çevresel Etkilerine İlişkin Hipotez Testi Sonuçları.....	80
Tablo 30. Festivalin Sosyal Etkilerine İlişkin Hipotez Testi Sonuçları.....	81
Tablo 31. Festivalin Ekonomik Etkilerine İlişkin Hipotez Testi Sonuçları.....	81

## ŞEKİLLER LİSTESİ

### Sayfa No

Şekil 1. Turizm Sektörü ve Etkinlik Turizmi ilişkisi.....	8
Şekil 2. Temalarına Göre Etkinlik Türleri .....	10
Şekil 3. Büyüklüklerine Göre Etkinlikler .....	16
Şekil 4. Bolu Turizm Haritası .....	41
Şekil 5. Araştırmanın Modeli.....	48

## GİRİŞ

Günümüzde insanların gelir durumlarının yükselmesiyle birlikte, eğlenme ve dinlenme ihtiyaçları ve buna paralel olarak turizme olan ilgi de artmıştır. Böylece değişen turist beklentileri doğrultusunda turizm aktiviteleri de çeşitlenmiş ve pazarda etkinlik turizmi, gastronomi turizmi, şarap turizmi, eko-turizm gibi pek çok yeni turizm türü ortaya çıkmıştır.

Kültür turizmi çeşitlerinden biri olan etkinlik turizmi, bir yandan yaratmış olduğu ekonomik, çevresel ve sosyo-kültürel etkiler, diğer yandan destinasyonun tanıtımına ve imajına yaptığı katkılar nedeniyle destinasyon yöneticileri ve turizm işletmelerinin üzerinde önemle durdukları ve geliştirmeye çalıştıkları bir turizm türü haline gelmiştir. Etkinlik turizmi, turizm sezonunun uzatılması, destinasyonun çekiciliğinin artması, yeni alt yapı ve hizmetlerin oluşturulması, medya katkılarıyla destinasyona olan ilginin artması, aktif imaj ve kültürel temalar yaratarak destinasyon markasının güçlenmesi gibi birçok fayda sağlamaktadır.

Etkinlik düzenlenmenin temel amacı, destinasyona turist çekmek ve bu yerli halkın bu faaliyetlere katılımını sağlamaktır. Etkinliklere katılan turistlerin ve yerli halkın daha fazla harcama yapmaları nedeniyle, turizmden daha fazla gelir elde etmek için destinasyonların etkinlik turizmine olan ilgisi artmıştır. Böylece pek çok yerel, ulusal ve uluslararası festival, sergi, fuar gibi etkinlikler düzenlenmeye başlanmıştır.

Son yıllarda birçok destinasyonda düzenlenen festivaller önemli bir artış göstermiştir. Bu festivallerde ana tema, genellikle yörenin kültürel unsurlarına ya da özel günlerine odaklanmaktadır.

Kültürün önemli bir bileşeni olan yerel yiyecekler pek çok festivalin ana temasını oluşturmaktadır. Örneğin; ülkemizde Urla Enginar Festivali, Alaçatı Ot Festivali, Tekirdağ Kiraz Festivali, Rize Hamsi Festivali, Manisa Mesir Macunu Festivali, Taşköprü Sarımsak Festivali vb. pek çok festival düzenlenmektedir. Uluslararası platformda ise Almanya'da düzenlenen bira temalı Oktoberfest, Bordo

Şarap Festivali, Bunol Domates Festivali (İspanya), Epcot Yiyecek ve Şarap Festivali, Gilroy Sarımsak Festivali (ABD) gibi festivaller her yıl onbinlerce yerli ve yabancı ziyaretçi ağırlamaktadır.

Çalışmanın temel amacı, yerli halkın mutfak festivallerinin sosyo-kültürel, ekonomik ve çevresel etkilerle ilgili algılarını ortaya koymaktır. Çalışma üç bölüme ayrılmıştır. İlk bölümde, etkinlik kavramının tanımı yapılarak, önemi ve etkinlik yönetimi kavramları detaylı bir biçimde açıklanmıştır. İkinci bölümünde, festival kavramının tanımı, önemi, tarihsel gelişimi, güncel durumu ve festival türleri hakkında genel bilgiler verilerek, yerel mutfak, yerel mutfak festivalinin tanımı, mutfak festivallerinin tarihsel gelişimi ve yerel mutfak festivallerinin etkileri üzerinde durulmuştur. Üçüncü bölümde ise, araştırma alanı olan Bolu ili Mengen ilçesi ve Mengen mutfağı hakkında genel bilgiler verilmiş, Uluslararası Mengen Aşçılık ve Turizm Festivalinin yaratmış olduğu sosyal, ekonomik ve çevresel etkileri belirlemek amacıyla yerel halka yapılandırılmış bir anket formu uygulanmıştır. Mengen halkının özelliklerini taşıyabilecek örneklemin belirlenmesinde, zaman kısıtı nedeniyle olasılıksız örnekleme türlerinden biri olan gelişigüzel örneklem yöntemi kullanılmıştır.

Araştırma verilerinin analizlerinden yola çıkarak öncelikle, ölçek boyutlarının tespiti için açıklayıcı faktör analizi ve güvenilirlik değerleri hesaplanmış, araştırmaya katılan kişilerin demografik özelliklerinin ve ölçek ifadelerine katılım düzeylerinin tespiti için tanımlayıcı analizler yapılmıştır. Analizlerin üçüncü aşamasında, Mengen Aşçılık ve Turizm Festivalinin yaratmış olduğu etkilerin katılımcıların demografik özelliklerine göre farklılık gösterip göstermediği incelenmiştir. Bu çerçevede bağımsız iki grup arasında anlamlı bir farklılığın olup olmadığını belirlemek için t-Testi ve ikiden çok bağımsız değişken arasındaki anlamlı farklılığı belirlemek için One-Way ANOVA testleri yapılmış, sonuçlar tablolaştırılmış ve literatür kapsamında yordamsal analizler gerçekleştirilmiştir.

## **BİRİNCİ BÖLÜM**

### **ETKİNLİK VE ETKİNLİK TURİZMİ KAVRAMLARI**

#### **1.1. ETKİNLİK KAVRAMI**

Araştırmanın bu kısmında, etkinlik kavramının tanımı, önemi ve etkinlik yönetimi kavramları detaylı bir biçimde incelenmiştir.

##### **1.1.1. Etkinlik Kavramının Tanımı**

Etkinlik kavramı İngilizce’de “event” sözcüğünün karşılığı olarak kullanılmaktadır. Kavram, günümüzde olay ve daha çok etkinlik olarak kabul görmektedir. Temelde bir boş zaman aktivitesi olarak tanımlanmaktadır. Yeterli serbest zamana sahip olan bireyler eğlenmek ve rahatlamak amacıyla akraba, arkadaş ve diğer insanlarla bir araya gelebilmek için çeşitli etkinliklere katılmaktadır (Yüncü, 2013: 3-5; Arğan, 2013: 3).

Etkinlik kavramının literatürde birçok tanımı olmasına rağmen Getz (1989)’in tanımı daha çok kabul görmektedir. Etkinlik, yılda bir defa veya birden fazla belirli bir süre içinde gerçekleştirilen ve halkın davet edildiği kutlamalardır. Bireyler bu etkinliklere genellikle dört temel amaçla katılmaktadır (Getz ve Cheyne, 1996: 154):

- Eşsiz bir deneyim elde etmek,
- Farklı insanlarla tanışmak ve sosyalleşmek,
- Yeni bilgiler öğrenmek,
- Çeşitli sosyal etkinlikler ile seyahat tecrübesini birleştirmek vb.

Etkinlik, katılımcılar üzerinde bir etki yaratmak amacıyla özenle hazırlanmış olan deneyim olarak tanımlanmaktadır (Silvers, 2004: 2). Etkinlik, belirli bir yerde ve zamanda, belirli koşullar altında gerçekleşen hedef gruba bir mesaj iletmeyi veya tutumları etkileyerek davranışları değiştirmeyi amaçlayan toplantı faaliyetlerinin tümü

olarak da tanımlanabilir (Eckerstein, 2002: 13; Getz, 2007: 19). Etkinlik, insanların ihtiyaçlarını karşılamak ve boş zamanlarında zevk veya kişisel doyum sağlamak amacıyla yaptıkları rekreasyonel faaliyetlerdir. Bu anlamda etkinlikler, rekreasyonel faaliyetleri kapsamakta ve rekreasyonel ihtiyaçların tatmin edilmesinde önemli bir araç görevi görmektedir (Karaküçük, 1997: 21; Balcı ve İlhan, 2006: 11-12).

İnsanların günlük yaşamlarındaki normal aktiviteler dışında kalan ve rutin olmayan olaylar etkinlik olarak tanımlanmaktadır (Shone ve Parry, 2004: 4). Etkinlik, her gün gerçekleşen bir olay değildir. Etkinlik geçici bir olaydır. Her etkinliğin gerçekleşme zamanı, süresi, organizasyonu ve yönetim biçimleri farklıdır. Bununla birlikte her etkinlik insanların katılımlarından oluşan özgün olaylardır (Tassiopoulus, 2005: 11). Etkinlik, sosyalleşme ihtiyacını gidermek ve ortak hedeflere ulaşmak amacıyla gerçekleştirilen faaliyetlerdir. Örneğin; insanların popüler olan etkinliklerde bir araya gelmesi toplumsal bütünleşmeyi sağlamaktadır (Babacan ve Göztaş, 2011: 31). Etkinlikler hayatımızın ayrılmaz bir parçasıdır. Devamlı olarak televizyon, internet, gazete ve reklam gibi medya araçları ile gerekli bilgilendire yapılmaktadır (Ambrosio, Leise ve Teresa, 2011: 331).

Günümüzde birçok turistin katılımını sağlayan etkinlikler bir endüstri oluşturmuştur (Argan, 2007: 447). İlk etkinlikler, 1885 yılında IAFE (Uluslararası Fuar ve Festivaller Birliği)'nin düzenlediği altı fuar organizasyonu ile başlamıştır. Uluslararası Fuar Yönetimi Birliği 1928 yılında kurulmuş ve Ulusal Fuar Yöneticileri Birliği adıyla faaliyete başlamıştır. 2005 yılında IAFE, 50. yılını kutlayarak, halk etkinliklerine ve diğer kutlamalara yönelmiştir. 1987 yılında kurulmuş olan Uluslararası Özel Etkinlik Derneği (International Speical Evente Society-ISES), birçok etkinlik tasarımcısını ve tedarikçi firmayı kendi çatısı altında toplamıştır (Getz, 2008: 404-410). Günümüzdeki etkinlik kavramı esasen 1950'li ve 1960'lı yıllarda şekillenmiştir. Bu dönemde özellikle yerel ve ulusal yönetimler tarafından düzenlenen festivaller ve kültürel etkinlikler ön plana çıkmaktadır. 1970'li ve 1980'li yıllarda bu tür etkinlikler kamu ve özel sektör tarafından düzenlenmeye başlanmıştır (Yüncü, 2013: 3).

Etkinliklerin temel özellikleri genel olarak şu şekilde sıralanmaktadır (Getz, 1991: 45-46; Jago ve Shaw, 1998: 29):

- Sınırlı bir zaman içerisinde gerçekleşmektedir.



- Bir ülke veya şehirde en bir kez düzenlenmektedir.
- Katılımcılara veya ziyaretçilere sıra dışı deneyimler sunmaktadır.
- Etkinlikler halka açık kutlamalardır.
- Belirli bir temayı kutlama ve sergileme amaçlıdır.
- Etkinlik programları tasarlanırken ayrı ayrı birçok aktiviteden oluşmaktadır.
- Tüm aktiviteler aynı turistik bölgede düzenlenmektedir.

Günümüzde toplumsal, çevresel, ekonomik, sosyal ve teknolojik alanlarda ortaya çıkan değişimler, etkinliklerin niteliklerinin, düzenlenme amaçlarının, boyutlarının ve konseptlerinin gelişmesine katkı sağlamaktadır (Pira, 2004: 31).

### **1.1.2. Etkinliklerin Önemi**

Büyük çapta etkinliklerin düzenlenmesi son yıllarda destinasyonlar arasında artan yoğun rekabet nedeniyle, destinasyonlara büyük avantaj sağladığı için önem kazanmıştır. Özellikle turizmin az gelişmiş olduğu yörelerde bu tür etkinlikler ekonomik, kültürel ve sosyal etkileri nedeniyle turizmin gelişimine ve destinasyonun turistik ürünlerinin çeşitlenmesine katkı sağlamaktadır (Seçilmiş ve Sarı, 2013: 345). Ayrıca bu tür etkinlikler, destinasyonun tanıtılmasında da önemli etkilere sahiptir.

Turizm destinasyonlarında bu tür büyük etkinliklerin düzenlenmesinin en önemli nedenlerden biri, ülke ekonomisine özellikle de etkinliğin düzenlendiği bölgeye ve yerel ekonomiye sağladığı faydalardır. Bu tür etkinlikler özellikle etkinliğin düzenlendiği bölgede, güçlü bir turizm potansiyeli yaratmaktadır (Yüncü, 2013: 4).

### **1.1.3. Etkinlik Yönetimi**

1990 yılından sonra bir dönüm noktası yaşayan etkinlik yönetimi, bütün yönetim fonksiyonlarının (planlama, koordinasyon, örgütlenme ve denetim) uygulanmasını gerektirir (Getz, 2008: 410; Terekli, 2013: 68). Etkinlik yönetimi, bir parçadan bir bütün yaratma sanatı ve profesyonellik gerektiren uygulamalı bir çalışma alanı olarak ifade edilmektedir (Mekanlı, 2005: 97; Getz, 2008: 404). Etkinlik yönetimi, etkinlik öncesindeki, etkinlik sırasındaki ve etkinlik sonrasındaki süreçlerin

(projelendirme aşaması, bütçeleme, tasarım, tedarik etme, ölçme, planlama, operasyon, değerlendirme, raporlama gibi) belirlenen hedeflere göre planlı olarak yürütülmesidir.

Etkinlik yönetimi, insanların etkinliklere yönelme nedenlerini belirlemede ve pazarlanmasını sağlamada kilit noktadır ve etkinliklerin belirlenmesinde yol göstericidir. Kalite ve çekicilik etkinlik oluşturma, planlanma ve programlamada belirleyici faktörlerdir.

Zamanlama etkinlik için çok önemlidir. Yüksek sezonda yapılan etkinlikler bölgenin taşıma kapasitesini zorlayabileceği gibi düşük veya orta sezonda yapılan etkinlikler ekonomiyi canlandırabilir. Ziyaretçi memnuniyeti sağlamak ve ziyaretlerin etkinliklere tekrar katılımını sağlamak için etkinlik yöneticilerinin bu etkinlikler sırasında gerçekleştirilecek eğlence faaliyetlerini arttırmaları gerekir (Özdemir, 2014: 52).

Turizm sektörü için potansiyel bir pazar oluşturan ve başarısında turizm sektörünün önemli rol oynadığı etkinlik yönetimi, hızlı büyüyen profesyonel bir alandır. Ancak, her etkinliği sadece turizm sektörü açısından değerlendirmek doğru değildir. Zira etkinlikler kentsel alanların yenilenmesine, kültürel gelişime, ulusal kimliğin korunmasına da katkı sağlar (Getz, 2008: 403). Etkinlik yönetiminde turizm ile ilgili yapılan düzenlemelerin, çalışmaların ve faaliyetlerin kesiştiği noktada etkinlik turizmi ortaya çıkmaktadır.

## **1.2. ETKİNLİK TURİZMİ**

Çalışmanın bu kısmında, etkinlik turizmi ile ilgili tanımlar, etkinlik turizminin önemi ve turizmde etkinlik türleri kapsamlı bir şekilde incelenmiştir.

### **1.2.1. Etkinlik Turizminin Tanımı**

Günümüzde bireyler farklı seyahat motivasyonlarına sahiptirler. Bunlar genel olarak; eğlenme, dinlenme, fiziksel ve psikolojik olarak yenilenme, yaşadığı yer dışında farklı yerler görme, tarihi ve kültürel bölgeleri ziyaret etme, farklı insanlarla tanışma, doğaya yakın olma, spor yapma ve macera arama gibi motivasyonlardır (İçöz ve Kozak, 2002: 89; Can, 2015: 6). Kültür turizminin bir çeşidi olan etkinlik turizmi,

turizm endüstrisinde hızla gelişmiş ve turizmi geliştirme ve pazarlama stratejisinin önemli bir parçası haline gelmiştir (Crompton ve McKay, 1997: 429; Arcodia ve Robb, 2000: 58; Tassiopoulos, 2005: 4).

Etkinlik turizmi “turistik bir çekim unsuru yaratmak için etkinliklerin sistematik bir şekilde geliştirilmesi, planlanması, pazarlanması ve düzenlenmesi” olarak tanımlanmaktadır (Çakıcı ve Yavuz, 2012: 4). Etkinlik turizmi, destinasyonun doğal ve kültürel kaynaklarının canlandırılması, bölge imajının planlanması ve geliştirilmesi ve destinasyonun pazarlanmasını sağlamaktadır (Getz, 1997: 16; Kozak ve Bahçe, 2012: 160).

Etkinlik turizmi, dünyada meydana gelen değişimler nedeniyle ortaya çıkan turizm pazarının hızla büyüyen türlerinden birisidir. Yapılan araştırmalar (Goldblatt, 2000; Etiosa, 2012), etkinlik turizminin gelişmesinde yaş, teknoloji ve harcanabilir gelir artışının en etkili unsurlar olduğunu göstermektedir. Tablo 1’de görüldüğü üzere etkinliklerin gelişmesi dört temel faktöre bağlıdır. Bunlar; demografik özelliklere bağlı değişim, teknolojiye bağlı değişim, harcanabilir gelirden ortaya çıkan değişim ve zamana bağlı değişimdir (Goldblatt, 2000: 4).

**Tablo 1. Etkinliklerin Gelişmesini Sağlayan Faktörler**

Değişim Konusu	Geçmiş	Şimdi
Demografik Özelliklere Bağlı Değişim	Genç Kitle	Yaşlı Kitle
Teknolojiye Bağlı Değişim	Düşük Teknoloji	Yüksek Teknoloji
Harcanabilir Gelirdeki Artışa Bağlı Değişim	Sınırlı Gelir	Sınırsız Gelir
Zaman Bağlı Değişim	Tanımlanmış Zaman	Tanımlanmamış Zaman

**Kaynak:** (Goldblatt, 2000: 4)

Etkinlik turizmi, etkinliğe katılacak olan katılımcı sayısını maksimuma çıkarmak amacıyla etkinlikle ilgili temel çekiciliklerin kullanılması, özel olayların planlanması, geliştirilmesi ve pazarlanmasıdır (Stokes, 2008: 258). Planlanan bu kültürel etkinlikler doğrultusunda turizmde arz ve talebin ne derecede etkilendiği bilinmektedir. Çok iyi planlanan bir etkinlik, ülke pazarlanması ve tanıtımı açısından önemli bir katkı sağlamaktadır. Örnek olarak, Cannes Film Festivali dünyanın her yerinde bilinmekte ve binlerce sanatçı, gazeteci ve izleyicinin katılması, festival adına yapılan en güzel tanıtımdır (Kozak ve Bahçe, 2012: 160). Şekil 1, turizm ve etkinlikle ilgili çalışmaların ilişkisini ve kesiştiği noktaları göstermektedir (Ekin 2011: 5).



**Şekil 1. Turizm Sektörü ve Etkinlik Turizmi ilişkisi**

**Kaynak:** (Getz, 2008: 403).

Yapılan her etkinlik eşsizdir, büyük bir emek ve çaba ile gerçekleştirilmektedir. Etkinliklerde, etkinliğin yapıldığı yer, etkinlikte görev alan insanlar ve yönetim sistemleri arasındaki ilişkiler ve uyumlu çalışmalar önemlidir. Etkinliklerin hiçbiri birbirine benzememekte ve etkinliğe katılan katılımcılara farklı deneyimler sunmaktadır. Etkinlik gerçekleştirilen destinasyonda bulunmak, etkinlik ortamını paylaşmak ve orada bulunan katılımcılara o bölgeyi anlatmak ziyaret kararını etkileyen önemli faktörlerdir (Getz, 2008: 404).

### **1.2.2. Etkinlik Turizminin Önemi**

Etkinlik yarattığı ekonomik etkiler nedeniyle ülkeler, bölgeler ve destinasyonlar açısından önem taşımaktadır. Bu nedenle etkinlikler, bir destinasyonu ya da bölgeyi tanıtmada ve imajını güçlendirmede kilit bir role sahiptir. İnsanların etkinliklere katılımlarını arttırmak için etkinliğin içeriğini zenginleştirmek gerekmektedir (Ambrosio, Leise ve Teresa, 2011: 331).

Etkinlikler yılın belirli zamanlarında gerçekleştirilmekte ve destinasyonların çekiciliğini artırarak turizmin sürdürülebilir olmasını sağlamaktadır. Etkinlik turizminin destinasyona sağladığı faydalar aşağıda sıralanmaktadır (McDonnel, Allen ve O'Toole, 1999: 28-30; Karagöz, 2006: 7);

- Düşük sezonda ziyaretçileri çeker ve turizm sezonunu uzatır,
- Destinasyonda yeni gelir kaynakları yaratır,
- Turistlerin kalış sürelerini uzatarak turistik harcamaları arttırır,
- Destinasyonun çekiciliğini arttırır ve farkındalık yaratır,
- Medyanın ilgisini çeker,
- Altyapının iyileştirilmesini sağlar,
- Kültürel tema yaratarak destinasyonun markalaşmasını sağlar,
- Tekrar ziyaretler için teşvik eder,
- Mevcut olanakların kullanılmasını sağlar.

Yukarıdaki yararlar dikkate alındığında etkinlik turizminin destinasyonlara birçok katkısı olduğu görülmektedir.

### **1.2.3. Turizmde Etkinlik Türleri**

Etkinlik türleri ile ilgili olarak çok çeşitli sınıflandırmalar yapılmaktadır (Argan, 2013: 7; Yılmaz, 2015: 11). Bazı araştırmacılar etkinlikleri temalarına (içeriklerine) göre sınıflandırırken bazı araştırmacılar büyüklüğü dikkate alan bir sınıflandırmalar yapmaktadırlar (Wagen, 2001: 4; Allen vd., 2010: 11; Glenn vd., 2003: 16).

#### **1.2.3.1. Temalarına Göre Etkinlikler**

Etkinlikler temalarına göre farklı türlere ayrılmaktadır. Etkinlikler sınıflandırılırken etkinliğin içeriği ve alanı dikkate alınmaktadır. Allen, O'toole, Harris ve McDonnell (2010: 11), etkinlikleri temalarına göre; “festivaller, TTKS etkinlikleri (Toplantılar, Teşvikler, Konferans etkinlikleri/Sergiler- MICE-Meetings, Incentives, Conventions, Exhibitions), spor etkinlikleri ve iş etkinlikleri” olarak sınıflandırmaktadır. Van Der Wagen (2001: 7-10) ise etkinlikleri “spor etkinlikleri, kongre ve fuar etkinlikleri, festivaller, eğlence sanat ve kültür etkinlikleri, ticaret etkinlikleri, çocuk etkinlikleri, aile etkinlikleri” olarak sınıflandırmıştır. Getz (2008: 406)temalarına göre etkinlikleri dört ana gruba ayırmıştır. Bunlar (Bkz. Şekil 2);

- Kültürel kutlamalar, politik ve resmi etkinlikler, sanat ve eğlence,
- İş ve ticaret, eğitim ve bilim,
- Spor yarışmaları ve eğlence,

- Özel etkinliklerdir.



**Şekil 2. Temalarına Göre Etkinlik Türleri**

**Kaynak:** (Getz, 2008: 406).

#### 1.2.3.1.1. Kültürel Etkinlikler

**a. Festivaller:** Festivaller Türk Dil Kurumu tarafından “Dönemi, yapıldığı çevre, katılanların sayısı veya niteliği programla belirtilen ve özel önemi olan sanat gösterisi” olarak tanımlanmaktadır (Türk Dil Kurumu, 2017). Festivaller diğer etkinlik çeşitleri ile karşılaştırıldığında, çeşitli nedenlerle gerçekleşen kutlamalar olarak tanımlanmaktadır. Festivaller belirli zaman aralıklarında (yılda bir kez ya da yılda iki kez gibi) yapılan tematik özellikleri nedeniyle insanların yoğun olarak katıldığı organizasyonlardır (Falassi, 1987: 2). Festivaller, turizm endüstrisi için çekicilik yaratan sosyal amaçlı kutlamalardır. Festivaller hem toplum, toplumdaki bireyler ve kültürel çevre arasındaki bağları güçlendirir hem de bireysel ve toplumsal kimliğin önemli bir parçasını oluşturur (Goldblatt, 1997: 7). Örneğin; Antalya Film Festivali, Kiraz festivali vb.

**b. Karnavallar:** Türk Dil Kurumu tarafından “Hristiyanların belli dönemlerde renkli, komik ve şaşırtıcı kılıklara girerek yaptıkları şenlik ve eğlence dönemi” olarak tanımlanmaktadır (Türk Dil Kurumu, 2017). Etkinlik turizmin bir parçası olan karnavallar, oldukça fazla turist çekmektedir. Dünyanın en popüler karnavalı olan Rio karnavalı, adını Rio de Janeiro şehrinden almaktadır ve bu şehir ile özdeşmiştir.

Ülkemizde düzenlenmekte olan yerel karnavallara örnek olarak; Kemer Karnavalı, Adana Portakal Çiçeği Karnavalı ve Antalya/Konyaaltı Karnavalı gösterilebilir (Çelik, 2009: 66).

**c. Anma:** Türk Dil Kurumu tarafından “Ölmüş bir insanı hatırlamak için yapılan tören, ihtifal” olarak tanımlanmaktadır (Türk Dil Kurumu, 2017). Ülkemizde gerçekleştirilen anma törenlerine; Demre Uluslararası Noel Baba Anma Törenleri, Mevlâna’yı Anma Törenleri, 18 Mart Çanakkale Şehitler Günü ve Uluslararası Hacı Bektaş Veli Anma Törenleri örnek olarak verilebilir (Atak, 2009: 75).

**d. Dini Etkinlikler:** Dini inançları kutlamak amacıyla toplulukların bir araya gelmesidir. İtalya dini etkinlikleri ile ön plana çıkan bir ülkedir ve İtalya’ da kutlanan dini etkinlikler “Sagra di Sant Efisio”, “Festival of San Gennaro”, “Feast of Santa Rosalia” ve “Sagra di San Nicola” gibi etkinliklerdir (Çelik, 2009: 67). Ülkemizde ise Müslümanlar için önemli bir gün olan “Kutlu Doğum Haftası” kapsamında konferanslar, sempozyumlar ve paneller gibi çeşitli etkinlikler düzenlenmektedir (Diyanet İşleri Başkanlığı, 2017).

#### **1.2.3.1.2. Politik ve Resmi Etkinlikler**

**a. Zirveler:** Devletlerin, devleti temsil eden kurumların, sivil toplum kuruluşlarının, siyasi örgütlerin, finansal örgütlerin, siyasi, hukuki, ekonomik, çevresel ve insani sorunlara yönelik kararlar almak ve tartışmak amacıyla bir araya gelmeleridir (Yüncü, 2013: 19). Politik etkinliklere örnek olarak İsviçre Davos’ta düzenlenen Dünya Ekonomik Forumu (WEF), bilinen adıyla “Davos zirvesi” verilebilir. Davos zirvesi ekonomik olduğu kadar politik içerikleriyle de dünya problemlerinin çözümüne katkı sağlamakta ve büyük bir medya ve izleyici ilgisi çekmektedir (İzmir Ticaret Odası, 2017; Ekin, 2011: 26).

**b. Resmî Törenler:** Devletin öngördüğü biçimlerde gerçekleştirilen anma, kutlama gibi belirli amaç doğrultusunda yapılan toplantı veya merasimlerdir (Türk Dil Kurumu, 2017). Resmî törenlere örnek olarak Çanakkale Zaferi Anma töreni, 19 Mayıs Atatürk’ü Anma ve Gençlik Spor Bayramı, 10 Kasım Anma Törenleri gibi törenler gösterilebilir.

**c. VIP Ziyaretler:** Politik etkinlikler kapsamında yer alan VIP Ziyaretleri, ilgi çekici etkinliklerdir. 2008 yılında İngiltere kraliçesi II. Elizabeth ve eşi Edinburgh

Dükü Prens Philip'in resmi Türkiye ziyareti ve 2009 yılında ABD Cumhurbaşkanı Brack Obama'nın Türkiye ziyareti VIP ziyaretlerine örnek olarak verilebilir (Çelik, 2009: 67).

#### **1.2.3.1.3. Sanat ve Eğlence Etkinlikleri**

**a. Konserler:** Türk Dil kurumu tarafından “Sanatçıların müzik eserlerini bir topluluk önünde çalması veya söylemesi” olarak tanımlanmaktadır (Türk Dil Kurumu, 2017). Her yıl Avrupa Yayın Birliği (EBU)'nin Avrupa ülkeleri arasında düzenlediği Eurovision şarkı yarışması (Eurovision Song Contest) dünyanın en ünlü ve uzun soluklu şarkı yarışmasıdır. Eurovision Şarkı Yarışması (ESC) fikri 1955 yılında ortaya çıkmış ve ilk olarak İsviçre'nin Lugana şehrinde 1956 yılında Belçika, Hollanda, Lüksemburg, İsviçre, Almanya, Fransa ve İtalya'nın katılımıyla gerçekleşmiştir. Katılımcı sayısı 1961 yılında 16'ya yükselmiş ve Avrupa ülkesi olmayan Fas, İsrail ve Türkiye de yarışmaya katılmıştır. Türkiye 1975 yılında yarışmaya katılmaya başlamıştır. 42 ülkenin katılımıyla gerçekleşen yarışmanın 61.'si 2016 yılında düzenlenmiştir (Ginsburgh ve Noury, 2008: 42; Hürriyet Gazetesi, 2017).

**b. Ödül törenleri:** Belirli bir topluluk üyelerinin belli bir olayı, kişiyi veya değeri ayırt edip sembolleştirerek bunların anlam ve önemini güçlendirilmesi amacıyla düzenlenen bir hareket dizisidir (Yılmaz, 2015: 13). Dünyada en bilinen ödül törenlerinden biri olan “Oscar Ödül Töreni” film endüstrisinde en iyi filmlerin çeşitli kategorilerde ödüllendirildikleri bir ödül törenidir. 1929 yılında Sinema Sanatları ve Bilimleri Akademisi (Academy of Motion Picture Arts and Sciences) tarafından Los Angeles'da verilmeye başlanmıştır. Yılda bir kez düzenlenen ödül töreni genellikle şubat ayında yapılmaktadır (oscars.org, 2017).

#### **1.2.3.1.4. İş ve Ticaret Etkinlikleri**

**a. Toplantılar, Antlaşmalar:** Çeşitli konularda birden çok kişinin öğrenmek, tartışmak, bilgilendirmek, eleştirmek, haberdar olmak ve karar vermek amacıyla bir araya gelmesidir (Aymanıkuy, 2013: 6). Türkiye'nin dış politikası ve menfaatleri doğrultusunda ülkemizin diğer ülkeler ile turizm alanındaki ilişkileri düzenlemek, hukuki zemin hazırlamak amacıyla Turizm İş birliği Mutabakat Zaptı (TMZ) ve Turizm İş birliği Anlaşması (TİA) imzalanmıştır. Ayrıca, Turizm İşbirliği Anlaşmaları esasına dayanarak Turizm Karma Komisyon Toplantısı (TKK), Çalışma Grubu



Toplantıları ve Turizm Forumu gerçekleştirilmektedir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2017).

**b. Tüketiciye yönelik olarak yapılan gösteriler ve Ticari Gösteriler:** Endüstriyel gösteriler, toptan ve perakende ticarî gösteriler vb. gösterilerdir. Ticarî gösteriler endüstri (tekstil, turizm gibi) bazında olabileceği gibi, aracı kuruluşlar bazında (perakende ve toptan) da yapılmaktadır. Bu gösteriler sergi ve fuarlar içerisinde de yer alabilmektedir (Çakıcı, 2013: 4; Karagöz, 2006: 30).

**c. Fuarlar ve Pazarlar, Tanıtım Etkinlikleri:** Çeşitli mal ve hizmetlerin sergilendiği kongre ve seminer gibi toplantı türlerinin birleştirilmesi ile oluşan bir etkinlik türüdür (Arcodia ve Robb, 2000: 159). Örneğin, dünya çapında turizm profesyonellerini buluşturan Doğu Akdeniz Uluslararası Turizm ve Seyahat Fuarı (EMITT) ilk kez 1997 yılında düzenlenmiştir. İstanbul Beylikdüzü'nde TUYAP Fuar Merkezinde düzenlenen Emitt Fuarının 2018 yılında 22.si düzenlenecektir (emitt, 2017).

#### **1.2.3.1.5. Eğitim ve Bilim Etkinlikleri**

**a. Konferanslar:** Konferanslar, uzman kişi veya kişilerin mesleki veya teknik alanda belirli bir konu üzerinde verdiği, 50 ile 300 katılımcının bulunduğu toplantılardır. Konferanslar, bilimsel, ekonomik, sanatsal, vb. alanlarda olabilir (Aymanıkuy, 2013: 1; Ekin, 2011: 25).

**b. Seminerler:** Seminerler; mesleki veya teknik bir konuda bilgi ya da eğitim vermek amacıyla gerçekleştirilen bilgi alışverişinin seminer yöneticisinin denetimi altında olduğu ve ortalama 20 ile 50 kişinin katıldığı toplantılardır (Karagöz, 2006: 31). Örneğin; 13. Araştırma Yöntemleri Semineri, İstanbul Ticaret Odası tarafından düzenlenen eğitim ve seminerler ülkemizde düzenlenen bazı seminerlerdir.

**c. Kongreler:** En az 300 katılımcının bulunduğu, ulusal veya uluslararası seviyede gerçekleşen ve bilgi alışverişi amacıyla yapılan toplantılardır. Belirli bir sürede ve bir program çerçevesinde düzenlenen kongreler, uzmanlık gerektiren bilimsel alanlarda ve mesleki konularda bilgi alış-verişini amaçlanmaktadır (Ekinci, 1989: 21). Ulusal Turizm Kongresi, 13. Uludağ Pediatri Kış Kongresi, 20. Çevre Sorunlarına Öğrenci Yaklaşımları Sempozyumu gibi güncel kongreler bu etkinlik türüne örnek olarak verilebilir (Kongre Merkezi, 2017).

### 1.2.3.1.5. Spor Etkinlikleri

**a. Amatör/Profesyonel:** Amatör spor, bir spor türünün maddi beklenti dışındaki amaçlarla (zevk, eğlence vb.) yapılmasıdır. Profesyonel spor ise amatör sporun tam tersi olarak, kazanç elde etmek ve para ödülleri kazanmak amacıyla sürekli olarak spor yapmak veya öğretmek için yapılmaktadır. Örneğin; Formula Yarışları, Avrupa Basketbol Şampiyonası, Şampiyon Kulüpler Kupası, Avustralya Açık Tenis Şampiyonası gibi etkinlikler.

**b. İzleyici/Katılımcı:** Sportif etkinlikleri izleme amacıyla çeşitli sosyal sınıflardan ve gruplardan kişiler katılır (Turco vd., 2002: 3). Spor etkinliklerinin çoğu izleyici temellidir. Spor etkinliklerini izlemek amacıyla seyahat eden kişiler turizm sektörüne önemli ekonomik katkı sağlar (Getz, 2003: 56).

**c. Eğlence Amaçlı Oyunlar ve Spor Etkinlikleri:** Spor etkinlikleri içerikleri nedeniyle yaratıcılık gerektiren rekreasyonel etkinliklerdir. Önceden belirlenmiş bir program çerçevesinde eğlence amacıyla gerçekleştirilen etkinliklerdir. Örnek olarak; Türkiye'nin çeşitli illerinde düzenlenen deve güreşleri verilebilir. Bu etkinlikler etkinliğin düzenlendiği şehir ya da bölgelere ciddi e ekonomik ve sosyal yararlar sağlar (Bjelac ve Radovanovic, 2003: 260).

Sportif etkinlikler de kendi içerisinde dört kategoride sınıflandırılır. Bunlar; mega etkinlikler, belirli bir takvime bağlı olarak yapılan etkinlikler (yılın belirli zamanlarında ya da 5 yılda bir), bir kereliğine yapılan etkinlikler ve oyuncu seçimim ile ilgili etkinlikler olarak sınıflandırılmaktadır (Bowdin vd., 2012: 20). Mega spor etkinlikleri; turist çekmek amacıyla düzenlenen her türlü büyük ölçekli spor etkinlikleridir. Örneğin; Olimpiyat Oyunları, FIFA Dünya Kupası gibi büyük etkinlikler. 2008 yılında düzenlenen Pekin Olimpiyat Oyunlarına 159 ülkeden 24.500 basın ve medya mensubu katılmış ve yayın hakları için NBC televizyonu Çin hükümetine 900 milyon ABD Doları ödemiştir. Olimpiyat Komitesi olimpiyatları 220 ülkede televizyon başında 4.7 milyar insanın izlediğini tahmin etmektedir (Encyclopedia of Sports, 2011: 898). Takvimsel spor etkinlikleri; yılın belirli zamanlarında yapılan sportif faaliyetleri kapsar. Wimbledon Açık Tenis Turnuvası, Formula 1 Grand Prix yarışları bu kategoride gösterilebilir. Tekrarlanmayan veya bir kerelik yapılan etkinlikler; ulusal ve uluslararası ölçekte düzenlenebilir. Vitrin etkinlikler ise sporun gelişmesine katkı sağlayan etkinliklerdir (Argan, 2009: 164).

#### 1.2.3.1.6. Özel Etkinlikler

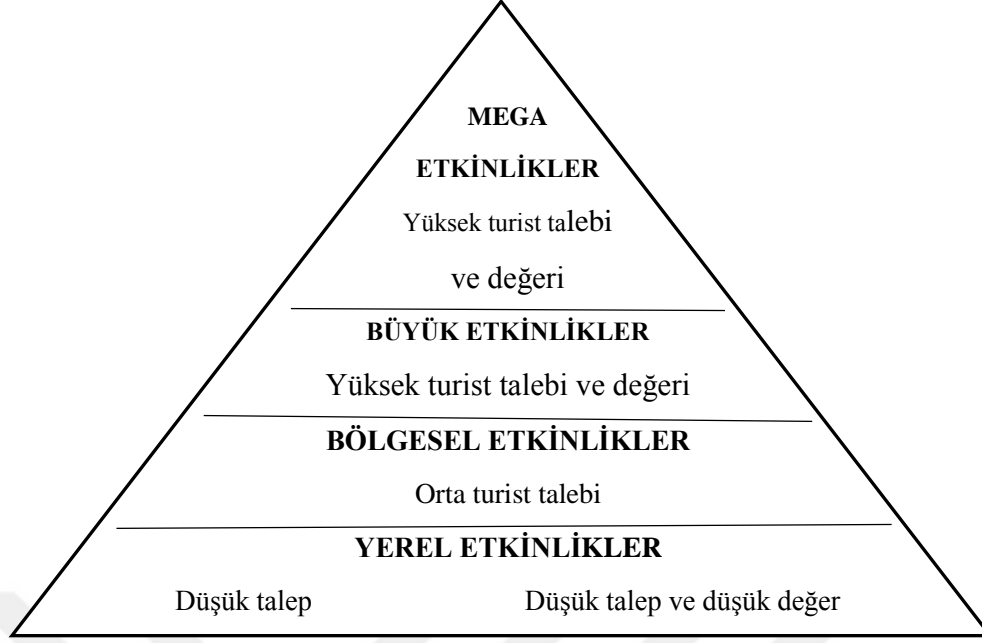
**a. Düğünler:** Türk Dil Kurumu, düğünü “evlenme veya sünnet dolayısıyla yapılan tören, eğlence, cemiyet ve bir olayı kutlamak için yapılan büyük eğlence veya tören” olarak tanımlanmaktadır (Türk Dil Kurumu, 2017). Düğün, aile üyelerinin ve düğün sahibinin yakın çevresinin evlenen çiftin bu özel gününü kutlamak amacıyla bir araya geldikleri özel bir etkinlik türüdür (Dwyer vd., 2005). Düğün turistlerinin önemli bir bölümü, İngiltere, Almanya, Amerika Birleşik Devletleri, İtalya, İskandinavya ve Fransa gibi ülkelerin vatandaşlarıdır. Sıklıkla ziyaret edilen destinasyonları ise Meksika, Hawaii, Karayipler, Kıbrıs, Sri Lanka, Maldivler, Morityus, ve İtalya oluşturmaktadır (Poon, 2009: 3). Benzer biçimde İstanbul pek çok varlıklı Hint ailesinin düğünlerine ev sahipliği yapmaktadır.

**b. Partiler:** Bir veya birkaç kişi tarafından eğlence, sosyalleşme, konuşma, tanışma gibi amaçlarla düzenlenen organizasyonlardır. Doğum günleri, yıl dönümleri, mezuniyet kutlamaları ve yılbaşı partileri gibi eğlenme amacıyla düzenlenen etkinliklerdir.

**c. Eğlenceler:** İnsanların boş vakitlerinde hoşça vakit geçirebilmeleri amacıyla düzenlenen etkinliklerdir. Örneğin; ev ortamında film izleme, kadınların çay partileri etkinlikleri vb.

#### 1.2.3.2. Büyüklüklerine Göre Etkinlikler

Ulusal veya uluslararası düzeyde gerçekleştirilen ve genellikle kalabalık grupları ağırlayan etkinliklerdir (Tassiopoulus, 2005: 11-13). Büyüklüklerine göre etkinlikler dört gruba ayrılmaktadır (Bkz. Şekil 3).



### Şekil 3. Büyüklüklerine Göre Etkinlikler

**Kaynak:** (Getz, 2008: 407).

Yukarıdaki şekilde görüldüğü gibi büyüklüklerine göre etkinlikler; mega etkinlikler, büyük etkinlikler, bölgesel etkinlikler ve yerel etkinlikler olarak ayrılmaktadır. Bu sınıflandırmada büyüklük bir tanımlama olarak kullanılmaktadır.

#### 1.2.3.2.1. Mega Etkinlikler

Mega etkinlikler, en az bir milyon ziyaretçinin katıldığı, 500 milyon dolar bütçesi olan birden fazla toplumu veya ülkeyi etkileyen ve dünya medyasının ilgisini çeken etkinliklerdir. Bu etkinlikler uluslararası ölçeklidir. Olimpik Oyunlar ve Dünya Fuarları mega etkinliklere örnek olarak gösterilebilir (Getz, 1997: 8; Allen vd., 2005: 29; Ritchie, 1984: 2).

Mega etkinlikler, turizm endüstrisi açısından en büyük gelir yaratan etkinliklerden biridir ve destinasyon imajının geliştirilmesinde etkisi büyüktür. Mega etkinlikler, bölgede yarattığı turizm hacmi, etkinlik gelişimi, altyapı, ziyaretçi sayısı, medya ilgisi gibi kriterler açısından değerlendirilmektedir (Karagöz, 2006: 15). Mega etkinliklerin özelliklerini aşağıdaki gibi sıralanabilir (Jago ve Shaw, 1998: 28):

- Geniş kalabalık kitlelerini çeker,
- Maliyeti oldukça yüksektir,
- Geniş ölçekte gerçekleşir,

- Festival ve diğer etkinliklerle iç içedir,
- Ulusal ve uluslararası düzeyde gerçekleşir,
- Büyük yatırımları bölgeye çeker,
- Kentsel yenilenmeyi (altyapı ve üstyapı) sağlar,
- Konaklama, yiyecek içecek hizmetlerine olan talep artar,
- Etkinlik sonrası bölgeye kalıcı hizmetler ve yapılar bırakır,
- Gerçekleştiği ülkeye veya bölgeye büyük ölçüde prestij ve saygınlık kazandırır.

Mega etkinliklere örnek olarak; Amerika Kupası, Olimpiyat Oyunları, Grand Prix, etkinlikleri gösterilebilir.

#### **1.2.3.2.2. Büyük Etkinlikler**

Büyük etkinlikler, majör etkinlikler olarak da adlandırmakta ve düzenlendikleri yöre, şehir ve bölgeyle özdeşleştirilmektedir. Mega etkinliklere göre daha küçük çaplıdır. Büyük etkinlikler, bir bölgede düzenli olarak yapılan, farklı temalara odaklanarak geniş kalabalık kitleleri çeken, sınırlı bir süre içerisinde gerçekleşen ve bölgeye avantaj sağlayan ulusal ve uluslararası ölçekli etkinliklerdir. Örneğin, Ontario’da düzenlenen Shakespeare Festivali, New Orleans’da yapılan Mardi Gras Stratford ve Almanya Münih’te düzenlenen Oktoberfest kent açısından rekabetçi avantajlar sağlamakta ve destinasyonda ekonomik olumlu etkiler yaratmaktadır (Ritchie, 1984: 2; Getz, 1997: 5-6).

#### **1.2.3.2.3. Bölgesel Etkinlikler**

Düzenlendikleri yerin adıyla anılan bölgesel etkinlikler, büyüklükleri, katılımcı sayıları, medya bağlantıları ve ekonomik etkileri açısından önem taşır. Örneğin Australian Open Tenis Tournament, Australian Formula One Grand Prix, Commonwealth Games etkinlikleri Melbourne kentinin gelişmesine katkı sağlamıştır (Allen vd., 2010: 13). Ayrıca İstanbul’da düzenlenen İstanbul Uluslararası Mücevher, Altın, Gümüş Takı, Saat ve Malzeme Fuarı, EMITT Fuarı, Uluslararası İstanbul Film Festivali ve İzmir Fuarı bu tür etkinliklere örnek olarak gösterilebilir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2017).

#### **1.2.3.2.4. Yerel Etkinlikler**

En yaygın etkinlik türü olan yerel etkinlikler, öncelikle yerel halkın yararını gözeten ve toplumun eğlenmesi ve sosyalleşmesi amacıyla düzenlenen etkinliklerdir

(De Bres ve Davis, 2001: 329; Wagen ve Carlos, 2005: 36). Janiskee (1996: 404) yerel etkinlikleri, “aile temelli eğlence etkinlikleri”, Wagen, (2001: 6) ise ‘küçük etkinlikler’ olarak tanımlamaktadır. Bolu’ da düzenlenen ‘Mengen Aşçılar ve Turizm Festivali, Karabük’te düzenlenen ‘Uluslararası Altın Safran Belgesel Film Festivali’, Ankara’ da düzenlen ‘Dünya Dans Günü’ ve Kocaeli’de düzenlenen ‘7. Kitap Fuarı’ gibi ülkemizde birçok yerel etkinlikler düzenlenmektedir (Tanıtma Genel Müdürlüğü, 2017).

#### **1.2.4. Turistik Etkinliklerin Geliştirilmesine Etki Eden Faktörler**

Eğlenme, yeni insanlarla tanışma, iletişim kurma, sosyalleşme, kabul görme insanların en önemli sosyal ihtiyaçları arasındadır. Bu ihtiyaçlar insanları sosyal etkileşim kurabilecekleri alanlara ve faaliyetlere yönlendirmektedir. Bu bağlamda insanlar bu ihtiyaçlarını karşılamak için çeşitli amaçlarla düzenlenen büyük ya da küçük etkinliklere katılmaktadırlar. Bu nedenle etkinlik yöneticilerinin ya da organizatörlerinin insanların ihtiyaçlarını ve güdülerini anlamaları ve bu ihtiyacı karşılayabilecek faaliyetleri üretmeleri önemlidir.

Etkinlik turizmi katılımcılarının ihtiyaçları ve güdeleri ile ilgili olarak yapılan çalışmalar incelendiğinde kişilerin çok çeşitli ihtiyaçlarını karşılamak için bu etkinliklere katıldıkları görülmektedir. Örneğin; Lee (2000) kişilerin rutinden kaçış, yenilik, kültürel keşif, sıra dışı bir ortamda bulunma, sosyalleşme, belirli bir gruba dâhil olma, aile birlikteliği, Schneider ve Backman (1996) ise bu güdülere ek olarak boş zaman değerlendirme, festivalin niteliği gibi hususların bu tip etkinliklere katılmada önemli olduğunu belirtmektedir (Kozak ve Bahçe, 2012: 161).

Uysal ve Li (2008: 17-20) turistlerin etkinliklere katılmasına neden olan güdeleri aşağıdaki gibi sıralanmaktadır;

- **Aile Birlikteliği:** Yerel festivaller aile birlikteliğini sağlayan etkinliklerdir. Festivaller, ailelerin ve aile üyelerinin bir araya gelerek güzel vakit geçirdikleri ve gezdikleri bir ortam yaratmaktadır.
- **Sosyalleşme:** Etkinliklerde bir araya gelen turistlerin birbirleri ile iletişimleri ve etkileşimleri artmakta, bu durum turistlerin sosyalleşmelerini sağlamaktadır.

- **Eğlence:** Etkinliklere katılanlar eğlenceli vakit geçirmekte ve yenilenmektedirler.
- **Kaçış:** İnsanların rutin yaşamlarının olması, özellikle şehir hayatının stresi, kalabalık ve karmaşa insanların rekreatif faaliyetlere yönelmelerine ve böylece günlük rutinden ve stresten uzaklaşarak daha eğlenceli vakit geçirmelerine olanak sağlamaktadır.
- **Kültürel Araştırma:** Etkinliklerin çoğu kültürel temellere dayanmaktadır. Katılımcılar farklı kültürleri tanımak için etkinliklere katılmaktadırlar.
- **Yiyecek ve İçecekler:** Pek çok etkinlik (yöresel festivaller gibi) yiyecek-içecek teması üzerine kurgulanmakta, ziyaretçiler etkinlik sırasında yiyecek ve içecek tüketmektedir.
- **Müzik:** Çoğu etkinliğin ana temasında müzik bulunmaktadır. Müzik festivalleri yanı sıra yapılan müzik yarışmaları da katılımcıların sanatsal açıdan zenginleşmesine olanak sağlamaktadır.
- **Bilgilendirme:** Katılımcıları bilgilendirmek amacıyla yapılan fuar, kongre, sergi gibi etkinlikler katılımcıların bilgi ve görgülerini arttırmaktadır.
- **Yarışma faaliyetleri:** Etkinliklere katılan kişiler bu etkinliklere yarışanları izlemek amacıyla katılmaktadırlar.
- **Arkadaş birlikteliği:** Etkinliklere katılan kişiler bu etkinlikler sırasında arkadaşları ile birlikte hoş vakit geçirmektedirler.
- **Merak:** Kişilerde içsel bir güdü olarak ortaya çıkan merak, etkinliklere katılmada en önemli motive edici faktörlerden biridir.
- **Öğrenme:** Etkinlikler rekreasyonel bir faaliyet olmakla birlikte aynı zamanda eğitici ve öğretici yönleri ile de kişileri zenginleştirmektedir.

#### 1.2.5. Etkinlik Turizminin Etkileri

Etkinlikler düzenlendikleri bölgede, şehirde veya ülkede turist sayısının artmasına ve turizm endüstrisinin gelişmesine katkı sağlamakla birlikte aynı zamanda toplumsal kimliğin gelişmesini ve kültürün sürdürülebilirliğini de etkilemektedirler. Etkinlik turizminin etkilerini ekonomik etkiler, sosyal etkiler ve çevresel etkiler olmak üzere üç başlıkta incelemek mümkündür (Kim ve Uysal, 2003: 162; Derrett, 2004: 39; Yüncü, 2013: 11).

### 1.2.5.1. Ekonomik Etkileri

Etkinliklerin yarattığı gelirler destinasyonun ekonomik kalkınmasını etkilemektedir. Etkinliklere gelen ziyaretçiler konaklama, seyahat, mal ve hizmet satın almak için harcama yapmaktadırlar. Yapılan harcamalar etkinliğin yapıldığı destinasyona ekonomik yararlar sağlamaktadır (Allen vd., 2010: 38).

Etkinliklerin maliyet ve faydalarına ilişkin değerlendirilmeler dikkate alındığında ekonomik etkilerin üzerinde en çok durulan husus olduğu görülmektedir. Ekonomik etki, etkinliklere katılan turistlerden elde edilen gelirlerin bölge sakinlerinin kazançlarında yarattığı net ekonomik değişiklik olarak ifade edilmektedir (The New Zealand Tourism Research Institute, 2007: 9).

Etkinliklerin ekonomik etkileri genel olarak üç farklı durum nedeniyle ortaya çıkmaktadır. Bunlar (Karagöz, 2006: 42; Yüncü, 2013: 13):

- Etkinlikten kaynaklanan yatırım harcamaları; destinasyondaki fiziksel altyapının iyileştirilmesi için yapılan harcamalar,
- Etkinliğe katılan ziyaretçilerin yapmış olduğu harcamalar.

Etkinliklerin destinasyon üzerinde yaratacağı muhtemel olumlu ve olumsuz ekonomik etkileri Tablo 2’de sunulmuştur (Allen vd., 2010: 39; Fredline vd., 2006: 3).

**Tablo 2. Etkinliklerin Olumlu ve Olumsuz Ekonomik Etkileri**

<b>Olumlu etkileri</b>	<b>Olumsuz etkileri</b>
Artan turist sayısına bağlı olarak turist harcamalarındaki artış,	Arazi ve emlak fiyatlarındaki artışlar
Bölgesel gelirin artması	Ekonomik sızıntı
Vergi gelirinin artması,	Mal ve hizmet fiyatlarının artması,
İş olanaklarının artması,	Yanlış finansal yönetim,
Ticari etkinliklerin çeşitlenmesi,	Alternatif maliyetler,
Restoran, konaklama tesisi, seyahat acentesi, hediyelik eşya dükkânı gibi yeni işyerlerinin, açılması	Enflasyonist bir ortam ortaya çıkması
	Geleneksel ekonomik sektörlerin kaybolması

Cannes Film Festivali, dünyanın en önemli etkinliklerinden birisidir. Festivalin organize edildiği Cannes şehrinin nüfusu yaklaşık 65-70 bin civarlarındadır. Ancak bu sayı festival zamanında 300 bini aşmaktadır. Bu dönemde oteller tam dolulukla çalışmakta ve kent merkezindeki en ucuz otelin bile geceliği 500 Euro’yu bulabilmektedir. Bir menünün ortalama fiyatı ise 40 Euro’dan 90 Euro’ya



çıkabilmektedir. Festival süresince turistler kente yaklaşık 300 milyon dolar döviz bırakmaktadır (Tayfun ve Arslan, 2013: 194).

2010 yılında Los Angeles'ta yapılan ve iki gün süren Elektronik Dans Müziği Festivali, yerel ekonomiye 42 milyon dolar gelir bırakırken, 2011 yılında Las Vegas'a taşınmış ve üç güne çıkarılmıştır. 1400 kişinin çalıştığı festival şehre 136.4 milyon dolar kazandırmıştır. Festival, 2012 yılında bölge ekonomisinde 207.048 milyon dolarlık gelir yaratmıştır. Festival organizasyonunda çalışan 2018 kişi 84 milyon dolar kazanç elde etmiştir. Festivale katılan 115.000 kişinin 108.000'i yabancı katılımcılardan oluşmakta olup yaptıkları yiyecek ve içecek, konaklama, ulaşım ve alışveriş harcamaları ile şehrin ekonomisine önemli katkı sağlamışlardır. 2013 yılında gerçekleştirilen festival ise 500 milyon dolarlık gelir yaratmıştır (Şenyurt, 2017).

Kuzey Amerika'da yapılan ve dünyanın önde gelen müzik festivallerinden biri olan Coachella ve Stagecoach müzik festivalleri, 2012 yılında bölge ekonomisinde 47 milyon dolarlık gelir yaratmıştır. 20 dakika içinde 158.000 biletin satıldığı Stagecoach müzik festivali ABD'nin en kârlı müzik festivallerinden biridir. 2013 yılında yerel ekonomiye katkısı 254 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir. Coachella festivali ise 2016 yılında 704 milyon dolarlık bir gelir yaratmış ve yerel ekonomiye yaklaşık 106 milyon dolar katkıda bulunmuştur (Şenyurt, 2017).

1992 Barcelona Olimpiyatları için yapılan yatırımlar, 1985-1992 yılları arasında inşaat sektöründe istihdam oranında %72, çimento sektöründe %74, elektrik üretiminde de %55'lik bir artış sağlamıştır. Özellikle büyük spor etkinlikleri için yapılan yatırımlar hükümetler ve uluslararası kuruluşlar tarafından karşılanmakta, bu da yerel ekonomiye katkı sağlamaktadır. Tesislerin inşasında kullanılan malzemeler ve iş gücü bölgede önemli gelir etkisi yaratmaktadır (Brunet, 1995: 19-20). Benzer şekilde, Airola ve Craig, 1996 Atlanta Olimpiyatlarının, 1990-1998 döneminde şehir merkezindeki otellerin doluluk oranlarında ciddi artışlar olduğunu belirtmektedirler.

Karagöz (2006), 2005 Türkiye Grand Prix etkinliği için İstanbul'a gelen yabancı turistlerin harcamalarının 8.232.750 TL'lik bir ekonomik etki yarattığını ve bu gelirin çarpan etkisi nedeniyle yayılarak ekonomide 21.305.533,73 TL'lik üretim artışına neden olduğunu belirtmiştir.

Ankara Ticaret Odası'na göre, Ankara Alışveriş Festivalinin şehre çok ekonomik önemli katkıları olmuş, özellikle Ankara'ya gelen yerli turist sayısında

yaklaşık % 20, Esenboğa Havalimanı'ndan giriş yapan yabancı turist sayısında ise % 20'lik bir artış yaşanmıştır. Konaklama sektöründe % 45, konaklayan kişi sayısında ise % 10'luk bir artış gerçekleşmiştir (Tayfun ve Arslan, 2013: 195).

### 1.2.5.2.Çevresel Etkileri

Etkinlikler destinasyonun çevresel özelliklerinin ve turistik değerlerinin tanıtılmasına katkı sağlamaktadır (McDonnell vd., 2002: 34). Etkinliklerden elde edilen gelirler destinasyonun korunması (doğal değerlerin, arkeolojik çekiciliklerin korunması ve restorasyonu, çevre yönetim sistemleri kurulması) için harcanmaktadır. Bununla birlikte, zaman zaman düzenlenen büyük etkinlikler, yarattığı çöp, kalabalık, gürültü, trafik sıkışıklığı nedeniyle olumsuz çevresel etkilere yol açabilmektedir. Dolayısıyla bu etkinlikler bir yandan yarattığı gelirlerle önemli maddi kazanç sağlarken, diğer yandan bu etkinliklerin fiziksel maliyetleri yüksek olabilmektedir.

Raj ve Musgrave (2009: 67) etkinliklerin çevre üzerindeki etkilerini iki boyutta incelemektedir. Bunlar:

- Doğal çevre ve eko-sistem üzerindeki etkileri; doğal kaynakların, faunanın ve floranın yok olması, hava ve su kalitesindeki olumsuz değişimler,
- İnsan-yapımı çevre üzerindeki etkileri; etkinliğin düzenlendiği kent ve binaların dokusu üzerindeki görsel etkileri, destinasyonun altyapısı üzerinde ve alan kullanımında değişiklikler.

Etkinliklerin destinasyon üzerinde yarattığı olumlu ve olumsuz çevresel etkiler Tablo 3'de gösterilmektedir (Allen vd, 2010: 35; Fredline vd., 2006: 3).

**Tablo 3. Etkinliklerin Çevresel Etkileri Üzerine Olumlu Ve Olumsuz Etkileri**

<b>Olumlu etkileri</b>	<b>Olumsuz etkileri</b>
Çevresel düzenlemeler,	Doğal çevreye zarar vermesi,
Çevresel duyarlılığın artması,	Kültürel alanların tahrip olması,
Altyapıda iyileştirmeler,	Ses kirliliği ve hava, su, toprak kirliliği
Ulaşım ve iletişim sistemini geliştirilmesi,	Trafik sorunları,
Şehirleşme,	Aşırı kalabalıklaşma.
Harap alanların yenilenmesi ve güzelleştirilmesi	Çöplerde artış.

Etkinliklerin olumlu ve olumsuz çevresel etkileri destinasyonun sürdürülebilirliği açısından önemlidir. Olumsuz çevresel etkiler destinasyonun sürdürülebilirliğini tehdit etmektedir.

1992 Olimpiyat Oyunları, Barcelona'nın kentsel yapılanmasında değişim yaratmıştır. Olimpiyat Oyunları Barcelona çevre yolunun yapımına, demir yolu hattının ve kanalizasyon sisteminin yenilenmesine, yeni bir marina yapımına, kıyı şeridinin düzenlenmesine neden olarak şehrin altyapısının yenilenmesine ve fiziksel kapasitesinin gelişmesine yol açmıştır (Brunet, 1995: 19-20).

Pekin 2008 Olimpiyat Oyunları sayesinde Çin çevre dostu bir ülke olarak konumlandırılmış, kirliliğin kontrol edilmesi ve su kaynaklarının korunması için çevre koruma politikası uygulanmaya başlamıştır. Sydney Olimpiyat Oyunları "Yeşil Oyunlar" olarak lanse edilmektedir (Çakıcı ve Yavuz 2012: 11).

Waite, 2003 Sydney Olimpiyatlarında altyapı çalışmalarından dolayı ulaşım sorunlarının yaşandığını ve bu durumun şehrin sakinlerinin ev ve iş yaşamlarını olumsuz yönde etkilediğini belirtmiştir. Bununla birlikte; Kömürcü'nün (2013) yaptığı çalışmada, 2013 yılında Bozcaada'da düzenlenen Yerel Tatlar Festivalinin, otopark sorunu, trafik yoğunluğu ve güvenlik sorunu gibi pek çok çevresel sorun yarattığı sonucuna ulaşılmıştır.

### **1.2.5.3.Sosyal Etkileri**

Etkinlikler, destinasyonun ve komşu bölgelerin yaşam biçimlerini ve kültürel yaşamlarını etkilemektedir. Turizmin yarattığı sosyal etki, uzun dönemde yerel halkın inançlarında, sosyal değerlerinde ve kültürel uygulamalarında değişmelere yol açar. Yapılan etkinliklerden yerel halkın sosyo-kültürel olarak ne ölçüde etkileneceği yerel halkın eğitim düzeyine, turizm bölgesinin gelişme düzeyine, turist sayısına, turistlerin kültürel düzeyine ve eğitim düzeylerine bağlıdır (Brunet ve Courtney, 1999: 496-497).

Bölgenin sosyal yaşam seviyesini yükseltme, destinasyonun önemi ile ilgili olarak, farkındalık yaratma, yerel mimariyi koruma ve insanların rekreatif ihtiyaçlarını karşılama gibi sosyal amaçları olan etkinlikler yerel halkın katılımını teşvik etmektedir (Selam vd., 2004: 17). Etkinliklerin destinasyon üzerinde yarattığı olumlu ve olumsuz sosyal etkiler Tablo 4'de verilmektedir (Allen vd., 2010: 35; Fredline, 2006: 3).

**Tablo 4. Etkinliklerin Olumlu ve Olumsuz Sosyal Etkileri**

<b>Olumlu etkileri</b>	<b>Olumsuz etkileri</b>
Deneyimlerin paylaşılması	Toplumsal yabancılaşma
Geleneklere sahip çıkma	Olumsuz topluluk imajı
Toplumsal gurur	Sosyal huzurun bozulması
Etkinliklere katılımın artması	Kalabalık, kaba davranışlar, içki, uyuşturucu kullanımı ve şiddetin artması
Yeni fikirlerin oluşması	Geleneksel yerel etkinliklerin metalaşması ve ticarileşmesi
Kültürel deneyimlerin artması	Yerel halkın olası memnuniyetsizliği
	Yerli halk-ziyaretçi çatışmaları
	Olası kültürlerarası anlaşmazlık

Çelik'in (2009) yaptığı araştırmada, İstanbul'da düzenlenen etkinliklerin eğitici yararlar sağladığı ve farkındalık yarattığı ancak şehrin projelerine beklenen katkıyı sağlamadığı ve etkinliklerin suç oranını artırdığı sonuçlarına ulaşılmıştır.

Ekin (2011)'in, Altın Portakal Film Festivalini konu alan araştırmasında, festival sırasındaki etkinliklerin yerli halk için eğlence ve sosyalleşme fırsatları yarattığı, farklı grupların etkinlikler aracılığıyla bir araya gelmesinin sosyal etkileşimi güçlendirdiği sonucuna ulaşılmıştır.

2005 yılında İzmir'de düzenlenen 2005 İzmir Universiade Yaz Oyunları, İzmir halkında etkinlik bilincinin oluşmasına ve misafirperverlik duygusunun gelişmesine katkı sağlamıştır (Yıldız ve Bitirim, 2005: 183).

2015 yılında yapılan Adana-Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı yerel halk ve katılımcılar arasındaki iletişim ve etkileşimi arttırmış, halkın sosyo-kültürel gelişimine katkı sağlamıştır. Ayrıca; Festival, Adana kültürünün tanıtımına ve sürdürülebilirliğine de katkı sağlamıştır Şehrin kültürünü yansıtan karnavalın devam ettirilmesi kültürel değerlerin nesilden nesle aktarılmasının sağlanması açısından önem taşımaktadır (Kömürcü, 2013: 95).

Avustralya'da 1987 yılında gerçekleşen "America's Cup Yacht Race" ve "1980 Lake Placid Winter Olympics" etkinlikleri sırasında suç oranında gözle görünür oranda artış olmuştur. Büyük çapta yapılan etkinlikler, 1976 Münih Olimpik Oyunlarında olduğu gibi terör saldırılarının da hedefi olabilir (Yeoman vd., 2007: 316).

## İKİNCİ BÖLÜM

### YEREL MUTFAK FESTİVALLERİ

#### 2.1. FESTİVAL KAVRAMI

Çalışmanın bu bölümünde festival kavramının tanımı, önemi, tarihsel gelişimi, güncel durumu ve festival türleri hakkında genel bilgiler verilmektedir.

##### 2.1.1. Festivalin Tanımı

Festival kavramı, Latince “festivitas” kelimesinden türetilen, genel anlamda kutlama ya da şükran duygularını sunmak amacıyla yapılan sosyal bir toplanmayı ifade etmektedir (Kladou 2011: 27; Kömürcü, 2013: 28). Festivalin, Türk Dil Kurumu’na (TDK) göre birkaç farklı tanımı bulunmaktadır. Bir tanıma göre festival, “dönemi, yapıldığı çevre, katılanların sayısı veya niteliği programla belirtilen ve özel önemi olan sanat gösterisi” olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2017).

Festival bir başka tanımda, “Belli bir sanat dalında oyun ve filmlerin sunulması ve gösterilmesi sonunda ödül, derece verilmesi biçiminde düzenlenen ulusal veya uluslararası gösteri dizisi, şenlik” olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2017). Örneğin; film festivali, müzik festivali, fesim ve sanat festivalleri gibi. Diğer bir tanıma göre ise festival, “Bir bölgenin en ünlü ürünü için yapılan gösteri, şenlik” olarak ifade edilmektedir (TDK, 2017). Örneğin; Baston festivali, Çilek Festivali, Yayla Şenlikleri gibi.

Festivaller, ekonomik sanatsal, kültürel ve sosyal amaçlarla insan ve toplum arasında yakınlaşmayı sağlamak ve etkinliğin gerçekleştirildiği bölgeyi tanıtmak amacıyla yapılan etkinliklerdir. Bu bağlamda festival bir etkinliktir. Festival, belirli gün ve belirli tarihlerde toplumun kendine has bir değerini kutlamak ya da bir kişi ve olayı anmak amacıyla yapılan yöreyle bütünleşen etkinliklerdir (Small vd., 2005: 66;

Özgürel, Aran ve Bingöl, 2015: 114). Festivalleri diğer etkinlik türlerinden ayıran en önemli özellik, festivallerin toplum ve kutlama odaklı olmasıdır (Butcher, 1993: 19).

Festivaller ana temaları, zamanları, amaçları ve organizasyon şekilleri itibariyle birbirinden farklı olduğu için festivalin net bir tanımını vermek mümkün değildir. Keza bazı araştırmacılar, festivalleri sosyal, ekonomik ve kültürel açılarından tanımlayarak yeni tanımların ortaya çıkmasına neden olmuşlardır. Tablo 5’de bazı araştırmacıların tanımlarına yer verilmiştir.

**Tablo 5. Festival Tanımları**

<p style="text-align: center;"><b>(Atak, 2009: 41)</b> Festival, modern turizm imajında kullanılan kültür, sanat ve spor gibi özel olaylardan oluşan bir etkinliktir.</p>
<p style="text-align: center;"><b>(Küçük, 2012: 14)</b> Festival, tarihi önceden belirlenen, yörenin geleneksel simgesi durumuna gelmiş, yerel topluluk tarafından devamlılığı sağlanmak adına toplumun kolektif belleğinde yer edinmiş olan etkinliklerdir.</p>
<p style="text-align: center;"><b>(Goldblatt, 2000: 7)</b> Festival, insan ve toplumun bir parçası haline gelen toplum, kültür, çevre ve insanlar arasındaki bağları güçlendirmeye yarayan etkinliklerdir.</p>
<p style="text-align: center;"><b>(Günersel, 1997: 28)</b> Festival, yöre kültürünü, tarihini geliştirmek ve korumak, istihdamı arttırmak ve yerel turizm endüstrisini geliştirmek amacıyla düzenlenen etkinliklerdir.</p>
<p style="text-align: center;"><b>(Bilgili, 2012: 118)</b> Festival, toplum ve insanlar arasında yakınlaşmayı ve destinasyonun tanıtımını sağlamak amacıyla sosyal, ekonomik, sanatsal ve kültürel açıdan düzenlenen etkinliklerdir.</p>
<p style="text-align: center;"><b>(Getz, Andersson ve Carlsen, 2010: 30)</b> Festival, en kısa tanımıyla tema veya halk kutlamasıdır.</p>

Falassi (1987: 14) ve Durmaz (2014: 3) festivalleri ve özelliklerini aşağıdaki gibi özetlemektedir:

- Bölgenin gelenek ve görenekleri ile bütünleşen kültürel kutlamalardır,
- Belirli bir ürün veya olay ile ilgili yıllık kutlamalardır,
- Genellikle bir dizi güzel sanatlar çalışmalarını içeren tek bir sanatçıya veya bir sanat dalına adanmış kültürel etkinliklerdir,
- Panayırılar, halka açık şenlikler ve eğlencelerdir,
- Halka açıktır ve girişler çoğunlukla ücretsizdir,
- Başlangıç ve bitiş tarihleri daha önceden belirlenir,
- Yılın belirli gün veya günlerinde yapılır.

### **2.1.2. Festivallerin Önemi**

Festivaller, günümüzde yerel turizm hareketinin ulusal ve uluslararası düzeyde gelişmesini sağlayan önemli etkinliklerden biridir. Festivallerin, yerel ekonomiye doğrudan ve dolaylı katkıları bulunmaktadır. Festivaller festivalin yapıldığı bölgede ziyaretçi sayısında artışa neden olarak konaklama, yeme-içme, alışveriş ve seyahat gibi hizmetleri sunan yerel işletmelere doğrudan katkı sağlamaktadır (Raj, 2004: 70-71). Gelişen turizm sektörü ile birlikte yöredeki iş fırsatları ve istihdam artmaktadır. Böylece festivaller, turizm endüstrisinin önemli bir parçasını oluşturmaktadır. Genellikle sezon dışında yapılan festivaller bölgeye turist çekmek, bölgeyi tanıtmak ve olumlu bir imaj yaratmak için önemli bir araçtır.

Festivaller ayrıca, insanların hiç tanımadığı yöreleri görmelerine ve farklı kültürler ve yaşam tarzlarını öğrenmelerine, imkân sağlamaktadır. Benzer şekilde, festivaller toplumun kültürel kimliğinin korumasını, kültürel değerlerin gelecek kuşaklara aktarılmasını sağlarlar (Kozak ve Bahçe, 2012: 159).

Son dönemlerde pazarlamacılar, daha fazla turist çekmek ve turistik alanların çekiciliğini arttırmak amacıyla festivallere önem vermektedirler (Özdemir ve Çulha, 2009: 359). Festivaller, ülkemiz turizmüne olan katkıların artırılması için Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından da desteklenmektedir.

### **2.1.3. Festivallerin Tarihsel Gelişimi ve Günümüzdeki Durumu**

İnsanlık tarihe incelendiğinde festivallerin diğer etkinlikler gibi dini nedenlerle ortaya çıktığı görülmektedir. Festivaller, ilkel dini ritüellerin her yılın belirli günlerinde düzenlenmesi ve böylece geleneksel hale getirilmesi ile süregelen bir etkinlik olmuştur. Bu dinsel ritüellerin festivale dönüşmesi, Eski Yunan Uygarlığına kadar uzanmaktadır. Eski Yunanda festivaller, şarap tanrısı Dionysos'u anmak için düzenlenir ve masrafları siteler tarafından karşılanarak, halkın eğlenmesi sağlanırdı. Tiyatro, dans, müzik ve bedava içki festivallerin ayrılmaz bir parçası durumundaydı (Atak, 2009: 37).

Roma, Çin, Hint ve Uzak Doğu uygarlıkları ile Ortadoğu ve Arap yarımadalarına yerleşen eski uygarlıkların sahip olduğu farklı dinlerin de etkisiyle toplumda geleneksel hale gelmiş ve bugüne kadar devam etmiştir (Atak, 2009: 37).

Rönesans hareketlerinden sonra dinsel olgular giderek önemini yitirmiş ve Aydınlanma Çağı başlamıştır. Bu çağla birlikte din dışı amaçlarla festivaller de düzenlenmeye başlamıştır. Avrupa'da gerçekleştirilen ilk din dışı festival 18. yüzyılda İngiltere'de düzenlenmiştir. 1748 yılında düzenlenen ve ilk festival olma özelliğine sahip olan 'Londra festivali' bir müzik festivalidir ve Heandel adına düzenlenmiştir (Bilgili, Yağmur ve Yazarkan, 2012: 118). İkinci Dünya Savaşı sırasında ulusal kimliklerini koruyan festivaller, İkinci Dünya Savaşından sonra uluslararası bir boyut kazanmıştır. Bu dönemde içerik ve amaçlarına göre değişiklik gösteren birçok festival düzenlenmiştir. 1950 yıllarından sonra turizm, sanat ve ürün tanıtma amaçlı festivaller düzenlenmeye başlanmıştır (Kladou, 2011: 28).

Kültür ve Turizm Bakanlığı verilerine göre günümüzde, her yıl Türkiye genelinde festival, şenlik, özel gün, milli bayram, özel hafta, dini günler ve şölen adı altında yaklaşık 700 tane etkinlik düzenlenmektedir. Bu etkinliklerin yapıldığı iller dikkate alındığında; İzmir 67 etkinlikle ilk sırada yer almakta, bunu 55 etkinlikle Bursa, 50 etkinlikle İstanbul ve 34 etkinlikle Konya izlemektedir. En az etkinlik düzenlenen iller arasında, Iğdır, Afyonkarahisar, Bayburt, Kars, Tunceli, Kırıkkale, Niğde, Nevşehir ve Adıyaman dikkati çekmektedir (Türkiye Kültür Portalı, 2017). Ülkemizde düzenlenen, uluslararası değer taşıyan kültür ve sanat festivalleri uluslararası platformda her geçen yıl önemini biraz daha arttırmaktadır.

#### **2.1.4. Festival Türleri**

Dünyada birçok festival çeşidi bulunmaktadır. Bu nedenle festivaller için genel bir sınıflandırma yapmak zor olmakla birlikte festivalleri, büyüklüklerine, konularına, alanlarına göre sınıflandırmak mümkündür (Ekin, 2011: 24; Gül vd., 2013: 215).

##### **2.1.4.1. Büyüklüğüne Göre Festivaller**

**Yerel festivaller:** Çeşitli müzik ve tiyatro gösterileri, resim sergileri ve yöresel festivaller (Tokat Zile Kiraz Festivali, Balıkesir Şamlı Panayırı, Kayseri Mimar Sinan'ı ve Evliyalari Anma Günü vb.)

**Bölgesel festivaller:** Çeşitli sanayi ve ticaret fuarları, özel mesleki fuarlar ve sergiler (Güneydoğu Yemekleri Festivali, Selanik Fuarı, Anadolu Fuarı ve Festivali, Urla Bağbozumu Şenlikleri vb.)



**Ulusal festivaller:** (Türkiye Üniversitelerarası Halk Oyunları Festivali, Ulusal Tiyatro Festivali, Ulusal Kaplıca Festivali vb.)

**Uluslararası festivaller:** (Uluslararası İstanbul Film Festivali, Cannes Film Festivali, Berlin Film Festivali, Uluslararası Adana Altın Koza Kültür ve Sanat Festivali, İstanbul Shopping Fest, Rio Karnavalı vb.)

#### **2.1.4.2.Konusuna Göre Festivaller**

**Sanat festivalleri:** (Uluslararası İstanbul Caz Festivali, Safranbolu Altın safran Belgesel Film Festivali, Antalya Altın Portakal Film Festivali vb.)

**Kültür festivalleri:** (Bozcaada Yerel Tatlar Festivali, Doğubayazıt Kültür Sanat ve Turizm Festivali, Uluslararası Taze İncir Kültür ve Sanat Festivali vb.)

#### **2.1.4.3.Alanına Göre Festivaller**

**Tek bir alanlı festivaller:** (Rock'n Coke, Mengen Türk Yemekleri Festivali, Akçakoca Uluslararası Turizm Kültür ve Fındık Festivali, Uluslararası Ankara Karikatür Festivali vb.).

**Çok alanlı festivaller:** (Ayvalık Sanat Festivali, İstanbul Uluslararası Çağdaş Dans ve Performans Festivali, Uluslararası İstanbul Şiir ve Edebiyat Festivali vb.).

## **2.2. YEREL MUTFAK FESTİVALLERİ**

Çalışmanın ana başlığı oluşturan yerel mutfak festivalleri, ülkemizde sıklıkla neredeyse her yörede küçük ya da büyük ölçekli, bölgesel ya da ulusal çapta gerçekleştirilen festivallerdir. Bu bağlamda bu bölümde, yerel mutfak, yerel mutfak festivalinin tanımı, mutfak festivallerinin tarihsel gelişimi ve yerel mutfak festivallerinin etkileri üzerinde durulacaktır.

### **2.2.1. Yerel Mutfak**

İnsanın yaşamının sürdürülebilmesi için beslenmesi gerekmektedir. Bu beslenme zorunluluğu ilk çağlardan bu zamana kadar yemekle ilgili birtakım kuralların gelişmesine neden olmuş ve bu kurallar toplumun yapı ve değerleriyle bütünleşerek zaman içinde toplumlara özgü mutfak kültürleri ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda gelişen

Anadolu'nun farklı yörelerine özgü yemek kültürleri, yöresel yiyecekler, yöresel malzemeler, yemek pişirme metotları ile sunum tekniklerinden oluşmaktadır. Türk halk mutfağı olarak da adlandırılan yerel mutfak, Anadolu'daki yöresel ürünlerle şekillenmiştir (Erdek, 2011: 70).

Yerel mutfak kavramı, yöreyle özdeşleşmiş kültür ve ürünlerin birleşmesiyle ortaya çıkan, yiyecek-içeceklerin yörede yaşayan insanlar tarafından milli ya da dini duygularla tasarlandığı, kendilerine özgü pişirme ve sunuş teknikleri olan mutfak kültürü olarak tanımlanabilir (Şengül ve Türkay, 2015: 2). Dolayısıyla, bir yörenin kültürünün önemli bir parçası olan yerel mutfak o bölgenin yerel yiyeceklerinden oluşmaktadır.

Bir yörenin ya da bölgenin mutfağını, kültürel (tarih veya etnik etkiler) ve çevresel (iklim veya coğrafya) faktörler belirlemektedir. Diğer bir ifadeyle yerel yemeklerin oluşumunda yörenin coğrafi özellikleri, tarihsel gelişimi, üretim şekli, ekonomik ve kültürel ilişkileri, etnik ve inanç durumu gibi faktörler etkilidir (Bucak ve Ateş, 2014). Erdek (2011: 73-74)'e göre yöresel yiyecekler, toplumun kültürel yapısında önemli bir yere sahiptir. Zira bu yiyecek ve içeceklerin, hazırlanmasında ve pişirilmesinde kullanılan araç-gereçler ve teknikler ile mutfak alanında gerçekleşen tüm uygulamalar, yerel toplumun genel inanışlarına ve yemek adabına göre şekillenir. Yerel halk yöresel yemekleri beynelmilel yemeklerden daha üstün tutmaktadır.

Yiyecek ve içeceklerin yerel olarak adlandırılması için mutlaka o bölgede yetiştirilmiş olması gerekmemektedir. Yiyecek veya içecek yapımında kullanılan hammaddeler, farklı bölgelerden tedarik edilse bile ürünlerin üretim sürecinin yöreye özgü olması veya yöreye ait bir kimliğe sahip olması yeterlidir (Kim, Eves ve Scarles, 2013; Mil ve Denk, 2015).

Dünyanın en zengin mutfaklarından biri olan Türk mutfağı kültürel değerlere bağlı kalarak ortaya çıkmıştır. Halıcı (1986)'ya göre yerel mutfak, Anadolu insanının gelenek, görenek, inanış ve adetleriyle bütünleşmiş, halkın törelerine bağlı olarak gelişmiş yemek anlayışı, beslenme ve yemek kültürüdür. Yerel mutfakları diğer mutfaklardan ayıran bazı temel özellikler şunlardır:

- Yüzlerce yıllık emekle, kendine özgü, birikim ve tecrübelerle dayanarak oluşmuştur (Üçer, 2012: 559).

- Yerel mutfaklar, kırsal turizmde önemli bir çekicilik unsurudur (Durand vd., 2003: 108).
- Yöresel yemeklerin menü içerisine dâhil edilmesi işletmelere başarı sağlamaktadır (Şengül ve Türkay, 2015: 2).
- Bölgede tercih edilen yerel yiyecekler, tarım ve turizm endüstrisindeki ilişkiyi artırdığı için yerel pazarlarla bağlantılar güçlenir (Telfer, 2000: 85).
- Yöresel mutfaklar ve buna bağlı olarak gelişen gastronomi turizmi birçok tatil yöresinde turist çekebilme potansiyeline sahiptir (Şengül ve Türkay, 2015: 5).
- Yerel mutfaklar, yeni iş imkânları yaratarak bölgesel kalkınmayı desteklemektedir (Bezirgan ve Koç, 2014: 928).
- Yerel mutfak, turistlerin tatil kalitelerini arttırmada önemli bir etkidir.

Yerel mutfaklar, giderek kültür turizminin önemli bir parçası haline gelmektedir. Yerel mutfak, özellikle kırsal bölgelerde önemli bir çekicilik faktörüdür (Richards, 2002). Çünkü yerel mutfaklar, turizmin sürdürülebilirliğini sağlamada, özgün bir destinasyon yaratmada, yerel ekonomiyi güçlendirmede ve çevre dostu bir altyapı oluşturmada önemli büyük potansiyeldir (Handszuh, 2000).

### 2.2.2. Türkiye'deki Yerel Mutfaklardan Örnekler

Yedi coğrafi bölgeden oluşan Türkiye'nin her bölgesinde farklı bir yöresel yemek kültürü hâkimdir. Örneğin; İç Anadolu Bölgesinde tahıla ve hamur işlerine dayalı bir yemek kültürü yaygın iken Doğu ve Güneydoğu Anadolu'da hayvansal ürünlere dayalı bir diyet hâkimdir.

Tarihi sekiz bin yıl öncesine dayanan Ege mutfağı, özellikle İzmir kuşaktan kuşağa aktarılan özgün bir mutfak kültürüne sahiptir. İzmir yerel mutfağı, genel olarak hafif yiyeceklerden oluşan sağlıklı bir mutfaktır. En öne çıkan yiyecekler, ot yemekleridir. Zeytinyağı bölge mutfağında önemli bir yere sahiptir. İzmir mutfağında, arapsaçı, şevket-i bostan, ebegümece, tembel avrat otu gibi çok çeşitli ot yemekleri yanısıra, kabak çiçeği dolması, enginar dolması, börülce ve pırasa gibi sebze yemekleri de ön plandadır. Ayrıca, sütlü balık, balık köftesi, midye dolma, papalina tavası ve tuzda lagos gibi deniz ürünleri de sıklıkla tüketilmektedir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2017).

Pratik ve basit bir mutfağa sahip olan Doğu Karadeniz mutfağında, mısır, fındık, çay, turşu, karalahana ve hamsiye dayalı bir diyet hâkimdir. En popüler yiyecek hamsidir. Öyle ki hamsiden en az 40 çeşit yemek yapılmaktadır (Aker ve Terziha, 2014: 12-13). Ayrıca, muhlama ve turşu kavurması bölgenin öne çıkan yiyecekleridir. Yöreye özgü hamsili yiyeceklerin başında hamsili pilav, hamsili ekmek, hamsi köftesi, hamsi çığırtası ve kiremitte hamsi gelmektedir (Anonim, 1996).

Dünyanın en eski yerleşim yeri olan Mezopotamya'da bulunan Güneydoğu Anadolu Bölgesi buğday, baharat ve özellikle kuzu etinden yapılan yemekleri ile bilinir. Bölgede yöresel mutfakları ile ön plana çıkmış olan Gaziantep baklava, kebab, lahmacun gibi tescillenmiş 391 çeşit yöresel yemeği ile ülkemizin yemek merkezleri arasında yer almaktadır (Anonim). Ayrıca, Gaziantep Mutfağı, UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Listesine dâhil edilmiştir (kulturportali.gov.tr, 2018). Kara kavurma, borani, sarıksak aşısı, pişisi, börek çorbası diğer adıyla tutmaç yöreye özgü yiyeceklerdir. Ayrıca yemeklerinde hasbir (safran), tarhın (nane), yoğurt, isot, sumak ve sarımsak önemli yer tutmaktadır. Baklava bölgenin en bilinen tatlısıdır (Turkish Cuisine, 2018).

Tahıl ambarı olarak bilinen İç Anadolu Bölgesinde tahıla dayalı bir diyet hâkimdir. Bölgenin önemli yöresel lezzetlerine sahip illerinden biri olan Kayseri, ilin ismiyle özdeşleşmiş pastırma, sucuk ve 30'a yakın mantı çeşidi ile başı çekmektedir (Anonim). Selçuklu saraylarında gelişen Mevlevi unsurların birleşmesi ile oluşan Konya mutfağında, genellikle kuzu ve koyun etinden yapılan yemekler ile hamur işleri hâkimdir. Etlili ekmek, tirit ve etli düğün pilavı yörenin en bilinen yemekleridir (Çölbay ve Sormaz, 2015: 1731-1735).

Doğu Anadolu mutfağı, kırmızı et, buğday unu, peynir, tereyağı, bölgeye has şifalı olduğu bilinen sebzeler ve otlar (ciriş, ısırgan, ispidek, kızamık, parpar vb.) ile öne çıkmaktadır. Bölgenin mutfak konusunda önde gelen ili olan Erzurum, çağ kebabı, hingel, herk aşısı, çeç pancarı, çaşır gibi yöresel lezzetleriyle olarak bilinmektedir. Erzurum ketesi, Erzurum pastası ve kadayıf dolması en ünlü hamur işleridir (Ezmen ve Karaman, 2013: 132). Van, oldukça çeşitli ve lezzetli bir kahvaltı menüsüne sahiptir. Van mutfağında et ve hamur işleri önemli bir yer tutar. Ayrıca Van ili otlulu peyniri ile ünlüdür.

Akdeniz mutfağının, tahıl, zeytinyağı, sebze ve meyve, su ürünleri, süt türüleri, baharat ve üzüm suyuna dayandığı görülmektedir. Coğrafi konumu nedeniyle

tarihi boyunca birçok uygarlığa ev sahipliği yapmış olan Hatay, çok zengin bir yemek kültürüne sahiptir. Bu özellikleri ile Hatay, UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı kapsamında Gastronomi Şehri unvanı alabilmek için adaylık başvurusunda bulunmuştur. Hatay, künefe ve kabak tatlısı gibi tatlısıyla (Şahin, 2012: 8-9), humus gibi Arap mutfağından kaynaklanan çok çeşitli mezeleriyle ünlüdür. Bölge mutfağının bir başka önemli temsilcisi olan Kahramanmaraş, Maraş tarhanası, Maraş biberi ve Maraş dondurması ile coğrafi işaret almıştır (Şengül ve Türkay, 2016: 93).

### **2.2.3. Yerel Mutfak Festivalleri**

Günümüzde çok farklı temalarda festivaller düzenlenmektedir. Bu festivallerin temalarında yiyecek ve içecekler bulunmasına karşın her yiyecek içerikli festival, bir yiyecek festivali olarak sınıflandırılmamaktadır. Yiyecek-içecek festivalleri, bölgesel veya yöresel yiyeceklere göre kurgulanmaktadır. Yerel mutfak festivalleri, yerel kutlamaların ve yerel yemeklerin tanıtımının yapıldığı festivallerdir (Everett ve Aitchison, 2007).

Yerel mutfak festivalleri, bir kültürel birikim sonucu ortaya çıkan belirli bir yerde kökleşmiş olan etkinliklerdir. Şengül ve Türkay (2015: 600-601)'a göre yerel mutfak festivallerinin oluşumunda birçok faktör etkili olmaktadır. Bu faktörler şu şekilde sıralanmaktadır:

- Yöreye has yiyecek ve içeceklerin çeşitliliği,
- Tarihsel birikim,
- Mevsimsel özellikler,
- Yeme-içme alışkanlıkları,
- Dini etkiler,
- Milli etkiler,
- Gelenek ve görenekler,
- Coğrafi özellikler.

Turizmi geliştirmede popüler bir araç olarak görülen yerel mutfak festivalleri, yerel turizmin gelişmesini teşvik edilmektedir (Smith ve Jenner, 1998). Yerel mutfak festivalleri, turistleri bu etkinliklere katılmaya ve yerel gıdaları tüketmeye teşvik ederek yeni kültürleri tanımalarına fırsat sunmaktadır (Cella, 2007). Bu festivaller, tarımsal ürünleri hakkında bilgi vermekte ve destinasyonun tanıtımına katkıda

bulunmaktadır. Ayrıca, katılımcılara mutfak eğitimleri ve yerel mutfak araç-gereçleri satın alma imkânlarını sunarak, tedarikçiler ve üreticiler için gelir yaratmaktadır (Hal vd., 2003). Yarattıkları bu katkılar nedeniyle festivaller, destinasyonun markalaşmasına katkı sağlamakta ve turizm sektörünün gelişmesinde önemli bir bileşen olarak görülmektedir (Cella, 2007).

Yerel mutfak festivallerinin sayısının artması, gastronomi turizmine olan ilginin de artmasına ve turistik çekim yaratmasına neden olmuştur. Yerel mutfak festivalleri, çok sayıda yerli ve yabancı turisti bölgeye çekerek, ekonomik etki yaratmaktadır. Yerel mutfak festivalleri, yöredeki turizmin gelişmesi için alternatif fırsatlar yaratmaktadır. Ayrıca yöresel ürünlerin değer kazanmasıyla birlikte bölgesel imajın da gelişmesi sağlanmaktadır (Getz ve Brown, 2006).

Bazı festivaller uzun ömürlü olmamakta, birkaç kez düzenlendikten sonra organizasyondan vazgeçilmektedir. Böylece bu festivaller istenen hedeflere ulaşamamaktadır. Bu bağlamda bu etkinliklerin yerel topluma ve destinasyona yarar sağlayabilmesi için sürdürülebilir olması gerekmektedir. Yerel mutfak festivallerinin başarısında aşağıdaki faktörler etkili olmaktadır. Bunlar (Lade ve Jackson, 2004):

- Toplumun ve tüm paydaşların katılımı ve desteği (yöre halkı, belediye ve kaymakamlık),
- Yönetim ve planlama fonksiyonlarının iyi bir şekilde yerine getirilmesi,
- Festivalin tanıtımı için pazarlama etkinliklerinin yapılması.

Festivallerin sürdürülebilirliğini sağlayan en önemli faktör toplumun katılımı ve desteğidir. Festivallerin başarısı aynı zamanda iyi bir altyapıya (yetiştirilmiş insan kaynağı, teknik, çevre vd.), nitelikli insan kaynağına sahip olmaya, festivali organize eden kurum ve kuruluşların iş birliğine bağlıdır.

#### **2.2.4. Dünya’da ve Ülkemizde Düzenlenen Yerel Mutfak Festivalleri**

Dünyada pek çok ülkede yiyecek ve içecek temalı festivaller düzenlenmektedir. Örneğin; Ermenistan’da, 2011 yılından beri Dolma Festivali düzenlenmektedir. Ermenistan mutfağının tanıtılmasında önemli bir yere sahip olan festivalin sonuncusu 20 Mayıs 2017’de Hnaberd Köyünde düzenlenmiştir. Festivalde basuts (oruç dolması),

balık dolması, yaprak dolması, pirinçli ‘sut’ dolması ve sebzeli yaz dolması çok farklı yiyeceklerin dolması yapılmaktadır (Agos, 2018).

California Avokado Festivali, 31 yıldır gerçekleşen en eğlenceli festivallerden biridir. Festivalde, avokado, çeşitli avokadolu yemekleri ve avokado sosları yapılmaktadır, ayrıca, California’ya ya özgü yemekler de sunulmaktadır (Avocado Festival, 2018).

1993 yılından beri Melbourne’de düzenlenen Yemek ve Şarap Festivali, her yıl yoğun ilgi görmektedir. Festivalde, şarapseverler bir araya gelmektedir. Festival süresince, yiyecekler sergilenmekte ve satışa sunulmaktadır. Festivalde ayrıca yenilikçi şefler, ödüllü restoranlar ve şarap uzmanları katılımcılar ile buluşmaktadır (Melbourne Food and Wine Festival, 2018).

İrlanda’nın Galway şehrinde düzenlenen Uluslararası İstiridye ve Deniz Ürünleri Festivali, Eylül ayının son hafta sonu kutlanmaktadır. İstiridye Olimpiyatları da festival tarihine denk gelmektedir. Festivalde, istiridye açma (shucking) yarışması, Galway’in en iyi restoranlarından bazılarında yemek yeme yarışmaları ve tadım etkinlikleri, canlı müzik eşliğinde bir Mardi Gras tarzı Gala Etkinliği, yemek pişirme gösterileri ve daha bir sürü etkinlik gerçekleştirilmektedir (Oyster and Seafood Festival, 2018).

Hawaii Adasının, Maui ve Oahu’daki kentlerinde her yıl Ekim veya Kasım aylarında “Yiyecek ve Şarap Festivali” düzenlenmektedir. Bu festivale, uluslararası üne sahip 100’ün üzerinde şef, şarap ve alkol üreticisi katılmaktadır. Üç hafta süren festivalde şarap tadımı ve yemek pişirme gösterileri yapılmaktadır. Ayrıca yerel çiftçilerin ve balıkçıların sunduğu özel yemekler tadılabilmektedir (Hawaii Food and Wine Festival, 2018).

Her yıl ocak ayında Kaliforniya şehrinde düzenlenen Napa Uluslararası Trüf Mantarı Festivali, ünlü şefleri ve konukları ağırlanmaktadır. Trüf mantarı, dünyanın en lezzetli yiyeceklerden biridir. Festivalde kapsamında, şarap tadımları ile mantar toplama aktiviteleri gerçekleştirilmekte ve trüf mantarından yemekler yapılmaktadır (Napa Truffle Festival, 2018).

Geleneksel bir etkinlik olan Mesir Macunu Festivali, baharın başlangıcı olarak kabul edilen Nevruz haftasında Manisa’da kutlanmaktadır. Festival, her yıl mesir

macununun dua ve şifa dilekleri ile karılması ve pişirilmesiyle başlamaktadır. Festival süresince Sultan Cami minaresi ve kubbelerinden, saçılmak ve dağıtılmak üzere en az üç ton mesir macunu hazırlanmaktadır. Atılan macunları, yere düşmeden havada yakalayabilmek için Türkiye'nin farklı bölgelerinden gelen binlerce kişi birbiriyle yarışmaktadır. Toplumsal barış ve kaynaşmaya katkı sağlayan Mesir Macunu Festivali, 2012 yılında UNESCO'nun İnsanlığın Somut Olmayan Kültürel Mirası olarak kabul edilmiştir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2018).

Uluslararası Edirne Bando ve Ciğer Festivali, her yıl mayıs ayının ikinci haftasında düzenlenmektedir. Edirne tava ciğerinin ulusal ve uluslararası alanda tanıtımını yapmak, şehre yerli ve yabancı turist çekmek için düzenlenen festival 2017 yılında yedinci kez gerçekleşmiştir (Festival Dünyası, 2018).

Yörenin turizm potansiyelini kullanmak, yöresel kültürü yaşatmak ve yaymak, sanatsal etkinliklerini desteklemek için düzenlenen Bartın Kültür Sanat Turizm ve Çilek Festivali, çilek toplama zamanına göre Mayıs ve Haziran ayları içerisinde gerçekleştirilmektedir. Festivalde geleneksel hale gelen çilekli pasta yarışması, yiyecek kermesleri, sanatsal ve sportif etkinlikler, bilim şenlikleri ve yerel yemek yarışmaları düzenlenmektedir.

Gaziantep Uluslararası Şirehan Yiyecek ve İçecek Festivali, ilk kez 2013 yılının Eylül ayında yöresel yiyecek ve içeceklerin tanıtılması amacıyla düzenlenmiştir. 2017 yılında 5. Si gerçekleştirilen festival yerli ve yabancı birçok ünlü şefi, yetenekli birçok yerel aşçıyı, ulusal ve yerel tedarikçileri, bölge halkını ve ziyaretçileri bir araya getirmektedir (Şahan, 2013).

Bozcaada Turizm İşletmecileri Derneği (BOZTİD) tarafından düzenlenen Bozcaada Yerel Lezzetler Festivali, ilk olarak 2010 yılında organize edilmiştir. Her yıl Eylül ayının ikinci hafta sonunda gerçekleştirilen festival, Bozcaada meydanında ada yemeklerinin tadımı ile başlamaktadır. Konser ve eğlence organizasyonları ile devam eden festival denizkeşanesi tadımı ile son bulmaktadır (Bozcaada, 2018).

2009 yılının düzenlenmeye başlayan Uluslararası Yeşilüzümlü ve Yöresi Kuzugöbeği Mantar Festivalinin ana teması Kuzugöbeği mantarıdır. 2017 yılında 9.su düzenlenen festivale çok sayıda yerli ve yabancı turist katılmıştır. Yöre halkının yetiştirdikleri ürünleri de sattıkları Festivalde mantar avcılığı, yemek yarışmaları, panel ve seminer düzenlenmektedir (Bekar, Kocatürk ve Sürücü, 2017: 29-30).



Her yıl Ağustos ayının ortalarında yapılan Şeftali Kültür Sanat Festivali, Umurbey Belediyesi tarafından düzenlenmektedir. Festivalde en iyi şeftali yarışması düzenlenmektedir (Özer vd., 2016: 8).

### **2.2.5. Yerel Mutfak Festivallerinin Tarihi**

Festivallerin tarihsel geçmişi ile ilgili kesin bilgiler bulunmamakla birlikte çeşitli ülkelerde düzenlenen festivaller incelendiğinde bu etkinliklerin yüzlerce yıldır devam ettiği görülmektedir. Örneğin; İngiltere’de yaklaşık 200 yıldır düzenlenen Peynir Yuvarlama Festivali, Gloucestershire’in Brockworth köyünde yaşayan yerli halk tarafından başlatılmıştır. Festival’in 1800’lü yıllardan itibaren yapıldığı bilinmektedir. Geleneklere göre bir tane 4 kilogramlık ve üç tane 1,5 kilogramlık yöreye özgü tekerlek peynir yokuştan aşağıya bırakılmakta ve yarışmacılar tarafından bu peynirler kovalanmaktadır. Peyniri ilk yakalayan yarışmacı yarışmanın galibi sayılmaktadır. Ancak; peynir çok hızlı hareket ettiği için yarışmacıların peyniri yakalayamadığı durumlarda bitiş çizgisini ilk geçen yarışmacı (kadın ve erkekler ayrı kategorilerde yarışmaktadır) yarışmayı kazanmakta ve peynirin sahibi olmaktadır (Cheese-Rolling. In Gloucestershire, 2018).

Türklerin İslâmiyetten önce Orta Asya’da kendilerine has bir hayat tarzları ve inançları olduğu gibi, yine kendilerine has bayramları ve festivalleri de bulunmaktadır. Türk tarihinde Hunlardan (352-469) beri, bayram ve festival gibi birçok tören ve etkinlik yapılmaktadır. Hun Türkleri beşinci ayda, yani ilkbaharda “Lung-cıng” adı verilen yerde topluca büyük bir bayram yapmaktaydılar. Bu bayramda hem inançla ilgili âdetler yerine getirilmekte, hem de türlü yarışmalar düzenlenmekteydi. Hunlarınkine benzer bayram ve festivallere Göktürklerde (552-774) de rastlanmaktadır. Göktürkler, her yıl belirli bir zamanda Ecdat Mağarasında atalarına kurban kesmekteydiler. Aynı şekilde bayram kutlamalarını da, beşinci ayın ikinci haftasında “Gök Tanrı” ve “kutsal yer ve su” için kurban keserek yapmışlardır (Özer vd., 2016: 5).

Hunların yaşadıkları bölgede yaz ayları çok sıcak ve kurak geçmekteydi. Hunlar, yerin altında evler inşa ederek veya yaylalara çıkarak, bu sıcaklığın etkisinden kurtulmaya çalışmışlardır. 840 yılından sonra X. yüzyılın ilk çeyreği içinde Hunlar, üçüncü ayın dokuzunda, yani 9 Martta Soğuk Yemek Festivali düzenlemiştir (İzgi,

1989: 56-60). Görüldüğü üzere bu bayram ve festivallerin esasını, inançla ilgili davranışlar ve toplu yapılan eğlenceler oluşturmaktadır.

En eski yerel mutfak festivallerinden biri olan ve Manisa'da yaklaşık 400 yıldır devam eden Mesir Macunu Festivali, baharın habercisi olarak kabul edilen Nevruz Haftasında (21-24 Mart tarihlerinde) kutlanmaktadır. Şifalı bir yiyecek olarak kabul edilen mesir macunu, başhekim Merkez Efendi tarafından Kanuni Sultan Süleyman'ın annesi Hafsa Sultan'ın hastalığına çare olması için 41 çeşit baharat ve bitkinin bir araya gelmesiyle yapılmıştır. Hafsa Sultan macun sayesinde iyileştiği için her yıl Nevruz ayında macunun dağıtılmasını istemiştir. Bu gelenek halen devam etmektedir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2018).

1936 yılından bu yana geleneksel hale gelen ve Bursa Kemalpaşa'da gerçekleştirilen Altın Kiraz Kültür ve Sanat Festivali, en iyi kiraz yetiştiricilerini özendirmeyi amaçlamaktadır. İlk yıllarda 1 gün olarak kutlanan Kiraz Festivali, 2010 yılından beri Mayıs ayının sonu ve Haziran ayının ilk haftasında 9 gün olarak kutlanmaktadır. Festivalde, yöre halkı stantlar açmakta, yerel yiyecek satışı ve tadımı yapılmaktadır (Karaboğa, 2016).

#### **2.2.6. Yerel Mutfak Festivallerin Etkileri**

Yerel mutfak festivallerinin yararları iki başlıkta incelenebilir. Bunlar, destinasyon için yararları ve turist için yararları olarak iki grupta toplanabilir. Yerel mutfak festivalleri turizm destinasyonlarına pek çok yarar sağlamaktadır. Yerel mutfak festivallerinin destinasyona en önemli katkısı ekonomiktir. Yerel mutfak festivalleri, yerel turizm talebini uyarmakta (Smith ve Jenner, 1998), turistlerin etkinliklere katılmaları, yerel gıda ürünlerini, mutfak araç- gereçlerini satın almaları (Hall ve Sharples vd., 2003) yörede ekonomik canlılık yaratmaktadır. Bu festivaller ayrıca, yerel marka yaratmak açısından destinasyonlara yardımcı olmaktadır (Cella, 2007).

Festivaller turistler açısından yararları incelendiğinde, katılımcılara (turistler ve yerel halk) yöresel mutfak hakkında bilgi edinme, yerel mutfağı deneyimleme ve böylece yerel kültürü tanıma fırsatı sunduğu görülmektedir. Yerel mutfak festivalleri, müşterilere yeni ve bilinmeyen ürünleri çok az bir ücret karşılığında ya da ücretsiz olarak tatma imkânı sağlamaktadır (Dodd, 1995; Gagić vd., 2013: 1055).

Yerel festivaller, turistlerin ve yerel halkın katılımlarıyla destinasyona önemli ekonomik katkı sağlamaktadır. Festival sırasında otel işletmelerinin doluluk oranları artmakta, geleneksel ürünlerin satışıyla yerel ekonomi canlanmaktadır. Örneğin, Alaçatı Ot Festivali 2.5 günde bölgede 100 milyon lira gelir yaratmıştır. Festivalde Urla'yı 500 bin kişi ziyaret etmiştir. Shining Star Awards tarafından 2016 yılında düzenlenen en başarılı festival ödülüne layık görülmüş olan bu festivalde 2 milyon adet enginar satılmış, ayrıca Urla'ya 45 bin araç giriş yapmıştır (Karaboğa, 2017).

Münih Turist Ofisi istatistiklerine göre 2007 yılında Münih Oktoberfest'e katılan 6,2 milyon turist, 69,406 hektolitreye bira, 142,600 sosis, 521,872 porsiyon tavuk tüketmiş ve festivalin Almanya'ya 16 günlük ekonomik katkısı 955 milyon Euro'yu bulmuştur (Kim, Eves ve Scarles, 2009).

ABD'de 2011 yılında yapılan Charlesto Şarap ve Yemek Festivali, yerel ekonomide 7,3 milyon dolar gelir yaratmıştır. Charleston'a gelen turistlerin %80'inden fazlasının şehre bu festival için geldiği, ayrıca ortalama turist harcamasınının 764 dolar olduğu tespit edilmiştir (Bird, 2011).

Yerel mutfak festivalleri, sadece ekonomik bir etkinlik değildir. Festival süresince organize edilen sosyo-kültürel faaliyetler toplumu ve sosyal yapıyı etkilemektedir. Yerel mutfak festivalleri sayesinde, o toplumun kültürel değerlerini korumak ve yaşatmak için ortak bir duyarlılık ve bilinç gelişmektedir (Yılmaz ve Çullu, 2012: 187). Örneğin; ABD'de yerel organik ürünlerin kullanılması konusunda yerel mutfak festivallerinin etkili olduğu görülmektedir. 1994 yılında 1775 olan yerel pazar sayısı 2010 yılında 6132'ye çıkarak %245,5 oranında artmıştır (Etyemez ve Özyılmaz, 2012: 81).

Festival sırasında oluşan turist-yerli halk etkileşimi de yerel halk üzerinde sosyal değişimler yaratmakta ve bu tür etkinliklere yönelik tutumlarının değişmesine neden olabilmektedir (Lee vd., 2012: 33). Gül ve arkadaşları (2013: 226), festivallerin yörenin kültürel ve sosyal gelişimini artırdığını tespit etmişlerdir. Festivallerle birlikte yerel halkın eğlence ve boş zaman geçirme biçimlerinin de zenginleştiğini ifade edilmiştir (Sert, 2017: 190).

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### MENGEN AŞÇILIK VE TURİZM FESTİVALİNİN ETKİLERİNE YÖNELİK ARAŞTIRMA

#### 3.1. ARAŞTIRMANIN TANIMI

Çalışmanın bu kısmında araştırmaya konu olan Mengen ile ilgili tanımlayıcı bilgiler verilmiş, araştırmanın önemi ve amacı üzerinde durulmuştur.

##### 3.1.1. Araştırma Alanının Tanımı

Araştırmaya konu olan “Aşçılar Diyarı” olarak bilinen Mengen, Bolu ilinin bir ilçesidir. Karadeniz Bölgesi'nin Batı Karadeniz bölümünde yer alan Bolu ili, Ankara, Sakarya, Zonguldak, Düzce ve Karabük illeri ile komşudur. Dörtdivan, Gerede, Göynük, Kıbrısçık, Mudurnu, Seben, Yeniçağa ve Mengen olmak üzere 8 tane ilçesi, 4 beldesi ve 511 köyü ile 8458 km<sup>2</sup>'lik yüzölçümüne sahiptir. Yerleşik nüfusu köyleriyle beraber 303.000 civarındadır (Türkiye İstatistik Kurumu, 2017). Bolu, kültürel ve tarihi özelliklerinin yanı sıra doğal güzellikleri ile de önemli bir turizm potansiyeline sahiptir. Ankara - İstanbul otoyolu üzerinde bulunan ve büyük metropollere yakın olan Bolu'da, ağırlıklı olarak kış ve dağ turizmi, yayla turizmi, termal turizm, doğa turizmi, gençlik ve öğrenci turizmi yapılmaktadır. Bolu ili gölleri, kaplıcaları, yaylaları, dağları, av hayvanları, fizik tedavi ve rehabilitasyon hastaneleri ile turistik çekiciliği olan pek çok kaynağa sahiptir. Bolu ve ilçelerini kapsayan turizm haritası Şekil 4'de gösterilmektedir.



**Şekil 4. Bolu Turizm Haritası**

**Kaynak:** (Bolu Kültür Turizm, 2018).

Bolu'ya 56 km uzaklıkta olan Mengen; güneyde Bolu, Yeniçağa ve Gerede, kuzeyde Zonguldak ilinin Devrek ilçesi, batıda Düzce ili Yığılca ilçesi, doğuda ise Karabük ilinin Eskipazar ilçesi ile komşudur. Nüfusu 2017 Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemine göre 13940 kişidir (Türkiye İstatistik Kurumu, 2017).

Hayvancılık yöre halkının geçim kaynağıdır. İlçede tarım ve hayvancılık yapılmakta ve yıllık 700.000 kapasiteli piliç yetiştiriciliği fabrikası bölgeye ekonomik kazanç sağlamaktadır (Mengen Kaymakamlığı, 2017).

Mengen yemekleri el becerisi ve zaman isteyen zahmetli bir mutfağa sahiptir. Tarım ve hububata dayalı ekonomi Mengen mutfağının oluşmasında en önemli etkindir (Arman, 2011).

Mengen, bulunduğu konum itibariyle soğuk ve sert bir iklime sahiptir. Bu nedenle kış mevsimi hariç hemen hemen her dönemde yenilebilir yabancı otlar bulunmaktadır. Bu otlar bulgur, pirinç ve soğanla çoğaltılarak ebeğümece, gelincik otu, kuşayağı otu, katırtırnağı, eveyük, galduruk, yalamuk ve hekimkökü dolması gibi yemekler yapılmaktadır. Yörede yoğurdun önemi oldukça fazladır. Yoğurdun kurutulmasıyla yapılan keş denilen peynir ile keşli erişte, halışka ve kedi batmaz gibi yemekler yapılır. Meyveler (mürdüm eriği, goçaç, ahlal, alıç, çele eriği, burnukızıl vb.)

kurutularak saklanmakta ve bu kurutulmuş meyvelerden hoşaf yapılmaktadır (Karataş, 2017).

Mengen' de düğün ve özel günlerde hazırlanan yemekler son derece önemlidir. Bu yemekleri hazırlamak zanaatkârlık gerektirdiğinden, pişiren çok az sayıda usta vardır. Yayla çorbası, sütlü oğamaç çorbası, cincile çorbası, orman kebabı, Mengen pilavı, paşa pilavı, acikulaklı bulgur pilavı, palize ve kara helva düğün yemekleri arasında yer almaktadır. Ayrıca keşkek, alacalı pilav, cevizli çörek, yoğurtlu bakla çorbası, kül çöreği, katık keş ve nişasta helvası yöreye özgü diğer yiyeceklerdir. Adı geçen bu yemekler, yörede evlerde yapılmakta olup, Mengen'deki lokantalarda satışı yapılmamaktadır (Erdoğan, 2007).

Mengen mutfağında ilişki ve davranışların en ince noktasına kadar belirlendiği görülmektedir. Yemekler tamamen ağaçtan yapılmış işlemeli sofralarda yenir. Sofraya büyükler bağdaş kurarak oturur ve büyüğün davet etmesiyle misafirler ardından da kadın ve çocuklar oturur. Genellikle yakın akraba ve komşulara verilen davetlerde erkekler, kadınlar ve çocuklar için ayrı sofralar kurulur. Yemek sofraya büyüğünün besmelesiyle başlar ve yine yemek duası ile sona erer.

Mengen yöresinin yemeğe bu kadar önem vermesinin nedeni, yüzyıllardır babadan oğula devam eden aşçılık geleneğinin yaşatılmasıdır. Mengen'in kendi yöresel mutfağının oluşmasında bu aşçıların rolü büyüktür. Türkiye'nin çeşitli bölgelerinde mesleği icra eden Mengenli aşçılar, çalıştıkları yörenin mutfak kültürünü kendi ilçelerine taşımışlardır. Bununla birlikte, Mengen mutfak kültürü ile çevre illerdeki yöresel yemekler arasında bir benzerlik de bulunmaktadır. Bu benzerliğin nedeni, Mengen ilçesinin tarih boyunca diğer yerleşkeleri birbirine bağlayan köprü görevini üstlenmesidir. Mengen mutfak kültürü ve yemeklerinin özelliklerini kültürel birikiminin verdiği zenginlikle incelemek gerekir.

Mengen denildiğinde akla mutfak ve aşçılık sanatının geliştiği bir merkez gelmektedir. Türkiye'nin en hünarlı aşçıların yetiştiği Mengen, Osmanlı döneminde saraya gönderdiği aşçılar nedeniyle haklı bir üne sahip olmuş ve aşçılık geleneği günümüze kadar devam etmiştir.

Mengen'de aşçılık geleneğinin kökeni incelendiğinde aşçılık tarihinin Osmanlı İmparatorluğu'nun yükselme dönemine kadar uzandığı görülmektedir. Osmanlı mutfağında Mengenli aşçıların çalışması geleneği İstanbul'un fethinden sonra Fatih

Sultan Mehmet'in, 1460 yılında yapımına başlanan (Topkapı Sarayı, 2017) Topkapı Sarayında bulunan aşhaneyi Mengenli Yakup Ağa'ya kurdurması ile başlamıştır. Yakup Ağa yakınlarını ve hemşerilerini, İstanbul'a çağırarak saray mutfağında görevlendirmiş (Mengen Belediyesi, 2017) ve saray aşçılarının Mengen'li olması geleneği Osmanlı İmparatorluğu'nun dağılmasına kadar sürmüştür. Bununla birlikte; Osmanlı İmparatorluğu'nun duraklama dönemindeki padişahlardan olan ve 1604 yılında tahta çıkan I. Ahmed'in yemek tutkunu olduğu, sarayda bu konuda çeşitli yarışmalar yaptırdığı ve Mengenli ustaları Topkapı Sarayı'na ilk getiren padişah olduğu söylenmektedir. 1725 yılında yazılan bir ferman ile Bolu Mengen'den Topkapı Sarayı'na aşçı istendiği bilinmektedir. Sarayda çalışmak aşçılık mesleği açısından çok önemli bir referanstır. Öyle ki sarayda yetişen aşçılar mektepli, saray dışında yetişenler ise alaylı (ocaklı ya da kepçeden yetişme) olarak adlandırılır.

Osmanlı Döneminde yayınlanan salnamelerde Mengen halkının yüzde sekseninin İstanbul'da büyük konaklarda ve ticari işletmelerde aşçılık mesleğini icra ettikleri belirtilmektedir (Hoşcan, Genç ve Şengül, 2016: 63). Türkiye'de 1950 öncesinde büyük göç hareketi henüz başlamamışken büyük kentlerdeki aşçıların %90'ı Bolulu ya da Mengenli'dir.

Mengen'de iş alanları kısıtlı olduğu için halkın çoğunluğu büyük şehirlerde ve yurt dışında çalışmaktadır. Bölgedeki kısıtlı iş alanları ve aşçılığın bir ata mesleği olması nedeniyle Mengen'li aşçılar tüm Türkiye'ye yayılmışlardır. Yörede aşçılık kültürü ile yetişen ustalar günümüzde turizm işletmeleri mutfaklarının en gözde aşçıları durumundadırlar. Aşçı olmakla Mengenli olmanın eş değer olarak görülmeye başladığı günümüzde, ilçenin en önemli geçim ve tanıtım kaynağı "aşçılık" olarak karşımıza çıkmaktadır (Doğan, 2010: 4).

Mengen'in aşçılık mesleği açısından önemi 1985 yılında Türkiye'nin ilk aşçılık okulu olan Mengen Aşçılık Lisesi'nin kurulmasına neden olmuştur. Aşçılık eğitimi ile ilgili çalışmalar 1997 yılında Abant İzzet Baysal Üniversitesi'ne bağlı Mengen Meslek Yüksekokulu'nda Aşçılık Programının açılması ile devam etmiştir.

### 3.1.2. Mengen Aşçılık ve Turizm Festivali

Mengen Aşçılık ve Turizm Festivali, Cumhuriyetimizin kurucusu Mustafa Kemal Atatürk'ün doğumunun 100. Yılı anısına, 24 Ağustos 1981 yılında Mengen Kaymakamlığı tarafından başlatılmıştır. Festivalin gördüğü ilgi üzerine tanıtım kampanyasını daha etkin bir duruma getirmek ve aşçılar arasındaki dayanışmayı güçlendirmek için Mengen Aşçılar ve Turizm Derneği kurulmuş, 1985 yılına kadar Kaymakamlık ve Aşçılar ve Turizm Derneği'nin işbirliği ile yürütülen Festival sonraları Mengen Belediyesi tarafından yapılmaya başlanmıştır. Festivalin temel amacı; Türk mutfağının dünya mutfakları arasındaki yerini almasını sağlamak, yöreyi tanıtmak, aşçıları bir araya getirmek, aşçılık sanatının önemini belirtmek, yeni yetişen neslin bu mesleğe ilgisini çekmek, aşçılar arasında sanat dayanışmasını arttırmak, gurbetteki hemşerileri bir araya toplamak ve ilçede bir bayram havası oluşturmaktır (Hoşcan, Genç ve Şengül, 2016).

Festivalin yarattığı ivme ile Mengen'de bir aşçılık okulunun kurulması gündeme gelmiş ve 1982 yılında Mengen Anadolu Aşçılık Meslek Lisesi'nin temelleri atılmıştır.

Festivale sonraki yıllarda eklenen gıda maddelerinin ve mutfak eşyalarının tanıtıldığı mutfak fuarı, mutfak müzesi ve dünya rekorlar kitabı denemesi gibi yenilikler festivalin gelişmesine katkı sağlamıştır. İkinci festival organizasyonu Filiz Makarna'nın maddi desteğiyle gerçekleşmiştir. 3. Mengen Aşçılık ve Turizm Festivali 1983 yılı Ağustos ayının ilk haftasında gerçekleştirilmiştir. Aşçılar ve Turizm Derneğinin iş birliğiyle yürütülen 4. Mengen Aşçılık ve Turizm Festivali 1984 yılında gerçekleşmiş ve bu dönemde Mengen Belediyesi "Aşçılar ve Turizm Yönetmeliği" ni hazırlamıştır.

1985 yılında geleneksel hale gelen 5. Mengen Aşçılık ve Turizm Festivalinde, 1001 metre uzunluğunda şiş kebab yapılarak bir rekor kırılmıştır. Bu rekor için yaklaşık 300 kg et, 2,5 ton mangal kömürü kullanılmış ve 60 aşçı 4,5 saat çalışmıştır Aynı yıl Mengen Anadolu Aşçılık Meslek Lisesi eğitim-öğretime başlamıştır.

Her yıl Ağustos ayının ilk haftası gerçekleşen festival, artan ilgi ve katılımı 1986 ve 1993 yılları arasında da devam etmiştir. 6. Mengen Aşçılık ve Turizm Festivalinde ilk defa kadınlar arasında yemek yarışması düzenlenmiş, festivale katılan bakan, milletvekili, basın mensupları ve aşçılar bu yarışmada jüri olarak görev



yapmışlardır. Festivalde ayrıca Mutfak 86 fuarı açılmış ve fuar kapsamında gıda maddeleri ve mutfak eşyalarının tanıtımı sağlanmıştır. Festivalde aşçılar 4 metre uzunluğunda döner yapmışlardır.

Ekonomik nedenlerden dolayı 1987, 1989 ve 1991 yıllarında festival gerçekleşmemiştir. 1994 yılında yapılan 10. Mengen aşçılık ve turizm festivalinde açılan mutfak müzesi, festival sırasında ve sonrasında ziyarete gelen katılımcılar tarafından büyük ilgi görmüştür.

1994 ve 1999 yılları arasında yapılan Mengen Aşçılık ve Turizm Festivalinde aşçılar giderek daha fazla ön plana çıkmıştır. 11. festivalde Türkiye’de ilk defa üretilen 10.000 porsiyon kapasiteli, kapağı vinç ile açılabilen, 4,5 metre çapında dev tencere içinde Mengen Pilavı yapılarak konuklara ikram edilmiş ve büyük ilgi görmüştür. Bu dönemde gerçekleştirilen festivallerde, 5 metre boyundaki pasta kulesi, 1001 metre uzunluğundaki kol böreği, fırınla tuzda pişen 1001 alabalık konuklara ikram edilmiştir.

1996 yılında yapılan 13. Mengen Aşçılık ve Turizm Festivaline başta dönemin Cumhurbaşkanı Süleyman Demirel olmak üzere siyasi partilerin genel başkanları, bakanlar, milletvekilleri ve devlet erkânları katılmıştır.

1997 yılında aşçılık alanında Türkiye’nin ilk yükseköğrenim programı (Mengen Meslek Yüksek Okulu) açılmıştır. Ekonomik nedenler ve bölgede yaşanan sel felaketi nedeniyle 1998 yılında festival yapılmamıştır (Erçelik, 2013).

2001 yılında gerçekleştirilen 17. Mengen Aşçılık ve Turizm Festivalinde dev bir tava içerisinde yapılan 2000 kilogram et kavurma misafirlere ikram edilmiştir. 2004 yılında düzenlenen 20. festivale Mengen’in yetiştirdiği en ünlü aşçılarından biri olan Necip Ertürk usta da katılmıştır.

2005 yılına kadar ulusal bir boyutta kutlanan bu etkinlik, dönemin belediye başkanının çabalarıyla uluslararası boyuta taşınmış ve Uluslararası Mengen Aşçılar ve Turizm Festivali olarak kutlanmaya başlamıştır. 2006 yılında bir ilki daha gerçekleşen 22. Uluslararası Mengen Aşçılık ve Turizm Festivali etkinlikleri kapsamında dev yemek tenceresinde dünyanın en büyük Mengen Pilavı yapılarak, Guinness Rekorlar kitabına girmeye hak kazanılmıştır.

2014 yılında yapılan 30. Uluslararası Mengen Aşçılık ve Turizm Festivalinde, UNESCO logosu kullanılmaya başlanmış festivalin UNESCO somut olmayan kültürel

miras listesine alınması için çalışmalar başlatılmıştır. Aynı yıl Mengen Aşçılar Federasyonu (TAFED) kurulmuştur.

2015 yılında gerçekleştirilmesi planlanan festival artan terör olayları nedeniyle yapılamamıştır. 2016 yılında yapılan 31. festivalde, 15,5 metre yüksekliğindeki dünyanın en büyük aşçı heykeli “Ustalara ve Mesleğe Saygı Anıtı” açılmıştır. Aynı yıl Down Sendromlu çocuklar arasında yemek yarışması yapılmış, ayrıca stantlar açılarak 56 ilin yöresel yemekleri tanıtılmıştır.

Uluslararası Mengen Aşçılık ve Turizm Festivalin 32.si 2017 yılında yapılmış ve 7 Bölge Federasyonuna bağlı 63 il derneğinin katıldığı "Aşçıların büyük buluşması" gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda 63 ilin yöresel mutfakları 63.000 porsiyon yemek ile tanıtılmıştır. Festivale 20 bin kişi katılmıştır (Mengen Belediyesi, 2017). Her yıl düzenlenen Mengen Aşçılık ve Turizm Festivali, dünyanın farklı kültürlerini temsil eden dans gösterileri ve konserler ve on binlerce kişiye dağıtılan yemek ikramlarıyla önemli bir kültürel etkinlik haline gelmiştir.

### **3.1.3. Araştırmanın Önemi ve Amacı**

Etkinlikler gerçekleştirildiği destinasyonda ve yerel halk üzerinde ekonomik, sosyal, çevresel ve kültürel etkiler yaratan faaliyetlerdir. Son yıllarda bu etkinliklerin etkileri üzerine yoğunlaşan pek çok araştırma yapılmaktadır. Ancak ilgili literatür incelendiğinde Mengen Aşçılık ve Turizm Festivalinin etkileri üzerine herhangi bir araştırmanın bulunmadığı görülmektedir. Bu bağlamda Mengen Aşçılık ve Turizm Festivalinin ekonomik, çevresel, sosyo-kültürel etkilerine yönelik algılarının belirlenmeye çalışıldığı bu araştırma ilk olması sebebiyle önem taşımaktadır. Aynı zamanda, Mengen’de gerçekleştiren festivalin bölgede yarattığı sosyo-kültürel, çevresel ve ekonomik katkılara dikkat çekilecektir.

Festivallerin sürdürülebilir olması için yerel halk tarafından desteklenmeleri gerekmektedir. Turizm ve yerel halk ilişkisini, yerel halkın turizme yönelik algılarını inceleyen çalışmalar Butler’in turizm yaşam döngüsü modeli (1980), Ap’ın sosyal değişim teorisi, (1992), Doxey’in Irridex modeli (1976), Freeman’in paydaş teorisi (1984), yerel halkın turizmden elde ettikleri yararların turizmin gelişmesini desteklemeleri açısından önemli olduğunu, benzer şekilde Andereck vd. (2005) de

paydaşların turizme olan desteğinin turizmden elde ettikleri yararlar göre şekillendiğini belirtmektedirler. Sosyal değişim teorisi dikkate alındığında Mengen halkının festivale yönelik tutumlarının festivalden elde edilen yararlar ve katlanılan maliyetlere göre şekillendiği söylenebilir. Böylece Mengen halkının festivale yönelik desteklerinin elde ettikleri yararların fazla olması halinde olumlu olacağı ve festivalin gelişimini ve sürdürülebilirliğini destekleyecekleri görülmektedir. Festivalin yarattığı etkilerin olumsuz algılanması yani festival için katlanılan maliyetlerin yararlarından fazla olduğunun düşünülmesi halinde ise yerel halk festivali desteklemeyecektir. Bu bağlamda Mengen Aşçılık ve Turizm Festivalinin sürdürülebilirliği yerel halkın festivale yönelik olumlu tutumlarının gelişmesine ve desteklerine bağlıdır. Bu nedenle, Mengen halkının festivale yönelik tutumlarını dikkate almak zorunludur.

Araştırmanın temel amacı; Mengen halkının Uluslararası Mengen Aşçılık ve Turizm Festivaline yönelik sosyo-kültürel, ekonomik ve çevresel etkilerine yönelik algılarını belirlemektir. Mengen Uluslararası Mengen Aşçılık ve Turizm Festivalinin bölgede yarattığı etkilere yönelik istatistiki veriler bulunmamasına karşın yapılan gözlemler festivalin beklenen ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel etkiyi yaratmadığını göstermektedir.

### **3.2. ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ**

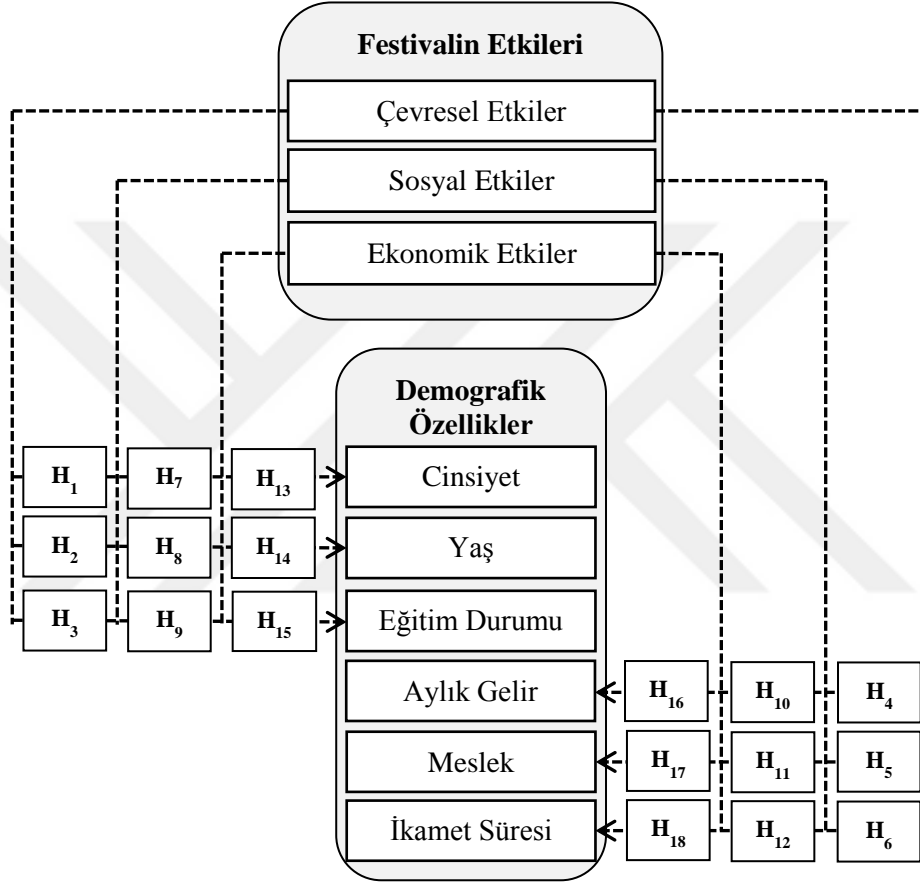
Bu bölümde, araştırmanın modeli, hipotezleri, evren ve örneklem seçimi, araştırma verilerinin toplanma yöntemi ve yapılan analizlere ilişkin tanımlayıcı bilgilere yer verilmiştir.

#### **3.2.1. Araştırmanın Modeli**

Bu araştırmada nicel araştırma türü kullanılmıştır. Nicel araştırmalar sayısal olarak ölçülebilen verilerin istatistiki yöntemlerle çözümlemeleri yoluyla sosyal olguların incelendiği ve bu olgular arasındaki neden-sonuç ilişkilerinin ortaya koyularak sosyal düzenin problemlerini ortaya koymayı amaçlayan araştırmalardır (Şavran, 2009: 79-80). Nicel araştırma yöntemlerinde önceden belirlenen hipotez ya da hipotezler test edilmektedir. Bu tür araştırmalarda, veri toplama yöntemi olarak anket, deney, tarama ve yapılandırılmış görüşme teknikleri kullanılmaktadır. Araştırmaya

başlamadan önce iyi bir planlama gereklidir. Yapılacak olan araştırmada hipotezler bulunuyorsa ve istatistiksel bir sonuç elde edilmek isteniyorsa bu metodoloji benimsenmelidir (Padem vd., 2012: 58).

Araştırmanın modeli Şekil 5’de sunulmuştur. Modelde, Mengen yerli halkının demografik özellikleri bağımsız değişkenler, Mengen Aşçılık ve Turizm Festivalinin yaratmış olduğu etkiler ise bağımlı değişkenler olarak belirlenmiştir.



**Şekil 5. Araştırmanın Modeli**

Mengen halkının Mengen Aşçılık ve Turizm Festivalinin yaratmış olduğu etkilere yönelik algılarını belirlemek amacıyla yapılan bu çalışma için belirlenen hipotezler aşağıda sunulmuştur:

- **H<sub>1</sub>**: Mengen Aşçılık ve Turizm Festivalinin yaratmış olduğu çevresel etkilere yönelik algıları, katılımcıların cinsiyetine göre farklılık göstermektedir.
- **H<sub>2</sub>**: Mengen Aşçılık ve Turizm Festivalinin yaratmış olduğu çevresel etkilere yönelik algıları, katılımcıların yaşlarına göre farklılık göstermektedir.

- **H<sub>3</sub>**: Mengen Aşçılık ve Turizm Festivalinin yaratmış olduğu çevresel etkilere yönelik algıları, katılımcıların eğitim durumlarına göre farklılık göstermektedir.
- **H<sub>4</sub>**: Mengen Aşçılık ve Turizm Festivalinin yaratmış olduğu çevresel etkilere yönelik algıları, katılımcıların aylık gelirlerine göre farklılık göstermektedir.
- **H<sub>5</sub>**: Mengen Aşçılık ve Turizm Festivalinin yaratmış olduğu çevresel etkilere yönelik algıları, katılımcıların mesleklerine göre farklılık göstermektedir.
- **H<sub>6</sub>**: Mengen Aşçılık ve Turizm Festivalinin yaratmış olduğu çevresel etkilere yönelik algıları, katılımcıların ikamet süresine göre farklılık göstermektedir.
- **H<sub>7</sub>**: Mengen Aşçılık ve Turizm Festivalinin yaratmış olduğu sosyal etkilere yönelik algıları, katılımcıların cinsiyetine göre farklılık göstermektedir.
- **H<sub>8</sub>**: Mengen Aşçılık ve Turizm Festivalinin yaratmış olduğu sosyal etkilere yönelik algıları, katılımcıların yaşlarına göre farklılık göstermektedir.
- **H<sub>9</sub>**: Mengen Aşçılık ve Turizm Festivalinin yaratmış olduğu sosyal etkilere yönelik algıları, katılımcıların eğitim durumlarına göre farklılık göstermektedir.
- **H<sub>10</sub>**: Mengen Aşçılık ve Turizm Festivalinin yaratmış olduğu sosyal etkilere yönelik algıları, katılımcıların aylık gelirlerine göre farklılık göstermektedir.
- **H<sub>11</sub>**: Mengen Aşçılık ve Turizm Festivalinin yaratmış olduğu sosyal etkilere yönelik algıları, katılımcıların mesleklerine göre farklılık göstermektedir.
- **H<sub>12</sub>**: Mengen Aşçılık ve Turizm Festivalinin yaratmış olduğu sosyal etkilere yönelik algıları, katılımcıların ikamet süresine göre farklılık göstermektedir.
- **H<sub>13</sub>**: Mengen Aşçılık ve Turizm Festivalinin yaratmış olduğu ekonomik etkilere yönelik algıları, katılımcıların cinsiyetine göre farklılık göstermektedir.
- **H<sub>14</sub>**: Mengen Aşçılık ve Turizm Festivalinin yaratmış olduğu ekonomik etkilere yönelik algıları, katılımcıların yaşlarına göre farklılık göstermektedir.
- **H<sub>15</sub>**: Mengen Aşçılık ve Turizm Festivalinin yaratmış olduğu ekonomik etkilere yönelik algıları, katılımcıların eğitim durumlarına göre farklılık göstermektedir.
- **H<sub>16</sub>**: Mengen Aşçılık ve Turizm Festivalinin yaratmış olduğu ekonomik etkilere yönelik algıları, katılımcıların aylık gelirlerine göre farklılık göstermektedir.
- **H<sub>17</sub>**: Mengen Aşçılık ve Turizm Festivalinin yaratmış olduğu ekonomik etkilere yönelik algıları, katılımcıların mesleklerine göre farklılık göstermektedir.

- **$H_{18}$** : Mengen Aşçılık ve Turizm Festivalinin yaratmış olduğu ekonomik etkilere yönelik algıları, katılımcıların ikamet süresine göre farklılık göstermektedir.

### 3.2.2. Evren ve Örneklem

Nicel çalışmalarda alan araştırmasına başlamadan önce evrenin açıkça tanımlanması ve sınırlarının doğru bir şekilde belirlenmesi gerekmektedir (Özmen, 1999: 26). Evren, üzerinde alan çalışması yapılarak sonuçları temsil etme kapasitesine sahip ve belirli bir tanıma uyan aynı cinsten kişilerin kurumların vb. tümüne verilen isimdir (İftar, 1999: 7). Evren, araştırmanın konusuna göre değişiklik göstermektedir (Padem vd., 2012: 63).

Bu çerçevede araştırmanın evreni, Mengen ilçesinde ikamet eden 13.940 kişiden oluşmaktadır. Evren hacminin çok geniş olması zaman ve maddi kısıtlardan dolayı çoğunlukla tam sayımı olanaksız hale getirmektedir. Bu durumda izlenmesi gereken en mantıklı yol, hedef kitlenin de içinde yer aldığı evreni yansıtan daha küçük bir gruptan veri toplamaktır (Şavran, 2012: 145). Böylece bu çalışmada da evrenden bir örneklem alınması yoluna gidilmiştir (İftar, 1999: 7).

Örneklem, evrendeki kişiler arasından seçilmiş olup evrenin tümünü temsil edebilecek kişi, aile, kurum vb. birimlerden oluşan daha küçük birimler olarak tanımlanabilir (Nakip, 2013: 263). Bu çalışmadaki örneklemin belirlenmesinde, zaman kısıtı nedeniyle olasılıksız örnekleme türlerinden biri olan gelişigüzel örneklem yöntemi kullanılmıştır. Gelişigüzel örnekleme seçim tekniği; araştırmacının, hiçbir ölçüt kullanmadan örnekleme seçmesi olarak ifade edilen çabuk ve ucuz veri elde etmeyi sağlayan bir örnekleme türüdür (Neuman, 2014: 320).

Örneklem sayısının belirlenmesinde ise Sekaran (2003: 294) ile Krejcie ve Morgan (1970: 608) tarafından önerilen örneklem büyüklüğü tablosundan yararlanılmıştır. Örneklem büyüklüğü tablosunda 0,95 güven aralığında ve  $\pm 0,05$  hata oranında, evren hacminin  $10.000 \geq$  olması durumunda örneklem büyüklüğünün 370 kişi olması gerektiği hesaplanmıştır. Bununla birlikte bu çalışmaya 411 kişi katılmıştır.

### 3.2.3. Veri Toplama Yöntemi

Bilimsel çalışmaların evren ve örneklemden sonraki en önemli aşaması doğru veri ve bilgilerin toplanması aşamasıdır. Toplumsal olgu ve olaylara ilişkin doğru veri ve bilgilerin elde edileceği temel kaynak insandır. İnsanlardan doğrudan bilgi alma yöntemlerinden biri de yüz yüze anket tekniğidir (Odabaşı, 1999: 81). Anket, araştırmanın konusu çerçevesinde şekillenmiş ve örneklemden doğru bilgileri elde etmek amacıyla tasarlanmış veri formlarıdır (Nakip, 2013: 173).

Çalışmada yüz yüze anket tekniği ve kısa sürede daha çok sayıda ankete ulaşabilmek için topla bırak yöntemi birlikte kullanılmıştır. Zira katılımcıların daha doğru biçimde cevaplayabilmeleri için bu araştırma, 32. Mengen Aşçılık ve Turizm Festivalinin gerçekleştirildiği 12-13 Ağustos 2017 tarihleri arasında yürütülmüştür.

Araştırmada kullanılan ölçek Güneş'in (2014) çalışmasından alınmış olup anket formu iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, araştırmaya katılan kişilerin demografik özelliklerinin belirlenmesi için (cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim durumu, aylık gelir, meslek ve ikamet süresi) katılımcılara 7 soru sorulmuştur. Anketin ikinci bölümünde ise katılımcılardan 6 boyut (olumlu-olumsuz çevresel etkiler, olumlu-olumsuz sosyal etkiler ve olumlu-olumsuz ekonomik etkiler) ve toplam 24 ifadeden oluşan önermeleri değerlendirmeleri istenmiştir. Ölçekte yer alan ifadelerin değerlendirilmesinde 5'li Likert tipi (1=Kesinlikle Katılmıyorum ve 5=Kesinlikle Katılıyorum" ölçek kullanılmıştır. Çalışmada kullanılan Anket Formu EK 1'de sunulmuştur.

### 3.2.4. Araştırma Verilerinin Analizi

Araştırmadan elde edilen verilerin analizi için SPSS 20 istatistik paket programı kullanılmıştır. Araştırmada öncelikle, ölçek boyutlarının tespiti için açıklayıcı faktör analizi yapılmış ve güvenilirlik değerleri hesaplanmıştır. Açıklayıcı faktör analizi araştırmacının değişkenler arasındaki ilişkiler hakkında tam bir bilgiye sahip olmadığı durumlarda, bu ilişkilerin belirlenip açıklanmasını ifade eden bir analiz türüdür (Padem vd., 2012: 193).

Açıklayıcı faktör analizinde iki temel değer vardır. Bu değerlerden ilki olan Bartlett değeri; alan çalışması sonucu elde edilen verilerin faktör analizine

uygunluğunu gösteren bir değerdir. Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değeri ise, örnekleme dâhil edilen kişilerin yeterliliğini gösteren bir değerdir. İstatiksel olarak KMO değerinin 0.50'den düşük olması durumunda, faktör analizine devam edilemeyeceği ifade edilmektedir (Kaya, 2013: 180).

Güvenirlilik ise, araştırmada kullanılan ölçeğin farklı ölçümlerde kullanıldığında benzer bulguların elde edildiğini tespit etmeye yarayan bir değerdir (Şavran, 2012: 69). Alfa katsayısından hareketle ölçeğin güvenilirliği, “ $0,00 \leq \alpha < 0,40$  için güvenilir değildir,  $0,40 \leq \alpha < 0,60$  için güvenilirlik düşüktür,  $0,60 \leq \alpha < 0,80$  için oldukça güvenilir ve  $0,80 \leq \alpha < 1,00$  için güvenilirlik yüksektir” biçiminde yorumlanmıştır (Kalaycı, 2010: 405).

Araştırmaya katılan kişilerin demografik özelliklerinin ve ölçek ifadelerine katılım düzeylerinin tespiti için tanımlayıcı analizler kullanılmıştır. Yerli halkın ölçek ifadelerine katılım oranları “1.00-1.80 = kesinlikle katılmıyorum, 1.81-2.60 = katılmıyorum, 2.61-3.40 = kararsızım, 3.41-4.20 = katılıyorum ve 4.21-5.00 = kesinlikle katılıyorum” biçiminde yorumlanmıştır (Özdamar, 2001: 145).

Analizlerin üçüncü aşamasında, Mergen festivalinin yaratmış olduğu etkilerin katılımcıların demografik özelliklerine göre farklılık gösterip göstermediği incelenmiştir. Ancak, farklılık analizleri yapılmadan önce ölçek ifadelerine ilişkin cevapların basıklık (Kurtosis) ve çarpıklık (Skewness) değerleri analiz edilmiştir. Sonuçların, parametrik testlerin uygulanabilirliğini desteklediği görülmüştür. Bu çerçevede bağımsız iki grup arasında anlamlı bir farklılığın olup olmadığını belirlemek için t-Testinden (independent sample t test) ve ikiden çok bağımsız değişken arasındaki anlamlı farklılığı belirlemek için ise One-Way ANOVA testinden yararlanılmıştır (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004: 172-186).

### **3.2.5. Araştırmanın Sınırlılıkları**

Araştırmanın Mergen Aşçılık ve Turizm Festivali süresince yani iki gün ile sınırlı olması çalışmanın 411 kişiyle sınırlı kalmasına neden olmuştur. Zaman ve maliyet etkenlerinden dolayı veri toplama aracı olarak yüz yüze ve topla bırak yöntemleri kullanılmıştır.



### **3.3. ARAŞTIRMANIN BULGULARI**

Araştırmanın bu kısmında, Mengen halkının Mengen Açıcılık ve Turizm Festivalinin yarattığı etkilere yönelik algılarını belirlemek amacıyla yapılan ampirik çalışmadan elde edilen veriler sunulmuş ve yorumlanmıştır.

#### **3.3.1. Açıklayıcı Faktör Analizine Yönelik Bulgular**

Araştırmada kullanılan ölçeğin yapısal olarak geçerli olup olmadığını test etmek amacıyla yapılan faktör analizi sonuçları ve güvenilir olup olmadığını gösteren Cronbach's Alpha değerleri Tablo 6'da sunulmuştur.



**Tablo 6. Faktör Analizine İlişkin Bulgular**

İfadeler	1.Çevre Olumlu	2.Ekonomik Olumlu	3.Sosyal Olumsuz	4. Sosyal Olumlu	5. Çevre Olumsuz	6. Ekonomik Olumsuz
S19	,812					
S18	,780					
S17	,745					
S20	,723					
S11		,808				
S10		,773				
S12		,646				
S13		,557				
S9		,549				
S6			,852			
S7			,801			
S5			,733			
S8			,719			
S2				,858		
S1				,847		
S3				,773		
S4				,528		
S22					,800	
S21					,770	
S24					,758	
S23					,578	
S16						,757
S15						,713
S14						,648
<b>Özdeğerler</b>	<b>6,159</b>	<b>3,377</b>	<b>2,160</b>	<b>1,451</b>	<b>1,309</b>	<b>1,017</b>
<b>Varyans Açıklama Oranı</b>	<b>25,664</b>	<b>14,072</b>	<b>8,999</b>	<b>6,045</b>	<b>5,454</b>	<b>4,237</b>
<b>Toplam Varyans Açıklama Oranı</b>				<b>64,471</b>		
<b>Alt Boyut Güvenilirliği</b>	<b>0,838</b>	<b>0,791</b>	<b>0,813</b>	<b>0,842</b>	<b>0,770</b>	<b>0,625</b>
<b>Genel Güvenilirlik</b>		<b>0,736</b>				

Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)=0,852

Bartlett testi: $\chi^2=4193,561$ ;  $p=0,000$

Açıklayıcı faktör analizi sonuçları, Kaiser-Meyer-Olkin değerinin (KMO=0,852) ve Bartlett ( $\chi^2 =4193,044$ ;  $p<0,000$ ) değerinin faktör analizi için uygulanabilir olduğunu göstermektedir. Tablo 9’de görüldüğü üzere; Mengen festivalinin etkilerini ölçen ölçeğin, toplam varyansın %64,471’ini açıkladığı ve özdeğeri 1’in üzerinde olan toplam 6 faktörden oluştuğu görülmektedir. Festivalin etkilerini ortaya koyan ifadelerin faktör yükleri, ifadelerin yapısal olarak geçerli olduğunu göstermektedir. Nitekim literatürde, belli bir olguyu ölçen ölçek ifadelerinin yük değerinin 0,35 ya da daha fazla olmasının, ölçeğin kullanılabilirliği için yeterli olduğu belirtilmiştir (Büyüköztürk, 2007). Ayrıca festivalinin etkilerini ölçen ölçeğin

güvenirlilik katsayısı (Cronbach's Alpha  $\alpha=0,736$ ) kabul edilebilir düzeyde çıkmıştır. Bu sonucun  $\alpha=0,70$ 'in üzerinde olması, kullanılan ölçeğin yüksek güvenirlikte olduğuna işaret etmektedir (Kayış, 2010: 405)

Toplam varyansın %25,664'ünü açıklayan birinci faktör "olumlu çevresel etkiler" olarak isimlendirilmiştir. Bu boyut; festivalin doğal çevreyi korumayı desteklediği, çevre kalitesini iyileştirdiği ve çevresel bilinci arttırdığı, tarihi binaların ve yapıların korunmasını teşvik ettiği ifadelerinden oluşmaktadır.

İkinci faktör toplam varyansın %14,072'sini açıklamakta olup bu boyut "olumlu ekonomik etkiler" olarak isimlendirilmiştir. Bu boyut; festivalin yerel ekonomiyi desteklediğine, yeni iş imkânları ve gelir yarattığına, bölgeye yeni yatırımların yapılmasını, geleneksel ürünlerin üretimini teşvik ettiğine ilişkin ifadelerden oluşmaktadır.

Toplam varyansın %8,999'unu açıklayan üçüncü faktör "olumsuz sosyal etkiler" olarak isimlendirilmiştir. Bu boyut; festivalin, kültürel değerlere zarar verdiğine, yerel halkın turistik çekiciliklere ulaşımını zorlaştırdığına, bölgede fuhuş, uyuşturucu ve suç oranlarının artmasına neden olduğuna yönelik ifadelerden meydana gelmektedir.

Dördüncü faktör toplam varyansın %6,045'ini açıklamakta olup "olumlu sosyal etkiler" olarak isimlendirilmiştir. Bu boyut; festivalin, yerel halkın kültürel gelişimine, kültürel faaliyetlerin artmasına olan etkisi, bölge halkının yaşam kalitesini olan katkısı ve yerel halkın serbest zamanlarını eğlence vb. etkinliklerle değerlendirmelerine ilişkin ifadelerden oluşmaktadır.

Beşinci faktör toplam varyansın %5,454'ünü açıklamakta olup "olumsuz çevresel etkiler" olarak isimlendirilmiştir. Bu boyut; festivalin, doğal çevreyi olumsuz etkileyerek çevre kirliliğine ve çarpık kentleşmeye, bölgede kalabalıklaşmanın, gürültü kirliliğinin, trafik sıkışıklığının artmasına neden olduğu gibi katılımcıların doğal çevrenin bozulmasına yönelik gibi algılarından oluşmaktadır.

Toplam varyansın %4,237'sini açıklayan altıncı faktör "olumsuz ekonomik etkiler" olarak isimlendirilmiştir. Bu boyut; festivalin yöredeki ürün ve hizmet fiyatlarını, bölgedeki hayat pahalılığını artırması ve yerli halkta gelir eşitsizliğine neden olması gibi algılar ile ilgilidir.

### 3.3.2. Tanımlayıcı Bilgilere Yönelik Bulgular

Araştırmanın bu kısmında, alan çalışmasına katılan Mengen halkının demografik özelliklerine ve ölçek ifadelerine ilişkin tanımlayıcı bulgulara yer verilmiştir. Tablo 7’de araştırmaya katılan yerli halkın demografik özelliklerine yönelik bilgilerin dağılımı verilmiştir.

**Tablo 7. Katılımcıların Tanımlayıcı Bilgileri**

<b>Cinsiyet</b>	<b>f</b>	<b>%</b>	<b>Eğitim Durumu</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
Kadın	172	41,8	İlk ve Ortaokul	40	9,7
Erkek	239	58,2	Lise ve Dengi	143	34,8
<b>Yaş</b>	<b>f</b>	<b>%</b>	Üniversite	199	48,4
25 Yaş ve Altı	153	37,2	Lisansüstü	29	7,1
26-35 Yaş	145	35,3	<b>Aylık Gelir</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
36-45 Yaş	74	18,0	1500 TL ve Altı	138	33,6
46 Yaş ve Üstü	39	9,5	1501-2000 TL	50	12,2
<b>Meslek</b>	<b>f</b>	<b>%</b>	2001-2500 TL	41	10,0
İşçi	97	23,6	2501-3000 TL	46	11,2
Profesyonel İşler (doktor, mühendis, avukat vb.)	75	18,2	3001-3500 TL	49	11,9
Memur	77	18,7	3501 TL ve Üstü	87	21,2
Serbest Meslek	39	9,5	<b>İkamet Süresi</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
Emekli	10	2,4	1 Yılden Az	127	30,9
Öğrenci	93	22,6	1-5 Yıl	71	17,3
Ev Hanımı	20	4,9	6-10 Yıl	45	10,9
<b>Genel Toplam</b>	<b>411</b>	<b>100</b>	11 Yıl ve Üstü	168	40,9

Araştırmaya katılan kişilerin, %41,8’i kadın ve %58,2’si ise erkektir. Katılımcıların yaş grupları incelendiğinde %37,2’sinin 25 yaş ve altında, %35,3’ünün 26-35 yaşları arasında, %18’inin 36-45 yaşları arasında, %9,5’inin 46 yaş ve üstünde olduğu görülmektedir.. Katılımcıların %9,7’si ilk ve ortaokul, %34,8’i lise ve dengi, %48,4’ü üniversite ve %7,1 lisansüstü derecesine sahiptir. Bu durumda katılımcıların yarıdan fazlasının erkek olduğu, ağırlıklı olarak genç ve orta yaşlı insanlardan oluştuğu ve yarisından fazlasının üniversite derecesine sahip olduğu görülmektedir.

Katılımcıların meslekleri incelendiğinde, %23,6’sının işçi, %22,6’sının öğrenci, %18,7’sinin memur, %9,5’inin serbest meslek, %2,4’ünün emekli, %4,9’unun ev hanımı %18,2’sinin profesyonel meslekler yaptıkları görülmektedir. Katılımcıların gelir durumları incelendiğinde %33,6’sının 1500 TL ve altı, %12,2’sinin 1501-2000 TL, %10’unun 2001-2500 TL, %11,2’sinin 2501-3000 TL, %11,9’unun 3001-3500 TL

ve %21,2'sinin 3501 TL ve üzerinde aylık gelire sahip oldukları belirlenmiştir. Ayrıca araştırmaya katılanların %30,9'unun 1 yıldan az, %17,3'ünün 1-5 yıl, %10,9'un 6-10 yıl ve %40,9'unun 11 yıl üzerinde süredir Mengen'de ikamet ettikleri görülmektedir.

Bu durum katılımcıların yaklaşık dörtte birinin işçi, dörtte birinin öğrenci, beşte birinin memur ve profesyonel meslek mensupları olduğunu göstermektedir. Katılımcılar üçte birinin gelir düzeyi 1500 TL ve altındadır. Bu grup muhtemelen öğrenci, emekli ve ev hanımı gibi çalışmayan gruptan oluşmaktadır. Katılımcıların beşte biri ise 3500 TL'nin üzerinde gelir elde etmektedir. Bu grup da muhtemelen profesyonel meslekler yürüten kişilerden oluşmaktadır. Katılımcıların yaklaşık yarısı 6 yıldan uzun süredir Mengen'de yaşamaktadırlar.

### **3.3.3. Festivalin Çevresel Etkilerine Yönelik Bulgular**

Araştırmanın bu kısmında, Mengen halkının festivalin olumlu ve olumsuz çevresel etkilerine ilişkin algılarının tanımlayıcı bilgilere göre dağılımı incelenmiştir. Tablo 8, katılımcıların festivalin olumlu ve olumsuz çevresel etkilerine ilişkin algılarını göstermektedir. Analiz yapılırken, olumsuz algılarla ilgili doğru sonuçlara ulaşabilmek için Festivalin yaratmış olduğu olumsuz çevresel (21, 22, 23, 24) etkileri ölçen ifadeler ters kodlanmıştır.

**Tablo 8. Katılımcıların Festivalin Çevresel Etkilerine İlişkin Algıları**

Sorular		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	Toplam	$\bar{x}$	SD
S17	f	46	58	92	120	95	411	3,389	1,287
	%	11,2	14,1	22,4	29,2	23,1	100		
S18	f	41	44	83	132	111	411	3,554	1,266
	%	10,0	10,7	20,2	32,1	27,0	100		
S19	f	48	57	92	110	104	411	3,401	1,314
	%	11,7	13,9	22,4	26,8	25,3	100		
S20	f	62	79	109	86	75	411	3,080	1,316
	%	15,1	19,2	26,5	20,9	18,2	100		
S21	f	98	91	70	65	87	411	2,882	1,473
	%	23,8	22,1	17,0	15,8	21,2	100		
S22	f	60	88	81	67	115	411	3,216	1,427
	%	14,6	21,4	19,7	16,3	28,0	100		
S23	f	27	28	78	95	183	411	3,922	1,223
	%	6,6	6,8	19,0	23,1	44,5	100		
S24	f	102	91	55	66	97	411	2,918	1,522
	%	24,8	22,1	13,4	16,1	23,6	100		

S17 Mengen Aşçılık ve Turizm Festivali, doğal çevrenin korunmasını ve gelişimini desteklemektedir  
S18 Mengen Aşçılık ve Turizm Festivali, gelecek nesiller için çevre kalitesinin iyileştirilmesine katkıda bulunmaktadır  
S19 Mengen Aşçılık ve Turizm Festivali, çevre bilincinin artmasını sağlamaktadır.  
S20 Mengen Aşçılık ve Turizm Festivali, tarihi bina ve yapıların korunmasını teşvik etmektedir  
S21 Mengen Aşçılık ve Turizm Festivali için gelen ziyaretçiler, çevre kirliliğine (toprak, hava, su) neden olmaktadır.  
S22 Mengen Aşçılık ve Turizm Festivali için gelen ziyaretçiler, doğayı (bitkiler, hayvanlar, ekosistem) olumsuz etkilemektedir  
S23 Mengen Aşçılık ve Turizm Festivalinin yarattığı turizm hareketi (göç) çarpık kentleşmeye neden olmaktadır.  
S24 Mengen Aşçılık ve Turizm Festivali, yörede kalabalıklaşma, gürültü kirliliği, trafik sıkışıklığı gibi problemler yaratmaktadır.

Mengen halkı, Mengen Aşçılık ve Turizm Festivalinin doğal çevreyi koruduğunu ve gelişimine katkı sağladığını ( $\bar{x}=3,38$ ), gelecek nesillerin daha sağlıklı bir ortamda yaşaması için çevre kalitesini iyileştirmeye yardımcı olduğunu ( $\bar{x}=3,55$ ) ve festivalin çevre bilincini arttırdığını ( $\bar{x}=3,40$ ) düşünmektedirler. Ayrıca, festivalin yarattığı turizm hareketi (göç) bölgede çarpık kentleşmeye ( $\bar{x}=3,92$ ) neden olmamaktadır. Ancak, katılımcılar, festivalin tarihi binalar ve yapıların korunmasını yeterince teşvik etmediğine ( $\bar{x}=3,08$ ) inanmaktadırlar. Bununla birlikte, araştırmaya

katılanlara göre festival için bölgeye gelen ziyaretçiler, az da olsa çevre kirliliği (toprak, hava, su) ( $\bar{x}=2,88$ ) yaratmakta, doğaya (bitkiler, hayvanlar, ekosistem) zarar vermekte ( $\bar{x}=3,21$ ) ve yöredeki kalabalığı, gürültü kirliliğini ve trafik sıkışıklığını ( $\bar{x}=2,91$ ) arttırmaktadırlar.

Tablo 9, cinsiyete göre katılımcıların festivalinin yaratmış olduğu olumlu ve olumsuz çevresel etkilere ilişkin algılarını göstermektedir.

**Tablo 9. Cinsiyete Göre Katılımcıların Festivalin Çevresel Etkilerine İlişkin Algıları**

Cinsiyet		N	$\bar{X}$	SD	t	P
Çevrenin Olumlu Etkileri	1. Kadın	172	3,500	1,050	2,333	0,020*
	2. Erkek	239	3,253	1,063		
Çevrenin Olumsuz Etkileri	1. Kadın	172	3,551	1,109	1,861	0,063
	2. Erkek	239	3,149	1,069		
Genel Çevresel Etkiler	1. Kadın	172	3,425	0,892	2,591	0,010*
	2. Erkek	239	3,201	0,847		
TOPLAM		411				

Festivalinin yaratmış olduğu olumlu çevresel etkiler ( $t = 2,333$ ,  $p = 0,020$ ) ve genel çevresel etkilerle ( $t = 2,591$ ,  $p = 0,010$ ) ilgili algıları, katılımcıların cinsiyetlerine göre anlamlı farklılık göstermektedir. Araştırmaya katılan kadınların festivalin çevresel etkileri ve olumlu çevresel etkileri konusunda erkek katılımcılara göre daha olumlu düşündükleri ortaya çıkmıştır. Bununla birlikte, festivalin yarattığı olumsuz çevre etkiler konusunda cinsiyete göre anlamlı bir farklılık ( $t = 1,861$ ,  $p = 0,063$ ) bulunmamaktadır. Bu durum kadınların olumlu çevresel etkileri daha çok algıladıklarını göstermektedir. Ancak, Kömürcü (2013) Bozcaada yerel tatlar festivali üzerine yaptığı çalışmada, festivalin olumsuz çevresel etkileri konusunda kadın ve erkeklerin benzer algıya sahip olduklarını ortaya çıkarmıştır. Böylece, “**H<sub>1</sub>**: Mengen Aşçılık ve Turizm Festivalinin yaratmış olduğu çevresel etkilere yönelik algıları, katılımcıların cinsiyetine göre farklılık göstermektedir” hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 10, yaşına göre katılımcıların festivalinin yaratmış olduğu olumlu ve olumsuz çevresel etkilere ilişkin algılarını göstermektedir.

**Tablo 10. Yaşlarına Göre Katılımcıların Festivalin Çevresel Etkilerine İlişkin Algıları**

	Yaş	N	$\bar{X}$	SD	F	P	Tukey
Çevrenin Olumlu Etkileri	1. 25 Yaş ve Altı	153	3,406	1,093	2,237	0,083	
	2. 26-35 Yaş	145	3,184	1,082			
	3. 36-45 Yaş	74	3,476	0,958			
	4. 46 Yaş ve Üstü	39	3,570	1,014			
Çevrenin Olumsuz Etkileri	1. 25 Yaş ve Altı	153	2,973	1,055	4,862	0,002*	2>1
	2. 26-35 Yaş	145	3,377	1,045			3>2
	3. 36-45 Yaş	74	3,439	1,087			
	4. 46 Yaş ve Üstü	39	3,333	1,225			
Genel Çevresel Etkiler	1. 25 Yaş ve Altı	153	3,190	0,855	2,041	0,108	
	2. 26-35 Yaş	145	3,281	0,897			
	3. 36-45 Yaş	74	3,457	0,818			
	4. 46 Yaş ve Üstü	39	3,451	0,908			
<b>TOPLAM</b>		<b>411</b>					

Katılımcıların yaşları itibariyle festivalin yarattığı çevresel etkilere ( $F = 2,041$ ,  $p = 0,108$ ) ve olumlu çevresel etkilere ( $F = 2,237$ ,  $p = 0,083$ ) ilişkin algıları arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Bununla birlikte katılımcıların yaş gruplarına göre, Festivalin yaratmış olduğu olumsuz çevresel etkilere ( $F = 4,862$ ,  $p = 0,002$ ) yönelik algıların anlamlı farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Yapılan Tukey testi sonucunda, 26-35 yaş arasında olan katılımcıların 25 yaş ve altında olan kişilere, 36-45 yaş arasında olan kişilerin ise 26-35 yaş grubundaki kişilere göre daha olumlu algılara sahip oldukları saptanmıştır. Bu durum yerli halkın yaşları arttıkça olumsuz çevresel sorunları daha az algıladıklarını göstermektedir. Bu bulgu ilgili literatürden elde edilen bulgular ile örtüşmemektedir. Kömürcü (2013)'nün çalışması, festivallerin etkilerine yönelik algıların yaş grupları itibariyle farklılık gösterdiğini, yaşları nispeten daha küçük olanların olumsuz çevre etkilerini diğerlerine göre daha düşük düzeyde algıladıklarını ortaya koymaktadır. Bu sonuca göre, " $H_2$ : Mengen Aşçılık ve Turizm Festivalinin yaratmış olduğu çevresel etkilere yönelik algılar, katılımcıların yaşlarına göre farklılık göstermektedir" hipotezinin kabul edilmediği söylenebilir.

Katılımcıların eğitim durumu itibariyle, festivalinin yaratmış olduğu olumlu, olumsuz ve genel çevresel etkilere yönelik algıları Tablo11'de verilmektedir.



**Tablo 11. Eğitim Durumuna Göre Katılımcıların Festivalin Çevresel Etkilerine İlişkin Algıları**

Eğitim Durum	N	$\bar{X}$	SD	F	P	Tukey	
Olumlu Çevre Etkileri	1. İlk ve Ortaokul	40	3,287	0,981	0,867	0,458	
	2. Lise ve Dengi	143	3,470	0,963			
	3. Üniversite	199	3,305	1,087			
	4. Lisansüstü	29	3,241	1,436			
Olumsuz Çevre Etkileri	1. İlk ve Ortaokul	40	2,787	0,991	4,268	0,006*	3,4>1
	2. Lise ve Dengi	143	3,136	1,033			
	3. Üniversite	199	3,348	1,114			
	4. Lisansüstü	29	3,551	1,138			
Genel Çevresel Etkiler	1. İlk ve Ortaokul	40	3,037	0,727	1,388	0,246	
	2. Lise ve Dengi	143	3,303	0,773			
	3. Üniversite	199	3,326	0,932			
	4. Lisansüstü	29	3,396	1,053			
<b>TOPLAM</b>	<b>411</b>						

Tablo 11 incelendiğinde; katılımcıların festivalin yarattığı çevresel etkilere ( $F = 1,388$ ,  $p = 0,246$ ) ve olumlu çevresel etkilere ( $F = 0,867$ ,  $p = 0,458$ ) algıları arasında eğitim durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermediği görülmektedir. Ancak, katılımcıların eğitim durumuna göre festivalin yarattığı olumsuz çevresel etkiler ( $F = 4,268$   $p = 0,006$ ) konusunda anlamlı bir farklılık saptanmıştır. Tukey testi sonucu, ilk ve ortaokul mezunu olan kişilerin, festivalin bölgede olumsuz çevresel etkiler yarattığı konusunda, üniversite ve lisansüstü mezunlarına göre daha olumsuz algıya sahip olduklarını göstermektedir. Başka bir ifade ile ilk ve ortaokul mezunu olan kişiler, Mengen Aşçılık ve Turizm Festivalinin yörede çevresel sorunlara neden olduğunu düşünmektedirler. Bu durum, eğitim düzeyi arttıkça algılanan çevresel sorunların azaldığını göstermektedir. Bu kapsamda “ $H_3$ : Mengen Aşçılık ve Turizm Festivalinin yaratmış olduğu çevresel etkilere yönelik algılar, katılımcıların eğitim durumlarına göre farklılık göstermektedir” hipotezi kabul edilmemiştir.

Katılımcıların aylık gelir durumlarına göre Mengen Aşçılık ve Turizm Festivalinin yaratmış olduğu olumlu ve olumsuz çevresel etkilere yönelik algıları, Tablo 12’de sunulmuştur.

**Tablo 12. Aylık Gelir Durumuna Göre Katılımcıların Festivalin Çevresel Etkilerine İlişkin Algıları**

	Aylık Gelir	N	$\bar{X}$	SD	F	P	Tukey
<b>Olumlu Çevre Etkileri</b>	1. 1500 TL ve Altı	138	3,469	1,027	2,863	<b>0,015*</b>	<b>3&gt;6</b>
	2. 1501-2000 TL	50	3,175	0,975			
	3. 2001-2500 TL	41	3,701	0,978			
	4. 2501-3000 TL	46	3,472	0,922			
	5. 3001-3500 TL	49	3,326	1,274			
	6. 3501 TL ve Üstü	87	3,074	1,091			
<b>Olumsuz Çevre Etkileri</b>	1. 1500 TL ve Altı	138	3,260	0,862	2,201	0,053	
	2. 1501-2000 TL	50	3,152	0,757			
	3. 2001-2500 TL	41	3,417	0,774			
	4. 2501-3000 TL	46	3,570	0,840			
	5. 3001-3500 TL	49	3,441	1,021			
	6. 3501 TL ve Üstü	87	3,146	0,888			
<b>Genel Çevresel Etkiler</b>	1. 1500 TL ve Altı	138	3,052	1,057	3,340	<b>0,006*</b>	<b>1&gt;4</b>
	2. 1501-2000 TL	50	3,130	0,999			
	3. 2001-2500 TL	41	3,134	1,113			
	4. 2501-3000 TL	46	3,668	1,089			
	5. 3001-3500 TL	49	3,556	1,167			
	6. 3501 TL ve Üstü	87	3,218	1,062			
<b>TOPLAM</b>		<b>411</b>					

Araştırmaya katılan kişilerin aylık gelir durumuna göre festivalin yarattığı çevresel etkilere ( $F = 3,340$   $p = 0,006$ ) ve olumlu çevresel etkilere ( $F = 2,863$ ,  $p = 0,015$ ) yönelik algıları arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Tukey testi sonucuna göre; aylık geliri 2001-2500 TL olan katılımcıların, 3501 TL ve üzerinde geliri olanlara göre festivalin olumlu çevresel etkilerini daha çok algıladıkları söylenebilir. Bunun yanı sıra gelirleri 1501 TL ve altında olan katılımcılar festivalin yarattığı çevresel etkileri 2501-3000 TL geliri olanlara göre daha fazla algılamaktadırlar. Bu durumda “ $H_4$ : Mengen Aşçılık ve Turizm Festivalinin yaratmış olduğu çevresel etkilere yönelik algılar, katılımcıların aylık gelir durumlarına göre farklılık göstermektedir” hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 13’de araştırmaya katılan kişilerin mesleklerine göre, festivalin yaratmış olduğu olumlu ve olumsuz çevresel etkilerin anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğine yönelik bulgular sunulmuştur.

**Tablo 13. Mesleklerine Göre Katılımcıların Festivalin Çevresel Etkilerine İlişkin Algıları**

	Meslek	N	$\bar{X}$	SD	F	P	Tukey
<b>Olumlu Çevre Etkileri</b>	1. İşçi	97	3,314	0,985	1,742	0,110	
	2. Profesyonel İşler	75	3,300	1,138			
	3. Memur	77	3,389	1,151			
	4. Serbest Meslek	39	2,955	0,957			
	5. Emekli	10	3,650	0,747			
	6. Öğrenci	93	3,564	1,041			
	7. Ev Hanımı	20	3,312	1,093			
<b>Olumsuz Çevre Etkileri</b>	1. İşçi	97	2,994	1,099	2,425	0,026*	2,3,5,7<1
	2. Profesyonel İşler	75	3,460	1,099			
	3. Memur	77	3,412	1,130			
	4. Serbest Meslek	39	3,064	1,023			
	5. Emekli	10	3,700	1,052			
	6. Öğrenci	93	3,131	1,037			
	7. Ev Hanımı	20	3,437	0,983			
<b>Genel Çevresel Etkiler</b>	1. İşçi	97	3,154	0,801	1,846	0,089	
	2. Profesyonel İşler	75	3,380	0,984			
	3. Memur	77	3,401	0,866			
	4. Serbest Meslek	39	3,009	0,743			
	5. Emekli	10	3,675	0,819			
	6. Öğrenci	93	3,348	0,879			
	7. Ev Hanımı	20	3,375	0,892			
<b>TOPLAM</b>		<b>411</b>					

Tablo 13 incelendiğinde; katılımcıların festivalin yarattığı çevresel etkilere ( $F = 1,864$ ,  $p = 0,089$ ) ve olumlu çevresel etkilere ( $F = 1,742$ ,  $p = 0,110$ ) yönelik algıları arasında mesleklerine göre anlamlı bir farklılık göstermediği görülmektedir. Ancak, katılımcıların mesleklerine göre festivalin yarattığı olumsuz çevresel etkiler ( $F = 4,268$   $p = 0,006$ ) konusunda anlamlı bir farklılık saptanmıştır. Tukey testi sonucuna göre; mesleği işçi olanlar profesyonel işler, memur, emekli ve ev hanımı olanlara göre, festivalin yarattığı olumsuz çevresel etkileri daha çok algılamaktadırlar. Başka bir ifadeyle, mesleği işçi olan kişiler, Mengen Aşçılık ve Turizm Festivalinin yöreye daha olumsuz çevresel etkilerinin olduğunu düşünmektedirler. Dolayısıyla “ $H_5$ : Mengen Aşçılık ve Turizm Festivalinin yaratmış olduğu çevresel etkilere yönelik algılar, katılımcıların mesleklerine göre farklılık göstermektedir” hipotezi kabul edilmemiştir.

Tablo 14’de katılımcıların bölgedeki ikamet sürelerine göre festivalin yaratmış olduğu olumlu ve olumsuz çevresel etkilere ilişkin algıları arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığına yönelik bulgular verilmiştir.

**Tablo 14. İkamet Süresine Göre Katılımcıların Festivalin Çevresel Etkilerine İlişkin Algıları**

İkamet Süresi		N	$\bar{X}$	SD	F	P
Olumlu Çevre Etkileri	1. 1 Yıldan Az	127	3,395	1,063	1,337	0,262
	2. 1-5 Yıl	71	3,197	0,990		
	3. 6-10 Yıl	45	3,183	1,004		
	4. 11 Yıl ve Üstü	168	3,440	1,104		
Olumsuz Çevre Etkileri	1. 1 Yıldan Az	127	3,267	1,164	0,071	0,975
	2. 1-5 Yıl	71	3,235	1,136		
	3. 6-10 Yıl	45	3,233	0,981		
	4. 11 Yıl ve Üstü	168	3,208	1,046		
Genel Çevresel Etkileri	1. 1 Yıldan Az	127	3,331	0,926	0,476	0,699
	2. 1-5 Yıl	71	3,216	0,825		
	3. 6-10 Yıl	45	3,208	0,839		
	4. 11 Yıl ve Üstü	168	3,324	0,862		
<b>TOPLAM</b>		<b>411</b>				

Katılımcıların bölgedeki ikamet sürelerine göre festivalinin olumlu ( $F = 1,337$ ,  $p = 0,262$ ), olumsuz ( $F = 0,071$   $p = 0,975$ ) ve genel çevresel ( $F = 0,476$ ,  $p = 0,699$ ) etkilerine ilişkin algıları arasında bir farklılık bulunamamıştır. Bu kapsamda “ $H_0$ : Mengen Aşçılık ve Turizm Festivalinin yaratmış olduğu çevresel etkilere yönelik algıları, katılımcıların ikamet sürelerine göre farklılık göstermektedir” hipotezi kabul edilmemiştir.

### 3.3.4. Festivalin Sosyal Etkilerine Yönelik Bulgular

Araştırmanın bu kısmında, halkın Mengen Aşçılık ve Turizm Festivalinin yaratmış olduğu olumlu ve olumsuz sosyal etkilere ilişkin algıları ile bu algıların demografik değişkenlere göre farklılık gösterip göstermediği incelenmiştir. Tablo 15 katılımcıların Mengen Aşçılık ve Turizm Festivalinin yarattığı olumlu ve olumsuz sosyal etkilerine yönelik algılarını göstermektedir. Analiz yapılırken, olumsuz algılarla ilgili doğru sonuçlara ulaşabilmek için festivalin yaratmış olduğu olumsuz sosyal (ifade 5, 6, 7, 8) etkileri ölçen ifadeler ters kodlanmıştır.

**Tablo 15. Katılımcıların Festivalin Sosyal Etkilerine Yönelik Algıları**

Sorular		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	Toplam	$\bar{x}$	SD
S1	f	23	16	43	105	224	411	4,194	1,128
	%	5,6	3,9	10,5	25,5	54,5	100		
S2	f	21	15	65	112	198	411	4,097	1,113
	%	5,1	3,6	15,8	27,3	48,2	100		
S3	f	33	31	79	122	146	411	3,771	1,234
	%	8,0	7,5	19,2	29,7	35,5	100		
S4	f	17	26	33	128	207	411	4,172	1,087
	%	4,1	6,3	8,0	31,1	50,4	100		
S5	f	41	25	35	91	219	411	4,026	1,327
	%	10,0	6,1	8,5	22,1	53,3	100		
S6	f	27	18	13	80	273	411	4,347	1,159
	%	6,6	4,4	3,2	19,5	66,4	100		
S7	f	28	20	38	86	239	411	4,187	1,204
	%	6,8	4,9	9,2	20,9	58,2	100		
S8	f	23	16	26	57	289	411	4,394	1,128
	%	5,6	3,9	6,3	13,9	70,3	100		

S1 Mengen Aşçılık ve Turizm Festivali, yörede kültürel aktivitelerin gelişimine katkıda bulunmaktadır.

S2 Mengen Aşçılık ve Turizm Festivali, yerel halkın kültürel gelişimine katkı sağlamaktadır.

S3 Mengen Aşçılık ve Turizm Festivali, yerel halkın yaşam kalitesini yükseltmektedir.

S4 Mengen Aşçılık ve Turizm Festivali, yerel halkın eğlence ve serbest zaman değerlendirme olanaklarını arttırmaktadır.

S5 Mengen Aşçılık ve Turizm Festivali, yerel halkın tutum ve davranışlarını olumsuz yönde etkilemektedir.

S6 Mengen Aşçılık ve Turizm Festivali, kültürel değerlerin yok olmasına neden olmaktadır.

S7 Mengen Aşçılık ve Turizm Festivali, yerel halkın turistik çekiciliklere ulaşımını zorlaştırmaktadır.

S8 Mengen Aşçılık ve Turizm Festivali, yörede suç, fuhuş, uyuşturucu gibi sosyal problemlere neden olmaktadır.

Mengen Aşçılık ve Turizm Festivali, yöredeki kültürel faaliyetlerin artmasına ( $\bar{x}=4,19$ ), kültürel gelişmeye ( $\bar{x}=4,09$ ), yaşam kalitesinin artmasına ( $\bar{x}=3,77$ ), yerel halkın eğlence ve serbest zamanlarını değerlendirme imkânlarının artmasına ( $\bar{x}=4,17$ ) katkıda bulunmaktadır. Ayrıca festivalin, bölge halkının tutum ve davranışlarında olumsuz etkiye sahip olmadığı ( $\bar{x}=4,02$ ), kültürel değerlerinin yok olmasına neden olmadığı ( $\bar{x}=4,34$ ) festivalin yerel halkın turistik çekiciliklere

ulaşımını zorlaştırmadığı ( $\bar{x}=4,18$ ) ve yörede suç, fuhuş, uyulşturucu gibi sosyal problemlere neden olmadığı ( $\bar{x}=4,39$ ) sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 16, cinsiyete göre katılımcıların festivalinin yaratmış olduğu olumlu ve olumsuz sosyal etkilere ilişkin algılarını göstermektedir.

**Tablo 16. Cinsiyetlere Göre Katılımcıların Festivalin Sosyal Etkilerine İlişkin Algıları**

Cinsiyet		N	$\bar{X}$	SD	T	P
Olumlu Sosyal Etkileri	1. Kadın	172	4,119	0,885	1,100	0,272
	2. Erkek	239	4,015	0,979		
Olumsuz Sosyal Etkileri	1. Kadın	172	4,315	0,893	1,361	0,174
	2. Erkek	239	4,184	1,013		
Genel Sosyal Etkiler	1. Kadın	172	4,217	0,668	1,595	0,112
	2. Erkek	239	4,099	0,781		
<b>TOPLAM</b>		<b>411</b>				

Tablo 16 incelendiğinde; katılımcıların festivalin yarattığı olumlu ( $t = 1,100$ ;  $p = 0,272$ ), olumsuz ( $t = 1,361$ ;  $p = 0,174$ ) ve genel sosyal ( $t = 1,595$ ;  $p = 0,112$ ) etkilere yönelik algıları arasında cinsiyete göre anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir. Dolayısıyla, kadın ve erkek katılımcıların festivalin olumlu, olumsuz ve genel sosyal etkileri konusundaki algılarının birbirlerine yakın olduğu söylenebilir. Bu sonuç, elik'in (2009) elde etmiş olduğu sonuçla benzerlik göstermektedir. Nitekim yazar, etkinliklerin yaratmış olduğu sosyal etkilere ilişkin algının kadın ve erkeklerde birbirine yakın olduğunu bulmuştur. Ancak, Berberoğlu (2012) yaptığı çalışmada, etkinliklerin kültürel etkileri konusunda kadın ve erkeklerin algıları arasında anlamlı bir farklılık tespit etmiş, kadın katılımcıların erkeklere göre daha olumlu algıya sahip olduklarını ortaya koymuştur. "**H<sub>7</sub>**: *Mengen Aşçılık ve Turizm Festivalinin yaratmış olduğu sosyal etkilere yönelik algıları, katılımcıların cinsiyetine göre farklılık göstermektedir*" hipotezi kabul edilmemiştir.

Tablo 17, katılımcıların yaşlarına göre festivalinin yaratmış olduğu olumlu ve olumsuz sosyal etkilere ilişkin algılarını göstermektedir.

**Tablo 17. Katılımcıların Yaşlarına Göre Festivalin Sosyal Etkilerine İlişkin Algıları**

	Yaş	N	$\bar{X}$	SD	F	P
<b>Olumlu Sosyal Etkiler</b>	1. 25 Yaş ve Altı	153	4,137	0,938	0,594	0,619
	2. 26-35 Yaş	145	4,005	0,936		
	3. 36-45 Yaş	74	4,040	0,952		
	4. 46 Yaş ve Üstü	39	3,987	0,961		
<b>Olumsuz Sosyal Etkiler</b>	1. 25 Yaş ve Altı	153	4,153	1,011	0,804	0,492
	2. 26-35 Yaş	145	4,320	0,863		
	3. 36-45 Yaş	74	4,223	1,011		
	4. 46 Yaş ve Üstü	39	4,301	1,060		
<b>Genel Sosyal Etkiler</b>	1. 25 Yaş ve Altı	153	4,145	0,715	0,032	0,992
	2. 26-35 Yaş	145	4,162	0,738		
	3. 36-45 Yaş	74	4,131	0,720		
	4. 46 Yaş ve Üstü	39	4,144	0,870		
<b>TOPLAM</b>		<b>411</b>				

Tablo 17, katılımcıların festivalin yarattığı olumlu ( $F = 0,594$ ;  $p = 0,619$ ), olumsuz ( $F = 0,804$ ;  $p = 0,492$ ) ve genel sosyal etkilere ( $F = 0,032$ ;  $p = 0,992$ ) yönelik algıları arasında yaşlarına göre anlamlı bir farklılık olmadığını göstermektedir. Bu durum, yaş grupları itibariyle tüm katılımcıların festivalin yarattığı olumlu ve olumsuz sosyal etkilerle ilgili benzer algılara sahip olduklarını göstermektedir. Bu bulgu literatürde yapılan çalışmalardan elde edilen bulgular ile örtüşmektedir. Çelik (2009), sosyal etkilere ilişkin algının bütün yaş gruplarında birbirine yakın olduğunu tespit etmiştir. Gül ve arkadaşları (2013), festivallerin olumsuz sosyal etkileri konusunda yaş grupları açısından bir farklılık olmadığını tespit etmişlerdir. Dolayısıyla “ $H_8$ : Mengen Aşçılık ve Turizm Festivalinin yaratmış olduğu sosyal etkilere yönelik algıları, katılımcıların yaşlarına göre farklılık göstermektedir” hipotezi kabul edilmemiştir.

Katılımcıların eğitim durumu itibariyle, festivalinin yaratmış olduğu olumlu, olumsuz ve genel sosyal etkilere yönelik algıları Tablo 18’de verilmektedir.

**Tablo 18. Katılımcıların Eğitim Durumuna Göre Festivalin Yarattığı Sosyal Etkilere İlişkin Algıları**

Eğitim Durum		N	$\bar{X}$	SD	F	P
Olumlu Sosyal Etkileri	1. İlk ve Ortaokul	40	4,075	0,858	1,184	0,315
	2. Lise ve Dengi	143	3,972	0,991		
	3. Üniversite	199	4,080	0,953		
	4. Lisansüstü	29	4,319	0,647		
Olumsuz Sosyal Etkileri	1. İlk ve Ortaokul	40	3,931	1,033	1,631	0,181
	2. Lise ve Dengi	143	4,234	0,935		
	3. Üniversite	199	4,299	0,958		
	4. Lisansüstü	29	4,275	1,042		
Genel Sosyal Etkiler	1. İlk ve Ortaokul	40	4,003	0,742	1,302	0,274
	2. Lise ve Dengi	143	4,103	0,740		
	3. Üniversite	199	4,189	0,750		
	4. Lisansüstü	29	4,297	0,600		
<b>TOPLAM</b>		<b>411</b>				

Tablo 18 incelendiğinde; katılımcıların festivalin yarattığı olumlu ( $F = 1,184$ ,  $p = 0,315$ ), olumsuz sosyal etkiler ( $F = 1,631$ ,  $p = 0,181$ ) ile genel sosyal etkilere ( $F = 1,302$ ,  $p = 0,274$ ) yönelik algıları arasında eğitim durumuna göre anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir. Dolayısıyla eğitim durumuna göre katılımcıların festivalinin yarattığı sosyal etkilere ilişkin algıları arasında bir farklılık yoktur. Böylece, “ $H_9$ : Mergen Aşçılık ve Turizm Festivalinin yaratmış olduğu sosyal etkilere yönelik algıları, katılımcıların eğitim durumlarına göre farklılık göstermektedir” hipotezi kabul edilmemiştir.

Katılımcıların aylık gelir durumlarına göre Mergen Aşçılık ve Turizm Festivalinin yaratmış olduğu olumlu ve olumsuz sosyal etkilere yönelik algıları, Tablo 19’da sunulmuştur.



**Tablo 19. Katılımcıların Aylık Gelirine Göre Festivalin Yarattığı Sosyal Etkilere İlişkin Algıları**

	Aylık Gelir	N	$\bar{X}$	SD	F	P
<b>Olumlu Sosyal Etkileri</b>	1. 1500 TL ve Altı	138	4,212	0,853	1,986	0,080
	2. 1501-2000 TL	50	3,960	0,945		
	3. 2001-2500 TL	41	4,152	0,951		
	4. 2501-3000 TL	46	3,902	1,062		
	5. 3001-3500 TL	49	4,137	0,819		
	6. 3501 TL ve Üstü	87	3,867	1,031		
<b>Olumsuz Sosyal Etkileri</b>	1. 1500 TL ve Altı	138	4,139	0,997	0,714	0,613
	2. 1501-2000 TL	50	4,375	0,776		
	3. 2001-2500 TL	41	4,390	1,032		
	4. 2501-3000 TL	46	4,244	1,029		
	5. 3001-3500 TL	49	4,204	1,077		
	6. 3501 TL ve Üstü	87	4,264	0,885		
<b>Genel Sosyal Etkiler</b>	1. 1500 TL ve Altı	138	4,175	0,695	0,590	0,708
	2. 1501-2000 TL	50	4,167	0,651		
	3. 2001-2500 TL	41	4,271	0,756		
	4. 2501-3000 TL	46	4,073	0,780		
	5. 3001-3500 TL	49	4,170	0,719		
	6. 3501 TL ve Üstü	87	4,066	0,830		
<b>TOPLAM</b>		<b>411</b>				

Katılımcıların festivalin yarattığı olumlu ( $F = 1,986$ ,  $p = 0,080$ ), olumsuz sosyal etkiler ( $F = 0,714$ ,  $p = 0,613$ ) ile genel sosyal etkilere ( $F = 0,590$ ,  $p = 0,708$ ) yönelik algıları arasında gelir düzeyine göre anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır. Bu durum, katılımcıların festivalin yarattığı sosyal etkilere ilişkin algılarının gelir grupları itibarıyla birbirine yakın olduğunu göstermektedir. Bu bağlamda “ $H_{10}$ : Mengen Aşçılık ve Turizm Festivalinin yaratmış olduğu sosyal etkilere yönelik algıları, katılımcıların aylık gelir durumlarına göre farklılık göstermektedir” hipotezi kabul edilmemiştir

Tablo 20’de araştırmaya katılan kişilerin mesleklerine göre, festivalin yaratmış olduğu olumlu ve olumsuz sosyal etkilerin anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğine yönelik bulgular sunulmuştur.

**Tablo 20. Katılımcıların Mesleğine Göre Festivalin Yarattığı Sosyal Etkilere İlişkin Algıları**

	Meslek	N	$\bar{X}$	SD	F	P	Tukey
<b>Olumlu Sosyal Etkiler</b>	1. İşçi	97	4,010	0,917	2,549	<b>0,020*</b>	<b>6&gt;4</b>
	2. Profesyonel İşler	75	4,013	1,016			
	3. Memur	77	4,029	0,934			
	4. Serbest Meslek	39	3,724	1,163			
	5. Emekli	10	3,650	1,015			
	6. Öğrenci	93	4,309	0,811			
	7. Ev Hanımı	20	4,275	0,505			
<b>Olumsuz Sosyal Etkileri</b>	1. İşçi	97	4,049	1,035	1,870	0,102	
	2. Profesyonel İşler	75	4,323	1,046			
	3. Memur	77	4,162	1,009			
	4. Serbest Meslek	39	4,179	0,906			
	5. Emekli	10	4,800	0,437			
	6. Öğrenci	93	4,352	0,862			
	7. Ev Hanımı	20	4,450	0,723			
<b>Genel Sosyal Etkiler</b>	1. İşçi	97	4,029	0,758	2,239	<b>0,039*</b>	<b>7&gt;4</b>
	2. Profesyonel İşler	75	4,168	0,852			
	3. Memur	77	4,095	0,753			
	4. Serbest Meslek	39	3,951	0,765			
	5. Emekli	10	4,225	0,591			
	6. Öğrenci	93	4,330	0,594			
	7. Ev Hanımı	20	4,362	0,552			
<b>TOPLAM</b>		<b>411</b>					

Tablo 20 incelendiğinde; katılımcıların festivalin yarattığı olumlu sosyal etkiler ( $F = 2,549$ ,  $p = 0,020$ ) ile genel sosyal etkilere ( $F = 2,239$ ,  $p = 0,039$ ) yönelik algıları arasında mesleklerine göre anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Yapılan Tukey testi, öğrencilerin, festivalin bölgede olumlu sosyal etkiler yarattığı konusundaki algılarının, serbest meslek sahiplerine göre daha olumlu olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte, ev hanımlarının genel sosyal etkiler konusunda serbest meslek mensuplarına göre daha olumlu düşündükleri belirlenmiştir. Bu çalışmadan elde edilen bulgular ilgili yazındaki bulgular ile benzerlik göstermemektedir. Örneğin; Kömürcü (2013) yaptığı çalışmada festivalin sosyal etkilerine ilişkin algının meslek gruplarına göre anlamlı bir farklılık göstermediğini tespit etmiştir. Ancak, katılımcıların mesleklerine göre festivalin yarattığı olumsuz sosyal etkiler ( $F = 1,870$ ,  $p = 0,102$ ) ile ilgili anlamlı bir farklılık saptanmamıştır. Gül ve arkadaşları (2013), yerel

festivallerdeki ziyaretçi kazanımlarını inceledikleri çalışmada, esnafların tamamının sosyal etkiler konusunda aynı düşünceye sahip olduğuna ulaşımlardır. Dolayısıyla “**H<sub>11</sub>**: Mengen Aşçılık ve Turizm Festivalinin yaratmış olduğu sosyal etkilere yönelik algıları, katılımcıların mesleklerine göre farklılık göstermektedir” hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 21’de katılımcıların bölgedeki ikamet sürelerine göre festivalin yaratmış olduğu olumlu ve olumsuz sosyal etkilere ilişkin algıları arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığına yönelik bulgular verilmiştir.

**Tablo 21. Katılımcıların İkamet Süresine Göre Festivalin Yarattığı Sosyal Etkilere İlişkin Algıları**

İkamet Süresi		N	$\bar{X}$	SD	F	P
<b>Olumlu Sosyal Etkiler</b>	1. 1 Yıldan Az	127	4,053	0,930	0,812	0,488
	2. 1-5 Yıl	71	3,961	1,027		
	3. 6-10 Yıl	45	3,950	0,876		
	4. 11 Yıl ve Üstü	168	4,133	0,928		
<b>Olumsuz Sosyal Etkiler</b>	1. 1 Yıldan Az	127	4,190	1,108	1,423	0,236
	2. 1-5 Yıl	71	4,179	0,920		
	3. 6-10 Yıl	45	4,061	1,030		
	4. 11 Yıl ve Üstü	168	4,348	0,839		
<b>Genel Sosyal Etkiler</b>	1. 1 Yıldan Az	127	4,122	0,798	1,775	0,151
	2. 1-5 Yıl	71	4,070	0,706		
	3. 6-10 Yıl	45	4,005	0,801		
	4. 11 Yıl ve Üstü	168	4,241	0,677		
<b>TOPLAM</b>		<b>411</b>				

Katılımcıların bölgedeki ikamet sürelerine göre festivalinin olumlu (F = 0,812; p = 0,488), olumsuz (F = 1,423, p = 0,236) ve genel sosyal (F = 1,775, p = 0,151) etkilerine ilişkin algıları arasında bir farklılık bulunamamıştır. Dolayısı ile katılımcıların bölgedeki ikamet süresi sosyal etkilere ilişkin algıları açısından farklılık yaratmamaktadır. Bu durumda “**H<sub>12</sub>**: Mengen Aşçılık ve Turizm Festivalinin yaratmış olduğu sosyal etkilere yönelik algıları, katılımcıların ikamet sürelerine göre farklılık göstermektedir” hipotezi kabul edilmemiştir.

### **3.3.5. Festivalin Ekonomik Etkilerine Yönelik Bulgular**

Araştırmanın bu kısmında, halkın Mengen Aşçılık ve Turizm Festivalinin yaratmış olduğu olumlu ve olumsuz ekonomik etkilere ilişkin algıları ile bu algıların demografik değişkenlere göre farklılık gösterip göstermediği incelenmiştir. Tablo 22 katılımcıların Mengen Aşçılık ve Turizm Festivalinin yarattığı olumlu ve olumsuz ekonomik etkilerine yönelik algılarını göstermektedir. Analiz yapılırken, olumsuz algılarla ilgili doğru sonuçlara ulaşabilmek için festivalin yaratmış olduğu olumsuz ekonomik etkileri (ifade 14, 15, 16) ölçen ifadeler ters kodlanmıştır.



**Tablo 22. Katılımcıların Festivalin Ekonomik Etkilerine İlişkin Algıları**

Sorular		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	Toplam	$\bar{x}$	SD
S9	F	24	22	55	136	174	411	4,007	1,140
	%	5,8	5,4	13,4	33,1	42,3	100		
S10	F	13	16	29	103	250	411	4,365	,994
	%	3,2	3,9	7,1	25,1	60,8	100		
S11	F	6	11	36	103	255	411	4,435	,871
	%	1,5	2,7	8,8	25,1	62,0	100		
S12	F	51	36	80	109	135	411	3,586	1,350
	%	12,4	8,8	19,5	26,5	32,8	100		
S13	F	39	39	80	97	156	411	3,710	1,314
	%	9,5	9,5	19,5	23,6	38,0	100		
S14	F	110	83	113	52	53	411	2,647	1,339
	%	26,8	20,2	27,5	12,7	12,9	100		
S15	F	41	54	96	88	132	411	3,525	1,325
	%	10,0	13,1	23,4	21,4	32,1	100		
S16	F	37	43	86	117	128	411	3,622	1,269
	%	9,0	10,5	20,9	28,5	31,1	100		

S9 Mengen Aşçılık ve Turizm Festivali, yöredeki geleneksel ürünlerin üretimini sağlamaktadır.

S10 Mengen Aşçılık ve Turizm Festivali, yöreye ekonomik kazanç sağlamaktadır.

S11 Mengen Aşçılık ve Turizm Festivali, yerel ekonominin canlanmasına katkıda bulunur.

S12 Mengen Aşçılık ve Turizm Festivali, yerel halk için yeni iş fırsatları yaratmaktadır.

S13 Mengen Aşçılık ve Turizm Festivali, bölgeye daha fazla yatırımın yapılmasını sağlamaktadır

S14 Mengen Aşçılık ve Turizm Festivali, bölgedeki ürün ve hizmet fiyatlarını arttırmaktadır.

S15 Mengen Aşçılık ve Turizm Festivali, bölgede hayat pahalılığına neden olmaktadır.

S16 Mengen Aşçılık ve Turizm Festivali, yerel halk arasında ekonomik kazanç eşitsizliği yaratmaktadır.

Tablo 22’de görüldüğü üzere; Mengen Aşçılık ve Turizm Festivali, bölgedeki geleneksel ürünlerin üretimini ( $\bar{x}=4,00$ ), yöredeki ekonomik kazancı arttırmakta ( $\bar{x}=4,36$ ), yerel ekonominin canlanmasına katkıda bulunmakta ( $\bar{x}=4,43$ ) yöre insanı için istihdam olanakları yaratmakta ( $\bar{x}=3,58$ ) ve yöreye daha fazla yatırım yapılmasını sağlamaktadır ( $\bar{x}=3,71$ ). Bununla birlikte festival, yöredeki ürün ve hizmetlerin fiyatlarında artışa neden olmamakta ( $\bar{x}=2,64$ ), bölgede hayat pahalılığını arttırmamakta ( $\bar{x}=3,52$ ) ve yöre halkı için ekonomik anlamda kazanç eşitsizliği ( $\bar{x}=3,62$ ) yaratmamaktadır. Bu sonuçlar, Özkan ve arkadaşlarının (2015) festivallerin

yerel halkın kazanç elde etmesini sağladığı yönündeki bulgusunu desteklemektedir. Benzer şekilde Sert (2013) araştırmasında, festivalin ilçe halkının refahına katkıda bulunduğu ve yaşam kalitesini yükselttiği yönünde bulgulara ulaşmıştır.

Tablo 23, cinsiyete göre katılımcıların festivalinin yaratmış olduğu olumlu ve olumsuz ekonomik etkilere ilişkin algılarını göstermektedir.

**Tablo 23. Katılımcıların Cinsiyetine Göre Festivalin Yarattığı Ekonomik Etkilere İlişkin Algıları**

Cinsiyet		N	$\bar{X}$	SD	t	P
Olumlu Ekonomik Etkiler	1. Kadın	172	4,095	0,802	1,512	0,131
	2. Erkek	239	3,967	0,877		
Olumsuz Ekonomik Etkiler	1. Kadın	172	3,345	0,934	1,384	0,167
	2. Erkek	239	3,207	1,029		
Genel Ekonomik Etkiler	1. Kadın	172	3,814	0,643	2,012	<b>0,045*</b>
	2. Erkek	239	3,682	0,660		
TOPLAM		411				

Katılımcıların cinsiyetlerine göre; festivalin olumlu ( $t = 1,512$ ,  $p = 0,131$ ) ve olumsuz ( $t = 1,384$ ,  $p = 0,167$ ) ekonomik etkileri arasında bir farklılaşma olmadığı tespit edilmiştir. Dolayısıyla kadın ve erkek katılımcıların festivalin olumlu ekonomik etkileri ile olumsuz ekonomik etkilerine ilişkin algılarının birbirlerine yakın olduğu söylenebilir. Festivalin olumlu ekonomik etkileri konusunda Kargiglioğlu ve Kabacık (2017) benzer bir sonuç elde etmişlerdir. Ancak festivalin genel ekonomik etkilerine yönelik algılar ( $t = 2,012$ ,  $p = 0,045$ ) kadın ve erkeklere göre farklılık göstermektedir. Aritmetik ortalamalar incelendiğinde; kadınların erkeklerden daha olumlu düşüncelere sahip oldukları söylenebilir. Berberoğlu (2012), turizm kapsamında yapılan etkinliklerin ekonomik faydaları konusunda kadınların, erkeklerden daha olumlu algılara sahip olduklarını ortaya koymuştur. Bu sonuca göre; “**H<sub>13</sub>: Mengen Aşçılık ve Turizm Festivalinin yaratmış olduğu ekonomik etkilere yönelik algıları, katılımcıların cinsiyetine göre farklılık göstermektedir**” hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 24, yaşına göre katılımcıların festivalinin yaratmış olduğu olumlu ve olumsuz ekonomik etkilere ilişkin algılarını göstermektedir.

**Tablo 24. Katılımcıların Yaşlarına Göre Festivalin Yarattığı Ekonomik Etkilere İlişkin Algıları**

	Yaş	N	$\bar{X}$	SD	F	P
<b>Olumlu Ekonomik Etkiler</b>	1. 25 Yaş ve Altı	153	4,082	0,779	1,223	0,301
	2. 26-35 Yaş	145	3,913	0,894		
	3. 36-45 Yaş	74	4,064	0,872		
	4. 46 Yaş ve Üstü	39	4,097	0,875		
<b>Olumsuz Ekonomik Etkiler</b>	1. 25 Yaş ve Altı	153	3,189	0,962	1,171	0,321
	2. 26-35 Yaş	145	3,269	0,976		
	3. 36-45 Yaş	74	3,279	0,954		
	4. 46 Yaş ve Üstü	39	3,521	1,208		
<b>Genel Ekonomik Etkiler</b>	1. 25 Yaş ve Altı	153	3,747	0,621	1,191	0,313
	2. 26-35 Yaş	145	3,671	0,693		
	3. 36-45 Yaş	74	3,770	0,615		
	4. 46 Yaş ve Üstü	39	3,881	0,709		
<b>TOPLAM</b>		<b>411</b>				

Tablo 24’de görüldüğü üzere; katılımcıların festivale ilişkin olumlu ( $F = 1,223$ ,  $p = 0,301$ ) ve olumsuz ekonomik etkileri ( $F = 1,171$ ;  $p = 0,321$ ) ile genel ekonomik etkilerine ( $F = 1,191$ ,  $p = 0,313$ ) yönelik algıları arasında yaşları itibariyle anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır. Benzer bir bulguya ulaşan Yıldız ve Polat (2016), yerel halkın festivallerin etkilerine yönelik algılarını araştırdıkları çalışmalarında, yaş gruplarına göre festivallerin ekonomik etkilerine yönelik algılarında anlamlı bir farklılık olmadığını tespit etmişlerdir. Dolayısıyla “**H<sub>14</sub>: Mengen Aşçılık ve Turizm Festivalinin yaratmış olduğu ekonomik etkilere yönelik algıları, katılımcıların yaşlarına göre farklılık göstermektedir**” hipotezi kabul edilmemiştir.

Katılımcıların eğitim durumu itibariyle, festivalinin yaratmış olduğu olumlu, olumsuz ve genel ekonomik etkilere yönelik algıları Tablo 25’de verilmektedir.

**Tablo 25. Katılımcıların Eğitim Durumuna Göre Festivalin Yarattığı Ekonomik Etkilere İlişkin Algıları**

Eğitim Durum	N	$\bar{X}$	SD	F	P	Tukey	
<b>Olumlu Ekonomik Etkileri</b>	1. İlk ve Ortaokul	40	3,875	0,857	1,009	0,389	
	2. Lise ve Dengi	143	4,016	0,807			
	3. Üniversite	199	4,022	0,884			
	4. Lisansüstü	29	4,234	0,765			
<b>Olumsuz Ekonomik Etkileri</b>	1. İlk ve Ortaokul	40	2,866	0,995	3,400	<b>0,018*</b>	<b>3&lt;1</b>
	2. Lise ve Dengi	143	3,198	0,947			
	3. Üniversite	199	3,375	0,986			
	4. Lisansüstü	29	3,390	1,112			
<b>Genel Ekonomik Etkiler</b>	1. İlk ve Ortaokul	40	3,496	0,528	2,928	<b>0,034*</b>	<b>4&gt;1</b>
	2. Lise ve Dengi	143	3,709	0,633			
	3. Üniversite	199	3,779	0,685			
	4. Lisansüstü	29	3,918	0,645			
<b>TOPLAM</b>	<b>411</b>						

Tablo 25 incelendiğinde; katılımcıların festivalin yarattığı olumlu ekonomik etkilere ( $F = 1,009$ ,  $p = 0,389$ ) yönelik algıları arasında eğitim durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermediği görülmektedir. Ancak, katılımcıların eğitim durumuna göre festivalin yarattığı olumsuz ekonomik etkiler ( $F = 3,400$ ,  $p = 0,018$ ) ile genel ekonomik etkilere ( $F = 2,928$ ,  $p = 0,034$ ) yönelik algılar arasında anlamlı bir farklılık saptanmıştır. Yapılan Tukey testi sonucunda, eğitim durumu ilk ve ortaokul olan katılımcıların, festivalin yöreye olumsuz ekonomik etkiler yarattığı konusunda, eğitim durumu üniversite olan katılımcılara göre daha olumlu düşünceye sahip oldukları tespit edilmiştir. Diğer bir ifadeyle, üniversite mezunu olan katılımcılar, festivalin yörede olumsuz ekonomik etkiler yarattığına inanmaktadırlar. Bununla birlikte; genel ekonomik etkiler konusunda lisansüstü eğitim düzeyine sahip olan kişilerin, ilk ve ortaokul eğitim düzeyine sahip olanlardan daha olumlu düşüncelere sahip oldukları görülmektedir. Ancak Çelik (2009)'in araştırmasında, katılımcıların eğitim durumuna göre etkinliklerin ekonomik etkilerini algılamaları arasında farklılık olmadığı belirlenmiştir. Dolayısıyla "**H<sub>15</sub>: Mengen Aşçılık ve Turizm Festivalinin yaratmış olduğu ekonomik etkilere yönelik algıları, katılımcıların eğitim durumlarına göre farklılık göstermektedir**" hipotezi kabul edilmiştir.



Katılımcıların aylık gelir durumlarına göre Mengen Aşçılık ve Turizm Festivalinin yaratmış olduğu olumlu ve olumsuz ekonomik etkilere yönelik algıları, Tablo 26’da sunulmuştur.

**Tablo 26. Katılımcıların Aylık Gelirine Göre Festivalin Yarattığı Ekonomik Etkilere İlişkin Algıları**

	Aylık Gelir	N	$\bar{X}$	SD	F	P	Tukey
<b>Olumlu Ekonomik Etkileri</b>	1. 1500 TL ve Altı	138	4,162	0,747	4,438	<b>0,001*</b>	<b>1&gt;2,6 3&gt;2</b>
	2. 1501-2000 TL	50	3,692	0,856			
	3. 2001-2500 TL	41	4,229	0,810			
	4. 2501-3000 TL	46	4,169	0,846			
	5. 3001-3500 TL	49	4,040	0,772			
	6. 3501 TL ve Üstü	87	3,797	0,964			
<b>Olumsuz Ekonomik Etkileri</b>	1. 1500 TL ve Altı	138	3,147	0,962	1,145	0,336	
	2. 1501-2000 TL	50	3,333	0,937			
	3. 2001-2500 TL	41	3,308	1,123			
	4. 2501-3000 TL	46	3,144	0,962			
	5. 3001-3500 TL	49	3,483	1,054			
	6. 3501 TL ve Üstü	87	3,333	0,977			
<b>Genel Ekonomik Etkiler</b>	1. 1500 TL ve Altı	138	3,781	0,624	2,094	0,065	
	2. 1501-2000 TL	50	3,557	0,640			
	3. 2001-2500 TL	41	3,884	0,708			
	4. 2501-3000 TL	46	3,785	0,673			
	5. 3001-3500 TL	49	3,831	0,501			
	6. 3501 TL ve Üstü	87	3,623	0,729			
<b>TOPLAM</b>		<b>411</b>					

Katılımcıların aylık gelir durumuna göre festivalin yarattığı olumsuz ekonomik etkiler ( $F = 1,145$ ,  $p = 0,336$ ) ile genel ekonomik etkilere ( $F = 2,094$ ,  $p = 0,065$ ) yönelik algıları arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır. Ancak katılımcıların gelir durumlarına göre, festivalin yaratmış olduğu olumlu ekonomik etkilere ( $F = 4,438$ ,  $p = 0,001$ ) yönelik algıları arasında anlamlı bir fark vardır. Tukey testi sonucuna göre; aylık geliri 1500 TL ve altında olan kişilerin, festivalin bölgede yarattığı olumlu ekonomik etkilerle ilgili olarak 1501-2000 TL ve 3501 TL ve üzerinde gelire sahip olan katılımcılara göre daha olumlu düşündükleri saptanmıştır. Başka bir ifadeyle, geliri 1500 TL ve altında olan kişiler, festivalin olumlu ekonomik etkileri konusunda daha pozitif algıya sahiptirler.

Ayrıca aylık geliri 2001-2500 TL olan kişilerin, Festivalin yarattığı olumlu ekonomik etkiler konusunda, geliri 1501-2000 TL olanlara göre daha olumlu düşündükleri belirlenmiştir. Diğer bir ifadeyle aylık geliri 2001-2500 TL olan kişiler Festivalin olumlu ekonomik etkileri ile ilgili olarak daha olumlu düşünmektedirler. Bu bağlamda “**H<sub>16</sub>: Mengen Aşçılık ve Turizm Festivalinin yaratmış olduğu ekonomik etkilere yönelik algılar, katılımcıların aylık gelir durumlarına göre farklılık göstermektedir**” hipotezi kabul edilmemiştir.

Tablo 27’de araştırmaya katılan kişilerin mesleklerine göre, festivalin yaratmış olduğu olumlu ve olumsuz ekonomik etkilerin anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğine yönelik bulgular sunulmuştur.

**Tablo 27. Katılımcıların Mesleğine Göre Festivalin Yarattığı Ekonomik Etkilere İlişkin Algıları**

	Meslek	N	$\bar{X}$	SD	F	P	Tukey
<b>Olumlu Ekonomik Etkiler</b>	1. İşçi	97	3,958	0,928	2,252	0,066	
	2. Profesyonel İşler	75	3,952	0,933			
	3. Memur	77	4,070	0,785			
	4. Serbest Meslek	39	3,825	0,846			
	5. Emekli	10	3,620	1,008			
	6. Öğrenci	93	4,255	0,672			
	7. Ev Hanımı	20	3,880	0,829			
<b>Olumsuz Ekonomik Etkileri</b>	1. İşçi	97	3,020	0,959	2,155	<b>0,046*</b>	<b>2&lt;1</b>
	2. Profesyonel İşler	75	3,528	0,926			
	3. Memur	77	3,216	1,110			
	4. Serbest Meslek	39	3,265	0,934			
	5. Emekli	10	3,600	0,940			
	6. Öğrenci	93	3,297	0,990			
	7. Ev Hanımı	20	3,333	0,851			
<b>Genel Ekonomik Etkiler</b>	1. İşçi	97	3,607	0,705	1,993	<b>0,038*</b>	<b>6&gt;1</b>
	2. Profesyonel İşler	75	3,793	0,662			
	3. Memur	77	3,750	0,650			
	4. Serbest Meslek	39	3,615	0,652			
	5. Emekli	10	3,612	0,670			
	6. Öğrenci	93	3,896	0,613			
	7. Ev Hanımı	20	3,675	0,454			
<b>TOPLAM</b>		<b>411</b>					

Tablo 27 incelendiğinde; katılımcıların festivalin yarattığı olumlu ekonomik etkilere (F = 2,252, p = 0,066) yönelik algıları arasında mesleklerine göre anlamlı bir

farklılık olmadığı görülmektedir. Küçük (2013), festivallerin yerel kalkınmaya etkisini incelediği çalışmasında, yerel esnafın festivalin yörede ekonomik gelişme sağladığını düşündüklerini ortaya koymuştur. Bununla birlikte, katılımcıların mesleklerine göre festivalin yarattığı olumsuz ekonomik etkiler ( $F = 2,155$ ,  $p = 0,046$ ) ve genel ekonomik ( $F = 1,993$ ,  $p = 0,038$ ) etkilere yönelik algıları arasında anlamlı bir farklılık saptanmıştır. Profesyonel işler yapan kişilerin işçilere göre festivalin olumsuz ekonomik etkilerini daha çok algıladıkları görülmektedir. Genel ekonomik etkiler konusunda ise öğrencilerin, işçilerden daha olumlu düşünceye sahip oldukları görülmektedir. Bu durumda “ $H_{17}$ : Mengen Aşçılık ve Turizm Festivalinin yaratmış olduğu ekonomik etkilere yönelik algılar, katılımcıların mesleklerine göre farklılık göstermektedir” hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 28’de katılımcıların bölgedeki ikamet sürelerine göre festivalin yaratmış olduğu olumlu ve olumsuz ekonomik etkilere ilişkin algıları arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığına yönelik bulgular verilmiştir.

**Tablo 28. Katılımcıların İkamet Süresine Göre Festivalin Yarattığı Ekonomik Etkilere İlişkin Algıları**

	İkamet Süresi	N	$\bar{X}$	SD	F	P
<b>Olumlu Ekonomik Etkiler</b>	1. 1 Yıldan Az	127	4,007	0,887	0,771	0,511
	2. 1-5 Yıl	71	3,923	0,817		
	3. 6-10 Yıl	45	3,955	0,833		
	4. 11 Yıl ve Üstü	168	4,089	0,836		
<b>Olumsuz Ekonomik Etkiler</b>	1. 1 Yıldan Az	127	3,262	0,911	2,335	0,073
	2. 1-5 Yıl	71	3,136	1,071		
	3. 6-10 Yıl	45	3,007	1,157		
	4. 11 Yıl ve Üstü	168	3,390	0,956		
<b>Genel Ekonomik Etkiler</b>	1. 1 Yıldan Az	127	3,728	0,671	2,399	0,068
	2. 1-5 Yıl	71	3,628	0,593		
	3. 6-10 Yıl	45	3,600	0,702		
	4. 11 Yıl ve Üstü	168	3,827	0,647		
<b>TOPLAM</b>		<b>411</b>				

Katılımcıların bölgedeki ikamet sürelerine göre Festivalinin olumlu ( $F = 0,771$ ;  $p = 0,511$ ), olumsuz ( $F = 2,335$ ;  $p = 0,073$ ) ve genel ekonomik ( $F = 2,399$ ;  $p = 0,068$ ) etkilerine ilişkin algıları arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Dolayısıyla, yöredeki ikamet süresi dikkate alındığında katılımcıların festivalin ekonomik etkileri konusundaki düşüncelerinin birbirlerine yakın olduğu söylenebilir. Bu çerçevede “ $H_{18}$ :

*Mengen Aşçılık ve Turizm Festivalinin yaratmış olduğu ekonomik etkilere yönelik algıları, katılımcıların ikamet sürelerine göre farklılık göstermektedir” hipotezi kabul edilmemiştir.*

Mengen halkının, Mengen Aşçılık ve Turizm Festivalinin ekonomik, sosyal ve çevresel etkilerine ilişkin algılarını belirlemek amacıyla yapılan bu çalışmanın hipotez testi sonuçları Tablo 29, Tablo 30 ve Tablo 31’de sunulmuştur.

**Tablo 29. Festivalin Çevresel Etkilerine İlişkin Hipotez Testi Sonuçları**

<b>Hipotezler</b>	<b>Sonuç</b>
<b>H<sub>1</sub>:</b> Mengen Aşçılık ve Turizm Festivalinin yaratmış olduğu çevresel etkilere yönelik algıları, katılımcıların cinsiyetine göre farklılık göstermektedir.	<b>KABUL</b>
<b>H<sub>2</sub>:</b> Mengen Aşçılık ve Turizm Festivalinin yaratmış olduğu çevresel etkilere yönelik algıları, katılımcıların yaşlarına göre farklılık göstermektedir.	<b>RED</b>
<b>H<sub>3</sub>:</b> Mengen Aşçılık ve Turizm Festivalinin yaratmış olduğu çevresel etkilere yönelik algıları, katılımcıların eğitim durumlarına göre farklılık göstermektedir	<b>RED</b>
<b>H<sub>4</sub>:</b> Mengen Aşçılık ve Turizm Festivalinin yaratmış olduğu çevresel etkilere yönelik algıları, katılımcıların aylık gelir durumlarına göre farklılık göstermektedir	<b>KABUL</b>
<b>H<sub>5</sub>:</b> Mengen Aşçılık ve Turizm Festivalinin yaratmış olduğu çevresel etkilere yönelik algıları, katılımcıların mesleklerine göre farklılık göstermektedir.	<b>RED</b>
<b>H<sub>6</sub>:</b> Mengen Aşçılık ve Turizm Festivalinin yaratmış olduğu çevresel etkilere yönelik algıları, katılımcıların ikamet sürelerine göre farklılık göstermektedir.	<b>RED</b>

**Tablo 30. Festivalin Sosyal Etkilerine İlişkin Hipotez Testi Sonuçları**

<b>Hipotezler</b>	<b>Sonuç</b>
<b>H<sub>7</sub>:</b> Mengen Aşçılık ve Turizm Festivalinin yaratmış olduğu sosyal etkilere yönelik algıları, katılımcıların cinsiyetine göre farklılık göstermektedir.	<b>RED</b>
<b>H<sub>8</sub>:</b> Mengen Aşçılık ve Turizm Festivalinin yaratmış olduğu sosyal etkilere yönelik algıları, katılımcıların yaşlarına göre farklılık göstermektedir.	<b>RED</b>
<b>H<sub>9</sub>:</b> Mengen Aşçılık ve Turizm Festivalinin yaratmış olduğu sosyal etkilere yönelik algıları, katılımcıların eğitim durumlarına göre farklılık göstermektedir.	<b>RED</b>
<b>H<sub>10</sub>:</b> Mengen Aşçılık ve Turizm Festivalinin yaratmış olduğu sosyal etkilere yönelik algıları, katılımcıların aylık gelir durumlarına göre farklılık göstermektedir.	<b>RED</b>
<b>H<sub>11</sub>:</b> Mengen Aşçılık ve Turizm Festivalinin yaratmış olduğu sosyal etkilere yönelik algıları, katılımcıların mesleklerine göre farklılık göstermektedir.	<b>KABUL</b>
<b>H<sub>12</sub>:</b> Mengen Aşçılık ve Turizm Festivalinin yaratmış olduğu sosyal etkilere yönelik algıları, katılımcıların ikamet sürelerine göre farklılık göstermektedir.	<b>RED</b>

**Tablo 31. Festivalin Ekonomik Etkilerine İlişkin Hipotez Testi Sonuçları**

<b>Hipotezler</b>	<b>Sonuç</b>
<b>H<sub>13</sub>:</b> Mengen Aşçılık ve Turizm Festivalinin yaratmış olduğu ekonomik etkilere yönelik algıları, katılımcıların cinsiyetine göre farklılık göstermektedir.	<b>KABUL</b>
<b>H<sub>14</sub>:</b> Mengen Aşçılık ve Turizm Festivalinin yaratmış olduğu ekonomik etkilere yönelik algıları, katılımcıların yaşlarına göre farklılık göstermektedir.	<b>RED</b>
<b>H<sub>15</sub>:</b> Mengen Aşçılık ve Turizm Festivalinin yaratmış olduğu ekonomik etkilere yönelik algıları, katılımcıların eğitim durumlarına göre farklılık göstermektedir.	<b>KABUL</b>
<b>H<sub>16</sub>:</b> Mengen Aşçılık ve Turizm Festivalinin yaratmış olduğu ekonomik etkilere yönelik algıları, katılımcıların aylık gelir durumlarına göre farklılık göstermektedir.	<b>RED</b>
<b>H<sub>17</sub>:</b> Mengen Aşçılık ve Turizm Festivalinin yaratmış olduğu ekonomik etkilere yönelik algıları, katılımcıların mesleklerine göre farklılık göstermektedir.	<b>KABUL</b>
<b>H<sub>18</sub>:</b> Mengen Aşçılık ve Turizm Festivalinin yaratmış olduğu ekonomik etkilere yönelik algıları, katılımcıların ikamet sürelerine göre farklılık göstermektedir.	<b>RED</b>

## SONUÇ

Etkinlik turizmi, destinasyonun doğal ve kültürel kaynaklarının canlandırılması, bölge imajının planlaması ve geliştirilmesi ve destinasyonun pazarlanmasını sağlamaktadır. Aynı zamanda etkinlik turizmi, turistik bir çekim unsuru yaratmak için etkinliklerin sistematik bir şekilde geliştirilmesi, planlanması, pazarlanması ve düzenlenmesidir. Etkinlik turizmi, temalarına ve büyüklüklerine göre farklı türlere ayrılmaktadır. Çalışmanın da ana temasını oluşturan festivaller bir etkinlik türü olarak bilinmektedir. Festivaller düzenlendikleri destinasyonda ekonomik, sosyal ve çevresel etkiler yaratmakta ve destinasyonun tanıtımına katkıda bulunmaktadır.

Günümüzde ulusal ve uluslararası olarak gerçekleştirilen yerel festivaller turizm hareketlerinin gelişmesinde oldukça önemli bir yere sahiptir. Yerel festivaller, turistlerin destinasyonu daha yakından tanınmasına olanak sağlamakta, ayrıca yörenin ekonomik gelişmesine katkı sağlamaktadır. Ayrıca festivaller, yöresel kültürün, gelenek ve göreneklerin kuşaktan kuşağa aktarılmasında etkilidir.

Bu çalışmada, Mengen halkının Mengen Aşçılık ve Turizm Festivalinin yaratmış olduğu ekonomik, sosyal ve çevresel etkilere yönelik algıları belirlenmiştir. Sonuçlar, Mengen Aşçılık ve Turizm Festivalinin doğal çevreyi koruduğu ve gelişimine katkı sağladığı, gelecek nesillerin daha sağlıklı bir ortamda yaşaması için çevre kalitesini iyileştirmeye yardımcı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Mengen yerli halkı, Aşçılık ve Turizm Festivalinin, çevre bilincini arttırdığını, ancak tarihi binalar ve yapıların korunmasını yeterli düzeyde teşvik etmediğini düşünmektedirler. Mengen Aşçılık ve Turizm Festivali için bölgeye gelen ziyaretçiler, çevre kirliliği (toprak, hava, su) yaratmamakta ve doğal yaşama (bitkiler, hayvanlar, ekosistem) zarar vermemektedirler. Ayrıca festivalin yarattığı turizm hareketinin (göç) çarpık kentleşmeye, yöredeki kalabalıklaşmaya, gürültü kirliliğine, trafik sıkışıklığına etki etmediği sonucuna ulaşılmıştır.

Mengen halkının, Mengen Aşçılık ve Turizm Festivalinin yaratmış olduğu olumlu ve olumsuz çevresel etkilerine ilişkin algıları arasında demografik değişkenlere göre farklılık bulunmaktadır. Araştırmaya katılan kadınlar erkek katılımcılar ile kıyaslandığında festivalin çevresel etkileri ile ilgili olarak daha olumlu bir algıya sahiptirler. Ayrıca, kadınların festivalin olumlu çevresel etkileri konusunda erkek katılımcılara göre daha olumlu algıya sahip oldukları ortaya çıkmıştır. Bu sonuçlar literatürde yapılan araştırmalar (Kömürcü, 2013) ile benzerlik göstermemektedir. Katılımcıların, yaş gruplarına göre olumsuz çevresel etkilere yönelik algıları arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Katılımcıların yaşları arttıkça olumsuz çevresel sorunları daha az algıladıkları tespit edilmiştir. Bu sonuç, literatürdeki sonuçlar ile uyumlu değildir. Nitekim Kömürcü, (2013) yaptığı çalışmada yaşları nispeten daha küçük olanların olumsuz çevre etkilerini diğerlerine göre daha düşük düzeyde algıladıklarını tespit etmiştir.

Festivalin yarattığı olumsuz çevresel etkiler konusunda, ilk ve ortaokul mezunu olan kişilerin, üniversite ve lisansüstü mezunlarına göre daha olumsuz algıya sahip oldukları ortaya çıkmıştır. Bu durum, eğitim düzeyi arttıkça algılanan çevresel sorunların azaldığını göstermektedir. Çalışmada, ayrıca aylık gelir azaldıkça olumlu çevresel etkilerin daha çok algılandığı belirlenmiştir.

Mengen Aşçılık ve Turizm Festivalinin, kültürel gelişmeye, yöredeki kültürel faaliyetlerin artmasına, bölge halkının yaşam kalitesinin yükselmesine, festivalin rekreatif imkânları arttırarak yerel halkın eğlence ve serbest zamanlarını iyi bir biçimde değerlendirmesine katkıda bulunduğu ortaya çıkmıştır. Festival, yöresel değerlerde bozulmalara yol açmamakta, halkın turistik çekiciliklere ulaşmasını engellememekte, yörede suç, fuhuş, uyuşturucu gibi sosyal problemlere neden olmamaktadır.

Katılımcıların demografik özelliklerine göre sosyal etkilere ilişkin algıların farklılaşp farklılaşmadığını belirlemek amacıyla yapılan analizler, katılımcıların algıları arasında meslek gruplarına göre farklılık olduğunu göstermiştir. Öğrenciler ve ev hanımları, serbest meslek sahiplerine göre festivalin sosyal etkileri konusunda daha olumlu bir algıya sahiptirler. Ancak, ilgili yazında (Kömürcü,2013; Gül ve arkadaşları, 2013) festivalin sosyal etkilerine ilişkin algının meslek gruplarına göre anlamlı bir farklılık göstermediğini ortaya koyan çalışmalar bulunmaktadır.

Mengen Aşçılık ve Turizm Festivali, bölgedeki geleneksel ürünlerin üretimini, yöredeki ekonomik kazancı arttırarak yerel ekonominin canlanmasına katkıda bulunmaktadır. Ayrıca, festival yöre insanı için istihdam olanakları yaratmakta ve yöreye daha fazla yatırım yapılmasına olanak sağlamaktadır. Bu sonuçlar, Sert'in (2013) festivalin halkın refahına katkıda bulunduğu ve yaşam kalitesini yükselttiği yönündeki sonuçlarını destekler niteliktedir. Ayrıca, Küçük (2013) de araştırmasında festivalin yörelerde ekonomik gelişme yarattığı sonucuna ulaşmıştır.

Mengen Aşçılık ve Turizm Festivalinin olumlu ekonomik etkilerinin yanı sıra birtakım olumsuzlukları da beraberinde getirdiği görülmektedir. Nitekim festivalin, yöredeki ürün ve hizmetlerin fiyatlarında artışa neden olmasından dolayı bölgede hayat pahalılığının meydana geldiği ve yörede ekonomik kazanç eşitsizliğine neden olduğu tespit edilmiştir.

Mengen Aşçılık ve Turizm Festivalinin yaratmış olduğu olumlu ve olumsuz ekonomik etkilerin, katılımcıların demografik özelliklerine göre farklılık gösterdiği sonuçlarına ulaşılmıştır. Katılımcıların festivalin ekonomik etkilerine yönelik algıları konusunda kadınların erkeklerden daha olumlu düşüncelere sahip oldukları tespit edilmiştir. Berberoğlu (2012) da benzer bir sonuca ulaşmıştır.

Katılımcıların Festivalin yarattığı ekonomik etkilere yönelik algıları arasında eğitim durumuna göre anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Benzer biçimde olumsuz ekonomik etkiler ile ilgili algılar da eğitim durumuna göre farklılık göstermektedir. Eğitim durumu ilk ve ortaokul olan katılımcıların, festivalin yöreye olumsuz ekonomik etkiler yarattığı konusunda, eğitim durumu üniversite olan katılımcılara göre daha olumlu düşünceye sahip oldukları tespit edilmiştir. Bununla birlikte; ekonomik etkiler konusunda lisansüstü eğitim düzeyine sahip olan kişilerin, ilk ve ortaokul eğitim düzeyine sahip olanlardan daha olumlu düşüncelere sahip oldukları görülmektedir. Bu sonuçlar literatür ile uyumlu değildir. Çelik (2009) katılımcıların etkinliklerin ekonomik etkilerine yönelik algıları arasında katılımcıların eğitim durumuna göre farklılık olmadığı sonucuna ulaşmıştır.

Katılımcıların mesleklerine göre ekonomik etkilere yönelik algıları arasında anlamlı bir farklılık saptanmıştır. Profesyonel işler yapan kişiler, işçilere göre festivalin olumsuz ekonomik etkilerini daha çok algılamaktadırlar. Ayrıca, öğrenciler,



festivalin ekonomik etkilerine ilişkin olarak işçilere kıyasla daha olumlu düşünceye sahiptirler.

Çalışmadan elde edilen sonuçlar, Mengen Aşçılık ve Turizm Festivalinin yerel halkın ekonomik, çevresel ve sosyal açılardan gelişmesine katkı sağladığını göstermektedir. Bu bağlamda festivallerin olumlu etkilerinin fazla olması yerel halkın festivalleri desteklemesini sağlamakta ve festivallerin sürdürülebilirliğini etkilemektedir. Nitekim sosyal değişim teorisine göre yerel halkın festivallerin faydalarını maliyetlerinden daha fazla algılamaları bu etkinliklere yönelik olarak daha pozitif bir tutum geliştirmelerine neden olmaktadır.

Çalışmadan elde edilen bulgular ve anket formunda belirtilen görüşler doğrultusunda, Mengen Aşçılık ve Turizm Festivalinin geliştirilmesi için bazı önerilerde bulunmak mümkündür.

- Çevre il ve ilçelerde festival ile ilgili yapılan tanıtımların yetersiz olduğu görülmektedir. Buradan hareketle çevre il ve ilçelerde festivalle ilgili yapılacak olan reklam ve tanıtımlara ağırlık verilmelidir. Ayrıca özellikle sosyal medya kullanılarak festivalin yaygın tanıtımı yapılmalıdır.
- Festival dâhilinde yapılan etkinlikler ve aktivitelerin sayı ve çeşidi artırılarak katılımcıların faaliyetlerden daha çok memnun olmaları sağlanmalıdır. Böylece daha etkin bir festival programı yürütülebilir.
- Çalışmaya katılan halkın büyük bir çoğunluğu bölgede yeme-içme fiyatlarının yüksek olduğunu ve bölgede otel, pansiyon gibi konaklama imkânlarının az olduğunu belirtmiştir. Bu doğrultuda Mengen'de yeni konaklama tesisleri açılmalıdır. Böylece festivale katılacak olan ziyaretçi sayısı da arttırılabilir. .
- Aşçılık konusunda Türkiye'nin en önde gelen etkinliği olan Mengen Aşçılık ve Turizm Festivalinin organizasyonuna daha fazla önem verilmelidir. Festival daha profesyonel bir yaklaşımla organize edilmelidir. .
- Çalışmada festivalin çevre ve gürültü kirliliği yaratmadığı sonucuna ulaşılmış olsa da bazı katılımcılar festival alanında yeterince çevre düzenlenmesinin yapılmadığını ifade etmişlerdir. Bu durumun önüne geçebilmek için festival alanında çevre düzenlenmeleri yapılmalıdır.

## KAYNAKÇA

- Akan, S. L. (2007). *Safranbolu Mutfak Kültürü Üzerine Bir Araştırma, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı Yayınları, Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Aktaş, A. ve Özdemir, B. (2012). *Otel İşletmelerinde Mutfak Yönetimi* (3. b.). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Arcodia, C., ve Robb, A. (2000). A taxonomy of event management terms. (J. Allen, R. Harris, L. K. Jago, and A. J. Veal: Ed.), *Events Beyond 2000: Setting the Agenda: Proceedings of Conference on Event Evaluation, Research and Education*. Sydney: Australian Centre for Event Management School of Leisure, Sport and Tourism, University of Technology.
- Allen, J., McDonnell, I. ve O'Toole, W. (1999). *Festival and Special Event Management* (1. b.). Brisbane: J. Wiley & Sons Australia.
- Allen, J., O'Toole W., McDonnell I. ve Harris R. (2005). *Festival and Special Event Management* (4. b.). Milton Queensland Australia: John Wiley and Sons Ltd.
- Allen, J., O'toole, W., Harris, R. ve McDonnell, I. (2010). *Festival And Special Event Management* (5. b.). Sydney: Wiley.
- Allen, J., O'Toole, W., Harris, R. ve McDonnell, I. (2011). *Festival and Special Event Management* (5. b.). Australia: John Wiley&Sons.
- Alpargu, M. (2008). "12. Yüzyıla Kadar İç Asya'da Türk Mutfak Kültürü" *Türk Mutfağı*, (A. Bilgin ve Ö. Samancı Dü.), Ankara: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları.
- Andereck, K. L., Valentine, K. M., Knopf, R. C. ve Vogt, C. A. (2005). Residents' perceptions of community tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 32(4), 1056-1076.

- Ap, J. (1992). Residents' perceptions on tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 19(4), 665-690.
- Arcodia, C. ve Robb, A. (2000). "A Future for Event Management: A Taxonomy of Event Management Terms", *Events Beyond 2000: Setting the Agenda, Proceedings of Conference on Event Evaluation, Research and Education*. (J. Allen, R. Harris, L. Jago, & A. Veal, Dü) Australian Centre for Event Management, School of Leisure, Sport and Tourism, University of Technology Sydney.
- Argan, M. (2007). *Eğlence Pazarlaması* (1. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Argan, M. (2009). *Etkinlik Yönetimi ve Pazarlaması Spor Yönetimi*. (N. Argan, Dü.) Ankara: Detay Yayıncılık.
- Argan, M. (2013). *Etkinlik Yönetimi* (1. b.). (H. Ertan, Dü.) Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Argılı, E. (2005). *Elif'in Mutfağından*, (1. Baskı), Omega Yayınları: İstanbul.
- Arman, A. (2011). *Türk Mutfak Kültürü Tanıtım Sorunu: Mengen Mutfağı Örneği*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Düzce.
- Atak, O. (2009). *Türk Turizmin Tanıtımında Festivallerin Yeri ve Önemi: Antalya Örneği*, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Aymankuy, Y. (2013). *Kongre Turizmi ve Fuar Organizasyonları* (3. b.). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Babacan, E. ve Göztaş , A. (2011). *Etkinlik Yönetimi* (1. b.). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Baysal, A. (1993). *Türk Yemek Kültüründe Değişmeler, Beslenme ve Sağlık Yönünden Değişmeler*. Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar, Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı Yayınları Yayın No:3.
- Bekar, A., Kocatürk, E. ve Sürücü, Ç. (2017). Gastronomi Festivallerinin Algılanan Destinasyon İmajına ve Tekrar Ziyaret Etme Niyetine Etkisi: Fethiye Yeşilüzümlü ve Yöresi Kuzugöbeği Mantar Festivali Örneği. *Journal Of Tourism and Gastronomy Studies*.

- Bezirgân, M. ve Koç, F. (2014). Yerel Mutfakların Destinasyona Yönelik Aidiyet Oluşumuna Etkisi: Cunda Adası Örneği. *Uluslararası Sosyal Araştırma Dergisi*, 7 (34), 917-928.
- 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), 117-124.
- Bird, A. (2011). Wine + Food = Record Year: Event's Economic Impact Highest Ever, Analysis Finds, *Charleston Post and Courier*, 14 April 2011.
- Bjelac, Z. ve Radovanovic, M. (2003). Sports Events as a Form of Tourist Product, Relating to the Volume and Character of Demand. *Journal of Sport Tourism*, 8(4), 257-264.
- Bowdin, G., Allen, J., O'Toole, W., Harris, R. ve McDonnell, I. (2012) *Events Management, Third Edition*, Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Brunet, F. (1995) 'An economic analysis of the Barcelona '92 Olympic Games: resources, financing, and impact', Centre d'Estudis Olímpics i de l'Esport, Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona.
- Brunt, P. ve Courtnet, P. (1999). Host Perceptions of Sociocultural Impacts", *Annals of Tourism Research*. *Annals Of Tourism Research*, 26(3), 493-515.
- Bucak, T. ve Ateş, U.(2014). Gastronomi Turizminin İl Turizmine Etkisi: Çanakkale Örneği. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 28, 315-328.
- Butcher, H. (1993). "Introductions: Some Examples and Definitions", (H. Butcher ve A. Glen ve P. Henderson ve J. Smith Dü.), *Community and Public Policy*, Pluto Press, London, 3-21.
- Butler, R. W. (1980). The Concept Of A Tourist Area Cycle Of Evolution: Implications For Management Of Resources. *Canadian Geographer/Le Géographe canadien*, 24(1), 5-12.
- Büyüköztürk, Ş. (2007). *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı* (1. b.). Ankara: Pegem Yayıncılık.
- Can, E. (2015). Boş Zaman, Rekreasyon Ve Etkinlik Turizmi İlişkisi, *İstanbul Journal of Social Sciences*, 10, 1-17.

- Çakıcı, C. ve Yavuz, G. (2012). 2013 Akdeniz Oyunları Bağlamında Spor Etkinlikleri ve Olası Etkileri, *I. Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu*, İ.İ.B.F. Turizm İşletmeciliği Bölümü, Çag Üniversitesi, Mersin, (13-28).
- Cella, A, Knowles, L. Ve Lankford, S. (2007). Local food festivals in north east Iowa communities: a visitor and economic Impact study. *Managing Leisure*, 218-237.
- Crompton, J.L. ve McKAY, Ş.L. (1997). Motives of visitors Attending Festival Event, *Annals of tourism Research*, 24(2) 425-439.
- Çelik, A. (2009). *Destinasyon Pazarlama Unsuru Olarak Etkinlik Turizmi Ve Etkileri-İstanbul Örneği*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Eğitimi, Ankara.
- Çölbay, Ş. ve Sormaz, Ü. (2015). Konya'da Geçiş Dönemlerinde Yapılan Yöresel Mutfak Uygulamaları. *Uluslararası Türkçe Edebiyat Kültür Eğitim Dergisi*, 4(4), 1729-1736.
- Çulha, O. (2008). Kültür Turizmi Kapsamında Destekleyici Turistik Ürün Olarak Deve Güreşi Festivalleri Üzerine Bir Alan Çalışması. *Journal of Yasar University*.1827-1852.
- De Bres, K. ve Davis, J. (2001). Celebrating Group And Place Identity: A Case Study of a New Regional Festival. *Tourism Geographies*, 23(1), 326-337.
- Derrett, R. (2004). Making Sense Of How Festivals Demonstrate A Community's Sense Of Place. *Event Management*, 8(1), 49-58.
- Doxey, G. (1976). When enough's enough: The natives are restless in Old Niagara. *Heritage Canada*, 2(2), 26-27.
- Durand, M. J., Loisel, P., Diallo, B., Vachon, B., Charpentier, N. ve Labella, J. (2003). From Evidence To Community Practice İn Work Rehabilitation: The Quebec Exprence, *The Clinical Journal Of Pain*, 19, 105-130.
- Durmaz, U. (2014). Festivallerin Yerel Kültüre ve Halkbilim Ürünlerine Etkisi Üzerine Bir İnceleme: Gönen Ulusal Oya ve Çeyiz Festivali. 2. *Genç Akademisyenler Sempozyumu*. Ankara.

- Dwyer, L., Forsyth, P. ve Spur, R. (2005). Estimating the Impacts of Special event on an Economy. *Journal of Travel Research*, 43(4), 351-359.
- Eckerstein, A. (2002). "Evaluation of Event Marketing", *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, International Management*. Göteborg University, İsveç.
- Ekin, Y. (2011). *Etkinlik Turizmi Kapsamında Festivaller ve Antalya Altın Portakal Film Festivali'nin Yerel Halk Üzerindeki Sosyal Etkileri Konulu Bir Araştırma*, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Ekinci, N. (1989). *Kongre Turizmi Sorunları ve Çözüm Önerileri*. (1. b.). Antalya.
- Erdek, F. (2011). *Yiyecek İçecek İşletmelerinin Pazarlama faaliyetlerinde Yöresel Mutfağın Kullanımı*. Trakya üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, Edirne.
- Erdoğan, M. (2007). *Mengen Yemekleri*. İnkılap Kitapevi, İstanbul.
- Eren, D. (2011). *Alternatif Bir Turizm Çeşidi Olarak Mutfak Turizminin Değerlendirmesine İlişkin Sektör Temsilcilerinin Görüşlerinin İncelenmesi Üzerine Bir Araştırma*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Düzce Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletme Anabilim Dalı, Düzce.
- Etyemez, S. ve Özyılmaz, A. (2012) "Gastronomi Turizmi Ve Hatay Mutfak Kültürü", *1. Doğu Akdeniz Turizmi Sempozyumu*, 79-91.
- Everett, S. ve Aitchison, C. (2007). Food tourism and the regeneration of regional identity in Cornwall: an exploratory case study. (C. Aitchison, ve A. Pritchard Dü.), *Festivals and Events: Culture and Identity in Leisure, Sport and Tourism*, 167-192, Eastbourne.
- Falassi, A. (1987). *Time out Of Time Essay On The Festival* (1. b.). Albuquerque: University Of New Mexico Press.
- Fredline, E. (2006). *Host Community Perceptions of the Impacts of Events: A Comparison of Different Themes in Urban and Regional Communities*. CRC For Sustainable Tourism Pty Ltd., Australian.
- Freeman, R. (1984). *Strategic Management: a stakeholder approach*. New York: Cambridge University.

- Getz, D. (1989). Special Events: Defining the Product. *Tourism Management*, 10(2), 125-137.
- Getz, D. (1991). *Festivals Special Event and Tourism* (1. b.). USA: Van Nostrand Reinhold.
- Getz, D. (1997). *Event Management&Event Tourism*. New York: Cognizant Communication Corporation.
- Getz, D. (2003). *Sport Event Tourism: Planning, Development and Marketing, Sport and Adventure Tourism*. (1. b.). (S. Hudson, Dü.) New York: The Howarth Hospitality Press.
- Getz, D. (2007). *Event Studies: Theory, Research and Policy for Planned Events*, Butterworth-Heinemann, Elsevier.
- Getz, D. (2008). "Event Tourism Definition, Evolution and Research". *Tourism*
- Getz,D., Andersson, T. ve Carlsen, J. (2010) "Festival management studies: Developing a framework and priorities for comparative and cross- cultural research", *International Journal of Event and Festival Management*, 1(1), 29-59
- Management, 29(3), 403-428.
- Getz, D. ve Brown, G. (2006). Critical Success Factors for Wine Tourism Regions: A Demand Analysis, *Tourism Management*, 27, 146-158.
- Getz, D. ve Cheyne, J. (1996). "*Special Event Motivations and Behaviour*", in *Essays of Experience-A Tourist Affair*. (C. Ryan, Dü.) London: Cassell.
- Ginsburgh, V. ve Noury, A. (2008). The Eurovision Song Contest. Is Voting Political or Cultural? *European Journal of Political Economy*, 24, 41-52.
- Glenn, A., Bowdin, J., Allen, J. O'Toole, W., Harris, R. ve McDonnell, I. (2003). *Events Management*. Burlington: Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Goldblatt, J. J. (1997). *Special Event: Best Practice in Modern Event Management* (1. b.). New York: Van Nostrand Reinhold.
- Goldblatt, J. (2000). "A Future for Event Management: The Analysis of Major Trends Impacting the Emerging Profession" *Research and Education, Australian Centre for Event Management*, School of Leisure, Sport and Tourism, University of Technology, Sydney, 2-9.

- Gül, K., Erdem, B. ve Gül, M. (2013) “Yerel Festivallerin Etkinliğine Bağlı Ziyaretçi Kazanımları: Sındırgı Yağcıbedir Festivali Örneği”, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18 (2), 213-239.
- Güler, M., Akpınarlı, F., Ülger, N., Balkanal, Z., Kurt, G. ve Koçak, K. (2011). *Mengen El Sanatları* (1. b.). Ankara.
- Günersel, Ş. (1997). *Türkiye'nin Turizm Tanıtımında Kültürel Değerlerin Kullanımı ve Önemine Bir Örnek: Festivaller*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Güneş, N. (2014). *Yerel Halkın Turizm Algısını ve Turizme Katılımı: Antalya Konyaaltı ve Kepez İlçesi Örneği*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Gürsoy, D., Kim, K. ve Uysal, M. (2004). Perceived Impacts of Festivals and Special Events by Organizers: An Extension and Validation. *Tourism Management*, 25(2), 171-181.
- Halıcı, N. (1986). *Türk Halk Mutfağı*. Birinci Milletlerarası Yemek Kongresi, Nurel Matbaacılık: Ankara.
- Halıcı, N. (2002). *Türk Halk Mutfağı, Yemek Kitabı* (1. b.). (S. Koz, Dü.) İstanbul: Kitabevi Yayınları.
- Hall, C. M., Sharples, L., Mitchell, R., Macionis, N. ve Cambourne, B. (2003). *Food Tourism Around the World Development, Management and Markets*, Oxford: Butterworth-Heinemann An imprint of Elsevier Linacre House, Jordan Hill.
- Handszuh, H. (2000, November). Local food in tourism policies. Paper presented at the International Conference on Local Food and Tourism, Larnaka, Cyprus.
- Hoşcan, N., Genç, K. ve Şengül, S. (2016). Bolu Kent Markası Oluşturma Sürecinde Aşçılık Kültürü ve Gastronomi Turizminin Önemi: BOLGAMER Önerisi. *Journal Of Tourism and Gastronomy Studies*. 52-76.
- İçöz, O. ve Metin, K. (2002) *Turizm Ekonomisi* (2. B.), Ankara: Turhan Kitabevi Yayınlar
- İftar, K. G. (1999). "*Bilim ve Araştırma*," *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. (A. Bir, Dü.) Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayın No: 1081.



- İzgi, Ö. (1989). *Çin Elçisi Wang Yen-te'nin Uygur Seyahatnamesi*, Ankara
- Jago , L. ve Shaw, R. (1998). Special Event: A Conceptual and Definitional Framework. *Festival Management and Event Tourism*, 5(1), 21-32.
- Janiskee, R. L. (1996). Historic houses and special events, *Annals of Tourism Research*, 23(2), 398-414.
- Karagöz, D. (2006). *"Etkinlik Turizmi ve Etkinlik Turizmi Bağlamında Yabancı Ziyaretçi Harcamalarının Ekonomiye Etkisi: Formula 1 2002 Türkiye Grand Prix Örneği"* Yayınlanmamış Yüksek Lisans tezi. Anadolu Üniversite, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Eskişehir.
- Karaküçük, S. (1997). *Rekreasyon Boş Zamanları Değerlendirme Kavram Kapsam ve Bir Araştırma*. Ankara: Seren Ofset.
- Kaya, M. F. (2013). Sürdürülebilir Kalkınmaya Yönelik Tutum Ölçeği Geliştirme Çalışma. *Marmara Coğrafya Dergisi*(28), 175-190.
- Kayış, A. (2010). *Güvenirlilik Analizi, SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*. (Ş. Kalaycı, Dü.) Ankara: Asil Yayın Dağıtım.
- Kim, K. ve Uysal, M. (2003). Perceived Socio-Economic Impact Of Festival And Event Among Organizers. *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, 10(3-4), 159-171.
- Kim, Y., Eves, A. ve Scarles, C. (2009). Building a Model of Local Food Consumption on Trips and Holidays: A Grounded Theory Approach. *International Journal of Hospitality Management*, 28(3), 423-731.
- Kim, Y. G., Eves, A. Ve Scarles, C. (2013). Empirical verification of a conceptual model of local food consumption at a tourist destination. *International Journal of Hospitality Management*, 33, 484-489.
- Kladou, S. (2011). *"Kültür Festivalleri: Genel Bir Bakış"*, (Ada, S. Dü.), İstanbul'un Festivalleri, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları: İstanbul.
- Kozak, M. ve Bahçe, A. (2012). *Özel İlgi Turizm*. (2. b.) Detay Yayıncılık: Ankara.
- Kömürcü, G. B. (2013). *Etkinlik Turizmi Çeşidi Olarak Festivaller: Bozcaada Yerel Tatlar Festivali Örneği*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, . Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Çanakkale.

- Krejcie, R. ve Morgan, D. (1970). Determining Sample Size For Research Activities. *Educational and Psychological Measurement* (30), 607-610.
- Küçük, M. (2012). *Turizmin Yerel Kalkınmaya Etkisi: Ankara Kızılcahamam Örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Atılım Üniversitesi: Ankara.
- Lade, C. ve Jackson, J. (2004). Key Success Factors in Regional Festivals: Some Australian Experiences. *Event Management*, 9, 1-11.
- Lee, C.K. (2000). A Comparative Study of Caucasian and Asian Visitors To A Cultural Expo In An Asian Setting. *Tourism Management*, 21: 169.
- Lee, I., Arcodia, C. ve Lee, T. J. (2012). Benefits of visiting a multicultural festival: The Case of South Korea. *Tourism Management*, 33, 334-340
- Mekanlı, G. (2005). *Örgütlerin Tanıtımında Bir İletişim Yöntemi Olarak Etkinlik Yönetimi*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler Anabilim Dalı, İzmir.
- Mil, B. ve Denk E. (2015). Erzurum Mutfağı Yöresel Ürünlerin Otel Restoran Menülerinde Kullanım Düzeyi: Palandöken Örneği. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 5 (2), 1-7.
- Nakip, M. (2013). *Pazarlama Araştırma Teknikleri* (3. b.). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Neuman, W. L. (2014). *Toplumsal Araştırma Yöntemleri Nitel ve Nicel Yaklaşımlar 2*. Cilt, (çev. S. Özge), Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Odabaşı, Y. (1999). "Anket Yöntemi", *Sosyal Bilimler Araştırma Yöntemleri*. (A. Bir, Çev.) Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını No: 1081.
- Özdamar, K. (2001). *SPSS İle Biyoistatistik* (4. b.). Eskişehir: Kaan Kitabevi.
- Özdemir, B. (2001). *Otel İşletmelerinde Mutfak Yönetimi ve Her Şey Dahil Uygulamasının Mutfak Yönetimine Etkileri Üzerine Sektörel Bir Araştırma*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Akdeniz Üniversite, Ankara.
- Özdemir, G. ve Çulha, O. (2009). "Satisfaction and Loyalty of Festival Visitors", *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 20(2), 359-373
- Özdemir, G. (2014). *Destinasyon Yönetimi ve Pazarlama* (1. b.). Ankara: Detay Yayıncılık.

- Özgürel, G., Alan, R. ve Bingöl, Z. (2015). Yerel Kalkınmada Bir Araç Olarak Festivaller: Munzur Kültür Ve Doğa Festivali, *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 5 (2): 113-121.
- Özer, Ç., Otağ, B. Ve Yetim, A. (2016). Coğrafi İşaretleme Yoluyla Gastronomik Kimlik Oluşturma Ve Gastronomik Kimliğin Destinasyon Pazarlamasındaki Rolü: Trakya Örneği, Balıkesir Gastronomi Turizmi Kongresi.
- Özmen, A. (1999). "Örnekleme". *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri* (s. 25-50). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları No: 1081.
- Padem, H., Göksu, A. ve Konaklı, Z. (2012). *Araştırma Yöntemleri-SPSS-Uygulamalı*. Sarajevo: International Burch University.
- Pira, A. (2004). *Etkinlik Yönetimi* (1. b.). Ankara: Mediacat Yayınları.
- Poon, A. (2009). Prospects for the British Market 2009. *Tourism Industry Intelligence*, 16(1), 1-4.
- Raj, R. (2004). *The Impact of Cultural Festivals on Tourism*. Tourism Today, Fall, 66-77.
- Raj, R. ve Musgrave, J. (2009). *Event Management And Sustainability* (1. b.). İngiltere: CABI.
- Ritchie, J. R. (1984). Assessing The Impacts of Hallmark Event: Conceptual And Research Issues. *Journal Of Travel Research*, 23(1), 2-11.
- Richards, G. (2002). Gastronomy: An Essential Ingredient in Tourism Production and Consumption? (A.M. Hjalager, ve G. Richards: Ed.), *Tourism and Gastronomy*, London: Routledge.
- Seçilmiş, C. ve Sarı, Y. (2013). *Etkinlik Yönetiminde E-Tanıtım Uygulamaları Eskişehir Türk Dünyası Kültür Başkenti Web Sitesi Örneği*, 14. Ulusal Turizm Kongresi, 5-8 Aralık, Kayseri 343-355.
- Schneider, I.E. ve Backman, S.J. (1996) Cross-cultural equivalence of festival motivations: A study in Jordan. *Festival Management and Event Tourism*, 4, 139-144.
- Sekaran, U. (2003). *Research Methods For Business* (4. b.). John Wiley & Sons inc.
- Selam, G., Eleri, J. ve Nigel, M. (2004). *An Overview of Events Management*", *Festival and Event Management: an International Arts And Culture*

- Perspective* (1. b.). (M. Yeoman, M. Robertson, J. Ali-Knight, S. Drummand, ve U. McMahon-Beattie, Dü.) New Zealand: Butterworth-Heinemann.
- Sert, A. N. (2017) "Festivallerin Yerel Halk Üzerindeki Sosyal Etkileri: Beypazarı Örneği", *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (38), 187-199.
- Shone, A. ve Parry, B. (2004). *Successful Event Management: A Practical Handbook*. United Kingdom: Cengage Learning Emea.
- Silvers, J. R. (2004). *Professional Event Coordination*. New Jersey: John Wiley&Sons Inc.
- Smith, C. ve Jenner, P. (1998). 'Tourism and The Internet', *Travel and Tourism Analyst*, No. 1: 62-81.
- Stokes, R. (2008). Tourism strategy making: Insights to the events tourism domain. *Tourism Management*, 29(2), 252-262.
- Şahin,K.(2012). Hatay Mutfak Kültürü ve Yemekleri, Hatay Valiliği, Yayın No:16 Hatay: Pozitif Matbaa.
- Şavran, G. T. (2009). Sosyolojide Nicel ve Nitel Araştırma Yöntemi. N. Suğu (Dü.) içinde, *Sosyolojide Araştırma Yöntem ve Teknikleri* (s. 78-96). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını No: 1963.
- Şavran, G. T. (2012). Örneklem Seçimi Ve Ölçüm. G. Şavran (Dü.) içinde, *Sosyolojide Araştırma Yöntem ve Teknikleri* (s. 144-180). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını No: 2641.
- Şengül, S. ve Türkay, O. (2014). "Yöresel Mutfaklar" Eğitimi Üzerinden Kimlik, Mutfak Kültürü ve turizm Gelişimine Dair Çıkarımlar: Mudurnu Örneği. Citta Slow Eko-Gastronomi Kongresi, Gökçeada.
- Şengül, S. ve Türkay, O. (2015). Bölge Restoran Mönülerinin Belirlenmesinde "Yöresel Mutfaklar" Eğitiminin Kullanılması: Mudurnu Örneği. *Electronic Journal Of Vocational Colleges*, UMYOS Özel Sayısı 1-6.
- Şengül, S. ve Türkay, O. (2015b). "Doğu Karadeniz Mutfak Kültürünün Sürdürülebilirliği Sorunlar ve Çözüm Önerileri". (H. Akdu ve İ. Çalık Dü.), *Doğu Karadeniz Bölgesi Sürdürülebilir Turizm Kongresi Bildiri Kitabı* (s. 599-606). Gümüşhane.

- Şengül, S. ve Türkay, O. (2016). Akdeniz Mutfak Kültürünün Gastronomi Turizmi Bağlamında Değerlendirilmesi, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 4(Special issue1 2016), 86-99.
- Tassiopoulus, D. (2005). *Event-An Introduction Event Management: A Professional and Developmental Approach*. (D. Tassiopoulus, Dü.) South Africa: Juta Academic.
- Tayfun A ve Arslan E (2013). Festival Turizmi Kapsamında Yerli Turistlerin Ankara Alışveriş Festivali'nden Memnuniyetleri Üzerine Bir Araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 5(2): 192-206.
- Telfer, E. (2000). *The Philosophy Of Hospitableness*. (C. Lashley ve A. Morrison, Dü.) In Search of Hospitality: Theoretical Perspectives and Debates, Butterworth Heinemann, Melbourne, 38-55.
- Terekli, S. M. (2013). *Etkinlik Yönetimi* (1. b.). (H. Ertan, Dü.) Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- The New Zealand Tourism Research Institute. (2007). *The benefits Of Event: An Annotated Bibliography*. The New Zealand Tourism Research Institute, Aut University.
- Tuncel, M. (2000). *Fast Food Sisteminin Türk Mutfağına Uyarlanması ve Bir Uygulama*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm ve Otel İşletmeciliği Anabilim Dalı, Eskişehir.
- Turco, D., Roger, R. ve Kamilla, S. (2002). *Sport Tourism* (1. b.). (H. Craig, Dü.) Morgantown, USA: Fitness Information Techhnology.
- Uysal, M. ve Li, X. (2008). Festival And Event Motivation Research: Critical Issue And Directions For Future Research, Presented At Cultural And Event Tourism: Issues&Debates, *International Tourism Conference 2008*, 10-24, 05-09 November 2008, Alanya-Turkey.
- Üçer, N. (2012). Presentation of Symbolism, Reality and Virtual Reality In "MATRIX": Semiotic Analysis of Hidden Messages. *Proceedings of International Symposium on Language and Communication: Research Trends and Challenges*, June 10-13, 2012, İzmir, Türkiye, 1905, 1916

- Van Der Wagen , L. (2001). *Event Management: For Tourism, Cultural, Business And Sporting* (2. b.). Frenchs Forest, Nsw: Pearson Education Australia.
- Van Der Wagen, L. (2005). *Event Management for Tourism, Cultural, Business, and Sporting Events*, (2. b.). (B. Carlos, Dü.) New Jersey: Pearson Prentice Hall, Upper Saddle River.
- Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2004). *SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara : Detay Yayıncılık.
- Yeoman, L., Ali-Knight, M., Drummond, J. ve McMahon-Beattie, U. (2007). *Festival And Events Management An International Arts And Culture Perspective*. Amsterdam: Butterworth-Heinemann.
- Yıldız, E. ve Bitirim, S. (2005). Kültürlerarası İletişim Açısından Üniversite (Dünya Üniversite Oyunları)İzmir, İstanbul İletişim Fakültesi Dergisi, İstanbul.
- Yılmaz, A. (2002). *İşyerimiz Mutfak, Mesleğimiz Aşçılık, Sanatımız Pişirme* (1. b.). İstanbul: Boyut Yayınları.
- Yılmaz Es, B. (2015). *Birey Kültürel Etkinliklere Katılım Motivasyonları Mersin Uluslararası Müzik Festivali 2013 Katılımcıları Üzerine Bir Araştırma*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Mersin.
- Yılmaz, İ. ve Çullu, N. (2012) “Nevşehir’de Alternatif Turizm Potansiyeli ve Turistik Ürün Çeşitlendirme Üzerine Bir Araştırma”, *1. Doğu Akdeniz Turizmi Sempozyumu*, 185-202.
- Yüncü, D. (2013). *Kongre ve Etkinlik Yönetimi* (1. b.). (M. Emeksiz, Dü.) Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.

### **İnternet Kaynakça**

- Agos: <http://www.agos.com.tr/tr/yazi/18869/ermenistanda-festival-bereketi> Erişim Tarihi: 03.02.2018
- Avocado Festival: <https://avofest.com/> Erişim Tarihi: 05.02.2018
- Bolu Belediyesi: [www.bolu.bel.tr](http://www.bolu.bel.tr) Erişim Tarihi: 08.10.2017

- Bozcaada: <http://www.gobozcaada.com/uluslararasi-lezzet-festivali.html> Erişim Tarihi: 05.02.2018
- Cheese- Rolling In Gloucestershire: <http://www.cheese-rolling.co.uk/index1.htm> Erişim Tarihi: 05.02.2018
- Diyamet İşleri Bakanlığı: <http://www.diyamet.gov.tr/turkish/dinhizmetleriweb/dinhizmetleri/DinHizNET> Erişim Tarihi: 07.03.2017
- Eda Senyurt (01.06.2017): <http://brandtalks.org/2017/06/bir-elin-nesi-festivalin-sesi-var/> Erişim Tarihi: 06.02.2018
- Emitt: <http://www.emittistanbul.com/fuar-hakkinda/genel-bilgi> Erişim Tarihi: 09.03.2017
- Festival Dünyası: <http://www.festivaldunyasi.net/uluslararasi-edirne-bando-ve-ciger-festivali/> Erişim Tarihi: 03.02.2018
- Fotoğraf Arşiv: Salih Bozkurt (Mengen Aşçılık Derneği Başkanı)
- Galway Oyster Festival: <http://galwayoysterfestival.com/> Erişim Tarihi: 03.02.2018
- Hürriyet Gazetesi: <http://www.hurriyet.com.tr/eurovision-birincisi-ukrayna-oldu-40104057> Erişim Tarihi: 09.03.2017
- Kezban Karaboğa (31.06.2016): <https://www.dunya.com/ekonomi/festival-ekonomisi-izmire-can-veriyor-haberi-> Erişim Tarihi: 06.02.2018
- Kongre Merkezi: <http://www.kongremerkezi.net/> Erişim Tarihi: 09.03.2017
- Kültür ve Turizm Bakanlığı: <http://disiliskiler.kulturturizm.gov.tr/TR,22140/ikili-turizm-iliskileri.html> Erişim Tarihi: 09.03.2017
- Kültür ve Turizm Bakanlığı: <http://www.tanitma.gov.tr/TR,120661/2015-yili-yerel-etkinlik-takvimi.html> Erişim Tarihi: 10.03.2017
- Kültür ve Turizm Bakanlığı: <http://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/genel/etkinlik> Erişim Tarihi: 06.06.2017
- Kültür ve Turizm Bakanlığı: <http://www.yozgatkulturturizm.gov.tr/Eklenti/52544,yozgat-mutfagi-ve-yoresel-yemekleri> Erişim Tarihi: 03.02.2018
- Kültür ve Turizm Bakanlığı: <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/gaziantep/neyenir/gazantep-mutfagi> Erişim Tarihi: 03.02.2018

Kültür ve Turizm Bakanlığı: <http://aregem.kulturturizm.gov.tr/TR,50999/mesir-macunu-festivali.html> Erişim Tarihi: 03.02.2018

Kültür ve Turizm Bakanlığı: <http://www.izmirturizm.gov.tr/TR,178195/gastronomi-turizmi.html> Erişim Tarihi: 02.02.2018

Kültür ve Turizm Bakanlığı: <http://aregem.kulturturizm.gov.tr/TR,202373/mesir-macunu-festivali.html> Erişim Tarihi: 05.02.2018

Melbourn Food and Wine Festival: <http://www.melbournefoodandwine.com.au/festival-info/about-the-festival> Erişim Tarihi: 03.02.2018

Mengen Belediyesi: <http://www.mengenbelediyesi.com> Erişim Tarihi: 12.10.2017

Mengen Haber: <https://mengenhaber.tr> Erişim Tarihi: 09.10.2017

Mengen Kaymakamlık: <http://www.mengen.gov.tr/ekonomi> Erişim Tarihi: 09.10.2017

Mengen Yöresel Yemek Kitabı (2017): <http://ismailkaratas.com.tr/>. Erişim Tarihi: 08.02.2018

Milliyet Gazetesi: <http://www.milliyet.com.tr/turkiye-nin-lezzet-haritasi-pembenar-detay-yemek-1587565/> Erişim Tarihi: 29.04.2017

Sözlük: <http://www.sozlukanlaminedir.org/toren-nedir-toren-ne-demek/> Erişim Tarihi: 08.03.2017

Turizmde Gastronomi: <http://www.gastronomi.com.tr/egitim/universiteler/aibu-sektorun-mengen-gelenegini-surduruyor-h2051.html> Erişim Tarihi: 12.10.2017

Turkish Cuise: <http://www.turkish-cuisine.org/print.php?id=213&link=http://www.turkish-cuisine.org/tarihsel-gelisim-1/sunus-tarihsel-gelisim-213.html> Erişim Tarihi: 27.04.2017

Türk Dil Kurumu: <http://www.tdk.gov.tr/index.php> Erişim Tarihi: 08.03.2017

Türk Dil Kurumu: <http://www.tdk.gov.tr/index.php> Erişim Tarihi: 08.03.2017

Türk Dil Kurumu: <http://www.tdk.gov.tr/index.php> Erişim Tarihi: 07.03.2017

Türk Dil Kurumu: <http://www.tdk.gov.tr/index.php> Erişim: 07.03.2017

Türk Dil Kurumu: <http://www.tdk.gov.tr/index.php> Erişim Tarihi: 07.03.2017

Türk Dil Kurumu: <http://www.tdk.gov.tr/index.php> Erişim Tarihi: 09.03.20167



Türk Dil Kurumu: <http://tdk.gov.tr/index.php> Erişim Tarihi: 01.06.2017

UTS Business: <http://www.business.uts.edu.au/acem/resources/major.html> Erişim Tarihi: 09.03.2017

Vogue: <http://vogue.com.tr/parti/oscarin-tarihcesi> Erişim Tarihi: 22.03.2017



## EKLER

### EK 1: Araştırma Anket Formu

ANKET FORMU						
Bu anket çalışması, “Etkinlik Turizmi Kapsamında Yerel Mutfak Festivallerinin Etkileri: Uluslararası Mengen Aşçılık ve Turizm Festival Örneği” konulu yüksek lisans tezi için hazırlanmıştır. Bu araştırma tamamen bilimsel bir amaca yönelik olarak hazırlanmıştır. Katkılarınız için şimdiden teşekkür ederiz. Saygılarımızla.						
Yrd. Doç. Dr. Devrim ÜMİT Karabük Üniversitesi Tez Yöneticisi			Sibel AKMEŞE Karabük Üniversitesi Yüksek Lisans Öğrencisi			
<b>Cinsiyetiniz</b>	( ) <sub>1</sub> Kadın ( ) <sub>2</sub> Erkek					
<b>Yaşınız</b>	( ) <sub>1</sub> 25 Yaş ve Altı ( ) <sub>2</sub> 26-35 Yaş ( ) <sub>3</sub> 36-45 Yaş ( ) <sub>4</sub> 46-55 Yaş ( ) <sub>5</sub> 56 Yaş ve Üstü					
<b>Medeni Durumunuz</b>	( ) <sub>1</sub> Evli ( ) <sub>2</sub> Bekâr					
<b>Eğitim Durumunuz</b>	( ) <sub>1</sub> Okur-yazar değil ( ) <sub>2</sub> İlk ve Ortaöğretim ( ) <sub>3</sub> Lise ve Dengi ( ) <sub>4</sub> Üniversite ( ) <sub>5</sub> Lisansüstü					
<b>Aylık Geliriniz</b>	( ) <sub>1</sub> 1500 TL ve Altı ( ) <sub>2</sub> 1501-2000 TL ( ) <sub>3</sub> 2001-2500 TL ( ) <sub>4</sub> 2501-3000 TL ( ) <sub>5</sub> 3001-3500 TL ( ) <sub>6</sub> 3501 TL ve Üstü					
<b>Mesleğiniz</b>	( ) <sub>1</sub> Esnaf ( ) <sub>2</sub> İşçi ( ) <sub>3</sub> Yönetici ( ) <sub>4</sub> Profesyonel İşler (Doktor, Avukat vb.) ( ) <sub>5</sub> Teknik İşler ve Mühendislik ( ) <sub>6</sub> Akademik/Eğitimci ( ) <sub>7</sub> Devlet Memuru ( ) <sub>8</sub> Serbest Meslek ( ) <sub>9</sub> Emekli ( ) <sub>10</sub> Öğrenci ( ) <sub>11</sub> Ev Hanımı					
<b>İkamet Süresi</b>	( ) <sub>1</sub> 1 Yıldan Az ( ) <sub>2</sub> 1-5 Yıl ( ) <sub>3</sub> 6-10 yıl ( ) <sub>4</sub> 11 Yıl ve Üstü					
<b>LÜTFEN: Aşağıdaki ifadelerle ne derecede katıldığınızı her ifadenin karşısındaki seçeneklerden uygun gördüğünüz rakamın üzerini işaretleyiniz.</b>						
<b>1=Kesinlikle Katılmıyorum</b>	<b>2=Katılmıyorum</b>	<b>3=Kısmen Katılıyorum</b>	<b>4=Katılıyorum</b>	<b>5=Kesinlikle Katılıyorum</b>		
<b>1</b>	Mengen aşçılık ve turizm festivali, yörede kültürel aktivitelerin gelişimine katkıda bulunmaktadır.	1	2	3	4	5
<b>2</b>	Mengen aşçılık ve turizm festivali, yerel halkın kültürel gelişimine katkı sağlamaktadır.	1	2	3	4	5
<b>3</b>	Mengen aşçılık ve turizm festivali, yerel halkın yaşam kalitesini yükseltmektedir.	1	2	3	4	5
<b>4</b>	Mengen aşçılık ve turizm festivali, yerel halkın eğlence ve serbest zaman değerlendirme olanaklarını artırmaktadır.	1	2	3	4	5
<b>5</b>	Mengen aşçılık ve turizm festivali, yerel halkın tutum ve davranışlarını olumsuz yönde etkilemektedir.	1	2	3	4	5
<b>6</b>	Mengen aşçılık ve turizm festivali, kültürel değerlerin yok olmasına neden olmaktadır.	1	2	3	4	5
<b>7</b>	Mengen aşçılık ve turizm festivali, yerel halkın turistik çekiciliklere ulaşımını zorlaştırmaktadır.	1	2	3	4	5
<b>8</b>	Mengen aşçılık ve turizm festivali, yörede suç, fuhuş, uyuşturucu gibi sosyal problemlere neden olmaktadır.	1	2	3	4	5

9	Mengen aşçılık ve turizm festivali, yöredeki geleneksel ürünlerin üretimini sağlamaktadır.	1	2	3	4	5
10	Mengen aşçılık ve turizm festivali, yöreye ekonomik kazanç sağlamaktadır.	1	2	3	4	5
11	Mengen aşçılık ve turizm festivali, yerel ekonominin canlanmasına katkıda bulunur.	1	2	3	4	5
12	Mengen aşçılık ve turizm festivali, yerel halk için yeni iş fırsatları yaratmaktadır.	1	2	3	4	5
13	Mengen aşçılık ve turizm festivali, bölgeye daha fazla yatırımın yapılmasını sağlamaktadır.	1	2	3	4	5
14	Mengen aşçılık ve turizm festivali, bölgedeki ürün ve hizmet fiyatlarını arttırmaktadır.	1	2	3	4	5
15	Mengen aşçılık ve turizm festivali, bölgede hayat pahalılığına neden olmaktadır.	1	2	3	4	5
16	Mengen aşçılık ve turizm festivali, yerel halk arasında ekonomik kazanç eşitsizliği yaratmaktadır.	1	2	3	4	5
17	Mengen aşçılık ve turizm festivali, doğal çevrenin korunmasını ve gelişimini desteklemektedir.	1	2	3	4	5
18	Mengen aşçılık ve turizm festivali, gelecek nesiller için çevre kalitesinin iyileştirilmesine katkıda bulunmaktadır.	1	2	3	4	5
19	Mengen aşçılık ve turizm festivali, çevre bilincinin artmasını sağlamaktadır.	1	2	3	4	5
20	Mengen aşçılık ve turizm festivali, tarihi bina ve yapıların korunmasını teşvik etmektedir.	1	2	3	4	5
21	Mengen aşçılık ve turizm festivali için gelen ziyaretçiler, çevre kirliliğine (toprak, hava, su) neden olmaktadır.	1	2	3	4	5
22	Mengen aşçılık ve turizm festivali için gelen ziyaretçiler, doğayı (bitkiler, hayvanlar, ekosistem) olumsuz etkilemektedir.	1	2	3	4	5
23	Mengen aşçılık ve turizm festivalinin yarattığı turizm hareketi (göç) çarpık kentleşmeye neden olmaktadır.	1	2	3	4	5
24	Mengen aşçılık ve turizm festivali, yörede kalabalıklaşma, gürültü kirliliği, trafik sıkışıklığı gibi problemler yaratır.	1	2	3	4	5

**Sayın katılımcı, araştırmamızın sonuçlarını sizinle paylaşmamızı istiyorsanız lütfen e-posta adresinizi**

(.....@.....)  
yazınız.

## EK 2: Mengen Aşçılık ve Turizm Festival Görselleri



1981 Yılında 1. Mengen Aşçılık ve Turizm



1982 Yılında 2. Mengen Aşçılık ve Turizm Festivali



1983 Yılında 3. Mergen Aşçılık ve Turizm Festivali



1984 Yılında 4. Mergen Aşçılık ve Turizm Festivali



1985 Yılında 5. Mergen Aşçılık ve Turizm Festivali



1986 Yılında 6. Mergen Aşçılık ve Turizm Festivali



1988 Yılında 7. Mergen Aşçılık ve Turizm Festivali



1990 Yılında 8. Mergen Aşçılık ve Turizm Festivali



1992 Yılında 9. Mergen Aşçılık ve Turizm Festivali



1993 Yılında 11. Mengen Aşçılık ve Turizm Festivali 1994 Yılında 11. Mengen Aşçılık ve Turizm Festivali



1995 Yılında 12. Mengen Aşçılık ve Turizm Festivali



1996 Yılında 13. Mengen Aşçılık ve Turizm Festivali



1999 Yılında 15. Mengen Aşçılık ve Turizm Festivali



2000 Yılında 16. Mengen Aşçılık ve Turizm Festivali



2001 Yılında 17. Mengen Aşçılık ve Turizm Festivali



2002 Yılında 18. Mengen Aşçılık ve Turizm Festivali



2003 Yılında 19. Mengen Aşçılık ve Turizm Festivali



2004 Yılında 20. Mengen Aşçılık ve Turizm Festivali



2005 Yılında 21. Uluslararası Mengen Aşçılık ve Turizm Festivali



2006 Yılında 22. Uluslararası Mengen Aşçılık ve Turizm Festivali



2007 Yılında 23. Uluslararası Mengen Aşçılık ve Turizm Festivali





2008 Yılında 24. Uluslararası Mengen Aşçılık ve Turizm Festivali



2009 Yılında 25. Uluslararası Mengen Aşçılık ve Turizm Festivali



2010 Yılında 26. Uluslararası Mengen Aşçılık ve Turizm Festivali



2011 Yılında 27. Uluslararası Mengen Aşçılık ve Turizm Festivali



2012 Yılında 28. Uluslararası Mengen Aşçılık ve Turizm Festivali



2013 Yılında 29. Uluslararası Mengen Aşçılık ve Turizm Festivali

## Mengen'in festivaline UNESCO damgası



2014 Yılında 30. Uluslararası Mengen Aşçılık ve Turizm Festivali



2015 Yılında 31. Uluslararası Mengen Aşçılık ve Turizm Festivali



2016 Yılında 31. Uluslararası Mengen Aşçılık ve Turizm Festivali



**AŞÇILARIN  
BÜYÜK BULUŞMASI**  
Chefs' Great Reunion  
**MENGEN**  
**32. Uluslararası Mungen  
Aşçılık ve Turizm Festivali**  
**12 - 13 AĞUSTOS 2017**

**12 AĞUSTOS CUMARTESİ**

**PROGRAM**

**11.00** - Hastane kavşağı mevkiinden yeni köprü açılışı ve kortej yürüyüşü

**11.30** - Festival açılış töreni  
- Standların ziyareti  
- Aşçılar yemek yarışması  
- Bayanlar arası yöresel yemek yarışması  
- Halk oyunları gösterileri

**19.30** - Konser I  
- Mehmet Şafak  
- Alp Arslan  
- Bengü

**24.00** - Hava fişek gösterisi

**13 AĞUSTOS PAZAR**

**10.30** - İlçe halkı ve aşçılarıyla birlikte Mungen'de Kahvaltı  
Yer : Festival alanı

**12.00** - Federasyon ve derneklerin etkinlikleri.  
- İlçenin çeşitli yerlerinde halk oyunları gösterileri

**19.00** - Konser II  
- Kültür ve Turizm Bakanlığı Sanatçıları  
- Özlem Şafak  
- Grup Son Ki Üç

**24.00** - Kapanış  
- Hava fişek gösterisi



2017 Yılında 32. Uluslararası Mungen Aşçılık ve Turizm Festivali

## ÖZET

Etkinlikler, son yıllarda destinasyonlar için önemli bir çekicilik unsurudur ve destinasyonlara önemli katkılar sağlamaktadır. Turistik destinasyonlarda düzenlenen etkinlikler, turizm sezonunun uzatılması, destinasyonun çekiciliğinin artması, alt yapı ve hizmetlerin gelişmesi, destinasyona olan ilginin artması, destinasyon imajının gelişmesi, destinasyon markasının güçlenmesi gibi birçok fayda sağlamaktadır. Bu etkinlikler ayrıca yerel halkın ekonomik anlamda güçlenmesine, yöredeki rekreatif ve eğlence imkânlarının artmasını, kültürel gelişmeye, yöredeki kültürel değerlerin ve doğal çevrenin korunmasına katkı sağlamaktadır. Ancak bu etkinlikler trafik sıkışıklığı, kalabalık, çevre kirliliği, çöp atışı gibi çevresel etkiler ile yöredeki mal ve hizmet fiyatlarının artması, kültürün ticarileşmesi gibi olumsuz sosyo-ekonomik etkiler de yaratmaktadır.

Bu tezin temel amacı, Mengen halkının Uluslararası Mengen Aşçılık ve Turizm Festivalinin yarattığı sosyal, ekonomik ve çevresel etkilere yönelik algılarının belirlenmesidir. Yerel halkın festivale yönelik algı ve tutumları festivalin sürdürülebilirliği açısından önem taşımaktadır.

Çalışma sonucunda, yerel halkın Uluslararası Mengen Aşçılık ve Turizm Festivalinin yaratmış olduğu olumlu ve olumsuz sosyal etkiler ile olumlu ekonomik etkilerini daha çok algıladıkları belirlenmiştir. Çalışmada ayrıca yerel halkın festivalin etkilerine yönelik algılarının demografik değişkenlere göre farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Katılımcıların cinsiyet ve aylık gelirin e göre çevresel etkilere yönelik algıları arasında, katılımcıların mesleklerine göre sosyal etkilere yönelik algıları arasında ve katılımcıların cinsiyetine, eğitim durumuna ve mesleklerine göre ekonomik etkilerine yönelik algıları arasında anlamlı bir farklılık belirlenmiştir.

## ARŞİV Kayıt Bilgileri

<b>Tezin Adı</b>	: Etkinlik Turizmi Kapsamında Yerel Mutfak Festivallerinin Etkileri: Uluslararası Mengen Aşçılık ve Turizm Festival Örneği
<b>Tezin Yazarı</b>	: Sibel AKMEŞE
<b>Tezin Danışmanı</b>	: Yrd. Doç. Dr. Devrim ÜMİT
<b>Tezin Konumu</b>	: Yüksek Lisans
<b>Tezin Tarihi</b>	: 19/01/2018
<b>Tezin Alanı</b>	: Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı
<b>Tezin Yeri</b>	: KBÜSBE – KARABÜK
<b>Anahtar Sözcükler</b>	: Etkinlik, Etkinlik Turizmi, Yerel Mutfak Festivalleri, Yerel Mutfak Festivallerinin Etkileri, Mengen



## ABSTRACT

Events have recently been an appealing factor for destinations and contributing to them to a great extent. Events in touristic destinations have been important in terms of extension of a touristic season, improvement of the attraction of the destination itself, enhancement of the infrastructure and the services provided, furtherance of the interest towards the destination, improvement of its image, and the advance of the destination brand. These activities make a further contribution to better the economic conditions of the local populace, to increase the possibilities for recreation and entertainment in the region as well as to cultural improvement and protection of cultural values and natural environment in the region. However, these events also have side effects on the environment, such as traffic jam, crowdedness, environmental pollution, and disposal and on the socio-economic nature of the region, such as the rise in prices of properties and services and trading of culture.

The chief objective of the present thesis is to demonstrate the public conceptions towards the social, economic, and environmental effects of the *International Cooking and Tourism Festival in Mengan*. The perception and attitude of the local populace towards the Festival is of high importance in terms of sustainability of the Festival.

The thesis concludes that the local populace in the region is much more aware of the positive and negative social impacts as well as the positive economic impacts of the festival. Furthermore, the study demonstrates that the perceptions of the local populace towards the impacts of the Festival vary in accordance with age. Among the participants, perceptions towards environmental impacts vary according to gender and monthly income, social impacts vary according to occupation, and economic impacts vary according to education and occupation.



## **ARCHIVE Record Information**

**Name of the Thesis** : The Impact of Local Cuisine Festivals within Event Tourism:  
The Case of International Cooking and Tourism Festival in  
Mengen

**Writer of the Thesis** : Sibel AKMEŞE

**Advisor of the Thesis** : Assist. Prof. Devrim ÜMİT

**Status of the Thesis** : Master of Degree

**Date of the Thesis** : 19/01/2018

**Field of the Thesis** : Tourism Management

**Place of the Thesis** : Karabuk University Institute of Social Sciences-KARABÜK

**Key Words** : Event, Event Tourism, Local Cuisine Festival, Impact of Local  
Cuisine Festivals, Mengen



## ÖZGEÇMİŞ

Sibel AKMEŞE, 1989 yılında Zonguldak/Devrek'te doğdu. İlk ve orta öğrenimini Çimento Çaydurt İlköğretim okulunda, Lise öğrenimini Zübeyde Hanım Kız Meslek Lisesinde tamamladı. 2010 yılında Karabük Üniversitesi Safranbolu Meslek Yüksekokulu, Turizm ve Otel İşletmeciliği ön lisans bölümüne yerleşti. 2013 yılında girdiği dikey geçiş sınavıyla Düzce Üniversitesi Akçakoca Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'nda lisans tamamlamaya hak kazandı. 2016 yılında başladığı Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim dalında lisansüstü eğitimini sürdürmektedir.