

T.C
ÇAĞ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME YÖNETİMİ ANA BİLİM DALI

KATILIMCILARIN TEKRAR ZİYARET ETME NİYETLERİNE ETKİ EDEN
FAKTÖRLERİN BELİRLENMESİ: ULUSLARARASI PORTAKAL ÇİÇEĞİ
KARNAVALI ÖRNEKLEMİ

TEZİ YAZAN
İlknur Selin TETİK

Danışman: Doç. Dr. Eda YAŞA ÖZELTÜRKAY
Jüri Üyesi: Dr. Öğr. Üyesi Ümit DOĞRUL (Mersin Üniversitesi)
Jüri Üyesi: Dr. Öğr. Üyesi Saadet SAĞTAŞ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

MERSİN / AĞUSTOS 2020

ONAY**Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne;**

20181023 numaralı öğrencimiz olan **İlknur Selin TETİK** tarafından hazırlanan **“Katılımcıların Tekrar Ziyaret Etme Niyetlerine Etki Eden Faktörlerin Belirlenmesi: Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı Örneklemi”** başlıklı bu tez çalışması jürilerimiz tarafından **oybirliği** ile İşletme Yönetimi Ana Bilim Dalında **YÜKSEK LİSANS TEZİ** olarak kabul edilmiştir.

(Enstitü Müdürlüğünde Evrak Aslı imzalıdır)

Üniv. İçi Asıl Üye– Tez Danışmanı– Jüri Başkanı: Doç. Dr. Eda YAŞA ÖZELTÜRKAY

(Enstitü Müdürlüğünde Evrak Aslı imzalıdır)

Üniv. Dışı Asıl Üye – Jüri Üyesi: Dr. Öğr. Üyesi Ümit DOĞRUL
(Mersin Üniversitesi)

(Enstitü Müdürlüğünde Evrak Aslı imzalıdır)

Üniv. İçi Asıl Üye– Jüri Üyesi: Dr. Öğr. Üyesi Saadet SAĞTAŞ

Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim elemanlarına ait olduklarını onaylarım.

(Enstitü Müdürlüğünde Evrak Aslı imzalıdır)

20/08/2020

Doç. Dr. Murat KOÇ

Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü

NOT:Bu tezde kullanılan ve başka kaynaktan yapılan bildirişlerin, çizelge, şekil ve fotoğrafların kaynak gösterilmeden kullanımı, 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu’ndaki hükümlere tabidir.

İTHAF

Bu çalışmayı her zaman tüm desteği ile yanımda olan kıymetli çekirdek aileme ithaf etmekteyim...



ETİK BEYANI

Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Yazım Kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada;

- Tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
- Tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- Tez çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi,
- Kullanılan verilerde ve ortaya çıkan sonuçlarda herhangi bir değişiklik yapmadığımı,

Bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu,bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

20/08/2020

İlknur Selin TETİK

TEŞEKKÜR

Tez hazırlama sürecim boyunca desteklerini esirgemeyen, sabırla yol gösteren değerli danışmanım Doç. Dr. Eda YAŞA ÖZELTÜRKAY hocama teşekkür ederim.

Bana varlığıyla güç veren, güvenli limanım, en büyük maddi ve manevi destekcim canım babam Orhan TETİK'e,

Hayatımın her alanında koşulsuzca yanımda olan, benim için şevkat ve merhametin yeryüzündeki temsilcisi annem Serap TETİK'e,

Geleceğe dair umutlarımı yeőerten kardeşim E.Serhan TETİK'e en derin duygularımınla teşekkür ederim.

ÖZET

KATILIMCILARIN TEKRAR ZİYARET ETME NİYETLERİNE ETKİ EDEN FAKTÖRLERİN BELİRLENMESİ: ULUSLARARASI PORTAKAL ÇİÇEĞİ KARNAVALI ÖRNEKLEMİ

İlknur Selin TETİK

Yüksek Lisans Tezi, İşletme Yönetimi Ana Bilim Dalı

Danışman: Doç.Dr. Eda YAŞA ÖZELTÜRKAY

Ağustos 2020, 88 sayfa

Festivaller, kentler ve ülkeler için sosyal ve ekonomik anlamda gelişim ve etkileşimin sağlandığı kutlamalar olarak görülmektedir. Genel olarak festivallerin düzenlendiği kentlerin ekonomik, kültürel, ticari ve çevresel yönden olumlu etkileri bilinirken, ayrıca bireysel bazda sosyalleşme, yeni kültürler öğrenme, ekonomik etkileşim içinde olma ve farklı etkileşim alanlarında bulunabilmek amacıyla festivallere katılım sağladıkları görülmektedir. Çalışmanın amacı, Adana ilinde gerçekleştirilen Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı'na en az bir kez katılmış olan kişilerin karnavalı tekrar ziyaret etme niyetlerine etki eden faktörleri planlı davranış teorisi kapsamında incelemektir. Bu bağlamda, ilk adımda, karnaval katılımcılarının karnavala ilişkin sunulan hizmetlerin (program içeriği, sunulan bilgiler, yiyecek ve içecek kalitesi ile görevli personel), kendi tutumları üzerindeki etkisi analiz edilmiştir. İkinci adımda ise, katılımcıların tutumlarının, algılanan davranışsal kontrollerinin ve öznel normlarının karnavalı tekrar ziyaret etme niyetleri üzerindeki etkileri incelenmiştir. COVID-19 salgını nedeniyle 2020 yılı içerisinde planlanan karnavalın fiziksel olarak düzenlenmesi iptal edilmiş olup, program Evde karnaval etkinliği şeklinde gerçekleşmiştir. Bu bağlamda, karnavalı önceki yıllarda en az bir kez katılmış olma şartını sağlayan toplam 445 kişiden çevrimiçi olarak hazırlanan anket formu aracılığıyla veriler toplanmıştır. Veriler, SPSS 20.0 programı aracılığıyla analiz edilmiş olup, tanımlayıcı istatistiksel analizler, geçerlilik ve güvenilirlik analizleri ile hipotez testleri yapılmıştır. Sonuçlar incelendiğinde, karnaval katılımcılarının tutumları, karnavala ilişkin sunulan bilgi ve program içeriği, yiyecek içecek kalitesi ve görevli personelden etkilendiği ortaya

çıkmiştir. Ayrıca katılımcıların tekrar ziyaret etme niyetleri de bu tutum ile algılanan davranışsal kontrol ve öznel normlarından etkilenmektedir.

Anahtar kelimeler: Planlı davranış teorisi, tekrar ziyaret etme niyeti, tutum, Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı.



ABSTRACT**PARTICIPANT THE FACTORS AFFECTING VISITORS' INTENTION TO VISIT AGAIN: INTERNATIONAL ORANGE FLOWER CARNIVAL SAMPLE****İlknur Selin TETİK****Master Thesis, Business Administration****Supervisor: Assoc. Prof. Dr. Eda YAŞA ÖZELTÜRKAY****August 2020, 88 pages**

Festivals are seen as celebrations that provide social and economic development and interaction for cities and countries. While the positive effects of the cities where festivals are organized are known in terms of economic, cultural, commercial and environmental aspects, it is also seen that they participate in festivals in order to socialize on an individual basis, to learn new cultures, to be in economic interaction and to be in different areas of interaction. The aim of the study is to examine the factors affecting the intention of people who have attended the International Orange Blossom Carnival held in Adana at least once to revisit the carnival within the scope of planned behavior theory. In this context, in the first step, the effect of carnival-related services (program content, information provided, food and beverage quality and staff) on their attitudes was analyzed. In the second step, the effects of participants' attitudes, perceived behavioral control, and subjective norms on their intention to revisit the carnival were examined. Due to the COVID-19 outbreak, the physical arrangement of the carnival planned in 2020 was canceled, and the program was held as a Carnival at Home. In this context, data were collected from a total of 445 people who fulfilled the condition of having attended the carnival at least once in previous years through an online questionnaire. The data were analyzed through the SPSS 20.0 program, descriptive statistical analyzes, validity and reliability analyzes and hypothesis tests were performed. When the results were examined, it was revealed that the attitudes of the carnival participants were influenced by the information and program content on the carnival, the quality of food and beverage and the staff in charge. In addition, the intention of the participants to visit again is also affected by this attitude and perceived behavioral control and subjective norms.

Keywords:Planned behavior theory, intention to visit again, attitude, International Orange Blossom Carnival.



İÇİNDEKİLER

KAPAK	i
ONAY	ii
İTHAF	iii
ETİK BEYANI	iv
TEŞEKKÜR	v
ÖZET	vi
ABSTRACT	viii
İÇİNDEKİLER	x
KISALTMALAR	xiii
TABLolar LİSTESİ	xiv
ŞEKİLLER LİSTESİ	xv
EKLER LİSTESİ	xvi

BÖLÜM I

1. GİRİŞ

1.1. Araştırmanın Arka Planı	1
1.2. Araştırmanın Amacı.....	1
1.3. Araştırmanın Problemi.....	1
1.4. Araştırmanın Önemi.....	3
1.5. Araştırmanın Hipotezleri.....	4
1.6. Araştırmanın Sayıtları.....	5
1.7. Araştırmanın Kapsam ve Sınırlılıkları	5
1.8. Tanımlar	6

BÖLÜM II

2. KURAMSAL AÇIKLAMALAR VE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

2.1. Turizm ve Kavramsal Çerçevesi	7
2.1.1. Turizm tarihi	8
2.1.2. Turizmin çeşitleri	11
2.1.3. Turizmin Türkiye ekonomisindeki yeri	11

2.2. Festival ve festival turizmi	13
2.2.1. Festival turizminin özellikleri	14
2.2.2. Festival turizminin etkileri	15
2.2.2.1. Festivallerin toplum gururuna etkileri	16
2.2.2.2. Festivallerin ekonomik etkileri	17
2.2.2.3. Festivallerin kültürel etkileri	18
2.2.2.4. Festivallerin çevresel etkileri	19
2.2.2.5. Festivallerin sosyal etkileri	19
2.3. Türkiye'de Festivaller	20
2.4. Adana'da Turizm	22
2.4.1. Kentin tanıtımı	22
2.4.2. Kentin turizm faaliyetleri ve turizm potansiyeli	24
2.4.3. Kentte yürütülen festival ve karnavallar	25
2.4.3.1. Altın Koza Film Festivali	25
2.4.3.2. Sabancı Uluslararası Tiyatro Festivali	27
2.4.3.3. Uluslararası Hava Oyunları Festivali	27
2.5. Uluslararası Engelli Gençlik Festivali	27
2.6. Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı	27

BÖLÜM III

3. YÖNTEM

3.1. Araştırmanın Amacı	29
3.2. Araştırmanın Modeli	29
3.3. Araştırmanın Evren ve Örneklemi	29
3.4. Araştırmanın Yapılışı	30
3.5. Veri Toplama Aracı	30
3.6. Verilerin Analizi	34

BÖLÜM IV

4. BULGULAR

4.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri	35
4.2. Katılımcıların Festival Hakkındaki Görüşlerinin Analizi	36

4.3. Geçerlilik ve Güvenirlik Analizleri.....	38
4.4. Yiyecek/İçecek Kalitesi, Bilgi Yeterliliği ve Personel Davranışının Tutum Üzerine Etkisi.....	42
4.5. Ziyaretçilerin Tekrar Katılma Tutumu, Öznel Normlar ve Algılanan Davranışsal Kontrollerin Tekrar Ziyaret Etme Niyeti Üzerine Etkisi	43

BÖLÜM V

5. TARTIŞMA VE YORUM

5.1. Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalına İlişkin Katılımcı Değerlendirmeleri .	46
---	----

BÖLÜM VI

6. SONUÇ VE ÖNERİLER

6.1.Sonuç.....	48
6.2. Öneriler	51

7. KAYNAKÇA	52
-------------------	----

8. EKLER	60
----------------	----

9. ÖZGEÇMİŞ	72
-------------------	----

KISALTMALAR

Vb.	:Ve Benzeri
ADK	:Algılanan Davranışsal Kontrol
AEIST	:Uluslararası Bilimsel Turizm Uzmanları Cemiyeti
T.C.	:Türkiye Cumhuriyeti
TAKSAV	:Toplumsal Araştırmalar, Kültür ve Sanat Vakıf
M.Ö.	: Milattan Önce
M.S.	:Milattan Sonra
ÖN	:Öznel Norm
YY	:Yüzyıl
TBMM	:Türkiye Büyük Millet Meclisi
TUHİD	:Türkiye Halkla İlişkiler Derneği
IPRA	:Uluslararası Halkla İlişkiler Derneği
PR	:Public Relations
H	:Hipotez

TABLolar LİSTESİ

Tablo 1. Ölçekler.....	31
Tablo 2. Tanımlayıcı ve Demografik Bulgular	35
Tablo 3. Anket Tanımlayıcı İstatistikler	36
Tablo 4. Faktör Analizi ve Güvenirlik Analizi Sonuçları (Bilgi, Personel, Yiyecek, Festival Programı)	39
Tablo 5. Planlı Davranış Teorisi Ve Tekrar Ziyaret Niyeti Ölçeklerinin Geçerlilik Ve Güvenilirlik Analizi	41
Tablo 6. Araştırma Modelinin Birinci Kısımına İlişkin Çoklu Regresyon Analizi	43
Tablo 7. Araştırma Modelinin İkinci Kısımına İlişkin Çoklu Regresyon Analizi	44
Tablo 8. Hipotezlerin Desteklenme Durumu	45

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Araştırma modeli ve hipotezleri	4
Şekil 2. Adana Mersin bölgesi turizm dağılım haritası	24



EKLER LİSTESİ

8.1. Etik Kurul Onay Formu	60
8.2. Anket Formu	63
8.3. Doç. Dr. Murat KOÇ Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü Onayı. 67	
8.4. Prof. Dr. Mustafa BAŞARAN Tez Etik Kurul Başkanı Onayı	68
8.5. Prof. Dr. Yücel ERTEKİN Tez Etik Kurul Onayı.....	69
8.6. Prof. Dr. Deniz GÜLER Tez Etik Kurul Onayı.....	70
8.7. Prof. Dr. Mustafa Tevfik ODMAN Tez Etik Kurul Onayı.....	71



BÖLÜM I

1. GİRİŞ

1.1. Araştırmanın Arka Planı

Küreselleşme ile beraber en fazla büyüyen ve gelişen sektörlerden biri haline gelen turizmin, başta ekonomik ve toplumsal unsurları olmak üzere birden fazla değişkene etkide bulunduğu görülmektedir(Çeken, 2004, s.1).

Turizmin kentler üzerindeki tanıtım, gelişim, ekonomik ve markalaşma etkisi giderek artmaktadır. Kentlerin, turizm sektöründeki büyük hacimden pay almak için kendi tanıtımlarına önem vermesi gerektiğinden festivallere olan ilgileri de artmıştır. Karnavalların bir kentin tanınması bakımından önemli etkenlerden biri olduğu bilinen bir olgu olarak kabul edilebilir. Kentin tanıtımı için doğru teknik ve seçimle düzenlenmiş olan karnavallar sonrasında elde edilen başarı, kentin ilerlemesi açısından kullanılabilir olduğundan kültürel birikim bakımından karnavallar uygun alanlar olarak ele alınmaktadır. Karnavalların başarısı; katılımcıların çokluğu, katılımcıların tatmin olması ve tekrar ziyaretlerinin mümkün olması ile ilişkilendirilebilir. Kentlerde düzenlenen karnavalların etkisi; katılımcılar üzerindeki tutum, tekrar ziyaret etme, katılımcı tatmini, katılımcı memnuniyeti gibi faktörlerle değerlendirilir. (Ekin, 2011, s.20).

1.2. Araştırmanın Amacı

Çalışmanın amacı, Adana ilinde gerçekleştirilen Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalına en az bir kez katılmış olan ziyaretçilerin tekrar ziyaret etme niyetlerine etki eden faktörleri belirlemek ve etki düzeylerini ortaya çıkarmaktır. Ayrıca, karnaval katılımcılarının karnavala ilişkin sunulan hizmetlerin (festival program içeriği, sunulan bilgiler, yiyecek ve içecek kalitesi ile görevli personelin tutumu), kendi tutumları üzerindeki etkisi belirlenmeye çalışılmıştır.

1.3. Araştırmanın Problemi

Turizmin tarihi sürecine bakıldığı zaman insanlar gezip-görmek, çeşitli etkinliklere aktivitelere katılmak, dini sebepler ve şifa bulmak vb. gibi amaçlarla turizm hareketlerine yönelmişlerdir. Yıllar boyunca gelişen turizm hareketlerinin bu günün

turizm endüstrisini oluşturduğu belirtilebilir (Doğanay, 2001, s.17).Turizm endüstrisinin günümüzde Dünya ekonomisi üzerinde oldukça önemli bir konuma sahip olduğu bilinmektedir.Turizm endüstrisi; gelir yaratıcı etkisi, istihdama doğrudan ve dolaylı katkısı, dünya barışını desteklemesi ve birçok sektöre katkı sağlaması vb. sebeplerinden dolayı tüm dünya ülkeleri tarafından desteklenen bir endüstri olmuştur (Çavuş vd., 2009, s.2).

Türk turizmi 1980’li yıllarda deniz, kum ve güneş üçlüsünü kullanarak kitlesel turizme yönelmeye başlamıştır. Kitle turizmi kısa vadede en çok faydayı sağlamayı amaçladığı için kontrolsüz bir gelişim görülmüştür. Kitle turizminin plansız ve kontrolsüz gelişimi doğal ve fiziksel çevrenin bozulmasına sebep olduğu belirtilebilir. Kitle turizminin yarattığı olumsuzluklar ve turizmi çeşitlendirerek 12 aya yayabilme ve daha fazla gelir elde etme isteği talebin çeşitlenmesine yani alternatif turizm türlerinin doğmasını sağlamıştır (Hacıoğlu ve Avcıkurt, 2008, s.8-9).

Toplum içerisinde kültürel değer ve algı halini almış faktörlerin karnavallar içeriğinde sürdürülmesi, toplumsal değerlerin devamlılığını sağlamaktadır. Ancak genel itibari ile karnavalların daha çok kente kültürel ve ekonomik katkı sağladıklarından dolayı düzenlendiği görülmektedir (Kömürcü, 2013, s.22). Oluşan bu durumun, festivallerin hem kültürel bağlamda yayılımını sağladığı hem de ekonomik etkilerinin artmasına neden olduğu bilinmektedir (Hall ve Mitchell, 2008, s. 209). Delamare vd. (2001)’e göre festival dönemi, yapıldığı çevre, konusu, katılanların sayısı gibi nitelikleri belli bir programla belirtilen ve özel önemi olan sanat, kültür, bilim, ekonomik faaliyet, ürün, dönem veya belli bir temaya yönelik olarak düzenlenen, tek seferlik veya belli aralıklarla tekrarlanan gösteri ve etkinlikler dizisi olarak tanımlanmıştır. Benzer bir tanım Smith (2005) çalışmasında, mevsimler ya da dönemler arası geçişi sağlayan, doğüstü varlıkların ya da kahramanların efsanevî anlatılarını canlı tutan, sembolik bir etkileşim ortamı sunan ve mekân üzerinden ortak bir yaşanmışlık oluşturan, tarihî köklerle olan bağları güçlendiren bir süreç şeklinde yer almıştır.

2013 yılı itibariyle Adana’da yapılmaya başlanan Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı etkinliğine ev sahibi Adana ili başta olmak üzere birçok şehir ve ülkeden her yıl katılımcıların heyecanla akın ettiği görülmektedir. Karnavalın gerçekleştiği haftada şehre ekonomik, kültürel ve sosyal açılardan birçok avantajlar sağladığı aşıkardır. Bu kapsamda karnavala katılan kişilerin olumlu tutuma sahip olması ve bu kişilerin karnavala tekrar ziyaretlerini sağlayabilmek için ilgili faktörleri ve etmenleri araştırmak sonraki yıllarda yapılacak bu karnaval ve benzeri diğer etkinliklerin kalitesini

iyileştirmek açısından önem arz etmektedir. Bu bağlamda bu çalışmanın problemi karnaval katılımcılarının karnavala ilişkin olumlu tutumlarını geliştirmek ve karnavalı tekrar ziyaret etme niyetlerini etkileyen faktörlerin neler olduğunu ortaya çıkarmaktır.

1.4. Araştırmanın Önemi

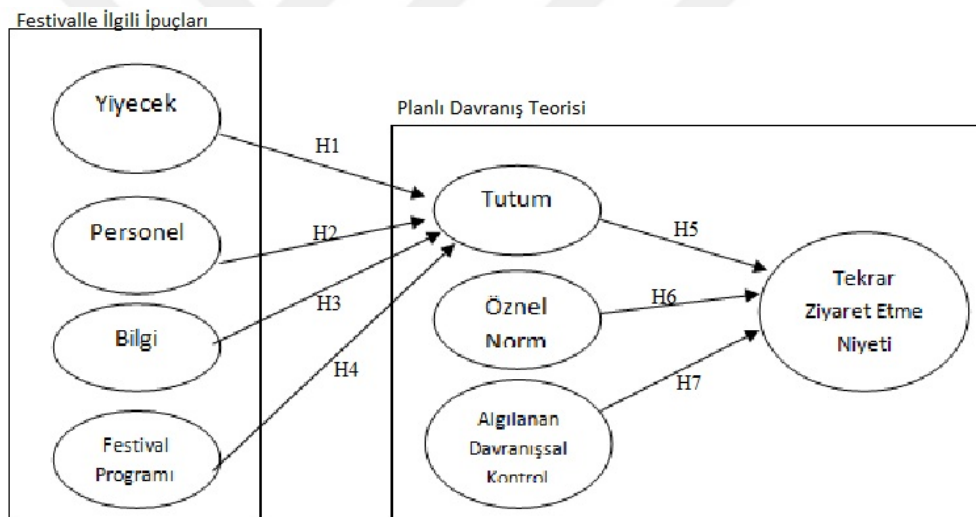
Adana, çevresindeki verimli tarım arazileri, iklim ve su kaynakları açısından insanların yerleşmesi ve bölgenin nüfuslanması açısından bir hayli elverişli topraklara sahip olan illimizdir. Adana da Türkiye’deki diğer şehirler gibi 1950 sonrası dönemde hızlı kentleşme ve sanayileşme hareketlerine maruz kalmış ve kentte oluşan sanayileşmenin yanı sıra nüfus artışının önceki dönemlere göre daha fazla olduğu görülmüştür. Nitekim 1945-1955 seneleri arasında şehrin nüfus artış hızı % 51,48 dolayında gerçekleşti (Kapulgan, 2014, s.123). 1995 senesine kadar hızla göç alan Adana şehri, bundan sonraki dönemde göç vermeye başlayan bir merkez olmaya başlamıştır (Tekeli, 1998, s.19). Bundaki temel neden olarak şehrin giderek kalabalıklaşması, çarpık yapılaşma ve istihdam sağlamada bazı sıkıntıların ortaya çıkması gösterilebilir. Adana İli 2016 yılında binde 8 nüfusa artışı göstermiş, 2017 yılında bu oran binde 6,7 olarak görülmüş, 2018 yılında 1,6 ve 2019 yılında ise binde 1,4 oranında nüfus artışı gösterdiği görülmektedir. Bu verilere göre Adana 2018 yılında binde 51,7 göç alırken 2019 yılında binde 70,6 göç vermiştir denilebilir (TÜİK, 2019).

Uzun seneler göç alan Adana, bu gelişmeler neticesinde 1995 ve beraberindeki senelerde göç veren kentler arasında yer almıştır. Adana’nın bu oluşan durumu tersine çevirebilmek için yeni ekonomik sektörlere yönelmesi ya da var olan sektörleri daha rekabetçi hale getirmesi gerekmektedir. Adana’da yapılan festivallerde bu alanlardan bir tanesidir. Yapılan literatür araştırmalarına göre festivallerin kentlerin markalaşması ve tanıtımı için büyük bir avantaj olduğu varsayılmaktadır (İnan, 2004, s.25). Bu nedenle, Adana’nın sosyal ve ekonomik bakımdan gelişimi açısından Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı etkinliğinin araştırılması önem arz etmektedir. Yine yapılan araştırmalara göre Adana'nın tanıtımının sosyal, kültürel ve ekonomik anlamda yetersiz olduğu görülmektedir. Bu bakımdan yapılan Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı’nındaha etkin ve gelişmiş hale gelmesi kentin tanıtımiaçısındananda çok önem arz etmektedir.

Bu çalışmanın neticesinde elde edilen bulgular doğrultusunda; Adana’da bu tür etkinliklerin sürdürülebilirliği açısından bu çalışmanın önemli katkıları olabileceği düşünülmektedir.

1.5. Araştırmanın Hipotezleri

Tez kapsamında oluşturulan hipotezler bu bölümde ayrıntılı olarak verilmektedir. Festival sadakati ve tekrar ziyaret etme niyetini etkilediği düşünülen yiyecek, bilgi, personel, festival programı ile ilgili tutumu etkileyen hipotezler oluşturulmuştur. Diğer taraftan, festivali tekrar ziyareti etkileyen tutum hipotezi de eklenmiştir. Bu kapsamda başarı faktörleri ile festival sadakati ve festivalden alınan tatmin katkısının değerlendirilmesi için “Massimiliano Vesci ve Antonio Botti, (2019)” çalışmasından da yardım alınarak şu hipotezler oluşturulmuştur;



Şekil 1. Araştırma modeli ve hipotezleri

Kaynak: Vesci ve Botti,2019, s.13

H₁:Karnavallarda sunulan yiyecek ve içecek kalitesi katılımcıların tutumlarını olumlu yönde etkiler.

H₂:Karnavalda görevli personelin davranışları, katılımcıların tutumlarını olumlu yönde etkiler.

H₃:Karnavalda sunulan bilgilerin yeterliliği, katılımcıların tutumlarını olumlu yönde etkiler.

H₄: Karnaval programının içeriği, katılımcıların tutumlarını olumlu yönde etkiler.

H₅: Katılımcıların tutumu, karnavala tekrar ziyaret etme niyetlerini etkiler olumlu etkiler.

H₆: Katılımcıların öznel normları, karnavalı tekrar ziyaret etme niyetlerini olumlu yönde etkiler.

H₇: Katılımcıların algıladıkları davranışsal kontrol, karnavalı tekrar ziyaret etme niyetlerini olumlu yönde etkiler.

Belirtilen hipotezler önceki çalışmalara dayalı olarak hazırlanmış ve ilgili araştırmaların sonuçlarıyla karşılaştırılmıştır.

1.6. Araştırmanın Sayıltıları

Yapılan bu araştırmada hem nitel hem de nicel araştırma yöntemlerinden faydalanılmıştır. Araştırma öncesinde literatür taraması ile durum analizi yapılmıştır. Bu ön çalışmadan elde edilen bilgiler çalışmanın tasarımı için yeterlidir. Veri toplama amacıyla, anket sonuçları kullanılmıştır. Araştırmaya katılan kişilerin uygulanan ankete dürüst ve samimi cevaplar vermiş, değerlendirme raporlarında ise yaşadıkları deneyimleri olduğu gibi anlatmışlardır. Ayrıca, uygulamaya konu festival hakkında daha önce katılmış olan 483 katılımcıya ulaşılmıştır. Ulaşılan sayı ile ana kütlenin temsil edebileceği varsayılmıştır.

1.7. Araştırmanın Kapsam ve Sınırlılıkları

Sınırlılıklar, yapılan bir araştırmada uygun olan şartların dışına çıkarak bazı sapmalara verilen addır (Karasar, 2014, s.72). Her araştırmada olabileceği gibi bu araştırmada da benzer sınırlılık vardır. Yapılan çalışmada veri toplama süresinin belirli bir zaman arasında olması çalışmanın zaman sınırlılığı olarak ifadelendirilebilir. Diğer bir sınırlılık da araştırmanın yapılacağı katılımcıların kriterlerinin rastgele şekilde seçilecek olmasıdır. Katılımcıların anket verilerini doğru değerlendirmeye yatkınlığı tespit edilemeyecektir. Araştırma kaynaklarının az sayıda oluşu literatür taramasının da sınırlı olmasına neden olmuştur. Araştırmadaki diğer sınırlılık ise, etkinlik çalışmalarında sıklıkla rastlanan katılımcı algısı (ekonomik, sosyal, kültürel vb.), beklentiler, etkiler gibi farklı değişkenlerin dikkate alınmamasıdır. Belirtilen değişkenler pek çok çalışmada kullanılmış olan temel değişkenler olarak belirtilir

(Özdamar, 2011, s.45). Bu değişkenlerin ve farklı konuların kapsam dışında tutulmasının en önemli sebebi olarak araştırmanın amacı gösterilir.

Çalışmanın araştırma kapsamı 2020 yılı içerisinde var olan corona virüsü (COVİD-19) nedeniyle festivallerin iptal edilmesi neticesinde önceki senelerde festivale katılmış olan katılımcılar olmuştur. Bu kapsamda katılımcıların hepsine ulaşılmasının olanaksızlığı sebebiyle örneklem yoluna gidilmiş ve örneklemeden elde edilen veriler analiz edilerek değerlendirilmiştir.

1.8.Tanımlar

Etkinlik: Birden fazla kişinin toplu hareket etmesi neticesinde, bireysel veya toplumsal bazı ihtiyaçları hayata geçirmek ya da ortak hedeflere ulaşabilmek için dzenlenen olaylar etkinlik olarak kavramsallaştırılabilir (Ekin, 2011, s.3).

Karnaval: Yerel halk tarafından organize edilen ve genelde yerel toplumun katılımıyla oluşan, kültürel kimliği güçlendirme veya boş zaman aktivitesi olarak ortaya çıkabilen ve festival turizmiyle örtüşen etkinliklerdir (Getz, 1989, s.127). Diğer yandan Janiskee (1980) festivalleri, belirli dönemlerde ve belirli bir programda dzenlenen aktiviteler, eğlenceler veya etkinlikler olarak belirtmiştir.

Öznel Norm (ÖN): Kişinin etrafındaki önemli olduğunu düşündüğü kişilerin fikirlerinin davranışa olan etkisini ifade etmektedir. Algılanan davranış kontrolü ise bir davranışı gerçekleştirmenin zorluğunu ya da kolaylığını ifade etmektedir (Rutherford ve De Vaney, 2009, s.1-16).

Algılanan Davranışsal Kontrol(ADK): herhangi bir davranışı gerçekleştirmenin kendi kontrolünde olup olmadığı yönünde bireylerin yetenekleri ve imkânlarıyla ilgili algılamalarını ifade etmektedir ve davranışın performansını kolaylaştıran veya baskı altına alan faktörlere bağlı olarak şekillenir (Ajzen, 1991, s.179).

Tutum:Tutum bir bireye atfedilen ve onun bir psikolojik obje ile ilgili düşünce, duygu ve davranışlarını dzenli bir biçimde oluşturan bir eğilimdir (Çetin, 2012, s.52).

BÖLÜM II

2. KURAMSAL AÇIKLAMALAR VE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

2.1. Turizm ve Kavramsal Çerçevesi

Turizm; farklı alanlardaki hizmetlerin, faaliyetlerin ve farklı sektörlerin birleşiminden oluşmuştur. En önemlisi ekonomi olmak üzere coğrafya, psikoloji, tarih, politika gibi pek çok bilim dalı ve değişik sektörle ilişkisi bulunmaktadır. Dolayısıyla, turizmin fazlaca tanımı olmakla beraber, ilgili akademisyen ve sektör temsilcileri tarafından benimsenmiş ortak bir tanımı bulunmamaktadır. Turizmin çok boyutlu ve diğer faaliyetlerle etkileşimi dikkate alındığında evrensel bir tanımın yapılması bir hayli zordur. Literatürde turizm tanımları öncelikli olarak kavramsal tanımlar olarak ortaya çıkmakta özellikle ikinci dünya savaşı sonrasında turizmin ekonomik boyutunun öne çıkması ile beraber istatistiksel veya teknik tanımların da yapılmaya başlandığı görülmektedir.

Turizmin en eski kavramsal tanımlarından biri, turizm araştırmalarının öncüleri olarak kabul gören Hunziker ve Krapf (1942) tarafından “turizm, insanların sürekli çalışma ve konutlarının bulunduğu yer dışında yapmış oldukları seyahate ve konaklamalardan meydana gelen ilişki ve olayların tümü” olarak tanımlanmıştır (Bahar ve Kozak, 2015,s.29). Uluslararası Bilimsel Turizm Uzmanları Cemiyeti'nin (AEIST) 1981'de Cardiff'te senelik kongresinde kabul gören turizm tanımı: “insanların devamlı ikamet ettikleri, çalıştıkları ve her zamanki olağan ihtiyaçlarını karşıladıkları yerlerin dışında seyahatleri ve buralardaki, genelde turizm işletmelerinin üretmiş olduğu mal ve hizmetleri kabul ederek, geçici konaklamalarından doğan olaylar ve ilişkiler bütünü”dür (Kozak vd., 2017,s.5).

Türk Dil Kurumuna göre turizm kavramı;“Dinlenme, eğlenme, görme, tanıma vb. gibi amaçlarla yapılan gezi.Bir ülkeye ya da bir bölgeye turist çekmek için alınan ekonomik, kültürel, teknik önlemlerin, yapılan çalışmaların tümü” olarak tanımlanır(TDK, 2019).

Kavramla ilgili yapılan ilk tanımların 1905 yılında E . Guver Feuler tarafından *Modern anlamda turizm devamlı olarak artan dinlenme ve hava değişimi ihtiyacına, doğal güzele karşı bir sevginin doğup gelişmesine, doğa içinde duyulan kıvanç ve zevkle; ancak aynı zamanda ticaretin büyük, orta ve küçük düzeyde endüstrinin gelişmesinin ve taşıt araçlarının devriminin sonucu olarak insan ve toplumlararası*

ilişkilerin gelişimine dayanmış olan çağdaş bir olay olarak yapıldığı bilinmektedir (Evliyaoğlu, 1989, s.16).Turizmin en eski kavramsal tanımlarından biri, turizm araştırmalarının öncüleri olarak kabul gören Hunziker ve Krapf tarafından gerçekleştirilen 1942 yılındaki çalışmada “turizm, insanların sürekli çalışma ve konutlarının bulunduğu yer dışında yapmış oldukları seyahate ve konaklamalardan meydana gelen ilişki ve olayların tümü” olarak tanımlanmıştır (Bahar ve Kozak, 2015, s.29). Turizm sektörünü kurumlar bakımından inceleyen en önemli yazarlar Hunziker ve Krapf olup, turizmi kişilerin daimî kaldıkları bölgede ve ikamet ettikleri evlerinin olduğu yer dışında yaptıkları seyahat ve konaklamalarından meydana gelen ilişki ve olayların tamamı olarak belirtmişlerdir (Çuhadar, 2006, s.6).

Uluslararası Bilimsel Turizm Uzmanları Cemiyeti'nin (AEIST) 1981'de Cardiff'te senelik kongresinde kabul gören turizm tanımı: “insanların devamlı ikamet ettikleri, çalıştıkları ve her zamanki olağan ihtiyaçlarını karşıladıkları yerlerin dışında seyahatleri ve buralardaki, genelde turizm işletmelerinin üretmiş olduğu mal ve hizmetleri kabul ederek, geçici konaklamalarından doğan olaylar ve ilişkiler bütünü”dür (Kozak vd. 2017, s.5). Zaman içinde kavram farklı yönleriyle ele alınmıştır. 1884 yılında Joheps Stadner, ve 1910 yılında Avusturyalı ekonomist Herman Von Schullar turizmi iktisadi bir faaliyet olarak ifade etmişlerdir (Çakır, 1999, s.8).

Turizm kavramının birden fazla tanımının olmasının sebebi, turizmin çeşitli sektör ve disiplinlerle ilgili olmasıdır. Araştırmacılar turizmi kendi niteliklerine göre yorumladıkları için farklı tanımlamalar ortaya çıkar (Tataroğlu, 2006, s.78).

2.1.1. Turizm tarihi

İnsanlar ilk çağlarda ihtiyaçlarını (yeme-içme, barınma ve korunma gibi) sağlayabilmek amacı ile sürekli şekilde hareketli durumdaydı. Beslenme ihtiyaçlarını avlanarak karşılamaktaydı. Avlanabilecek hayvanların sayısındaki düşüşün olması, tarımın yapılmaya başlanması ve yaygın hale gelmesi ile birlikte topluluklar; yerleşik hayata geçmeye başlamıştır. Topluluklar büyümeye başlamış ve toplumların gereksinimleri giderek artmış ve çeşitlenmiştir. Yerleşik topluluklar birbirleri ile ticarete başlamış ve ekonomi başlamıştır. Bir bölgede yaşayan insanların ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla devamlı gezen bir insan tipi oluşmuştur. Turizm her zaman gündemde olmuştur. (Öztaş, 2002, s.36).

Turizm tarihçesi, yazıyı ve tekerliği bulan Sümerlere dayanır. Sümerlerin tarihte ticareti ilk başlatan, Fenikelilerin de ilk gezgin olduğu bilinir. Tarih akışı içinde insanlar, farklı sebeplerden dolayı bir bölgeden başka bir bölgeye hareket etmişlerdir. Bu seyahatlerin çoğunluğunu ticaret, dinsel ve sağlık nedenleri oluşturmuştur. M.Ö. 3000 senelerde çoğu zaman Eski Mısır'ı görmeye gidilmiştir. Piramitleri ve diğer eserleri görmek için gelen gezginler de konaklama sayısında artışa neden olmuştur (Kozak, 2015, s.28).

Ortaçağ'da gerçekleştirmiş olan turizm aktivitelerinin birçoğu dinsel içerikle yapılmıştır. Dini turizm, Ortadoğu ve Avrupa'da etkilerini Ortaçağda göstermeye başlamış. İngiltere'de Canterbury'ye, Fransa'da Lourdes'a, Anadolu'da Efes'e ve Kudüs'e Hac amaçlı ziyaretler yapmak toplumsal bir faaliyet olmuştur (Özgüç, 2017, s.544). Ortaçağın önemli seyahat sebeplerinden biri de Haçlı Seferleri'dir. Haçlı Seferleri, Avrupa'dan Ortadoğu'ya ilerleyen büyük ve kitlesel bir hareket olduğundan, gidiş ve dönüş uzun bir zamana yayıldığı için toplumlar arası ticari, sosyal ve kültürel etkileşimler meydana geldi. Bu hareketler dini turizmin başlamasına ve yaygınlaşmasına sebep olmuştur (Eralp, 1983). Ortaçağın gezgini Marco Polo İran ve Afganistan'dan geçerek Çin'de uzun zaman yaşamıştır. Marco Polo'nun uzun süren seyahatleri turistik bakımdan oldukça önemlidir. Çin'e yapmış olduğu seyahatlerden sonra yayını yaptığı eser, Asya'yı Avrupa'ya tanıtan ilk eser olma özelliği bulunmaktadır (Öztaş, 2006, s.186).

Yeniçağ ile beraber yeni topraklar keşfedip sömürgeciliğin olayları bazı yolculukları yanında getirmeye başlamıştır. 1. Ve 2. Dünya Savaşı ve dünyayı sarsan ekonomik kriz dönemleri turizmin gelişmesinde olumsuz yönde etkileyen etkenler olmuştur. Modern turizmin gelişmesinde ve ilerlemesinde önemli faktörler ise, teknolojik gelişmeler, çalışan insanlara verilen izinler, insanların boş zamanındaki artış, gelir seviyesinin artması, şehirleşme, insanın sosyal güvenlik ortamı, insan ömrünün artması, seyahat özgürlüğünün olması ve eğitim seviyesinin yükselmesi faktörleridir. Turizmin gelişmesinde ulaşımdaki gelişmelerin önemli etkisi olmuştur Toplu taşıma yaygın hale gelmesi ve toplu taşınanın daha ucuz olması, gelir seviyesi kısıtlı olan insanların seyahat etmelerini daha da kolaylaştırmıştır. Modern turizm başlangıcını buharlı gemi ve demiryollarının daha yaygın hale gelmesi ile başlamıştır. 1841 yılında Thomas Cook ile 570 kişiden oluşan bir grubun trenle seyahati ile ilk toplu nakliyat başlamıştır (Erdoğan, 1995, s.550).

17. ve 18. Yy'larda diplomatlar, iş adamları ve zengin ailelerin çocukları ilk sırada olmak üzere iyi planlanmış eğitim seyahatlerine gönderilmiştir. Bu eğitim seyahatleri genelde Fransa ve İtalya ilk sırada olmak üzere Avrupa' ya olmuştur. Bu seyahatlere "Grand Tour" adı verildi (Gönençer, 2009, s.95).

Avrupa'da 18. ve 19. yüzyıl özgürlük ve demokrasi kavramları toplumlara tesir etti. Özgürlük fikrinin yaygınlaşmasının nedeni Fransız İhtilalı'dır. Fransız İhtilalı ile toplumsal, ekonomik ve siyasal alanlarda değişimler görülmüştür. Burjuva sınıfı ve zenginlerin ülkeleri gezip, görmek, tanımak için ile seyahat etmeleri turizm hareketini önemli derecede etkiledi. Turizmi etkileyen başka faktör ise ulaşım sektöründeki gelişmelerdir. Buharlı gemilerin ve lokomotifin keşfi, ilerleyen dönemde otomobil piyasasının gelişmesi, turizmin kitle hareketleri ile yapılması sonucunu doğurmuş ve orta sınıf da turizm hareketlerine katılım sağlamıştır (Usta, 2009, s.242). 1950'li senelerde, nüfusun çoğunluğunda gelir düzeyi ve boş zaman kullanımında artış olmuştur. Turizm faaliyetleri; ücretli tatil hakkının doğması, karayolu, demiryolu ve havayolu ulaşımının gelişmesiyle yaygın hale gelmiştir (Özgüç, 2017, s.544).

Teknolojinin ve sanayinin gelişmesi ile birlikte iletişim hızlanmış ve mesafeler kısalmıştır. Buda turizmin çeşitlenip şekillenmesine katkıda bulunmuştur. Turizm artık günümüzde kitlesel özellik kazanmış, sadece eğlence ve zevk amaçlarına dönük bir olay olmanın yanında, insanın fiziksel ve ruhsal anlamda sağlıklı olmasında, insanların rahatlamasını sağlamak için mecburi olmaya başlamıştır. Böylelikle, turizm çalışan kişinin verimliliğini yükseltmek için senelik veya hafta sonu tatillerinde dinlenme aracı olarak kabul görmektedir (Olalı, 1983, s.432). Turizm sektörü teknolojinin artması, ulaşımdaki gelişmeler, harcanabilir gelirin olması, boş vaktin artması ile Dünya Turizm Örgütüne (DTÖ) göre istihdam yaratması, yarattığı gelir ve katma değer ile en büyük sektör haline gelmiştir. Bundan dolayı, bütün ülkeler vatandaşlarını turizme katılım sağlaması amaçlı teşvikte bulunurlar (Önal vd, 2008, s.311).

Son yıllarda insanların turizmden beklentilerinin değişmesi sonucu deniz-kum güneş üçlemesinin yerini tüm yıla yayılan kültür, tarih, kongre ve spor faaliyetleri almaya başlamıştır. Kentler değişen bu turizm taleplerinden dolayı birçok turizm faaliyetlerini aynı anda sunabilme imkanına sahiptir (Doğan, 2006, s.132).

2.1.2. Turizmin çeşitleri

Turizm çeşitleri konusunda literatürde çoğu kez birbirinden farklı sınıflandırmalara rastlanmaktadır. Turizmin bireyin göstermek istediği faaliyetin içeriğine göre farklılıklar gösterdiği bilinmektedir. Bireyin seyahat nedenleri, seyahatin süresi, türü, kapsamı, bireyin boş zamanı, sahip olduğu değerleri, seyahatten beklentileri gibi etmenler turizmin içeriğini belirlemektedir. Bu bakımdan ele alındığında turizm belirli bazı çeşitliliğe ayrıştırılabilir (Yılmaz, 2007, s.10). Bu bağlamda, turizm faaliyetlerinin katılanların amacına, yaşına, sayısına, sosyo-ekonomik düzeyine, fiziko-sosyal çevresel değişimlere, konaklama süresine göre sınıflandırmaları aşağıda ele alınmıştır.

- Deniz turizmi
- Yayla turizmi
- İnanç turizmi
- Sağlık ve termal turizmi
- Sualtı dalış turizmi
- Mağara turizmi
- Kuş gözlemciliği
- Kongre turizmi
- Dağ ve kış sporları turizmi
- İpek yolu turizmi
- Golf turizmi
- Hava sporları turizmi
- Av turizmi
- Akarsu-rafting turizmi (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2016).

2.1.3. Turizmin Türkiye ekonomisindeki yeri

Turizm ile ekonomi iç içe geçmiş kavramlardır. Bu nedenle turizm ekonomisi, fertlerin turizme dönük ihtiyaçlarını, turizm kaynaklarını kullanarak karşılamaya çalışmakta olduğu bir alandır (Bahar ve Kozak, 2015, s.56). Çünkü turizmin oluşturmuş olduğu ekonomik gelişme, diğer hiçbir sektörün meydana getirmediği kadar toplumlara geniş ölçüde etki etmektedir (Bahar, 2006, s.137-150).

Öztaş ve Karabulut'a göre (2006, s.43) turizm ekonomisi; turistik faaliyetlerin içeriğini, nasıl geliştiğini, şartlarını, neticelerini ekonomik bakımdan araştıran bir disiplindir. Turizmin ekonomik yönü görünmeyen bir ithalat ve ihracat olarak yapılmasıdır. Bu bakımdan ülke ekonomisinde turizm sektörünün payı büyüktür ve bu sektörün özendirilmesi hem bireyler açısından hem de ülke ekonomisi açısından büyük fayda sağlar (Bahar, 2006, s.141).

Turizm sektörü, istihdam sağlaması, ülkeye döviz girişinin olması, ekonomiye katkısının olması, toplumsal iletişimin sağlanması anlamında katkıda bulunmasının yanı sıra dünya barışının olmasında da önemli katkı sağlamaktadır. Türkiye ekonomisinde de çok önemli yere sahip olan turizm, dış ticaret açığının azalmasında, enflasyona ve işsizliğe çare arayan hükümetler için en önemli konulardan birisidir. Türkiye coğrafi konumu itibarıyla, birçok seyahate ev sahipliği yapmıştır. Turizm sektörü 1963 ile 1983 yıllarını kapsayan bir planlama ile piyasanın gelişimine zemin hazırlanmıştır. 1980 yılında sonra ise Türkiye'de önemli gelişme kaydetmiştir. Bu gelişmeler sonucunda döviz girdisi sayesinde dış açıklar giderilmeye başlanmış ve beraberinde işsizliğin azalmasında katkıda bulunması sebebiyle daha da önemli hale gelmiştir. 1982 yılında da Turizm Teşvik Kanununun çıkması ile turizmde önemli gelişim sağlamıştır (Yapar Saçık, vd., 2019, s.306).

Türkiye turizminde 2000'li yıllara baktığımızda ise; 2007 yılında yapılan Turizm Master Planı ile gelişimi başlayan sektörde, yine temelleri 2007 yılına dayanan ve 2013 senesinde uygulamaya konulan 2023 Turizm Stratejisi sayesinde yepyeni bir vizyon ve misyona ulaşılarak global rekabet sahasında hem ülkeyi ziyaret eden turist sayısı hem de buradan elde edilen gelir açısından ilk sıralara doğru yol alınmaktadır (KTB, 2007). Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın son yıllarda ise yurtiçi ve yurtdışında yapmış olduğu tanıtım çalışmaları sayesinde ülkemizin tanıtımında oldukça fazla mesafe kat edilmiştir. Bununla birlikte alternatif imkanların sağlanması ve geliştirilmesi amacıyla farklı turizm türleri meydana çıkmıştır (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2013, s.230).

Türkiye'nin 2023 Turizm Stratejisine göre; IX. Beş Yıllık (2007-2013) Kalkınma Planı içerisinde turizm alanında 2017 yılından başlanarak Cumhuriyet'imizin kuruluşunun 100. senesi olan 2023 yılına dek 63 milyon turist sayısına ulaşma, turizmden toplam 86 milyar dolar elde etme ve bireysel turist harcama ortalamasında ise 1.350 \$'a ulaşılması beklenmektedir. Ancak Hükümet bu hedeflerde bir revizyon yaparak yeni hedefleri 50 milyon turist ve 50 milyar \$ turizm gelirin e ulaşılması olarak

değiştirmiştir. Bu bağlamda 2023 Turizm Stratejisi uzun vadeli bir dönemi, Turizm Stratejisi Eylem Planı ise daha kısa süreli bir dönemi içermektedir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2018).

2.2. Festival ve festival turizmi

Festivaller, resmi olarak belirlenen dönemlerde yapılan etkinlikler, eğlence amacıyla düzenlenen programlar, halka açık bir şekilde belirli bir fikir ya da olayı kutlama faaliyetleri olarak tanımlanır (Quinn, 2009, s.5). Başka bir tanımda ise festivaller; gerçekleştirileceği zamanı, yeri ve teması önceden belirtilen, tek seferlik ya da belli zaman aralıklarında yapılan gösteri ve etkinlikler dizisidir (Bilgili vd., 2012, s.118). Festival sözlük anlamı ile *“Belli bir sanat dalında oyun ve filmlerin sunulması ve gösterilmesi sonunda ödül, derece verilmesi şeklinde düzenlenen ulusal ya da uluslararası gösteri dizisi veya şenlik, Antalya film festivali vb.”* ya da *“yapıldığı çevre, katılanların sayısı ya da niteliği programla belirtilen ve özel önemi olan sanat gösterisi”* veya *“bir bölgenin en ünlü ürünü için yapılan gösteri ve şenlik, Kiraz Festivali vb.”* olarak tanımlanır (TDK, 2017).

Festivaller, bazı kuruluşlar tarafından planlı bir şekilde düzenlenen kısa süreli aktiviteler, kutlamalar ve genel olarak edebiyat, sanat, kültür, spor ve yıldönümü gibi temaları kapsayan geleneksel ya da modern etkinliklerdir (Chung, 2014, s.391). Festivaller, uzun zamandan beri toplumsal bir ritüel ve toplu bir kutlama şeklinde gerçekleştirilen kültürel bir uygulama olarak varlığını sürdürmüş ve sürdürmekte olan, yerel ekonominin, kültürün ve sosyal yapının değişip gelişmesinde kullanılan önemli çekicilikler olarak kabul görmektedir (Quinn, 2009, s.5; Üst Can ve Can, 2017, s.406). Festivaller, belirli bir temaya ya da kültüre sahip, açık ve kısa vadeli etkinlik anlamına gelmekte ve gerçekleştirildiği bölgeye olumlu imaj oluşturmayı amaçlamaktadır (Chung, 2014, s.391).

Festivaller, karnavallar ve toplumsal anma günleri bir bölgenin turistik çekiciliğini canlandırmakta yardımcı olmaktadır. Festivaller dans, drama, komedi, müzik, film, el işleri, çeşitli sanatlar, etnik ya da yerel kültür birikimi, tarihsel açıdan önemli olaylar, dinsel gelenekler, yemek ve şarap, dini törenler ve tarım ürünlerini tema olarak kullanan kutlamalardır. Ziyaretçiler temelde kutlanan olaya duydukları özel ilgi sebebiyle festivallere katılım göstermektedir (Ekin, 2011, s.20). Etkinlik süresince ziyaretçiler, turist veya yerel halk olarak festival deneyimine katılmaktadır. Festivaller

turizm çekiciliği olmanın yanında toplumsal kutlamalar olarak da bilinir. Festivaller, bireysel ve toplumsal kimliğin bir parçası olma özelliği taşır. Festivaller aynı anda toplumlar, kültürel çevre ve toplum üyeleri arasındaki bağların düzenlendiği yer, o yerde yaşayanlar ve festivale ilgi duyan ziyaretçiler olarak üç temel unsurdan etkilenmektedir (Derrett, 2003, s.52).

Turistlerin festivallere dahil olmalarını sağlayan farklı durumlar vardır. Özellikle büyük festivallerde, turistler festival için destinasyonu ziyaret eder ve destinasyon çekiciliği ikinci unsur olur. Bazı durumlarda ise, festivaller destinasyonların çekiciliğini arttıracak ek bir unsur olmaktadır. Diğer bir durum ise, turistlerin destinasyonu gezerken tesadüfi olarak festivale denk gelmesi ve katılım gösterir. Festivallerle ilgili bu üç unsur aşağıdaki şekilde de ifade edilebilir (Sert, 2013, s.22-23):

- Festivaller ana çekicilik unsurudur ve destinasyon festivalle anılır.
- Destinasyon ön plandadır ve festivaller ek çekicilik oluşturarak destinasyona katkı sağlar.
- Destinasyonu ziyaret eden turistler yapılan festivallerle tesadüfen karşılaşır.

Festivaller, kutsal, kültürel ve geleneklerle belirginleşmiş kutlamaları, belirli bir kişi ya da olayın veya bir ürünün hasadıyla ilgili yapılan yıllık kutlamaları, genellikle bir sanatçı ya da sanat dalına ait çalışmalara yönelik yapılan etkinlikleri, fuarları, panayırları ve herkese açık şenlik ve eğlenceleri kapsamaktadır (Şengül ve Genç, 2016, s.81).

2.2.1. Festival turizminin özellikleri

Her turizm türü birbirinden farklı özellikleri vardır. Festival turizmi içerisinde çok fazla bileşen bulundurulur. Congcong (2014, s.52), festival turizminin özelliklerini altı temel başlık altında toplar:

- Festivaller genel özellik olarak buldukları alanlara, coğrafi özelliklere, kültürel yapılara vs. göre değişiklik ve özgünlük göstermektedir. Bu çerçevede festivallerin hepsinin her bir bölge için benzersiz olduğu söylenebilir.
- Diğer turizm faaliyetlerinden farklı olarak festivaller birçok bölgeden farklı katılımcıların toplu halde bulunması özelliğine sahip olmakla birlikte kişiler için

eğlenceli bir özelliğe sahip ve festivalin oluşturulduğu bölge için ekonomik zenginlik olarak ifadelendirilebilir.

- Kültür festivalin en önemli çağrışım olduğu olup kişilerin farklı bölgelerden festivale katılma sebeplerinin asıl nedenidir. Festival turizmi alanının gelişimi ile yalnızca turizm pazarını, zengin turizm kaynaklarını aktif hale getirmekle kalmamakta, ülkeler ve bölgeler arasındaki kültürel iletişimi güçlendirir.
- Festivallerin yapısal özellikleri nedeniyle kentlere, kendi için ayrı bir ekonomik içerik, güvenlik, siyasal özellik, kültürel özellik gibi farklı olgularda katkıları bulunmaktadır.
- Festivallerin diğer turistik etkinliklere nazaran kent için farklı sansasyonel içerikli katkıları bulunmaktadır. Yapılan faaliyetler doğrultusunda yerel ekonomi için kalkınmayı teşvik edici özelliğe sahiptir. Bu özellikler festivallerin bölgesel ve yerel olması, festivallere katılan kitle ve içindeki deneyimlerin farklı olması, çok kültürlü olması, içeriği gereği geniş ayrıntılı olması ve daimi olarak destinasyona fayda sağlaması olarak sınıflandırılmaktadır.

2.2.2. Festival turizminin etkileri

Festivallerin ekonomik olarak belli etkenlerin dışına çıkabilen özgün özellikleri ve etkileri bulunmaktadır. Kent için destinasyonda birçok etki alanlarına sahiptir. Kendine özgü olarak festivallerin kent için olumlu ve olumsuz etkileri söz konusudur. Kültürel anlamda hem olumlu hem olumsuz etkiyi yansıtır (Tolle, 2014, s.17). Ekonomik olarak genelde olumlu katkıda bulunabilmektedir. Sosyal ve çevresel olarak olumlu ve olumsuz etkilere sahiptir denilebilir. İçerikleri incelendiğinde kentte yaşayanlar üzerinde turistlerin bıraktığı olumlu veya olumsuz etkilerin yansımalarını kent içinde yaşayanlar gösterebilmektedir (Wang, 2009, s.16).

Festivaller, turistleri bölgeye çekmesi ve bu sayede yerel konaklama işletmelerine talep yarattığı söylenebilir (Litvin ve Fetter, 2006, s.41). Bu etkinlikler sayesinde; bölgeye fon aktarılması, medyanın dikkatini çekebilmesi ve festivalle alakalı diğer hizmettaleplerinin artması gibi bir hayli önemli role sahiptir (Chhabra, 2001, s.2). Tüm etkinliklerin ya da planlanan etkinliklerin bir amacı ve hedefi vardır, dolayısı ile istenen, beklenen, tahmin edilen (kimi zaman tahmin edilemeyen) sonuçları vardır. Bu sonuçlar da ev sahibi toplumu, katılımcıları ve diğer paydaşları etkilemektedir. Bu etkiler olumlu ve olumsuz olmaktadır. Sağladıkları çevresel, politik, sosyal, ekonomik,

kültürel yararlarından dolayı popülerlikleri artan ve destek gören festivallerin bazı olumsuz sonuçları da olabilmektedir (Sharpley ve Stone, 2011, s.4).

Festivaller, dünya genelinde turizm ve eğlence endüstrilerinin büyüyen ve canlı bir sektörü olarak ortaya çıkmıştır. Bir destinasyonveyaev sahibi topluluk üstünde önemli ekonomik, sosyo-kültürel ve politik etkilere sahip olduğu görülür. Bununla birlikte, festivallerle ilgili çeşitli maliyet ve yararları belirleme ve anlama yollarının geliştirilmesine yönelik giderek çoğalan bir ilgi söz konusudur. Festivallerin ev sahibi topluluklar üstündeki ekonomik etkileri belirlemek için geçerli modeller geliştirmeye çalışan pek çok bilim adamı varken, festivallerin ve etkinliklerin sosyal, kültürel veya politik etkilerine odaklanan çok az sayıda çalışma vardır (Arcodia ve Whitford, 2006, s.2). Bu nedenle turizmin etkileri araştırılırken, sadece gelir getirici ve döviz kazandırıcı özellikler gibi maddi ve ekonomik sonuçları ele alınmamalıdır. Toplumsal ve kültürel yansımalar gibi ekonomik olmayan konularda araştırılmalıdır. Festivallerin etkileri tek boyutlu değil çok boyutlu incelenmesi gerekir. Tek boyutlu incelendiğinde yanıltıcı olma durumu yüksektir. Fakat ekonomik etkiler kadar sosyal, kültürel, çevresel etkiler de göz önüne alındığında sağlıklı sonuçlar elde edilebilmektedir (Sert, 2013, s.31).

2.2.2.1. Festivallerin toplum gururuna etkileri

Yerel toplum içerisindeki duygusal bağlardan kaynaklı olarak oluşan ve toplu memnuniyeti ve olumlu duyguları yerel toplumlar içinde toplum gururu olarak ifade etmekteyiz (Pookaiyaudom, 2015, s.345). Festivallerin kendine özgü destinasyonları bulunmaktadır. Bu sebeple turistleri kendilerine çeken olumlu duygu, pozitif algı, markalaşma ve konumlandırma gibi etkilerle kente katkı sağlayan bir yapıya sahiptir. Olayla ilgili artan etkinlik ve bölgesel değerlerin ve geleneklerin güçlendirilmesi gibi yerel topluluktaki olayların topluma sosyo-kültürel faydaları da önemli faktördür (Oklobdžija, 2015, s.94).

Festivaller farklı şehirler ve farklı kültürler arasındaki iletişimi güçlendirerek, kültürlerin kimlikleri hakkındaki farkındalığı artırır. Buna bağlı olarak festivallerin düzenlemesi, yerel toplumun toplum gururu duygusunu artırarak bir arada hareket etmesini sağlamıştır (Wang, 2009, s.19). Bachleitner ve Zins (1992, s.200), festival turizminin, yerel toplumun ve farklı kültürlerin öğrenilmesine katkı sağlamış olduğu, topluluk gururu takdirinin bilincinde olduğu, küçük ve orta ölçekli aile işletmelerinin

açılmasına yol açtığını onaylamıştır (Sdrali ve Chazapi, 2007, s.61). Festivaller eğlence, eğitim, turizm, sosyal etkileşim, iş, ticaret ve ilham kaynağı olarak yedi önemli işlevi vardır. Bu işlevler yöreyi ziyaret eden turist sayısını arttırmakta, ekonomik getiri sağlamakta, yöre imajını geliştirmekte ve yerel toplumun gururunu arttırmaktadır (Gül vd., 2013, s.214).

2.2.2.2. Festivallerin ekonomik etkileri

Ekonomik katkı olarak değerlendirildiğinde, festivallerin özgün yapısı söz konusu olmaktadır. Farklı toplumlardan farklı farklı özelliklere sahip bireyleri kültürel, sosyal ve etkinlik bakımından kendine çeken festivaller kent ekonomilerini olumlu yönde farklı bir boyutla etkilemektedir (Stynes, 2000, s.1). Belirli bir zaman aralığında da olsa kent ve makro boyutunda baktığımızda ülke ekonomilerine etkileri bulunmaktadır. Bununla birlikte festivaller istihdam yönünde de katkıda bulunmaktadır denilebilir. Üretimin farklılaşması, artması ve çeşitlenmesi bakımından da katkıları görülmektedir (İçöz ve Kozak, 2002, s.169).

Kent için festivallerin etkileri sadece sosyal ve kültürel olarak değil aynı zamanda ekonomik olarak da küçümsenmeyecek kadardır (Srikanth ve Ram, 2013, s.28). Festival turizmi, en hızlı büyüyen turizm türlerinden biridir. Yerel ekonomileri yeniden canlandırabilmek için özellikle kırsal alanlarda git gide daha popüler hale gelmektedir (Irshard, 2011, s.1). Ana işlevsel olarak olumlu anlamda ekonomik etkisi festivallerin birincil etkisidir denilebilir. Festivallerin ekonomik etkilerini istihdam, yatırım ve standartların iyileştirilmesi olarak ifade edebiliriz (Wang, 2009, s.17-19).

Etkinliklerin genel itibari ile bakıldığı zaman ekonomik etkileri üç farklı kaynaktan ortaya çıkmaktadır (Karagöz, 2006, s.48). Bu faktörler:

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

Festival süresince turizm işletmeleri doluluk oranları artış göstermekte ve yüksek fiyatlar sebebiyle kârlılıklarını daha da arttırabilmektedirler. Bunun sonucunda yerel halk üstüne de olumsuz etkisi olabilmektedir. Festivalin olduğu sürede, talebin

artmasıyla yöreye ait ürünlerin fiyatlarında artışlar da olabilmektedir. Bunu fırsata çeviren esnaf, ürün yada hizmetin fiyatlarını festival süresince yüksek tutup kısa süreli yüksek gelir elde etmek isteyebilmektedir (Gül, vd., 2013, s.218). Benzer şekilde, bölgedeki mevcut her değer, gelir getiren unsurlar olarak görülmektedir. El işçiliği ile yapılan ürünlerin yerini toplu yapılan üretim alabilir. Bazen eski eserler bilinçsiz bir biçimde turizm amaçlı kullanılabilir. Sanat değeri taşıyan eserler tahrip veya yok edilerek, yerini yapay çalışmalar alabilir. Bir bölgede turizm piyasasının gelişmesi, bölge halkının bu gelişmeye paralel olarak turizm hareketlerinden daha fazla gelir elde etme isteğini oluşturur. Bu durum ise, bölge halkının sahibi olduğu manevi değerlerin yerini maddi kaygılara bırakmasına yol açabilir. Bu tür olaylar, toplum biliminde “aşırı ticarileşme” adı altında incelenir (Kozak vd., 2010, s.96).

2.2.2.3. Festivallerin kültürel etkileri

Kültürel etkiler, fertlerin kendilerini ve içinde yaşadıkları toplumu anlamalarına yardımcı olan normlarda, değerlerde ve inançlardaki değişikliği içermektedir (Sharpley ve Stone, 2011, s.4). Kültürel değişimin olduğu ve etkileşimin arttığı turizm bölgelerinde, şuan ki kültürel varlıklarından faydalanmak kaydıyla kendilerini yeniden konumlandırmak ve keşfetmek için çalışmalar sürdürülür (Yolal, vd., 2009, s.278). Buna bağlı şekilde, festivaller sayesinde de kültürel unsurlar ilk sırada olmak üzere destinasyonun sahibi olduğu tüm çekicilikler ziyaretçilere aktarılabilir (Şengül ve Genç, 2016, s.81).

Festivaller, genel itibari ile topluluk üyeleri tarafından, para kazandıran bir turist çekiciliği yerine, topluluğun kültürünü ve tarihini kutlayan ve yansıtan keyifli bir topluluk temelli etkinlik olarak kabul görmektedir. Katılımcılar açısından festivaller bir topluluk gururu duygusu uyandırır. Bunun dışında doğal ve kültürel çevrenin korunmasına yardımcı olur. Ayrıca, yerel toplulukların kendi kimliklerini optimize etmelerine, kültür ve topluluk gelişmelerini ziyaretçilerle paylaşma fırsatları yaratmalarına olanak sağlar (Yolal vd., 2016, s.5).

Festivallerin insanların hiç tanımadığı yöreleri görmelerine ve farklı kültürler ve yaşam tarzlarını öğrenmelerine imkân sağlamaktadır (Kozak ve Bahçe, 2012, s.159). Bunun dışında, turistler de seyahatlerine yaşam biçimlerini, değer yargılarını ve toplumsal alışkanlıklarını yanı sıra götürürler (Kozak vd., 2010, s.91). Turistlerin getirmiş olduğu bu değer yargılarından, yaşam biçimlerinden ve alışkanlıklardan ev

sahibi toplumlar da etkilenebilirler. Böylelikle ev sahibi toplumlar ve turistler birbirleriyle karşılıklı yönde etkileşime girmiş olurlar (Sert, 2013, s.35).

2.2.2.4. Festivallerin çevresel etkileri

Bir destinasyon festivalinin, pazarlama sürecinde avantajlı bir biçimde kullanılacak benzersiz fiziksel özellikleri vardır. Bu fiziksel özelliklerle birlikte festivaller, artan turizm altyapısı ve mekanların inşası veya yeniden geliştirilmesi ile bir mahallede daha yüksek yaşam kalitesi ve kentsel dönüşüm sağlanmasına yardımcı olabilmektedir (Arcodia ve Whitford, 2006, s.9). Bununla birlikte, aynı fiziksel özellikler çevresel olarak kırılgan olabilir ve özellikle yerel halk açısından, çevresel zarar, gürültü ve aşırı kalabalık dahil olmak üzere olumsuz etkilere karşı koruma sağlayabilmek için özel bir politika izlenmesi gerekebilmektedir (Arcodia ve Whitford, 2006, s.8).

Etkinlik kapsamında festivaller, insan yapımı çevre üstünde bir takım etkilere sahip olabilirler. Binalar ve etkinliklerin düzenlendiği destinasyonun dokusu üstünde görsel etkiler yaratabilir. Diğer yandan, alan kullanımında değişiklikler yapılmasına neden olabilmekte ve destinasyonun altyapısı üzerine fazla yüklenilmesinden dolayı olumsuz etkiler yaratabilmektedir. Ayrıca, su ve havanın kalitesinde ortaya çıkan olumsuz değişimler, doğal kaynakların, flora ve faunanın yok olması gibi doğal çevre ve eko-sistem üzerinde de olumsuz etkilerin ortaya çıkabilmesi söz konusudur (Yolal, 2017, s.41).

Festivalde yaşanan olumsuz etkiler arasında, bölgede taşıt trafiğinin artış göstermesi ve bunun neticesinde park yeri sorununun oluşması da yer alır. Festival süresince su ve enerji kullanımı da giderek artmaktadır. Bu durumda daha duyarlı bir biçimde tüketim yapılması gerekir. Aynı zamanda kültürel kaynakları, tarihi ve doğal güzelliklerin de kötü kullanımı söz konusu olmuştur (Sert, 2009,s.43). Festivallerin negatif etkilerinin en aza indirgenmesi, etkinlik organizatörleri, pazarlayıcıları ve yerel yönetimlerce de önemsenmesi gerekiyor (Yeoman vd., 2010, s.316–317).

2.2.2.5. Festivallerin sosyal etkileri

Bir festival yoğun olarak toplum tarafından ortaya konuyorsa festivalle ilgilenen toplum üyeleri tarafından elde edilebilecek yararları söz konusudur. Yeni beceriler geliştirme, kimlik duygusu, kendisini kıymetli hissetme ve yeni ilişkiler ile sosyal

medyanın oluşumu faydalar arasında sayılabilir (Getz, 1991, s.67). Başarılı bir toplum odaklı festivale ev sahipliği yapıldığında, yerel halktaki toplum ruhu ve gurur duyguları artabilir. Bunun neticesinde bu tür festivaller toplum tarafından sahiplenilen gelenekler ve değerlerin güçlendirilmesinde de önemli bir yere sahibi olduğu söylenebilir (Derrett, 2004, s.39).

Yerel alanlar festivaller ile birlikte, dış unsurlar tarafından önemsenen ve ilgi gören bir yer haline gelmektedir. Yerel alanda kültür akımının başlaması, yerel alana dönük daha geniş coğrafyada ve hatta global ölçekte bir imaj yaratmaktadır. Böylece festivallerin potansiyel sosyal yaratıcılıkları, sadece yerel toplumun değil herkesin organizasyonlara katılmasını sağlamış ve yerel alan küresel hale gelmiştir. Böylelikle, festivaller yerel kimliği değiştirmekte ve geliştirmektedir (Kozorog, 2011, s.302). Çok sayıda turisti çeken festivallerin ve etkinliklerin ev sahibi topluluklar üstünde önemli etkileri olmaktadır. Bunun yanında, turistler ve yerel halk arasındaki olumlu etkileşim, beceri ve ideoloji değişimi ve farklı kültürler arasında gelişmiş anlayış için fırsatlar sunmaktadır (Tiyce ve Dimmock, 2000,s.223).

Bunun yanında, festivaller farkındalık yaratır. Ayrıca, topluluk kaynaklarının ve uzmanlıklarının daha etkin bir biçimde kullanılmasını teşvik eder. YEREL halk için çeşitli alanlarda beceri, eğitim ve gelişim olanağı sağladığından beraberinde refah düzeyinde gelişim sağlamaktadır. Bu nedenle festivaller, günlük rutinlerden kaçma ve daha geniş topluluktaki aile ve arkadaşlarla sosyalleşme fırsatı sağlayarak bir toplumumuzun yaşam kalitesi üstünde pozitif bir etki yaratır (Pavlukovic, vd., 2017,s.43). Yine festival süresince insanların birbirleri ile etkileşime girmeleri farklı sosyal aktivitelerin oluşmasına ortam hazırlar. İnsanlar, birbirlerinin kültürlerini tanıma fırsatı bulduğunda, esasında seyahatlerinin temelini meydana getiren merak ve keşfetme dürtüsünü tatmin edebilmektedirler (Atak, 2009,s.41).

2.3. Türkiye'de Festivaller

Festival ilk kez ülkemize 1931 yılında İstanbul'da İkinci Balkan Konferansı için Balkan Oyunları Festivali ile girmiştir. 1959 yılında Antalya ilinde Aspendos'ta ilk Tiyatro Festivali gerçekleştirilmiştir. Şuan Türkiye'de 100 den fazla festival düzenlenmektedir. Neredeyse bütün şehirlerde ulusal ve global anlamda festivallerin olduğu, ancak başı İstanbul'un çektiği görülmektedir (Bahar ve Kozak, 2015, s.56). Müzik festivalleri olarak bakıldığında, Türkiye'nin köklü müzik festivallerinin olduğu

söylenbilir. Mesela 24.'sü düzenlenen Efes Pilsen Blues Festivali alanında her yıl dünyaca ünlü grupları gelmektedir. 23.'sü düzenlenen Akbank Uluslararası Caz Festivalinde Türk ve dünya cazcılar biraraya gelmekte ve bu festival önemli festivallerden birisi olduğunu göstermektedir. Avrupa Festivaller Birliği üyesi olan festival Aspandos Opera ve Bale Festivali ise 20. Defa düzenlenmekte ve dünya genelinde ün kazanmış bir festivaldir. Film festivalleri açısından bir değerlendirme yapılacak olursa Antalya Altın Portakal Film Festivali Türkiye'nin Oscar'ı olarak nitelendirilir (Baysal, 2004, s.40).

Uluslararası Ankara Film Festivali ve Adana Altın Koza Film Festivali de ülkemizde sinemaseverleri bir araya getiren diğer festivallerdendir. Uluslararası Ankara Tiyatro Festivali ve Uluslararası İstanbul Tiyatro Festivali tarafından düzenlenen önemli tiyatro festivallerimiz arasında yer almaktadır. İzmir ilinde gerçekleştirilen Uluslararası İzmir Kukla Günleri de kukla tiyatrosu açısından önemli bir festivallerimizdendir. Mevlana'nın anılması ve etkinliklerin düzenlenmesi 'Vuslat Yıldönümü Uluslararası Anma Törenleri' etnik festivaller kapsamında değerlendirilebiliriz. Uluslararası İstanbul Karikatür Festivali, Uluslararası Ankara Karikatür Festivali, Uluslararası Portre Karikatür Festivali gibi festivaller karikatür kapsamında gerçekleştirmiş olan önemli festivaller arasında yerini almaktadır (Bilgili, 2012, s.118).

Yeni düzenlenmeye başlayan İstanbul Alışveriş Festivali ve Ankara Alışveriş Festivali'nin gelişime açık olduğu ve eksiklerinin giderilmesi gerektiği görülebilmektedir. Uluslararası Troia Festivali, Uluslararası Delfi Gençlik Oyunları, İstanbul Uluslararası Dans Festivali, Dragon Festivali gibi birçok türde festival, Türkiye'de düzenlenmekte olan festivallerin çok çeşitli ve birbirinden farklı olduğunun birer göstergesi durumundadır. İngiltere'de bulunan Bağımsız Festivaller Derneği'nin, İngiltere'de düzenlenmekte olan festivallerin bilinirliğini ve katılım sayısını arttırabilmek amacıyla 2010 senesinde geliştirmiş olduğu strateji, her festivalin kendine başka bir ülkede kardeş festivaller organizasyonu bulması ve işbirliği yapılmasının sağlanmasıdır(VIII. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi, 2016). Kardeş festivallerin birbirleri arasında sanatçı değişimi yapmaları, birbirleriyle fikir alışverişinde bulunmaları, bilet fiyatlarında indirim yapılması ile yerel yatırımcıların ilgisini daha çok çekme bakımından etkili bir strateji olmuştur. Bu festivaller ile birlikte iki bölge arasındaki ilişkilerin de geliştiği görülmüştür. Fakat Türkiye'de böyle bir bakış açısının henüz yoktur (Baysal, 2004, s.40).

Görüldüğü üzere Türkiye’de düzenlenen pek çok festival dünyanın birçok yerinden katılımcıların ilgisini çekebilecek durumdadır. Fakat bu festivallerin hak ettiği ilgiyi görmemesi ve yeterli sayıda katılımcıyı cezp etmemesi, pazarlama faaliyetlerinin yetersiz kalması ya da faaliyetlerin etkin olmamasından kaynaklanabilir. Genel bir değerlendirme yapılması durumunda; Türkiye’nin tarihi, kültürel ve ekonomik altyapısı gereği dünyada ses getirebilecek festivallerin düzenleyebileceği düşünülebilir. Bu bakımdan Türkiye’de artık vakit kaybetmeden kültürel vizyon geliştirmesi ve festivallerin pazarlanmasının önemini kavranması gerekiyor. Gelişmiş ülkelerde çeşitli tarzda festivallere yapılan yatırımlar, verilen değer ve iyi tanıtım ile bu etkinliklerin güzel pazarlanması sağlanamamakta ve binlerce katılımcıyı cezp etmektedir (Demir, 2019, s.23).

Bu durum, kültür ekonomisi anlamında hem ev sahibi ülkeye önemli gelir sağlamakta, hem de dolaylı şekilde de olsa diğer kültürel değerlerin tanınmasına ve bu şekilde ülkenin imajının gelişmesine katkı sağlamaktadır. Festivallerin katılımcı sayılarının artması ve festivalin yapıldığı bölge için ekonomik katkısının daimi şekilde arttığı, bu sebeple ülkemizde festivalin pazarlamasının daha etkin şekilde yapılması gerekmektedir. Festivale katılım sağlayanların artan taleplerinin ve tüketici beklentileri de, festivallerin şuanki mevcut durumunun iyileştirilmesinde katkıda bulunmaktadır. Özellikle global festivallerin daha geniş kitlelere ulaşması sağlamak ve Türkiye’nin imajını geliştirerek değiştirmek kültürel ekonominin daha fazla canlanmasında önemli katkı sağlayacaktır (Bilgili, 2012, s.117).

2.4. Adana’da Turizm

2.4.1. Kentin tanıtımı

M.Ö 6000 yıllarına kadar uzanan tarihi ile Adana Seyhan ve Ceyhan nehirleri arasına kurulmuştur. Antik Klıkya Kentlerinin en önemlilerinden birisidir. Akdeniz’in eşsiz güzelliği ile Toros’ların kıvrık dağları arasında yer alan Adana, Hititler’den Osmanlı’ya, gelmiş geçmiş pek çok uygarlıkların da beşiği niteliğindedir. Adana’nın adını Uranus Tanrısının oğlu Adanus’tan aldığı bilinmektedir. Adana’nın merkezinde bulunan Tepebağ höyüğü, İnsanoğlunun yerleşik hayata geçtiği neolitik döneme aittir (Adana Tarihçesi, 2019).

Adana M.Ö. 1. yy.’da eyalet valisi Hatip Çiçeron zamanında Roma devletinin hâkimiyetine girmiştir. Bu dönemde Doğu Roma ticaretinin en önemli bölgesi halini

almıştır. Daha sonraki dönemlerde Adana, M.S. 260'da Sasaniler'in, M.S. 4. yy.'da Bizanslılar'ın, 8. yy.'da Abbasilerin, 10. yy, yine Bizanslılar'ın, 11. yy.'da Selçuklular'ın, 12. yy.'da Ermeniler'in, 14. yy'da da Memlûklüler'in eline geçmiştir. En son olarak Memlûklülere geçerek Türklerin himayesine girmiştir. Daha sonraki dönemlerde verimli topraklara sahip olan Adana'ya gelenler hep Türkler olmuştur. Türk Memluk Devleti zamanında Orta Asya'dan Çukurova'ya gelen Türkler, bu verimli ve sulak topraklar üzerine yepyeni bir uygarlık kurulmasında öncülük etmişlerdir (Adana İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2016)

Adana'da 1352 senesinde kurulmuş olan Ramazanoğlu beyliği 1517 senesine kadar devam etmiştir. Bu tarih boyunca, Mısır seferine giden padişah Yavuz Sultan Selim, Adana'yı Osmanlı İmparatorluğu'na bağlamıştır. 1535 senesinde doğu seferine çıkan Kanuni Sultan Süleyman'a, 1638'de Bağdat seferine çıkan padişah IV. Murat'a, 1833'de Osmanlı devletine baş kaldıran Mısır valisinin oğlu İbrahim Paşa'ya ve ordusuna ev sahipliği yapmıştır (Adana Tarihçesi, 2019).

I. Dünya Savaşı'nın bitiş tarihi olan 1918'de Türkler için yen bir mücadele başlamıştır. 31 Ekim 1918'de Adana'ya gelerek Alman mareşali LIMAN Von Sanders'den Yıldırım Orduları Komutanlığı'nı devralan Mustafa Kemal, 'Savaş, müttefikler için bitmiş olabilir; Ama bizi ilgilendiren savaş, kendi istikbalimizin savaşı, ancak şimdi başlıyor' diyerek, Adana'da Kurtuluş Savaşı'nın ilk işaretini vermiştir. Bu sırada düşman kuvvetleri Adana ve yöresini işgal etmeye başlamışlardır. Amaçları, Avrupa devletlerine destek olan bir Ermeni devleti kurmaktır. 1918-1919 senelerinde, işgalciler, Adana'da zulüm ve işkence uygulamışlardır. Bunca baskıya dayanamayan Adanalılar örgütlenecek 'Kilikya Milli Kuvvetler Teşkilatı'nı kurmuşlardır.

5 Ağustos 1920'de Mustafa Kemal, Fevzi Bey (Çakmak) ve milletvekilleri Pozantı'ya gelerek burayı il merkezi haline getirmişler ve Pozantı Kongresi'ni yapmışlardır. 1920 Kasım ayında Fransızlar yenilgiye uğramışlar ve Fransız Hükümeti, T.B.M.M. Hükümeti'ni resmen tanımıştır. 20 Ekim 1921'de Fransızlarla 'Ankara Antlaşması' imzalanmıştır. Bu antlaşmaya uygun olarak 5 Ocak 1922'de Fransızlar, Çukurova'dan bütünüyle ayrılmışlardır. Bu tarih boyundan itibaren il merkezi tekrar Adana'ya taşınmıştır (<https://tr.wikipedia.org/wiki/Adana>).

2.4.2. Kentin turizm faaliyetleri ve turizm potansiyeli

Adana ve Mersin şehirlerini de içerisinde alan Çukurova Bölgesi, verimli arazileri, tarıma ve hayvancılığa uygun iklimsel şartları, sulama imkanları ile ülkemizdeki en önemli tarımsal üretim alanlarından biridir. Tarımda bir hayli gelişmiş olan bölge sanayi açısından da gelişmiş bölge özelliği vardır. Bu gelişmeler yanında kültürel çeşitlilik ve yoğun insan geçişlerine neden olmaktadır. Adana otel konaklama ve konferans tesisi zenginliği ile kolay ulaşım, kentin içinden geçen Seyhan Nehri ve Taşköprü ile manzara cazibesi sunar. Adana merkez ilçeleri özellikle Seyhan ve Yüreğir ilçelerinde kongre ve fuar turizmi için uygun mekânlar bulundurmaktadır (<https://tr.wikipedia.org/wiki/Adana>).

Bölge turizm çeşitliliği açısından zengin olmakla birlikte potansiyelini yeteri kadar kullanmamıştır. Adana ilinde kent turizmi ve gastronomi turizmi odak olmakta, Mersin’de ise kent turizminin yanında kıyı turizmi ve inanç turizmi de önemli yer almaktadır. Bunun beraberinde Bölge Batı Akdeniz bölgesindeki yoğun kıyı turizmi ile Güneydoğu inanç ve gastronomi turizmi içerisinde yer alır. Ayrıca kuzeyinde de önemli bir turizm destinasyonu olan Nevşehir bölgesi vardır.



Şekil 2. Adana Mersin bölgesi turizm dağılım haritası

Kaynak: Çukurova Kalkınma Ajansı, 2014

2.4.3. Kentte yürütülen festival ve karnavallar

Festivallerin kent ve ülkeler üzerindeki etkisinin büyük olduğu bilinmektedir. Öyle ki bazı kent festivallerinin kentin tanıtımına ve kent turizmine etkisi ülkenin genel turizm etkinliklerinden daha büyük olabilmektedir. Bazı yerel festivaller o kadar büyük bir hal almıştır ki ülke çapından da çıkıp küresel anlamda tanınır olmuştur. Bu durum kent tanıtımı ve markalaşmasının ne denli önemli olduğunu göstermektedir. Örneğin Cannes Film Festivali, Berlin Film Festivali, Rio Karnavalı birer yerel kent festivalleri iken dünya çapında tanınmış ve büyük oranda turist çekebilen festivaller halini almıştır(Bilgili vd., 2012, s.117-118).

Adana'da bölgesel olarak Uluslararası Altın Koza Film Festivali, Devlet Tiyatroları Sabancı Uluslararası Adana Tiyatro Festivali gibi festivaller düzenlenmektedir. Bunun yanı sıra Adana Lezzet Festivali, Uluslararası Portakal Çiçeği Festivali ve 13 Kare Sanat Festivali gibi farklı tür ve içerikte birçok festival düzenlenmektedir. 2019 senesinde yedincisi düzenlenen festival, yeni bir festival olmasına rağmen bir hayli ses getirmiştir. Her yıl farklı yeniliklerle Adana ve Adana'nın markalaşması adına önemli bir yere sahiptir. Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı'na toplumun bakış açısı her yıl daha üst seviyeye çıkmaktadır. Sadece yerel toplumun değil dışarıdan gelen turistlerinde ilgi odağı haline gelmektedir. Bu sebeple Adana'nın tanınması açısından itinalı ve her sene geliştirilmiş bir biçimde düzenlenmeye dikkat edilen bir karnavaldır. Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı gibi diğer festivaller de Adananın tanıtımı ve turistik açıdan ilerleyişi açısından özen ve itina ile geliştirilmesi gereken etkinliklerdir (Adana Gastronomi Şehri, 2019).

2.4.3.1. Altın Koza Film Festivali

Altın Koza Film Şenliği adı ile ilk defa 1969 yılında düzenlenen ve adını Adana'nın pamuğundan alan Altın Koza Film Festivali o tarihten bu yana her yıl düzenlenmektedir. Festival kapsamında çeşitli film seyirleri ve çeşitli dallarda ödüller verilmektedir. Bu kapsamda festival ülke çapında tanınmış durumdadır. Bu da beraberinde ülke çapında turistlerin kente gelmesine neden olmaktadır. Hem kent ekonomisi hem de ülke ekonomisi için büyük bir öneme sahip olmaktadır. Altın Koza Film Festivali, Çukurova Bölgesi'nin değil, Türkiye'nin en önemli kültür-sanat etkinliklerinden biri haline gelmiştir.

Festival ilk düzenlendiği yıldan sonra sinema sektörüne ödülleri ile katkıda bulunmuştur. Festival beş yıl aralıksız devam ettikten sonra 18 yıl boyunca ekonomik sıkıntılar nedeniyle derin bir suskunluk içine girmek zorunda kalmıştır. 18 yıl aradan sonra gerek yerel halkın isteği gerek de ülke genelinde oluşan istek doğrultusunda Altın Koza Yeniden Canlansın isteği ile tekrardan düzenlenmeye başlanmıştır. Bu festival özellikle Adana kentinin kültür-sanatla oluşan eksikliğini tamamlanmasına katkıda bulunmaktadır (Adana Gastronomi Şehri, 2019).

1992 yılında düzenlenen Altın Koza Kültür ve Sanat Festivali'nde, gerçekleştirilen Ulusal Uzun Film Yarışması'nın katkılarından birisi de Türk Sineması'nın geleceğine de sahip çıkmak olmuştur. Ayrıca Festivalde, Öğrenci Filmleri Yarışması da düzenleyerek bu alanda Türkiye'de ilk defa yarışma düzenleyen Festival olmuştur. Altın Koza Kültür ve Sanat Festivali bunların yanı sıra resim, tiyatro, müzik, fotoğraf ve düşünsel alanda yapmış olduğu çalışmalar ile Adanalı sanatseverlerin beğenisini kazanmıştır.

Adana Büyükşehir Belediyesi Yönetimi 1998 yılındaki Adana depremine kayıtsız kalmamış ve o yıl ki Altın Koza bütçesinin depremzedeler için kullanılması ve Festivalin düzenlenmemesi kararı almıştır. 1999 senesinde ise Marmara depremi sebebiyle ülkemizde ulusal yas ilan edilmesi neticesinde Festival gerçekleştirilememiş ve Festival bütçesi o yıl da Marmara depreminde zarara uğrayan depremzedelere aktarılmıştır.

1999 yılından itibaren artık Altın Koza tüm yıla yayılan kültür sanat etkinlikleriyle süregelmiştir. 7 yıllık bir aradan sonra 12. Altın Koza Film, Kültür ve Sanat Festivali tekrardan 2005 yılında 31 Mayıs-05 Haziran tarihleri arasında düzenlenmiştir. 2005 den bu yana aralıksız olarak devam eden Festival, programına eklenen 'Dünya Sineması' ve 'Akdeniz Filmleri Seçkisi' sayesinde küresel bir kimliğe bürünmüş ve 'Akdeniz Ülkeleri Uluslararası Kısa Film Yarışması' ile de bu kimliğini daha da pekiştirmiştir. Altın Koza Film Festivali, Akdeniz Ülkeleri ile birlikte Amerika Birleşik Devletleri'nden Japonya'ya kadar dünyanın birçok ülkesinden filmi ve sinema sektörünün her alanında görev yapan profesyonelleri misafir eden bir sinema platformu halini almıştır (Adana Gastronomi Şehri, 2019).

2.4.3.2. Sabancı Uluslararası Tiyatro Festivali

1998 senesinden itibaren her sene Sabancı Vakfı, Kültür ve Turizm Bakanlığı ve Devlet Tiyatroları işbirliği ile düzenlenen Devlet Tiyatroları Genel Müdürlüğü Sabancı Uluslararası Tiyatro Festivali çerçevesinde çok sayıda yerli ve yabancı tiyatro topluluğu oyunlarını sergilemiştir. Her yıl düzenlenen ve 1 ay süren tek milletlerarası festival olma özelliğine de sahip festival süresince sergilenen oyunları 20.000'e yakın tiyatro sever izlemiştir. Festival programındaki oyunlar 2005 senesine kadar yalnızca Adana'da sergilenirken, bu oyunların bir kısmı 2005 senesinden beri İstanbul'da Sabancı Üniversitesi Gösteri Merkezi'nde de sahneye konulmuştur (Adana Gastronomi Şehri, 2019).

2.4.3.3. Uluslararası Hava Oyunları Festivali

Adana Uluslararası Hava Oyunları Festivali, 2012 yılından beri düzenlenen ve 18-19-20 Mayıs tarihinde hafif motorlu hava araçları sınıfında düzenlenen ve Türkiye'de ilk olma özelliği gösteren yerel bir festivaldir.

2.5. Uluslararası Engelli Gençlik Festivali

Adana'da düzenlenen ve katılımın farklı ve renkli olduğu bir başka festival olarak Uluslararası Engelli Gençlik Festivali gösterilebilir.

2.6. Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı

Adana'nın tanıtımı için çok önemli katkı sağlayan, 2013 yılından beri düzenli olarak organize edilen Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı, Adana'da sivil birliklerin düzenlediği etkinliklerin içinde kültürel özellikler taşıyan ve ekonomik anlamda büyük katkılar barındıran yerel bir festivaldir. Büyük çoğunlukla açık alanda ve Nisan ayının ilk haftasında düzenlenmektedir. Müzik, dans, yiyecek, kültürel etkinlikler vs. gibi geniş bir kapsama sahip olmaktadır (<https://tr.wikipedia.org/wiki/Adana>).

Karnavalın ana amacı “marka şehir yaratmak”, yemekleri, tarihi, alışılmış ve kültürel değerleriyle tanınan Adana'ya dikkatleri çekerek farkındalığı arttırmak, şehrin ekonomisine ve sosyal yaşantısına turizm ile katkı sağlamak olarak ifade edilebilir. Bunun yanında karnavalla Adana'ya aidiyet duygusunu artırmak, kentin sokaklarını spor, kültür ve sanat aktiviteleriyle beraber harika bir karnaval alanına çevirmek ve

karnavalın Türkiye'de ve dünyada bilinirliğini artırılmasını sağlamak hedeflenmiştir (<http://www.nisandaadanada.com>).

2013 yılında festival kapsamında barış temalı mozaik fotoğrafı on binden fazla çocuğun yirmidört bin adet fotoğraflarını birleştirmesi ile oluşturulmuştur. Bu fotoğraf ile Adana Guinness Rekorlar Kitabına girmiştir. Bu olay festival içeriğinde farklı bir etkinlik olması amacıyla yapılmıştır. Yapılan çalışma ile festival farklı bir boyut kazanmıştır. Farklı olarak yapılan bu etkinlik sonraki yıllarda festivale olan katılımı olumlu yönde etkilemiştir. Bununla birlikte Adana'nın tanınması ve ekonomisinin büyümesi adına da olumlu etki yaratmıştır. Türkiye Halkla İlişkiler Derneği (TÜHİD) Altın Pusula Halkla İlişkiler Ödülleri Yarışması'nda festival 2015 yılında ödül kazanmıştır. Ayrıca Uluslararası Halkla İlişkiler Derneği (IPRA) ile düzenlenen Altın Küre Ödülleri'nde ilk üçe girmiştir. Bu gibi etkinlik ve etkinliklerden elde edilen başarılar da yine festivalin farklılık boyutunu ortaya koymuştur. Gerçekleşen bu etkinlikler festivalin daha farklı boyutlara geçmesine neden olmuş ve beraberinde daha fazla katılımcıya ulaşmasını sağlamıştır (Bilgili, 2012, s.120).

“Nisan'da Adana'da” sloganıyla hayata geçirilen Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı, öncelikle 2013 senesinde düzenlenmiştir. Daha çok sivil inisiyatifle gerçekleştirilmiş olan alışılmış bir sokak karnavalıdır. Karnavala katılanların seneler içerisindeki sayısına bakıldığında ilk karnavala 15.000, ikinci karnavala 30.000 ve üçüncü karnavala 90.000 kişinin ilgi gösterdiği belirtilmiştir (Wikipedia, 2019).

İlk karnaval, Adana'da büyük coşku ile karşılanmış ve pek çok etkinliğin beraberinde özellikle yaklaşık onbeş bin kişinin özel kostümleri ile katılmış olduğu kortej büyük ilgi görmüştür. Daha sonra düzenlenen ikinci ve üçüncü karnavalda büyük ilgi görmüş ve toplumun karnaval coşkusu ile katılım giderek artmıştır (Turizmin Sesi, 2016). 2016 yılında Hürriyet Gazetesi'nde yer alan bir habere göre, karnavala katılımın yıllar itibariyle artış gösterdiği belirtilmiştir. Özellikle karnaval süresince imza günleri, kültürel ve sanatsal etkinlikler, lezzet istasyonları, sanatsal sergiler, söyleşiler, tanıtım etkinlikleriyle birlikte haberde Adana iline ait hediyelik eşya ve el işi stantlarının ilgi çektiğine yer verilmiştir (Hürriyet Haber, 2016).

BÖLÜM III

3. YÖNTEM

Bu bölümde araştırmanın amacı, araştırmanın modeli, çalışma grubu, araştırmasüreci, veri toplama aracı ve verilerin analizi yer almaktadır.

3.1. Araştırmanın Amacı

Çalışmanın amacı, Adana ilinde gerçekleştirilen Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalına en az bir kez katılmış olan ziyaretçilerin tekrar ziyaret etme niyetlerine etki eden faktörleri belirlemek ve etki düzeylerini ortaya çıkarmaktır. Ayrıca, karnaval katılımcılarının karnavala ilişkin sunulan hizmetlerin (festival program içeriği, sunulan bilgiler, yiyecek ve içecek kalitesi ile görevli personelin tutumu), kendi tutumları üzerindeki etkisi belirlenmeye çalışılmıştır.

3.2. Araştırmanın Modeli

Model olarak değerlendirildiğinde, yapılan çalışma tanımlayıcı olarak dizayn edilmiştir. Bu türde oluşan modelleme, var olan mevcut duruma anlam vermek amacıyla gerçeğin ne olduğunu bulmak olarak tanımlanabilir. Yapılan çalışmada belirlenen festival için katılımcılar üzerinde tekrar ziyaret etme niyetinin etkileri tanımlayıcı tür model olarak ele alınmış ve değerlendirilmiştir (Konuk, 2008, s.32).

3.3. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalına en az bir kez katılmış 18 yaş üstü katılımcılar evren olarak belirlenmiştir. Kolay örneklem yöntemi, olasılık dışı örneklem yöntemlerinden biri olarak araştırma için kullanılmıştır. Bu yöntem, kapsamlı olarak araştırmanın ulaşmak istediği verilere ulaşana kadar istenilen kişiye uygulanabilen bir yöntem olarak bilinmektedir (Coşkun vd., 2015, s.142).

Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı'na daha önce katılan ve kriterlere uyan kişi sayısı tam olarak tespit edilememiştir. Araştırma kapsamında değerlendirmeye alınacak veriler arasında belirli bir evren büyüklüğü söz konusu olamamıştır. Bu veriler doğrultusunda belirli bir sayı verebilmek adına daha önceki yıllarda gerçekleşen katılımcı sayıları belirtilmek istenmiştir. Daha önceki yıllarda Uluslararası Portakal

Çiçeği Karnavalı'na 10.000'nin üzerinde kişinin katıldığı söylenebilir (Karaca vd., 2016, s.227). Fakat 2020 Yılı için Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı'nın iptal edilmesi nedeniyle dışarıdan gelen turist sayısının olmayacağı da göz önüne alınmalıdır. Bu bilgilere dayanarak katılımcılar tarafından google forms aracılığıyla yapılan anket çalışması, araştırmaya katılmayı kabul etmiş olan 483 kişiye yapılmıştır. Çalışma için 100.000 kişi üzerinden 384 kişiye ulaşılması yeterli görülmüş olup bu bağlamda 22-25 Mayıs tarihleri arasında erişilen kişi sayısı 483 olarak elde edilmiştir. Ancak çalışmada kullanılacak verilerin kapsamı en az bir kez önceki karnavallara katılmış kişilerin görüşlerine dayalı oluşturulacağı için bu sene ilk defa "2020 evde karnavala" katılan, ya da "hiç katılmadım" şıklarını tercih eden kişilerin görüşlerini içeren anket formları değerlendirme dışı tutulmuştur. Bu bağlamda 445 geçerli anket formu değerlendirilmiştir.

3.4. Araştırmanın Yapılışı

Araştırma içerisinde veri toplama yöntemi olarak çeşitli alan yazıları göz önünde bulundurularak oluşturulan anket formu ile toparlanmıştır. Anket formu tek bölümden oluşmaktadır. Toplamda 34 soru bulunmaktadır. Anket formundaki sorular likert ölçek sistemine göre, 1=Kesinlikle Katılmıyorum... 5=Kesinlikle Katılıyorum şeklinde oluşturulmuş seçeneklerle oluşturulmuştur.

Anketin anlaşılabilirliğini test etmek için ilk önce 20 kişiye anket dağıtılmış ve değerlendirmesi yapılmıştır. Testin anlaşılabilirliği kabul edilince anket link ve mesaj yoluyla katılımcılara ulaştırılmıştır. Anket sorularını sınıflandırdığımızda; model değişkenlerimizle eşleşen: yiyecek ve içecek kalitesi (4öğe), personel etkileşimleri (6 soru), bilgi yeterliliği (3 soru), tutum (4maddeler), öznel normlar (4 madde), festival programı (10 soru), algılanan davranışsal kontrol (4öğeler) ve yeniden ziyaret etme niyeti (3 öge) olarak belirlenmiştir.

3.5. Veri Toplama Aracı

Yapılan çalışmada ölçek düzenlemesi yapılması için ayrıntılı bir literatür taraması yapılmıştır. Elde edilen verilerle hipotezlere uygun ölçekler belirlenmiştir. Yapılan anket çalışmasının ölçekleri Thomas tarafından; nitelikli ürünler, Quintal ve Phau (2010a, 2010b, 2011) ve Quintal ve diğerleri (2015); personel etkileşimleri Grappi ve Montanari (2011) tarafından hazırlanmıştır. Anket sorularının ölçek değerlendirmesi

sırası ile; Abubakar, Ilkan, Meshall Al-Tal ve Eluwole, 2017; Kim, Kim ve Goh, 2011; Lam ve Hsu, 2006; Quintal ve diğerleri, 2015) ölçekleri temel alınarak elde edilmiştir.

Tablo 1.

Ölçekler

Ö. Kaynağı	İfadeler
Bilgi (Cannes, 2012)	B 1. Karnaval alanındaki bilgiler yeterliydi.
	B 2. Karnaval yönlendirme işaretleri açık ve anlaşılırdı.
	B 3. Hazırlanan broşürler iyi kalitede idi.
Personel (Kömürcü, 2013)	P 1. Personel kibar ve destekleyiciydi.
	P 2. Personel isteklere hızlı yanıt vermekteydi.
	P 3. Personel karnaval hakkında iyi bilgiye sahipti.
	P4. Karnavalda çalışan rehber ve personel sayısı yeterliydi.
	P5. Personel yardımcı olmak için istekliydi.
	P6. Personeller nazikti.
Lee vd. 2008 (YiyecekVE)	Yİ1. Bu karnaval kaliteli yerel ürünler sunmaktadır.
	Yİ 2. Bu karnavalda satılan yiyecek/içeceklerin fiyatları makuldü.
	Yİ3. Bu karnavalda satılan yerel yiyecek ve içecekler yeterli idi.
	Yİ4. Bu karnavalda satılan yiyecek/içecekler çok çeşitli idi.
Festival programı (Lee vd. 2008)	FP1. Karnaval programının içerik performansı iyiydi.
	FP2. Karnaval programının içeriği deneyimlere dayalıydı.
	FP3. Karnaval programının içeriği ilgi çekiciydi.
	FP4. Karnaval programın içeriği iyi tasarlanmıştı.
	FP5. Karnaval içeriğinde yer alan programlar karnaval ile uyumluydu.
	FP6. Karnaval programında yer alan aktiviteler çeşitliydi.
	FP7. Programın içeriği iyi yorumlanmıştı..
	FP8. Programın içeriği iyi tasarlanmış ve yürütülmüştür.
	FP9. Karnavalın gösterileri iyiydi.
	FP10. Program içeriğinde yer alan artistik danslar iyiydi.

Tablo 1. (devamı)

Algılanan Davranışsal Kontrol (Song. vd, 2014)	ADK1. Bu karnavalı ziyaret etmek tamamen benim kontrolümdedir.	
	ADK 2. Bu karnavalı ziyaret edebilecek yetenekteyim.	
	ADK 3. Bu karnavalı ziyaret etmek için yeterli kaynağım (para gibi) vardır.	
	ADK4. Bu karnavalı ziyaret etmek için yeterli zamanım vardır.	
Öznel Norm (Song vd.,2014)	ÖN 1. Benim için önemli olan insanlar bu karnavalı ziyaret etmemi tavsiye eder.	
	ÖN2. Benim için önemli olan insanlar bu karnavalı ziyaret etme fikrimi destekler.	
	ÖN3. Benim için önemli olan insanlar bu karnavalı ziyaret etmemin önemini farkındadır.	
	ÖN4. Fikirlerine değer verdiğim insanlar bu karnavalı ziyaret etmemi önerir.	
Tutum (Song vd.,2014)	T 1. Bu karnavalı ziyaret etmek iyi bir işidir.	
	T 2. Bu karnavalı ziyaret etmek benim için değerlidir.	
	T 3. Bu karnavalı ziyaret etmek benim için faydalıdır.	
	T 4. Bu karnavalı ziyaret etmek benim için gereklidir.	
Tekrar ziyaret etme niyeti (Quintal vd. 2015)	Bu karnavalı tekrar ziyaret etme niyetim.	
	TZN1. Muhtemel	Muhtemel Değil
	TZN2. Mümkün	Mümkün Değil
	TZN3. Kesin	Kesin Değil

Araştırmada kullanılan ölçekler ele alınırsa; Bilgi (Cannes, 2012) değişkeni Vesci ve Botti'nin (2019) çalışmasında festivali ziyaret edenler üzerinde bilginin yeterliliğinin tekrar ziyaret etme niyeti üzerindeki etkisini ölçmek amacıyla kullanılmıştır. Bilgi faktörü; ilgili alanın içeriği, düzeni ve diğer etki eden faktörlerin tanımlamasının yapıldığı kavramlar bütünüdür. Bununla birlikte Lee et al. (2008), çalışmasında da yine bilgi ölçeğinin festival ziyaretleri üzerindeki etkisinin ölçülmesi amacıyla kullanılmıştır. Bilgi ölçeği yapılan çalışmada ise yine festivali tekrar ziyaret etme niyetinin ölçülmesi amacıyla kullanılmıştır. Öne sürülen çalışmaların hepsinde

bilgi yeterliliğinin ziyaretçileri tekrar ziyaret etme niyeti üzerinde olumlu yönde etkilediği kanaatine ulaşılmıştır.

Personel ölçeği yapılan çalışmada, personel davranışlarının ziyaretçiler üzerinde tekrar ziyaret etme niyetinin ölçülmesi amacıyla kullanılmıştır. Personel ölçeği, araştırma olgusu içinde yer alan bireylerin tatmin, tutum, iyi niyet, bilgi bakımından yeterliliğinin ele alındığı kavramlar bütünü olarak ifade edilmektedir. Yapılan araştırma sonucunda personel davranışlarının olumlu tutumunun tekrar ziyaret etme niyetini de olumlu etkilediği sonucunu doğurmuştur. Aynı ölçek, Grappi and Montanari (2011) çalışmasında tekrar ziyaret etme niyeti ölçmek amacıyla uygulanmış olup olumlu yönde etki saptanmıştır.

Yiyeceklerin kalitesi ve içeriği, ilgili alan ve araştırma kapsamı içinde araştırma verilerine etki eden yiyecek ve içeceğin çeşit, tat, doku ve çeşitlilik bakımından yeterliliğini ele alan kavramlar olarak tanımlanır. Ölçek olarak tutum üzerinde yapılan çalışmada olumlu yönde eğilim sergilemiştir. Yiyeceklerin kalitesi ve içerik zenginliği ve uyumu festival ziyaretçilerinin tekrar ziyaret etme niyetini olumlu yönde etkilemektedir. Aynı ölçek Lee et al. (2008) ve Vesci ve Botti'nin (2019) çalışmalarında da aynı tutum üzerinde ele alınmış olup birbirine benzer ve paralel sonuçlar oluşturmuştur. İncelenen çalışmalara göre yiyeceklerin içerikleri ve kalitesi festival ziyaretçileri üzerinde tekrar ziyaret etme eğilimini olumlu yönde etkilemektedir.

Festival programı, festival içeriği, çeşitliliği, tatmin yeterliliği gibi etmenlerin varlıklar bütünü olarak tanımlanmaktadır. Festival programı, Grappi and Montanari (2011) çalışmasında programın doğruluğu, akışı ve içeriği bakımından ele alınmış ve festivale gelenlerin ziyareti tekrarlama tutumlarının değerlendirilmesi amacıyla kullanılmıştır. Yine Anil (2012), çalışmasında da tekrar ziyaret etme niyetinin doğrulanması amacıyla kullanılmıştır. Yapılan iki çalışmada da festival programının içeriği ve durumu festivali tekrar ziyaret etme niyetini olumlu yönde etkilemektedir şeklinde sonuçlar ortaya koymuştur. Ele alınan bu çalışmada da yine aynı amaç doğrultusunda festivali tekrar ziyaret etme niyetinin ölçümü için kullanılmış olup benzer sonuçlar elde edilmiştir.

Algılanan davranışsal kontrol, herhangi bir davranışı gerçekleştirmenin kendi kontrolünde olup olmadığı yönünde bireylerin yetenekleri ve imkânlarıyla ilgili algılamalarını ifade etmektedir ve davranışın performansını kolaylaştıran veya baskı altına alan faktörlere bağlı olarak şekillenir (Rutherford ve De Vaney, 2009, s.1-16).Algılanan Davranışsal Kontrol Song. vd, (2014), çalışması ile geliştirilmiş olup

festivali tekrar ziyaret etme niyetinin araştırılması için kullanılmıştır. Ölçek, Lam ve Hsu (2006) ve Hsu ve Huang (2012) çalışmalarında da yine tekrar ziyaret etme niyetinin ölçülmesi için kullanılmıştır. Ele alınan çalışmada da aynı şekilde festivale gelen ziyaretçilerin tekrar ziyaret etme niyetlerinin ölçülmesi amacıyla kullanılmıştır. Değerlendirilen çalışmalar neticesinde benzer sonuçlar elde edilmiş ve algılanan davranışsal kontrolün tekrar ziyaret etme niyetini olumlu yönde etkilediği anlaşılmıştır.

Öznel norm ise kişinin etrafındaki önemli olduğunu düşündüğü kişilerin fikirlerinin davranışa olan etkisini ifade etmektedir. Algılanan davranış kontrolü ise bir davranışı gerçekleştirmenin zorluğunu ya da kolaylığını ifade etmektedir (Rutherford ve De Vaney, 2009, s.1-16). Öznel norm kriteri incelendiğinde, yapılan çalışmada ziyaretçilerin tekrar ziyaret etme niyetinin olumlu eğilimi değerlendirilmiştir. Çalışmada H_6 hipotezi olarak ele alınmış ve değerlendirme sonucu olumlu etkisinin kanıtlanamaması ile birlikte direkt olumsuz etkisinin de olmadığı saptanmıştır. Yani öznel norm tekrar ziyaret etme niyeti üzerinde diğer ölçeklere nazaran daha az etkin olduğu söylenebilmektedir. Aynı zamanda diğer araştırmalar incelendiğinde örneğin, Ajzen (1991) çalışması ve Lam and Hsu (2006) çalışmasında da yine tekrar ziyaret etme niyeti üzerinde öznel normların etkisi incelenmiş ve sonuç olarak öznel normun yapılan çalışmada çok etkin olmadığı anlaşılırken diğer iki çalışmada olumlu yönde eğilim gösterdiği anlaşılmıştır.

Tutum, belli bir durum, etkinlik, olay, yapı, kavram karşısında tercih ettikleri davranış biçimini ya da sahip oldukları düşünceyi saptamak amacıyla geliştirilen ölçektir. Son tutum ölçeği, Song vd. (2014) tarafından geliştirilmiş olup tekrara ziyaret etme niyetinin olumlu olup olmadığı değerlendirilmek istenmiştir. Bu bağlamda tutum ölçeği, M. Vesci, A. Botti çalışmasında tekrar ziyaret etme niyeti üzerinden değerlendirilmiştir. Bu çalışmada tutum ölçeği de yine ziyaretçilerin tekrar ziyaret etme niyeti üzerindeki etkisi üzerinde yoğunlaşmıştır. Elde edilen veriler doğrultusunda tutumun tekrar ziyaret etme niyeti üzerinde etkisi olduğu ortaya konulmuştur.

3.6. Verilerin Analizi

Çalışmada elde edilen verilerin analizinde, SPSS 20.0 programı aracılığıyla tanımlayıcı istatistik analizleri, geçerlilik ve güvenilirlik ile hipotez testleri için regresyon analizinden faydalanılmıştır. 445 adet geçerli ve eksiksiz olarak tanımlanan anket formu aracılığıyla veri analizleri uygulanmıştır.

BÖLÜM IV

4. BULGULAR

Bu bölümde 445 katılımcının görüşlerine dayalı olarak elde edilen katılımcıların demografik özellikleri, katılımcıların festivale ilişkin deneyimleri, geçerlilik ve güvenilirlik analizleri ile hipotezler için yapılan testlere ilişkin bulgular yer almaktadır.

4.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Bu bölümde katılımcıların yaş, cinsiyet, meslek gibi demografik özelliklerinin değerlendirilmesi yer almaktadır.

Online anket yöntemiyle toplam 483 kişi üzerinde yapılan anket çalışmasının demografik özelliklerinin değerlendirildiği çalışma “Demografik Özellikler” başlığı altında Tablo 2’de gösterilmiştir. Bu kapsamda demografik özellikler bazında cinsiyet, yaş, meslek ve eğitim olarak ele alınmıştır.

Tablo 2.

Tanımlayıcı ve Demografik Bulgular

Cinsiyet	n	%	Meslek	n	%
			Emekli	73	16,4
Kadın	266	59,8	İşçi	71	16
Erkek	179	40,2	Kamu Sektör	63	14,2
Toplam	445	100	Öğrenci	37	8,3
	n	%	Ev Hanımı	30	6,7
Yaş			Serbest	26	5,8
18-24	92	20,7	Çalışmıyor	19	4,3
25-34	225	50,6	Diğer	126	28,3
35-44	109	24,5	Toplam	445	100
45 ve daha fazlası	19	4,3	Eğitim	n	%
Toplam	445	100	İlkokul	9	2
			Lise	61	13,7
			Üniversite	266	59,8
			Yüksek Lisans ve Doktora	109	24,5
			Toplam	445	100

Tablo 2’de görüldüğü gibi katılımcıların % 59,8’i kadın, % 28,3’i diğer meslek, % 59,8’i üniversite mezunu, % 50,6’sı 25-34 yaş aralığındadır.

4.2. Katılımcıların Festival Hakkındaki Görüşlerinin Analizi

Anket verileri beşli derecelendirme ile =5 tamamen katılıyorum’dan başlayan =1 tamamen katılmıyorum olarak değerlendirilmiştir. Tablo 3’de anket sonuçlarının değerleri, her ifadenin ortalamaları ile standart sapmaları yer almaktadır. 34 soru için ayrı ayrı şekilde ortalama değer ve standart sapmaları gösterilmiştir.

Tablo 3.

Anket Tanımlayıcı İstatistikler

Tanımlayıcı istatistikler					
	Ort	S.S	N	Bas.	Carp.
B1 Karnaval alanındaki bilgiler yeterliydi.	2,33	1,040	445	,500	-,516
B2 Karnavala yönlendirme işaretleri açık ve anlaşılırdı.	2,39	1,105	445	,634	-,432
B3 Hazırlanan broşürler iyi kalitededir.	2,19	,966	445	,745	,152
P1 Personel kibar ve destekleyici	1,98	,880	445	1,080	1,596
P2 Personel isteklere hızlı yanıt vermekteydi.	2,19	,980	445	,784	361
P3 Personel karnaval hakkında iyi bilgiye sahipti	2,13	,969	445	,790	352
P4 Karnavalda çalışan rehber ve personel sayısı yeterliydi	2,51	1,146	445	,489	-583
P5 Personel yardımcı olmak için istekliydi	2,12	,920	445	,857	816
P6 Personeller nazikti	2,04	,879	445	,908	1,017
YIY1 Bu karnaval kaliteli yerel ürünler sunmaktadır	2,13	,990	445	,851	,379
YIY2 Bu karnavalda satılan yiyecek/içeceklerin fiyatları makuldü.	2,40	1,130	445	,709	-268
YIY3 Bu karnavalda satılan yerel yiyecek ve içecekler yeterli idi.	2,18	1,032	445	,973	,628
YIY4 Bu karnavalda satılan yiyecek/içecekler çok çeşitli idi.	2,09	,996	445	,946	,623
FP1 Karnaval programının içerik performansı iyiydi.	2,30	1,060	445	,690	-,136
FP2 Festival programının içeriği deneyimlere dayalıydı	2,31	1,037	445	,668	-,031
FP3 Festival programının içeriği ilgi çekiciydi	2,26	1,023	445	,662	-,096
FP4 Karnaval programın içeriği iyi tasarlanmıştı.	2,33	1,091	445	,658	-,248

Tablo 3. (devamı)

FP5 Karnavalın içeriğinde yer alan programlar festival ile uyumluydu	2,20	1,013	445	,925	,523
FP6 Karnaval programında yer alan aktiviteler çeşitliydi	2,18	1,003	445	,842	,193
FP7 Programın içeriği iyi yorumlanmıştı.	2,31	1,048	445	,605	-276
FP8 Programın içeriği iyi tasarlanmış ve yürütülmüştür	2,36	1,066	445	,566	-,404
FP9 Karnavalın gösterileri iyiydi.	2,24	1,016	445	,621	-,138
FP10 Program içeriğinde yer alan artistik danslar iyiydi.	2,27	1,003	445	,614	-,204
ADK1 Bu karnavalı ziyaret etmek tamamen benim kontrolümdedir.	1,67	,815	445	1,432	2,317
ADK2 Bu karnavalı ziyaret edebilecek yetenekteyim	1,56	,690	445	1,442	3,342
ADK3 Bu karnavalı ziyaret etmek için yeterli kaynağım (para gibi) vardır.	1,75	,831	445	1,404	2,620
ADK4 Bu karnavalı ziyaret etmek için yeterli zamanım vardır	1,85	,856	445	1,098	1,396
ON1 Benim için önemli olan insanlar bu festivali karnavalı etmemi tavsiye eder	2,01	,919	445	,896	,688
ON2 Benim için önemli olan insanlar bu karnavalı ziyaret etme fikrimi destekler	1,94	,848	445	,996	1,383
ON3 Benim için önemli olan insanlar bu karnavalı ziyaret etmemin öneminin farkındadır	2,06	,952	445	,929	,800
ON4 Fikirlerine değer verdiğim insanlar bu karnavalı ziyaret etmemi önerir	2,05	,950	445	1,009	1,035
T1 Bu karnavalı ziyaret etmek iyi bir iştir	2,00	,942	445	,965	,817
T2 Bu karnavalı ziyaret etmek benim için değerlidir	1,99	,987	445	,967	,569
T3 Bu karnavalı ziyaret etmek benim için faydalıdır.	2,09	1,000 984	445	,822	,267
T4 Bu karnavalı ziyaret etmek benim için gereklidir.	2,35	1,174	445	,655	-,409
TZN1 Bu karnavalı bir dahaki sefere tekrar ziyaret etme niyetim: muhtemel değil	4,08	1,156	445	-1,064	,147
TZN2 Bu karnavalı bir dahaki sefere tekrar ziyaret etme niyetim: mümkün değil	4,11	1,127	445	-1,034	,074
TZN3 Bu karnavalı bir dahaki sefere tekrar ziyaret etme niyetim: kesin değil	4,00	1,166	445	-941	-,025

Tablo 3 incelendiğinde, 445 katılımcının her bir ifadeye ilişkin olarak görüşlerinin ortalaması e standart sapması ile formda yer alan ifadeler için basıklık ve çarpıklık analiz sonuçları ortaya çıkmaktadır. Bu bağlamda incelendiğinde basıklık ve çarpıklık değerlerinin +3,5 & -3,5 aralığında olduğu yani verilerin normal dağıldığı ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda veri analizlerinde parametrik analizlerin yapılması uygundur (Demir, vd. 2016, s.141).

4.3. Geçerlilik ve Güvenirlik Analizleri

Yapılan çalışmada, ölçek kalitesinin standart hale gelebilmesi, nesnel bir ölçek olabilmesi için güvenilirlik ve geçerlilik olarak iki niteliğe aynı anda sahip olabilmesi gerekmektedir (Ercan ve Kan, 2004, s. 211). Sosyal bilim araştırmalarında var olan bütün ölçme araçlarında olması beklendiği gibi yapılan anketin güvenilir ve geçerli olması gerekmektedir. Yapılan anketin araştırma konusu ve sorusuna uygun cevaplar alınabilmesi geçerli olması, uygulamanın aynı yollarla tekrarlanması durumunda benzer sonuçlar vermesi de güvenilirlik niteliğini belirtmektedir (Büyüköztürk, 2005, s. 3).

Yapılan anket çalışmasında bulunan 34 ifade tek tek incelenmiş olup anket çalışmasında bulunan soruların güvenilirlik analizi yapılan testte başarılı çıkmıştır.

Tablo 4.

Faktör Analizi ve Güvenirlilik Analizi Sonuçları (Bilgi, Personel, Yiyecek, Festival Programı)

Faktörler	Faktör yükü	Öz değer	Var % si	Güvenilirlik alfa değeri
FAKTÖR 1: BİLGİ				
B1	,742	7,586	32,984	,871
B2	,827			
B3	,672			
FAKTÖR 2: PERSONEL				
P1	,753	4,652	20,228	,936
P2	,794			
P3	,749			
P4	,569			
P5	,838			
P6	,867			
FAKTÖR 3: YİYECEK				
YIY1	,581	2,987	12,987	,855
YIY2	,674			
YIY3	,775			
YIY4	,770			
FAKTÖR 4: FESTİVAL PROGRAMI				
FP1	,800	2,716	11,809	,971
FP2	,758			
FP3	,814			
FP4	,815			
FP5	,793			
FP6	,767			
FP7	,837			
FP8	,812			
FP9	,807			
FP10	,763			
Toplam Varyans: % 78,008				
KMO Test: ,9958				
Barlett Test: $\chi^2=10547,808$ df= 253 Sig.:0,000				

Tablo 4 incelendiğinde, modelde festivale ilişkin ipuçları ile ilgili bağımsız değişkenlerin bilgi, personel, yiyecek ve festival programı olarak bu örneklem ile de dört boyut altında toplandığı görülmektedir. Ayrıca, KMO test ve Barlett Küresellik skorları incelendiğinde bu boyutlar için bu örneklem ile faktör analizi yapmak uygundur. Anlamlı olarak bulunan dört faktörün güvenilirlik aralığı ise 0,85-0,97 skor aralığında oldukça yüksek düzeyde güvenilir olarak bulunmuştur. Ayrıca Nunally (1978, s.254)'e göre ölçekte yer alan boyutların güvenilirlik skorları 0,70'in üzerinde ise ölçek güvenilir kabul edilmektedir. Dört boyut toplam varyansın %78,008'ini açıklarken, faktör yüklerinin 0,50'in üstünde çıkan ifadeler ölçekte tutulmuştur.



Tablo 5.

Planlı Davranış Teorisi Ve Tekrar Ziyaret Niyeti Ölçeklerinin Geçerlilik Ve Güvenilirlik Analizi

Faktörler	Faktör yükü	Öz değer	Var % si	Güvenilirlik alfa değeri
FAKTÖR 1: ALGILANAN DAVRANIŞSAL KONTROL				
ADK1	,814	3,341	22,270	,871
ADK2	,879			
ADK3	,820			
ADK4	,740			
FAKTÖR 2: ÖZNEL NORM				
ON1	,814	3,177	21,180	,945
ON2	,785			
ON3	,698			
ON4	,711			
FAKTÖR 3: TUTUM				
TUT1	,707	3,052	20,347	,933
TUT2	,747			
TUT3	,776			
TUT4	,795			
FAKTÖR 4: TEKRAR ZİYARET ETME NİYETİ				
TZN1	,900	3,008	20,052	,955
TZN2	,914			
TZN3	,902			
Toplam Varyans: % 83,849				
KMO Test: ,920				
Barlett Test: $\chi^2=6801,554$, df= 105 Sig.:0,000				

Tablo 5' de dört faktörün geçerlilik ve güvenilirlik analizleri verilmiştir. Elde edilen verilere göre; algılanan davranışsal kontrol boyutu için alfa değeri ,871 olarak bulunmuştur. Aynı boyut için varyans %22,270 olarak elde edilmiştir. Aynı ifadenin öz değeri %3,341 olarak elde edilmiştir. Diğer faktör olarak öznel norm ifadesine göre güvenlik alfa değeri ,945 olarak bulunmuştur. Öznel norm faktörünün varyans değeri %21,180 olarak elde edilmiştir. Aynı şekilde öz değeri %3,177 olarak bulunmuştur. Planlı davranış teorisine göre ele alınmış olan tutum faktörüne göre alfa değeri ,933 olarak bulunmuştur. Tutum faktörünün varyans değeri %20,347 olarak elde edilirken öz değeri %3,052 olarak elde edilmiştir. Son olarak planlı davranış teorisine göre tekrar ziyaret niyeti faktörünün güvenlik alfa değeri ,935 olarak elde edilmiştir. Aynı faktörün varyans değeri %20,052 olarak bulunmuş ve öz değeri %3,008 olarak elde edilmiştir. Planlı davranış teorisinin faktörleri genel değerlendirmesine göre toplam varyans %83,849 olarak elde edilmiştir. Varyans değeri %70 üzerinde olduğundan yapılan analizlerin güvenli sonuç verdiği görülmektedir. Bununla birlikte sig değeri 0,000 olarak elde edilmiştir. Yapılan analiz sonuçlarına göre faktörlerin geçerli ve güvenilir olduğu söylenmektedir.

4.4. Yiyecek/İçecek Kalitesi, Bilgi Yeterliliği ve Personel Davranışının Tutum Üzerine Etkisi

Araştırma modelinin birinci kısmında, bağımlı değişken olarak belirlenen faktörlerin tutumu etkilediği düşünülen yiyecek ve içecek kalitesi, personel davranışları ve bilgi yeterliliği bağımsız değişkenlerinin, bağımlı değişken üzerindeki etkileri test edilmiştir. Bu amaçla çoklu regresyon analizinden yararlanılmıştır. Elde edilen bulgular Tablo 6'da sunulmuştur.

Tablo 6.

Araştırma Modelinin Birinci Kısımına İlişkin Çoklu Regresyon Analizi

Model	Standartlaşmamış		Standartlaştırılmış katsayı	t	p.	Doğrusallık istatistikleri		Dur bin- Wat son
	Katsayı					Toleran s	VIF	
	B	Standart Hata						
(Sabit)	,262	,098		2,672	,008			2,0 20
Bilgi	,139	,052	,138	2,701	,007	,443	2,259	
Personel	,129	,059	,116	2,179	,030	,409	2,446	
Yiyecek	,126	,056	,117	2,249	,025	,428	2,335	
festival programı	,426	,055	,421	7,712	,000	,389	2,572	
Bağımlı Değişken; Tutum R=0,701 R ² =0,491 Düz. R ² =0,486 F= 106,160 p=0,000								

Modelde sabit terimlerin bulunması anlamlı ($t=2,672$, $p=0,000$) olup, modeldeki katsayısı ,262'dir. Modelde "bilgi" ($t=2,701$, $p=,007>0,05$), "personel" ($t=2,179$, $p=,030>0,05$), "yiyecek" ($t=2,249$, $p=,025>0,05$) ve "festival programı" ($t=7,712$, $p=,000>0,05$) değişkenlerinin regresyon modelinde bulunması istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Modeldeki R^2 değerine bakıldığında bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkendeki değişimin %49'unu açıkladığı da ortaya konmuştur. Modelde yer alan bir diğer değerlendirilmesi gereken değer ise Dublin-Watson değeridir (Kalaycı, 2006, s.14). Dublin-Watson değer aralığı $-1<p<1$ aralığı olarak belirlenmiştir. Bu değer 2,020 olarak elde edilmiştir. Nitekim bu değerde anlamlı çıkmıştır.

4.5. Ziyaretçilerin Tekrar Katılma Tutumu, Özel Normlar ve Algılanan Davranışsal Kontrollerin Tekrar Ziyaret Etme Niyeti Üzerine Etkisi

Araştırma modelinin ikinci bölümünde ise, katılımcıların tutum, özel normlar ve algılanan davranışsal kontrol bağımsız değişkenlerinin tekrar ziyaret etme niyeti

üzerindeki etkileri incelenmiştir. Bu amaçla çoklu regresyon analizi uygulanmıştır. Analiz sonuçları Tablo 7’de sunulmuştur.

Tablo 7.

Araştırma Modelinin İkinci Kısımına İlişkin Çoklu Regresyon Analizi

Model	Standartlaşma		Standartlaş- tırılmış katsayı	t	p.	Doğrusallık istatistikleri		Durb- in- Wats- on
	Katsayı					Tolerans	VIF	
	B	Standart Hata						
(Constant)	5,473	,125		43,851	,000			
Tutum	,590	,080	,501	7,412	,000	,318	3,144	
algıdavrkont rol	-,156	,074	-,096	-2,090	,037	,688	1,454	
oznelnorm	,216	,091	,167	2,377	,018	,296	3,381	1,859
Bağımlı Değişken; Tekrar ziyaret etme niyeti								
R=0,599 R²=0,359 Düz. R²=0,355 F= 82,432 p=0,000								

Tablo 7’ye göre, kurulan regresyon modeli istatistiksel olarak anlamlı düzeyde olup, Modeldeki R² değerine bakıldığında bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkendeki değişimin %36’sını açıkladığı da ortaya çıkmaktadır. Bu model içinde Durbin-Watson değeri (1,859) anlamlıdır. Bu modelin yapısına katkı sağlayan bağımsız değişkenler ise “tutum”, (t=-7,412, p=0.000), “algılanan davranışsal kontrol” (t=-2,090, p=0.037) ve “özel norm” (t=-2,377, p=0.018), olarak çıkmıştır.

Araştırma modeli çerçevesinde oluşturulan hipotezler, istatistiksel yöntemlerle analiz edilmiş ve analiz sonuçları açıklanmıştır. Buna göre hipotezlerin desteklenme durumlarına ilişkin son durum aşağıdaki tabloda sunulmuştur.

Tablo 8.

Hipotezlerin Desteklenme Durumu

Hipotez	Sonuç
H₁ :Karnavallarda sunulan yiyecek ve içecek kalitesi katılımcıların tutumlarını olumlu yönde etkiler.	<i>Desteklenmiştir</i>
H₂ :Karnavalda görevli personelin davranışları, katılımcıların tutumlarını olumlu yönde etkiler.	<i>Desteklenmiştir</i>
H₃ :Karnavalda sunulan bilgilerin yeterliliği, katılımcıların tutumlarını olumlu yönde etkiler.	<i>Desteklenmiştir</i>
H₄ :Karnaval programının içeriği, katılımcıların tutumlarını olumlu yönde etkiler.	<i>Desteklenmiştir</i>
H₅ :Katılımcıların tutumu, karnavala tekrar ziyaret etme niyetlerini etkiler olumlu etkiler.	<i>Desteklenmiştir</i>
H₆ :Katılımcıların öznel normları, karnavalı tekrar ziyaret etme niyetlerini olumlu yönde etkiler.	<i>Desteklenmiştir</i>
H₇ :Katılımcıların algıladıkları davranışsal kontrol, karnavalı tekrar ziyaret etme niyetlerini olumlu yönde etkiler.	<i>Desteklenmiştir</i>

Çalışma sonuçlarına göre, önerilen yedi hipotezin hepsi desteklenmiştir.

BÖLÜM V

5. TARTIŞMA VE YORUM

5.1. Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalına İlişkin Katılımcı Değerlendirmeleri

Karnaval katılımcılarının karnaval hakkında elde ettikleri izlenimler ele alınarak yapılan değerlendirmelerde katılımcıların tutum ve tekrar ziyaret etme niyetlerinin karnavalın etkenleri arasında büyük paya sahip olduğu gözlemlenmiştir. Temel bulgu olarak yiyecek içecek, personel davranışları, festival programı gibi etkenlerin karnavalın kalitesine olan etkisi ve bu elde edilen kaliteye dayanarak festivale katılanların memnuniyet düzeylerinin belirlenmesi söz konusudur. Memnuniyet ve tutum birbiri ile paralel ilişkiler yürütmektedir. Karnaval hakkında elde edilen tutum beraberinde karnavalı tekrardan ziyaret etme niyetini getirmektedir. Bu bilgiler doğrultusunda karnavala katılanların karnavaldan memnun olmaları ve tutumları ile tekrardan ziyaret etme niyetlerinin olması yönünde yapılan araştırmada yedi hipotez belirlenmiştir. Belirlenen hipotezler ile festival memnuniyeti ve tekrar ziyaret etme niyetinin ölçülmesi istenmiştir.

Hipotez bir olarak karnavallarda sunulan yiyecek ve içecek kalitesi katılımcıların tutumlarını olumlu yönde etkiler. Yönünde ifade belirlenmiştir. Belirlenen ifade ile yiyecek ve içecek kalitesinin katılımcıların tutumunu etkilemesi faktörü incelenmiştir. Katılımcıların yiyecek ve içecek kalitesinden olumlu yönde etkilendiği bulgusuna varılmıştır.

Hipotez iki olarak karnavalda görevli personelin davranışları, katılımcıların tutumlarını olumlu yönde etkiler. İfadesi değerlendirilmiştir. Elde edilen bulgular neticesinde katılımcıların tutumunu personel davranışlarının etkilediği kanısına varılmıştır.

Hipotez üç olarak karnavalda sunulan bilgilerin yeterliliği, katılımcıların tutumlarını olumlu yönde etkiler. İfadesi incelenmiş olup karnaval içerisinde sunulan bilgilerin kapsamı ve yeterliliğinin katılımcıların tutumlarını olumlu yönde etkilediği sonucuna varılmıştır.

Hipotez dört olarak karnaval programının içeriği, katılımcıların tutumlarını olumlu yönde etkiler. İfadesine yer verilmiştir. Karnaval programının içeriğinin ne, nasıl ve hangi kapsamda olduğu ile yeterlilik düzeyinin karnaval katılımcılarının tutumlarını olumlu yönde etkilediği sonucuna varılmıştır.

Hipotez beş olarak katılımcıların tutumu, karnavala tekrar ziyaret etme niyetlerini etkiler olumlu etkiler. İfadesi kullanılmıştır. Bu ifade ile katılımcıların karnaval içerisindeki elde ettikleri tutumlarının tekrar ziyaret etme niyeti üzerindeki etkisi ele alınmak istenmiştir. Bu ifadenin bulgusal sonuçlarına göre katılımcıların tutumlarının tekrar ziyaret etme niyetini olumlu yönde etkilediği sonucuna varılmıştır.

Hipotez altı olarak katılımcıların öznel normları, karnavalı tekrar ziyaret etme niyetlerini olumlu yönde etkiler. Karnaval katılımcılarının öznel normlarının, tekrar ziyaret etme niyetini ne yönde etkilediği incelenmiş olup elde edilen bulgular sonucunda öznel normların tekrar ziyaret etme niyeti üzerinde etkisi olduğu sonucuna varılmıştır.

Son olarak hipotez yedi de katılımcıların algıladıkları davranışsal kontrol, karnavalı tekrar ziyaret etme niyetlerini olumlu yönde etkiler. İfadesine yer verilmiştir. Algılanan davranışsal kontrolün tekrar ziyaret etme niyeti üzerindeki etkisinin olumlu yönde olduğu sonucuna varılmıştır.

Öne sürülen hipotezler ve elde edilen sonuçlar değerlendirildiğinde öne sürülen hipotezlerin desteklendiği sonucuna varılmıştır. Hipotezlerin değerlendirilmesi ve sonuçlarının gösterilmesi sırası ile tablo 6, 7 ve 8'de gösterilmiştir. Araştırma kapsamında öne sürülen tüm hipotezler değerlendirilmiş ve desteklenmiştir. Öne sürülen hipotezlerin katılımcı tutumu ve tekrar ziyaret etme niyeti üzerinde etkin olduğu kanısına varılmıştır.

BÖLÜM VI

6.SONUÇ VE ÖNERİLER

6.1.Sonuç

Türkiye'nin ilk ve tek sokak karnavalı olma özelliği ile Adana ilinde her yıl Nisan ayı içinde büyük bir şölen havasında gerçekleştirilen Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı ilk kez 2013 yılında 100 bin katılımcı ile tamamlanmış olup bu sayı 2018 yılında 1,5 milyon kişi olarak kayıtlara geçmiştir. Karnavalın içeriğinde düzenlenen birçok etkinliğin yanı sıra özellikle kortej yürüyüşü için birçok kişinin kente akın ettiği ve etkinlik heyecanını paylaştığı her yıl açıklanan katılımcı rakamları ile desteklenmektedir(<http://www.nisandaadanada.com/karnaval/gecmis-seneler/2018>). Bu bağlamda, yapıldıkları şehirlere, bölgelere ve ülkelere, uluslararası katılımlı olarak fayda sağladığı bilinen etkinliklerin verimli bir şekilde yapılabilmesi için bu tür katılımcıların tekrar ziyaretlerine etik eden olumlu olumsuz deneyim ve görüşlerini ortaya çıkaran çalışmaların planlanması önem arz etmekte olup, böylelikle ileriki programların katılımcı görüşleri çerçevesinde iyileştirilmeleri ve geliştirilmeleri sağlanabilir.

2020 yıl etkinliği virüs salgını nedeniyle evdekarnaval olarak planlanmıştır. 2013-2019 yılları arasında toplam dokuz kez uluslararası ziyaretçi katılımlarıyla gerçekleşen karnavallara en az bir kez katılmış olan karnaval ziyaretçilerinin görüşlerini ortaya çıkarmak amacıyla planlanan çalışmada veriler çevrimiçi olarak önceki çalışmalardan faydalanılarak hazırlanan anket formu aracılığıyla toplanmıştır. Toplam 483 kişiden kolayda örnekleme aracılığıyla toplanan verilerden geçerli olarak kabul edilen 445 tanesi analiz edilmiştir. Normal dağılıma uygun olduğu yapılan analizler ile teyitleşen verilerin geçerlilik ve güvenilirlik analizleri sonrasında araştırma modelinde yer alan ilgili hipotezleri test edilmiştir.

Yapılan çalışmada katılımcıların karnavala ilişkin olumlu tutum geliştirmelerinde, karnavalla ilgili bilgi, program içeriği, yiyecek & içecek kalitesi ile karnavalda görevli kişilerin aynı yönde etkili olduğu bulunmuştur. Ayrıca Uluslararası Portakal Çiçeği karnavalını tekrar ziyaret etme niyetinde algılanan davranışsal kontrol, öznel normlar ve tutumun olumlu yönde etkisi olduğu belirlenmiştir. Bu bağlamda bu çalışmanın sonuçları, bu amaçla yapılan önceki çalışmaları destekler niteliktedir.

Türkiye’de festivallerle ilgili yapılan önceki çalışmalar incelendiğinde ağırlıklı çalışmaların memnuniyet, sadakat ve tekrar ziyaret etme niyetleri üzerinde etkileri inceledikleri görülmüştür. Yapılan çalışmalar arasında yer alan Tayfun ve Arslan (2013) Ankara Alışveriş Festivali katılımcıları ile yürüttüğü çalışmada, festivale gelen turistlerin memnuniyet düzeylerini araştırmışlar ve bilgi, tutum, içerik gibi etkenlerin memnuniyeti etkilediğini bulmuşlardır. Doğrul, Şahin ve Akçeken (2015) Mersin Narenciye Festivali katılımcı memnuniyetlerinin katılımcıların sadakatini olumlu etkilediğini belirlemişlerdir.

Oğuz (2018) Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı'nın ekonomik etkilerini ortaya koymak için karnaval katılımcıları ile görüşmüşlerdir. Çalışma sonucunda festivale olan katılımın artması ve yinelenmesinin ekonomik olarak etkilerinin de arttıracacağı olgusuna varılmıştır.

Festival programı değişkeni (Lee vd. 2008), festivale katılanların memnuniyet ve tatminin değerlendirilmesi amacıyla uygulanmış olup festival programının içeriği, düzeni ve çeşitliliğinin festivale katılanların memnuniyet düzeylerinin arttırdığı öngörülmektedir. Bu çalışmanın analiz sonuçlarını desteklemektedir.

Song vd. (2014)'nın tutum, öznel norm ve algılanan davranışsal kontrol değişkenlerini değerlendirdiği çalışmada festivale katılanların festivalden memnun olma eğilimlerini incelemiştir. Aynı şekilde algılanan davranışsal kontrol ve tutum da festivallere katılanların memnun olmalarını olumlu yönde etkilemektedir. Festivale katılanların bireysel ve çevresel etkenlerinin festivalden memnuniyet düzeylerini arttırdığı tespit edilmiştir. Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı için yapılan çalışmada tutum, özel norm ve algılanan davranışsal kontrolün tekrara ziyaret etme niyeti üzerinde etkin bir faktör olduğu sonucuna varılmıştır.

Lee vd. (2008), yiyecek değişkeni kendi çalışmada festivalden elde edilecek tatmin ve memnuniyeti ölçmek amacıyla uygulanmış olup festival içindeki yiyecek ve içeceklerin içerik, çeşit ve kalitesinin tatmin edici düzeyde olmasının katılımcılar üzerinde memnuniyeti arttırdığı tespit etmiştir. Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı için yiyecek faktörünün tutum üzerindeki etkisi ölçülmüş olup yiyecek ile içecek, kalitesi, içeriği ve çeşidinin tatmin edici olması katılımcıların tekrardan ziyaret etme niyetini pozitif olarak etkilediği bulgusuna varılmıştır.

Kömürcü (2013), personel değişkenini katılımcıların memnuniyetlerini değerlendirmek için incelemiştir. Personelin davranışlarının nazik olması, personel sayısının yeterliliği ve personelin festival hakkında bilgisinin yeterli olmasının

katılımcıların memnuniyet düzeylerinin artmasında etkin olduğu bulgusuna varmıştır. Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı çalışması, personel değişkeninin tutum üzerindeki etkisi ele alınmış olup personel bilgi düzeyinin yeterliliği, personel davranışlarının olumlu eğilimi ve personel sayısının yeterliliğinin katılımcıların tutumunu etkilediği ortaya koymaktadır.

Bilgi değişkeni Cannes (2012)'in çalışmasında katılımcıların festivalden tatmin olma düzeylerini ölçmek için kullanılmıştır. Bu çalışmada, festival hakkında bilgi yeterliliği, doğruluğu ve zamanlı olmasının katılımcının tatmin düzeyini olumlu yönde etkilediği kanısına varılmış olup, bu çalışma bulgularını desteklediği görülmektedir.

Düzenlenen karnaval içeriğindeki bilgi, yiyecek ve içecek, personel davranışları ile festival programı gibi etmenlerin karnaval hazırlık ön aşamasından itibaren itina ile düzenlenmeli ve karnaval süresinde belirlenen içerik doğrultusunda ilerlemesine özen gösterilmelidir. Sunulan hizmetin karnaval içerisinde yıllara ve zamana göre farklılık göstermesi muhtemeldir. Ayrıca karnaval süresince sunulan aynı hizmetin farklı kişiler üzerinde farklı beklenti ve sonuçlar doğurması da muhtemel sonuçtur. Hizmet faktörü zamana ve diğer değişkenlere göre aynı kişi üzerinde bile farklı sonuçlar doğurabilmektedir.

Her çalışmada olduğu gibi bu çalışmanın birçok kısıdı mevcuttur. En önemli kısıt portakal çiçeği karnavalının bu yıl Covid-19 salgınının hızla yayıldığı döneme denk gelmiş olması dolayısıyla katılımcılarla yüz yüze görüşmelerin yapma şansının hiç olmamış olmasıdır. Ancak veriler, araştırmacı tarafından sosyal medya araçları ve çeşitli uygulama araçları yardımı ile hızlı bir şekilde toplanmıştır. Anket formu aracılığıyla toplanan veriler kesitsel olarak toplandığı için bireylerin anketi doldururken ki görüşlerini içermektedir. İleriki çalışmalar da nitel veri analiz yöntemleri ile toplanan derinlemesine görüş ve önerilerle de bu bulgular desteklenebilir. Ayrıca, Covid-19 salgını sonrası başlayan yeni normalleşme süreci birçok etkinliği online platformlara taşımıştır. Bu bağlamda, yapılan bu yılki etkinlik her ne kadar zorunlu olarak yapılmış olsa da ileriki yıllarda bu tip etkinliklerle sıklıkla karşılaşabileceğimizi göstermektedir. Bu bağlamda dijital anlamda bu tip etkinliklerin verimli bir şekilde planlanması için de çalışmaların yapılması önerilmektedir.

6.2. Öneriler

Bundan sonra yapılacak olan çalışmalarda da yapılan bu araştırmanın kapsamı daha da genişletilerek, diğer festivallerde de uygulanabilir. Ayrıca örneklem sayısını çoğaltmak ve çeşitlendirmek amacı ile birbirine paralel katılımcılarla, benzer bir uygulama gerçekleştirilerek, birden çok festivalin katılımı ile kapsam genişletilebilir. Söz konusu çalışma farklı festivallerde direkt olarak örnek olarak ele alınıp uygulanabilir.



7. KAYNAKÇA

- Adana Gastronomi Şehri (2019). <https://www.adanagastronomi.com/tr/festivaller.html>
Erişim:02.02.2020
- Adana İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2016). <https://adana.ktb.gov.tr/TR-60704/genel-bilgiler.html> Erişim: 02.02.2020
- Adana tarihçesi (2019). <https://adana.goc.gov.tr/tarihce> Erişim:01.02.2020.
- Adana (2020). <https://tr.wikipedia.org/wiki/Adana> Erişim:02.02.2020.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behaviour.*Organization Behaviour and Human Decision Process*, 50, 179-211.
- Aksu, M. S. (1997). Dünya'daki gelişmelerin Türk turizmi üzerindeki muhtemel etkileri.*Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 8 (3-4),21-24.
- Arcodia, C. ve Whitford, M. (2007). Festival attendance and the development of social capital. *Journal of Convention and Event Tourism*. 8(2),1-18.
- Atak, O. (2009). *Türk turizminin tanıtımında festivallerin yeri ve önemi: Antalya örneği*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Bachleitner, R. ve Zins, A. H. (1999). Cultural tourism in rural communities, the residents' perspective. *Journal of Business Research*.44 (3), 199–209.
- Bahar, O. (2006). Turizm sektörünün Türkiye'nin ekonomik büyüme üzerindeki etkisi: var analizi yaklaşımı. *Celal Bayar Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi*, 2(13),137.
- Bahar, O. ve Kozak, M. (2015). *Turizm ekonomisi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Baysal, A. (2004). Dünyanın alameti harikaları: Marka kentler.*MediaCat Dergisi*, 12 (115),36-42.
- Berber, Ş. (2003). Sosyal değişime katalizörü olarak turizm ve etkileri.*Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9, 205-220
- Bilgili, B., Önder, Y. 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.
- Büyüköztürk, Ş. (2005). Anket geliştirme. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*. 2(3),133-151.
- Chhabra, D. (2001). *Heritage tourism: an analysis of perceived authenticity and economic impact of the scottish highland games in nor*.Raleigh.
- Chung, C. W. (2014). Study on relationship between visitor value, degree of satisfaction and loyalty in musical festival activity. *Journal of Service Science and Management*. 390-395.

- Congcong, T. (2014). The Study of festival tourism development of shanghai. *International Journal of Business and Social Science*. 5(4),52-58.
- Crompton, J. L. (1979). An assessment of the image of Mexico as a vacation destination and the influence of geographical location upon that image. *Journal of Travel Research*. 17(4),18-23.
- Crompton, John L ve McKay, Stacey L. (1997). Motives of visitors attending festival events. *Annals of Tourism Research*, 24(2),425-439.
- Çakır, P. (1999). Türkiye' nin turizm gelirlerinin ödemeler dengesine katkısının analizi. Anadolu Üniversitesi: Turizm ve Otellşletmeciliği Yayınları.
- Çavuş, Ş., Ege, Z. ve Çolakoğlu, O. (2009). *Türk turizm tarihi yapısal ve sektörel gelişimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Çeken, H. (2004). Küreselleşme eğilimlerinin uluslar arası turizm hareketlerine etkisi ve Türkiye. *Muğla Üniversitesi SBE Dergisi*. (12),1-11.
- Çuhadar, M. (2006). *Turizm sektöründe talep tahmini için yapay sinir ağları kullanımı ve diğer yöntemlerle karşılaştırmalı analiz (Antalya ilinin dış turizm talebinde uygulama)*. Yayınlanmamış doktora tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta
- Demir, S. (2019). *Coğrafi açıdan Türkiye'de festivaller*. Yüksek lisans tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta.
- Derrett, R. (2003). Making sense of how festivals demonstrate a community's sense of place. *Event Management*. 8, 49-58.
- Derrett, R. (2004). Festivals, events and the destination. In: I. Yeoman (ed.), *Festival and events management: An international arts and culture perspective*. Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Doğan, A. (2006). *Kentsel doku, geleneksel yerel ve kültürel özelliklerin turizm mekanına ve türüne etkileri Ayvalık örneği*. Yüksek lisan tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi, İstanbul.
- Doğanay, H. (2001). *Türkiye turizm coğrafyası* (3. Baskı). Konya: Çizgi kitabevi yayıncılık.
- Ekenyazıcı, E. (2005). *İkon yapıların turizm eğilimlerine etkileri*. Yüksek lisans tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi, İstanbul.
- Ekin, Y. (2011). *Etkinlik turizmi kapsamında festivaller ve Antalya Altın Portakal film festivali'nin yerel halk üzerindeki sosyal etkileri konulu bir araştırma*. Yayınlanmamış doktora tezi, Akdeniz Üniversitesi, Antalya.

- Ercan, İ. ve Kan, İ. (2004). Ölçeklerde güvenilirlik ve geçerlik. *Uludağ Üniversitesi Tıp Fakültesi Dergisi*, 30(3)211-216.
- Erdoğan, O. (1995). *Turizm sektörü*, İstanbul: İMKB yayını, Sektör araştırmaları serisi.
- Evliyaoğlu, S. (1989). *Genel turizm bilgileri*. Ankara.
- Fan, Y. H. (2008). *An investigation of the interrelationships among a taiwan sport tourism event image, destination image and the participant's intention to revisit*. ProQuest.
- Getz, D. (1989). Special events: defining the product. *Tourism management*, 10(2), 125-137.
- Getz, D. (1991). *Festivals, special events and tourism*. New York: Van nostrand reinhold.
- Getz, D. (2007). *Event studies: theory, research, and policy for planned events*. Oxford: Elsevier.
- Getz, D. (2008). Event tourism: definition, evolution, and research. *Tourism Management*. 1(29), 403-428.
- Gibson, H. J., Willming, C. ve Holdnak, A. (2003). Small-scale event sport tourism: Fans as tourists. *Tourism Management*, 24(2), 181-190.
- Gönençer, A. (2009). *1990 Yılından sonra Berlin'de kentsel bağlamda yapılan turizm geliştirme stratejilerinin irdelenmesi*. Yüksek lisans tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi, İstanbul.
- Gül, E., Erdem, B. ve Gül, M. (2013). Yerel festivallerin etkinliğine bağlı ziyaretçi kazanımları. *Süleyman Demirel Üniversitesi İ.İ.B.F Dergisi*. 18(2), 213-239.
- Hacıoğlu, N. ve Avcıkurt, C., (2008), *Turistik ürün çeşitlendirmesi*. Ankara: Nobel yayın dağıtım.
- Hürriyet haber (2016). Adana'da portakal çiçeği karnavalı iptal edildi!. <http://www.hurriyet.com.tr/4-uluslararası-portakal-cicegikarnavali-programi-iptal-edildi-40072717>. Erişim: 03.02.2020
- İçöz, O. ve Kozak, M. (2002). *Turizm ekonomisi*, Ankara: Turhan kitabevi.
- Janiskee, R. (1980). South carolina's harvest festivals: rural delights for day tripping urbanites. *Journal of Cultural Geography*. 1(1), 96-104.
- Kalaycı Ş. (2006). *SPSS uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri*. Ankara: Asil yayınları.
- Kapluhan, E. (2014). Türkiye'de turizme bağlı kentleşmelere farklı bir örnek: Milas (Muğla). *Uluslararası Avrasya Sosyal Bilimler Dergisi*. 5(15), 120-141.

- Karagöz, D. (2006). *Etkinlik turizmi ve etkinlik turizmi bağlamında yabancı ziyaretçi harcamalarının ekonomiye etkisi: formula 1 2005 Türkiye grand prix örneği*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- Karasar, N. (2014). *Bilimsel araştırma yöntemi*. Ankara: Nobel yayın.
- Kline, R. B. (2005). *Principles and practice of structural equation modeling*. New York: Guilford press.
- Konuk, F. A. (2008). *Pazarlamada algılanan değer kavramı ve ölçümü*. Yayınlanmamış doktora Tezi, Sakarya.
- Kozak, N., Kozak, M.A. ve Kozak, M. (2017). *Genel turizm ilkeler-kavramlar*. Ankara: Detay yayıncılık.
- Kozak, N. (2010). *Genel turizm, ilkeler ve kavramlar*. Ankara: Detay yayıncılık.
- Kozorog, M. (2011). Festival tourism and production of locality in a small slovenian town. *Journal of Tourism and Cultural Change*. 298-319.
- Kömürcü, G. B. (2013). *Etkinlik turizmi çeşidi olarak festivaller: Bozcaada yerel tatlar festivali örneği*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Onsekiz Mart Üniversitesi, Çanakkale
- Kültür ve turizm bakanlığı 2013 bütçesinin dağılımı (2013). https://www.academia.edu/9704866/K%C3%BCl%C3%BCr_ve_Turizm_Bakanl%C4%B1%C4%9F%C4%B1_2013_B%C3%BCt%C3%A7esinin_Da%C4%9F%C4%B1%C4%B1m%C4%B1 Erişim:02.02.2020
- Litvin, S. W. ve Fetter, E. (2006). Can a festival be too successful? a review of spoletto USA. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 18(1),41-49.
- Llosa, S., Chandon, J. L. ve Orsingher, C. (1998). An empirical study of SERVQUAL's dimensionality. *The Services Industries Journal*. 18(2), 16-44.
- Mehta, S. C. ve Durvasula, S. (1998). Relationships between SERVQUAL dimensions and organizational performance in the case of a business-to-business service. *Journal of business and industrial marketing*, 13(1), 40-53.
- Nakip, M. (2003). *Pazarlama araştırmaları teknikler ve (spss destekli) uygulamalar*. Ankara: Seçkin yayıncılık.
- Nisanda Adana (2020). <http://www.nisandaadanada.com/karnaval/gecmis-seneler/2018> Erişim: 02.02.2020.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory*. New York: Mcgraw-hill.

- Oklobdžija, S. (2015). The role of events in tourism development. *Biz InfoJournal Year.6(2)*,83-97.
- Olalı, H. (1983). *Dış tanıtım ve turizm*. Ankara: Türkiye iş bankası kültür yayını.
- Oliver, R. (1997), *Satisfaction: a behavioral perspective of the consumer*. New York: Mcgraw-hill.
- Önal Y. B., Özmen D. M., Karadeniz E. ve Kandir S. Y., (2008). Türk turizm sektöründe büyüme göstergelerinin turizm işletmelerinin finansal performansına etkisinin incelenmesi.*Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 10*, 311-238.
- Özdamar, K. (2011).*Paket programları ile istatistiksel veri analizi (çok değişkenli analizler)*.Eskişehir: Kaan kitabevi.
- Özer, İ. (2004).*Kentleşme kentlileşme ve kentsel değişme*. Bursa: Ekin kitabevi.
- Özgüç, N. (1998). *Turizm coğrafyası özellikler bölgeler*. İstanbul: Çantay kitabevi.
- Öztaş, K. ve Karabulut, T. (2006). *Turizm ekonomisi genel turizm bilgileri*. Ankara: Nobel yayın dağıtım.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. ve Berry, L. L. (1991). Refinement and Reassessment of the SERVQUAL Scale.*Journal of Retailing, 67(4)*, 420-450.
- Pavlukovic, V., Armenski, T., veAlcantara-Pilar, J. M. (2017). Social impacts of music festivals: does culture impact locals' attitude toward events in serbia and hungary?*Tourism Management. 42-53*.
- Pookaiyaudom, G. (2015). Relationship between community pride and participation needs in sustainable tourism development of fishing village: a case study of samut sakhon province, thailand. *WIT Transactions on Ecology and The Environment. 192*, 343-354.
- Quinn, B. (2009). Festivals, events and tourism. https://www.researchgate.net/publication/254583774_Festivals_events_and_tourism Erişim: 31.01.2020.
- Quinn, Bernadette, (2005). Sanat festivalleri ve şehir, journals Sagepub 5(6), 927-943.
- Rao, V. (2001). Celebrations As Investments: festival expenditures, unit price variation and social status in rural india. *Journal of Development Studies. 38(1)*, 71 97.
- Rutherford, L. G. ve Davaney, S. A. (2009).*Utilizing the theory of planned behavior to understand convenience use of credit cards*, Finansial counseiling and planning.

- Saçlı, Ç. ve Ersöz, B. (2019). Festival katılımcılarının destinasyon imajı algılarını oluşturan faktörlerin belirlenmesi: Adana şalgam ve kebab festivali örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*. 7(1),185-204.
- Sdnali, D. ve Chazapi, K. (2007). Cultural tourism in greek insular community: the residents perspective. *tourismos: an international multi-disciplinary. Journal of Tourism*.2(2), 61-78.
- Sert, A. N. (2013). *Kırsal turizm bölgelerinde festivallerin yerel halk üzerindeki sosyal etkileri: Beypazarı festivaline yönelik bir araştırma*. Yüksek lisans tezi, Eskişehir.
- Sharpley, R. ve Stone, P. (2011). *Socio-cultural impacts of events: meanings, authorized transgression, and social capital*. In S.Page ve J.Connell (Eds) *The routledge handbook of events*, London: routledge.
- Srikanth, P. ve Ram, M. R. (2013). Economic impact of festivals: evidence from diwali effect on indian stock market. *International Refereed Research Journal*. 2(1),27-37.
- Şengül, S. ve Genç, K. (2016). Festival turizmi kapsamında yöresel mutfak kültürünün destekleyici ürün olarak kullanılması: Mudurnu ipekyolu kültür sanat ve turizm festivali örneği. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 23, 79-89.
- T.C. Kalkınma Bakanlığı. (2013). *Onuncu Kalkınma Planı*.
- Tataroğlu, M. (2006). Modernization of law enforcement: tourism gendarmerie structuring in case of Muğla. *Muğla University İ.İ.B.F. Department of Public Administration*. 16(2),65-99.
- Tataroğlu, M. (2009). Structuring in case of Muğla. *Muğla University, İ.İ.B.F. Department of Public Administration*,16(2), 73-93.
- Tavşancıl, E. (2002). *Tutumların ölçülmesi ve SPSS ile veri analizi*. Ankara: Nobel yayıncılık.
- TC Kültür ve Turizm Bakanlığı Ankara (2007). *Türkiye turizm stratejisi 2020*.
- TC Kültür ve Turizm Bakanlığı (2016). *Turizm sektöründe işverenlerin ve çalışanların uyum yeteneklerinin artırılması projesi (TUYUP): Turizm işletme belgeli konaklama ve yeme içme tesisleri işgücü analizi*.
- TC Kültür ve Turizm Bakanlığı (2018). *On birinci kalkınma planı (2019-2023), özel ihtisas komisyonu raporu*. Ankara.

- Tekeli, İ. (1998). *Türkiye’de Cumhuriyet döneminde kentsel gelişme ve kent planlaması*. 75 yılda değişen kent ve uygarlık, İstanbul: Türkiye iş bankası kültür yayınları.
- Tiyye, M., & Dimmock, K. (2000). Nimbin mardi grass festival: the impacts. *Events Beyond 2000: Setting the Agenda*.
- Tolle, C. M. (2014). The Economic Impacts Of Annual Community Festivals:A Case Of The Sturgis Falls Celebration, Yüksek lisans tezi, University of NorthernIowhttps://scholarworks.uni.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1224&context=etd Erişim: 06.02.2020.
- Toskay, T. (1983). *Turizm (turizm olayına genel yaklaşım)*. İstanbul: DER yayınları.
- Turizmin sesi (2016). <http://www.turizminsesi.com/haber/adanaportakal-cicegikarnavali-15573.htm>, Erişim Tarihi 06.02.2020.
- Türk Dil Kurumu (TDK) (2019). Festival.<http://tdk.terim.gov.tr> Erişim: 25.02.2020.
- Türk Dil Kurumu (TDK). (2017). Festival. güncel Türkçe sözlük. http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5524cca29b4de4.2506407 Erişim: 27.01.2020.
- Türk dil kurumu, http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5966a72f816956.21989525/, Erişim: 31.01.202
- Usta, Ö. (2009). *Turizm (genel ve yapısal yaklaşım)*. Ankara: Detay yayıncılık.
- Üst Can, Ç. ve Can, M. (2017). Kültürel miras alanındaki kültür festivallerinin turizme etkisi: Güzelyurt Türk-Yunan dostluk, kültür ve turizm festivali örneği. *Kesit akademi dergisi*, 3(9),405-412.
- VIII. lisansüstü turizm öğrencileri araştırma kongresi, (2016). *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*. Ankara.
- Wang, Y. (2009). *The impact of festivals and events on cityimage: a case analysisof ningbo international fashion festival*. Yüksek lisans tezi. Erasmus university. Rotterdam.
- Wikipedia (2016). Portakalçiçeği karnavalı. https://tr.wikipedia.org/wiki/Portakal_%C3%87i%C3%A7e%C4%9Fi_Karnaval_%C4%B1. Erişim Tarihi 06.02.2020
- Yapar Saçık, S., Akar, G. ve Gülmez, Z. (2019). Turizm gelirlerinin cari işlemler dengesi üzerindeki etkisi: Türkiye örneği.*Selçuk ün. sos. bil. ens. der.* (42), 303-316

- Yeoman, I., Robertson, M., Ali-Knight, J., Drummond, S. ve McMahon- Beattie, U. (2012). *Festival and events management*. Routledge.
- Yılmaz, Ö. D. (2007). *Dünyada ve Türkiye' de turizmin tarihsel gelişimi, turizmde temel kavramlar ve ilkeler*. Ankara: Turhan kitabevi.
- Yolal, M. (2009). An examination off festival motivation and perceived benefits relationship: Eskişehir international festival. *Journal of Convention and Event Tourism*.10(4),276–291.
- Yüksel, Ü. ve Yüksel Mermud, A. (2005).*Marka yönetimi ve marka değerinin ölçülmesi*. İstanbul: Beta basım.



8. EKLER

8.1. Etik Kurul Onay Formu

T.C
ÇAĞ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

HANGİ AŞAMADA OLDUĞU (DERS / TEZ)	TEZ
İSTEKDE BULUNDUĞU DÖNEME AİT DÖNEMLİK KAYDININ YAPILIP-YAPILMADIĞI	2019 / 2020 - Güz Dönemi Kaydını Yeniledim.
ARAŞTIRMA/ANKET/ÇALIŞMA TALEBİ İLE İLGİLİ BİLGİLER	
TEZİN KONUSU	Katılımcıların Tekrar Ziyaret Etme Niyetlerine Etki Eden Faktörlerin Belirlenmesi: Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı Örnekleme
TEZİN AMACI	Adana'da gerçekleştirmiş olan Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalına katılan kişilerin tekrar ziyaret etmelerine ilişkin faktörleri belirlemek amaçlanmıştır.
TEZİN TÜRKÇE ÖZETİ	Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı örnek alınarak festivalin kentler üzerindeki etkisi anlaşılmıştır. Festivallerin kentin tanıtımı ve kente olan ekonomik, kültürel vb katkıları da söz konusudur. Kentlerde düzenlenen festival katılımcılarının tekrar ziyaret etme niyetlerine etki eden faktörler belirlenmiştir.
ARAŞTIRMA YAPILACAK OLAN SEKTÖRLER/ KURUMLARIN ADLARI	Anket uygulamasında gönüllülük esasına göre uygunluk alınmıştır.
İZİN ALINACAK OLAN KURUMA AİT BİLGİLER (KURUMUN ADI-ŞUBESİ/	

MÜDÜRLÜĞÜ - İLİ - İLÇESİ)	
YAPILMAK İSTENEN ÇALIŞMANIN İZİN ALINMAK İSTENEN KURUMUN HANGİ İLÇELERİNE/ HANGİ KURUMUNA/ HANGİ BÖLÜMÜNDE/ HANGİ ALANINA/ HANGİ KONULARDA/ HANGİ GRUBA/ KİMLERE/ NE UYGULANACAĞI GİBİ AYRINTILI BİLGİLER	YOK
UYGULANACAK OLAN ÇALIŞMAYA AİT ANKETLERİN/ ÖLÇEKLERİN BAŞLIKLARI/ HANGİ ANKETLERİN - ÖLÇELERİN UYGULANACAĞI	YOK
EKLER (ANKETLER, ÖLÇEKLER, FORMLAR, V.B. GİBİ EVRAKLARIN İSİMLERİYLE BİRLİKTE KAÇ ADET/SAYFA OLDUKLARINA AİT BİLGİLER İLE AYRINTILI YAZILACAKTIR)	<p>1) (.....) Sayfa Ölçeği.</p> <p>2) (...2.....) Sayfa Anketi.</p> <p>3) (.....) Sayfa Formları.</p> <p>4) (.....) Sayfa</p>

ÖĞRENCİNİN ADI - SOYADI: İlnur Selin TETİK		ÖĞRENCİNİN İMZASI: Enstitü Müdürlüğünde evrak aslı imzalıdır		
		TARİH: 20/ 08/ 2020		
TEZ/ ARAŞTIRMA/ANKET/ÇALIŞMA TALEBİ İLE İLGİLİ DEĞERLENDİRME SONUCU				
1. Seçilen konu Bilim ve İş Dünyasına katkı sağlayabilecektir.				
2. Anılan konu İşletme faaliyet alanı içerisine girmektedir.				
1.TEZ DANIŞMANININ ONAYI	2.TEZ DANIŞMANININ ONAYI (VARSA)	SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRÜNÜN ONAYI	A.B.D. BAŞKANININ ONAYI	
Adı - Soyadı: Eda Yaşa ÖZELTÜRKAY	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı: Murat KOÇ	Adı - Soyadı: Ünal AY	
Unvanı : Doç.Dr.	Unvanı:	Unvanı:Doç. Dr.	Unvanı: Prof. Dr.	
İmzası : Enstitü müdürlüğünde evrak aslı imzalıdır.	İmzası:	İmzası:Evrak onayı e-posta ile alınmıştır.	İmzası:Enstitü müdürlüğünde evrak aslı imzalıdır.	
20.08.2020 / / 20....	20.08.2020	20.08.2020	
ETİK KURULU ASIL ÜYELERİNE AİT BİLGİLER				
Adı - Soyadı: Mustafa BAŞARAN	Adı - Soyadı: Yücel ERTEKİN	Adı - Soyadı: Deniz Aynur GÜLER	Adı - Soyadı: Ali Engin OBA	Adı - Soyadı: Mustafa Tevfik ODMAN
Unvanı : Prof. Dr.	Unvanı : Prof. Dr.	Unvanı: Prof. Dr.	Unvanı : Prof. Dr	Unvanı: Prof. Dr.
İmzası : Evrak onayı eposta ile alınmıştır.	İmzası: Evrak onayı eposta ile alınmıştır.	İmzası : Evrak onayı eposta ile alınmıştır.	İmzası :	İmzası : Evrak onayı eposta ile alınmıştır.
13.05.2020	13.05.2020	13.05.2020 / / 20....	13.05.2020
Etik Kurulu Jüri Başkanı - Asıl Üye	Etik Kurulu Jüri Asıl Üyesi	Etik Kurulu Jüri Asıl Üyesi	Etik Kurulu Jüri Asıl Üyesi	Etik Kurulu Jüri Asıl Üyesi
OY BİRLİĞİ İLE	<input type="radio"/>	Çalışma yapılacak olan tez için uygulayacak olduğu Anketleri/Formları/Ölçekleri Çağ Üniversitesi Etik Kurulu Asıl Jüri Üyelerince İncelenmiş olup, 13 / 05/ 2020 - 23 / 05/ 2020 tarihleri arasında uygulanmak üzere gerekli iznin verilmesi taraflarımızca uygundur.		
OY ÇOKLUĞU İLE	<input checked="" type="radio"/>			
AÇIKLAMA: BU FORM ÖĞRENCİLER TARAFINDAN HAZIRLANDIKTAN SONRA ENSTİTÜ MÜDÜRÜNE ONAYLATILARAK ENSTİTÜ SEKRETERLİĞİNE TESLİM EDİLECEKTİR. AYRICA YAZININ PUNTOSU İSE 12 (ON İKİ) PUNTO OLACAK ŞEKİLDE YAZILARAK ÇIKTI ALINACAKTIR.				

8.2. Anket Formu

ANKET FORMU

Sayın katılımcı,

Değerli katılımcılar, bu anket “**Katılımcıların Tekrar Ziyaret Etme Niyetlerine Etki Eden Faktörlerin Belirlenmesi: Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı Örnekleme**” ortaya koymak için oluşturulmuştur. Verdiğiniz cevaplar sadece bilimsel araştırma için kullanılacak olup, 3. şahıslarla kesinlikle paylaşılmayacaktır. Vereceğiniz cevapların doğruluğu araştırmamızın tutarlılığı ve geçerliliğini olumlu yönde etkileyecektir. Zaman ayırıp ankete katıldığınız için teşekkür ederiz.

Öğrenci

İlknur Selin TETİK

Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

İşletme Yüksek Lisans Programı

ilknurtetik01@gmail.com

Danışman

Dr. Eda YAŞA ÖZELTÜRKAY

Çağ Üniversitesi

İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

edayasa@cag.edu.tr

Katılımcıya Ait Genel Özellikler**1. Cinsiyetiniz**

- Kadın
 Erkek

6. İkamet ettiğiniz şehir?

- Adana
 Mersin
 Diğer

2. Yaşınız

- 1995 ve Üzeri
 1981-1994
 65 ve üstü
 1965-1980
 1946-1964
 1945 ve Üzeri

7. Daha Önce Festivale Katıldınız Mı?

- Evde Karnaval 2020
 2019
 2018
 2017
 2016
 2015
 2014
 2013
 Hiç Katılmadım

3. Medeni durumunuz

- Evli
 Bekar

4. Mesleğiniz

- Serbest Meslek
 Devlet Memuru
 Öğrenci
 İşçi
 Çalışmıyor
 Ev Hanımı
 Emekli
 Diğer (.....)

5. Öğrenim Durumunuz

- İlkokul/Ortaokul
 Ortaokul
 Lise
 MYO/Üniversite
 Lisansüstü(Master/Doktora)

Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı hakkındaki izlenimlerinizi aşağıdaki formda uygun olarak seçerek belirtiniz.

Size uygun düşüncenin karşılığı olan kutucuğu (X) işaretleyin	Tamamen	Katılıyorum	Ne Katılıyorum	Katılmıyorum	Tamamen
İfadeler	5	4	3	2	1
Karnaval alanındaki bilgiler yeterli.	5	4	3	2	1
Karnaval yönlendirme işaretleri açık ve anlaşılırdı.	5	4	3	2	1
Hazırlanan broşürler iyi kalitede idi.	5	4	3	2	1
Personel kibar ve destekleyiciydi.	5	4	3	2	1
Personel isteklere hızlı yanıt vermekteydi.	5	4	3	2	1
Personel karnaval hakkında iyi bilgiye sahipti.	5	4	3	2	1
Karnavalda çalışan rehber ve personel sayısı yeterliydi.	5	4	3	2	1
Personel yardımcı olmak için istekliydi.	5	4	3	2	1
Personeller nazikti.	5	4	3	2	1
Bu karnaval kaliteli yerel ürünler sunmaktadır.	5	4	3	2	1
Bu karnavalda satılan yiyecek/içeceklerin fiyatları makuldü.	5	4	3	2	1
Bu karnavalda satılan yerel yiyecek ve içecekler yeterli idi.	5	4	3	2	1
Bu karnavalda satılan yiyecek/içecekler çok çeşitli idi.	5	4	3	2	1
Karnaval programının içerik performansı iyiydi.	5	4	3	2	1
Karnaval programının içeriği deneyimlere dayalıydı.	5	4	3	2	1
Karnaval programının içeriği ilgi çekiciydi.	5	4	3	2	1
Karnaval programın içeriği iyi tasarlanmıştı.	5	4	3	2	1
Karnaval içeriğinde yer alan programlar karnaval ile	5	4	3	2	1
Karnaval programında yer alan aktiviteler çeşitliydi.	5	4	3	2	1
Programın içeriği iyi yorumlanmıştı.	5	4	3	2	1
Programın içeriği iyi tasarlanmış ve yürütülmüştür.	5	4	3	2	1
Karnavalın gösterileri iyiydi.	5	4	3	2	1
Program içeriğinde yer alan artistik danslar iyiydi.	5	4	3	2	1
Bu karnavalı ziyaret etmek tamamen benim kontrolümdedir.	5	4	3	2	1
Bu karnavalı ziyaret edebilecek yetenekteyim.	5	4	3	2	1
Bu karnavalı ziyaret etmek için yeterli kaynağım (para gibi)	5	4	3	2	1

Bu karnavalı ziyaret etmek için yeterli zamanım vardır.	5	4	3	2	1
Benim için önemli olan insanlar bu karnavalı ziyaret etmemi	5	4	3	2	1
Benim için önemli olan insanlar bu karnavalı ziyaret etme	5	4	3	2	1
Benim için önemli olan insanlar bu karnavalı ziyaret etmemin	5	4	3	2	1
Fikirlerine değer verdiğim insanlar bu karnavalı ziyaret	5	4	3	2	1
Bu karnavalı ziyaret etmek iyi bir iştir.	5	4	3	2	1
Bu karnavalı ziyaret etmek benim için değerlidir.	5	4	3	2	1
Bu karnavalı ziyaret etmek benim için faydalıdır.	5	4	3	2	1
Bu karnavalı ziyaret etmek benim için gereklidir.	5	4	3	2	1
Bu karnavalı tekrar ziyaret etme niyetim					
Muhtemeldir	Mümkündür		Kesindir		
Muhtemel Değil	Mümkün Değil		Kesin Değil		



8.3. Doç. Dr. Murat KOÇ Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü

Onayı

📶 vodafone TR 📶 13:01 📶 %60 🔋

< Gelen ^ v

Bu ileti yüklenmemiş görüntüler içeriyor.
[Tüm Görüntüleri Yükle](#)

 **muratkoc@cag.edu.tr** 17.06.2020
 Kime: aycan kol ve 17 kişi daha... > 

Ynt: İlknur Tetik Etik Kurul İzni Hakkında


Uygundur


17.06.2020, 08:39, "aycan kol"
 <aycankol@cag.edu.tr>:
 Sn. Öğretim Üyelerimiz;





İşletme yönetimi ylp.'da kayıtlı İlknur Tetik (0534 578 23 40)'e ait tez etik formu ve anketi onaylarınızın alınması için Eklerde bilgilerinize sunulmuştur.

Aycan KOL
 Sosyal Bilimler Enstitüsü Sekreteri
aycankol@cag.edu.tr
sobe@cag.edu.tr

Çağ Üniversitesi Yaşar Bayboğan Kampüsü
 Adana-Mersin Karayolu üzeri 33800 Yenice/MERSİN
 Dahili: 2005 - 1237 - 1304
 Fax : 0324 651 48 11

444 1 
www.cag.edu.tr

 **ÇAĞ ÜNİVERSİTESİ** 22. yıl
 ÇAG UNIVERSITY

8.4. Prof. Dr. Mustafa BAŞARAN Tez Etik Kurul Başkanı Onayı

📶 vodafone TR 📶 13:02 📶 %59 🔋

< Gelen ^ v

Bu ileti yüklenmemiş görüntüler içeriyor.
[Tüm Görüntüleri Yükle](#)

 **basaran@cag.edu.tr** 2.06.2020
Kime: İlknur Tetik >

Ynt: İlknur Tetik Etik Kurul İzni Hakkında

Tezle ilgili anket uygulamasında etik açıdan herhangi bir sakınca yoktur.
Prof. Dr. Mustafa Başaran

01.06.2020, 23:25, "İlknur Tetik"
<ilknurtetik01@gmail.com>:
Kıymetli Hocalarım,

Mail kirliliği yaratmamak ve hızlı aksiyon alabilmek adına;
Ekte size Etik Kurul İzni ile ilgili formumu ve anketimi iletiyorum. Onaylarınıza ihtiyacım var.

Sağlıklı günlere..
Saygılarımla,

İlknur Tetik
0534 578 23 40

8.5. Prof. Dr. Yücel ERTEKİN Tez Etik Kurul Onayı

vodafone TR 13:02 %59

< Gelen

ÇH Çağ Üniversitesi Hukuk Fak... 16.06.2020
Kime: senaydemir@cag... ve 1 kişi daha >

RE: İlknur Tetik Etik Kurul İzni Hakkında

Belgelerde etik açıdan bir sorun yoktur.
Prof. Dr. Yücel ERTEKİN
Hukuk Fakültesi Dekanı

 **ÇAĞ ÜNİVERSİTESİ** 23.
ÇAĞ UNIVERSITY yıl

From: İlknur Tetik [<mailto:ilknurtetik01@gmail.com>]
Sent: Tuesday, June 16, 2020 9:09 PM
To: muratkoc@cag.edu.tr; unalay@cag.edu.tr;
senolkandemir@cag.edu.tr
Cc: eda yaşa
Subject: Fwd: İlknur Tetik Etik Kurul İzni Hakkında

Kıymetli Hocalarım,




Ekte size Etik Kurul İzni ile ilgili formumu ve anketimi iletiyorum.Onaylarınıza ihtiyacım var.



Sağlıklı günlere..
Saygılarımla,

İlknur Tetik
0534 578 23 40



   


8.6. Prof. Dr. Deniz GÜLER Tez Etik Kurul Onayı




13:03


%59


[< Gelen](#)



adguler26@gmail.com
 Kime: İlknur Tetik >

2.06.2020

Ynt: İlknur Tetik Etik Kurul İzni Hakkında

*YÜKSEK LİSANS ÖĞRENCİSİ İLKNUR TETİK'İN
 TEZ ETİK KURUL İLE TEZ ANKET İZİNİ
 TARAFIMCA UYGUNDUR.*





Prof. Dr. Deniz A. GÜLER
 FEF Dekanı

Windows 10 için [Posta](#) ile gönderildi

Kimden: [İlknur Tetik](#)
Gönderilme: 1 Haziran 2020 Pazartesi 23:25
Kime: yucelertekin@cag.edu.tr; adguler@cag.edu.tr;
basaran@cag.edu.tr; alienginoba@cag.edu.tr;
mustafatevfikodman@cag.edu.tr
Bilgi: [eda yaşa](#)
Konu: İlknur Tetik Etik Kurul İzni Hakkında

Kıymetli Hocalarım,

Mail kirliliği yaratmamak ve hızlı aksiyon alabilmek adına;
 Ekte size Etik Kurul İzni ile ilgili formumu ve anketimi iletiyorum. Onaylarınıza ihtiyacım var.

8.7. Prof. Dr. Mustafa Tevfik ODMAN Tez Etik Kurul Onayı



aycan kol

17.06.2020

Kime: ilknur tetik Bilgi: SENAY DEMİR >

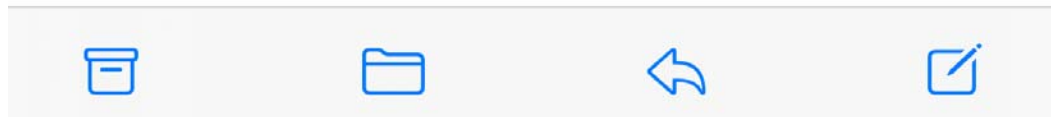
FW:

Sn. ilknur hanım

5 etik üyenin en az 3 ünden onay alınmışsa ve 3 içinde mustafa başaran (bşk. Olarak alınmışsa) da 3 etik üyesi oluru yeterlidir. Bilginize.

From: mustafa tevfik Odman
[mailto:mustafatevfikodman@gmail.com]
Sent: Wednesday, June 17, 2020 4:51 PM
To: AYCAN KOL
Subject:

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE
“İlknur Tetik’ in tez etik kurul formu ve anketlerinde
herhangi bir olumsuzluk bulunmamakla birlikte
anketlerin uygulanması tarafımca uygundur”
Arz ederim



9. ÖZGEÇMİŞ

KİŞİSEL BİLGİLER

Ad Soyad	İlknur Selin TETİK
Doğum Yeri	Seyhan - ADANA
Doğum Tarihi	1 Ocak 1994
E-mail	ilknurtetik01@gmail.com

EĞİTİM BİLGİLERİ

2018-2020	Çağ Üniversitesi Yüksek Lisans (Tezli) İşletme Yönetimi Burslu
2013-2018	Çağ Üniversitesi Lisans, Uluslar arası İşletme (İngilizce) Burslu

SEMİNER VE KURSLAR

Kurum Adı	Seminer /Kurs Adı	Şehir	Tarihi
JCI Türkiye	Resmi Eğitimleri	Adana	2019
Çağ Üniversitesi	Kosgeb Eğitim Sertifikası	Mersin	2018
Mamger Dil	1 yıl İngilizce Eğitim	Adana	2017
Okulları			
Yaşam Artı	Kişisel Gelişim Zirvesi (4 Adet)	Adana	2017 Ekim
Çağ Üniversitesi	Ekonomiye Yön Verenler Zirvesi	Mersin	2016 Nisan
Genç Yatırımcılar Kulübü	Bölgemizde Sıfırdan Zirveye	Mersin	2015 Mart
SÜREKDER	ISO Certificate Of Education (13 Adet)	Konya	2014