

# TÜRKİYE'DE YEREL ETKİNLİKLER: TURİSTİK AMAÇLI KULLANIMI ÜZERİNE BİR DURUM DEĞERLENDİRMESİ

**Prof. Dr. Meryem Akoğlan Kozak**

Anadolu Üniversitesi  
Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu-Eskişehir  
Tel: 0-222-335 05 80/5964  
e-posta: mkozak@anadolu.edu.tr

**Yrd. Doç. Dr. İsmail Kızılırmak**

Karadeniz Teknik Üniversitesi  
Turizm ve Otelcilik Meslek Yüksek Okulu-Trabzon  
Tel: 0-462-377 49 60  
e-posta: ikizilirmak@yahoo.com

## ÖZET

Ülkelerin ve yörelerin tanıtımında ve sunumunda yerel etkinliklerin, alternatif turistik ürün olarak değerlendirilmesi her geçen önemli hale gelmektedir. Günümüzde, Türkiye'de, kültürel yapıyı temsil eden yerel etkinliklerin sayısı 1188'e ulaşmıştır. Söz konusu bu etkinliklerin, Türkiye'de turistik ürün olarak ne ölçüde değerlendirildiğinin belirlenmesi amacıyla yürütölen bu çalışmada, birinci aşamada, veri toplama yöntemi olarak ikincil verilerin değerlendirilmesi yoluna gidilmiştir. Kültür ve Turizm İl Müdürlerinin festivallerle ilgili görüşlerinin toplandığı ikinci aşamada ise, anket soru formlarından yararlanılmıştır. Araştırma sonucunda; İl Müdürlerinin, 483 etkinliği turistik amaçlarla yapılabilir bulurken; 136 adet yerel etkinliği turistik amaçlara uygun bulmamışlardır. Turistik amaçlı yürütölebilecek bu etkinliklerin 274'ünün iç turizm amaçlı; 196 etkinliğin hem iç hem de dış turizm amaçlı; 13 etkinliğin ise sadece dış turizm amaçlı değerlendirilebileceğine yönelik bulgulara ulaşmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Turistik ürün, festivaller, etkinlikler, il müdürleri, ikincil veriler

---

## LOCAL EVENTS IN TURKEY: AN EVALUATION ON USING THEM FOR TOURISM PURPOSES

### Abstract

As alternative tourism products, special events are getting more and more important in promoting and presentations of destinations day by day. Today, the number of such events reflecting cultural structure in Turkey has reached to 1188. In this study, it is aimed to determine the level of valuating these events as tourism products in Turkey. In the first stage, the secondary data were collected and evaluated. In the second stage, Culture and Tourism Governors of the Municipalities were asked to express their ideas about using these events as tourism products. In this stage, a questionnaire was employed. In the analysis, 483 Governors stated; that these events can be used as tourism products while 136 of them did not want to adopt these local events to attract tourists. Also, the study revealed that 274 events are suitable for domestic tourism, 196 events for both domestic and international tourism and only 13 of them for international tourism.

**Key Words:** Touristic product, festivals, events, city governors, secondary data.

**Meryem AKOĞLAN KOZAK**

Yazar, Anadolu Üniversitesi, Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu'nda öğretim üyesi olarak görev yapmaktadır.

**Lisans:** Ege Üniversitesi Aydın Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu,

**Yüksek Lisans:** Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ABD,

**Doktora:** Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Eğitimi ABD.

**İsmail KIZILIRMAK**

Yazar, Karadeniz Teknik Üniversitesi, Trabzon Meslek Yüksekokulu'nda öğretim üyesi olarak görev yapmaktadır.

**Lisans:** Çukurova Üniversitesi, Mersin Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu,

**Yüksek Lisans:** İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ABD,

**Doktora:** İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ABD.