

Etkinlik turizmi kapsamında Adana ilinde gerçekleştirilen Lezzet Festivali ile Portakal Çiçeği Karnavalı'nın SWOT analizi ile değerlendirilmesi

Evaluation of the taste of Adana Festival and Orange Blossom Carnival held in Adana province within the scope of event tourism through SWOT analysis

Gözde Hatice Güneş¹, Metin Sürme²

¹Yüksek Lisans Öğrencisi, Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Gaziantep/Türkiye, e-mail: ghceylan@hotmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0009-0009-0221-0806>

²Doç. Dr., Gaziantep Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gaziantep/Türkiye, e-mail: surmemetin@gmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9810-7073>

Makale Bilgisi

Öz

Araştırma Makalesi

Gönderilme: 27 Haziran 2024
Düzeltilme 1: 03 Eylül 2024
Düzeltilme 2: 23 Ekim 2024
Düzeltilme 3: 15 Kasım 2024
Kabul: 23 Kasım 2024

Anahtar kelimeler:

Etkinlik Turizmi,
Lezzet Festivali,
Portakal Çiçeği
Karnavalı

Gerçekleştirilen bu çalışmada Adana'da gerçekleştirilen Portakal Çiçeği Karnavalı ile Lezzet Festivali etkinliklerinin SWOT analizi ile değerlendirilmiştir. Bu amacı gerçekleştirebilmek için 13-21 Nisan 2024 tarihlerinde, Portakal Çiçeği Karnavalı'na katılan, aynı zamanda geçmiş yıllarda Lezzet Festivali'ne katılım sağlamış, 20 katılımcı ile görüşme yapılmıştır. Araştırma sonucunda, Portakal Çiçeği Karnavalı'nın güçlü yönleri olarak karnavalın şehir merkezinde olması, konserler ve etkinlik çeşitliliği, zayıf yönler olarak; trafik, kalabalık ve gürültü sorunları ilk sıralarda yer almıştır. Bununla beraber Lezzet Festivali'nin güçlü yönleri arasında, gastronomik çeşitlilik, ünlü isimlerin katıldığı organizasyonlar ve geniş bir alana sahip festival alanı yer alırken; zayıf yönleri arasında, kalabalık, trafik sorunu ve yoğun duman altı olması ortaya konmuştur. Festivale ilişkin fırsatlar arasında Adana ilinin turizm çeşitliliği, ulusal ve uluslararası turizm potansiyeli, Adana mutfağının potansiyeli yer alırken, tehditler arasında, kapasitenin aşılması, festivalin kendini tekrarlaması, festivale kebabçıların hâkim olması yer almıştır.

Article Info

Abstract

Research Article

Received: 27 June 2024
Revised 1: 03 September 2024
Revised 2: 23 October 2024
Revised 3: 15 November 2024
Accepted: 23 November 2024

Keywords:

Event Tourism,
Taste of Festival,
Orange Blossom
Carnival

In this study, the Orange Blossom Carnival and Taste of Adana Festival events held in Adana were evaluated with SWOT analysis. In order to achieve this goal, interviews were conducted with 20 participants who participated in the Orange Blossom Carnival between April 13-21, 2024 and who had also participated in the Taste of Adana Festival in previous years. As a result of the research, the strengths of the Orange Blossom Carnival were the carnival being in the city center, concerts and event diversity, and the weaknesses were traffic, crowds and noise problems. However, while the strengths of the Taste of Adana Festival include gastronomic diversity, organizations with famous names and a large festival area, its weaknesses were revealed as crowds, traffic problems and heavy smog. While the opportunities for the festival include the tourism diversity of Adana province, national and international tourism potential, and the potential of Adana cuisine, the threats included exceeding capacity, the festival repeating itself and the festival being dominated by kebab restaurants.

Kaynak gösterimi: Güneş, H. G., & Sürme, M. (2024). Etkinlik turizmi kapsamında Adana ilinde gerçekleştirilen Lezzet Festivali ile Portakal Çiçeği Karnavalı'nın SWOT analizi ile değerlendirilmesi, *Journal of Applied Tourism Research*, 5(2), 74-84.

Giriş

Turizm destinasyonları, bölgesel, ulusal ve uluslararası alanda birbirleriyle rekabet halindedir. Bu rekabet nedeniyle, destinasyonlar, daha fazla turist çekebilmek ve turizm hareketlerinden daha fazla ekonomik fayda elde edebilmek için çeşitli etkinlikler düzenlemektedir. Etkinliklerin turizm destinasyonuna kısa sürede ekonomik etki yaratması, destinasyonun imajının ulusal ve uluslararası medyada görünür olması nedeniyle, etkinlik turizmi önemli hale gelmiştir. Etkinlik turizmi, destinasyonlarda bulunan doğal ve fiziksel turizm kaynaklarını canlandırıcı, imaj oluşturucu ve bir turizm çekiciliği olarak etkinliklerin, sistematik planlanması, geliştirilmesi ve pazarlanması olarak tanımlanmaktadır. Etkinlik turizmi, dünya çapında artan bir ilgiyle karşılanan ve turizm sektörünün önemli bir parçası haline gelen bir turizm türüdür. İnsanların özel etkinlikler için seyahat etmeleri veya belirli destinasyonları ziyaret etmelerini içerir. Bu tür turizm, kültürel festivallerden karnavallara, konserlerden spor etkinliklerine kadar geniş bir yelpazede çeşitlilik gösterir. Etkinlik turizmi, sadece katılımcılara benzersiz deneyimler sunmakla kalmaz, aynı zamanda ziyaret edilen yerler için çeşitli fırsatlar da sunar. Turistler, yeni kültürel deneyimler kazanırken, yerel ekonomilere ve kültürlere de olumlu katkılarda bulunurlar (Bilgili vd., 2012).

Etkinlik, belirli bir amacı veya hedefi gerçekleştirmek için planlanan ve düzenlenen bir faaliyettir. Etkinlikler genellikle belirli bir konsept veya tema etrafında oluşturulur ve katılımcıların ilgisini çekmek, eğlendirmek, bilgilendirmek veya bir deneyim sunmak amacıyla düzenlenir. Kültürel, sanatsal, eğlence, spor, iş veya eğitim amaçlı olabilirler. Etkinlikler, destinasyonun pazarlamasında ve markalaşmasında önemlidir. Etkinlikler turizm sektörünün mevsimsellik sorununun etkisini azaltma konusunda çok önemli bir yere sahiptir. Örnek olarak, konserler, festivaller, tiyatro oyunları, sergiler, konferanslar, spor müsabakaları, fuarlar, seminerler ve özel etkinlikler gibi çeşitli etkinlik türleri bulunmaktadır (Giritlioğlu vd., 2015).

Her tür etkinlik, belirli bir kitleyi hedefler ve onların ilgisini çekmek için çeşitli programlar, aktiviteler ve eğlenceler sunmaktadır. Festival sözcüğü öz olarak insanlar ve toplumlar arasında ekonomik, sanatsal, kültürel ve sosyal açıdan bir yaklaşma ve tanıtım sağlamak amacıyla düzenlenmiş etkinlikler olarak tanımlanabilir (Bilgili vd., 2012). Etkinlikler bir turizm çekiciliği olarak, bir destinasyonda uzun süreli kalışlar için ziyaretçilere neden oluştururlar ve aynı zamanda yerel turistleri bölge dışına seyahat etmekten çok, onları bölgede tutmak ve bölge içinde turizm harcamalarını yapmayı da sağlamaktadır. Rio Karnavalı, Berlin Film Festivali, Cannes Film Festivali, İspanya San Fermin Festivali gibi etkinlikler, buldukları şehri veya ülkeyi marka haline getirmektedirler (Çam ve Çelik, 2022). Çam ve Çelik (2022) çalışmalarında, Rio Karnavalı'nı festival turizmi çerçevesinde bütüncül bir bakış açısıyla değerlendirmiştir. Yerli ve yabancı turistler tarafından yoğun katılım gösterilen Rio Karnavalı'nın, kent ve ülke ekonomisine, ayrıca destinasyon markalaşmasına katkısının çok önemli olduğu vurgulanmıştır.

Türkiye'deki yerleşim yerleri de imajlarını geliştirmek, kentsel gelişmeyi teşvik etmek, ekonomik, kültürel ve toplumsal yaşamı canlandırmak ve ziyaretçi ve yatırım çekmek için etkinlikler düzenlemektedirler (Yolal, 2017). Bu etkinlikler, spor, sanat, tarih, gastronomi, yerel yiyecek-içecek veya kültürle ilgili olabilir. Formula 1 Yarışması, Altın Portakal Film Festivali, Manisa Mesir Macunu Festivali, Alaçatı Ot Festivali, İstanbul Caz Festivali gibi (festivals.goturkiye.com). Bu çalışmada öncelikle, etkinlik turizmi içerisinde, festival ve karnaval turizmi incelenmiş, daha sonra, Adana ili turizmi ve Adana ilinde gerçekleştirilecek Uluslararası Adana Portakal Çiçeği Karnavalı ve Uluslararası Adana Lezzet Festivali SWOT analizi ile değerlendirilmiştir. Çalışmanın amacı, Adana ilinde düzenlenen alternatif turizm çeşitleri arasında önemli yeri olan etkinliklerden Portakal Çiçeği Karnavalı ile Lezzet Festivali'nin güçlü ve zayıf yönleri ile bu etkinliklerin fırsat ve tehditlerini incelemektir.

1.Kavramsal Çerçeve

Festival, genellikle belirli bir tema, kültür, sanat veya etkinlik etrafında düzenlenen ve geniş kitlelere hitap eden bir organizasyondur. Kültürel, sanatsal veya dini anlamlara sahip olabilir ve genellikle belirli bir bölgenin veya topluluğun kimliğini ve değerlerini kutlamak amacıyla gerçekleştirilir. Festival turizmi insanların festivallere katılmak için seyahat etmeleri veya belirli bir destinasyonu ziyaret etmeleriyle ilgilidir. Bu turizm türü, kültürel çeşitliliği, yerel gelenekleri ve kültürleri deneyimlemek isteyen turistler için cazip bir seçenektir (Bilgili vd., 2012). Festivaller, toplumun sosyal normlarının ve değerlerinin bir ifadesi olarak görülen toplumsal faaliyetlerdir (Chacko ve Shaffer, 1993). Festivaller, toplumun yaşam biçiminin değerli yönlerini kutlayan ve kısa süreliğine sahneye konmak için tasarlanan, belirli bir temayı içeren halk olaylarıdır (Dimmock ve Tiyce, 2001).

Farklı boyutlardaki festivaller, etkinlikler ve turistlerin bu etkinliklere katılımını tanımlayan festival turizmi, bugün önemli bir akademik konu haline gelmiştir (O'Sullivan ve Jackson, 2002). Festival turizmi, destinasyonlara ekonomik ve sosyal faydalar sağlayabilirken, aynı zamanda turistlerin yerel topluluklarla etkileşim kurmalarına olanak tanır. Dünyada her yıl, farklı kültürleri tanımak, yerel lezzetleri deneyimlemek, sanat, spor ve eğlence aktivitelerine katılmak için milyonlarca insanın katıldığı, binlerce festival düzenlenmektedir (Giritlioğlu vd., 2015). Türkiye, tarihi boyunca çok sayıda medeniyete ve kültüre ev sahipliği yapmıştır. Zengin kültürel mirası, çeşitli coğrafi özellikleri ve renkli etkinlikleriyle festival turizmi için önemli bir destinasyondur. Ülkemizde, gastronomi ve yerel yiyeceklere ilişkin çok sayıda festival bulunmaktadır. Bu festivaller, Türkiye'nin kültürel çeşitliliğini, sanatsal mirasını ve gastronomik zenginliklerini tanıtmak için önemli bir platform niteliğindedir (Sürme, 2020).

Alanyazında başta festivaller olmak üzere ülkemizde gerçekleştirilen etkinliklere dair birçok çalışma bulunmaktadır. Giritlioğlu, Olcay ve Özekici (2015) çalışmalarında Türkiye'de gerçekleştirilen festivallerin temalarına, düzenlenme zamanına ve düzenlendiği bölgelere göre sınıflandırılmayı amaçlamışlardır. Çalışmada, en çok kültür temalı festival düzenlendiği, en fazla festivalin Marmara Bölgesi'nde düzenlendiği, en çok Temmuz ayında festival etkinliğinin yapıldığı tespit edilmiştir. Ayrıca Türkiye genelinde bir yıl içerisinde farklı içeriklere sahip toplam 1254 festival düzenlendiği tespit edilmiştir. Dülğaroğlu (2022) çalışmasında ise, festival turizmi kapsamında, YÖK veritabanında, 1997-2021 yılları arasında tamamlanan lisansüstü çalışmaları bibliyometrik analizle incelemiştir. 40 lisansüstü çalışma bu kapsamda çeşitli parametrelerle değerlendirilmiştir.

Etkinlik turizmi konusunun alanyazındaki durumunun incelendiği, Akgöl ve Ayazlar (2021) çalışmalarında, 1975-2020 yılları arasında, Web of Science veritabanında tespit ettikleri 710 adet çalışmayı bibliyometrik analizle incelemişlerdir. Turizm ve festival ilişkisine dair son yıllarda artan bir eğilim olduğunu tespit etmişlerdir. Özbacı ve Var (2013) çalışmasında Manisa'da 484 yıldır gerçekleştirilen, aynı zamanda 2012 yılında UNESCO İnsanlığın Somut Olmayan Kültürel Mirasının Temsili Listesi'ne kaydedilen, Mesir Macunu Festivalini ekonomik açıdan incelemiştir. Festivalin bütçesi, katılımcı sayıları ve harcamaları hakkında bilgiler vermiş; festivalin, kültür, sağlık ve inanç turizmi açısından önemli olduğunu belirtmiştir. Çoban ve Süer (2018) çalışmasında İzmir Alaçatı ilçesinde gerçekleştirilen Ot Festivalini, destinasyon markalaşması açısından incelemiştir. Festivale katılan turistlerin destinasyona olan bağlılık durumu yapılan anket ile değerlendirilmiştir. Bunların dışında, ülkemizde gerçekleştirilen festivallere ilişkin başlıca çalışmalar; Şengül ve Genç (2016) Mudurnu İpekyolu Kültür Sanat ve Turizm Festivali, Kömürcü (2013) Bozcaada Yerel Tatlar Festivali, Bilgili vd., (2012) Erzurum- Oltu Kırdag Festivali, Ekin (2011) Antalya Altın Portakal Film Festivali, Tayfun ve Arslan (2021) Ankara Alışveriş Festivali, Çulha (2008) Deve Güreşi Festivali, Kendir vd., (2023) Nevruz Festivalleri üzerinedir.

2. Etkinlik Turizmi Açısından Adana: Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı ile Uluslararası Lezzet Festivali

Adana, coğrafi konumu, sahip olduğu kültürel ve tarihi çekicilikleri, turistik noktalarıyla ve zengin mutfağı ile zengin bir destinasyondur. Adana, çeşitli mutfak kültürlerinin bir arada yaşadığı özellikle gastronomi açısından Türkiye'nin en önemli destinasyonlarında biridir. Adana'nın sahip olduğu turizm kaynaklarını genel olarak müzeler, geleneksel evler, antik kentler, kaleler, kiliseler, köprüler, kervansaraylar, hanlar, camiler, konaklar, saat kulesi, anıtlar, şelaleler, milli parklar, tabiat parkları, baraj gölü, çeşitli festivaller ve kendine özgü mutfağı olarak sıralayabilmek mümkündür (Oğuz vd., 2018). Adana mutfağı, Adana kebabı, ciğer, şırdan, şalgam suyu gibi ulusal çapta şöhrete sahip lezzetleriyle tanınan, önemli gastronomik değerlere sahiptir. Bu mutfağın en büyük zenginliklerinden biri sahip olduğu sokak lezzetleridir. Adana mutfağına hamur işleri, etli ve sebzeli yemekler hâkimdir. Adana mutfağında tat verici baharatların önemli bir yeri vardır. Ulusal çapta gitgide artan bir tanınırlığa ulaşmışsa da uluslararası arenada fazla bilinmemektedir (Oğuz, 2020). Bu duruma bağlı olarak, Adana'da ortaya çıkan alternatif turizm çeşitleri ile ilgili araştırmaların yapıldığı görülmektedir. Örneğin, Adana ilinde gerçekleştirilen alternatif turizm çeşitlerine ilişkin olarak, Deniz ve Avcı (2022) inanç turizmi, Yorulmaz ve Söyler (2020), Dökme (2016) sağlık turizmi, Koruyucu (2016) yayla turizmi, Yalçınkaya (2021) ekoturizm, Bilir (2022) ve Karakaş ve Çallı (2023) gastronomi turizmi açısından incelemişlerdir.

Adana mutfağı, Adana kebabı, ciğer, şırdan, şalgam suyu gibi ulusal çapta şöhrete sahip lezzetleriyle tanınan, önemli gastronomik değerlere sahiptir. Bu mutfağın en büyük zenginliklerinden biri sahip olduğu sokak lezzetleridir. Adana mutfağına hamur işleri, etli ve sebzeli yemekler hâkimdir. Adana mutfağında tat verici

baharatların önemli bir yeri vardır. Ulusal çapta gitgide artan bir tanınırlığa ulaşmışsa da uluslararası arenada fazla bilinmemektedir (Oğuz, 2020). Adana tarihi ve kültürel mirası ve doğal güzellikleriyle zengin bir kent olmasından dolayı yıl içerisinde birçok etkinliğe ev sahipliği yapmaktadır. 1969 yılından beri devam eden Uluslararası Altın Koza Film Festivali, baharın gelişinin kutlandığı Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı, Kültür ve Turizm Bakanlığı, Devlet Tiyatroları ve Sabancı Vakfı iş birliği ile düzenlenen Sabancı Uluslararası Adana Tiyatro Festivali, Adana mutfağını tanıtan Uluslararası Adana Lezzet Festivali, Çukurova Rock Festivali kentte düzenlenen katılımın yüksek olduğu başlıca etkinliklerdir (festivals.goturkiye.com).

2024 yılında Nisan ayında 12.Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı düzenlenmiştir. Karnavalın resmi internet sitesine göre karnavalda, kortej, konserler, paneller ve söyleşiler, tiyatro oyun gösterimleri, sinemalarda özel film gösterimleri, festivale özel opera ve bale gösterileri, fotoğraf ve kostüm yarışmaları, mutfak atölyeleri, moda defileleri, spor etkinlikleri, dijital sergiler, resim sergi ve atölyeleri, hologram gösterileri, özel koleksiyon sergileri, gezici kütüphane, satranç ve masa oyunları turnuvaları, halk oyunları etkinlikleri ve konserleri, modern dans gösterileri ve yarışmaları yapılmaktadır (www.nisandaadana.com). 2023 yılında 7. Adana Lezzet Festivali düzenlenmiştir. Festivalin resmi internet sitesine göre festivalde, Adana Merkez Park ve Adana Müzesi'nde çeşitli etkinlikler düzenlenmiştir. Ünlü şeflerin katılımları ile söyleşiler, mutfak atölyeleri, yeme-içme yarışmaları, spor etkinlikleri, gastronomi turizmi etkinlikleri, Cumhuriyet tarihi Adana mutfağı sergileri, Türk edebiyatında Adana mutfağı sergileri ve söyleşileri, Adana yeme-içme sektöründeki işletmelerin bulunduğu stant ve sergiler, Kadın kooperatifleri, ulusal ve uluslararası mutfaklara ait stant ve sergiler düzenlenmiştir (adanalezzetfestivali.com.tr).

Alanyazın incelendiğinde, Adana ilinde gerçekleştirilen Lezzet Festivali ve Portakal Çiçeği Karnavalı'na ilişkin birçok çalışma bulunmaktadır. Bu çalışmalarda çoğunlukla Adana'da gerçekleştirilen bu etkinliklere dair yerel halkın algıları ve motivasyonları, sosyo-ekonomik etkileri ve sonuçları incelenmiş, etkinliklerin geliştirilmesine yönelik öneriler sunulmuştur. Sahilli Birdir, vd., (2016) Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı'na katılanların karnavala katılma güdülerini araştırmışlardır. Ziyaretçilerin Karnavala katılım sebeplerinin etkinlik, kaçış, sosyalleşme ve yenilik boyutları olduğu ortaya çıkmıştır. Karaca vd., (2017) Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı'na yönelik yerel halkın algısını ve memnuniyet düzeylerini belirlemeye çalışmışlardır. Ziyaretçilerin memnuniyetini en çok karnavalın sosyo-kültürel boyutu etkilerken, ikinci olarak karnavala özgü ürünler etkilemektedir.

Portakal Çiçeği Karnavalı'na ilişkin diğer çalışmalarda ise, Sahilli Birdir, vd., (2018) Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı'na katılan ziyaretçilerin, karnavalın geliştirilmesi için önerilerinin neler olduğunu belirlemeye çalışmışlardır. Katılımcıların üzerinde en çok durduğu hususlar, organizasyon kalitesinin artırılması, etkinliklerin çeşitlendirilmesi, hediyelik eşya fiyatlarının makul düzeye çekilmesi ve çevre düzenlemesine önem verilmesi olmuştur. Saçlı vd., (2019) ise Portakal Çiçeği Karnavalı'na katılan bireylerin destinasyon imajı algılarının tekrar ziyaret etme niyeti üzerine etkisini belirlemeye çalışmışlardır. Araştırma sonucunda, katılımcıların destinasyon imajı algılarının tekrar ziyaret etme niyetleri üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisinin olduğunu tespit etmişlerdir.

Yıldırım ve Üzden (2022) Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı katılımcılarının Ekşi Sözlük internet platformunda yazdıkları yorumları değerlendirmişlerdir. Çalışmada, karnavala yönelik algı, sosyal algı, etkinlik alanına yönelik algı ve etkinliğe özgü ürünlere ilişkin algı olmak üzere 4 ana temada değerlendirme yapılmıştır. Katılımcılar karnavala ilişkin olumlu olarak eğlendirici olduğu hususunu belirtirken, olumsuz olarak karnavalın kalabalık olduğu hususuna değinmişlerdir. Çaylak Dönmez ve Pehlivan (2022) Adana Lezzet Festivaline katılan ziyaretçilerine anket uygulayarak, coğrafi işaretli ürün deneyiminin memnuniyet ve davranışsal niyet üzerinde etkisini araştırmıştır. Coğrafi işaretli ürün deneyiminin, memnuniyet ve davranışsal niyet üzerinde pozitif ve yüksek düzeyde etkili olduğu saptanmıştır. Demir ve Özdemir (2020) ise Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı'na katılan ziyaretçilere anket uygulayıp, festivallerin sosyal etkileri, katılımcı memnuniyeti ve festivallerin sosyal etkileri ile katılımcı memnuniyeti arasındaki ilişkileri araştırmışlardır.

Lezzet Festivali konusunu inceleyen sınırlı sayıda çalışma bulunmaktadır. Alanyazındaki çalışmaların çoğunluğu Portakal Çiçeği Karnavalı ile ilgilidir. Bu çalışmada ise Portakal Çiçeği Karnavalı ile Lezzet Festivali etkinliklerinin SWOT analizi ile değerlendirilmesi yapılmıştır. Adana ilinde gerçekleştirilen bu etkinlikler, kitle turizmine alternatif turizm sektörü önemli bir yer tutmaktadır. Bu sebeple bu etkinlikleri konu edinen çalışmalar, alternatif turizm çeşitlerinin desteklenmesi açısından önemlidir. Adana ilinde gerçekleştirilen bu çalışmada yerel

halkın bakış açısıyla değerlendirme yapılmıştır. Yerel halkın görüşleri, katılma motivasyonları ve değerlendirmeleri, turizm algısının şekillenmesinde önemlidir. Yerel halkın görüşlerinin yer aldığı bu çalışmada SWOT analizi ile ilgili etkinliklere dair güçlü ve zayıf yönler ile fırsat ve tehditler belirtilmiştir. SWOT analizinin kullanılmasının amacı, toplanan bulgular çerçevesinde öneriler ve stratejik yöntemler belirlemektir.

3.Yöntem

Bu araştırmanın amacı, etkinlik turizmi kapsamında Adana ilinde gerçekleştirilen Lezzet Festivali ile Portakal Çiçeği Karnavalı'nın güçlü ve zayıf yönleri ile fırsat ve tehditlerinin ortaya konmasıdır. Bu çalışmada, öncelikle festival ve karnaval özelinde etkinlik turizmi ve SWOT analizi, kavramsal boyutlarıyla ele alınmıştır. Türkiye'nin kitle turizmine alternatif turizm çeşitlerinin desteklenmesi önem arz etmektedir. Gerçekleştirilen bu çalışmada nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Nitel araştırmalar, genellikle, pozitif bilimlere özgü nicel yöntemlerin aksine, insana özgü özelliklerin doğasına odaklanır. Nitel araştırmalar, ele aldığı problemi kendi bağlamında, yorumlayıcı bir yaklaşımla inceler; olay ve olguları yorumlarken insanların onlara atfettiği anlamlara odaklanır (Baltacı, 2019). Nitel araştırmalarda genellikle, görüşme, gözlem, doküman ya da içerik analizi gibi veri toplama teknikleri kullanılır. Bu çalışmada veri toplama aracı olarak görüşme tekniği uygulanmıştır.

Bu çalışmada rastlantısal olmayan örnekleme yöntemlerinden amaçsal örnekleme yöntemi benimsenmiştir. Amaçsal örnekleme, evreni temsil etmek için, bir alt grubun evrenin bir örneği olarak seçilmesidir (Büyüköztürk vd., 2013). Araştırma evrenini Adana'da gerçekleştirilen her iki festivale katılan katılımcılar oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini ise her iki festivale katılan 20 kişi oluşturmaktadır. Araştırmanın farklı tarihlerde gerçekleşen iki festival üzerine olması, her iki festivale katılan ve gönüllü olabilecek kişi sayısındaki sınırlılıklar nedeniyle, araştırma 20 kişi ile sınırlı tutulmuştur. Bu araştırmanın görüşmesinde, her iki etkinliğe katılım sağlayan 20 katılımcıya, SWOT analizini esas alan sorular sorulmuştur. SWOT kelimesi, İngilizce olup, Strengths (güçlü yanlar), Weaknesses (zayıf yanlar), Opportunities (fırsatlar) ve Threats (tehditler) kelimelerinin baş harflerinin kısaltmasıdır. Türkçe çalışmalarda bazen güçlü, zayıf, fırsat ve tehdit kelimelerinin kısaltması olarak SWOT olarak da kullanılmaktadır. SWOT analizi ilgili araştırma konusunda objektif bir bakış açısı sunar. İşletmenin kendi içindeki faktörleri (internal factors) dışarıdan gelen faktörlerle (external factors) sistemli bir şekilde karşılaştıran bir ölçme aracıdır (Eriş, 2019).

Araştırmaya katılım gönüllülük esasına dayanmıştır. 13-21 Nisan 2024 tarihlerinde, Portakal Çiçeği Karnavalı'na katılan, aynı zamanda geçmiş yıllarda Lezzet Festivali'ne katılım sağlamış, yerel halktan 20 gönüllü katılımcı ile görüşme yapılmıştır. Katılımcıların demografik ve konaklama bilgileri alındıktan sonra kendilerine her iki etkinlik hakkında kısa bir bilgilendirme yapılmıştır. Ardından, her iki etkinliğin ayrı ayrı olmak üzere, güçlü, zayıf yönleri ile fırsat ve tehditlerine ilişkin dört adet soruya cevap vermesi istenmiştir. Elde edilen bulgular tablolar aracılığıyla listelenmiş ve içerik analizi ile değerlendirilmiştir.

4.Bulgular

Tablo 1'e göre katılımcıların 8'i kadın 12'si ise erkektir. Katılımcıların eğitim durumuna bakıldığında 18'i lisans ve 2'si ise yüksek lisans mezunudur. Katılımcıların yaşları incelendiğinde 13 gibi büyük bir çoğunluğu 27-40 yaş aralığında, 4'ü 41-54 ve 3'ü ise 55-68 yaş aralığındadır. Görüşme bulguları değerlendirilirken katılımcılar K1, K2, ... K20 olarak adlandırılmıştır.

K1, Portakal Çiçeği Karnavalı'nın güçlü yönlerine ilişkin olarak, "*turistik çekicilik, aile ile katılım imkânı, ücretsiz konserler ve her yaşa uygun etkinlik çeşitliliğini*" belirtmiştir.

K2, Portakal Çiçeği Karnavalı'nın zayıf yönlerine ilişkin olarak "*kalabalık, yetersiz otopark, gürültü ve dilencilerin sayısının fazla olmasını*" belirtmişlerdir.

Tablo 1. Katılımcıların tanıtıcı özelliklerine ilişkin yüz yüze görüşmelerden elde edilen bulgular

Cinsiyet	Frekans	Yüzde (%)
Kadın	8	40
Erkek	12	60
Eğitim		
Lisans	18	90
Yüksek Lisans	2	10
Yaş		
27-40	13	65
41-54	4	20
55-68	3	15

K3, Portakal Çiçeği Karnavalı'nda bulunan kebabçıları turistik çekicilik olarak değerlendirip güçlü yönler arasında sayarken, K4 ise kebabçılardan kaynaklanan dumanı Karnaval'ın zayıf yönleri arasında saymıştır.

K5, Portakal Çiçeği Karnavalı'nın fırsatları arasında, “Adana Havalimanı'nın ulusal ve uluslararası uçuşlara sahip olmasını” göstermiştir. K6, ise “Havalimanının taşınması veya kapanması durumunu” Karnaval'ın geleceği için bir tehdit olarak belirtmiştir.

Lezzet festivaline ilişkin olarak K1, güçlü yönler arasında, “Merkezpark'ın konumu ve altında otoparkın olması, ünlü isimlerin katıldığı organizasyonlar ve festivaldeki gastronomik çeşitliliği” belirtmiştir.

K2, Lezzet Festivali'nin zayıf yönleri arasında, “trafik, kalabalık, festivalin duman altı olması ve çöp ve atık sorununu” belirtmiştir.

K3, Festival'e ilişkin olarak fırsatlar arasında, “Adana ilinin sahip olduğu turizm potansiyelini” belirtirken, tehditler arasında ise “Festival'in kendini tekrar etmesi ve kapasitenin aşılması sorununu” belirtmiştir. Kullanıcılara ait tüm bulgular tablolarda liste halinde verilmiştir.

Tablo 2'ye göre; katılımcıların Portakal Çiçeği Karnavalı'nda güçlü bulduğu yönler; şehir merkezinde olması, ücretsiz konserler başta olmak üzere etkinlik çeşitliliğine sahip olması, sosyal medyada popüler olması ve ünlü isimlerin katılım sağlamasıdır. Katılımcılar tarafından Karnavalın zayıf bulunan yönleri ise; karnaval alanının şehir merkezinde nispeten sınırlı bir alanda olmasından dolayı ortaya çıkan trafik, kalabalık, yetersiz otopark sorunudur. Katılımcılar tarafından karnavala ilişkin belirlenen fırsatlar, Adana ilinin sahip olduğu turizm potansiyeli, karnavalın Türkiye'nin en büyük karnavalı olması içerisinde birçok etkinliği barındırmasıdır. Karnavala ilişkin katılımcılar tarafından belirtilen tehditler arasında, karnavalın iptal edilmesi durumu, olası güvenlik problemleri, karnavalın kendini tekrar etmesi bulunmaktadır.

Tablo 3'e göre; katılımcılar Lezzet Festivaline ilişkin olarak güçlü yönler arasında, gastronomik çeşitlilik, ünlü isimlerin katıldıkları konserler ve organizasyonlar bulunmaktadır. Katılımcılar festivale ilişkin; trafik ve kalabalık sorununu, çöpler ve hava kirliliğini zayıf yönler olarak belirtmişlerdir. Belirtilen fırsatlar arasında, Adana mutfağının potansiyeli, kara ve hava ulaşımındaki kolaylıklar, tehditler arasında ise, festivalin kendini tekrar etmesi, festivale kebabçıların hakim olması durumu gösterilmiştir.

Tablo 2. Portakal Çiçeği Karnavalının SWOT analizi ile değerlendirilmesi

PORTAKAL ÇİÇEĞİ KARNAVALI	
Güçlü Yanlar	Zayıf Yanlar
<ul style="list-style-type: none"> Etkinlik çeşitliliğinin fazla olması (n=18) Ücretsiz konserler (n=18) Şehir merkezinde olması (n=15) Ünlü isimlerle karşılaşma durumu (n=12) Sosyal medyada popüler olması (n=10) Karnaval adındaki gibi şehrin portakal çiçeği kokması (n=8) Sokakların renkli donatılmış olması (n=8) Portakallı lezzetler (n=8) Aile ile birlikte katılım imkânı (n=8) Halkın karnavalı sahiplenmesi (n=8) Gençlerin rahatlıkla eğlenebilmesi (n=8) Turistik çekicilik oluşturmaması (n=7) 	<ul style="list-style-type: none"> Trafik sorunu (n=20) Kalabalık (n=20) Gürültü (n=15) Yetersiz otopark (n=15) Çöp kirliliği (n=10) Alandaki kebabçılardan dolayı hava kirliliği (n=10) Şehir içi ana yolların trafiğe kapatılması (n=10) Dilencilerin fazla olması (n=5) Otellerde yer olmaması (n=5) Taşkınlık yapan insanlar (n=5) Şehir içine ulaşımın zorlaşması nedeniyle rutin işlerde aksamaya sebep olması (n=5) Karnaval zamanı ürün fiyatlarının artması (n=5)
Fırsatlar	Tehditler
<ul style="list-style-type: none"> Karnavalın birden fazla turizm çeşidini barındırması (n=12) Türkiye'nin en büyük karnavalı olması (n=8) Adana ilinin sahip olduğu turizm potansiyeli (n=8) Tiyatro, film, yeme-içme festivallerinin varlığı (n=6) İkincil konut sayısının fazlalığı (n=5) Çukurova Üniversitesi'nin varlığı (n=5) Adana Havalimanı'nın ulusal ve uluslararası uçuşlara sahip olması (n=4) 	<ul style="list-style-type: none"> Festival iptalleri (n=12) Tüm festivallerin birbirine benzemesi (n=11) Adana Havalimanı'nın taşınması durumu (n=8) Kontrolsüz iç ve dış göç (n=8) Hava kirliliği (n=8) Kapasitenin aşılması sorunu (n=8) Olası güvenlik problemleri (n=7) Karnavalın kendini tekrarlamaması (n=5) Ücretsiz etkinliklerin azalması (n=4) Hayvan dostu alanların azalması (n=4)

Tablo 3. Lezzet Festivali Karnavalının SWOT analizi ile değerlendirilmesi

LEZZET FESTİVALİ	
Güçlü Yanlar	Zayıf Yanlar
<ul style="list-style-type: none"> Gastronomik çeşitlilik (n=15) Ücretsiz konserler (n=12) Ünlü isimlerin katıldığı organizasyonlar (n=12) Nehrin kenarında olması (n=12) Merkez parkın altında otopark olması (n=12) Festival girişinde güvenlik kontrolü (n=8) Aile ile birlikte katılım imkânı (n=8) Festival alanında birçok farklı stant olması (n=6) Ücretsiz söyleşiler (n=6) Farklı ülkelere ait stantların olması (n=4) Kurumlararası iş birliği (n=2) 	<ul style="list-style-type: none"> Trafik sorunu (n=15) Kalabalık (n=15) Duman altı olması (n=15) Çöp ve atıklar (n=12) Dilenciler (n=12) Şehir içi ana yolların trafiğe kapanması (n=12) Taşkınlık yapan insanlar (n=10) Standart olmayan ürünler (n=8) Sağlıksız ürünlerin de satılması (n=8) Vegan- vejetaryen ürünlerinin eksikliği (n=5) Ürün fiyatlarının pahalı olması (n=5)
Fırsatlar	Tehditler
<ul style="list-style-type: none"> Adana mutfağının potansiyeli (n=14) Adana ili alternatif turizm çeşitliliği (n=11) Ulusal ve uluslararası turist potansiyeli (n=10) Adana'nın şehirlerarası ulaşımında bölgesinin merkezi olması (n=8) Hava ulaşımındaki kolaylıklar (n=7) Yerel halkın etkinlikleri sahiplenmesi (n=5) 	<ul style="list-style-type: none"> Festivale kebabçıların hâkim olması (n=15) Festivalin kendini tekrarlamaması (n=13) Kapasitenin aşılması sorunu (n=12) Etkinlik zamanı trafiğin kapanması (n=12) Enflasyon nedeniyle ürün fiyatlarının artması (n=8) Çevre kirliliği (n=8) Gürültü ve görüntü kirliliğinin önlenememesi (n=4)

4.Sonuç

Türkiye'de de turizm sektörü, özellikle 1980 yılından sonra büyük bir gelişme göstermiş ve ülkenin ekonomik sıkıntılar yaşadığı dönemlerde büyük bir döviz girdisi sağlayarak dış açıkların giderilmesinde, işsizliğin azaltılmasında, ödemeler bilançosunun iyileştirilmesinde önemli bir paya sahip olmuştur (Çımat ve Bahar, 2003). Bu sebeple turizm sektörü, Türkiye ekonomisi için hayati öneme sahiptir. Turizm çeşitleri arasında etkinlik

turizmi, yerel ekonomiye katkıda bulunan, mevsimsellik sorununu aşabilen, destinasyonun marka imajını güçlendiren, turist sayısını artıran kitle turizmine karşı önemli bir alternatiftir.

Bu çalışmada, Adana ilinde gerçekleştirilen, Portakal Çiçeği Karnavalı ve Lezzet Festivali'nin SWOT analizi ile değerlendirmesi yapılmıştır. Bu amaçla her iki etkinliğe katılan yirmi katılımcıdan her iki etkinliğin güçlü ve zayıf yönleri ile, etkinliklere dair fırsatlar ve tehditler hakkında görüşler toplanmıştır. Araştırma sonucunda, Portakal Çiçeği Karnavalı güçlü yönleri olarak; karnavalın şehir merkezinde olması, konserler ve etkinlik çeşitliliği, zayıf yönler olarak; trafik, kalabalık ve gürültü sorunları ilk sıralarda yer almıştır. Karnavalın gelecekteki fırsatları arasında; Adana ilinin sahip olduğu turizm potansiyeli, Türkiye'nin en büyük karnavalı olması ve karnavalın birden fazla turizm çeşidini barındırması, tehditleri arasında ise; festival iptalleri, festivallerin birbirine benzemesi, Adana Havalimanı'nın kapatılması ilk sıralarda yer almıştır.

Lezzet Festivali'nin güçlü yönleri arasında, gastronomik çeşitlilik, ünlü isimlerin katıldığı organizasyonlar ve geniş bir alana sahip festival alanı yer alırken; zayıf yönleri arasında, kalabalık, trafik sorunu ve yoğun duman altı olması olarak belirtilmiştir. Festivale ilişkin fırsatlar arasında Adana ilinin turizm çeşitliliği, ulusal ve uluslararası turizm potansiyeli, Adana mutfağının potansiyeli yer alırken, tehditler arasında, kapasitenin aşılması, festivalin kendini tekrarlaması, festivale kebabçıların hâkim olması yer almıştır.

Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı'na ilişkin olarak, Karaca vd., (2017), ziyaretçilerin memnuniyetini en çok sosyo-kültürel boyut ve karnavala özgü gastronomik ürünlerin etkilediğini belirtmişlerdir. Diğer bir çalışmada, Sahilli Birdir, vd., (2016), katılımcıların karnavala katılma güdüleri olarak, etkinlikler, yenilik, sosyalleşme ve kaçış olarak belirtilmiştir. Bir başka çalışmada, Saçlı vd., (2019) katılımcıların güvenlik sorunları, kalabalık ve çevre kirliliği ile ilgili olumsuz görüşleri vurgulanmıştır. Lezzet Festivali'nin zayıf yönleri arasında belirtilen standart olmayan ürünlerin kullanılmasına ilişkin olarak, Çaylak Dönmez ve Pehlivan (2022), Lezzet Festivali'ne ilişkin çalışmalarında, coğrafi işaretli ürün deneyiminin memnuniyeti artırdığı tespit edilmiştir. Standart olmayan coğrafi işaretli ürünlerin satışı, tersine etki yaratabilmektedir. Araştırma sonuçlarına göre, şu önerilerde bulunulabilir.

- Araştırmada zayıf yönler içerisinde belirtilen, festivalin kalabalık olması, yeterli otopark imkânının olmaması, gibi sorunların çözümüne ağırlık verilmelidir. Bu sorunların çözümünde yerel yönetim, etkinlikleri düzenleyen organizasyonlar ve kamu kurumları birlikte hareket etmelidirler.
- Araştırmada güçlü yönler arasında belirtilen, etkinliklerin süresi uzatılabilir, festival ve karnaval kapsamındaki etkinlik sayıları ve çeşitleri artırılabilir.
- Adana ili tescilli coğrafi işarete sahip yiyecek ve içecekler, özellikle festival, karnaval ve diğer etkinliklerde standartlara uygun şekilde hizmete sunulmalıdır.
- Etkinliklerin uygulanma sürecinde, il turizmine katkı göz önünde tutulmalı, ikincil konutların etkinlikler süresince konaklamaya uygun hale getirilmesi gerekmektedir.
- Etkinlikler süresince, tarihi, kültürel ve doğal güzelliklerin de ön plana çıkartılıp, etkinlik sürecine dahil edilmesi sağlanmalıdır. Örneğin, Adana Müzesi etkinliğe katılanlar için indirimli veya ücretsiz ziyaret edilebilir.
- Adana gastronomi turizmi açısından zengin bir ildir. Sadece yeme-içme açısından değil, aynı zamanda aşçılık eğitimi, tarım ürünlerinin yetiştirilmesi gibi konularda eğitim verilerek Adana mutfağının tanıtımının yapılması gerekir.
- Araştırmaya konu festival ve karnaval, Adana ilinin markaları haline gelmiştir. Kötü görüntüye sahip olan, ziyaretçilerin beğenmediği uygulamalardan vazgeçilmeli, etkinlik alanları daha güvenilir hale getirilmelidir.

Kaynakça

- Adana İli Turizm İstatistikleri, Konaklayan Turist Sayısı, <https://adana.ktb.gov.tr/TR-366265/2024-yili-konaklayan-turist-sayisi.html> Erişim Tarihi: 04.04.2024
- Adana Lezzet Festivali Etkinlik Programı <https://adanalezzetfestivali.com.tr/index> Erişim tarihi: 23.03.2024
- Adana Portakal Çiçeği Karnavalı Etkinlik Programı <https://www.nisandaadanada.com/2024-uluslararası-portakal-cicegi-karnavali-programi> Erişim Tarihi: 10.04.2024
- Adana Valiliği Adana Şehri Tanıtımı <http://adana.gov.tr/sehrimiz> Erişim tarihi: 23.03.2024

adanalezzetfestivali.com.tr adresinden 9.10.2024 tarihinde erişilmiştir.

Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi Sonuçları, 2023. <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Adrese-Dayalı-Nüfus-Kayıt-Sistemi-Sonuçları-2023-49684&dil=1> Erişim Tarihi: 04.04.2024

Akgöl, Y. ve Ayazlar, G. (2021). Turizm ve festival ilişkisine yönelik araştırmaların bibliyometrik haritalandırılması (1975-2020). *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 1369–1387.

Baltacı, A. (2019). Nitel araştırma süreci: Nitel bir araştırma nasıl yapılır?. *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(2), 368-388.

Bilgili, B., Yağmur, Ö. ve Yazarkan, H. (2012). turistik ürün olarak festivallerin etkinlik ve verimliliği üzerine bir araştırma (Erzurum- Oltu Kırdag Festivali Örneği), *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 2(2), 117-124.

Bilir, Z. (2022). Turizmde yeni bir değer olarak gastronomi müzeleri: Adana ili için bir öneri. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Konya.

Büyüköztürk, Ş., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş., Demirel, F. ve Kılıç, E. (2013). Bilimsel araştırma yöntemleri. Ankara: Pegem Akademi

Chacko, H. ve Schaffer, J. (1993). The evolution of festival: creole christmas in New Orleans, *Tourism Management*, 14(6), 471-479.

Çam, O. ve Çelik, C. (2022). Festival turizmi çerçevesinde bir değerlendirme: Rio Karnavalı. *Sivas Interdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(1-2), 1-20.

Çaylak Dönmez, Ö. ve Pehlivan, T. (2022). Coğrafi işaretli ürün deneyiminin memnuniyet ve davranışsal niyet üzerine etkisi: Adana Lezzet Festivali örneği. *Gastroia: Journal of Gastronomy And Travel Research*, 6(1), 123-138.

Çımat, A. ve Bahar, O. (2003). Turizm sektörünün Türkiye ekonomisi içindeki yeri ve önemi üzerine bir değerlendirme. *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi*, (6), 1-18.

Çoban, M. ve Süer, S. (2018). Destinasyon markalaşmasında festival turizminin rolü: Alaçatı Ot Festivali üzerine bir çalışma. *International Journal of Contemporary Tourism Research*, 1, 58- 67.

Çulha, O. (2008). Kültür turizmi kapsamında destekleyici turistik ürün olarak deve güreşi festivalleri üzerine bir alan çalışması. *Journal of Yasar University*, 3(12), 1827-1852.

Demir, D. ve Özdemir, H. (2020). Festivallerin sosyal etkileri ve festival memnuniyeti: 7. Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı Örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2): 1402-1419.

Deniz, Y.S. ve Avcı, D. (2022). The place and importance of faith tourism in the development of intercultural relations: the case of Adana. *International Journal of Social and Humanities Sciences (IJSHS)*, 6(2), 67-86

Dimmock K. ve Tiyce M. (2001). Festivals and events: celebrating special interest tourism, Special Interest Tourism, (Ed: N. Douglas ve R. Derrett), John Wiley and Sons, Milton, Queensland, Australia

Dökme, S. (2016). Sağlık turizmi açısından adana ilinin incelenmesi ve sağlık çalışanlarının medikal turizm faaliyetlerine bakış açısı: bir hastane örneği. Yüksek Lisans Tezi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi, Kahramanmaraş

Dülgaroglu, O. (2022). Festival turizmi konusu üzerine tamamlanan lisansüstü tezlerin bibliyometrik profili. In L. Altınay, O. M. Karatepe, & M. Tuna (Eds.), *Daha iyi bir dünya için turizm. Vol 2*, 1–10. USF M3 Publishing.

Ekin, Y. (2011). Etkinlik turizmi kapsamında festivaller ve Antalya Altın Portakal Film Festivali'nin yerel halk üzerindeki sosyal etkileri konulu bir araştırma, (Doktora Tezi). Antalya: Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı.

Eriş, H. (2019). Şanlıurfa sağlık turizmi Swot analizi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(71), 1278-1298.

Giritlioğlu, İ., Olcay, A. ve Özekici, Y. K. (2015). Bir turizm çeşitliliği olarak festival etkinliklerinin sınıflandırılması: türkiye üzerine bir değerlendirme. *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 5(13), 306-323.

<https://festivals.goturkiye.com/> adresinden 9.10.2024 tarihinde erişilmiştir.

Karaca, O. B., Yıldırım, O. ve Çakıcı, A. C. (2017). Adana uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalına katılan ziyaretçilerin algı ve memnuniyetleri. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14(37), 222-239

Karakaş, D. ve Çallı, D.S. (2023). Adana ilinin gastronomi turizmi açısından değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 11(1), 671-694

Kendir, H., Arslan, E. ve Türkmen, F. (2023). Türk Dünyası'nda Nevruz (Yengi-Kün) kutlamalarının festival turizmi açısından değerlendirilmesi: Çimkent-Van karşılaştırması. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 7(4), 2668–2684.

Koruyucu, N. (2016). Adana iline bağlı Pozantı ilçesinin yayla turizmi açısından incelenmesi, Yüksek Lisans Tezi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi, Kahramanmaraş

Kömürcü, G. (2013). Etkinlik turizmi çeşidi olarak festivaller: Bozcaada yerel tatlar festivali örneği. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi.

Oğuz, S. (2020). Sokak yemeklerinden yiyecek bölgelerine- kentsel mekânda gastronomi hizmetleri ve mutfak turizmi: Adana Örneği. *Artibilim Adana Alparslan Türkeş Bilim Ve Teknoloji Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(2).

Oğuz, S., Kızıldemir, Ö. ve Eker, N. (2018). Adana'da turizm sektörünün bölgesel kalkınmadaki rolü. *İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5 (2), 108-136.

- O'Sullivan, D. ve Jackson, M. J. (2002). Festival Tourism: A contributor to sustainable local economic development?, *Journal of Sustainable Tourism*, 10(4), 325-342
- Özbalcı, S. ve Var, T. (2013). Mesir festival with an economic perspective. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(3), 488-497.
- Saçlı,Ç., Ersöz, B. ve Kahraman, C. Ö. (2019), Etkinlik katılımcılarının destinasyon imajı algılarının tekrar ziyaret etme eğilimleri üzerine etkisi: Portakal Çiçeği Karnavalı örneği. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 28(1), 178-190.
- Sahilli Birdir, S., Toksöz, D. ve Bak, E. (2016). Karnavala katılım güdülleri: IV. Adana Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı Örneği. *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(1), 21-39.
- Sahilli Birdir, S., Toksöz, D. ve Birdir, K. (2018). Katılımcıların karnavalın geliştirilmesine yönelik önerileri: Portakal Çiçeği Karnavalı Örneği. *Çukurova Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 22(2), 443-458.
- Sürme, M. (2020). Festival kalitesinin davranışsal niyete etkisini belirlemeye yönelik bir araştırma. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 19(2), 543-551.
- Şengül, S. ve Genç, K. (2016). Festival turizmi kapsamında yöresel mutfak kültürünün destekleyici ürün olarak kullanılması: Mudurnu İpekyolu Kültür Sanat ve Turizm Festivali örneği. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (23), 79-89.
- Tayfun, A. ve Arslan, E. (2021). Festival turizmi kapsamında yerli turistlerin Ankara Alışveriş Festivali'nden memnuniyetleri üzerine bir araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 191-206.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı ile Türkiye Turizm Tanıtma ve Geliştirme Ajansı (TGA) tarafından tarafından dizayn edilen global tanıtım sitesi. Adana Festivalleri, <https://festivals.goturkiye.com/tr/adana-festivalleri> Erişim Tarihi: 23.03.2024
- UNESCO Somut Olmayan Kültürel Miras Listeleri, *İnsanlığın Somut Olmayan Kültürel Mirası Temsilî Listesi*, <https://www.unesco.org.tr/Pages/126/123/UNESCO-İnsanlığın-Somut-Olmayan-Kültürel-Mirası-Temsilî-Listesi> Erişim Tarihi: 23.03.2024
- Yalçınkaya, N. M. (2021) Adana ili-Kozan ilçesinin ekoturizm potansiyelinin sürdürülebilir turizm yaklaşımıyla araştırılması, *Turkish Journal of Forest Science*, 5(2), 478-495
- Yıldırım, H. M. ve Üzden, A. (2022). Katılımcıların uluslararası Adana Portakal Çiçeği Karnavalına yönelik algıları: Ekşi Sözlük üzerine bir inceleme. *Avrasya Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 1-11.
- Yolal M. (2017). Türkiye'nin turizm potansiyelinin değerlendirilmesi. *Çatalhöyük, Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2, 35-51
- Yorulmaz, M. ve Söyler, S. (2020). Sağlık turizmi Swot analizi: Adana İli Örneği. *Uluslararası Sağlık Yönetimi Ve Stratejileri Araştırma Dergisi*, 6(2), 217-230.

Extended Abstract

Event tourism includes travels to participate in organizations such as festivals, sports matches, congresses, exhibitions, cultural and artistic events organized in touristic destinations. Today, event tourism, which is gaining importance both locally and internationally, contributes to the diversification of tourism while also increasing the brand value of destinations. Festivals evaluated within the scope of event tourism attract the attention of tourists by introducing the cultural heritage, traditions and artistic events of a region. Such events have become an important tourism element that supports economic development while increasing the social interactions of both local people and visitors. The most striking of these festivals are gastronomy festivals. Gastronomy festivals are events that aim to introduce the local culinary richness of a destination and attract tourists to the region to experience flavors. These festivals are not only about food and beverage tastings, but also a sharing of cultural heritage. They include a wide range of events from the introduction of traditional cuisines to cooking workshops and chef shows. Adana has significant potential for event tourism with its cultural richness and geographical advantages. In this context, the The Taste of Adana Festival and the Orange Blossom Carnival, which are held every year, are important events that increase the region's tourism diversity. In this study, a SWOT analysis of these two events was conducted and the opportunities and challenges Adana faced in terms of event tourism were evaluated.

The Taste of Adana Festival aims to promote the rich gastronomic heritage of the region. Local flavors such as Adana kebab, turnip juice, and bici bici attract great attention from local and foreign tourists who attend the festival. This event increases Adana's brand value within the scope of gastronomic tourism and revitalizes the local economy.

The Orange Blossom Carnival is an event that celebrates the arrival of spring and reflects Adana's cultural values. Enriched with colorful costumes, street dances, concerts, and art shows, this carnival offers an enjoyable experience for both locals and tourists.

The purpose of this research is to reveal the strengths, weaknesses, opportunities, and threats of the Flavor Festival and the Orange Blossom Carnival held in Adana within the scope of event tourism. In this research, first of all, event tourism and SWOT analysis specific to festivals and carnivals were addressed with their conceptual dimensions. Due to the fact that the research was on two festivals held on different dates and the limited number

of people who participated in both festivals and could volunteer, the research was limited to 20 people. In the interviews of this research, questions based on SWOT analysis were asked to 20 participants who participated in both events.

As a result of the research, the strengths of the Orange Blossom Carnival were; the carnival being in the city center, concerts and variety of events, and the weaknesses were; traffic, crowds and noise problems. Among the future opportunities of the carnival; the tourism potential of Adana province, being the largest carnival in Turkey and the carnival hosting more than one type of tourism, and among the threats; festival cancellations, similarity of festivals to each other, and the closure of Adana Airport were ranked first.

While the strengths of the Flavor Festival include gastronomic diversity, organizations with famous names and a large festival area; The weaknesses were stated as crowded, traffic problems and heavy smoke. While the opportunities related to the festival included the tourism diversity of Adana province, national and international tourism potential, and the potential of Adana cuisine, the threats included exceeding the capacity, the festival repeating itself and the festival being dominated by kebab shops.

The Taste of Adana Festival and Orange Blossom Carnival show that the region offers important opportunities in terms of event tourism. These events increase the brand value of Adana and also stimulate the local economy. However, it is important to eliminate the weaknesses such as transportation and infrastructure deficiencies and threats such as increasing competition and sponsorship difficulties. In order for Adana to obtain maximum benefit from event tourism, it is necessary to focus on the strengths, take advantage of the opportunities and improve the existing weaknesses.