

KAPIKAYA FEST'E KATILANLARIN FESTİVALE İLİŞKİN KALİTE VE
DEĞER ALGILARININ BELİRLENMESİ
DETERMINING THE QUALITY AND VALUE PERCEPTIONS OF THE PARTICIPANTS
OF KAPIKAYA FESTIVAL

Doç. Dr. Yasin KELEŞ

Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü
Ondokuz Mayıs University, Tourism Faculty, Department of Tourism Guidance

yasin.keles@omu.edu.tr
ORCID ID: 0000-0002-6879-448X

Dr. Öğr. Üyesi Mutlu KAYA

Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü
Ondokuz Mayıs University, Tourism Faculty, Department of Tourism Guidance

mutlukaya61@gmail.com
ORCID ID: 0000-0001-9165-0110

Arş. Gör. Asena KURT

Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü
Ondokuz Mayıs University, Tourism Faculty, Department of Tourism Guidance

asena.kurt@omu.edu.tr
ORCID ID: 0000-0002-8337-6155

Arş. Gör. Burak ARSLAN

Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü
Ondokuz Mayıs University, Tourism Faculty, Department of Tourism Management

burak.arslan1@omu.edu.tr
ORCID ID: 0000-0003-1303-6961

İBD

Ondokuz Mayıs Üniversitesi İnsan Bilimleri Dergisi – Ondokuz Mayıs University Journal of Humanities
1/2, Aralık – December 2020 Samsun
E-ISSN: 2717-8072 (Online)

<https://dergipark.org.tr/tr/pub/insanbilimleri>
insanbilimleri@omu.edu.tr

Makale Türü-Article Type : Araştırma Makalesi (Research Article)
Geliş Tarihi-Received Date : 12.12.2020
Kabul Tarihi-Accepted Date : 24.12.2020
Sayfa-Pages : 227 – 240.

This article was checked by 

Atf – Citation: KELEŞ, Yasin – KAYA, Mutlu - KURT, Asena – ARSLAN, Burak,
“Kapıkaya Fest'e Katılanların Festivale İlişkin Kalite ve Değer
Algılarının Belirlenmesi”, *Ondokuz Mayıs Üniversitesi İnsan
Bilimleri Dergisi (İBD)*, 1/2, Aralık / December 2020, ss. 227 –
240.





Ondokuz Mayıs Üniversitesi
İnsan Bilimleri Dergisi
Journal of Humanities
1/2, Aralık – December 2020
ss. 227 – 240
Makale Türü: Araştırma Makalesi

KAPIKAYA FEST'E KATILANLARIN FESTİVALE İLİŞKİN KALİTE VE DEĞER ALGILARININ BELİRLENMESİ DETERMINING THE QUALITY AND VALUE PERCEPTIONS OF THE PARTICIPANTS OF KAPIKAYA FESTIVAL

Doç. Dr. Yasin KELEŞ – Dr. Öğr. Üyesi Mutlu KAYA –
Arş. Gör. Asena KURT – Arş. Gör. Burak ARSLAN

Öz

Bu araştırmanın amacı, Bafra'da üçüncüsü düzenlenen Kapıkaya Doğa Sporları Festivali'ne katılanların, festivale ilişkin kalite ve değer algılarını belirleyebilmektir. Bu kapsamda, Kapıkaya Fest'e katılan ve çadırda konaklayan 84 ziyaretçiye anket uygulanmıştır. Elde edilen veriler yüzde, frekans, aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri ile betimlenmiş, boyutlara göre farklılıklarının analizinde iki değişken içeren gruplar için bağımsız t testi, ikiden fazla değişken içeren gruplar için ise tek yönlü varyans analizinden yararlanılmıştır. Analiz sonucunda özellikle hatıra eşyalar, yemekler, festival programı ve festival değeri boyut ortalamalarının diğerlerine göre düşük olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların festival kalite ve değer soru formundaki ifadelerle ilişkin görüşlerinin demografik özelliklere göre farklılıkları incelendiğinde, il dışından festivale katılanların, festival memnuniyeti ve festival sadakati konusunda diğerlerine göre olumsuz görüşlere sahip olduğu sonuçlarına ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Bafra, Kapıkaya Fest, Festival, Turizm.

Abstract

The purpose of this research is to determine the quality and value perceptions of the participants of Kapıkaya Nature Sports Festival held for the third time in Bafra. In this context, a questionnaire was applied to 84 visitors attending in Kapıkaya Fest. The obtained data were described with percentage, frequency, arithmetic mean and standard deviation values, and independent t test was used for groups containing two variables, and one-way analysis of variance for groups with more than two variables. As a result of the analysis, it was found that the average size of souvenirs, meals, festival program and festival value was lower than others. When the differences of the opinions of the participants regarding the expressions in the festival quality and value questionnaire according to demographic characteristics were examined, it was concluded that those who attended the festival from outside the province had negative views about festival satisfaction and festival loyalty.

Keywords: Bafra, Kapıkaya Fest, Festival, Tourism.

Giriş

İçeriği, düzenlenme döngüsü, katılacak kişi sayısı ve süresi önceden belirlenerek belirli bir program dahilinde düzenlenen; bilim, kültür, spor, eğlence, rekreasyon, din ve ekonomik faaliyetler kapsamındaki temalarla insanların bir araya geldiği, tek seferlik veya belli aralıklarla tekrarlanan gösteri ve etkinlikler dizisine festival adı verilmektedir.¹ Bir yörenin simgesi haline gelerek gelenekselleşen, toplum belleğinde yer edinen ve belirli bir zaman diliminde ve isimle düzenlenen etkinlikler olan festivaller², düzenlendiği bölgenin imajını olumlu etkilemekte ve bölgenin festival süresinin dışındaki zamanlarda da ziyaret edilmesini sağlamaktadır.³

Spor yarışmaları, bölgesel fuar ya da panayırılar, yerel ürünlerin sergilenmesi, tiyatro, folklor, film, müzik gösterileri, defileler ile renklendirilen festivallerin her yıl düzenlenerek geleneksel hale gelmesi, kent üzerindeki ulusal ve uluslararası ilgiyi de gittikçe artırma beklentisini beraberinde getirmektedir.⁴ Bu açıdan bakıldığında kentsel ve bölgesel kalkınmada önemli bir yere sahip olan festivaller, yalnızca birer etkinlik olmanın yanı sıra ekonomik kalkınmanın bir unsuru olarak da görülmekte ve kültür öğelerinin gelecek nesillere aktarılmasında şehirlerin ve ülkelerin kendilerine özgü dokularının sergilenmesinde ve yaşatılmasında önemli birer *aracı* olarak ele alınmaktadır.⁵

Samsun ili Bafra ilçesinde 2019 yılında 3.'sü düzenlenen Kapıkaya Doğa Sporları ve Kültür Festivali (Kapıkaya Fest)'nin de yılın belirli günlerinde ve Kapıkaya Fest adıyla düzenlenen bir organizasyon olarak gelenekselleşmesi amaçlanmakta ve bunun getirisi olarak destinasyon imajının olumlu değişimi ve festival dışı zamanlarda da destinasyonun ziyaretçi sayısının artışına katkı sağlaması hedeflenmektedir. Bu çalışmada Bafra'da düzenlenen Kapıkaya Fest'e katılanların festivale ilişkin kalite ve değer algıları araştırılmıştır.

Literatür ve Problem

Turizm uygulamaları ve yönetim deneyimi, festivallerin ve yerel özel etkinliklerin, yerleşim yerlerini en hızlı büyüyen turizm cazibe merkezlerinden biri haline getirdiğini göstermektedir.⁶ Festival, katılımcıları arasında bir kutlama duygusu ve keyif deneyimi içeren bir tür temalı özel etkinliktir. Uysal ve Gitelson, festivali, potansiyel ziyaretçilere turizmin cazibesini artırmak için

¹ Onur Atak, Türk Turizminin Tanıtımında Festivallerin Yeri ve Önemi: Antalya Örneği. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, İstanbul 2009.

² Bob McKercher, Wan Sze Mei and Tony Tse, "Are short duration cultural festivals tourist attractions?", *Journal of Sustainable Tourism*, 14/1, 2006, s. 55-66.

³ Duarte B. Morais and Chung-Hsien Lin, "Why Do First Time and Repeat Visitors Patronize a Destination?", *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 27/2, 2010, s. 193-210.

⁴ Bilsen Bilgili, Önder Yağmur ve Hakan Yazarkan, "Turistik Ürün Olarak Festivallerin Etkinlik ve Verimliliği Üzerine Bir Araştırma: Erzurum-Oltu Kırdag Festivali Örneği", *International Journal of Social and Economic Sciences (IJSES)*, 2/2, 2012, s. 117-124.

⁵ Onur Atak, Selma Tatar ve Arda Tunaseli, "Kültürel Miras Oluşumunda Festivallerin Yeri ve Önemi: Fethiye Müzik Köyü Üzerine Bir Değerlendirme", *Journal of International Social Research*, 10/52, 2017, s. 1396-1409.

⁶ Donald Getz, "Event tourism: definition, evolution and research", *Tourism Management*, 29/3, 2008, s. 403-428.

sahnelenen geleneksel etkinlikler olarak tanımlamaktadır.⁷ Getz ise festivali halka açık ve temalı bir kutlama olarak ele almaktadır.⁸ Festivaller genelde toplumun belirli bir bölgeye, belirli bir zaman diliminde katılımıyla kültür, sanat, gelenek, din gibi çeşitli nedenlerle yapılan kutlamalardır. Kültürel unsurlar, sanatsal etkinlikler, yöreye özgü unsurlar ve çeşitli kutlamalar, festivallerin kapsamına girmektedir. Falassi festivalleri şu şekilde ele almaktadır:⁹

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

Festival turizmi genel olarak, bir destinasyonun "bir festival döneminde" ziyaret edilmesini ifade etmektedir.¹⁰ Festival turizminin bir turist destinasyonunun farkındalığını, cazibesini ve karlılığını artırmak için geliştirilen sınırlı süreli olaylarla bağlantılı olduğunu değerlendirmek mümkündür.¹¹ Genellikle bir topluluğun kültürel kimliğinden yararlanma ve onun yer duygusunu tanımlamaya katkıda bulunma olasılıkları bakımından, festival turizmi diğer olaylardan farklılık göstermektedir.^{12 13}

Kowalczyk'e göre, belirli bir bölgedeki turizmin gelişimi, turist trafiği olarak tanımlanan turist gezilerinin sonucu olan bir dizi değişikliğe neden olmaktadır.¹⁴ Değişiklikler mekânsal gelişim, ekonomi, sosyo-kültürel alan, siyasi idari kurumlar ve doğal çevre ile ilgilidir. Festival turizmi, festival mekânlarında çevresel iyileştirmelere de yol açabilmektedir. Festival zamanı yaklaştıkça, bölge sakinleri ve işletme sahipleri bölgeyi daha sık hale getirmek için faaliyetlere dâhil olmaktadır. Dahası, festivaller yerleşik hale geldikçe, şehir merkezlerindeki alanları yeniden geliştirmek, tarihi binaları korumak ve restore etmek, park ve toplum merkezleri inşa etmek, ağaç dikmek, caddeleri asfaltlamak ve tatil dekorasyonları kurmak gibi bir dizi gelişmeyi de

⁷ Muzaffer Uysal and Richard Gitelson, "Assessment of economic impacts: Festivals and special events". *Festival Management & Event Tourism*, 2, 1994, s. 3-9.

⁸ Donald Getz, *Event Management & Event Tourism*, Cognizant Communication Corporation, New York 1997.

⁹ Alessandro Falassi, *Time Out of Time: Essay on the Festival*, University of New Mexico Press 1987, Albuquerque.

¹⁰ Dianne O'Sullivan and Marion J. Jackson, "Festival tourism: A contributor to sustainable local economic development", *Journal of Sustainable Tourism*, 10/4, 2002, s. 325-342.

¹¹ Brent JR Ritchie, "Assessing the impact of hallmark events: conceptual and research issues", *Journal of Travel Research*, 23/1, 1984, s. 2-11.

¹² Donald Getz, "Geographic perspectives on event tourism", *A companion to tourism*, 2004, s. 410-422.

¹³ Andrea Schöllman, Harvey C. Perkins and Kevin Moore, "Rhetoric, claims making and conflict in touristic place promotion: The case of central Christchurch, New Zealand". *Tourism Geographies*, 3/3, 2001, s. 300-325.

¹⁴ Andrzej Kowalczyk, *Geografia turystyki*, Wydawn. Nauk, PWN 2000.

beraberinde getirmektedir.¹⁵ Ulaşım açısından çevresel olumsuzluklar meydana gelebilse de festivallerin bir avantajı, geçici olmaları ve etkili bir planlama ile turistlerin 'yıl boyunca' yaratabileceği sorunları kısa bir süreye toplamalarıdır.^{16 17 18}

Festivaller, kapsamaları bakımından ele alındığında, bölge turizmi için önemli fırsatlar oluşturmaktadır. Festivaller turizm sezonunu uzatabilmekte, hükümetler için gelir yaratabilmekte¹⁹; yaratılan gelir ile mevcut işletmeleri destekleyip ve yeni girişimleri de teşvik ederek yerel ekonomi üzerinde olumlu ekonomik etkiler oluşturabilmektedir.²⁰ Turistler ise etkinlikler sırasında sunulan, bazen egzotik kültür gibi görünen birçok unsurdan etkilenmektedir.²¹ Ayrıca, turistler, alışılmadık atmosferdeki etkinliklere katılmak ve benzer ilgi alanlarına sahip insanlarla tanışmak istemektedir. Cudny vd., festivallerin temel özelliklerini çeşitli ve sıra dışı olaylardan oluşmaları, yerel toplulukların kültürleri ve dinleri ile ilişkili olmaları ve birçok sosyal ve kültürel öğeyi içermeleri olarak açıklamaktadırlar. Bu özellikleriyle festivaller, turistlerin ilgilerini çekmekte ve beklentilerini arttırmaktadır.²²

Festivaller, yöreye özgü çeşitli nitelikteki unsurların turizme entegre olmasını da beraberinde getirmektedir. Kladou, festivallerin bir destinasyonun ürün yelpazesini genişletmek için düşük maliyetli bir yol olduğunu ve destinasyonun somut olmayan kültürel mirasını, yerel geleneklerini, etnik özelliklerini ve kültürel görünümünü sergileme fırsatı sunan etkinlikler olduğunu ifade etmektedir.²³ Festivallerin turist harcamalarını artırdığı bir gerçektir. Dianne ve Marion, festivallerin genellikle yerel işletmeleri desteklediğini, restoranlara, el sanatları üreticilerine, eğlence hizmeti sunanlara ve sonuçta hizmet sektörünün her alanına katkıda bulunduğunu belirtmektedir.²⁴ Chang yerel festivallerin destinasyon pazarlamasında ve yerel ekonominin güçlendirilmesinde önemli bir rol oynadığını belirtmektedir.²⁵ Bu doğrultuda festivallere katılan ziyaretçilerin, festivallere ilişkin kalite ve değer algılarının belirlenmesi, bölge turizminin festivalden alacağı katkının yükselmesi açısından önem taşımaktadır.

¹⁵ Robert Janniskee, "Historic houses and special events", *Annals of Tourism Research*, 23/2, 1996, s. 398-414.

¹⁶ Alister Mathieson and Geoffrey Wall, *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*, London 1982: Longman.

¹⁷ Bill Bramwell and Bernard Lane, "Interpretation and sustainable tourism – The potential and the pitfalls", *Journal of Sustainable Tourism*, 1/2, 1993.

¹⁸ Emma J. Stewart, "The place of interpretation", *Tourism Management*, 6/1, 1998, s. 44-52.

¹⁹ Brent JR Ritchie and Donald Beliveau, "Hallmark events: An evaluation of a strategic response to seasonality in the travel market", *Journal of Travel Research*, 13/2, 1974, s. 14-20.

²⁰ Charless Mitchell and Geoffrey Wall, "Impacts of cultural festivals on Ontario communities", *Recreation Research Review*, 13/1, 1986, s. 28-37.

²¹ Bernadette Quinn, "Arts, festivals, urban tourism and cultural policy", *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure & Events*, 2, 2010, s. 264-279.

²² Waldemar Cudny, Pavol Korec and Rafal Rouba, "Resident's perception of festivals – the case study of Łódź", *Slovak Sociological Review*, 44, 2012, s. 704-728.

²³ Stella Kladou, *Kültür Festivalleri: Genel Bir Bakış* (Ed. Serhan Ada), İstanbul'un Festivalleri. İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul 2011.

²⁴ O'Sullivan and Jackson, "Festival Tourism: A Contributor to Sustainable Local Economic Development?", s. 325-342.

²⁵ Janet Chang, "Segmenting Tourists to Aboriginal Cultural Festivals: An Example in the Rukai Tribal Area, Taiwan", *Tourism Management*, 27/6, 2006, s. 1224-1234.

Samsun'un Bafra ilçesindeki tarihi yerleri içerisinde barındıran, Kızılırmak'ın yanı başında bulunan Asar Kale ve Paflagonya Kaya Mezarlarının arasındaki eşsiz güzellikteki manzarasıyla Altınkaya Baraj Gölü'nde gerçekleştirilen Kapıkaya Fest ya da "Kapıkaya Uluslararası Doğa Sporları ve Kültür Festivali", her sene Temmuz ayında düzenlenmektedir. Ulusal ve uluslararası birçok sporcu ve doğa severi bir araya getirmek amacıyla bir dizi etkinliği (*foto safari, bambu sal, tekne gezileri, yamaç paraşütü, geleneksel el sanatları atölyeleri, ATV safari, çarpışan su botu, halat üstünde yürüme (slackline), paintball poligon, akrobasi gösterileri, Kızılırmak Deltası Kuş Cenneti ve çevre gezileri, trekking, dağcılık faaliyetleri, trambolin vb.*) barındırmaktadır. Türkiye'nin de ilk "Sıfır Atık Temalı Doğa Festivali" dir.²⁶ Festivalin yeni olması, yıllara yayılması sürecinin sağlıklı bir şekilde planlanmasını gerekli kılmaktadır. Bu noktada, festivale katılanların festivale ilişkin görüş ve değerlendirmelerinin dikkate alınması, festivalin gelişimi ve geleceği açısından önem kazanmaktadır. Bu doğrultuda bu araştırmanın amacı, Bafra'da üçüncüsü düzenlenen Kapıkaya Fest'e katılanların festivale ilişkin kalite ve değer algılarını belirleyebilmektir. Bu amaç doğrultusunda cevap aranan araştırma soruları şu şekildedir:

- Kapıkaya Fest'e katılanların, festivale ilişkin kalite ve değer algıları nasıldır?
- Katılımcıların festivale ilişkin kalite ve değer algıları demografik özelliklerine göre anlamlı bir farklılık göstermekte midir?

Yöntem

Araştırma nicel bir araştırma olup, veriler Kapıkaya Fest'e katılan ve festival-kamp alanında konaklama yapan 84 ziyaretçiden anket aracılığıyla elde edilmiştir. Kamp alanında 200 kadar çadır yer aldığı ziyaretçilerin tamamına ulaşılması amaçlanmış ve örneklem alınmamış olup, ankete katılmayı kabul eden ziyaretçilerden veriler elde edilmiştir. Uygulanan anket iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin sorulara, ikinci bölümde ise Yoon vd. tarafından geliştirilen, 8 boyuttan ve 28 sorudan oluşan festival kalite ve değer ölçeğine bölgesel özellikler dikkate alınarak eklenen 12 soru ile desteklenen soru formuna yer verilmiştir. Söz konusu soru formundaki 8 boyut şu şekildedir:²⁷

- Enformasyon sistemleri,
- Festival programı,
- Hatıra eşyalar,
- Yemekler,
- Olanaklar ve alt yapı,
- Festival değeri,

²⁶ Samsun İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Kapıkaya Doğa Sporları Festivali, <https://samsun.ktb.gov.tr/TR-217347/kapikaya-doga-sporlari-festivali.html> (23.09.2020)

²⁷ Yoo-Shik Yoon, Jin-Soo Lee and Choong-Ki Lee, "Measuring Festival Quality and Value Affecting Visitors' Satisfaction and Loyalty Using a Structural Approach", *International Journal of Hospitality Management*, 29, 2010, s. 335-342.

- Festival memnuniyeti ve
- Festival sadakati boyutlarıdır.

Elde edilen veriler yüzde, frekans, aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri ile betimlenmiş, boyutlara göre farklılıklarının analizinde iki değişken içeren gruplar için bağımsız t testi, ikiden fazla değişken içeren gruplar için ise tek yönlü varyans analizinden yararlanılmıştır. Farklılıkların ikili olarak çoklu karşılaştırmaları Bonferroni testi ile gerçekleştirilmiştir.

Bulgular

Araştırmanın bu bölümünde, katılımcılardan elde edilen verilerin analizine yer verilmiştir. Tablo 1'de katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin bilgiler sunulmuştur.

Demografik Özellikler		f	%
Cinsiyet	Kadın	37	44
	Erkek	47	56
Medeni Durum	Bekâr	44	52,4
	Evli	40	47,6
İkamet	Samsun	62	73,8
	Samsun dışı	22	26,2
Yaş Grubu	18 - 25 yaş arası	33	39,3
	26 - 35 yaş arası	15	17,9
	36 - 45 yaş arası	18	21,4
	46 yaş ve üzeri	18	21,4
Eğitim Durumu	İlköğretim	1	1,2
	Lise	35	41,7
	Ön lisans	12	14,3
	Lisans ve üstü	36	42,9
	2000 TL'den az	30	35,7
Gelir Durumu	2001 – 4000 arası	25	29,8
	4001 – 6000 arası	16	19
	6001 ve üzeri	13	15,5
Festivale Katılma Amacı	Spor	15	17,9
	Kamp	58	69,0
	Diğer	11	13,1

Tablo 1: Katılımcıların Demografik Özellikleri

Tablo 1 incelendiğinde, araştırmaya katılanların %44'ü kadın, %56'sı erkektir. Katılımcıların %52,4'ü bekâr iken, %47,6'sı evlidir. Katılımcıların

yalnızca %26,2'si Samsun dışında ikamet etmektedir. Katılımcıların yaşlarına göre dağılımı incelendiğinde, %39,3'ünün 18-25 yaş arasında, %17,9'unun 26-35, %21,4'ünün 36-45 ve yine aynı orandaki %21,4'ünün de 46 yaş ve üzerinde olduğu görülmektedir. Katılımcılar eğitim düzeylerine göre incelendiğinde, yarısından fazlasının üniversite ve daha üst düzeyde (%14,3 ön lisans, %42,9 lisans ve üstü) eğitilmiş olduğu göze çarpmaktadır. Katılımcıların gelir durumları incelendiğinde, %35,7'sinin 2000 TL'den az, %29,8'inin 2001 ile 4000 TL arasında, %19'unun 4001 ile 6000 TL arasında, %15,5'inin 6001 TL ve üzerinde olduğu görülmektedir. Araştırmaya katılanların festivale katılım amacı incelendiğinde, büyük oranda (%69) kamp amaçlı olduğu göze çarpmaktadır. Boyutlara ilişkin ortalama değerler Tablo 2'de sunulmuştur.

Araştırmaya katılanların festival kalite ve değer soru formuna ilişkin görüşleri, boyut ortalamalarına göre Tablo 2'de sunulmuştur. Ayrıca boyutlara ilişkin ortalamaların ikili olarak çoklu karşılaştırmasına yer verilmiştir.

Boyutlar	Ort.	s.s	F	p	Çoklu Karşılaştırma**
1. Enformasyon Sistemleri	3,63	0,92	12,826	0,000*	a
2. Festival Programı	3,25	1,09			b
3. Hatıra Eşyalar	3,15	1,19			b
4. Yemekler	3,21	1,23			b
5. Olanaklar ve Alt yapı	3,47	0,92			a
6. Festival değeri	3,24	1,12			b
7. Festival Memnuniyeti	3,68	1,11			a
8. Festival Sadakati	3,78	1,38			a

* $p < 0,001$,

** a, b, farklı harfleri içeren boyutlar arasında anlamlı farklılık vardır.

Tablo 2: Festival Kalite ve Değer Boyutlarının Karşılaştırılması

Tablo 2'deki bulgular, Kapıkaya Fest'e katılanların festivale yönelik kalite ve değer algılarının ortalama, standart sapma ve birbirlerine göre farklılıklarını ortaya koymaktadır. Buna göre, festival sadakati boyutu en yüksek ortalamaya sahipken ($x = 3,78$), hatıra eşyalar boyutu ise en düşük ortalama değere sahip olan ($x = 3,15$) boyutu temsil etmektedir. Genel olarak değerlendirildiğinde festival sadakati boyutunu takip eden en yüksek ortalama değerine sahip olan boyutlar festival memnuniyeti ($x = 3,68$) ile enformasyon sistemleri ($x = 3,63$), boyutlarıdır. Hatıra eşyalar boyutunu ise en düşük katılım gösterilen boyutlar olarak yemekler ($x = 3,21$), festival değeri ($x = 3,24$) ve festival programı ($x = 3,25$) boyutları izlemektedir. Boyutlara ilişkin ortalamalar topluca değerlendirildiğinde, katılımcıların cevaplarının ortalama değerinin biraz üzerinde olduğu; memnuniyet düzeyinin çok yüksek olmadığını belirtmek mümkündür.

Boyutların ikili olarak çoklu karşılaştırmalarına yönelik gerçekleştirilen Bonferroni testi sonuçları, enformasyon sistemleri, festival memnuniyeti, festival sadakati ve olanaklar ve altyapı boyutlarının; hatıra eşyalar, yemekler,

festival programı ve festival değeri boyutlarından daha yüksek ortalamaya sahip ve istatistiksel açıdan farklılık olduğunu göstermektedir.

İlgili literatür incelendiğinde Lee vd. tarafından yapılan çalışma, festivale yönelik algıları ortaya koyarken, çalışmada en yüksek ortalamaya sahip boyutların festival sadakati ve festival memnuniyeti, en düşük ortalamaya sahip boyutların ise festival ürünleri (hediyelik eşya vb.) ile altyapı ve olanaklar boyutları olduğu tespit edilmiştir.²⁸ Tanford ve Jung, yaptıkları meta-analiz çalışmasıyla festivallere yönelik en yüksek anlam ifade eden boyutların festival memnuniyeti ve sadakati olduğunu ortaya koymuş ve sadakat ile memnuniyeti oluşturan alt unsurları da belirtmişlerdir.²⁹ Festival memnuniyetinde etkili olan faktörler; aktiviteler, çevre, tavizler, sosyalleşme ve kaçış eğilimi olarak sıralanmaktadır. Buna bağlı olarak festival sadakatine en çok etki eden faktörlerin festivalden duyulan memnuniyet, aktiviteler, çevre, kaçış eğilimi ve festivale ilişkin algılanan değer olduğu bulunmuştur. Doğrul vd., algılanan festival değerine istatistiksel olarak olumlu etkisi en fazla olan boyutların festival programı ve festival alanı olduğunu belirtmektedir. Ayrıca festival programı ve festival alanı boyutlarının festival memnuniyeti üzerine olumlu etkisi olduğunu ortaya koymuşlardır.³⁰

Buzcu ve Oğuz, algılanan kalite ve algılanan değer ile festival programı arasında yüksek düzeyde pozitif yönde ilişki olduğunu belirtirken, algılanan kalite ve sunulan hizmetler (olanaklar) arasında düşük düzeyde pozitif yönde ilişki olduğu bulgularına ulaşmışlardır. Yapılan çalışmada festival programının algılanan değer, algılanan kalite ve algılanan memnuniyet üzerinde en önemli değişken olduğu belirlenmiştir.³¹ Belirtilen çalışmalar özelinde dikkat çekilen bu bulgular, mevcut araştırma bulgularıyla yüksek seviyede benzerlik göstermektedir. Polat vd., içeriği yiyecek üzerine olan bir festival üzerine yaptıkları çalışmada festival kalitesine yönelik en yüksek ortalamaya sahip faktörün yiyecek, en düşük ortalamaya sahip faktörün ise kolaylaştırıcı hizmetler olduğunu ortaya koymuşlardır.³² Bu bulgular, mevcut araştırma bulgularıyla örtüşmemekle beraber, uyumsuz sonuçların nedeninin iki farklı konseptte sahip festival üzerinde araştırma yapılmış olmasından kaynaklandığı düşünülmektedir. Buna rağmen yemeklerin festival kalitesi açısından önemli bir değişken olduğunu göz ardı etmemek gerekir.

Tablo 3'te katılımcıların festival kalite ve değer soru formuna ilişkin katılımcı görüşlerinin, demografik özelliklerine göre farklılıklarının özetine yer verilmiştir. Demografik özelliklere göre karşılaştırmalar tek yönlü varyans

²⁸ Jin-Soo Lee, Choong-Ki Lee and Youngjoon Choi, "Examining the role of emotional and functional values in festival evaluation", *Journal of Travel Research*, 50/6, 2011, s. 685-696.

²⁹ Sarah Tanford and Shinyong Jung, "Festival attributes and perceptions: A meta-analysis of relationships with satisfaction and loyalty", *Tourism Management*, 61, 2017, s. 209-220.

³⁰ Ümit Doğrul, Kandemir Atçeken ve Ayşe Şahin, "Festival kalitesinin ziyaretçilerin algıladıkları değer, tatmin ve sadakat üzerine etkisi: Mersin uluslararası narenciye festivali üzerine bir uygulama", *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 12/1, 2015, s. 72-84.

³¹ Zafer Buzcu ve Sibel Oğuz, "Festival ziyaretçilerinin algıladıkları değer, memnuniyet ve sadakatin festival kalitesi ile olan ilişkisi: Adana kebab-şalgam festivali örneği", *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7/4, 2019, s. 3140-3155.

³² Eray Polat, Büşra Diken ve Sultan N. Kılıç, "Festival kalitesi, algılanan değer, festival tatmini ve festival sadakati arasındaki ilişkilerin tespiti üzerine bir araştırma: Uluslararası Manisa mesir macunu festivali örneği", *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16/4, 2018, s. 23-44.

analizi ile bağımsız örneklemeler için t testi ile ortaya konulmuş olup testlerin sonuçlarına tabloda yer verilmiştir.

	Cinsiyet	Medeni Durum	İkamet edilen yer	Yaş Grubu	Eğitim Durumu	Gelir Durumu	Festivale katılım amacı
1. Enformasyon Sistemleri							
2. Festival Programı							
3. Hatıra Eşyalar							
4. Yemekler							
5. Olanaklar ve Alt yapı						✓	
6. Festival değeri						✓	
7. Festival Memnuniyeti			✓				
8. Festival Sadakati			✓	✓		✓	

✓ ile işaretlenen kısımlarda, gerçekleştirilen testlerin sonuçlarına göre anlamlı farklılık vardır ($p < 0,05$).

Tablo 3: Demografik Özelliklere Göre Karşılaştırma

Tablo 3 incelendiğinde, festival kalite ve değerine ilişkin katılımcıların görüşlerinin enformasyon sistemleri, festival programı, hatıra eşyalar ve yemekler boyutlarında anlamlı bir farklılık göstermediği tespit edilmiştir ($p > 0,05$). Katılımcıların gelir durumlarına göre, olanaklar ve alt yapı, festival değeri ve festival sadakati boyutları anlamlı farklılıklar göstermektedir. Buna göre olanaklar ve alt yapı boyutunda 2000 TL ve altında gelir elde edenler, yüksek gelir elde edenlere göre daha olumlu görüş bildirmişlerdir. Festival değeri konusunda 2000-4000 TL arasında gelir elde edenler daha olumlu görüş bildirirken, aynı grup festival sadakati konusunda en olumsuz görüş bildiren grubu temsil etmektedir. Katılımcıların yaş gruplarına göre festival sadakati konusunda anlamlı farklılıklar tespit edilmiş olup, daha genç ve daha yaşlı katılımcıların diğerlerine göre festival sadakatine yönelik görüşlerinin daha olumlu olduğu değerlendirilmiştir. Katılımcıların ikamet ettikleri yer, festival memnuniyeti ve festival sadakati konusunda belirleyici bir nitelik taşımaktadır. Her iki boyutta da Samsun dışından gelenlerin daha olumsuz görüş bildirdikleri göze çarpmaktadır.

Sonuç ve Öneriler

Festival, her şeyden önce, uluslararası zevklere sahip seçkinler tarafından tüketilen, girişkenlik, mükemmellik ve aşinalık arayan bileşik bir

deneyimsel üründür.³³ Turizm açısından festivaller ise turistleri çekmesi açısından önemlidir. Festivaller, belirli bir bölgenin önemli turistik varlıklarını kapsamakta; aynı zamanda turistlerin ihtiyaçlarını karşılayan turistik ürün niteliği taşımaktadır. Örneğin; festivaller doğanın korunmasını teşvik ederek doğal miras üzerinde olumlu etkiler yaratabilmektedir. Festivaller ile maddi ve maddi olmayan kültür unsurları sunulmakta ve turistler, kültürel miras alanlarına çekilmektedir. Özetle festivaller, kültürü teşvik eden ve deneyimlemeyi mümkün kılan, turistlere eğlence sağlayan ve boş zamanları ilginç bir şekilde geçirme fırsatı sunan etkinliklerdir. Ayrıca turistlerin kültürel altyapısı üzerinde de etkileri bulunmaktadır. Turistlere bilgi edinme ve fikir alışverişinde bulunulmasının yanı sıra öğrenme fırsatı da sunmaktadırlar. Dahası, hoşgörüyü ve çok kültürlülüğü teşvik etmektedir. Tüm bu unsurlar festival turizminin olumlu etkileri arasındadır.³⁴

Festivaller, benzersiz olmasıyla değil yoğunluğu, mükemmelliği ile başarılı olmaktadır.³⁵ Bu noktada sahip olunan değerlerin ne olduğundan ziyade nasıl sunulduğu; başka bir ifadeyle festivalin organizasyonu önem kazanmaktadır. Kaliteli bir festival tasarlamak, algılanan değeri ve memnuniyeti artırmak, bir festivali başarılı kılmak için en önemli faktörlerdir.³⁶ Bu bilgilerden hareketle, Kapıkaya Fest'e katılanların, festival kalite ve değer soru formuna ilişkin görüşleri incelendiğinde, özellikle hatıra eşyalar, yemekler, festival programı ve festival değeri boyutlarının diğerlerine göre düşük olduğu göze çarpmaktadır. Bu doğrultuda, festivalin yeni dönemlerinde yemeklerin niteliği ve fiyatı, hatıra eşyaların çeşitliliği, festival programının organizasyonu ve yönetimi konularında daha kapsamlı bir hazırlık süreci yürütülmesi gerektiğini ifade etmek mümkündür. Bu hususların, katılımcıların festival değerine yönelik görüşlerini de olumlu etkileyeceğini belirtmek gerekir. Bununla birlikte, her ne kadar olanaklar ve alt yapı boyutunun ortalaması, söz konusu boyutlara göre yüksek olsa da bu boyuttaki tuvalet temizliği ve kamp alanının düzeni konusundaki görüşler olumsuzdur. Bu husus da festivali organize edenlerin dikkate alması gereken hususlar arasında yer almaktadır.

Lee vd. ile Baker ve Crompton tarafından gerçekleştirilen çalışmalarda da festival değerinde, tesislerin (tuvaletler, duşlar, dinlenme alanları vb.) önemine dikkat çekilmiştir. Uygun tesisler ile duygusal değer arasında önemli bir ilişki olduğu belirtilmiştir.³⁷ ³⁸ Bu sonuç, uygun tesisler minimum kabul edilebilir kalite düzeyine sahip olmadığı sürece festival ziyaretçilerinin tatsız bir deneyim yaşayacağı anlamına gelmektedir. Aynı zamanda Lee vd. ile Yoon vd.

³³ Richard Prentice and Vivien Andersen, "Festival as creative destination", *Annals of tourism research*, 30/1, 2003, s. 7-30.

³⁴ Waldemar Cudny, "Festival tourism—the concept, key functions and dysfunctions in the context of tourism geography studies", *Geographical Journal*, 65/2, 2013, s. 105-118.

³⁵ Martin Oppermann, "Where psychology and geography interface in tourism research and theory", *Consumer Psychology of Tourism, Hospitality and Leisure*, 1999, s. 19-37.

³⁶ Lee, Lee and Choi, "Examining the role of emotional and functional values in festival evaluation", s. 685-696.

³⁷ Lee, Lee and Choi, "Examining the role of emotional and functional values in festival evaluation", s. 685-696.

³⁸ Dwayne Baker and John L. Crompton, "Quality, Satisfaction and Behavioral Intentions", *Annals of Tourism Research*, 27/3, 2000, s. 785-804.

de çalışmalarında hediyeleşik eşya gibi ürünlerin festivalin değerini olumlu yönde etkilediğini bulmuşlardır.^{39 40}

Katılımcıların festival kalite ve değer soru formundaki ifadelere ilişkin görüşlerinin demografik özelliklere göre farklılıkları incelendiğinde, il dışından festivale katılanların festival memnuniyeti ve festival sadakati konusundaki olumsuz görüşleri göze çarpmaktadır. Festivallerin, yörenin/şehrin tanıtımı ile ilişkisi dikkate alındığında bu sorunun üzerinde durulması ve devam eden festivallerde festival değerini ve sadakatini arttırıcı önlemler alınması gerekecektir. Aksi takdirde festivalin amacından uzaklaşacağı, yerel olarak kalacağı ve dahası destinasyon dışından gelenler üzerinde destinasyona yönelik olumsuz düşünceler oluşturacağını da ifade etmek mümkündür. Bu doğrultuda yeni bir festival olup, henüz emekleme aşamasında olan Kapıkaya Fest açısından yola çıkarak, genel ölçekte festival tasarlamayı planlayan destinasyon yöneticilerine, bu süreçlerde etkin rol oynayacak turizm işletmecilerine şu önerileri sunmak mümkündür:

- Kitterlin ve Yoo'nun da belirttiği gibi festival organizatörleri, etkin bir festival planlaması yapmak ve daha verimli bir festival pazarlama konumu ve pazarlama stratejisi oluşturmak için festivallere katılmada turistlerin motivasyonlarını anlamamanın zorunlu olduğu dikkate alınmalıdır.⁴¹ Bu doğrultuda festivallere yönelik yapılan araştırma sonuçları özenle takip edilmelidir.
- Festivallerin ekonomik etkilerine yönelik çalışmalar, festival turizminin yerel turizmle ilgili işletmelere fayda sağlayabileceğini öne sürmeye devam etse kısa süreli gelir yaratmak tek başına yeterli değildir.⁴² Festival turizmi yerel işletmelere ve yerel yaşama sürdürülebilir bir biçimde katkıda bulunacaksa anlamlı olacaktır.

Bu çalıştırmada elde edilen veriler, Kapıkaya Fest'e katılan katılımcıların bir kısmının görüşleri ile sınırlıdır. Buna rağmen her düzeyde yapılacak festivallerin kalite değerlerinin belirlenmesi, sonraki festivaller için ön araştırma niteliği taşıyabilecek; böylelikle öncelikle yerel düzeyde ve sonrasında ulusal kapsamda festival turizminin niteliğini arttırıcı sonuçlar ortaya çıkaracaktır.

³⁹ Jin-Soo Lee, Choong-Ki Lee and Yoosik Yoon, "Investigating Differences in Antecedents to Value between First-Time and Repeat FestivalGoers", *Journal of Travel & Tourism*, 26/7, 2009, s. 688-702.

⁴⁰ Yoon, Lee and Lee, "Measuring Festival Quality and Value Affecting Visitors' Satisfaction and Loyalty Using a Structural Approach", s. 335-342.

⁴¹ Miranda Kitterlin and Michelle Yoo, "Festival motivation and loyalty factors", *Encontros Científicos-Tourism & Management Studies*, 10/1, 2014, s. 119-126.

⁴² Yingmiao Yu and Douglas Michele Turco, "Issues in tourism event economic impact studies: The case of the Albuquerque International Balloon Fiesta", *Current Issues in Tourism*, 3/2, 2000, s. 138.

Kaynaklar

- ATAK, Onur, *Türk Turizminin Tanıtımında Festivallerin Yeri ve Önemi: Antalya Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, İstanbul 2009.
- ATAK, Onur – TATAR, Selma – TUNASELİ, Arda, “Kültürel Miras Oluşumunda Festivallerin Yeri ve Önemi: Fethiye Müzik Köyü Üzerine Bir Değerlendirme”, *Journal of International Social Research*, 10/52, 2017, ss. 1396-1409.
- BAKER, Dwayne A. – CROMPTON, John L., “Quality, Satisfaction and Behavioral Intentions.” *Annals of Tourism Research*, 27/3, 2000, ss. 785-804
- BİLGİLİ, Bilsen – YAĞMUR, Önder – YAZARKAN, Hakan, “Turistik Ürün Olarak Festivallerin Etkinlik ve Verimliliği Üzerine Bir Araştırma: Erzurum-Oltu Kırdag Festivali örneği”, *International Journal of Social and Economic Sciences (IJSES)*, 2/2, 2012, ss. 117-124.
- BRAMWELL, Bill – LANE, Bernard, “Interpretation and sustainable tourism – The potential and the pitfalls” *Journal of Sustainable Tourism*, 1/2, 1993.
- BUZCU, Zafer – OĞUZ, Sibel, “Festival ziyaretçilerinin algıladıkları değer, memnuniyet ve sadakatın festival kalitesi ile olan ilişkisi: Adana kebab-şalgam festivali örneği”, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7/4, 2019, ss. 3140-3155.
- CHANG, Janet, “Segmenting Tourists to Aboriginal Cultural Festivals: An Example in the Rukai Tribal Area, Taiwan”, *Tourism Management*, 27/6, 2006, ss. 1224-1234.
- CUDNY, Waldemar – KOREC, Pavol – ROUBA, Rafal, “Resident’s perception of festivals – the case study of Łódź”. *Slovak Sociological Review*, 44, 2012, ss. 704-728.
- CUDNY, Waldemar, “Festival tourism–the concept, key functions and dysfunctions in the context of tourism geography studies”, *Geographical Journal*, 65/2, 2013, ss. 105-118.
- DIANNE, O’Sullivan – MARION, Jackson. J., “Festival Tourism: A Contributor to Sustainable Local Economic Development?”, *Journal of Sustainable Tourism*, 10/4, 2002, ss. 325-342.
- DOĞRUL, Ümit – ATÇEKEN, Kandemir – ŞAHİN, Ayşe, “Festival kalitesinin ziyaretçilerin algıladıkları değer, tatmin ve sadakat üzerine etkisi: Mersin uluslararası narenciye festivali üzerine bir uygulama”, *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 12/1, 2015, ss. 72-84.
- FALASSI, Alessandro, *Time Out of Time: Essay on the Festival*, University of New Mexico Press, Albuquerque 1987.
- GETZ, Donald, *Event Management & Event Tourism*, Cognizant Communication Corporation, New York 1997.
- GETZ, Donald, “Geographic perspectives on event tourism”, *A companion to tourism*, 2004, ss. 410-422.

- GETZ, Donald, "Event tourism: definition, evolution and research", *Tourism Management*, 29/3, 2008, ss. 403-428.
- JANNISKEE, Robert L., "Historic houses and special events", *Annals of Tourism Research* 23/2, 1996, ss. 398-414.
- KITTERLIN, Miranda – YOO, Michelle, "Festival motivation and loyalty factors", *Encontros Científicos-Tourism & Management Studies*, 10/1, 2014, ss. 119-126.
- KLADOU, Stella, *Kültür Festivalleri: Genel Bir Bakış* (Ed. Serhan Ada), İstanbul'un Festivalleri, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul 2011.
- KOWALCZYK, Andrzej, *Geografia turystyki*. Wydawn. Nauk. PWN 2000.
- LEE, Jin-Soo – LEE, Choong-Ki – YOON, Yooshik, "Investigating Differences in Antecedents to Value between First-Time and Repeat FestivalGoers", *Journal of Travel & Tourism*, 26/7, 2009, ss. 688-702.
- LEE, Jin-Soo – LEE, Choong-Ki – CHOI, Youngjoon, "Examining the role of emotional and functional values in festival evaluation", *Journal of Travel Research*, 50/6, 2011, ss. 685-696.
- MATHIESON, Alister – WALL, Geoffrey, *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*, London 1982: Longman.
- MCKERCHER, Bob – MEI, Wan Sze, TSE, Tony, "Are short duration cultural festivals tourist attractions?", *Journal of Sustainable Tourism*, 14/1, 2006, ss. 55-66.
- MITCHELL, Charles – WALL, Geoffrey, "Impacts of cultural festivals on Ontario communities", *Recreation Research Review* 13/1, 1986, ss. 28-37.
- MORAIS, Duarte B. – LIN, Chung-Hsien, "Why Do First Time and Repeat Visitors Patronize a Destination?", *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 27/2, 2010, ss. 193-210.
- OPPERMANN, Martin, "Where psychology and geography interface in tourism research and theory", *Consumer Psychology of Tourism, Hospitality and Leisure*, 1999, ss. 19-37.
- O'SULLIVAN, Diane – JACKSON, Marion J., "Festival tourism: A contributor to sustainable local economic development" *Journal of Sustainable Tourism*, 10/4, 2002, ss. 325-342.
- POLAT, Eray – DİKEN, Büşra – KILIÇ, Sultan N., "Festival kalitesi, algılanan değer, festival tatmini ve festival sadakati arasındaki ilişkilerin tespiti üzerine bir araştırma: Uluslararası Manisa mesir macunu festivali örneği", *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16/4, 2018, ss. 23-44.
- PRENTICE, Richard – ANDERSEN, Vivien, "Festival as creative destination", *Annals of Tourism Research*, 30/1, 2003, ss. 7-30.
- QUINN, Bernadette, "Arts festivals, urban tourism and cultural policy", *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure & Events*, 2, 2010, ss. 264-279.

- RITCHIE, JR Brent – BELIVEAU, Donald, “Hallmark events: An evaluation of a strategic response to seasonality in the travel market”, *Journal of Travel Research*, 13/2, 1974, ss. 14–20.
- RITCHIE, JR Brent, “Assessing the impact of hallmark events: conceptual and research issues”, *Journal of Travel Research*, 23/1, 1984, ss. 2-11.
- SAMSUN İL KÜLTÜR VE TURİZM MÜDÜRLÜĞÜ. “Kapıkaya Doğa Sporları Festivali”, <https://samsun.ktb.gov.tr/TR-217347/kapikaya-doga-sporlari-festivali.html> (23.09.2020)
- SCHÖLLMAN, Andrea – PERKINS, Harvey C., MOORE, Kevin, “Rhetoric, claims making and conflict in touristic place promotion: The case of central Christchurch, New Zealand”, *Tourism Geographies*, 3/3, 2001, ss. 300– 325.
- STEWART, Emma J., “The place of interpretation”, *Tourism Management* 6/1, 1998, ss. 44–52.
- TANFORD, Sarah – JUNG, Shinyong, “Festival attributes and perceptions: A meta-analysis of relationships with satisfaction and loyalty”, *Tourism Management*, 61, 2017, ss. 209-220.
- UYSAL, Muzaffer – GITELSON, Richard, “Assessment of economic impacts: Festivals and special events”, *Festival Management & Event Tourism*, 2, 1994, ss. 3–9.
- YOON, Yoo-Shik – LEE, Jin-Soo. – LEE, Choong-Ki, “Measuring Festival Quality and Value Affecting Visitors’ Satisfaction and Loyalty Using a Structural Approach”, *International Journal of Hospitality Management*, 29, 2010, ss. 335–342.
- YU, Yingmiao – TURCO, Douglas Michele, “Issues in tourism event economic impact studies: The case of the Albuquerque International Balloon Fiesta”, *Current Issues in Tourism* 3/2, 2000, ss. 138.