



[itobiad], 2021, 10 (3): 2443-2472

<p>Festival Ziyaretçilerinin Sosyal Fayda, Sosyal Maliyet ve Memnuniyet Algısının Gelecekteki Katılım Niyeti Üzerindeki Etkisi: Gönen Alışveriş Festivali Örneği</p> <p>The Effect of the Perception of Social Benefit, Social Cost and Satisfaction of Festival Visitors on Future Participation Intention: The Case of Gönen Shopping Festival</p> <p>Video Link: https://youtu.be/SuyeBpAs1U8</p>	
<p>Orhan DUMAN Dr. Öğretim Üyesi, Bandırma Onyediy Eylül Üniv. Yeni Medya ve İletişim Bölümü Asst. Prof., Bandırma Onyediy Eylül University, Department of New Media and Communication oduman@bandirma.edu.tr / Orcid No: 0000-0002-8983-5949</p> <p>Fatih ŞAHİN Dr. Öğretim Üyesi, Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi, Gönen Meslek Yüksekokulu Asst. Prof., Bandırma Onyediy Eylül University, Gönen Vocational School fsahin@bandirma.edu.tr / Orcid No: 0000-0002-4760-4413</p> <p>İnci Merve ALTAN Dr. Öğretim Üyesi, Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi, Bandırma MYO Asst. Prof., Bandırma Onyediy Eylül University, Bandırma Vocational School ialtan@bandirma.edu.tr / Orcid No: 0000-0002-6269-7726</p>	

Makale Bilgisi / Article Information

Makale Türü / Article Type	: Araştırma Makalesi / Research Article
Geliş Tarihi / Received	: 26.04.2021
Kabul Tarihi / Accepted	: 09.08.2021
Yayın Tarihi / Published	: 12.09.2021
Yayın Sezonu	: Temmuz-Ağustos-Eylül
Pub Date Season	: July-August-September

Atıf/Cite as: Duman, O. , Şahin, F. & Altan, İ. M. (2021). Festival Ziyaretçilerinin Sosyal Fayda, Sosyal Maliyet ve Memnuniyet Algısının Gelecekteki Katılım Niyeti Üzerindeki Etkisi: Gönen Alışveriş Festivali Örneği . İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi , 10 (3) , 2443-2472 . Retrieved from <http://www.itobiad.com/tr/pub/issue/64619/912761>

İntihal /Plagiarism: Bu makale, en az iki hakem tarafından incelenmiş ve intihal içermediği teyit edilmiştir. / This article has been reviewed by at least two referees and confirmed to include no plagiarism. <http://www.itobiad.com/>

Copyright © Published by Mustafa YİĞİTOĞLU Since 2012 – Istanbul / Eyup, Turkey. All rights reserved.

Festival Ziyaretçilerinin Sosyal Fayda, Sosyal Maliyet ve Memnuniyet Algısının Gelecekteki Katılım Niyeti Üzerindeki Etkisi: Gönen Alışveriş Festivali Örneği *

Öz

Festivaller, düzenlendiği bölgelerde yerel turizmin canlanmasında, ekonomik ve kültürel faaliyetlerin gelişmesinde yerel halka, ziyaretçi ve katılımcı firmalara önemli faydalar sağlamaktadır. Bu açıdan değerlendirildiğinde, festivallerin sürdürülebilirliklerinin sağlanabilmesi aynı zamanda bu etkinliklerden elde edilen faydanın da devamlılığının sağlanmasında önemli bir rol oynamaktadır. Bu araştırma, toplumsal fayda, toplumsal maliyet, memnuniyet değişkenlerinin festivallere katılım sağlayan bireylerin gelecekteki katılım niyetleri üzerindeki etkisini incelemeyi amaçlamaktadır. Bu çalışmada, 2019 yılında ilki gerçekleştirilen Gönen Alışveriş Festivali örnek olay olarak ele alınmış olup, ziyaretçiler açısından festivalin değerlendirilmesi amacıyla festivalin gerçekleştiği bölgede basit rasgele örneklem yöntemi kullanılarak, festivale katılan 207 kişi ile yüz yüze anket gerçekleştirilmiş 203 geçerli veri elde edilmiştir. Araştırmanın amacına uygun olarak iki araştırma modeli kurgulanmış, birinci modelde toplumsal fayda, toplumsal maliyet ve memnuniyet bağımsız değişkenlerinin gelecekteki katılım niyeti üzerindeki etkileri, ikinci modelde ise, toplumsal fayda ve toplumsal maliyet değişkenlerinin gelecekte katılım niyeti üzerindeki etkileri çoklu regresyon analizi ile incelenmiştir. Yapılan analiz sonuçlarına göre birinci modelde, toplumsal fayda, toplumsal maliyet ve memnuniyet değişkenlerinin gelecekte katılım niyeti üzerinde bir neden sonuç ilişkisi bulunmamıştır. İkinci modelde ise, toplumsal faydanın gelecekte katılım niyeti üzerinde pozitif etkisi, toplumsal maliyet değişkeninin ise negatif etkisi olduğu görülmektedir. Çalışmadan elde edilen sonuçlar, gelecekte yapılması planlanan festival organizasyonlarının düzenlenmesinde organizatörlere yol göstermesinin yanında, pazarlama literatürüne de katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Toplumsal Fayda, Toplumsal Maliyet, Gelecekte Katılım Niyeti, Festival

* Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi Rektörlüğü Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu Başkanlığının 14.09.2020 Tarih, 2020/5 Nolu kararı ile Etik Kurul Kararı alınmıştır.



The Effect of the Perception of Social Benefit, Social Cost and Satisfaction of Festival Visitors on Future Participation Intention: The Case of Gönen Shopping Festival

Abstract

Festivals provide significant benefits to the local people, visitors and participating companies in the revival of local tourism and the development of economic and cultural activities in the regions where they are organized. From this point of view, ensuring the sustainability of festivals also plays an important role in ensuring the continuity of the benefit obtained from these events. This study aims to examine the effects of social benefit, social cost, and satisfaction variables on the future participation intentions of individuals participating in festivals. In this study, Gönen Shopping Festival, the first of which was held in 2019, was considered as a case study, and in order to evaluate the festival in terms of visitors, a face-to-face questionnaire was conducted with 207 people participating in the festival and 203 valid data collected, using the simple random sampling method in the region where the festival took place. In accordance with the purpose of the study, two research models were constructed, in the first model, the effects of social benefit, social cost and satisfaction independent variables on future participation intention, and in the second model, the effects of social benefit and social cost variables on the intention to participate in the future were examined using multiple regression analysis. According to the analysis results, in the first model, a cause-effect relationship was not found on the future participation intention of social benefit, social cost and satisfaction variables. In the second model, it is seen that social benefit has a positive effect on the intention to participate in the future, while the social cost variable has a negative effect. The results obtained from the study are thought to contribute to the marketing literature as well as guiding the organizers in the organization of future festival organizations.

Keywords: Tourism, Social Benefit, Social Cost, Future Participation Intention, Festival

Giriş

Festivaller, kültürel mirasları tanıtmak, şehirlerin tanıtımı, turist çekmek, yerel halka kültürel eğlence fırsatları sağlamak ve hayat kalitesinin artırılmasına fırsat sağlamak amacıyla organize edilmektedir (Cudny vd., 2012: 710). Sayılan bu amaçlara ek olarak, özellikle kırsal bölgelerde düzenlenen festivallerde çevre bölgelerde bulunan halkın çekilmesi sonucu



yerel ekonomiye katkı sağlanması da beklenmektedir (Thomason ve Perdue, 1987: 55). Dolayısıyla festivaller ve özel etkinlikler yerel halkın genel hayat kalitesini belirleyen en kritik öğelerden biri olan sübjektif refah üzerinde olumlu etkilere sahiptir (Kim vd., 2013: 530; Uysal vd., 2012: 8). Yerel halkın refahı birçok ülkenin kamu politikası tartışmasının ve gelişiminin odak noktasını oluşturmaktadır. Yerel otorite ve merkezi yönetim sürekli olarak yerel halkın refahını arttırıcı politikaları devreye sokmakta ve bu eylemlerin sakinlerinin refahını ne kadar iyileştirdiğine bağlı olarak bu kamu politikası eylemlerinin başarısını değerlendirmektedirler (Dolan ve Metcalfe, 2012: 420). Politika yapıcılarının bölgesel, toplumsal ve mahalli gelişimler yoluyla halkın refahı ile ilgili konularda giderek daha fazla katılımcı rol oynamaya çalıştıkları ve toplumsal yaşam kalitesini objektif ve sübjektif göstergeler yoluyla değerlendirdikleri görülmektedir (Woo vd., 2015: 90).

Festival ve özel etkinlikler bir bölgenin başarılı bir şekilde ev sahipliği yapabilmesini mümkün kılan kültürel kaynak olarak ifade edilmektedir. Bu etkinlikler aynı zamanda yeni nesil bir turizm akımı olarak da değerlendirilmektedir (Getz, 2005: 45). Önemli etkinliklere ev sahipliği yapılması, yerel halk ve misafirleri bir araya getiren pazarların oluşturulma imkânı sağlaması ve yerel toplumun imajını geliştirdikleri için festivaller ve özel etkinlikler toplumlarda önemli bir rol oynamaktadır (Getz, 1993: 56).

Festivallerin minimum sermaye ihtiyacı ve mevcut altyapılardan faydalanılarak düzenlenebilmesinden dolayı toplumların ekonomik ve kültürel refahını arttırmanın yanı sıra sosyal hayat kalitesi ve çevresel kalite gibi birçok alana olumlu katkısı nedeniyle önemli bir kaynak olarak ele alınmaktadır (Long ve Perdue, 1990: 12). Festival ve özel etkinliklerin çalışmaları genellikle gönüllük esas olarak alınır ve yerel olarak kontrolü sağlanmaktadır. Fakat diğer taraftan bu nispeten az miktardaki finansman ve çaba karşılığında yerel festivaller önemli getiriler sağlayabilme potansiyeline sahiptirler (Getz, 1993: 57).

Festivaller ile ilgili değerlendirilmesi gereken önemli hususlardan biri ise festivallerin sürdürülebilirliklerinin sağlanabilmesidir. Festivallere katılım sağlayan bireylerin belirli bir festival veya özel etkinliğe daha sonraki yıllarda da katılımında sadakat önemli bir yere sahiptir. Bu alanda Grunwell (2007) tarafından gerçekleştirilen araştırmaya göre, konaklayan ziyaretçiler gününbirlik ziyaretçilere oranla daha fazla harcama yaparak yerel ekonomiye katkı sağlamaktadır. Gerçekleştirilen araştırmada ilk yıl festivalden memnun olduğunu ve gelecek yıl tekrar katılacağını ifade edenlerin yalnızca üçte birinin ikinci yıl düzenlenen festivale katılım gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Bu açıdan ilk yıl düzenlenen festivallerde önemli noktaların tespit edilerek katılımcılardan geri bildirim alınması gelecek organizasyonların başarısı için önemli olduğu vurgulanmaktadır. Bu kapsamda bu çalışmada, Gönen Alışveriş Festivali'nin toplumsal fayda, toplumsal maliyet, memnuniyet ve sadakat kavramları kapsamında



incelenmesi amaçlanmıştır. Gönen Alışveriş Festivali 21-22-23 Kasım 2019 tarihlerinde Balıkesir'in Gönen ilçesinde düzenlenmiştir. Festivalin değerlendirilmesi için festivalin gerçekleştiği bölgede 475 kişiye anket yapılması teklif edilmiş festivale katılan 207 kişi ile anket gerçekleştirilmiş 203 geçerli veri elde edilmiştir. Anketlerden elde edilen verilerle araştırma modeline uygun olarak "toplumsal fayda", "toplumsal maliyet" ve "memnuniyet" bağımsız değişkenlerinin "gelecekte katılım niyeti" bağımlı değişkeni üzerindeki etkisi incelenmiştir.

Literatür

Festivallerin etkilerine yönelik gerçekleştirilen araştırmaların, genel olarak, özel bir etkinliğe ev sahipliği yapmanın ekonomik açıdan etkilerini ele aldıkları görülmektedir (Getz, 2005: 54). Geleneksel çalışmalarda, festival ve etkinliklerin çıktılarını değerlendirilirken ekonomik etkiler araştırılmakta, festivallerin sosyokültürel etkileri çoğunlukla ikincil olarak ele alınmaktadır (Fredline vd., 2005: 60). Bu açıdan sürdürülebilir kalkınmaya katkıda bulunabilmekte, ev sahibi-ziyaretçi ilişkisini geliştirebilmekte ve hassas doğal, sosyal ve kültürel çevrenin korunmasına yardımcı olabilmektedir (Uysal vd., 1993: 78).

Festivallerin ve özel etkinliklerin yerel topluluklar üzerindeki etkilerine ilişkin algılarını anlamak, profesyonel organizatörler tarafından yönetilen herhangi bir festivalin veya özel etkinliğin başarısı için hayati önem taşır. Bazı organizatörler festival ve özel etkinlikleri ek gelir sağlayan araçlar olarak görürken; diğer taraftan yerel halk ise bu faaliyetlerin eğlence amaçlı olduğunu, bu sebeple biraz daha enformel ve özgür bir şekilde yönetilmesi gerektiğini düşünmektedirler. Etkinliklerin yalnızca gelir oluşturma amacı ile organize edilmesi durumunda, yerel halk, etkinliklerin özgünlüğünün azalması ve hatta kaybolması, aşırı kalabalık ve ticarileştirme sorunlarının ortaya çıkmasından endişe duymaktadır. Özel etkinlik ve festivallerin amaç ve faydalarına yönelik olarak profesyonel organizatörler ile yerel halk arasında görüş birliği bulunması durumunda çok başarılı olabileceği gibi, aksi durumda ciddi sonuçlar da ortaya çıkabilmektedir (Gursoy vd., 2004: 345). Bir topluluğun profesyonel festival ve özel etkinlik organizatörü görevlendirdiğinde, (Searle, 1995: 10)'nin genel kurumsal gerçekler teorisi kapsamında, topluluk aynı zamanda kurumsal gücü de bu organizatöre devretmiş olur. Organizatörün bu kurumsal gücü kullanarak başarılı bir şekilde bir festival veya özel etkinliğin ne şekilde yönetilmesi gerektiğine dair kendi şahsi düşünce ve algılarını zorla topluma dayatmak için kullanabilir. Şayet yerel halk ve organizatörün inanç ve algıları arasında bir sinerji yoksa, bu durumda yerel toplum planladığı festival veya özel etkinliklerden çok daha farklı bir sonuç elde edebilir. Bu sebeple yerel toplulukların kurumsal gücü organizatöre devretmeden önce, organizatörün festival veya özel etkinliğin faydası ve amacı hakkındaki görüşlerinin derinlemesine irdelenmesi önem taşımaktadır (Gursoy vd., 2004: 345).



Literatürde yerel halkın, yerel festivallere katılım sebeplerini inceleyen çalışmalar da yer almaktadır. Bu çalışmalara göre yerel halkın festivallere katılımında çeşitli hedonik ve fonksiyonel sebepleri bulunmaktadır (Gursoy vd., 2006: 345). Bunları eğlence, merak, öğrenme, estetik takdir, sosyalleşme, kişisel gelişim, kendini ifade ve diğerlerinin kabulü olarak sıralamak mümkündür (Derrett, 2003: 36; Gursoy vd., 2006: 346). Katılımcıların festival etkinliklerine yönelik olumlu deneyimleri ayrıca kişisel tatmini artırıcı etkisinin (Gursoy vd., 2010: 346; Hede ve Jago, 2005: 10) sonucu genel mutluluklarının ve öznel refahlarının artışında da önemli rol oynamaktadır (Yolal vd., 2016: 10).

Yerel halkın yerel festivallere katılımının subjektif refah ve hayat kaliteleri üzerine etkilerinin incelendiği birçok araştırma gerçekleştirilmiştir (Yolal vd., 2016: 10). Toplumsal fayda ve kültürel/egitimsel faydaların yerel halkın subjektif refahını olumlu yönde etkilerken; diğer taraftan kaliteli yaşam kaygısının, halkın refahı üzerinde olumsuz etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Refah düzeyi bir toplumun hayatı nasıl algıladığına yönelik bir gösterge olarak ele alınmasından dolayı, bireylerin refah seviyelerini anlamlı bir düzeye çekmek neredeyse tüm modern toplumların temel amaçlarından birisi haline gelmiştir (Chen vd., 2013: 290). Birçok faktör yerel halkın refahını etkilerken, bu alandaki araştırmalar sosyal etkileşim ve ilişkilerin zenginleşmesine fırsat sağlayan etkinlikler genellikle subjektif (öznel) refah ile pozitif yönlü korelasyona sahip olduğu sonucuna ulaşmışlardır (Newman vd., 2014: 560; Torres, 2015: 830). Gelişmiş sosyal ilişkiler bireylerin aidiyet hissi kazanmalarını sağladığı ve böylelikle depresyonu azaltarak bireylerin refahlarını arttırdığı düşünülmektedir (Cohen, 2004: 676). Festivaller ve özel etkinliklerin sosyal etkileşim ve ilişkilerin geliştirilmesi için önemli fırsatlar sağlaması açısından, yerel halkın refah düzeyine ve hayat kalitesine katkı sağlayacağı düşünülmektedir (Organ vd., 2015: 90). Festivallerin yerel halk üzerinde olumlu bazı ekonomik olmasının yanı sıra festivaller ayrıca konaklama hizmeti veren topluluklara bazı sosyokültürel faydalar sağlamaktadır (O'Sullivan ve Jackson, 2002: 330). Bunlar, toplumsal uyum (Yolal vd., 2009: 15), grup/aile birlikteliği (Kim vd., 2006: 960; Yolal vd., 2012: 70), sosyalleşme (Saayman vd., 2012: 161) ve eğlence (Báez ve Devesa, 2014: 9) olarak sıralanabilir.

Yerel halkın subjektif refahı, genel hayat kalitesini belirleyen en kritik öğelerden birisi olarak ele alınmaktadır (Kim vd., 2013: 537; Uysal vd., 2012: 13). Yerel halkın refahı birçok ülkenin kamu politikası tartışmasının ve gelişiminin odak noktasını oluşturmaktadır. Yerel otorite ve merkezi yönetim sürekli olarak yerel halkın refahını artırıcı politikaları devreye sokmakta ve bu eylemlerin sakinlerinin refahını ne kadar iyileştirdiğine bağlı olarak bu kamu politikası eylemlerinin başarısını değerlendirmektedirler (Dolan ve Metcalfe, 2012: 421). Politika yapımcıların bölgesel, toplumsal ve mahalli gelişimler yoluyla halkın refahı ile ilgili



konularda giderek daha fazla katılımcı rol oynamaya çalıştıkları ve toplumsal yaşam kalitesini objektif ve sübjektif göstergeler yoluyla değerlendirdikleri görülmektedir (Woo vd., 2015: 90).

Festivallerin ve özel etkinliklerin gerçekleştirilme amaçları da merak edilen hususlardan biridir. Topluluklar tarafından festivaller kültürel mirasların sergilenmesi, şehirlerin tanıtımı, turist çekmek ve yerel halka kültürel eğlence fırsatları sağlamak gibi amaçların yanı sıra hayat kalitesinin artırılmasına fırsat sağlamak amacıyla organize edilmektedir (Cudny vd., 2012: 712). Özellikle kırsal topluluklarda yerel turizm endüstrisini geliştirme amacı çevre yerleşim yerlerindeki halkı çekerek yapacakları harcamaların yerel ekonomiye önemli katkıda bulunacağı beklentisidir (Thomason ve Perdue, 1987: 56).

Festival ve özel etkinliklerin değerlendirme alanları kesin olarak tanınmasına rağmen (örn. Kültürel gelişme, sosyal yaşam kalitesi, çevre kalitesi, vb.), literatür açıkça bu ekonomik etkiyi değerlendirmeye odaklanmıştır (Perdue vd., 1988: 170). Festivaller ve özel etkinliklerin ekonomik etkilerinin yanı sıra kültürel gelişim, sosyal hayat kalitesi ve çevresel kalite gibi bazı alanlara da katkısı bilinmektedir (Long ve Perdue, 1990: 12). Woosnam vd. (2013) tarafından gerçekleştirilen araştırmada festivale katılanların toplumsal fayda, bireysel fayda ve sosyal maliyet unsurlarını kapsayan festivalin etkisine yönelik algılarındaki farklılık olup olmadığı incelenmiştir. Bu araştırmada katılımcıların sosyodemografik ve sosyoekonomik özelliklerinin algılanan festival etkisi üzerinde önemli bir etkisi olduğu bulunmuştur.

Müşterilerin Algıladığı Toplumsal Fayda

Festivallerin yerel ekonomi üzerindeki etkilerini incelendiğinde, günübirlik katılımcıların daha fazla olduğu festival etkinliklerinde restoranlar, perakende mağazalar ve festivalin kendisi fayda elde etmekten en az fayda sağlayanlara oteller ve turistik alanlar olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Mitchell, 1993: 61). Snowball (2004)'un gerçekleştirdiği araştırmaya göre, büyük şehirlere yakın lokasyonlarda gerçekleştirilen festivaller, izole edilmiş lokasyonlara oranla daha fazla kısa süreli konaklayan ziyaretçileri çekmektedir. Fakat festivaller büyüdükçe ve ulusal tanınırlığı arttıkça gelen katılımcıların konaklama oranı da artmaktadır (Grunwell, 2007: 202).

Grunwell vd. (2008) tarafından sokak festivallerinin film festivalleri gibi özel etkinlik festivalleri ile karşılaştırıldığı bir araştırmada, sokak festivallerinde katılımcı sayısının daha yüksek ve genel ekonomik etkisinin önemli görülmesine karşın kişi başı harcamaların daha az ve dolayısıyla ekonomik etkisinin de daha az olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Film festivallerine katılanların profilleri genellikle yetişkin ve yaşlılardan oluşmakta iken sokak festivallerinin her yaş ve cinsiyet grubuna uygun tekliflere sahip olmasından dolayı daha aile odaklı ve dengeli bir katılımcı profiline sahip olduğu



görülmektedir. Diğer taraftan uzun süreli ve geniş katılımcı kitlesine sahip sokak festivalleri ile birlikte ortaya çıkan sosyal ve çevresel maliyetlerin yüksek olmasına karşın ekonomik etkileri de yüksek bulunmuştur. Fakat niş pazarlarının doğal özelliği sonucu film festivalleri daha az fakat gelir düzeyi, harcamaları ve kişi başı ekonomik etkileri yüksek katılımcıları çekmektedir. Bununla birlikte film festivallerinin sosyal ve çevresel maliyetleri nispeten daha az olduğu anlaşılmaktadır (Grunwell vd., 2008: 202).

Farklı festival türleri farklı davranış profillerine sahip katılımcıları çekmektedir. Ev sahipliği yapan toplum, organizatör ve sponsorların bakış açısıyla başarılı bulunduğu kadar katılımcılar tarafından da başarılı olarak algılanması önemlidir. Bu sebeple özel etkinlikler çerçevesinde organize edilen festivallerin bu özel durumları göz önünde bulundurularak planlanması, pazarlanması ve yönetilmesi gerekmektedir (Martin vd., 2006: 7). Bu açıdan toplumsal çıktı hedefleri göz önünde bulundurularak festivallerin türü hakkında kararların verilmesi gereklidir.

Festivallerin organizasyonunda pazar odaklı yaklaşım oldukça önemlidir. Bunu gerçekleştirirken festivallerin planlamalarında fizibilite çalışmaları, hedef pazarın belirlenmesi ve katılımcıların istek ve ihtiyaçlarının belirlenmesi gerekmektedir. Uzun dönemli bakış açısıyla yaklaşıldığında festivallere duyulan ilgi sürekli değişkenlik göstermektedir. Etkinlik organizatörlerinin bu değişkenlikleri göz önünde bulundurularak uygun yanıtları vermeleri katılımcı sayısının artırılması ve korunabilmesi için vazgeçilmezdir. Aksi takdirde katılımcı sayısında önemli bir düşüş yaşanabilecektir (Lade ve Jackson, 2004: 8).

Katılımcıların festivale ev sahipliği yapan çevre ile etkileşimleri memnuniyetin belirleyicisi olmaktadır. M. Kozak (2003)'a göre ziyaretçilerin memnuniyetinde konaklama mekanlarının kalitesi, konaklama mekanlarındaki yemek çeşitliliği, ziyaret ettikleri destinasyonun yemek çeşitliliği, destinasyondaki yeme içme mekanlarındaki hizmet kalitesi, destinasyonun atmosferi, yerel halkın yardımseverlik derecesi, ziyaretçilerin seyahat konforu, ziyaretçilerin şikâyet ve isteklere yönelik aldıkları yanıtlar, kalite değerlendirmesinde ve memnuniyette önemli rol oynamaktadır.

Mevcut altyapılardan faydalanılarak organize edilip geliştirilmesinden dolayı festivallerin organizasyonu için fazla yatırım harcamaları yapılmasını gerektirmemektedir (Litvin ve Fetter, 2006: 45). Festivaller ve özel etkinlikler toplumdaki cazibe merkezlerinin tanıtılmasında önemli pazar fırsatları oluşturarak destinasyon pazarlamasında önemli bir rol oynar (Fredline vd., 2005: 33). Bununla birlikte olumlu toplumsal imaj oluşturulmasına katkıda bulunur, durağan olan cazibe merkezlerine hareketlilik kazandırılması sebebiyle sosyokültürel gelişmelerde katalizör rolü oynamaktadır ve böylelikle katılımcı, yatırımcı ve sponsorları cezbeden bir yapıya sahiptir



(Getz, 1993: 801; Quinn, 2006: 290). Festival ve özel etkinliklerin destinasyonların turizm sezonlarının sürelerini uzatması sebebiyle mevsimselliğin etkisini azaltıcı bir etki oluşturmaktadır (Allen vd., 2012: 34). Festivaller toplumsal gurur ve birlikteliği uyarıcı bir etkiye de sahiptir (Gursoy vd., 2004: 180). Boş zamanları değerlendirme ve eğlence imkânları sağlamanın yanı sıra festivaller aynı zamanda yerel halkın topluma olan bağlılıklarını gösterebilmeleri için fırsat sağlayan özel olaylar olarak değerlendirilmektedir. Festivaller toplumsal canlanma ve birliktelik için de fırsatlar sağlamaktadır (Ferdinand ve Williams, 2013: 209). Modern toplumlarda festivaller ziyaretçileri cezbetme ve harcamalarını arttırmalarını sağlamakta üç önemli amacı gerçekleştirmektedir. Bunlar yeni bir şehir imajı oluşturma, kültürel yaratıcılığın ve toplumsal birlikteliği destekleyen itici bir güç olarak göreve yapmaktadır (Del Barrio vd., 2012: 240).

Festivaller aynı zamanda ziyaretçilerin yerel halkın kültürüne maruz kalmasını sağlamasıyla birlikte yerel halk ile ziyaretçiler arasında hoşgörü ve anlayışın gelişimine katkı sağlayıcı bir platform oluşturmaktadır. Böylelikle kültürel alışverişi, yerel halkın bizzat kendi içinde ve ziyaretçiler ile aralarında anlayışın gelişimine katkı sağlamaktadır (Besculides vd., 2002: 311). Bununla birlikte bireyin kendi kültürünü dışarıdan gelen katılımcılara sergilemesi sağlar ve toplumla arasındaki bağı sağlamlaştırır. Böylelikle toplumdaki bireylerin sahip oldukları kimliklere yönelik gurur duymasını, onları desteklemesini ve uyumu artırıcı bir etki oluşturmaktır (Attanasi vd., 2013: 231). Festivallerin organizasyonu toplumsal kaynak ve deneyimlere yönelik farkındalığı arttırmaktadır. Daha önce aralarında bir bağ bulunmayan bireyler arasında toplumsal bağın gelişimine yardımcı olmakta ve genel olarak toplumsal örgütler arasında da etkileşimin güçlenmesini sağlamaktadır (Arcodia ve Whitford, 2007: 78). Böyle festivaller sosyal ve kültürel kimliğin daha fazla güçlenmesine ve festivallerin bir toplumla güçlü bağlar oluşturulmasına yardımcı olur (Gursoy vd., 2004: 181).

Sübjektif refah bireyin kendi yaşantısını bilişsel ve duygusal bağlamda değerlendirmeleri olarak tanımlanmaktadır (Diener ve Suh, 1997: 410). Bilişsel değerlendirme bir etkinliğin bireyin yaşamından duyduğu memnuniyete ne kadar etki ettiğini değerlendirmesi olarak tanımlanırken, duygusal değerlendirme ise bir etkinliğin meydana getirdiği duygusal ve ruh halinin değerlendirilmesi olarak tanımlanmaktadır. Bu nedenle sübjektif refah aynı zamanda bireyin bir etkinliğe yönelik duygusal tepkilerinin bir ürünü ve bir etkinliğin bireyin hayatına sağladığı tatmin ve doyumun bilişsel olarak değerlendirilmesi olarak tanımlanmaktadır. Sübjektif refah bireyin kendi yaşantısının hem bilişsel hem de duygusal değerlendirilmesi ve bireylerin mutluluk, barış, tatmin ve yaşama yönelik doyumunu kavramsallaştırmaktadır (Diener vd., 2003: 410). Sübjektif refah bireylerin yaşamlarında optimum fonksiyon kapasitelerine ulaşmalarında da önemli bir rolü vardır. Sübjektif refah bireyin önemli hedefleri başarabilmesinde



kendine güven, hayatın içerisinde karşılaştıkları engeller aşabilmede ihtiyaç duyulan enerji ve motivasyonu sağlamaktadır. Psikologlar yeterlilik, bağımsızlık ve bağlılığın temel insan ihtiyaçları olduğunu vurgulamaktadırlar. Bu sebeple bireylerin sürdürülebilir refah deneyimleyebilmeleri için bu temel ihtiyaçların karşılanmasının gerektiğini savunmaktadırlar (Ryan ve Frederick, 1997: 531). Bununla birlikte bu üç temel psikolojik ihtiyacın giderilmeden bireylerin başarılı olamayacağını öne sürmektedirler (Ryan ve Deci, 2000: 68). Bu alandaki çalışmalar turizmin gelişmesi ve paylaşımcı yapısı nedeniyle turizmin bireylerin refahına olumlu etkisi olduğunu düşünmektedirler (Morgan vd., 2015: 9; Naidoo ve Sharples, 2016: 21).

Festivaller bağlılık, sosyalleşme, kendini gerçekleştirme, beraberlik, kişisel gelişim ve topluma bağlılık gibi bazı içsel arzu ve hedefler gibi bazı temel psikolojik ihtiyaçları doğrudan etkileyen hedeflerin elde edilmesinde bazı fırsatlar sunmaktadır (Yolal vd., 2016: 15). Bireyler temel psikolojik ihtiyaçlarını farklı şekillerde karşılayabilmekteyken, festivaller ve etkinlikler bu ihtiyaçların karşılanmasına yönelik kendine has bir yol sunmaktadır. Bu alanda gerçekleştirilen araştırmalar festival ve sanatsal performanslar gibi kültürel ve sosyal etkinliklerin bireyin mutluluk ve hayattan tatmini üzerinde olumlu etkisi bulunduğunu ortaya koymaktadır (Keyes vd., 2002 1007). Packer ve Ballantyne (2011), müzik festivallerine katılımın katılımcıların psikolojisi ve sübjektif refahı üzerinde olumlu etkisi olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Ayrıca çalışmalar bir arkadaş ile festivale katılma gibi sosyalleştirme gerektiren boş zaman etkinliklerine katılım sağlamanın tatmin hissini arttırdığını ve bireylerin birden fazla psikoloji ihtiyacını karşılamalarını sağlamakta ve böylelikle diğer sosyalleşme gerektirmeyen boş zaman aktivitelerine kıyasla sübjektif refahı daha fazla arttırdığını ortaya koymaktadır (Mingo ve Montecolle, 2014: 431; Newman vd., 2014: 561).

Ballantyne vd. (2014)'ın gerçekleştirmiş olduğu çalışmada festivallerin sağladığı ortamın katılımcılar açısından olumlu bazı psikolojik çıktılar sağladığını belirtmişlerdir. Ayrıca araştırma sonucuna göre katılımcıların tatminini etkileyen en kritik faktörün atmosfer olduğu bulgusuna ulaşırken daha sonra sırasıyla müzik ve sosyal deneyimlerin etkili olduğuna dikkat çekmektedirler. Bununla birlikte müzik festivallerinin sağlamış olduğu sosyalleşme fırsatları bireylerin diğer bireyler ile bağlantı kurabilmelerine ve diğer katılımcılarla yoğun bir etkileşime girebilmelerini sağlamaktadır. Bireylerin festivallere katılımı bireylerin kendilerini, başkalarını ve dünyayı bilişsel açıdan kavrayabilmelerini sağlamakta ve mevcut algılarının gelişimine katkı sağlamaktadır. Benzer şekilde kültürel ve boş zaman etkinliklerinin sosyal etkileşimi arttırmaları sonucu aidiyet hissini ortaya çıkartmakta böylelikle bu tür faaliyetlerin sosyal odaklı mutluluk ile karşılıklı bir ilişkiye sahip olduğu öne sürülmektedir (Jeon vd., 2014: 15).



Yapılan çalışmalar festivallerin kültürel ve eğitsel gelişim açısından farklı fırsatlar sağladığını göstermektedir (Getz, 1993: 801). Festivaller yerel halk ile ziyaretçiler arasında fikir alışverişi gerçekleştirmelerini sağlamakta ve bölge sakinleri için bir eğitim ve öğretim platformu görevi görmektedir (Dwyer vd., 2000: 39). Festivaller aynı zamanda toplumdaki farklı etnik köken ve kültürel altyapıya sahip bireyler arasında anlayışın gelişmesine yardımcı olmakta ve böylelikle toplumun yapı taşı olarak da görev yapabilmektedir (Getz, 1993: 801). Festivaller topluluk üyeleri tarafından genellikle turistleri cezbeden ve para kazandıran bir faaliyet değil, topluluğun önemli kültürel olaylarını anma veya kutlama ve bunu yansıtan keyifli, topluluk temelli bir etkinlik olarak kabul görmektedir (De Bres ve Davis, 2001: 333). Festivaller katılımcılar açısından eğitici ve kültürel fırsatlar sağlamanın yanı sıra toplumsal gurur hissini artırır doğal ve kültürel çevrenin de korunmasına yardımcı olur (Backman vd., 1995: 21). Festivaller ve etkinlikler yerel toplumun kendi kimliğini geliştirmesine ve ziyaretçiler ile birlikte kültürel paylaşımlarda bulunmaya ve toplumsal gelişime yardımcı olur (Liang vd., 2008: 19). Bu alandaki çalışmalar festivallerin yalnızca yerel topluma değil aynı zamanda ziyaretçilere de bazı faydalar sağladığını ortaya koymaktadır (Besculides vd., 2002: 311).

Festivaller katılımcılara öğrenme ve anlayış gibi üst düzey ihtiyaçlarını karşılamaları için çok çeşitli fırsatlar sunabilmektedir. Manolika vd. (2015), öğrenmenin kültürel tüketim açısından en kritik faktörlerden birisi olduğunu, bunu daha sonra sırası ile sosyalleşme, aile birliği, kaçış ve yeniliğin takip ettiğini öne sürmektedir. Benzer şekilde I. Lee vd. (2012), yeni şeyler öğrenmek ve mevcut bilginin geliştirilmesi gibi bilişsel faydaların çok kültürlü festivallere katılımın değişimsel faydadan sonra en önemli ikinci dürtüsü olduğunu vurgulamaktadır. Yaşam kalitesi bireyin refahı, mutluluğu ve yaşamdan tatminini ifade etmektedir (Sirgy, 2010: 251). Yaşam kalitesi kavramı öncelikli olarak insanların iyi bir yaşama sahip olup olmadığı ve iyi bir yaşamın ne olduğu ile ilgili olup genel bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır (Diener ve Suh, 2000: 67). Literatürde genellikle yaşamdan duyulan memnuniyet ve refahla değişimli olarak kullanıldığı gözlemlenmektedir (Iwasaki, 2007: 235).

Yerel halkın yaşam kalitesinin belirlenmesinde birçok faktör etkili olabilmekteyken, özellikle bir şehirde turizmin gelişimi, bir bölge veya şehirdeki yaşam standartları da yaşam kalitesi ve yerel halkın kendine olan güveni üzerinde önemli bir etkisi bulunmaktadır (King vd., 1993: 657). Turizmin sağladığı diğer birçok gelişim gibi, festivaller de yerel halkın refahında önemli bir rol oynamaktadır. Bu alandaki pek çok çalışma festivallerin toplumdaki yaşam kalitesini arttırdığını göstermektedir (Yolal vd., 2016: 11). Turizmin sağladığı bir gelişim olarak ele alındığında, festivaller gelir düzeyi ve vergi gelirlerinde artış, sağladığı iş fırsatları, ekonomik çeşitlilik ve sosyal, kültürel ve çevresel zenginlik sayesinde yerel



halkın yaşam standartlarının gelişimine katkı sağlamakta ve yaşam kalitelerini arttırmada önemli bir rol oynayabilmektedir (Andereck vd., 2005: 1060). Ayrıca festivaller kültürel bağlamda gerek yerel halk gerekse de ziyaretçi olarak katılım sağlayan bireylerin yaşam kalitelerini arttırmalarını sağlamaya yönelik kritik anlamlar yükleyebilme fırsatları sunmaktadır (Iwasaki, 2007: 236). Tatmin edici deneyimler sonucu elde edilen anlamlı yaşam algısı sonucu, yerel halk ve ziyaretçilerin bir bütün olarak yaşamlarına yönelik genel duygu durumlarını da zenginleştirmektedir (Jeon vd., 2014: 11).

Müşterilerin Algıladığı Toplumsal Maliyet

Festivallerin, yaşam kalitesi üzerindeki olumlu etkilerin aksine, trafik sıkışıklığı, yaşam maliyetlerini arttırma, kalabalık, suç oranları ve maddi hasarlarda artış gibi olumsuz etkileri de bulunmaktadır (Atçı vd., 2016: 12). Festivaller ayrıca doğal kültürel ve tarihi kaynakların yıpranması, tahribatı ve kirliliği de dahil olmak üzere fiziksel ve doğa çevre üzerinde olumsuz etkileri bulunduğu dikkat çekilmektedir (Gursoy vd., 2006: 347). Festivaller, yerel işletmelerin gündelik iş döngüsünü aksatmaları, yabancı ziyaretçilerin yerel halkın mahremiyetini ihlal ettiği algısı oluşturmaları ve festival katılımcılarının güvenlik kaygıları nedenleriyle hem esnaf hem de yerel halk açısından memnuniyetsizlik meydana getirebilmektedir (O'Sullivan ve Jackson, 2002: 330). Ayrıca festivaller yerel toplumun sosyal ve kültürel mozağini de olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Bu sebeple geleneksel ahlak ve değerlere karşı bir tehdit oluşturmakta bu ise toplumsal kimliğin yok olmasına neden olabilmektedir (Leenders vd., 2015: 762). Ayrıca yerel halkın, festivallerin yaşam kaliteleri üzerindeki olumsuz etkileri sonucu rahatsız olmalarına bu nedenle ziyaretçilere yönelik kızgınlık ve rahatsızlık hissetmelerine dolayısıyla ziyaretçilerin de yaşam kalitelerini olumsuz etkilemesine sebebiyet vermektedir (Quinn, 2006: 291). Her ne kadar festivallerin yerel toplumlar arasında bazı olumsuz sonuçlara yol açması söz konusu olsa da bu alandaki çalışmalar genel olarak festivallerin sağladıkları faydaların olumsuz sonuçlarına göre daha ağır geldiğini göstermektedir (Gursoy vd., 2006: 347).

Nunkoo ve So (2016), alternatif turizm modelleri hakkında yürüttükleri araştırmada, yerel halkın festivallerin yaşam kalitesi üzerindeki etkileri değerlendirilirken olumsuz yönlerinden daha çok faydalarına odaklanıldığı sonucuna ulaşmışlardır. Li vd., (2009) tarafından festivaller göz önüne alınarak gerçekleştirilen çalışmada, yerel halkın toplumsal festivallere arkadaşları ile kaliteli zaman geçirmek ve diğer insanlar ile tanışmak için bir fırsat olarak değerlendirdiklerini gözlenmiştir. Bir etkinlikten memnuniyet deneyimsel mutluluğun önemli bir göstergesi olması sebebiyle, memnuniyet düzeyi yüksek olan katılımcıların aynı zamanda yaşamlarından da memnun olacaklarını savunmaktadır (Theodorakis vd., 2015: 92). Yine yerel halkın festivallere karşı memnuniyetini incelemek adına gerçekleştirilen bir diğer



araştırmaya göre boş zaman yaşam memnuniyeti, seyahat deneyimlerinden memnuniyetin yaşam kalitesinin önemli göstergeleri arasında olduğu sonucunu ortaya koymaktadır (Woo vd., 2015: 90). Bir festival organizasyonunda yerel düzeyde birtakım kaynaklara ihtiyaç duyulmaktadır. Bu kaynakların kapsamı ve yapısı bir toplumda gerçekleştirilecek olan bir festival ve etkinliğin büyüklüğü ve süresine bağlı olarak değişkenlik gösterebilmektedir (Yolal vd., 2016: 15).

Geniş kapsamlı ve uzun süreli festivaller kaynak üzerinde daha fazla baskıya ve tükenme seviyesine gelmesine neden olabilmektedir (Gursoy vd., 2006: 347). Etkinliklerin gerçekleştirilebilmesinde hangi kaynaklardan ne derecede faydalanılacağı yerel halkın ve diğer paydaşların tepkilerine göre değişkenlik göstermektedir. Özellikle belirli bir miktarda ve yapıda yatırım gerektirmesi nedeniyle bazı paydaşların toplumda festival ve etkinliklerin organize edilmesine yönelik fikirlere karşı çıktıkları görülmektedir (Burbank vd., 2000: 339). Bunun nedeninin çoğu zaman festival ve etkinliğin düzenlenmesi sonucu beklenen ekonomik ve sosyal faydaların maliyetlerini karşılayamayacağına olan inanç olduğu ileri sürülmektedir (Leenders vd., 2015: 763). Bazı sakinler ayrıca kamu kaynaklarının yanlış yönetilmesi, vergi yükü ve kamu kaynaklarının özel çıkarlara yönelik kullanılması gibi kaygılar dolayısıyla festivallerin topluma sağlayacağı olumlu etkilerinden daha çok olumsuz etkileri olduğuna inanmaktadırlar (Nunkoo vd., 2013: 769). Ayrıca bir festival düzenleyebilmek için tesis inşa edilmesi gerektiği durumlarda toplanan vergilerin israf edildiği algısı oluşmasına neden olabilmektedir. Diğer taraftan yerel halk, dezavantajlı grupların ötekileştirildiğini ve festivaller için ayrılan bütçeden toplum içerisindeki ayrıcalıklı bazı grupların daha fazla faydalanmalarını sağlandığını düşünmektedirler (Gotham, 2011: 201).

Müşterilerin Genel Memnuniyet Düzeyleri

Etkinlik ve festivallere katılıma amacıyla gelen turistlerin genel memnuniyet düzeyleri bölgenin ve etkinliğin tanıtımı ve imajı açısından önemli rol oynamaktadır. Turistlerin ziyaret amaçları açısından belirli destinasyonlarda farklı motivasyonları olmasının yanı sıra her bir turistlerin memnuniyet seviyesi farklı standartlara sahiptir. Pazarlama çalışmalarında, işletmeler müşterilerine vaatler sunmakta ve ürün ve hizmetler yoluyla müşterilerini memnun ederek onların markalarına sadık olmasını arzulamaktadırlar (Yoon ve Uysal, 2005: 47). Etkinlik turizmi kapsamında da yapılan her türlü etkinlik ve festivaller de bölgeye yeni turistler çekebilecek cazibe üretmeyi amaçlamaktadır. Turistler açısından da bir etkinlik tüketicisi olarak ziyaret ettikleri festivallerden memnun kalma veya kalamamalarını etkileyen birçok neden olabilir. Bölgenin tanıtımı ve pazarlamasında en önemli etken gelen turistlerin bölgeden ayrılırken memnun olarak ayrılmalarını sağlamaktır. Güçlü ve olumlu bir imaj oluşturmanın en önemli etkeni olarak müşteri memnuniyeti görülebilir (Laws vd., 2002: 41). Etkinlik turizmi kapsamında



turistler ziyaret ettikleri etkinliklerde ulaşım, yiyecek ve içecek, eğlence, konaklama kalitesi, maliyeti ve imkanlarını gözetmekte, yerel halkın ve paydaşların davranış ve tutumlarına göre değerlendirmeler yapmaktadırlar (Kozak, 2003: 231). Turist memnuniyetini sağlamak, ziyaret edilecek destinasyon seçiminde ve ürün/hizmet tüketiminde belirleyici olmaktadır (Kozak ve Rimmington, 2000, 271). Tüketicilerin beklentileri memnuniyet düzeylerini belirlemede etkili olmaktadır. Beklenti-onaylama modeline göre tüketicilerin bir ürün/hizmetten beklentileri ve bu ürün/hizmet performansını değerlendirmeleriyle ortaya çıkmaktadır. Eğer tüketici ürün/hizmet performansını beklentisinin üzerinde görürse olumlu bir değerlendirme, performansı beklentisinin altında görürse olumsuz bir değerlendirme yapacaktır (Oliver, 1980: 465). Müşteri değer denklemi yaklaşımına göre ise, tüketici memnuniyeti, tüketicilerin yaptıkları harcamaların elde etmeyi bekledikleri sonuç ve faydalara göre değerlendirilmesidir. Turistlerin emek, zaman ve nakit harcamaları karşılığında elde ettikleri faydalar yüksek olursa bu destinasyon turistler açısından tatmin edici olarak algılanabilir (Sasser vd., 1997: 160). Tüketicilerin, karşılaştırma yaptığını varsayan bir diğer görüş, tüketicilerin satın aldıkları bir ürünü diğer ürünlerle karşılaştırdıklarını ve diğer ürüne göre değerlendirdiklerini varsaymaktadır. Bu nedenle turistler, geçmişte ziyaret ettikleri alternatif destinasyonlar ve etkinliklerle şimdi yaşadıkları deneyimi karşılaştıracaklar ve alternatif etkinliklere göre memnuniyet duyacak veya duymayacaklardır. Bir başka bakış açısına göre, tüketiciler ürün ve hizmeti değerlendirmek için normlar belirlemekte ve bu normları karşılamayan ürün veya hizmetler memnuniyet sağlamamaktadır (LaTour ve Peat, 1979: 21). Müşterilerin genel memnuniyet düzeyleri, festival veya etkinlikten ziyaretçilerin sağladığı tatmin duygusuyla ilişkilendirilmektedir. Tatmin duygusunun artması memnuniyeti desteklemektedir (Kim vd., 2010: 220).

Gelecekte Katılım Niyeti

Turizmde turistlerin destinasyon tercihleri çeşitli etkenlere bağlı olarak değişebilmektedir. Turizm destinasyonlarındaki etkinlik ve festivallerin destinasyon imajı oluşumu ve gelişiminde önemli rol oynadığı görülmektedir. Etkinlikler, destinasyonlara ziyaretçi sayısını artırarak yerli ve yabancı turizmin canlanmasını, aynı zamanda yerel ekonomilerin de canlanmasını sağlamaktadır (Irshad, 2011: 15). Özellikle kırsal kesimde düzenlenen etkinlik ve festivaller o bölgenin destinasyon olarak cazibesini arttırmakta ve bölgesel bir çekicilik unsuru olarak ortaya çıkmaktadır (Kişioğlu ve Selvi, 2013: 71). Müşteri memnuniyeti arttıkça, ürün ve hizmeti tekrar satın alma ve başkalarını müşteri olmaya teşvik etme olasılıkları artar. Bu açıdan, tekrar satın alma ve olumlu tavsiyeler müşteri sadakatinin belirleyici unsurlarındandır (Jones ve Sasser, 1996: 11). Turistlerin memnuniyet düzeylerinin yüksekliği, diğer destinasyonlara göre hedef



destinasyonu tekrar ziyaret etmelerini ve yakın çevrelere önerme olasılığını arttırmaktadır (Prayag ve Ryan, 2012: 351). Turist memnuniyet düzeyi ile destinasyon sadakati arasındaki ilişki her zaman belirleyici olamamaktadır (Sun vd., 2013: 571). Tüketicilerde belirli markalara sadakatin oluşması, o markalara yönelik olumlu tutum geliştirmeye ve bu nedenle o marka ve destinasyonları daha çok tercih ve daha çok ziyaret etmesine sebep olacaktır (Iwasaki ve Havitz, 1998:). Etkinlik ve festival ortamlarında ziyaretçi ilgisi ve katılımını arttırmak, ziyaretçiler açısından yaşanan deneyimlerin kalitesinin arttırmakta ve böylece turistlerde memnuniyet ve değer algısının yüksek çıkması ve destinasyon sadakatinin de artması beklenebilir (Chen ve Chen, 2010: 30). Müşteri sadakati oluşumunda durumsal etkilerin ve sosyal normların etkisi olması, tüketicilerin etkinlik ve festival katılımlarında tercihlerini belirlerken o anki fiziksel şartların örneğin destinasyonun kolay ulaşılabilir olması ve sosyal çevre beklentilerine ters düşmeyecek örneğin yaşlıların genç etkinliklerine katılması gibi etkinliklere katılımında etkilerini ortaya koymaktadır (Dick ve Basu, 1994: 109).

Metodoloji

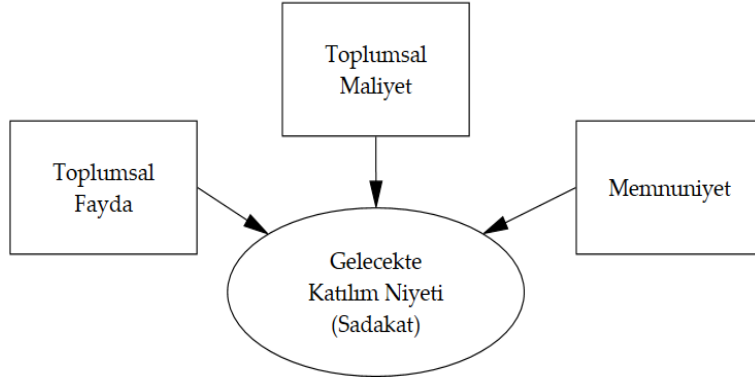
Festival ziyaretçilerinin aynı festival veya özel etkinliğe sadakat göstererek, gelecekte de düzenlenecek festivallere katılım niyeti, festivallerin sürdürülebilirliği için oldukça önemlidir. Bu açıdan ilk yıl düzenlenen festivallerde önemli noktaların tespit edilerek katılımcılardan geri bildirim alınması, katılımcıların gelecekteki katılım niyetlerini yansıtırken festivallerin sürdürülebilir olması adına ipuçları barındırmaktadır. Bu kapsamda bu çalışmada, Balıkesir'in Gönen ilçesinde ilki düzenlenen Gönen Alışveriş Festivali'nin toplumsal fayda, toplumsal maliyet, memnuniyet ve gelecekte katılım niyeti kavramları kapsamında incelenmesi amaçlanmıştır. Festivalin değerlendirilmesi için festivalin gerçekleştiği bölgede 475 kişiye anket yapılması teklif edilmiş festivale katılan 207 kişiden 203 geçerli veri elde edilmiştir. Anketlerden elde edilen verilerle araştırma modeline uygun olarak "toplumsal fayda", "toplumsal maliyet" ve "memnuniyet" bağımsız değişkenlerinin "gelecekte katılım niyeti-sadakat" bağımlı değişkeni üzerindeki etkisi Regresyon analizi ile incelenmiştir. Araştırmanın yürütülebilmesi için gerekli etik kurul izni alınmıştır.

Araştırmanın Kavramsal Modeli

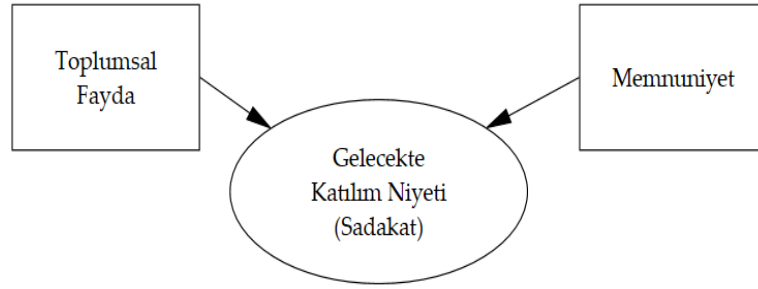
Araştırmada Gönen Alışveriş Festivalini katılan katılımcıların gelecekte düzenlenecek festivallere katılma niyetlerinin ve dolayısıyla mevcut festivalin sürdürülebilirliğini incelemek adına model oluşturulmuştur. Araştırmada kullanılan kavramsal modeller Şekil 1 ve Şekil 2'de belirtilmiştir.



Şekil 1. Araştırmada Kullanılan Model 1



Şekil 2. Araştırmada Kullanılan Model 2



Şekil 1’de gösterilen araştırma modeli Model 1’de “toplumsal fayda”, “toplumsal maliyet” ve “memnuniyet” bağımsız değişkenlerinin, Şekil 2’de gösterilen araştırma modeli Model 2’de ise “toplumsal fayda” ve “toplumsal maliyet” bağımsız değişkenlerinin, “gelecekte katılım niyeti” bağımlı değişkeni üzerindeki etkisi incelenmektedir.

Araştırmanın Hipotezleri

Araştırmanın, kavramsal çerçeveye uygun olarak üç temel hipotezi bulunmaktadır:

H1: Bireylerin festivallere ilişkin algıladıkları toplumsal fayda, festivallere duydukları gelecekte katılım niyeti düzeyini pozitif yönde etkilemektedir.



Festival Ziyaretçilerinin Sosyal Fayda, Sosyal Maliyet ve Memnuniyet Algısının Gelecekteki Katılım Niyeti Üzerindeki Etkisi: Gönen Alışveriş Festivali Örneği

H₂: Bireylerin festivallere ilişkin algıladıkları toplumsal maliyet, festivallere duydukları gelecekte katılım niyeti düzeyini negatif yönde etkilemektedir.

H₃: Bireylerin festivallerden duyduğu memnuniyet, festivallere duydukları gelecekte katılım niyeti düzeyini pozitif yönde etkilemektedir.

Araştırmada kullanılan ölçeklerden toplumsal fayda ve toplumsal maliyet ölçekleri, Delamere vd. (2001) tarafından geliştirilen ve Woosnam vd. (2013) tarafından revize edilen ölçeklerden yararlanılarak adapte edilmiş ve kullanılmıştır. Gelecekte katılım niyeti ve memnuniyet ölçekleri ise Lee ve Beeler (2006) tarafından kullanılan ölçekler uyarlanarak çalışmada sonuçlarına kaynaklık eden anket formuna dahil edilmiştir.

Örneklem ve Verilerin Toplanması

Araştırma kapsamında kullanılan veriler, "Gönen Alışveriş Festivali"nin düzenlendiği tarihlerde 21-22-23 Kasım 2019 tarihlerinde Balıkesir'in Gönen ilçesinde yüz yüze anket yoluyla toplanmıştır. Alışveriş festivalinin gerçekleştiği bölgede 475 kişiye anket yapılması teklif edilmiş bu karşın 207 kişi anketi doldurmuş ve 203 geçerli veri elde edilmiştir.

Verilerin Analizi

Araştırmada elde edilen verilerin değerlendirilmesinde SPSS 22 istatistik paket programı kullanılmıştır. Verilerin analizinde sırasıyla; araştırmada kullanılan demografik özellikler için frekans tabloları ve diğer tüm değişkenler için ise güvenilirlik analizi, korelasyon analizi ve regresyon analizinden yararlanılmış ve araştırma hipotezleri test edilmiştir.

Araştırmanın Sonuçları ve İstatistiksel Analizler

Anket katılımcılarının demografik özelliklerine dair bilgiler frekans analizi aracılığıyla Tablo 1'de belirtilmiştir.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Özellikler	f	%	Özellikler	f	%
Cinsiyet			Festivale Katılım		
Kadın	88	43,4	Evet	207	43,57
Erkek	115	56,6	Hayır	268	56,43



Festival Tarihi			Haber Kaynağı		
Uygun	156	76,8	Yerel Medya	90	44,3
Uygun Değil	47	23,1	Ulusal Medya	6	2,9
► Yaz Sezonunda	30	63,8	Sosyal Medya	83	40,8
► Sonbahar Sezonunda	17	36,2	Diğer	24	11,8
Gelir Düzeyi			Eğitim Düzeyi		
0-1000 TL	53	26,1	İlköğretim	60	29,5
1001-2000 TL	32	15,7	Lise	64	31,5
2001-4000 TL	87	42,8	Ön lisans	44	21,6
4001-6000 TL	18	8,8	Lisans	30	14,7
6001 ve üstü	13	6,4	Lisansüstü	5	2,4

Tablo 1’de yer alan veriler incelendiğinde Gönen Alışveriş Festivaline katılım %43,57 civarında olup %56,6’sı erkeklerden oluşmaktadır. Festivale katılan kişiler %44,3’ü yerel medya, %40,8’i sosyal medya, %11,8’i diğer kaynaklardan %2,9’u ise ulusal medya aracılığı ile festivalden haberdar olmuştur. Festivale katılan kişiler %29,5 ile İlköğretim, %31,5 ile Lise, %21,6 ile Önlisans, %21,6 ile Lisans ve %2,4 ile Lisansüstü mezunu olduklarını belirtmişlerdir.

Güvenilirlik Analizi

Ölçümün hatadan bağımsızlığının ölçüsü olan güvenilirliğin saptanmasında literatürdeki benzer çalışmalar dikkate alınarak Cronbach Alfa Katsayısı incelenmiştir.

Tablo 2. Gönen Alışveriş Festivaline Katılan Katılımcıların Toplumsal Fayda, Toplumsal Maliyet, Memnuniyet ve Gelecekte Katılım Niyeti Değişkenlerinin Güvenilirlik Analizi

	Cronbach Alfa Katsayısı
Gelecekte Katılım Niyeti	0,91*
Toplumsal Fayda	0,90*
Toplumsal Maliyet	0,73*
Memnuniyet	0,81*

*, %1 anlamlılık düzeyini göstermektedir.



Tablo 2'deki Toplumsal Fayda, Toplumsal Maliyet, Memnuniyet ve Gelecekte Katılım Niyeti değişkenlerine ait Cronbach Alfa Katsayılarının hepsi istatistiksel olarak anlamlıdır. Her bir katsayı değeri 0,70'in üzerinde olup ölçüm güveniliridir.

Korelasyon Analizi

Çalışmada toplumsal fayda, toplumsal maliyet, gelecekte katılım niyeti ve memnuniyet arasındaki ilişkinin belirlenmesi adına korelasyon analizi yapılmış ve değişkenler arasında pozitif ve anlamlı bir korelasyon olup olmadığı incelenmiştir.

Literatürde değişkenler arasındaki ilişki $r > 0,70$ ise "güçlü", $0,40 < r < 0,70$ ise "orta", $0,20 < r < 0,40$ ise "zayıf", $r < 0,20$ ise "ihmal edilebilir" olarak ifade edilmektedir (Oktay ve Gül, 2003; 416). Tablo 3 incelendiğinde elde edilen ilişkiler güçlü olarak nitelendirilemediğinden dolayı değişkenler arasındaki ilişkiyi daha ayrıntılı incelemek adına regresyon analizinden faydalanılmıştır. Gerçekleştirilen korelasyon analizine göre Tablo 3'te de görüldüğü gibi sınıflandırılan toplumsal fayda, toplumsal maliyet, memnuniyet ve gelecekte katılım niyeti arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Tablo 3. Gönen Alışveriş Festivaline Katılan Katılımcıların Toplumsal Fayda, Toplumsal Maliyet, Memnuniyet ve Gelecekte Katılım Niyeti Arasındaki Korelasyon Analizi

	Gelecekte Katılım Niyeti	Toplumsal Fayda	Toplumsal Maliyet	Memnuniyet
Gelecekte Katılım Niyeti	1,000			
Toplumsal Fayda	0,517* (0,000)	1,000		
Toplumsal Maliyet	-0,200** (0,004)	-0,109*** (0,077)	1,000	
Memnuniyet	0,233** (0,001)	0,468* (0,000)	-0,099*** (0,098)	1,000

*, ** ve *** sırasıyla %1, %5 ve %10 anlamlılık düzeylerini göstermektedir.

Regresyon Analizi

Araştırma kapsamındaki hipotezlerin test edilmesi amacıyla iki farklı çoklu regresyon modeli oluşturulmuştur. Oluşturulan 1. Modelde bağımlı değişken Gelecekte Katılım Niyeti (Y), bağımsız değişkenler ise Toplumsal Fayda (X₁), Toplumsal Maliyet (X₂) ve Memnuniyet (X₃) olarak



tanımlanmıştır. 2. Modelde ise bağımlı değişken Gelecekte Katılım Niyeti (Y), bağımsız değişkenler ise Toplumsal Fayda (X₁), Toplumsal Maliyet (X₂) olarak tanımlanmıştır.

Tablo 4. Model 1 için Regresyon Analizi

Model 1	Beta	T	P
Toplumsal Fayda	0,511	6,921	0,146
Toplumsal	-0,146	-2,225	0,127
Memnuniyet	-0,021	-0,288	0,774
F	22,699*		
R	0,537		
R ²	0,288		

* , %1 anlamlılık düzeyini göstermektedir.

Tablo 4 incelendiğinde Model 1 için gelecekte katılım niyeti yani sadakat ile toplumsal fayda, toplumsal maliyet ve memnuniyet arasında herhangi bir neden sonuç ilişkisi olmadığı görülmektedir.

Tablo 5. Model 2 için Regresyon Analizi

Model 2	Beta	T	P
Toplumsal Fayda	0,485*	7,526	0,000
Toplumsal Maliyet	-0,162**	-2,521	0,013
F	32,986*		
R	0,522		
R ²	0,573		

* ve ** sırasıyla %1 ve %5 anlamlılık düzeyini göstermektedir.

Tablo 5’de yer alan veriler incelendiğindeyse, çoklu regresyon modelinde gelecekte katılım niyeti ile toplumsal fayda ve toplumsal maliyet unsurları arasında ortaya çıkan neden-sonuç ilişkisi bulunduğu gözlemlenmektedir. Çoklu regresyon modeli 32,986 F değeriyle %1 düzeyinde anlamlıdır. R² yani belirlilik (tanımlayıcılık) katsayısı değeri ise bağımlı değişkendeki değişimin, bağımsız değişkenler tarafından ne kadar tanımlanabildiğini gösteren bir ölçü olup Model 2’deki değerine göre; toplumsal fayda ve toplumsal maliyet bağımsız değişkenlerinin bağımlı değişken olan gelecekte katılım niyeti davranışının %57,3’ünü açıklayabilmektedir. Toplumsal fayda ve Toplumsal maliyet unsurlarının gelecekte katılım niyeti ile ilişkisi incelendiğinde; gelecekte katılım niyeti, toplumsal faydadan, %1 anlamlılık düzeyinde pozitif yönde etkilenirken, toplumsal maliyetten %5 anlamlılık düzeyinde negatif yönde etkilendiği sonucuna varılmıştır.



Bulgular

21-22-23 Kasım 2019 tarihlerinde Balıkesir'in Gönen ilçesinde ilk defa gerçekleştirilen Gönen Alışveriş Festivali'nin değerlendirildiği bu çalışmada festival, toplumsal fayda, toplumsal maliyet, memnuniyet ve gelecekte tekrar katılma niyeti yani sadakat kavramları çerçevesinde incelenmiştir.

İncelenen verilere göre Model 1 doğrultusunda toplumsal fayda, toplumsal maliyet, memnuniyet ve gelecekte katılım niyeti arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur (Tablo 4). Regresyon analizi sonuçları incelendiğinde ise gelecekte katılım niyeti ile toplumsal fayda ve toplumsal maliyet unsurları arasında ortaya çıkan neden-sonuç ilişkisi bulunduğu gözlemlenmektedir. Buna göre toplumsal fayda ve toplumsal maliyet değişkenleri gelecekte katılım niyeti değişkeninin %57,3'ünü açıklayabilmektedir (Tablo 5). Aynı zamanda gelecekte katılım niyeti değişkeni, toplumsal fayda değişkeninden pozitif yönde etkilenirken toplumsal maliyet değişkeninden negatif yönde etkilendiği görülmektedir.

Tüm bu bulgular ışığında festivale dair sadakatin toplumsal faydadan olumlu olarak etkilendiği ifade edilebilir (beta: 0,485; $p < \%1$). Yani festivalin, toplumun faydasına yönelik olarak oluşturduğu etkinin festivale olan sadakati de pozitif olarak etkilemektedir. Bununla birlikte festivalin topluma yönelik oluşturduğu maliyet de sadakati olumsuz yönde etkilemektedir (beta: -0,162; $p < \%5$). Yaşam maliyetlerini arttırma, trafik sıkışıklığı, kalabalık, suç oranları, maddi hasarlar, doğal kültürel ve tarihi kaynakların yıpranması ve çevre kirliliği gibi festivalin fiziksel ve doğa çevre üzerinde olumsuz etkileri festivale olan sadakati negatif olarak etkilenmektedir. Her iki etkinin beta değerlerine bakıldığında toplumsal faydanın toplumsal maliyetten daha yüksek etkiye sahip olduğu görülmekte bu durumda da festivalin olumlu etkilerinin daha çok olduğunu göstermektedir denilebilir.

5. Sonuç

Festival ve özel etkinliklerin başarısı bir topluluğun sahip olduğu özgün doğal çevresi veya cazibe merkezlerinden daha çok yerel toplumun ve etkinliği organize edenlerin bu konudaki isteklerine bağlı olduğu düşünülmektedir (Turko ve Kelsey, 1992: 145). Bu sebeple, bu çalışmada, festivale katılan bireylerin gelecekte gerçekleştirilecek etkinliklere yönelik sadakatleri toplumsal fayda, toplumsal maliyet ve memnuniyet değişkenleri kullanılarak açıklanmaya çalışılmıştır. Özellikle ilk defa gerçekleştirilen festival ve özel etkinliklerin başarısında katılımcıların gelecekte gerçekleştirilecek etkinliklere yönelik katılım niyetleri önemli bir yere sahiptir. Daha önce gerçekleştirilen araştırmaların aksine (Baker ve Crompton, 2000: 800; Lee ve Beeler, 2006: 201) katılımcıların memnuniyeti



festivale yönelik gelecekteki katılım niyetleri üzerindeki etkisi istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. Bunun nedeninin festivalin ilk defa gerçekleştirilmesinden kaynaklandığı düşünülmektedir. Nitekim etkinliğin ilk defa düzenlenmesi ve araştırmaya katılanların yine yerel halk arasından seçilmesi sebebiyle memnuniyet faktörünün istatistiksel olarak anlamlı bulunamamasında rol oynadığı değerlendirilmiştir. Araştırmaya katılım sağlayanlar daha çok bu festivalden memnuniyet duymasa da gelecekteki festivallerin daha başarılı olabileceği beklentisi içerisinde olması nedeniyle gelecekte katılım sağlama niyetlerini de yüksek tutmakta oldukları anlaşılmaktadır. Bu çelişkili durumun net bir şekilde anlaşılabilmesi için bu gelecekte gerçekleştirilecek olan festivale katılım sağlayanlar ile mevcut araştırma sonuçlarının karşılaştırmalı bir analizinin gerçekleştirilmesi önemli görülmektedir.

Araştırmada toplumsal fayda ve toplumsal maliyet değişkenlerinin katılımcıların gelecekte katılım niyetlerinin açıklanmasında önemli iki değişken olarak olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Özellikle araştırmaya katılan bireylerin ev sahibi topluluk üyesi olduğu düşünüldüğünde bu sonuçların etkisinin yüksek olması beklenmektedir. Çünkü özellikle festivallerin topluma sağladığı faydanın toplumsal maliyetten daha yüksek olması yerel halkın algıladığı faydayı yüksek olarak değerlendirmesi (Gursoy vd., 2006: 346) nedeniyle bu tür etkinliklere yönelik gelecekte katılım niyetini olumlu yönde etkilemektedir. Bu sebeple festivallerin organizasyonunda yerel halkın gündelik yaşantısına (Atçı vd., 2016; O'Sullivan ve Jackson, 2002: 331), fiziksel ve doğal çevre (Gursoy vd., 2006: 345), sosyal ve kültürel yapısı (Leenders vd., 2015: 761), yaşam kalitesi (Quinn, 2006: 290) gibi faktörler üzerine etki edebilecek olumsuzlukların en aza indirgenmesi festivallerin algılanan faydasını arttırmakta ve dolayısıyla başarısında önemli rol oynamaktadır. Bu çerçevede çalışmanın sonuçlarına göre bundan gerçekleştirilecek olan festivallerde -özellikle düzenleyici kurul açısından- aşağıdaki önerilerin göz önüne alınmasının faydalı olacaktır:

- Festivalin toplumsal maliyetlerini en aza indirmek için özel gayret sarf edilmesi,
- Festival düzenleme kurulunda vatandaşlarını temsilen üyelerin yer alması,
- Festival öncesinde de vatandaşlara yönelik saha çalışması yapılarak görüşlerin alınması.

Son olarak ise farklı çalışmalarda festivallerin verimlilik ve etkinliğini ölçmek için daha geniş saha çalışmalarının yapılmasının uygun olduğu düşünülmektedir.



Genel olarak değerlendirildiğinde bu araştırmanın bazı kısıtlılıkları bulunmaktadır. Öncelikle araştırmanın ilk kez gerçekleştirilen bir etkinlik olması sebebiyle geçmişte gerçekleştirilen etkinlikler ile karşılaştırma yapılamamıştır. Diğer taraftan araştırmanın etkinlik esnasında gerçekleştirilememiş olması sebebiyle etkinliğe lokasyon dışından katılan bireylerin düşüncelerine yer verilememiştir. Diğer taraftan araştırmada yüz yüze anket tekniği seçilmiş olması nedeniyle bireylerin gün içerisinde yeterli zaman ayırmaması nedeniyle katılım için sorulan kişi sayısı ve bireysel katılım oranının düşük olduğu gözlemlenmiştir. Diğer taraftan gelecekteki araştırmalarda algılanan toplumsal fayda ve toplumsal maliyet değişkenleri üzerinde katılımcıların kişilik özellikleri, bireylerin sosyoekonomik ve demografik profilleri gibi değişkenlerinin etkisinin incelenmesinin önemli olduğu değerlendirilmektedir.

Kaynakça

- Allen, J., O'Toole, W., McDonnell, I., ve Harris, R. (2012). *Festival and special event management*. Milton: John Wiley & Sons Inc.
- Andereck, K. L., Valentine, K. M., Knopf, R. C., ve Vogt, C. A. (2005). Residents' perceptions of community tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 32(4), 1056-1076.
- Arcodia, C., ve Whitford, M. (2007). *Festival attendance and the development of social capital*. Paper presented at the Journal of Convention & Event Tourism.
- Atçı, D., Unur, K., ve Gürsoy, D. (2016). The Impacts of Hosting Major Sporting Events: Resident's Perceptions of the Mediterranean Games 2013 in Mersin. *International Review of Management and Marketing*, 6(1).
- Attanasi, G., Casoria, F., Centorrino, S., ve Urso, G. (2013). Cultural investment, local development and instantaneous social capital: A case study of a gathering festival in the South of Italy. *The Journal of Socio-Economics*, 47, 228-247.
- Backman, K. F., Backman, S. J., Uysal, M., ve Sunshine, K. M. (1995). Event tourism: An examination of motivations and activities. *Festival Management and Event Tourism*, 3(1), 15-24.
- Báez, A., ve Devesa, M. (2014). Segmenting and profiling attendees of a film festival. *International Journal of Event and Festival Management*.
- Baker, D. A., ve Crompton, J. L. (2000). Quality, satisfaction and behavioral intentions. *Annals of Tourism Research*, 27(3), 785-804.



- Ballantyne, J., Ballantyne, R., ve Packer, J. (2014). Designing and managing music festival experiences to enhance attendees' psychological and social benefits. *Musicae scientiae*, 18(1), 65-83.
- Besculides, A., Lee, M. E., ve McCormick, P. J. (2002). Residents' perceptions of the cultural benefits of tourism. *Annals of Tourism Research*, 29(2), 303-319.
- Bob, U., ve Swart, K. (2009). *Resident perceptions of the 2010 FIFA Soccer World Cup stadia development in Cape Town*. Paper presented at the Urban Forum.
- Burbank, M. J., Heying, C. H., ve Andranovich, G. (2000). Antigrowth politics or piecemeal resistance? Citizen opposition to Olympic-related economic growth. *Urban affairs review*, 35(3), 334-357.
- Chen, C. F., ve Chen, F. S. (2010). Experience quality, perceived value, satisfaction and behavioral intentions for heritage tourists. *Tourism management*, 31(1), 29-35.
- Chen, Y., Lehto, X. Y., ve Cai, L. (2013). Vacation and well-being: A study of Chinese tourists. *Annals of Tourism Research*, 42, 284-310.
- Cohen, S. (2004). Social relationships and health. *American psychologist*, 59(8), 676.
- Cudny, W., Korec, P., ve Rouba, R. (2012). Residents' perception of festivals-a case study of Lodz. *Sociologia*, 44(6), 704-728.
- De Bres, K., ve Davis, J. (2001). Celebrating group and place identity: A case study of a new regional festival. *Tourism Geographies*, 3(3), 326-337.
- Del Barrio, M. J., Devesa, M., ve Herrero, L. C. (2012). Evaluating intangible cultural heritage: The case of cultural festivals. *City, Culture and Society*, 3(4), 235-244.
- Delamere, T. A., Wankel, L. M., ve Hinch, T. D. (2001). Development of a scale to measure resident attitudes toward the social impacts of community festivals, Part I: Item generation and purification of the measure. *Event management*, 7(1), 11-24.
- Derrett, R. (2003). Festivals & regional destinations: How festivals demonstrate a sense of community & place. *Rural Society*, 13(1), 35-53.
- Dick, A. S., ve Basu, K. (1994). Customer loyalty: toward an integrated conceptual framework. *Journal of the academy of marketing science*, 22(2), 99-113.
- Diener, E., Oishi, S., ve Lucas, R. E. (2003). Personality, culture, and subjective well-being: Emotional and cognitive evaluations of life. *Annual review of psychology*, 54(1), 403-425.
- Diener, E., ve Suh, E. (1997). Measuring quality of life: Economic, social, and subjective indicators. *Social indicators research*, 40(1-2), 189-216.



- Diener, E., ve Suh, E. M. (2000). *Culture and Subjective Well-being*. Massachusetts: The MIT Press.
- Dolan, P., ve Metcalfe, R. (2012). Measuring subjective wellbeing: Recommendations on measures for use by national governments. *Journal of social policy*, 41(2), 409-427.
- Dwyer, L., Mellor, R., Mistilis, N., ve Mules, T. (2000). A framework for evaluating and forecasting the impacts of special events. In J. Allen, R. Harris, L. K. Jago, & A. J. Veal (Eds.), *Events beyond 2000: Setting the agenda* (pp. 31-45). Sydney: Australian Centre for Event Management.
- Ferdinand, N., ve Williams, N. L. (2013). International festivals as experience production systems. *Tourism management*, 34, 202-210.
- Fredline, L., Raybould, M., Jago, L., ve Deery, M. (2005). *Triple bottom line event evaluation: A proposed framework for holistic event evaluation*. Paper presented at the International Event Research Conference, Sydney, Australia: Australian Centre for Event Management.
- Getz, D. (1993). Festivals and special events. In M. A. Khan, O. M. D., & V. T. (Eds.), *Encyclopedia of hospitality and tourism* (pp. 789-810). New York, NY: Van Nostrand Reinhold.
- Getz, D. (2005). *Event Management & Event Tourism* (2nd ed.). New York, NY: Cognizant Communication Corporation.
- Gotham, K. F. (2011). Resisting urban spectacle: The 1984 Louisiana World Exposition and the Contradictions of Mega Events. *Urban Studies*, 48(1), 197-214.
- Grunwell, S. (2007). Film festivals: An empirical study of factors for success. *Event management*, 11(4), 201-210.
- Grunwell, S., Ha, I. S., ve Martin, B. S. (2008). *A comparative analysis of attendee profiles at two urban festivals*. Paper presented at the Journal of Convention & Event Tourism.
- Gursoy, D., Bonn, M. A., ve Chi, C. G. (2010). An examination of general, nondestination-specific versus destination-specific motivational factors. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 19(4), 340-357.
- Gursoy, D., Kim, K., ve Uysal, M. (2004). Perceived impacts of festivals and special events by organizers: an extension and validation. *Tourism management*, 25(2), 171-181.
- Gursoy, D., Spangenberg, E. R., ve Rutherford, D. G. (2006). The hedonic and utilitarian dimensions of attendees' attitudes toward festivals. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 30(3), 279-294.



- Hede, T.-M., ve Jago, T. L. (2005). Perceptions of the host destination as a result of attendance at a special event: a post-consumption analysis. *International Journal of Event Management Research*, 1(1), 1-11.
- Irshad, H. (2011). Impacts of community events and festivals on rural places. *Government of Alberta, Agriculture and Rural Development Division*.
- Iwasaki, Y. (2007). Leisure and quality of life in an international and multicultural context: What are major pathways linking leisure to quality of life? *Social indicators research*, 82(2), 233-264.
- Iwasaki, Y., ve Havitz, M. E. (1998). A path analytic model of the relationships between involvement, psychological commitment, and loyalty. *Journal of leisure research*, 30(2), 256-280.
- Janiskee, R. L. (1994). Some macroscale growth trends in America's community festival industry. *Festival Management and Event Tourism*, 2(1), 10-14.
- Jeon, M., Shin, M., ve Lee, S. J. (2014). An analysis of factors influencing individually and socially oriented happiness: The case of Seoul. *Korean Journal of Policy Studies*.
- Jones, T. O., ve Sasser, W. E. (1996). Why satisfied customers defect. *Journal of management in engineering*, 12(6), 11-11.
- Keyes, C. L., Shmotkin, D., ve Ryff, C. D. (2002). Optimizing well-being: the empirical encounter of two traditions. *Journal of personality and social psychology*, 82(6), 1007.
- Kim, H., Borges, M. C., ve Chon, J. (2006). Impacts of environmental values on tourism motivation: The case of FICA, Brazil. *Tourism management*, 27(5), 957-967.
- Kim, K., Uysal, M., ve Sirgy, M. J. (2013). How does tourism in a community impact the quality of life of community residents? *Tourism management*, 36, 527-540.
- Kim, Y., Suh, B. W., ve Eves, A. (2010). The relationships between food-related personality traits, satisfaction, and loyalty among visitors attending food events and festivals. *International journal of hospitality management*, 29(2), 216-226.
- King, B., Pizam, A., ve Milman, A. (1993). Social impacts of tourism: Host perceptions. *Annals of Tourism Research*, 20(4), 650-665.
- Kişioğlu, E., ve Selvi, M. S. (2013). Yerel Etkinliklerin Tekirdağ'ın Destinasyon İmajına Etkisi: Yerel Paydaşlar Açısından Bir Değerlendirme. *IAAOJ, Social Science*, 1(1), 68-102.



- Kozak, M. (2003). Measuring tourist satisfaction with multiple destination attributes. *Tourism analysis*, 7(3-4), 229-240.
- Kozak, M., ve Rimmington, M. (2000). Tourist satisfaction with Mallorca, Spain, as an off-season holiday destination. *Journal of Travel Research*, 38(3), 260-269.
- Lade, C., ve Jackson, J. (2004). Key success factors in regional festivals: Some Australian experiences. *Event management*, 9(1-2), 1-11.
- LaTour, S. A., ve Peat, N. C. (1979). Conceptual and methodological issues in consumer satisfaction research. *ACR North American Advances*.
- Laws, E., Scott, N., ve Parfitt, N. (2002). Synergies in destination image management: a case study and conceptualisation. *International Journal of Tourism Research*, 4(1), 39-55.
- Lee, I., Arcodia, C., ve Lee, T. J. (2012). Benefits of visiting a multicultural festival: The case of South Korea. *Tourism management*, 33(2), 334-340.
- Lee, J., ve Beeler, C. (2006). The relationships among quality, satisfaction, and future intention for first-time and repeat visitors in a festival setting. *Event management*, 10(4), 197-208.
- Leenders, M. A., Go, F. M., ve Bhansing, P. V. (2015). The importance of the location in hosting a festival: A mapping approach. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 24(7), 754-769.
- Li, M., Huang, Z., ve Cai, L. A. (2009). Benefit segmentation of visitors to a rural community-based festival. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 26(5-6), 585-598.
- Liang, Y., Illum, S. F. ve Cole, S. T. (2008). Benefits received and behavioural intentions of festival visitors in relation to distance travelled and their origins. *International Journal of Event Management Research*, 4(1), 12-23.
- Litvin, S. W. ve Fetter, E. (2006). Can a festival be too successful? A review of Spoleto, USA. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 18(1), 41-49.
- Long, P. T., ve Perdue, R. R. (1990). The economic impact of rural festivals and special events: Assessing the spatial distribution of expenditures. *Journal of Travel Research*, 28(4), 10-14.
- Manolika, M., Baltzis, A., ve Tsigilis, N. (2015). Measuring motives for cultural consumption: a review of the literature. *American journal of applied psychology*, 3(1), 1-5.
- Martin, B., Bridges, W. ve Grunwell, S. (2006). A comparison of two music festivals: implications for festival managers and planners. *Hospitality, Tourism, Leisure Science Journal*, 2(1), 1-9.



- Mingo, I. ve Montecolle, S. (2014). Subjective and objective aspects of free time: The Italian case. *Journal of Happiness Studies*, 15(2), 425-441.
- Mitchell, C. J. (1993). Economic impact of the arts: theatre festivals in small Ontario communities. *Journal of cultural economics*, 17(2), 55-67.
- Morgan, N., Pritchard, A., ve Sedgley, D. (2015). Social tourism and well-being in later life. *Annals of Tourism Research*, 52, 1-15.
- Naidoo, P., ve Sharpley, R. (2016). Local perceptions of the relative contributions of enclave tourism and agritourism to community well-being: The case of Mauritius. *Journal of Destination Marketing & Management*, 5(1), 16-25.
- Newman, D. B., Tay, L., ve Diener, E. (2014). Leisure and subjective well-being: A model of psychological mechanisms as mediating factors. *Journal of Happiness Studies*, 15(3), 555-578.
- Nunkoo, R., Ramkissoon, H., ve Gursoy, D. (2013). Use of structural equation modeling in tourism research: Past, present, and future. *Journal of Travel Research*, 52(6), 759-771.
- Nunkoo, R., ve So, K. K. F. (2016). Residents' support for tourism: Testing alternative structural models. *Journal of Travel Research*, 55(7), 847-861.
- 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.
- Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of marketing research*, 17(4), 460-469.
- Organ, K., Koenig-Lewis, N., Palmer, A., ve Probert, J. (2015). Festivals as agents for behaviour change: A study of food festival engagement and subsequent food choices. *Tourism management*, 48, 84-99.
- Packer, J., ve Ballantyne, J. (2011). The impact of music festival attendance on young people's psychological and social well-being. *Psychology of Music*, 39(2), 164-181.
- Perdue, R. R., Coughlin, A. S., ve Valerius, L. (1988). Tourism and Commercial Recreation: Past, Present, and Future Research. In L. A. Barnett (Ed.), *Research About Leisure. Past, Present and Future*, (pp. 161-174). Champaign, IL: Sagamore Publishing.
- Prayag, G., ve Ryan, C. (2012). Antecedents of tourists' loyalty to Mauritius: The role and influence of destination image, place attachment, personal involvement, and satisfaction. *Journal of Travel Research*, 51(3), 342-356.



- Quinn, B. (2006). Problematising 'festival tourism': Arts festivals and sustainable development in Ireland. *Journal of sustainable tourism*, 14(3), 288-306.
- Rao, V. (2001). Celebrations as social investments: Festival expenditures, unit price variation and social status in rural India. *Journal of Development Studies*, 38(1), 71-97.
- Ryan, R. M., ve Deci, E. L. (2000). Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. *American psychologist*, 55(1), 68.
- Ryan, R. M., ve Frederick, C. (1997). On energy, personality, and health: Subjective vitality as a dynamic reflection of well-being. *Journal of personality*, 65(3), 529-565.
- Saayman, M., Kruger, M. ve Erasmus, J. (2012). Finding the key to success: A visitors' perspective at a National Arts Festival. *Acta commercii*, 12(1), 150-172.
- Sasser, W. E., Schlesinger, L. A., ve Heskett, J. L. (1997). *Service profit chain*: Simon and Schuster.
- Searle, J. R. (1995). *The Construction of Social Reality*. New York, NY: Simon & Schuster.
- Sirgy, M. J. (2010). Toward a quality-of-life theory of leisure travel satisfaction. *Journal of Travel Research*, 49(2), 246-260.
- Snowball, J. (2004). Interpreting economic impact study results: spending patterns, visitor numbers and festival aims. *South African Journal of Economics*, 72(5), 1075-1083.
- Sun, X., Chi, C. G.-Q., ve Xu, H. (2013). Developing destination loyalty: The case of Hainan Island. *Annals of Tourism Research*, 43, 547-577.
- Theodorakis, N. D., Kaplanidou, K., ve Karabaxoglou, I. (2015). Effect of event service quality and satisfaction on happiness among runners of a recurring sport event. *Leisure Sciences*, 37(1), 87-107.
- Thomason, P. S., ve Perdue, R. R. (1987). Festivals and special events. *Journal of Physical Education, Recreation & Dance*, 58(4), 54-56.
- Torres, E. N. (2015). The influence of others on the vacation experience: An ethnographic study of psychographics, decision making, and group dynamics among young travelers. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 24(8), 826-856.
- Turko, D., ve Kelsey, C. (1992). Determining the economic impact of recreation special events. *Alexandria, VA: National Recreation and Park Association*, 145.



- Uysal, M., Gahan, L., ve Martin, B. (1993). An examination of event motivations: A case study. *Festival Management and Event Tourism*, 1(1), 5-10.
- Uysal, M., Perdue, R., ve Sirgy, M. J. (2012). *Handbook of tourism and quality-of-life research: Enhancing the lives of tourists and residents of host communities*. Dordrecht, The Netherlands: Springer Science & Business Media.
- Woo, E., Kim, H., ve Uysal, M. (2015). Life satisfaction and support for tourism development. *Annals of Tourism Research*, 50, 84-97.
- Woosnam, K. M., Van Winkle, C. M., ve An, S. (2013). Confirming the festival social impact attitude scale in the context of a rural Texas cultural festival. *Event management*, 17(3), 257-270.
- Yolal, M., Çetinel, F., ve Uysal, M. (2009). *An examination of festival motivation and perceived benefits relationship: Eskişehir International Festival*. Paper presented at the Journal of Convention & Event Tourism.
- Yolal, M., Woo, E., Cetinel, F., ve Uysal, M. (2012). Comparative research of motivations across different festival products. *International Journal of Event and Festival Management*, 3(1), 66-80. doi:10.1108/17582951211210942
- Yolal, M., Gursoy, D., Uysal, M., Kim, H. L., ve Karacaoğlu, S. (2016). Impacts of festivals and events on residents' well-being. *Annals of Tourism Research*, 61, 1-18.
- Yoon, Y., ve Uysal, M. (2005). An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: a structural model. *Tourism management*, 26(1), 45-56.

