

Geliş Tarihi / Received Date
09.04.2023

Kabul Tarihi / Accepted Date
04.07.2023

Etkinlik Turizmi Kapsamında Ordu Vosvos Şenliği Organizasyon Sürecinin Değerlendirilmesi¹

Evaluation of Ordu Vosvos Festival Organization Process within the Scope of Event Tourism

Taner DALGIN²

Emrah KARA³

Hüseyin ÇEKEN⁴

Öz

Etkinlik turizmi düzenlendiği bölgenin imajını güçlendirmesi ve yerel kalkınmayı desteklemesi gibi sebeplerle destinasyon yönetimleri tarafından üzerinde durulan bir turizm türü olmuştur. Araştırma kapsamında Vosvos Şenliği organizasyonu ile ilgili elde edilen verileri değerlendirerek, organizasyonun daha etkili gerçekleştirilmesine destek sağlamak amaçlanmaktadır. Ayrıca, bu araştırmadan elde edilen çıkarımların genel olarak festivallerin organizasyon sürecinin ideal işleyişine yönelik bir çerçeve ortaya koyabileceği düşünülmektedir. Ordu Vosvos Şenliği kapsamında gerçekleştirilen bu araştırmanın evrenini bu organizasyonda görev almış ve bu organizasyon sürecine yönetsel olarak katkı sağlamış kişiler oluşturmaktadır. Yarı yapılandırılmış mülakat formu yardımıyla Ordu Vosvos Şenliği organizasyonunda görev alan kişilerden ve şenlik ile ilgili bilgi sahibi yerel yönetim çalışanlardan veri toplanılmıştır. Örneklem seçiminde amaçlı örneklem seçimi yöntemi kullanılmıştır. Elde edilen verilere göre Ordu ilinin sahip olduğu doğal çekicilikler ve yerel halkın misafirperver yaklaşımı Vosvos şenliğinin ilde düzenlenmesi için uygun bir ortam sağlamaktadır. Birçok turistik bölge için şenliklerin düzenlenmesindeki en temel motivasyon bölgenin kalkınmasına sağlayacağı katkılardır. Şenliğin Ordu ilinin kalkınmasına olumlu etki yarattığı fakat bu etkinin henüz yetersiz düzeyde olduğu katılımcılardan elde edilen bulgulardan anlaşılmaktadır. Yerel halkın şenlik içerisindeki rolünü arttıracak düzenlemelerin yapılması şenliğin kalkınmaya olan etkisini güçlendirecektir. Gelecekte başarılı şekilde organize edilecek Vosvos şenliğinin ve diğer yerel etkinliklerin Ordu ilinin turizm sektöründe bilinirliğini destekleyeceği ve kalkınmasına önemli katkılar sağlayacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Etkinlik turizmi, festivaller, Ordu Vosvos Şenliği, yerel kalkınma, destinasyon imajı

¹ Bu araştırma için Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Etik Kurulu 01.06.2022 tarihi ve 89 numaralı kararı ile etik kurul izni alınmıştır

² Doç. Dr., Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Muğla Meslek Yüksekokulu, Muğla/TÜRKİYE, E- mail: tanerdalgin@mu.edu.tr, ORCID ID: 0000-0002-7645-1989

³ Doktora, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Turizm Fakültesi, Muğla/TÜRKİYE, E- mail: emrahkara9552@hotmail.com, ORCID ID: 0000-0002-3363-8399

⁴ Prof. Dr., Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Turizm Fakültesi, Muğla/TÜRKİYE, E- mail: hceken@mu.edu.tr, ORCID ID: 0000-0002-6614-3018



Abstract

Event tourism has become a type of tourism that is emphasized by destination managements for reasons such as strengthening the image of the region where it is organized and supporting local development. Within the scope of the research, it is aimed to provide support for the organization to be carried out more effectively by evaluating the data obtained about the organization of the Vosvos Festival. In addition, it is thought that the inferences obtained from this research can provide a framework for the ideal functioning of the organization process of festivals in general. The universe of this research, which was carried out within the scope of Ordu Vosvos Festival, consists of people who took part in this organization and contributed to this organization process administratively. With the help of a semi-structured interview form, data were collected from the people involved in the organization of Ordu Vosvos Festival and local government employees who were knowledgeable about the festival. Purposive sample selection method was used in sample selection. According to the data obtained, the natural attractions of Ordu province and the hospitable approach of the local people provide a suitable environment for the Vosvos festival to be held in the province. The main motivation for organizing festivals for many touristic regions is their contribution to the development of the region. It is understood from the findings obtained from the participants that the festival has a positive effect on the development of Ordu province, but this effect is still insufficient. Making arrangements to increase the role of local people in the festival will strengthen the impact of the festival on development. It is thought that the Vosvos festival and other local events, which will be successfully organized in the future, will support the awareness of Ordu in the tourism sector and make significant contributions to its development.

Keywords: *Event tourism, festivals, Ordu Vosvos Festival, local development, destination image*

Giriş

Farklı toplumsal özelliklerin bir yansıması olan sosyal ve kültürel etkinlikler genelin dışında farklı turistik faaliyetlerin arayışında olan turist kitlesine hitap eden bir turistik çekiciliktir (Dalgın, 2021). Kitle turizmine bir alternatif oluşturan ve kültür turizmini kaynak olarak kullanan etkinlik turizmi kapsamında değerlendirilebilecek bu etkinlikler son dönemde kültüre ve yerel yaşantıya artan ilgiyle birlikte daha fazla önem kazanmaya başlamıştır. Etkinliğin gerçekleştiği destinasyonda bulunmak, etkinlik atmosferini deneyimlemek ve etkinliğe katılmış olmayı bir yaşam deneyimi olarak çevresine aktarmak insanları etkinlik turizmine yönlendiren önemli faktörlerdir. Destinasyonların ziyaretçi sayılarını ve harcamalarını arttırmak, destinasyon imajını güçlendirmek ve alternatif destinasyonlar arasında ön plana çıkmak gibi çeşitli amaçlarla etkinlik turizmine odaklandıkları görülmektedir (Erdem vd., 2018: 229). Özellikle, sanatsal, kültürel ve sportif etkinlikler son dönemde destinasyonların turistik talebi arttırmak için kullandıkları, destinasyon imajına önemli katkılar sağlayan etkinliklerdir (Tayfun ve Arslan, 2013). Etkinlik turizmi, etkinliğin düzenlendiği bölge ile bütünleşmesi, o bölgenin imajını güçlendirmesi ve yerel kalkınmayı desteklemesinden dolayı destinasyon yönetimleri tarafından üzerinde durulan bir turizm türü olmuştur. Destinasyonların

geçmişten beri var olan şenlik, panayır gibi etkinlikleri etkinlik turizmi kapsamında ön plana çıkarmaya çalıştığı görülmektedir. Geleneksel bir etkinliğe sahip olmayan destinasyonlar ise bu kapsamda çeşitli kültürel öğeleri temel alan yeni etkinlikler planlama çabasıdır. Etkinlik turizminde olumlu sonuçlar elde edebilmek için destinasyonların etkinliklere kaynak oluşturabilecek kültürel çekicilik değerlerine sahip olması gerektiği de bu noktada gözden kaçırılmamalıdır.

Etkinlik turizmi üzerine odaklanan ve festivallerin bir turistik çekicilik unsuru olarak önemine odaklanan literatürde çeşitli çalışmalar mevcuttur. Yolal (2017) çalışmasında Türkiye'nin etkinlik turizmi potansiyelini değerlendirmiş ve etkinlik turizmi faaliyetlerini geliştirmek için çeşitli önerilerde bulunmuştur. Giritlioğlu vd. (2015) yaptıkları çalışmada Türkiye'de düzenlenen festivalleri temalarına, düzenledikleri aylara, düzenlendiği bölgeye göre sınıflandırmıştır. Kızırmak (2006) Türkiye'de düzenlenen yerel etkinliklerin turistik çekicilik olarak kullanılabilirliğini belirlemeyi amaçlayan çalışmasında birçok yerel etkinliğin bulunduğu, fakat bu etkinliklerin çoğunluğunun iç turizme yönelik olduğu bulgusunu elde etmiştir. Genç (2021) Malazgirt Zaferi yıl dönümü kutlamalarının destinasyon organik imajına yaptığı katkıları araştırdığı çalışmasında, bu etkinliklerin haber değeri taşıması nedeniyle Malazgirt destinasyonunun imajına katkı sağladığı sonucuna ulaşmıştır. Jackson (2008) yerel halkın etkinlik turizminin etkileriyle ilgili algılarını araştırdığı çalışmasında, yerel halkın olumlu sosyal ve ekonomik katkılar sağlayan etkinliklere olumlu bir bakış açısına sahip olduğunu vurgulamıştır. Çoban ve Süer (2018) Alaçatı Ot Festivali'nin, Alaçatı destinasyonunun bir marka olmasındaki etkisini incelemiş ve festivalin daha etkili gerçekleştirilebilmesi için önerilerde bulunmuştur. İlban ve Kömür' de (2019) benzer şekilde festival turizminin markalaşma üzerindeki etkisini Ayvalık destinasyonu için Ayvalık Uluslararası Zeytin Hasat Günleri Örneği özelinde ele almıştır. Erdem vd., (2018) tarafından yapılan çalışmada Uluslararası Mengen Aşçılık ve Turizm Festivali'nin düzenlendiği bölgenin turizmine sağladığı katkılar değerlendirilmiştir. Festivalin düzenlendiği bölgeye sosyo ekonomik ve sosyo kültürel katkıların yanı sıra, tanıtım açısından da önemli katkılar sağladığı tepsi edilmiştir. Özgürel vd. (2019) yerel kalkınmada bir araç olarak festivallerin önemini "Munzur Kültür ve Doğa Festivali" özelinde ele almış ve festival döneminde il genelinde yaşanan turizm hareketliliğinin sosyo-kültürel ve ekonomik açıdan ile canlılık getirdiğini bulgulamıştır. Kozorog (2011) yaptığı çalışmada Slovenya'nın Tolmin kasabasının bir 'festival şehri' haline gelmesine katkıda bulunan koşulları ele almıştır. Backman vd., (1995) yaptıkları çalışmada festival/özel etkinlik/sergi gezisine çıkmış kişilerin demografik özelliklerini, motivasyonlarını ve aktivitelerini araştırmıştır.

Görüldüğü gibi literatürdeki etkinlik turizmi ile ilgili çalışmalar daha çok etkinlik turizminin destinasyon imajına katkısı, etkinlik turizminin gelişimini destekleyen unsurlar, etkinlik turizmine katılanların motivasyonları, belirli bir bölgenin etkinlik turizmi potansiyeli gibi konular üzerine odaklanmaktadır. Bununla birlikte, etkinlik turizmi kapsamındaki şenliklerin organizasyon sürecini bütünsel olarak ele alan çalışmaların literatürde yeterince yer almadığı görülmektedir. Bu araştırma Ordu ilinde düzenlenen Vosvos Festivalini konu edinmesi ve organizasyon sürecini bütünsel olarak ele alması sebebiyle literatürde özgün bir değer taşımaktadır. Vosvos Şenliği ile ilgili elde edilecek verilerin, bu şenliğin daha etkili şekilde gerçekleştirilmesine katkı sağlamakla birlikte, farklı



bölgelerdeki festivallerin organizasyon süreci açısından da yol gösterici olabileceği düşünülmektedir. Bu araştırmada Ordu ilinde gerçekleştirilen Vosvos şenliği etkinlik turizmi kapsamında ele alınmış ve bu etkinliğin organizasyon süreci, hedef kitlesi, Ordu ilindeki turizm faaliyetlerine katkısı araştırılmıştır. Araştırma kapsamında Vosvos Şenliği organizasyonu ile ilgili elde edilen verileri değerlendirerek, organizasyonun daha etkili gerçekleştirilmesine destek sağlamak amaçlanmaktadır. Vosvos Şenliğinin organizasyon süreci ile ilgili elde edilecek verilerin, şenliğin organizasyon sürecinin daha etkin yönetilmesine katkı sağlamakla birlikte, genel olarak festivallerin organizasyon sürecinin ideal işleyişine yönelik bir çerçeve ortaya koyabileceği düşünülmektedir.

Kavramsal Çerçeve

İnsanların turistik deneyimlerde genelin dışına çıkma arayışına girmesi alternatif turizm türlerine olan ilgiyi arttırmış ve bu durumla ilişkili olarak destinasyonlarda düzenlenen etkinlikler bir turizm aracı haline dönüşmüştür (Ambrosio vd., 2011: 331). Ziyaretçilerin belirli bir destinasyonu tercih etmesinde etkili olabilecek birçok unsur bulunmakla birlikte, o bölgede iyi deneyim elde etmek belirli bir destinasyonu tercih etmiş bütün ziyaretçilerin nihai amacıdır. Bu kapsamda ziyaretçileri için aktivite çeşitliliği oluşturabilen destinasyonların uzun dönemde önemli bir rekabet avantajı elde edeceği söylenebilir. Etkinlik turizmi ile ilgili çalışmaları bu kapsamda ele almak ve bu kapsamda çeşitli organizasyonlar planlamak destinasyonlara önemli katkılar sağlayacaktır.

Tassiopoulos, (2005) etkinlik turizmini "destinasyonlarda turistik çekicilikler oluşturmak için bir dizi etkinliğin belli kurallar dahilinde planlanması, geliştirilmesi, düzenlenmesi ve pazarlanması" şeklinde tanımlamaktadır. Etkinlik turizmi gerçekleştirildiği bölgenin yerel halkının ve ziyaretçilerinin katılımını amaçlayan, içerisinde eğlence, kültürel etkileşim, paylaşım, kutlama, gelenek göreneklere yaşama gibi unsurları içeren, turistik talebi doğrudan ve dolaylı olarak etkilemeyi amaçlayan bir alternatif turizm türüdür. Etkinlik turizminin odak noktasını geleneksel ve tarihi yönü ön planda olan sosyo-kültürel olaylar oluşturmaktadır. Etkinliklerin bir turistik çekicilik unsuruna dönüşebilmesi potansiyel ziyaretçiler açısından benzersiz bir değer sunmasına bağlıdır. Ziyaretçiler belirli bir destinasyondaki etkinliklere katılarak günlük hayatından deneyimleme şansı bulamayacağı aktivitelere dahil olabilecektir. Dolayısıyla etkinlik turizminin düzenlendiği bölgeye göre özgün bir niteliğe sahip olacak şekilde tasarlanması gerekir. Etkinliklerin destinasyonlar için bir çekicilik unsuruna dönüşmesinde etkinliğin belirli bir dönemde tekrarlanması ve devamlılık göstermesi önemlidir. Gelenekselleşmeye başlayan etkinliklerin destinasyon ismi ile bütünleşmesi ve destinasyon imajına katkı sağlaması mümkün olmaktadır.

Popüler etkinliklere sahip olan destinasyonlar, rakipleri ile arasındaki rekabette farklılık yaratarak rekabet üstü avantajlar elde etmektedir (Özdemir 2014: 44). Getz (1997: 53) etkinliklerin turistik destinasyonlar açısından yerine getirdiği işlevleri aşağıdaki gibi sıralamıştır:

- Destinasyon pazarlama işlevi; yatırımcıları ve turistleri destinasyona çekmek.

- Turizm çekiciliği işlevi; talebi farklı bölgelere ve zamanlara çekmek, ziyaretçi sürelerini ve kalış sürelerini arttırmak.
- İmaj yaratma işlevi; destinasyon ve diğer çekicilikler için olumlu imaj yaratma ve imajı güçlendirmek, olumsuz imajı yok etmek.
- Destekleyici işlevi; alt yapıyı geliştirmek, destinasyonun yenilenmesini desteklemek destinasyondaki ticaretin gelişimine yardımcı olmak.
- Teşvik edici işlev; destinasyona ilk ya da tekrar ziyaretleri özendirmek.

Etkinlik turizmi kendi başına bir alternatif turizm türü olmakla birlikte, bütün turizm türleri için bütünleyici özellikler sergileyen bir turizm türüdür. Örneklendirmek gerekirse, kitle turizmine yoğunlaşmış bir turizm destinasyonunda da kırsal turizm çekiciliklerine sahip bir destinasyonda da etkinlik turizminin uygulanması mümkündür. Etkinlik turizmi destinasyondaki temel turizm türüne katma değer kazandıran, ziyaretçiler için turistik deneyimi zenginleştiren bir turizm türüdür. Etkinlik turizmine katılan ziyaretçilerin temel motivasyonu sosyalleşmek ve etkinlik turizmi vasıtasıyla kültürlerarası etkileşim sağlamaktır. Getz ve Cheyne (1996: 154) etkinlik turizmine katılım sağlayan turistlerin katılım sebeplerini, eşsiz bir deneyim elde etmek, farklı insanlarla tanışmak ve sosyalleşmek, yeni bilgiler öğrenmek ve keşfetme isteği, farklı sosyal etkinlikler ile seyahat tecrübesini birleştirmek olmak üzere dört temel başlıkta gruplandırmıştır. Benzer şekilde Kim ve Uysal (2003), etkinlik ve festivallerin destinasyonlar için önemli bir çekicilik unsuru olduğunu ve ziyaretçilerin benzersiz deneyimler yaşamasına olanak sağladığını belirtmektedir.

Etkinlik turizmini destinasyonlar için cazip hale getiren bir diğer unsur, etkinliklerin turizm gelirlerini arttırıcı etkisidir. Etkinlik turizmi, destinasyona ziyaretçi çekmekle birlikte, var olan ziyaretçilerin destinasyondaki kalış süresini uzatmakta ve ziyaretçilerin daha fazla harcamada bulunmasını teşvik etmektedir (Can, 2015). Bununla birlikte, etkinlikler turizm gelirlerinin yerel halka daha eşit dağılmasına da olanak yaratabilmektedir. Etkinlikler yöredeki ekonomik canlanmaya bağlı olarak istihdam üzerinde de olumlu etkiler meydana getirmektedir (Özgürel vd., 2019).

Sanat, kültür, spor, inanç, kutlama, gastronomi ve eğlence temalı etkinlikler, birçok ziyaretçinin turistik faaliyetlere katılımında temel motivasyon unsuru olmakla birlikte, bazı ziyaretçiler içinse sadece destinasyonda daha iyi zaman geçirmesini destekleyen bir unsurdur. İki açıdan da ele aldığımızda etkinlik turizminin ihmal edilmemesi gereken bir alternatif turizm türü olduğu ortadadır. Ayrıca etkinlik turizmi faaliyetleri esnasında gerçekleşecek olan bilgi paylaşımları destinasyonun organik imajının şekillenmesine katkı sağlayacaktır. Organik imaj arkadaş ve akraba tavsiyesi, kullanıcı deneyimlerinin anlatılması gibi durumlar vasıtasıyla tesadüfi bir şekilde oluşan destinasyon imajını ifade etmektedir (Genç, 2021: 71) . Öyle ki, organik bilgi kaynakları vasıtasıyla elde edilen bilgiler potansiyel turistler için daha güvenilirdir (Shani vd. 2010: 117).

Ordu Vosvos Şenliği'ni büyüklükleri açısından etkinlik sınıflandırmaları içerisinde hallmark etkinlikler (düzenlendiği bölgenin adıyla anılan etkinlikler) kapsamında değerlendirebiliriz. Ritchie (1984) hallmark etkinlikleri, "sınırlı süre içerisinde gerçekleştirilen, bir defalık ya da tekrarlanan, büyük ölçekli, geliştirilme nedeni turizm destinasyonunun farkındalığını ve karlılığını arttırmak olan



etkinlikler" olarak tanımlamıştır. Hallmark etkinlikler destinasyonlar için rekabet avantajı yaratan, destinasyon ziyaretçilerinin turistik üründen tatmin düzeyini arttıran etkinliklerdir. İçeriğine göre etkinlik turizmi türlerine baktığımızda bu konudaki en kapsamlı sınıflandırmanın Getz (1997) tarafından yapıldığı görülmektedir. Bu sınıflandırma aşağıdaki Tablo 1'de sunulmuştur.

Tablo 1. İçeriğine Göre Etkinlik Turizmi Türleri

Etkinlik Sınıfı	Etkinlik Örnekleri
Kültürel Kutlamalar	Festivaller, karnavallar, anma törenleri, dini etkinlikler
Politik ve Resmi Etkinlikler	Zirveler, resmi törenler, politik etkinlikler, VIP ziyaretleri
Sanat ve Eğlence	Konserler, ödül törenleri, sanat sergileri
İş ve Ticaret	Toplantılar, anlaşmalar, ticari gösteriler, fuarlar ve pazarlar, tanıtım etkinlikleri
Eğitim ve Bilim	Kongreler, konferanslar, seminerler
Spor Yarışmaları	Amatör-profesyonel, katılımcı-izleyici
Eğlence	Eğlence amaçlı oyunlar ve spor gösterileri
Özel Etkinlikler	Düğünler, partiler, özel eğlenceler

Kaynak: Getz, 1997: 7

Bu araştırma kapsamında ele alınmış olan Ordu Vosvos Şenliği kültürel kutlamalar sınıflandırması içerisindeki festivaller, karnavallar kapsamında değerlendirilebilir. Festivaller tüm dünyada önemli bir turistik çekicilik olarak ziyaretçileri kendisine çekmektedir. Özellikle gelenekselleşmiş ve bilinirliği yüksek festivaller gerçekleştirdiği bölgenin destinasyon imajına önemli katkılar sağlamaktadır (Manthiou, 2014:265). İstanbul Film Festivali, Antalya Altın Portakal Film Festivali, Alacati Ot Festivali, Adana Altın Koza Film Festivali, Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı, Bayındır Çiçek Festivali, Türkiye'de bilinirliği en yüksek festivaller arasındadır ve akla düzenledikleri şehirleri getirmektedir. Ordu Vosvos Şenliği henüz bu etkinlikler kadar bilinirliğe sahip olmamakla birlikte, gelecekte doğru organizasyonlarla ve pazarlama çalışmalarıyla istenilen bilinirliğe sahip olma potansiyeline sahiptir.

II. Dünya Savaşı'nın sembollerinden birisi olan Vosvos daha sonra Çiçek Çocukları ismi ile adlandırılan grupla özdeşleşmiş ve özgürlüğün, barışın simgesi olarak ikonik bir araç haline gelmiştir. Vosvos'un birleştirici gücü ve sosyo-kültürel etkilerinden ilham alan ve bir Vosvos sevdalısı olan Enis Ayar ve arkadaşları tarafından ilk kez 1995 yılında Vosvos şenliği hayata geçirilmiştir. Bu araştırmaya konu olan 16. Vosvos şenliği ise 09.07.2022 ile 17.07.2022 tarihleri arasında düzenlenmiştir. Geleneksel bir hale gelen Vosvos şenliği bazı yıllarda sponsorluk sıkıntısı, yerel yönetimlerin isteksizliği, toplumsal olaylar vb. durumlardan dolayı düzenlenmemiştir. Vosvos şenliği bir hafta sürmektedir. İlk üç gün deniz kenarında (Ünye-Çınarsuyu) devam eden şenliğin dördüncü günü yola çıkılarak son üç günü yaylada geçirilmek üzere hareket edilmektedir. Bu bağlamda, Vosvos şenliği hem denizi hem doğayı sevenler için büyük bir fırsat sunmaktadır. Diğer yandan, Vosvos şenliği

kapsamında deniz kenarından yüksek rakımlara çıkılmasıyla dört mevsimin görülmesi bir ayrıcalık olarak düşünülebilir. Vosvos şenliğinde, film gösterimi, yumurta taşıma, halat çekme, yoğurt yeme, çuval yarışı, voleybol maçı, plaj futbolu, masa tenisi, doğa yürüyüşü, fotoğraf çekimi ve konser gibi etkinliklere yer verilmektedir.

Bu çalışmada daha çok etkinlik organizasyon süreci üzerinde durulmuştur. Etkinliklerin düzenlenmesi büyük bir çaba gerektirmektedir ve başarılı bir etkinliğin ortaya çıkabilmesi için etkinlik katılımcılarının ve destinasyon yönetiminin beklentilerine uygun bir organizasyonun gerçekleşmesi gerekir. Planlı ve doğru şekilde organize edilmiş etkinliklerin, destinasyon için etkinliklerin sağlayacağı faydaları en üst düzeye çıkaracağını vurgulamak gerekir. Etkinlik planlama ve yönetiminde dikkat edilmesi gereken en önemli konu hedeflerin net şekilde ortaya konulmasıdır. Etkinlik planı finansal planlama, operasyonel planlama ve pazarlama planı olmak üzere üç alt konu başlığında gerçekleştirilmelidir. Finansal planlama, bütçe, gelir-gider, sponsorluk, yatırım maliyeti gibi konuları içermektedir. Etkinlik maliyet kalemleri, davetiyeler, konaklama, yiyecek- içecek, çevresel düzenleme, dekor, müzik, sahne, ışıklandırma, sigorta giderleri, güvenlik, çalışanlara ödenen ücretler, iletişim giderleri gibi harcamaları kapsar (Can, 2015: 12). Sponsorluklar, etkinliklerin sağlayacağı bilinirlikten yararlanmak isteyen ticari kuruluşların etkinliğe verdiği çeşitli destekleri ifade etmektedir ve destekler etkinliğin bütçesini önemli derecede olumlu etkileyebilmektedir. Operasyonel planlama kısmında ise etkinlik içeriğindeki faaliyetlerin neler olacağı, ne kadar süreceği, nerede gerçekleşeceği gibi konular netleştirilmelidir. Aynı zamanda etkinlik içerisindeki görev dağılımlarının da detaylı bir şekilde operasyonel planlama gerçekleştirilmesi gerekir. Pazarlama planlamasında ise etkinliğin hedef kitlesinin kim olacağı, etkinliğin nasıl duyurulacağı, etkinlikle ilgili hangi bilgilerin paylaşılacağı, slogan belirlenmesi gibi birçok konuda çalışmalar yapılması gerekmektedir. Etkinlik sonrasında ise, etkinliğin başarısını değerlendirmeye yönelik bir çalışma yapılması gerekir. Özellikle her yıl tekrarlanan etkinliklerin, sürekli olarak iyileştirilmesi, bu değerlendirme sürecinde elde edilen çıktılara bağlıdır. Bu çalışmada Ordu Vosvos Şenliği organizasyonunda görev alan yetkililerden elde edilen veriler kullanılarak, etkinlik organizasyon sürecine yönelik çeşitli çıkarımlarda bulunmak amaçlanmıştır.

Yöntem

Bu çalışmada Ordu ilinde gerçekleştirilen Vosvos şenliği etkinlik turizmi kapsamında ele alınmış ve bu etkinliğin organizasyon süreci ve Ordu ilindeki turizm faaliyetlerine katkısı araştırılmıştır. Araştırma kapsamında Vosvos Şenliği ile ilgili organizasyon sürecinde aktif rol almış katılımcılardan organizasyon süreci ve şenliğin Ordu iline katkıları ile ilgili çeşitli bulgular elde edilmiştir. Elde edilen bulguların Vosvos Şenliği organizasyonunun gelecekte daha etkili gerçekleştirilmesini ve etkinliğin Ordu iline katkılarını en üst düzeye çıkarılmasını destekleyeceği düşünülmektedir. Ayrıca çalışmada Ordu'daki etkinlik turizmi kapsamında değerlendirilebilecek diğer etkinlikleri tespit ederek Ordu ilinin etkinlik turizmi ile ilgili potansiyelini ortaya koymak amaçlanmaktadır. Elde edilen bulgular aracılığıyla araştırma kapsamında Ordu Vosvos Şenliği ve Ordu ilindeki etkinlik turizmi ile ilgili aşağıdaki araştırma problemlerinin çözümleneceği düşünülmektedir.



- Şenliğin Ordu ili turizmüne katkısı ne düzeydedir?
- Şenliğin etkili şekilde tanıtımı nasıl yapılabilir?
- Şenliğin organizasyon sürecinde karşılaşılan sorunlar nelerdir?
- Şenliğin yerel halka ve destinasyona katkıları nasıl arttırılabilir?
- Yerel halkın şenlikle ilgili ziyaretçilere yaklaşımı nasıldır?
- Şenliğin kalkınma ve ekonomik gelir açısından etkileri nelerdir?
- Ordu ilinde etkinlik turizmi kapsamında ön plana çıkabilecek başka etkinlikler var mıdır?

Araştırmada nitel araştırma yönteminin olgubilim deseni kullanılmıştır. Araştırma Ordu Vosvos Şenliği özelinde gerçekleştirildiği için, araştırma evrenini bu organizasyonda görev almış ve bu organizasyon sürecine katkı sağlamış kişiler oluşturmaktadır. Araştırma evreni içerisinde zengin bilgiye sahip olduğu düşünülen, derinlemesine bilgi edinilmesine olanak verecek kişiler, amaçlı örneklem seçimi yöntemi ile belirlenmiştir. Araştırmada veri toplama aracı olarak yarı yapılandırılmış mülakat kullanılmıştır. Mülakat tekniğinin kullanılmasındaki amaç ise, ulaşılmak istenen verilerin belli kategorize edilmiş ölçekli sorularla ulaşamamanın güçlüğünden kaynaklanmaktadır. Araştırma amacına yönelik olarak düzenlenmiş mülakat formu yardımıyla, Ordu Vosvos Şenliği organizasyonunda görev alan kişilerden ve bu şenlik ile ilgili bilgi sahibi yerel yönetim çalışanlarından görüşme yöntemiyle veri toplanmıştır. Bu amaçla toplam 5 katılımcıdan veri toplanmıştır. Elde edilen verilerin tekrarlanmaya başlanması sebebiyle daha fazla katılımcıdan veri toplanmasına gerek görülmemiştir. Oluşturulan mülakat formunda, katılımcıların demografik özelliklerini belirlemek için gerekli sorular ve 13 adet açık uçlu soru yer almaktadır. Verilerin toplanabilmesi için gerekli olan etik kurul izin belgesi veri toplama süreci öncesinde Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Etik Kurulu 01.06.2022 tarihi ve 89 numaralı kararı ile alınmıştır. Veriler şenliğin düzenlendiği 09.07.2022-17.07.2022 tarih aralığında toplanmıştır. Veri toplama süreci kapsamında organizasyon komitesindeki kişilerden ön randevu alınmıştır. Elde edilen verilerin analizinde içerik analizi kullanılmıştır.

Bulgular

Araştırma bulguları kısmında öncelikle görüşülen katılımcıların demografik özelliklerini özetleyen tabloya yer verilmiştir. Tablo 2'de görüldüğü gibi katılımcıların tamamı 21 yıldan daha fazla süredir Ordu'da yaşayan kişilerdir. Etkinliğin organizasyonu Ordu Büyükşehir Belediyesi tarafından gerçekleştirildiği için katılımcıların çoğunluğu kamu çalışanlarından oluşmaktadır.

Tablo 2. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Katılımcı	Cinsiyet	Yaş	Eğitim	Meslek	Ordu'da Yaşama Süresi
K.A	Erkek	56 üstü	İlköğretim	Emekli	21 yıl ve üzeri
K.B	Kadın	46-55	Lisans	Kamu Çalışanı	21 yıl ve üzeri

K.C	Erkek	26-35	Lisans	Kamu Çalışanı	21 yıl ve üzeri
K.D	Erkek	26-35	Lisans	Kamu Çalışanı	21 yıl ve üzeri
K.E	Erkek	56 üstü	Lisans	Özel Sek. Çalışanı	21 yıl ve üzeri

Katılımcılara ilk olarak, **Ordu Vosvos Şenliği’ni düzenlenme sebebini belirlemeye yönelik** soru yöneltilmiştir. Bu soruya etkinliğin ilk organizasyonuna öncülük eden kişilerden biri olan katılımcı A, etkinliğin tarihi gelişiminden bahsederek, etkinliğin düzenlenme sebebini açıklamıştır. Katılımcının ifadelerini özetlersek 90’lı yıllarda Paris’te toplanan vosvos sahipleri ile ilgili bir haberin, Ordu ilinde Vosvos şenliği düzenleme fikrine ilham olmuştur. İstanbul’daki Vosvos derneğinin, Ordu Belediyesinin ve basının o dönemki destekleri ile 1995 yılında şenliğin ilki 140 araç katılımı ile gerçekleştirilmiştir. Katılımcılar genel olarak Ordu ilinin doğal güzelliklerini Vosvos kullanıcılarına tanıtmak amacıyla şenliğin düzenlediğini belirtmişlerdir. Ayrıca, Vosvos şenliği sayesinde Ordu ilinin marka imajının Vosvos ile bütünleştiği vurgulanmaktadır.

“Vosvos şenliği dediğimizde bizim aklımıza gelen önce doğa. Doğa ile birlikte barışı kardeşliği yaşatmak. Ordu’da çok güzel doğal güzelliklerimiz var. Denizi ayrı yaylaları ayrı güzel. O güzellikleri il dışında yaşayan vosvosçularımıza tattırmak istedik. Onlara da yaşatmak. Ordu’nun güzelliklerini göstermek amacıyla bu etkinliği organize ettik. Doğadan yola çıkarak Ordu’nun tüm güzelliklerini göstermek istedik.” (Katılımcı B)

Araştırma kapsamında veri elde edilen ikinci soru **Ordu Vosvos Şenliği kapsamında bölgeyi ziyaret eden ziyaretçi sayısının ve şenliğin Ordu ili turizmine sağladığı katkıların belirlenmesine** yöneliktir. Katılımcıların ikisi şenliğe katılan ziyaretçi sayısı ile ilgili bilgi sahibi olmadığını belirtirken, diğer üç katılımcı gözlemledikleri ziyaretçi sayısı ile ilgili bilgi vermiştir. Şenliğe yaklaşık 500 ziyaretçinin katıldığına yönelik bilgi elde edilmiştir. Vosvos Şenliği’nin Ordu ili turizmine sağladığı katkılarla ilgili katılımcıların çeşitli değerlendirmeleri olmuştur. Katılımcı A, şenliğin Ordu ilinin bilinirliğine önemli katkılar sağladığını, fakat bölgede turizm sektörüne yeterince önem verilmediği için Ordu ilinin bu bilinirliği değerlendiremediğini düşünmektedir. Katılımcı C ise, özellikle şenliğe katılan kişilerin Ordu ilinin güzelliklerinden etkilenerek çevresindeki kişilerin de Ordu’ya gelmesini teşvik ettiğini, hatta sosyal medya paylaşımları ile birçok insana Ordu’yu tanıttığını vurgulamıştır. Katılımcılar Ordu ilinin marka imajı içerisinde Vosvos Şenliğinin önemli bir yeri olduğunu düşünmektedir.

“Ordu ili için bir poster hazırlarsanız, görsel hazırlarsanız fındık koyarsınız, teleferik koyarsınız üçüncü olarak aklınıza Vosvos gelir. Bunun dışında yayla koyarsınız Yalı Cami’nin önündeki Şadırvanı koyarsınız. Yani bir görsel çalışması yapsanız Vosvos’u mutlaka koyarsınız. Vosvos Şenliği Ordu ilini yansıtan bir sembol.” (Katılımcı D)

Katılımcılara **“Yörenin ve şenliğin ulusal ve uluslararası bilinirliğini arttırmak için sizce neler yapılabilir?”** sorusu yöneltilmiştir. Katılımcılar genel olarak sosyal medyanın şenliğin tanıtımında önemli olduğunu vurgulamıştır. Katılımcı A şenlikle ilgili yapılan pazarlama çalışmalarının içeriğinden bahsetmiştir. Şenliğin daha fazla ses getirmesini sağlamak için ünlü



müziyenleri davet ettiklerini ve profesyonel grafik tasarımcılarla çalıştıklarını anlatmıştır. Katılımcı C, şenliğe ulusal ve uluslararası önemli firmalardan sponsorluk talebi geldiğini ve bu sponsorlukların şenliğin ve Ordu'nun tanıtımına katkı sağlayabileceğini belirtmiştir. Basında şenliğe daha fazla yer verilmesi gerektiği, Ordu yerel yönetiminin festivale daha fazla katkı vermesi gerektiği, tanıtım çalışmalarının profesyonel olarak yapılması gerektiği katılımcılar tarafından vurgulanan diğer önerilerdir.

"Şenliğin duyurusunun etkili şekilde yapılabilmesi için basın ayağının biraz güçlü olması lazım. Şu anda her şey sosyal medya ve basın ayağında. Sosyal medyada reklamı iyi yaparsan, algıyı iyi oluşturursan katılımı da fazla oluşturursun. Artık algı dünyasında yaşıyoruz." (Katılımcı D)

Araştırma kapsamında cevabı aranan diğer soru **şenliğin organizasyon sürecinde karşılaşılan sorunları** belirlemeyi amaçlamaktadır. Katılımcı A organizasyon sürecinde herhangi bir sorun yaşamadıklarını, fakat belirli dönemlerde yerel yönetimler tarafından yeterince desteklenmediklerini dile getirmiştir. Katılımcıların organizasyonla ilgili aktardığı sıkıntılar arasında, gezilecek yerlerle ilgili izin almada bürokratik engellerle karşılaşılması, organizasyon için yeterli finansal kaynağa sahip olunmaması sayılmıştır. Katılımcı E etkinliğe bir dönem Volkswagen firmasından sponsorluk desteği istediklerini, fakat bu sponsorluk talebinin kabul edilmediğini ifade etmiştir.

Ordu Vosvos şenliğinin Ordu iline olan katkısını arttırabilmeye yönelik önerileri ortaya koyabilmek amacıyla, Katılımcılara **"Festivalin yöreye olan katkısını arttırmak için ne gibi önerilerde bulunabilirsiniz?"** sorusu sorulmuştur. Katılımcı B, şenlik kapsamında ziyarette bulunanların, bölgeden memnun ayrılması için ziyaret ettikleri her noktada misafirperver davranmaya çaba gösterdiklerini vurgulamıştır. Yerel halkın şenliğe daha fazla dahil edilerek, şenliğin sağlayacağı ekonomik katkıların genele yayılması gerektiği katılımcılar tarafından genel olarak vurgulanmıştır. Bir katılımcı ise şenlik kapsamında engellilere yönelik olarak çeşitli düzenlemelerin ve etkinliklerin yapılabileceğini, Vosvos Şenliği'nin engellilere yönelik sosyal çalışmalarla bütünleştirilebileceğini düşünmektedir.

Yerel halkın daha fazla festivale entegre olmasını arzu ediyoruz aslında. Çünkü hem yöresel ürünlerimizin tecrübe edilmesi, hem de bölgenin anlatılması yerel halkın katılımıyla çok daha etkili oluyor. Dolayısıyla burada arzu ettiğimiz iş aslında festivalin şehre de bir ekonomik kazanç getirmesi. Belediyenin olduğu kadar halkımızın da festivale dâhil olmasını her noktada arzu ediyoruz. (Katılımcı C)

Katılımcılardan elde edilen bir diğer bilgi ise **Vosvos Şenliği'nin benzer etkinliklere göre avantajları ve dezavantajlarıdır**. Bazı katılımcılar etkinliğin avantajı olarak Ordu ilinin sahip olduğu çekiciliklerden bahsetmiştir. Yaylaları, sahil şeridi, Kurul Kalesi, bakir doğası, şehre ulaşım olanaklarının güçlü olması Ordu'nun sahip olduğu önemli avantajlardır. Bir katılımcı ise Vosvos Şenliği'nin en önemli avantajı olarak Ordu ilindeki yerel halkın yenilik fikrine açık olması ve şehre

gelen ziyaretçilere hoşgörülü yaklaşması olarak açıklamıştır. Ordu'da düzenlenen şenliğin dezavantajları olarak ise Ordu ilinde etkinliğe sponsor olabilecek kurumların azlığı ve zaman zaman yerel yönetimlerin etkinliğe yeterli desteği vermemesi ön plana çıkmaktadır.

Katılımcılara “**Ordu bir turizm yöresi olarak yeterince tanınmakta mıdır? Ordu’ya yönelik festival turizmi talebini nasıl değerlendiriyorsunuz?**” sorusu sorulmuştur. Katılımcılar genel olarak Ordu ilinin son yıllarda biraz daha bilinirliğinin arttığını, fakat henüz yeterince bilinen bir destinasyon haline gelmediğini belirtmişlerdir. Katılımcı A Ordu iline turistik anlamda bir ilgi olsa da, ziyaretçilerin konaklama sürelerini uzatacak turistik aktivitelerin yeterli olmadığını vurgulamıştır. Bu anlamda şehirdeki turistik aktivitelerin çeşitlendirilmesine yönelik çalışmaların yapılması önemlidir. Katılımcıların tamamı etkinlik turizminin Ordu’ya yönelik turizm talebine olumlu katkı sağladığı yönündeki gözlemlerini aktarmıştır. Katılımcı B etkinlik turizmine yönelik son dönemde önemli çalışmalar yapıldığını ve bu çalışmaların turistik talebi olumlu şekilde etkilediğini belirtmiştir. Katılımcı E ise diğer katılımcılardan farklı olarak Ordu ilindeki turistik talep üzerinde büyük tur operatörlerinin rolüne vurgu yapmış ve kitle turizminden beklentiler bittikten sonra, Ordu gibi alternatif turizm rotalarına daha fazla ilgi gösterilebileceği görüşünü aktarmıştır.

Festival turizmi var evet. Kışın kar festivali çok ilgi gördü. Vosvos festivali de Türkiye de bilinen bir noktada. Ama o kadar güzel doğal güzelliklere sahibiz ki hani bunları insanlara daha farklı sunabiliriz. Tamam festival turizmi var. Güreş festivalinden tutun da şu anda özellikle bu tarihte çok festival var. Yani bunu tamam yapıyoruz ama turizm patlaması yapabilmemiz için Ordu’da daha çok turist çekebilmemiz için daha farklı projelere ihtiyacımız var bence. Festival turizmine yatırım yapıyor, belediye destekte bulunuyor. (Katılımcı B)

Bir sonraki temada katılımcılardan **Festival vb. etkinliklerin düzenlenmesini Ordu’nun yerel kalkınma sürecine katkısı** değerlendirmeleri istenmiştir. 3 katılımcı etkinliklerin Ordu ilinin ekonomik kalkınmasına önemli katkılar sağladığını belirtirken, 2 katılımcı etkinliklerin ilin ekonomik kalkınmasına çok az katkı sağladığını ifade etmiştir. Katılımcı C Festivallerin gerçekleştiğinden sonra da bölgenin ekonomik kalkınmasına katkı sağladığını, festival sebebiyle gelen kişilerin daha fazla zaman geçirmek için Ordu’yu tekrar ziyaret ettiğini vurgulamıştır.

Şu anda bu kısıtlı. Ancak ileriye dönük daha büyük çaplı organizasyonlar ve festivallerin sayısı arttıkça yerel kalkınmaya katkısından gerçek anlamda bahsedebiliriz. (Katılımcı D)

Katılımcılardan **yerel halkın festivallere olan bakış açısını** değerlendirmeleri istenilmiştir. Katılımcıların tamamından alınan bilgiye göre yerel halk festivale oldukça olumlu bakmakta ve ilgi göstermektedir. Yerel halkın başka illerden festival için gelen ziyaretçilere oldukça misafirperver davrandığı vurgulanmıştır.

Bu zamana kadar biz Vosvos şenliklerinde ilgi gördük. Samsun’un sokaklarında, Ordu’nun sokaklarında ya da Giresun’un sokaklarında gezdiğimiz zaman çocuklar alkışlarla karşılıyor. Yani o vosvosları bir arada konvoy halinde geçerken gördüğünde insanlara bir mutluluk geliyor gerçekten. O insanlar işte bayrak sallayandan tutun da alkışlayanlar, el sallayanlar halkın ilgisi güzel.



Yaylalarda da yerel halk geliyor. Orda yöresel ürünler işte sebzesinden tutun da yumurtaya varana kadar bize hediye getiren de oluyor. Obama hoş geldiniz, nerden geldiniz? gibi sorular soruyorlar. O yabancı plakaları gördüğünde mutlu oluyorlar. Eskiden bize yoğurdunu, sütünü getiren orda insanlara ikram eden yerel halkımız olmuştur. Bunları hatırlıyorum. (Katılımcı B)

Mülakat kapsamında cevabı aranan sorulardan bir diğeri **festivalin düzenleneceği bölge olarak özellikle Ordu ilinin seçilmesinin nedenlerinin** neler olduğudur. Cevaplar arasında yerel halkın misafirperverliği ön plana çıkmaktadır. Bunun yanında Ordu ilinde konaklama ve gezi anlamında şenlik katılımcılarına sunulan imkânlar Ordu ilinin tercih edilmesinde önemlidir. Şenliğin Ordu ile özdeşleşmiş olması, yeni organizasyonlarında Ordu'da devam etmesini sağlamaktadır. Ayrıca şenlik fikrini ortaya atan kişilerin Ordu'lu olması şenliğin burada düzenlenmesinde etkili olmuştur.

Vosvos şenliğinin bu yıl 16.'sı yapılıyor. 16 senedir alışlagelmiş bir kültür var. Eski ekibin, büyüklerin başlatmış olduğu bir organizasyon. Oradan geliyor. Bizim Ordu ile özdeşleşti. (Katılımcı D)

Katılımcılara "**Festivallerin gerçekleştirilmesi ile birlikte yöredeki ürünlere (yöresel gıdalar, yöreye özgü eşyalar) olan talep durumunu nasıl değerlendiriyorsunuz?**" sorusu yöneltilmiştir. Genel olarak katılımcılar festivalin yöredeki ürünlere olan talebi kısmen olumlu etkilediğini belirtmektedir. Fakat bu etkinin çok sınırlı olduğu vurgulanmıştır. Katılımcı B Yason Burnunda ve Ünye'de şenlik ziyaretçilerinin yöresel ürün almadıklarını, fakat Çambaşı yaylasında özellikle yöresel yiyeceklere (fındık, ev yapımı peynirler, doğal ürünler, yumurta, yayla eti) oldukça fazla ilgi gösterdiklerini belirtmiştir.

Ordu ilinde Vosvos şenliği dışında düzenlenen diğer şenlikler katılımcılardan edinilen bilgilerle belirlenmeye çalışılmıştır. Kar festivali, Gürgentepe'de düzenlenen güreş festivali, Mayıs Yedisi Şenlikleri, Ordu Motosiklet Festivali, Ünye Ot ve Doğal Lezzetler Festivali katılımcıların saydıkları festivallerdir. Katılımcı C özellikle kar festivaline oldukça yoğun bir katılım olduğunu belirtmiştir.

Kültür sanat şenliklerimiz oluyor. Bunlarda yine sanatçılarımız konserlerimiz oluyor. Birçok konser verdik. Bunun yanında çokça söyleşilerimiz oldu. Söyleşilere de katılım çok oluyor. Komşu illerimizden ve ilçelerimizden. Bunun yanında yine tiyatro gösterilerimiz oluyor ki Ordu en eski perdesini hiç kapatmayan Karadeniz tiyatrosuna sahip. Bu da çok önemli. Ordu'nun kültürel anlamda da güçlü olduğunu gösteriyor. Bunun yanında kış festivallerimiz oluyor. Yaylalarımız da kış festivallerini başlattık. Bunun yanında yine triatlon yarışmalarımız oluyor. Su sporları festivallerimiz var. Ot festivalimiz oldu Ünye ilçemizde. Birçok sahil ilçemizde Mayıs yedisi şenlikleri oldu.

Katılımcılardan **Ordu ilinde gelecekte düzenlenmesi uygun olabilecek festivaller** ile ilgili fikirlerini belirtmeleri istenilmiştir. Bu verinin toplanmasındaki amaç festival organizasyonu

konusunda deneyim sahibi katılımcıların Ordu ilinin kültürel özelliklerini ön plana çıkarabilecek bir festival fikri ortaya koyabileceği beklentisidir. Katılımcıların bu konuda farklı fikirleri bulunmaktadır. Katılımcı A heykelle ilgili bir festivalin yapılabileceğini belirtmiştir. Katılımcı B ise Ordu'lu ünlü ressamların çok olmasını gerekçe göstererek bir resim festivali yapılabileceğini belirtmiştir. Katılımcı C su sporları ile ilgili etkinliklerin ön plana çıkartılması gerektiğini ve bu kapsamda bir etkinlik düzenlenebileceğini belirtmiştir. Katılımcı D ise etkinlik önerisinde bulunmamış, fakat su sporları merkezinin bulunduğu alanın genişliğinden bahsetmiş ve bu alanın etkinliklerde kullanılması gerektiğini vurgulamıştır. Katılımcı E, yaylalarda gençlere yönelik rock festivallerinin düzenlenebileceği yönünde görüşünü belirtmiştir.

Sonuç ve Öneriler

Destinasyonlar, etkinlik turizminden bekledikleri faydayı elde edebilmek için birçok unsuru dikkate almak zorundadır. Bu unsurları dikkate alarak yapacakları planlama beklenen faydanın elde edilmesine imkân sağlayacaktır. Ayrıca etkinlik sonrası yapılacak değerlendirme amaçların ne ölçüde gerçekleştiğini görebilme yanında süreç içinde aksaklıkları görebilme ve bir sonraki etkinlik ve çalışmalarda gerekli düzenlemeleri yapabilme imkânı sağlayacaktır (Can, 2015: 12). Bu kapsamda şenliklerin organizasyon süreci ile ilgili detaylı bilgileri edinmek ve şenliklerin düzenlendiği bölgeye katkısı belirlemek gerekmektedir. Bu araştırmada Ordu ilinde düzenlenen Ordu Vosvos Şenliğinin organizasyon süreci incelenmiş ve şenliğin Ordu ili kalkınmasına etkisi belirlenmeye çalışılmıştır.

Katılımcılardan elde edilen verilerden, Vosvos Şenliği'nin ilk olarak Ordu ilinde yaşayan ve Vosvos sevdalısı olan kişiler tarafından düzenlendiği anlaşılmaktadır. Bu organizasyon Ordu ilinin doğal güzelliklerini şenlik ziyaretçilerinin görmesi motivasyonu ile gerçekleştirilmiştir. 16.'sı 2022 yılında düzenlenen organizasyonun Ordu iliyle bütünleştiği katılımcıların anlatımlarından net şekilde anlaşılmaktadır. Şenliğin ziyaretçi sayısı ile ilgili bir değerlendirme yapmak gerekirse, katılımcı sayısının çok fazla olmadığı, daha çok yerli ziyaretçilerden oluştuğu görülmektedir. Bu bulgu Kızırmak (2006)'ın çalışmasında Türkiye'de düzenlenen yerel etkinliklerin daha çok iç turizme yönelik olduğu bulgusu ile örtüşmektedir. Bu kapsamda Ordu Vosvos Şenliğinin de daha çok iç turizme yönelik bir etkinlik olduğu söylenebilir. Şenliğin bölgeye ziyaretçi çekmekten daha çok Ordu ilinin imajına katkı sağladığı görülmektedir. Bu bulgunun literatürdeki benzer çalışmaların (Genç, 2021; Çoban ve Süer, 2018; İlban ve Kömür, 2019; Erdem vd., 2018) sonuçları ile paralellik gösterdiği söylenebilir. Ayrıca, şenliğe katılım sağlayan kişilerin Ordu'nun turistik çekiciliklerini çevrelerine anlatarak Ordu destinasyonunun bilinirliğine ve ziyaretçi sayısının artmasına dolaylı olarak katkı sağladığı söylenebilir. Şenliğin pazarlanması ile ilgili olarak gerçekleştirilen faaliyetler arasında ünlü müzisyenlere şenlik kapsamında konser verildiği ve profesyonel grafik tasarımcılarından afiş ve broşürlerin hazırlanmasında destek sağlandığı belirlenmiştir. Vosvos Şenliğinin tanıtımı ile ilgili organizasyonda görev alan kişilerin önemli çabalar sergilediği görülmektedir. Etkinliğin pazarlanmasına yönelik katılımcıların sosyal medyanın daha etkin kullanılması, yerel yönetimlerin tanıtım faaliyetlerine daha çok destek vermesi, sponsorluk desteklerinin değerlendirilmesi gibi önerileri olmuştur.



Şenliklerin organizasyon sürecinde karşılaşılan problemlerin net olarak belirlenmesi gelecekteki organizasyonların daha sorunsuz gerçekleştirilmesine katkı sağlayacaktır. Sorunlara çözüm oluşturulabilmesi için öncelikle sorunların doğru tespit edilmesi gerekmektedir. Vosvos şenliği organizasyonunda karşılaşılan en önemli sorun bazı dönemlerde yerel yönetimler tarafından organizasyona yeterli destek verilmemesidir. Yerel yönetimlerden sağlanan desteğin sürekliliğinin sağlanması, şenliğin başarısı ve devamlılığı açısından kritik önem taşımaktadır. Bunun yanında yeterli finansman kaynağının elde edilememesi, gezi güzergahı üzerindeki ziyaret edilecek noktalarla ilgili izin almada karşılaşılan bürokratik zorluklar şenlik organizasyonunda karşılaşılan diğer problemlerdir. Yine yerel yönetimlerin sağlayacağı katkılarla bu sorunların da kolay şekilde çözülebileceği söylenebilir.

Katılımcılardan elde edilen verilerle şenliğin bölgeye olan katkılarının nasıl artırılacağı konusunda çıkarımda bulunulmaya çalışılmıştır. Yerel halkın şenliğe daha fazla dahil edilerek, şenliğin sağlayacağı ekonomik katkılarının genele yayılması gerektiği genel olarak vurgulanan bir konudur. Bununla birlikte bir katılımcının engellilere yönelik olarak çeşitli düzenlemelerin ve etkinliklerin yapılacağı ve Vosvos Şenliği'nin engellilere yönelik sosyal çalışmalarla bütünleştirilebileceği düşüncesi dikkate almaya değer bir görüş olarak dikkat çekmektedir. Avrupa pazarını hedef kitle olarak belirleyen birçok turistik destinasyon için erişilebilir turizme yönelik çalışmalar rekabetçi olabilmek adına önemlidir ve düzenlenen etkinliklerde de erişilebilirlik konusuna odaklanmak bu açıdan önemli bir farkındalık yaratabilecektir.

Vosvos şenliğinin diğer etkinliklere kıyasla sahip olduğu çeşitli avantajlar bulunmaktadır. Bu avantajlardan en önemlisi düzenlendiği Ordu ilinin sahip olduğu doğal çekicilikler ve yerel halkın misafirperver yaklaşımıdır. Bunlar etkinliğin başarısına katkı sağlayacak özgün nitelikteki özelliklerdir. Bunun yanında Ordu ilinde şenliğe sponsor olabilecek işletmelerin azlığı ve yerel yönetimlerin katkısının bazı dönemlerde yeterli olmaması olumsuz unsurlar olarak ön plana çıkmıştır. Birçok turistik bölge için şenliklerin düzenlenmesindeki en temel motivasyon bölgenin kalkınmasına sağlayacağı katkılardır. Şenliğin Ordu ilinin kalkınmasına olumlu etki yarattığı fakat bu etkinin henüz yetersiz düzeyde olduğu katılımcılardan elde edilen bulgulardan anlaşılmaktadır. Yerel halkın şenlik içerisindeki rolünü arttıracak düzenlemelerin yapılması şenliğin kalkınmaya olan etkisini güçlendirecektir. Yerel halkın gelen ziyaretçilere misafirperver davranışları, yerel halkın turizm faaliyetleri içerisinde aktif yer alabileceği görüşünü güçlendiren bir bulgudur. Katılımcılardan elde edilen bulgulara göre çıkarımda bulunabileceğimiz bir diğer unsur Vosvos Şenliği ile Ordu ilinin bütünleşmiş imajlarıdır. Ordu ilinde organizasyonun devam etmesinin en temel sebepleri arasında yerel halkın misafirperverliği, ilde konaklama ve gezi anlamında şenlik katılımcılarına sunulan imkânlar gösterilebilir. Şenliğin yöresel ürünlere talebi nasıl etkilediği sorusu çalışmadan cevabı aranan bir diğer konudur. Elde edilen verilere göre şenlik ziyaretçilerinin yöresel ürünlere sınırlı bir ilgi gösterdiği ve genellikle gıda ürünlerini satın aldıklarını göstermektedir.

En son olarak katılımcılardan Ordu'da düzenlenen diğer şenliklerle ilgili bilgi elde edilmiştir. Kar festivali, Gürgentepe'de düzenlenen güreş festivali, Mayıs Yedisi Şenlikleri, Ordu Motosiklet Festivali, Ünye Ot ve Doğal Lezzetler Festivali Ordu'da düzenlenen diğer etkinliklerdir. Özgün değer taşıyan bu etkinlikler turistik anlamda Ordu'nun ismini duyurmasına ve turistik deneyim anlamında çeşitlilik yaratılmasına katkı sağlayacaktır. Bu nedenle bu festivallerin organizasyon süreçlerinin profesyonel şekilde gerçekleştirmesi, Ordu ilinin etkinlik turizmi potansiyelinin artırılması açısından önem arz etmektedir. Ayrıca katılımcıların önerdiği heykel, resim ve su sporları ile ilgili şenliklerin bölgede düzenlenmesi bu anlamda bölgedeki turizm sektörü gelişimini destekleyecektir. Ordu ilinin kültürü, coğrafi özellikleri, yerel halkının misafirperverliği gelecekte başarılı şekilde Vosvos Şenliğinin ve diğer farklı etkinliklerin düzenlenmesine imkân yaratacaktır. Doğru bir organizasyon süreci ile bu etkinliklerden en verimli sonuçların elde edilmesi ve Ordu ilinin kalkınmasına katkı sağlanması mümkün olacaktır.

Araştırmanın bulgularından yola çıkarak etkinlik turizmi açısından Ordu ilinin önemli bir potansiyel taşıdığını söylemek mümkündür. Vosvos şenliği ile bütünleşen bir imaja sahip olan Ordu ilinde bu etkinliğin katkılarını arttırmak amacıyla organizasyon sürecini yerel halkın katılımını ve desteğini arttıracak şekilde gözden geçirmek faydalı olacaktır. Bunun yanında Ordu ilinin etkinlik turizmi açısından sahip olduğu doğal çekiciliklerin çeşitliliği, yerel halkın misafirperver yaklaşımı ve yerel yönetimlerin desteği gibi unsurlar gelecekte yörenin kimliği ile bütünleşen yeni etkinliklerin ortaya çıkmasını teşvik etmektedir. Etkinlik turizminin destinasyon imajına sunduğu katkılar literatürdeki birçok araştırmada vurgulanmaktadır (İlban ve Kömür, 2019; Erdem vd., 2018). Ordu ili ve il içerisindeki belirli yörelerin destinasyon imajının güçlendirilmesi açısından etkinlik turizminin önemli katkılar sağlayabileceği düşünülmektedir.

Yazar Katkı Oranları

Çalışmaya 1. Yazar: %50, 2. Yazar: %30, 3. Yazar: %20 oranında katkı sağlamıştır.

Çıkar Çatışması Beyanı

“Etkinlik Turizmi Kapsamında Ordu Vosvos Şenliği Organizasyon Sürecinin Değerlendirilmesi” başlıklı makalemizin herhangi bir kurum, kuruluş, kişi ile mali çıkar çatışması yoktur. Yazarlar arasında da herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.

Kaynakça

- Ambrosio, V., Leila, M., ve Teresa, F. (2011). Events And Destination Management – Car Launch In Lisbon. *International Journal of Management Cases*, 13(4), 331–337.
- 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.
- Can, E. (2015). Boş Zaman, Rekreasyon Ve Etkinlik Turizmi İlişkisi, *İstanbul Journal of Social Sciences*, 10, 1-17.



- Çoban, M., ve Süer, S. (2018). Destinasyon Markalaşmasında Festival Turizminin Rolü: Alaçatı Ot Festivali Üzerine Bir Çalışma, *International Journal of Contemporary Tourism Research*, 1, 58-67. DOI: 10.30625/ijctr.424439
- Dalgın, T. (2021). *Etkinlik Turizmi Kapsamında Türkiye'deki Festivaller, Turizmde Güncel Yaklaşımlar* (Edt. Cemil Gündüz). Eğitim Yayınevi, İstanbul.
- Erdem, Ö., Mızrak, M., ve Ataroğlu, C. (2018). Festivallerin Bölge Turizmine Katkıları ve Sürdürülebilirliği: Uluslararası Mengen Aşçılık ve Turizm Festivali Örneği, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(1), 228-245, DOI: 10.21325/jotags.2018.184
- Genç, K. (2021). Organik İmaj Çerçevesinde Etkinlik Turizmi: Malazgirt Zaferi Yıl Dönümü Kutlamaları, *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14(1), 69-78. DOI: 10.46790/erzisosbil.857263
- Getz, D., ve Cheyne, J. (1996). *Special Event Motivations and Behaviour, in Essays of Experience-A Tourist Affair*. (C. Ryan, Dü.) Cassell. London.
- Getz, D. (1997). *Event Management and Event Tourism (1st ed.)*. New York: Cognizant Communication Corporation.
- Giritlioğlu, İ., Olcay, A., ve Özekici, Y. K. (2015). Bir Turizm Çeşitliliği Olarak Festival Etkinliklerinin Sınıflandırılması: Türkiye Üzerine Bir Değerlendirme. *Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 13, 306-323.
- İlban, M. O. ve Kömür, T. (2019). Destinasyon Markalaşmasında Festival Turizminin Rolü: Ayvalık Uluslararası Zeytin Hasat Günleri Örneği. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 16 (2), 274-295. DOI: 10.24010/soid.553070
- Jackson, L.A. (2008). Residents' Perceptions Of The Impacts Of Special Event Tourism, *Journal of Place Management and Development*, 1 (3), 240-255. DOI: 10.1108/17538330810911244
- Kızılırmak, İ. (2006). Türkiye'de Düzenlenen Yerel Etkinliklerin Turistik Çekicilik Olarak Kullanılmasına Yönelik Bir İnceleme, *Manas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8 (15) , 181-196.
- Kim, K. ve Uysal, M. (2003). Perceived Socio-Economic Impacts of Festivals and Events Among Organizers, *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, 10(3/4), 159-171. DOI: 10.1300/J150v10n03_10
- Kozorog, M. (2011). Festival Tourism and Production of Locality in a Small Slovenian Town, *Journal of Tourism and Cultural Change*, 9(4), 298-319. DOI: 10.1080/14766825.2011.617453
- Manthiou, A., Kang, J., ve Schrier, T. (2014). A Visitor-Based Brand Equity Perspective: The Case of a Public Festival, *Tourism Review*, 69(4), 264-283. DOI: [10.1108/TR-04-2014-0016](https://doi.org/10.1108/TR-04-2014-0016)

- Özdemir, G. (2014). *Destinasyon Yönetimi ve Pazarlanması*, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Özgürel, G., Alan, R., ve Bingöl, Z. (2019). Yerel Kalkınmada Bir Araç Olarak Festivaller: Munzur Kültür ve Doğa Festivali, *International Journal of Social and Economic Sciences*, 5(2), 113–121.
- Ritchie, J. R. (1984). Assessing the Impacts of Hallmark Events: Conceptual and Research Issues. *Journal of Travel Research*, 23(1), 2-11. DOI: 10.1177/004728758402300101
- Shani, A., Chen, P., Wang, Y., ve Hua, N. (2010). Testing the Impact of a Promotional Video Destination Image Change: Application of China as a Tourism Destination. *International Journal of Tourism Research*, 12(2), 116-133. DOI: 10.1002/jtr.738
- Tayfun, A., ve Arslan, E. (2013). Festival Turizmi Kapsamında Yerli Turistlerin Ankara Alışveriş Festivali'nden Memnuniyetleri Üzerine Bir Araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 192-206.
- Tassiopoulos, D. (2005). *Event Management: A Professional and Developmental Approach* (2nd Editon), South Africa: Juta Academic.
- Yolal, M. (2017). Türkiye'nin Etkinlik Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesi, *Çatalhöyük Uluslararası Turizm Ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2, 35-51.

Extended Abstract

Event tourism is a type of tourism that is emphasized by destination administrations because it strengthens the image of the region and supports local development. It is seen that destinations try to highlight events such as festivals and fairs that have existed since the past within the scope of event tourism. Although event tourism is an alternative type of tourism in itself, it is a type of tourism that complements all types of tourism. For example, it is possible to apply event tourism in a tourism destination focused on mass tourism or in a destination with rural tourism attraction. Event tourism is a type of tourism that adds value to the main type of tourism in the destination and enriches the touristic experience for visitors. The main motivation of visitors participating in event tourism is to socialize and provide intercultural interaction through event tourism.

This research has a unique value in the literature because it deals with the Vosvos Festival held in Ordu and the organization process. In this research, Vosvos festival held in Ordu province was handled within the scope of event tourism and the process of organizing this event, its target audience, and its contribution to Ordu province tourism activities were investigated. Within the scope of the research, it is aimed to support the organization of the Vosvos Festival by evaluating the data obtained about the organization. It is thought that the data to be obtained regarding the organization process of the Vosvos Festival will contribute to a more effective management of the organization process of the festival. It is thought that the research findings will also provide a framework for the ideal functioning of the organization process of the festivals in our country.

Phenomenological design, one of the qualitative research methods, was used in the research. Since the research was conducted specifically for the Ordu Vosvos Festival, the universe of the research consists of people who took part in this organization and contributed to this organization process. People who are thought to have rich



information in the research universe and who will provide in-depth information were determined by purposive sampling method. Semi-structured interview was used as a data collection tool in the research.

From the data obtained from the participants, it is understood that the Vosvos Festival was first organized by people living in Ordu and in love with Vosvos. This organization was carried out with the motivation of seeing the natural beauties of Ordu for the festival visitors. It is seen that Ordu Vosvos Festival is mostly an event for domestic tourism. The festival contributes to the image of Ordu province rather than attracting visitors to the region. It is understood from the research findings that the people involved in the organization related to the promotion of the Vosvos Festival have made significant efforts. In order to market the event, suggestions were received from the participants such as using social media more effectively, giving more support to the promotional activities of local governments, and evaluating sponsorship supports. The most important problem encountered in the organization of the Vosvos Festival is the lack of sufficient support for the organization by the local administrations in some periods. In addition, the lack of sufficient financial resources, bureaucratic difficulties in obtaining permission for the points to be visited on the tour route are other problems encountered in the festival organization. It can be said that these problems can be easily solved with the contributions of local governments. It is understood from the findings obtained from the participants that the festival has a positive effect on the development of Ordu province, but this effect is still insufficient. Making arrangements that will increase the role of the local people in the festival will strengthen the impact of the festival on development. The hospitality of the local people to the visitors is a finding that strengthens the view that the local people can take an active role in tourism activities.