

Etkinlik Turizmi

Onur Atak¹

Özet

Ulusal ve uluslararası turizm talebinden payını almak isteyen destinasyonlar ulusal ve uluslararası düzeyde rekabet üstünlüğü sağlayabilmek amacıyla turizmin olumlu etkilerinden yararlanmak istemektedirler. Günümüzde artan rekabet, etkili ve verimli etkinlik düzenleme, etkinlik tanıtımı ve pazarlaması gibi kavramları öne çıkarmaktadır. Bu kavramlara yönelik farkındalığın artışı, etkinlikler yoluyla destinasyon çekiciliğinin sağlanması, alt yapı üst yapı hizmetlerinin iyileştirilmesi, bölgeye yönelik marka imajı oluşturulması için oldukça önem taşımaktadır. Etkinlikler, ulusal ve uluslararası talebi çekmek, gelir sağlamak, diğer destinasyonlara karşı rekabet üstünlüğünü elde etmek gibi birçok sebeple düzenlenmektedir. Tüketicilerin yapmış oldukları harcamalardan elde edilen gelirin, turizm sektörüyle doğrudan ya da dolaylı ilgili birçok alanda katma değer yarattığı düşünülmektedir. Rekreasyon, ulaştırma, haberleşme, yiyecek içecek ve konaklama işletmeleri, bu katma değerden fayda sağlayan işletme gruplarındandır. İşletmeler veya sektörler arasında yapılan harcamalardan elde edilen gelirin tekrar harcanması yoluyla diğer sektörlerde oluşan gelir ve istihdam, ekonomik canlılığın oluşması ve yeni istihdam olanaklarının yaratılması açısından büyük önem taşımaktadır. Etkinlik turizminin ifade edilen katkılarının yanında turizm çeşitlendirilmesine katkı sağlanması, turizm sezonunun uzatılması, bölgeye yönelik farkındalığın oluşturulması, bölgenin tanıtımının yapılması ve yeni gelir kaynaklarına ulaşma konusunda önemli katkılarının olduğu düşünülmektedir. Turizm sektörünün karşı karşıya olduğu en önemli problemlerden biri mevsimsellik sorunudur. Etkinlikler, turizmin olumsuz etkilendiği mevsimsellik sorunun etkilerini doğal çekicilik unsurlarını kullanarak azaltmakta, sezon dışı dönemlerde talep artışını sağlamaktadır. Bu kitap bölümünde etkinlik turizminin tanımı, olumlu ve olumsuz etkileri, etkinlik planlaması, etkinlik sınıflandırması ve etkinlik turizminin temel hedef ve amaçları hakkında bilgi verilmiş, Alaçatı Ot Festivali örneklendirilerek etkinliklerin önemine vurgu yapılmıştır.

1 Öğr. Gör. Dr., Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Ortaca Meslek Yüksekokulu, onuratak@mu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-9120-2884

Rekreasyon Faaliyetleri Olarak Etkinlikler

Rekreasyon bireyin motive olma, boş zamanı iyi değerlendirme, rahatlama amacıyla gönüllü olarak aktif veya pasif şekilde katıldığı etkinlikler (Lu and Hu, 2005:117) olarak tanımlanmaktadır. Bireyler sosyalleşme, prestij kazanma, öğrenme, yenilik ve eğlence gibi sebeplerle özellikle kırsal alanda gerçekleştirilen etkinliklere katılma ve farklı kültürleri deneyimleme eğilimindedirler. Rekreasyon faaliyetlerine katılan bireylerin, deneyimleri sonucunda kendilerini rahatlamış, yenilenmiş ve motive olmuş hissettikleri tespit edilmiştir (Yılmaz, 2004:1). Bir diğer bakış açısı ile rekreasyon bireylerin boş zamanlarında gönüllü olarak katıldığı faaliyetleri kapsamaktadır. Bu faaliyetler turizm bazında ele alındığında çeşitlilik arz etmektedir. Animasyonlardan, şehir turlarına, müze ziyaretlerinden temalı parklara, festivallerden spor etkinliklerine kadar geniş bir yelpazeyi oluşturmaktadır (Ercan ve Civelek, 2020). Bir rekreasyon faaliyeti olarak etkinlikler ise; ulusal ve uluslararası turizmin temel bileşenlerinden biridir. Etkinlikler, düzenlendiği destinasyona topluma sosyal, çevresel ve ekonomik faydalar sağlamanın yanında (Arcodia ve Robb, 2000: 43), toplumsal kimliğin gelişmesine ve muhafaza edilmesine de katkı sağlamaktadır (Karagöz, 2006). Düzenlendiği bölgenin gelişimine, tanıtımına ve çekiciliğine yaptığı önemli katkıların yanında etkinlikler, bireylerin günlük yaşantılarından doğan sorunlardan uzaklaşmak ve boş zamanı değerlendirmek için de önemli bir alternatif olarak değerlendirilmektedir. Teknolojik gelişmelerin özellikle ulaşım ve iletişim alanında gösterdiği olumlu etkiler, gelir artışı, sosyalleşme, bireysel gelişim gibi kavramların ön plana çıkması, bireylerin boş zamanda etkinliklere katılmaya yönelik seçimlerini etkilemektedir. (Can, 2015:14, Goldblatt, 2000: 4). Yerel etkinliklerin geleneksel hale getirilerek düzenlenmesi, bölgeye yönelik çekicilik unsurunu güçlendirecektir. Halk oyunları ve el sanatları temalı etkinlikler, fuarlar, festivaller ve panayırılar (Yemenoğlu, vd. 2013: 16) bu etkinliklere örnek gösterilebilir. Uluslararası alanda düzenlenen önemli etkinliklere örnek vermek gerekirse; Paris ve Milano gibi şehirlerde düzenlenen moda etkinlikleri, Cannes ve Berlin’de düzenlenen film festivalleri, İspanya’da düzenlenen domates festivali ve boğa güreşi uluslararası turizm talebi çeken etkinlikler arasındadır (Dalgın vd., 2016: 1180).

Etkinliklerin Olumlu ve Olumsuz Etkileri

Etkinliklerin, bir toplum açısından kutlama niteliği taşıdığı, etkinlikler sayesinde toplum kimliğinin muhafaza edildiği ve güçlendiği düşünülmektedir. Düzenlenen etkinliklerle toplumda birlik ve beraberlik duygusunun yaygınlaştığı, toplumun yaşam kalitesinde gözle görülür bir

iyileşmenin yaşandığı vurgulanmaktadır. Ayrıca etkinlikler, bireylerin yeni kültürel deneyimler yaşamasına, farklı alanlarda yeni bilgi edinimine ve yeni becerilerin keşfine ortam sağlamaktadır (Yolal, 2017).

Günümüzde birçok yerel halk kutlaması, destinasyonlarda yüksek sezon dışındaki dönemlerde düzenlenmektedir. Bu durum bölgede öncelikle turizmin tüm yıla yayılmasına katkı sağlamaktadır. Ayrıca düzenlenen etkinliklerle talebin az bilinen bölgelere yayılması da sağlanmaktadır (Bowdin vd., 2006, s.74). Destinasyonlarda düzenlenen etkinlikler sayesinde kültürel etkileşimin yaşanmasının yanında ziyaretçi ile ev sahibi arasında hoşgörü anlayışının gelişmesine ortam sağlamaktadır (Besculides vd., 2002).

Etkinliklerin olumlu etkilerini dört kategoride incelemek mümkündür. Bunlar (Kızılırmak, 2006: 185):

Tablo 1. Etkinliklerin Olumlu Etkileri

Etki Alanı	Olumlu Etkiler
Sosyo- Kültürel	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Ortak deneyim paylaşmak ➤ Gelenekleri güçlendirmek ➤ Toplumsal gururu yükseltmek ➤ Toplumsal katılımı yükseltmek ➤ Yeni ve yaratıcı fikirleri tanıtmak ➤ Kültürel bakış açılarını genişletmek
Fiziksel ve Çevresel	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Çevrenin vitrinlenmesini sağlamak ➤ Uygulanabilir en iyi modelleri sunmak ➤ Çevre bilincini arttırmak ➤ Alt yapı sisteminin miras olarak kalması ➤ Ulaşım ve iletişim sistemini geliştirmek ➤ Kentsel dönüşüm ve yenilenme
Politik	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Uluslararası prestij sağlamak ➤ Etkinlikler aracılığıyla imaj geliştirmek ➤ Yatırımları tanıtmak ➤ Karşılıklı sosyal destek sağlamak ➤ Yönetimsel becerilerin gelişmesi sağlamak
Turizm ve Ekonomik	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Turistik bölgenin tanıtımı ve turist artışına katkı sağlamak ➤ Kalış süresini uzatmak ➤ Gelir artışı ➤ Vergi gelirlerinin artışı ➤ İstihdam oluşturmak

Kaynak: Kızılırmak İ. (2006).

Etkinliklerin daha önce sözü edilen olumlu etkilerinin yanında bazı olumsuz etkilere de yol açabildiği görülmektedir. Bu durumun temel sebebi etkinliklerin

planlamasında yapılan hatalar ve yanlış uygulamalardır. Buna bir örnek vermek gerekirse; düzenlenen etkinlikler sebebiyle hava, su, toprak kalitesinde bozulmalar gözlemlenebilmekte, eko-sistem, fauna ve flora unsurları üzerinde birtakım olumsuz etkiler ortaya çıkabilmektedir (Yolal, 2017: 41). Bununla birlikte etkinliklerin düzenlenmesi ile trafik yoğunluğu, suç oranlarında artış, altyapı hizmetlerinin yetersiz kalması (Uygur ve Çelik, 2010: 47), bölgesel enflasyon gibi birtakım olumsuz etkiler de gözlemlenebilmektedir.

Eryılmaz ve Cengiz'e göre (2012) Etkinliklerin olumsuz yansımaları aşağıdaki tabloda gösterilmektedir.

Tablo 2. Etkinliklerin Olumsuz Etkileri

Etki Türü	Olumsuz Etkiler
Ekonomik Etkiler	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Gelirin adaletsiz dağılımı ➤ Etkinlik dolayısıyla oluşan enflasyon ➤ Mevsimselliğin gelir ve giderlerde yarattığı olumsuz etki ➤ Yarı zamanlı ve vasıfsız işçilerin istihdamı ve mevsimselliğe bağlı olarak gözlenen düşük ücretler ➤ Etkinliklerin düzenlendiği dönemlerde emlak ve kira bedellerinde yükseliş ➤ Çevre sakinlerinin yaşadıkları alanların turistik konaklama alanlarına dönüştürülmesi ➤ Yöre halkının yaşam alanlarının turizme tahsis edilerek konaklama tesislerine dönüştürülmesi. ➤ Ticari sponsorlara ve devlet sübvansiyonuna güven ➤ Artan ekonomik hareketlilikle birlikte vergi kaçırma eğiliminde artış
Turizm ve Ticaret ile İlgili Etkiler	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Yöreselliğin kalkması ➤ Rekabet artışı ➤ İmaj kaybetme (yetersiz hizmet/tesis veya kötü uygulamalar sonucunda kötü şöhret ➤ Etkinliklerin, genel turizm ürünlerinden daha fazla planlama ve araştırma gerektirmesi ➤ Etkinliklerin önemli ölçüde tanıtıma gerektirmesi ➤ Konaklama sektöründe aşırı doluluk

Kaynak: Eryılmaz, S.S ve Cengiz, H. (2012)

Etkinliklerin Sınıflandırılması

Bireylerin ihtiyaçlarında gözlenen değişiklikler, düzenlenen etkinliklerin niteliklerinde ve sayısında da birtakım değişikliklere sebebiyet vermektedir. Etkinlik türleri üzerinde yapılan sınıflandırmaların temel gerekçesi

etkinliklerin sağladığı ekonomik girdinin ölçülmesini sağlamak ve ekonomik katkıyı tam olarak tespit edebilmektir (Arcodia ve Robb, 2000: 154). Bu sınıflandırmalarda etkinlikler “büyüklük ve içeriklerine göre” kategorilere ayrılmaktadır. Büyüklüklerine göre etkinlikler kendi içerisinde; mega etkinlikler, büyük etkinlikler, yerel etkinlikler ve damga(hallmark) etkinlikler olarak sınıflandırılmaktadır. Ülke ekonomisini güçlü bir şekilde etkileme gücü olan, küresel medya desteğini alan etkinlikler mega etkinlikler olarak ifade edilmektedir. Büyük etkinlikler ise çok sayıda ziyaretçi çekebilen, ekonomik getirisi yüksek etkinliklerdir. Damga (hallmark) etkinlikler bir şehir, kasaba veya herhangi bir bölgenin ruhunu yansıtan ve o ruhla özdeşleşen etkinlikler olarak değerlendirilmektedir. Son olarak yerel etkinlikler ise ülkeye özgü kültürel unsurları yansıtan, dar bir coğrafi alanda düzenlenen etkinlikler olarak sınıflandırılmaktadır (Argan, 2007;452-455). Bir diğer sınıflandırma olan içeriklerine göre sınıflandırmada ise iş etkinlikleri, festivaller, spor etkinlikleri, MICE (meetings, incentives, conventions ve event/exhibitions) yer almaktadır (Allen ve diğerleri, 2002: 11).

Etkinlik Türleri

Etkinlikler, temalarına göre farklı türlere ayrılmaktadır. Getz (2008), etkinlikleri dört ana gruba ayırmıştır. Bunlar;

<p>Kültürel Kutlamalar Festivaller Karnavallar Anma Dini etkinlikler</p> <p>Politik ve Resmî Etkinlikler Zirveler Resmî törenler Politik etkinlikler VİP ziyaretler</p> <p>Sanat ve Eğlence -Konserler -Ödül törenleri</p>	<p>İş ve Ticaret Toplantılar, antlaşmalar Tüketici ve ticari gösteriler Fuarlar ve pazarlar, tanıtım etkinlikleri</p> <p>Eğitim ve Bilim Konferanslar Seminerler Kongreler</p>	<p>Spor Yarışmaları Amatör/profesyonel İzleyici/katılımcı</p> <p>Eğlence Eğlence amaçlı oyunlar ve spor etkinlikleri</p>
		<p>Özel Etkinlikler Düğünler Partiler Toplumsal (özel eğlenceler, yıldönümleri, aile toplantıları)</p>

Şekil 1. Etkinlik Türleri

Kaynak: Getz (2008;406)

Kültürel ve sanatsal etkinlikler festivalleri, anmaları, karnavalları, dini etkinlikleri, merasimleri, törenleri, sergi ve konserleri içermektedir (Gilbert ve Lizotte, 1998:82). Politik ve resmi etkinlikler, politik toplantı, ziyaret ve kongreleri içeren, büyük bir medya ilgisi çeken etkinliklerdir (Getz, 1997). İş ve ticaret etkinlikleri, ticari getiri sağlamak amacıyla gerçekleştirilen bilgi alma ve bilgi verme temelli etkinliklerdir (Arcodia ve Robb, 2000: 157). Eğitim ve bilim konulu etkinlikler, öğrenme ve bilgi verme temelli etkinlikler olup, seminerleri, konferansları, panelleri, forumları, workshopları, bilimsel kongre ve konferansları içermektedir (Getz, 1997). Spor etkinlikleri, sosyal ve ekonomik etkileri olan, eğlendirici nitelikte, katılımcıları yaratıcılık konusunda teşvik edici etkinliklerdir (Bjelac ve Radovanovic, 2003:260). Spor etkinliklerinin, etkinlik turizm içerisindeki yeri farklıdır. Her ne kadar etkinlik turizmi kültürel, bilimsel, politik, resmi, iş ve ticaret ile ilgili etkinlikleri kapsasa da spor etkinlikleri, kentlerin büyümesi ve gelişmesinde etkili bir belirleyici olması bakımından önem taşımaktadır (Chalip ve McGuirly, 2004).

Etkinlik Turizmi

Bireyler gündelik yaşamlarının stresli ortamından uzaklaşmak, hayatlarını sağlıklı yaşayabilmek ve yaşam standartlarını iyileştirmek amacıyla rekreasyon faaliyetlerine katılmaktadırlar. Özellikle kalabalık şehirlerde stres, nüfus yoğunluğu gibi etmenler bireyleri kentten uzaklaşmaya teşvik etmekte, bireyleri rekreasyon faaliyetlerine katılmaya motive etmektedir (Şahin vd., 2009: 63). Bu noktada özellikle etkinlik turizmi bu ihtiyaca cevap vermek için önemli bir alternatif haline gelmiştir. Etkinlik turizmi, ulusal ve uluslararası talebi çekerek turizm endüstrisinin temel bileşenleri olan seyahat, boş zaman ve konaklama endüstrisine katkı sağlamaktadır. Günümüzde etkinlik turizmi sağladığı sosyal, ekonomik ve çevresel katkılarla destinasyonların hedeflerine ulaşmalarına yardımcı olmaktadır (Arcodia ve Robb, 2000:13).

Bir diğer tanıma göre etkinlik turizmi, bir çekim unsuru meydana getirmek için etkinliklerin geliştirilmesi, pazarlanması, düzenlenmesi ve planlanmasıdır (Tassiopoulos, 2005: 4). Bir pazar bölümü olarak etkinlik turizmi ise bu turizm çeşidine katılmak isteyen bireylerin oluşturduğu, yapıldığı bölgenin gelişiminde ve çekiciliğine katkı sağlayan bir pazar bölümüdür. Kozak ve Bahçe (2009:157) etkinlik turizmini, birincil veya ikincil çekicilik şeklinde kullanılarak katılımcı sayısının mümkün olduğunca artırılmasını sağlamak için özel etkinliklerin planlanması, düzenlenmesi, pazarlanması ve geliştirilmesi olarak ifade etmektedir. Bir başka tanımlamaya göre etkinlik turizmi toplumsal kimliğin gelişmesine veya muhafaza edilmesine katkı sağlayan, düzenlendiği bölgenin çekiciliğinde ve bölgesel gelişiminde önemli rol oynayan faaliyetler bütünüdür (Karagöz, 2006).

Etkinlikler, çeşitli yönleri göz önüne alınarak sınıflandırılmıştır. Getz (2008: 407), etkinliklerin, rekabet üstünlüğü sağlanmasında ve destinasyon pazarlamasında belirleyici olduğunu ifade ederek etkinliklere yönelik sınıflandırmayı, planlı etkinlikler ve plansız etkinlikler olarak 2 farklı kategoride incelemektedir. Bu kategoride yer alan planlı etkinliklerin, destinasyon rekabetçiliğini arttırıcı bir rol üstlendiğini ifade etmektedir. Getz (2008: 407) etkinliklerin, sadece turizmi desteklemekle kalmadığını, toplumun inşası, kentsel yenilenme, ulusal kimliği canlandırma ve kültürel gelişim gibi birçok alanda olumlu etkilerinin olduğunu vurgulamaktadır. Getz'in (1997: 16) yapmış olduğu bir başka etkinlik turizmi tanımlamasına göre etkinlik turizmi; katılımcı sayısını arttırmak için birincil ve ikincil turist çekicilikler olan etkinliklerin geliştirilmesi, pazarlanması ve planlanmasıdır. Bütün bu tanımlamalar, etkinlik turizminin, destinasyonların gelişiminde ve çekiciliğinin arttırılmasında önemli rol oynadığını vurgulamaktadır. Yapılan açıklamalar ışığında etkinliklerin, sadece turizm talebini çekmek üzere düzenlenmediği, toplumsal kimliğin korunması ve muhafaza edilmesinde de önemli rol oynadığı düşünülmektedir (Derrett, 2004: 39).

Destinasyonların, etkinlikleri çekerek çekim merkezi haline gelmek istemelerinin sebepleri maddeler halinde şu şekilde ifade edilebilir (Getz vd. 1998: 335):

- Düşük sezonda gözlenen ziyaretçi sayısı düşüşünün önüne geçmek ve ziyaretçi sayısında artış sağlamak,
- Bireylerin çekim merkezindeki kalış sürelerini arttırmak,
- Çekim merkezinin imajına ve farkındalığına katkıda bulunmak,
- Sponsor sayısını arttırmak, sponsorluğa teşvik etmek
- Destinasyonların alt yapılarının gelişmesine katkıda bulunmak
- Mevcut olanaklardan daha etkili faydalanmak
- Gelir sağlamak

Getz'e göre (1997: 53) etkinliklerin; destinasyonu pazarlama, turizm çekiciliği oluşturma, imaj yaratma, destekleyici olma ve teşvik edici olma gibi işlevleri bulunmaktadır. Destinasyonu pazarlama işlevi; yatırımcıların ve ziyaretçilerin ilgisini çekmek konusunda yapılan faaliyetleri içermektedir. Turizm çekiciliği oluşturma işlevi; turizm talebini yılın diğer zamanlarına yaymayı, farklı bölgeleri ön plana çıkarmayı ve ziyaretçilerin kalış süresini arttırmayı sağlamak konusunda önemli etkilere sahiptir. İmaj yaratma işlevi; imaj yaratmayı, var olan imaja olumlu katkı sağlayarak güçlendirme ve daha önce oluşmuş olumsuz imajı ortadan kaldırmayı kapsamaktadır.

Destekleyici olma işlevi; altyapının gelişmesine katkıda bulunmayı, çekim merkezinin yenilenmesine olanak sağlamayı ve ticaretin gelişimine olumlu etki etmeyi içermektedir. Teşvik edici olma işlevi ise destinasyona ziyaret için motivasyon oluşturmaya ve tekrar ziyaret konusunda motivasyonun devamlılığını sağlamaya kapsamaktadır.

Etkinlik Turizminin Amaç ve Hedefleri

Etkinlikler sağladığı faydalar değerlendirildiğinde belirli ve kapsamlı bir plan dahilinde geliştirilmeli, tanıtılmalı ve devamlılığı sağlanmalıdır. Etkinliklerin, hedefler çerçevesinde, sürdürülebilirlik ilkesi gözetilerek planlı ve kapsamlı bir şekilde değerlendirilmesi gerekmektedir. Getz'e göre (1991:147) etkinlik turizminin; destinasyonlar için imaj yaratmak, yabancı ziyaretçileri çekmek, yabancı yatırımcılardan gelir yaratmak, diğer ekonomik hedefler için fayda yaratmak, turizm sezonunu uzatmak, düşük sezonları güçlendirmek, turizmin faydalarını bütün bölgelere yaymak, tekrar ziyaretleri teşvik etmek, etkinliklere yönelik maliyet-fayda analizleri yapmak, negatif çevresel etkilerden kaçınmak; çevresel korumayı güçlendirmek gibi hedefleri bulunmaktadır. Destinasyonlar için imaj yaratma hedefi; destinasyona ait özgün kültürel unsurları muhafaza ederek var olan diğer çekiciliklere de ilginin çekilmesini sağlamayı ve şehrin sahip olduğu kimliği yansıtmayı amaçlamaktadır. Yabancı ziyaretçileri çekme hedefi; destinasyonun hedeflediği ulusal ve uluslararası talebi çekebilmek için etkinliklerin düzenlenmesini amaçlamaktadır. Yabancı yatırımları çekme hedefi; ortalamanın üstünde ziyaretçi ve sponsor çekerek yabancı yatırımcıları da etkinliklere dahil etmeyi amaçlamaktadır. Diğer ekonomik hedefler için fayda yaratma hedefi; etkinliklere teknolojik ve yönetsel yetenekleri de dahil ederek; ticari yönü baskın kongre ve fuar organizasyonları düzenlemeyi amaçlamaktadır. Turizm sezonunun uzatmak ve düşük sezonları güçlendirme hedefi; ziyaretçilerin çok daha uzun süreli konaklamalarını sağlayan etkinliklerin düzenlenmesini amaçlamaktadır. Turizmin faydalarını bütün bölgelere yayma hedefi; etkinlik üretimini ülke geneline yaymayı, tur rotalarının ve paket turların yaygınlaştırılmasını amaçlamayı ifade etmektedir. Tekrar ziyaretleri teşvik etme hedefi; etkinlikleri kullanarak farklı etkinliklerin farkındalığını sağlamayı, diğer turizm çeşitlerine talebi artırmak için etkinliklerden faydalanmayı, etkinlikler aracılığıyla turist-yerel halk ilişkisine olumlu katkıda bulunmayı, etkinlik ziyaretçisinin tatminini ve etkinliklerin kalitesini arttırmayı amaçlamaktadır. Negatif çevresel etkilerden kaçınma; çevresel korumayı güçlendirme hedefi ise doğanın, etkinliklerin olumsuz çevresel etkilerinden korunmasını sağlamayı amaçlamaktadır.

Türkiye'nin Etkinlik Turizmi Potansiyeli

Türkiye'de destinasyonların cazibesini arttırmak, bölgeye yerli ve yabancı ziyaretçi çekmek, bölgenin motiflerini yansıtan kültürel ve toplumsal unsurları tanıtmak, ön plana çıkarmak, yatırımları çekmek, bölgenin kalkınmasını sağlamak amacıyla etkinlikler düzenlenmektedir. Günümüzde ülkemizde birçok şehir, kasaba, köy kültürel ve toplumsal motiflerini öne çıkaran festivaller düzenlemekte, etkinlik turizminin olumlu etkilerinden faydalanmaktadır (Yolal, 2017: 36). Türkiye'de yerel etkinliklerin konularına göre dağılımını ortaya çıkarmaya yönelik yapılan ilk çalışma Kızılırmak (2006) tarafından yapılmıştır:

Tablo 3. Yerel Etkinliklerin Konularına Göre Dağılımı

Etkinlik Türü	Etkinlik Sayısı
Tarımsal ürünlerle ilgili etkinlikler	132
Kültür ve sanatla ilgili etkinlikler	130
İl ve ilçelerin kurtuluş günü kutlamaları	129
Yayla şenlikleri	110
Spor türleriyle ilgili etkinlikler	103
Özel gün ve hafta kutlamaları	74
Tarihi ve dini kişilerin anılması	70
İl ve ilçe şenlikleri	63
Bahar, Nevruz ve Hıdırellez ile ilgili etkinlikler	54
Fuar ve panayırılar	50
Müzik, dans, opera, bale ve folklor etkinlikleri	49
Rekreasyonla ilgili etkinlikler	35
Yiyecek ve içecek türleriyle ilgili etkinlikler	35
Turizm şenlikleri	29
Gençlik ve çocuk etkinlikleri	28
Atatürk'ün il ve ilçelere gelişinin kutlanması	26
Sünnet şöenleri	20
El sanatlarıyla ilgili etkinlikler	17
Hayvancılık ile ilgili etkinlikler	16
Ulusal bayramlar	11
Dostluk ve dayanışmayla ilgili etkinlikler	5
Madencilik ile ilgili etkinlikler	1
Toplam	1188

Kaynak: Kızılırmak (2006).

132 etkinlik ile tarımsal ürünlerle ilgili düzenlenen etkinliklerin ilk sırada yer aldığı görülmektedir. İkinci sırada 130 etkinlik ile kültür ve sanat etkinlikleri yer almaktadır. Özellikle edebiyat, film, tiyatro, heykel ve resim, karikatür temalı düzenlenen etkinlikler kültür ve sanat etkinlikleri olarak ön plana çıkmaktadır. Sanatın birçok dalını konu alan etkinlikler ülkemizin birçok il ve ilçesinde yaygın olarak düzenlenmektedir. Bu sıralamada üçüncü sırayı il ve ilçelerin düşman işgalinden kurtuluşunu konu alan kutlama etkinlikleri almaktadır (Kızılırmak, 2006:189). Giritlioğlu vd., (2015), Türkiye’de düzenlenen etkinliklerin en önemlilerinden biri olan festivaller üzerine bir araştırma yapmış, festivalleri temalarına, düzenlenme zamanlarına ve düzenlendikleri bölgelere göre sınıflandırmıştır. Araştırma sonucuna göre Türkiye’de bir yıl içerisinde 1.254 festival etkinliği gerçekleştirildiği tespit edilmiştir. Araştırmaya göre 453 festival Marmara, 268 festival Karadeniz, 123 festival Ege, 148 tanesi ise İç Anadolu bölgesinde düzenlenmektedir.

Tablo 4. Türkiye’de Düzenlenen Festivallerin Bölgelere Göre Dağılımı

Marmara Bölgesi	463
Karadeniz Bölgesi	268
Ege Bölgesi	173
İç Anadolu Bölgesi	148
Akdeniz Bölgesi	111
Doğu Anadolu Bölgesi	60
Güneydoğu Anadolu Bölgesi	31
Toplam	1.254

Kaynak: Giritlioğlu vd. (2015)

Alaçatı Ot Festivali

Türkiye’de turizm sektörü açısından önemli destinasyonlardan biri Alaçatı’dır. Alaçatı’nın marka imajının oluşumunda Alaçatı Ot Festivali’nin önemli bir etkisi olduğu düşünülmektedir. Birincisi Nisan 2010’da düzenlenen festival, yöre halkının daha sağlıklı yaşamasının teşvik edilmesi ve bölgeye has otların tanıtımının yapılması amacıyla gerçekleştirilmiş, sonraları turizm sezonunun uzatılması ve turizmin çeşitlendirilmesi amacıyla düzenlenmeye devam etmiştir. Katılımın her geçen sene artışıyla birlikte etkinlik geleneksel bir festivale dönüşmüştür (Özkan vd.,2015:61). Düzenlenen festivalle, bölge ve çevresinde ikamet eden halk tarafından yetiştirilen otlarla yapılan meze, yemek vb. ürünler bölgeye yönelik farkındalığı arttırmakta, ürünlerin satışından sağlanan gelire festival, yerel halkın ekonomisine katkıda

bulunmaktadır. Dört gün süren festivalde ziyaretçilerin güzel vakit geçirmeleri için birçok etkinlik düzenlenmektedir. Gündüzleri yerel otların tanıtılması amacıyla yemek atölyelerinde etkinlikler düzenlenmekte, ot toplama gezileri organize edilmektedir. Düzenlenen seminerlerde katılımcılar bilgi alabilmekte, katılımcıların sakız fidanı dikme etkinliklerine katılmaları sağlanmakta, zeytinyağı tadımı yapılmakta, gurme şeflerle tanışma, yemek yapma ve sohbet etkinlikleri düzenlenmektedir. Akşam saatlerinde ise festival programında genellikle konser etkinlikleri yer almaktadır (Özkan vd.,2015:62).

Çoban ve Süer (2018) Alaçatı destinasyonuna yönelik marka imajı oluşumunda Alaçatı Ot Festivali'nin etkisinin olup olmadığını araştırmış, bölgedeki işletmeler ile görüşerek festivalin etkilerine yönelik algıyı ölçmeye çalışmıştır. Yapılan görüşmeler neticesinde Alaçatı Ot Festivalinin, ziyaretçi sayısını artırdığı, festivalin bir ziyaret sebebi haline geldiği, festival döneminde işletmelerin ekonomik kazanç elde ettiği sonucuna ulaşılmıştır. Görüşmede katılımcılar, elde edilen gelirlerin, sezon öncesi hazırlıkların finansmanı için hem önemli bir kaynak oluşturduğunu hem de gündelik ekonomik ilişkilerde olumlu katkılar sağladığını ifade etmişlerdir.

Alaçatı Ot Festivali üzerinde yapılan bir diğer araştırmada Yavuz (2019), Alaçatı Ot Festivali'ne stant açarak katılan yerel halk üzerinde bir araştırma yapmıştır. Çalışmada yerel halkın katılım amacı, bölgede yetişen otlar ile yapılan yemeklerin neler olduğu ve hangi çeşit otların sergilendiği tespit edilmeye çalışılmıştır. Ayrıca yerel halkın festival ile ilgili memnuniyet düzeyi ve tekrar katılmak isteyip istemedikleri belirlenmeye çalışılmıştır. Çalışmanın sonucunda yerel halkın, para kazanmak, sosyalleşmek, rutinden uzaklaşmak, turizme katkıda bulunmak gibi sebeplerle festivale katılım gösterdikleri, festivalden memnuniyet duydukları ve tekrar festivale katılmak istedikleri anlaşılmıştır.

Etkinlik turizmi ve bu kapsamda düzenlenen etkinlikler, toplumsal kimliğin gelişmesine veya muhafaza edilmesine katkı sağlayan, kültürel ve toplumsal motifleri yansıtan, düzenlendiği bölgenin çekiciliğinde ve bölgesel gelişiminde önemli rol oynayan faaliyetler olarak ön plana çıkmaktadır. Bunun yanında etkinlikler, toplumda birlik ve beraberlik duygusunu yaygınlaştırmakta, seyahat ve konaklama endüstrisine katkıda bulunmaktadır. Alaçatı Ot festivali örneğinde görüldüğü gibi ziyaretçi ile ev sahibi arasında hoşgörü anlayışının gelişmesine de katkı sağlayan etkinlikler, destinasyonu pazarlama, turizm çekiciliği oluşturma, imaj yaratma gibi destekleyici etkilere de sahiptir. Etkinlik turizminin olumlu tüm etkilerinin yanında etkinlikler sebebiyle hava, su, toprak, fauna ve flora unsurları üzerinde meydana gelebilecek olumsuz etkilerin önüne geçilmelidir. Ayrıca etkinlerin, ekonomi, ticaret ve turizm ile ilişkisinde meydana gelebilecek olumsuzların en aza indirilmesi gerektiği düşünülmektedir.

Kaynakça

- Allen, J. O'toole, W. Harris, R. ve Mcdonnell I. (2002). Festival and special event management, Third Edition, Sydney.
- Arcodia, C. ve Alastair, R. (2000). Future For Event Management: A Taxonomy of Event Management Terms. Setting The Agenda Proceedings of Conference on Event Evaluation, Research and Education Edited by, Allen Johny, Lago Leo, Harris Robert, Sdyney. July 2000.
- Argan, M. (2007). Eğlence pazarlaması. Ankara: Detay Yayıncılık.
- 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.
- Bjelac, Z.ve Radovanovic, M. (2003). Sports Events as a Form of Tourist Product, Relating to the Volume and Character of Demand. *Journal of Sport Tourism* Vol 8(4),.
- Bowdin G., Allen J., O'Toole W., Harris R. ve McDonnell I. (2006). Events Management (Second edition), Elsevier, Oxford.
- Can, E. (2015). Boş Zaman, Rekreasyon ve Etkinlik Turizmi İlişkisi. *İstanbul Journal of Social Sciences*, Issue:10, 1-17.
- Chalip, L. ve McGuirty, J. (2004). Bundling Sport Events with the Host Destination, *Journal of Sport Tourism*, Vol:9 No:3.
- Çoban, M. ve Süer, S. (2018). Destinasyon Markalaşmasında Festival Turizminin Rolü: Alaçatı Ot Festivali Üzerine Bir Araştırma. *International Journal of Contemporary Tourism Research*, 2 (1), 58-67. DOI: 10.30625/ijctr.424439
- Dalgın, T., Atak, O. ve Çeken, H. (2016). Festivallerin bir kırsal turizm çecikiliği olarak önemi. *Journal of International Social Research*, 9(47), 1179-1184.
- Derrett, R. (2004). Festivals, Events and the Destination. *Festival and Events Management: An International Arts and Culture Perspective.*: Ian Yeoman, Martin Robertson ve Jane Ali Knight (Amsterdam: Elsevier Butterworth Heinemann).
- Ercan, F. ve Civelek, M. (2020). Rekreasyon Faaliyetleri Kapsamında Etkinlik ve Festivallerin Destinasyon İmajına Etkisi, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1): 653-664.
- Eryılmaz, S. S. ve H. Cengiz. (2012). Mega Etkinliklerin Kent Mekânına Ekonomik Yansımaları, *Formula 1 Örneği*, *Sigma 4 Özel Sayı 2012*, 77-96
- Getz, D. (1991). *Festivals, Special Events and Tourism*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Getz, D. (1997). *Event Management & Event Tourism*, Cognizant Communication Corporation, New York.

- Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, evolution, and research, *Tourism Management*, 29 (3) 406 (403-428)
- Getz, D., Anderson, D. ve Sheehan, L. (1998). Roles, Issues and Strategies for Convention and Visitors' Bureaux in Destination Planning and Product Development: A Survey of Canadian Bureaux, *Tourism Management*, 19(4),331-340
- Gilbert, D. ve Lizotte, M. (1998). *Tourism and Performing Arts, Travel and Tourism Analyst Vol.1*
- Giritlioğlu, İ., Olcay, A. ve Özekici, Y. Kemal (2015). Bir Turizm Çeşitliliği Olarak Festival Etkinliklerinin Sınıflandırılması: Türkiye Üzerinde Bir Değerlendirme. *Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 306-323.
- Goldblatt, J. J. (2000). A Future for Event Management: The Analysis of Major Trends Impacting The Emerging Profession. *Event Beyond 2000 Report*, 2000.
- Karagöz, D. (2006). Etkinlik Turizmi ve Etkinlik Turizmi Bağlamında Yabancı Ziyaretçi Harcamalarının Ekonomiye Etkisi: Formula 1 2005 Türkiye Grand Prix Örneği, *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Anadolu Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Eskişehir.
- Kızılırmak İ. (2006). Türkiye'de düzenlenen yerel etkinliklerin turistik çekicilik olarak kullanılmasına yönelik bir inceleme. *Sosyal Bilimler Dergisi*, (15): 181-196.
- Kozak, M. A. ve Bahçe, S. (2009). *Özel İlgi Turizmi*, Ankara: Detay Yayıncılık
- Lu, L. ve Hu, C. (2005). Personality, leisure experiences and happiness. *Journal of Happiness Studies*, 6, 325-342.
- Özkan, E., Curkan, S. ve Sarak, E. (2015). Festivallerin Katılan Ziyaretçiler Üzerine Etkileri: Alaçatı Ot Festivali Örneği. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(14), 59-68.
- Şahin, C. K., Akten, S. ve Erol, U. E. (2009). Eğirdir Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Rekreasyon Faaliyetlerine Katılımlarının Belirlenmesi Üzerine Bir Çalışma, *Artvin Çoruh Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, 10 (1):62-71.
- Tassiopoulos, D. (2005). *Event Management: A Professional And Developmental Approach*, 2nd Editon, Juta Academic, South Africa.
- Uygur, Meydan S. ve Çelik, A. (2010). Etkinlik Turizminin Algılanan Sosyo-Ekonomik Etkilerini Belirlemeye Yönelik İstanbul Destinasyonunda Bir Araştırma, *İşletme Fakültesi Dergisi*, 11 (1), 35-50.
- Yavuz, G. (2019). Gastronomi Temalı Festivaller ve Alaçatı Ot Festivali'nde Stant Açan Yerel Halk Üzerine Bir Araştırma. VIII. National IV. International Eastern Mediterranean Tourism Symposium, 19-20 Nisan 2019, Anamur/ Mersin.

- Yemenoğlu E, Dalgın, T. ve çeken, H. (2013). Geleneksel Festivallerin Kırsal Turizm Üzerindeki Etkiler: Denizli-Honaz Kiraz Festivali Örneği. Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi, 3(1): 16-21.
- Yılmaz, S. (2004). Sereme Vadisinin Rekreatif Kullanım Potansiyelinin Belirlenmesi. Ekoloji evre Dergisi, 13 (51): 1-6.
- Yolal, M. (2017). Türkiye'nin Etkinlik Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesi. Çatalhöyük Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, (2), 35-51