



## GASTRONOMİ TEMALİ FESTİVALERDE KATILIMCI DENEYİMİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA: ULUSLARARASI PİŞMANİYE FESTİVALİ ÖRNEĞİ

Gülçin ÖZBAY<sup>1</sup>  
Serkan SEMİNT<sup>2</sup>

### ÖZET

Yöresel ürünlerin ve yöreye ait yemek kültürünün gastronomi turizmine katkısı oldukça fazladır. Bir destinasyonda gastronomi turizminin gelişmesi için de yöreye has ürünlerin tanıtılması, sunulması gibi eylemler festivaller aracılığıyla gerçekleştirilmektedir. Festivallerin düzenlenmesinde ise katılımcı istekleri önem arz etmektedir. Bu bağlamda 11. Uluslararası Pişmaniye Festivali'ndeki katılımcıların festival deneyimleri sonucunda görüşlerinin alınması amaçlanmıştır. Araştırmada festivale katılan 49 kişiyle yüz yüze görüşme yapılmıştır. Festivalin duyurumunda belediyenin aktif rol aldığı, bununla birlikte katılımcıların sadece %16'sının il dışından geldiği tespit edilmiştir. Bu durum diğer illerde tanıtımın yeterince iyi yapılmadığı şeklinde yorumlanabilir. Katılımcıların %70'i festivalin fiziki donanımını yeterli bulmakta ve %94'ü festivali başkalarına tavsiye edeceğini belirtmektedir. Tavsiye nedenleri içinde birinci sırada eğlence yer alırken ikinci sırada katılımcıların şehirlerini ve yöresel lezzetlerini tanıtmanın yer aldığı tespit edilmiştir.

*Anahtar Kelimeler:* Gastronomi Turizmi, Festival, Gastronomi Temalı Festival, Pişmaniye Festivali

<sup>1</sup> Dr. Öğr. Üyesi Gülçin ÖZBAY, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları, gozbay@subu.edu.tr, orcid: 0000-0002-5647-7137

<sup>2</sup> Serkan SEMİNT, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği, semintserkann@gmail.com, orcid: 0000-0002-6305-1898

## **A RESEARCH ON PARTICIPANT EXPERIENCE IN GASTRONOMY-THEMED FESTIVALS: THE CASE OF THE INTERNATIONAL PISMANIYE FESTIVAL**

### **ABSTRACT**

The contribution of local products and local food culture to gastronomic tourism is very high. In order to develop gastronomy tourism in a destination, actions such as promotion and presentation of local products are carried out through festivals. Participant requests are important in organizing festivals. In this context, it is aimed to get the opinions of the participants in the 11th International Pismaniye (Cotton Candy) Festival as a result of the festival experience. In the research, face-to-face interviews were made with 49 people participating in the festival. It was determined that the municipality played an active role in the announcement of the festival, however, only 16% of the participants came from outside the province. This situation can be interpreted that the promotion is not done well enough in other provinces. 70% of the participants find the physical equipment of the festival sufficient and 94% state that they will recommend the festival to others. It was determined that entertainment was the first place among the reasons for the recommendation, while the second place was to promote their cities and local flavors of the participants.

***Keywords:** Gastronomy Tourism, Festival, Gastronomy-Themed Festival, Pismaniye Festival*

### **1. GİRİŞ**

Özel etkinlikler, turizm endüstrisi için önemli motivasyon sağlayıcısı olarak nitelendirilmektedir. Günümüzde festival etkinlikleri en fazla büyüme gösteren cazibe merkezleri haline gelmiştir. Festivaller ve bu tip organizasyonlar etkinlik sahibi destinasyona ve bölge halkına fayda sağlamaktadır. Bu tür etkinliklere katılım sağlamak rahatlatma, performans sergileme ve eğlence gibi birçok faktöre bağlı olabilmektedir. Aynı zamanda festivaller toplum tarafından düzenlenen etkinliklerde sunulan ürünleri tanıtıcı ve bölgeye ziyareti teşvik edici görev üstlenmektedir (Yayla, 2017, s. 15-16).

Yerel turizmin gelişmesinde gastronomi festivalleri en popüler festivaller olarak yerini almaktadır. Son dönemlerde yerel yönetimlerin yöresel ürünleri tanıtmasında, pazarlamasında ilk yaptıkları etkinliklerin başında gastronomi festivalleri gelmektedir. Çünkü gastronomi temalı festivaller yiyeceklerin özgünlüğünü ortaya çıkarma, turistlere yeni yerleri tanıtmaya ve keşfetme fırsatı sunmaktadır. Yemek kültürlerine

ilişkin yapılan gastronomi festivalleri, ürününün tanıtımı, sunumu ve üretimi gibi birçok unsuru bünyesinde bulundurmaktadır. Festivalde sunumu yapılan yemekler, kültürel çevrenin durumunu, gelenek/göreneklerini yansıtmakta ve turistlerle iletişim aracı görevini üstlenmektedir. Bu şekilde yapılan festivaller gastronomik kimliğin oluşmasında ve korunmasında da önemli arz etmektedir (Çetin ve diğerleri, 2019, s. 883).

Araştırmanın amacına uygun olarak literatürde ilgili kavramlar açıklanmıştır. Festival kavramının tanımı, festivallerin olumlu ve olumsuz etkileri hakkında bilgi verilmiştir. 81 ilde yapılan gastronomi temalı festivaller araştırılıp çalışmaya destek sağlanmıştır. Çalışmanın ikinci bölümünde amaç, yöntem, evren ve örnekleme ilişkin bilgilere yer verilmiştir. Katılımcılardan elde edilen demografik bulgular ve araştırma sorularına verilen yanıtlar yorumlanmıştır.

## **2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE**

### **2.1. Gastronomi Turizmi**

Gastronomi, ülke yada bölge mutfaklarının özelliklerini birbirinden ayıran, bir bölgenin yada ülkenin yiyeceklerini, yeme-içme alışkanlıklarını, yemek yapma tekniklerini, sunumlarını içine almaktadır. Gastronomi turizmi ise genel anlamda bireylerin yiyecek ve içeceklerle ilgili olan deneyimlerini tanımlamada kullanılan bir kavramdır (Aksoy ve Sezgi, 2015, s. 80; Göker, 2011, s. 43). Literatür incelendiğinde mutfak turizmi, yiyecek turizmi gibi farklı kelimelerin kullanıldığı da görülmektedir (Long, 2004, s. 21; Şahin Güzel ve Ünver, 2015, s. 64; Kumar, 2019, s. 2). Gastronomi turizmi yiyecek ve içecekler sayesinde ziyarette bulunulan bölgenin veya ülkenin kültürünü tanımak için yapılan etkinlikler olarak ifade edilmektedir (Nebioğlu, 2016, s. 7). Başka bir tanımda ise farklı bir kültüre ait gıda maddelerinin yiyecek ve içeceğe dönüştürülmesi, yenilip içilmesi, sunumunun yapılması gibi ritüelleri gerçekleştirmek için yapılan turistik bir hareket şeklinde ifade edilmektedir (Long, 2003, s. 21). Harrington ve Ottenbacher, (2010, s. 15) ise gastronomi turizmini daha öncesinde hiç deneyimi sağlanmamış bir yiyecek içecek tecrübesi yaşamak için seyahat etme dürtüsü uyandıran ve seyahat davranışlarının güdülenmesi konusunda yardımcı olan bir turizm çeşidi olarak tanımlamaktadır.

Türkiye sahip olduğu zengin mutfak kültürü ve güzellikleriyle daima tercih edilen bir ülke konumundadır. Gaziantep, Adana, Şanlıurfa gibi eski medeniyetlere ev sahipliği yapmış iller olarak gastronomi turizmine büyük önem vermektedirler. Turistlerin %20-25'inin gastronomi turizmi amacı ile Türkiye'yi ziyaret ettiği açıklanmıştır

(Özmen, 2019, s. 25). Ülkeler, şehirler ve bölgelerin turizm pazarını oluşturan gastronomi turizmi, turistik destinasyonlar ve bu bölgelerdeki girişimler adına rekabet avantajı ve kar üstünlüğü sağlamaktadır (Hornig ve Tsai, 2010, s. 76; Kargiglioğlu ve Kabacık, 2017, s. 411). Bununla birlikte sahip olduğu güzellikler sayesinde yöresel mutfak kültürüyle de turistlere rehberlik eden araç olma niteliğindedir. Gastronomi turizmini diğer turizm türlerinden ayıran özellikler aşağıdaki sıralanmaktadır (Karahan, 2019, s. 12):

- ✓ Gastronomi turizmi, bir bölgenin yöresel ürünlerinin tanıtılmasında önemli bir rol üstlenmektedir.
- ✓ Gastronomi turizmi, turizmin dört mevsimde faaliyet göstermesine yardımcı olmaktadır.
- ✓ Gastronomi turizmi, bölgelerin sürdürülebilir kalkınmasında önem arz etmektedir.
- ✓ Gastronomi turizmine katılımlar yaşa, etnik gruba, cinsiyete göre değişiklik göstermemektedir.
- ✓ Gastronomi turizmi, yiyecek içeceklerin tadımı sayesinde koklama, dokunma, tatma ve görme gibi birçok duyu organlarının bir arada kullanıldığı tek turizm çeşididir.
- ✓ Gastronomi turizmi farklı mutfak türlerinin bir araya getirilmesinde araç rolü üstlenerek yeni mutfak türlerinin ortaya çıkmasına yardımcı olmaktadır.

## 2.2. Gastronomi Temalı Festivaller

Festival kavramını ilk olarak Lefebvre 1947’de kullanmaya başlamıştır (Grindon, 2013, s. 213). 2000’li yıllarda ise ‘Festival Turizmi’ kavramı turizm sözlüğüne girmiştir (Quinn, 2006, s. 288). Festivaller, çeşitli ürün ve değerleri gelecek kuşaklara aktarmada ve gelenek görenekler ile birlikte uzun yıllar şekillenmede insanların ihtiyaçlarına göre ortaya çıkmış etkinliklerdir (Congcong, 2014, s. 54). Festival, bir bölgenin en önemli ve en ünlü ürünlerini tanıtmak için yapılan şenlikler olarak tanımlanabilir (O’Sullivan ve Jackson, 2002; Tayfun ve Arslan, 2013, s. 193). TDK ise ‘*belli bir sanat dalında oyun ve filmlerin sunulması ve gösterilmesi sonunda ödül, derece verilmesi biçiminde düzenlenen ulusal veya uluslararası gösteri dizisi, şenlik* olarak tanımlamaktadır (TDK, 2020). Bu tanıma, kiraz festivali, pişmaniye festivali, portakal çiçeği festivali örnek olarak gösterilebilir. Festivaller insanlar arasındaki dostluğu pekiştirmek (Goldblatt, 2000, s. 7) yeni yerlere gitmek ve oradaki farklı kültürleri tanımak, farklı kültürlerin yaşamlarına olan merakı gidermek için insanları teşvik etmektedir (Tayfun ve Arslan, a.g.m., 2013, s. 193; Erbay ve diğerleri, 2016, s. 12).

Festivaller ve düzenlenen etkinlikler turizm endüstrisinin önemli bir parçasıdır (Mayfield ve Crompton, 1995, s. 14). Sezon dışındaki dönemlerde bölgeye turist çekmek ve bölgede farkındalık ve yeni bir imaj yaratmak (Chung, 2014, s. 391) için festivaller önemli bir araçtır. Her yıl düzenlenen festivallerle turistlerin motivasyonunu oluşturmada ve turizm hareketinin hız kazanmasında bunun sonucunda birçok kişiye istihdam yaratmada, festivalin yapıldığı bölgedeki konaklama işletmelerinin doluluk oranını artırmada, turizm işletmelerini ve turizm endüstrisini etkileyerek turizmi tüm yıla yaymada ve ülkenin uluslararası düzeyde tanıtılmasını sağlamada katkı sağlamaktadır (Esu ve Arrey, 2009, s. 117; Oğuz, 2019, s. 14, Dalgın ve diğerleri, 2016, s. 1180; Özgürel ve diğerleri 2018, s. 12). Her turizm ürünü kendi içerisinde farklı özellikler içermektedir. Festival turizmi de kendi içerisinde bileşenlere ayrılmaktadır. Festival turizmi özellikleri beş ana başlık altında incelemiştir (Tokatlı, 2019, s. 28; Congcong, a.g.m., 2014, s. 54):

*Bölgesel/Yöresel:* Festival turizmi kendi içerisinde ev sahipliği yapmış bölgelerin kültürüne, coğrafi özelliklerine ve konumuna, gelenek göreneklerine göre farklılık göstermektedir. Bu nedenle festivaller her bölge için benzersizdir ve kendine has özellikleri mevcuttur.

*Katılım ve Deneyim:* Dünyanın her bir yanından gelen ziyaretçilere çeşitli etkinliklerde tecrübe katan, eğlenceli ve daha fazla ekonomik gelir sağlayan bir turizm çeşididir.

*Kültür:* Festival turizminde turistleri çekmede kültür kavramı etkilidir. Festival turizminin gelişimi, turizm pazarını, zengin turizm kaynaklarını aktif hale getirmekle beraber ülkeler arasındaki kültürel iletişimi de güçlendirmektedir.

*Kapsam:* Festival turizmi kapsamlı şekilde organizasyon içeriği, bölümü, siyasi, ekonomik ve ilgili endüstrilerin gelişimine yol açan büyük bir korelasyona sahiptir.

*Faydanın Sürekliliği:* Festival turizmi yeni bir form hareketi olarak turizm ürünlerine farklı bir boyut kazandırmaktadır. Yerel ekonomik kalkınmada da teşvik edici bir rol üstlenmektedir.

Gastronomi festivalleri bölgedeki katılımcılara ve dışarıdan gelen katılımcılara sahip olunan yöresel ürünlerin, gelenek göreneklerin tanıtılması için yapılmaktadır. Bu festivallerde en önemli husus yöreye ait yiyecek ve içeceklerle ilgili aktivitelerin yapılmasıdır. Yiyecek içecek festivalleri yapıldığı bölgede ekonomik kalkınma sağlamaktadır. Yöredeki ürünlerin kendine has olması, belli bir tarihe sahip olması ve belli bir kültür ile özdeşleşmiş olması ürünlerde cazipliği oluşturarak satışını etkilemektedir (Şengül ve Genç, 2016, s. 8; Yavuz, 2019, s. 20).

Gastronomi festivalleri tüm festivaller arasında yaklaşık olarak %30'luk bir paya sahiptir. Bu festivallerin kendi başlarına önem arz eden ekonomik bir yapıya sahip oldukları bilinmektedir. Örneğin 2011 yılında ABD'de düzenlenen Charleston Şarap ve Yemek Festivali, yerel ekonomiye 7,3 milyon dolar ile rekor bir ekonomik katkı sağlamıştır. Bunun sonucunda bu festivalden bir önceki yıla göre 2 milyon dolar üzerinde gelir elde edilmiştir. Düzenlenen bu festivalde turist harcamalarının ortalama 764 dolar olduğu, %80'lik bir pay ile turistlerin bu bölgeye özellikle festival için geldiği tespit edilmiştir ( Çetin ve diğerleri, a.g.m., 2019, s. 886). Bu festivallerin yerel halk ve katılımcılara dolaylı olarak veya doğrudan negatif ve pozitif etkileri bulunmaktadır. Bu etkiler Tablo 1'de görüldüğü üzere politik, fiziksel ve çevresel, sosyo-kültürel, turizm ve ekonomik etkiler olarak dörde ayrılmıştır.

**Tablo 1:** Festivallerin Olumlu ve Olumsuz Etkileri

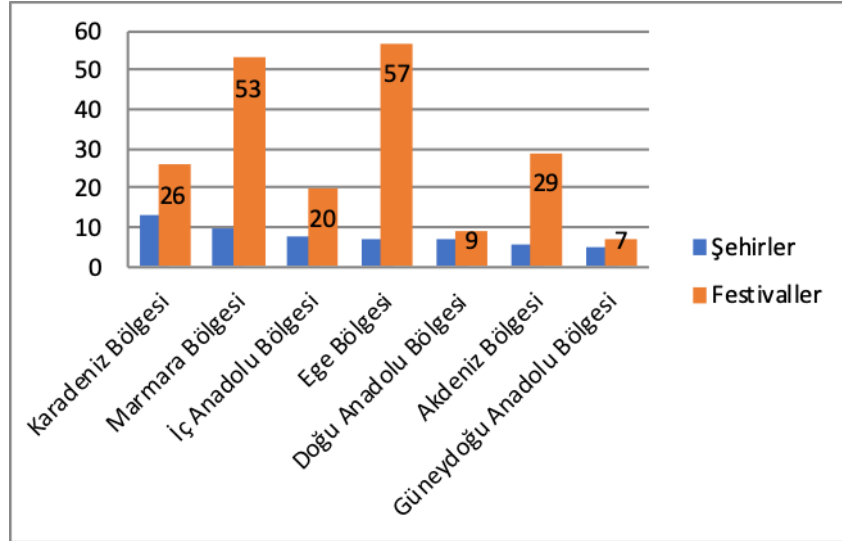
Etki Alanı	Olumlu Etkileri	Olumsuz Etkileri
<b>Fiziksel ve Çevresel</b>	Uygulanacak olan modellerden en iyisi sunulması Çevre bilinci sağlanması Altyapı sisteminin miras kalması İletişim ve ulaşım sitemlerinde gelişme göstermesi Kentsel dönüşüm sağlanması	Çevrenin zarar görmesi Çevre kirliliği Kültür varlıklarının zarar görmesi Çevrede gürültü kirliliği Trafik sorunları
<b>Sosyo-Kültürel</b>	Ortak deneyimlerin paylaşılması Gelenek göreneklerin güçlü hale gelmesi Toplumsal yapının artması Katılımın sağlanması Yeni fikirlerin gelişimine katkı sağlanması Kültürel bakış açılarında genişleme	Toplumda yabancılaşma Toplumlara yanlış yönlendirme Negatif toplumsal imaj Olumsuz davranış hareketleri Kamu malına zarar verme Sosyal yapıda değişiklik olması Rahatsızlık duyulması
<b>Turizm ve Çevre</b>	Bölge tanıtımının sağlanması Ziyaretçilerde kalma süresini uzatma Düşük dönemlerde ziyaretçi artışı Turizmin çeşitlenmesi Ekonomik katkı sağlanması Vergi gelirinde artış Kişilere istihdam yaratma	Toplum tarafından turizme karşı tepki Orijinallikte bozulma İmaja zarar verilmesi Enflasyonist fiyat oluşumu Fırsat maliyeti
<b>Politik</b>	Uluslararası saygınlık sağlanması Gelişmiş bir görüntü Yatırımların tanıtılması Sosyal desteği karşılıklı sağlama Yönetimsel beceri geliştirme	Faaliyetlerde başarısızlık Fonlarda yanlış dağıtım Kontrol ve sahiplikte sorumsuz davranış İdeolojilerin yasallaşması

**Kaynak:** (Cudny, 2013, s. 108; Baysal ve diğerleri, 2016, s. 102-103; Kızıllırmak, 2006, s. 185; Yavuz, a.g.t., 2019, s. 22-23).

Festivallerin tabloda görüldüğü üzere birçok alanda olumlu ve olumsuz etki sağladıkları görülmektedir. Ama festivallerin doğru bir şekilde yönetilmediğinde yıkıcı etkilerinin de olduğu görülmektedir. Bu etkilerin ortadan kaldırılması ve engellenmesi için gerekli olan düzenlemelerin sağlanması halinde festivaller yarar sağlayabilmektedir (Yavuz, a.g.t., 2019, s. 23).

Türkiye'deki gastronomi temalı festivallerinin bölgelere göre dağılımı Grafik 1'de yer almaktadır. Festivallerin düzenlendiği şehir sayısı açısından bakıldığında en fazla gastronomi festivali düzenlenen bölgelerin sırasıyla; Karadeniz Bölgesi (%23), Marmara Bölgesi (%18), İç Anadolu Bölgesi (%14) olduğu görülmektedir. Festival sayısı açısından en çok gastronomi temalı festivalin yapıldığı bölgenin Ege Bölgesi (57) olduğu, onu Marmara Bölgesi'nin (53) takip ettiği belirlenmiştir. Marmara Bölgesi'nde gastronomi temalı 25 festivalin düzenlendiği İstanbul ili dikkat çekmektedir. Bu durumun nedeni ise İstanbul ilinde hem ile ait ürünlerin hem de diğer illerin yöresel ürünlerinin tanıtılması şeklinde açıklanabilir. Ege Bölgesi'nde 18 festivalle İzmir, Akdeniz Bölgesi'nde ise Antalya öne çıkmaktadır. Araştırmada meyve ve sebze festivallerinin daha fazla düzenlendiği tespit edilmiştir.

**Grafik 1:** Türkiye'deki Gastronomi Temalı Festivallerinin Bölgelere Göre Dağılımı



Türkiye’de çeşitli şehirlerde kendine has yöresel ürünleri ile festivaller düzenlenmektedir. Tablo 2’de Türkiye’deki gastronomi temalı festivallerin illere göre dağılımı görülmektedir. İstanbul, Ankara, İzmir, Bursa gibi büyükşehirlerin yanı sıra Afyonkarahisar ve Aydın’daki festival yoğunluğu dikkat çekmektedir.

**Tablo 2:** Türkiye’deki Gastronomi Temalı Festivallerin İllere Göre Dağılımı

İller	Festival Adı	Festival Sayısı
<b>ADANA</b>	Uluslararası Adana Lezzet Festivali, Kebap ve Şalgam Festivali, Adana Karpuz Festivali, Sarıçam Adana Nar Festivali, Karakışlakçı Bal ve Çilek Festivali, Zeytin Festivali, Portakallı Lezzetler Yarışması	7
<b>ADİYAMAN</b>	Adıyaman Çiğköfte Festivali	1
<b>AFYONKARAHİSAR</b>	Sultan Divani Hz. Anma ve Şifalı Aşure Günü, Flamingo ve Yumurta Festivali, Bolvadin geleneksel Kaymak Festivali, Tazlar Katmer Şenliği, Kırka Belediyesi Halk Kültür-Sanat ve Bezelye Festivali, Güney Belediyesi Halk Kültür-Sanat ve Bezelye Festivali, Kiraz Festivali, Meyfes Meyvecilik Kültür ve Sanat Festivali	8
<b>AĞRI</b>	Ağrı Bal Festivali	1
<b>AMASYA</b>	Taşova Hamsi Festivali	1
<b>ANKARA</b>	Karadeniz Lezzetler Festivali, Ankara Lezzet Festivali, Rize Hamsi Günleri Yöresel Ürünler ve Kültür Festivali, Ankara Kahve Çikolata Festivali, Uluslararası Ekmek Festivali, Ankara Kahvaltı Festivali, Kızılcahamam Kültür Sanat ve Su Festivali, Uluslararası Çubuk Kültür ve Sanat Festivali, Enfest Sokak Lezzetleri Festivali	9



<b>ANTALYA</b>	Geleneksel Döşemealtı Nar Festivali , Ayran Festivali, Kutlama Günü (Pilav Günü), Keşkek Festivali, Üzümdere Köyü Üzüm ve Balık Festivali, Ormana Üzüm Festivali, İbradı Üzüm Festivali, Uluslararası Finike Portakal Festivali, Gazipaşa Çekirdeksiz Nar Festivali, Belenobası Karpuz Festivali	10
<b>ARTVİN</b>	Artvin Borçka Macahel Saf Kafkas Arı ve Bal Festivali	1
<b>AYDIN</b>	Didim Zeytin Festivali, Efeler Gastronomi Festivali, Dursallı Yöresel Ürünler Festivali, Uluslararası Sultanhisar-Atça Nysa Çilek Tarım ve Kültür Festivali, Kuşadası Zeytin Festivali, Uluslararası Didim Zeytin Festivali, Yenipazar Pide ve Gastronomi Festivali, İncirliova İncir Festivali, Nazilli Geleneksel İncir Festivali, Konuklu Köyü Zeytin ve Zeytinyağı Festivali, Koçarlı Çam Fıstığı Festivali, Vegvest (Didim vegan festivali).	12
<b>BALIKESİR</b>	Edremit Zeytin Hasat Sonu Şenliği, Burhaniye Uluslararası Zeytin ve Zeytinyağı Festivali, Balıkesir Hamsi Festivali, Ayvalık Uluslararası Zeytin Hasat Festivali	4
<b>BİLECİK</b>	Geleneksel Kestane Kabağı Festivali	1
<b>BOLU</b>	Mengen Uluslararası Aşçılık ve Turizm Festivali	1
<b>BURSA</b>	Karaelmas Yöresel Ürünler Festivali, İnegöl Karadenizliler Hamsi Festivali, Bitlis Yöresel Lezzetler Festivali, Orhangazi Zeytin Festivali, Yöresel Ürünler Tanıtım Festivali, Osmangazi Siyah İncir Festivali, Gemlik Zeytin Festivali, Orhangazi Gedekle Turşu Festivali, Akçalar İncir Festivali, Tirilye Zeytin Şenliği, Dondifest (Dondurma	11

	festivali)	
<b>ÇANAKKALE</b>	Bozcaada Kalamar Festivali, Bayramiç Tohum Takas ve Yerel Ürünler Festivali, Bozcaada Uluslararası Yerel Tatlar Festivali	3
<b>ÇORUM</b>	İskilip Dolma, Turşu ve Çilek Festivali	1
<b>DENİZLİ</b>	Anatolia Gurme Festivali, Kale Yöresel Ürün ve Sanat Festivali, Geleneksel Hamsi Şöleni, Gastrofest Denizli	4
<b>DİYARBAKIR</b>	Diyarbakır Kültür ve Karpuz Festivali	1
<b>ELAZIĞ</b>	Geleneksel Hamsi Festivali, Salçalı Köfte Festivali	1
<b>ERZİNCAN</b>	Refahiye Kültür ve Bal Festivali	1
<b>ESKİŞEHİR</b>	Sivrihisar Dövme Sucuk Festivali	1
<b>GAZİANTEP</b>	Kültür Sanat Nar ve Yöresel Kurutmalık Festivali, Gaziantep Uluslararası Gastronomi Festivali, Üzüm ve Biber Festivali	3
<b>GİRESUN</b>	Geleneksel Fırınlanmış Ören (Darı) Mısır Unu Helva Şenlikleri, Şebinkarahisar Kültür Sanat ve Ceviz Festivali, Çamoluk Bal Festivali, Kuru Fasulye Festivali, Keşkek Festivali, Çömlekçi Deresi Fındık Festivali, Meşe Puarı Fındık Şenliği	7
<b>GÜMÜŞHANE</b>	Uluslararası Gümüşhane Kuşburnu Pestil Kültür ve Turizm Festivali	1
<b>HATAY</b>	Künefe Festivali, Kavun Festivali, Belen İncir Şenliği	3
<b>MERSİN</b>	Mersin Karaduvar Balık Festivali, Tarsus Gastronomi Günleri, Gülnar Çakşır Balı ve Yörük Festivali, Geleneksel Uluslararası Kültür, Elma ve Badem Festivali, Göçük Köyü İncir şöleni	5

<b>İSTANBUL</b>	Şarküteri Festivali, Sancaktepe Hamsi Festivali, Coffex İstanbul, Acıçenter Arıcılık ve Arı Ürünleri Festivali, Geleneksel Hamsi ve Horon Festivali, Uluslararası İstanbul Mutfak Günleri, Gaziosmanpaşa Kestane Festivali, Başakşehir Belediyesi Balık Festivali, Malatya Kayısı Festivali, Beykoz Kanlıca Yoğurt Festivali, Barbekü Festivali, Ekim Festivali, İstanbul Coffee Festival, Tarihi Yarımada Baklava Festivali, Adanafest İstanbul, İstanbul Cocktail Festival, Erguvan Festivali, Kadıköy Karpuz Festivali, Brewstival Vol.4, Silivri Yoğurt Festivali, Ice Cream Fest., Black Food Festival, Geleneksel Ortaköy Börek Festivali, Uluslararası İstanbul Çay Festivali, İstanbul Peynir Fuarı	25
<b>İZMİR</b>	Winter Coffee Fest., Torbalı Giresunlular Hamsi Festivali, Hamsi Şenliği, Aliğa Karadenizliler Hamsi şenliği, Hatay Gastrofest., Karşıyaka Hamsi Şöleni, Geleneksel Gümüldür Mandalina Festivali, Karaburun Batı Köyleri Mandalina Festivali, Seferihisar Mandalina Şenliği, Saipler Zeytin Festivali, Uluslararası Mandalina Çiçeği Festivali, İzmir Gastro Fest, Tire İncir Festivali, Ata Ekmeği ve Armola Şenliği, Ödemiş Kiraz Festivali, Demirdere Erik ve Kiraz Festivali, İzmir Boyoz Festivali, Giritliler ve Ot Festivali	18
<b>KARS</b>	Geleneksel Gravyer ve Kaşar Peyniri Festivali	1
<b>KASTAMONU</b>	Kastamonu Gastronomi Festivali, Kestane Balı Festivali	2
<b>KAYSERİ</b>	Gesi Ceviz ve Gilaboru Şenliği, Kültür ve Kayısı, Yeni Yoğurt Ve Kilim	3
<b>KIRKLARELİ</b>	Çilek Festivali	1

<b>KIRŞEHİR</b>	Kaman Kültür Sanat ve Ceviz Festivali	1
<b>KOCAELİ</b>	Kahve Festivali, Uluslararası Pişmaniye Festivali, Körfez Belediyesi Altın Kiraz Festivali	3
<b>KONYA</b>	Gazyağcı Konya Yemek Festivali, Akşehir Kirazı Kültür ve Sanat Festivali	2
<b>KÜTAHYA</b>	Kütahya Cımcık Festivali, Geleneksel Gediz Tarhana Festivali	2
<b>MALATYA</b>	Uluslararası Malatya Kültür Sanat Etkinlikleri ve Kayısı Festivali, Hekimhan, Ceviz, Maden ve Kültür Festivali, Yeşilyurt Kültür, Kiraz ve Spor Festivali	3
<b>MANİSA</b>	Manisa Mesir Festivali, Köprübaşı Kültür-Sanat ve Çilek Festivali, Çağlak Festivali ve Zeytin Şenlikleri, Kavun Karpuz Festivali, Sarıgöl Sultaniye Üzüm Festivali	5
<b>KAHRAMANMARAŞ</b>	Ceviz Festivali, Elma Festivali	2
<b>MARDİN</b>	Yeşilli Uluslararası Kiraz Festivali	1
<b>MUĞLA</b>	Bodrum Acı Ot Festivali, Dalyan Kefal Balığı Festivali, Bodrum Mandalina Hasat Festivali, Çıntar Festivali, Oktoberfest Datça, Muğla Tarhana Festivali, Zai Bodrum Coffee Festival, Fethiye Nif Köyü Kiraz Festivali	8
<b>NEVŞEHİR</b>	Kaymak Festivali, Ürgüp Uluslararası Bağ Bozumu Festivali	2
<b>ORDU</b>	Fatsa Hamsi Festivali	1
<b>RİZE</b>	Rize Çay ve Yaz Spor Şenliği, İkizdere Anzer Balı ve Yayla Şenliği, Uluslararası Pastacılar Festivali, Pide ve Turizm Festivali	4
<b>SAKARYA</b>	Dikmen Hamsi Festivali, Sapanca Kurtköy Taze Ceviz Festivali	2

<b>SAMSUN</b>	Samsun Yöresel Ot Yemekleri Festivali	1
<b>SİNOP</b>	Lakerda Festivali	1
<b>SİVAS</b>	Zara Bal ve Kültür Festivali	1
<b>TEKİRDAĞ</b>	Karacaklavuz Keşkek Şenliği	1
<b>ZONGULDAK</b>	Kdz.Ereğli Uluslararası Osmanlı Çileği ve Kültür Festivali, Çaycuma Yoğurt ve Kültür-Sanat Festivali, Alaplı Fındık, Kültür, Turizm ve Spor Festivali, Hamsi şenliği	4
<b>KARAMAN</b>	Sarıveliler Karacaoğlan Kiraz, Bal ve Sıla Festivali	1
<b>BATMAN</b>	Batman Yöresel Ürünler ve Hediyelik Eşya Festivali	1
<b>ARDAHAN</b>	Ardahan Ulusal Kültür ve Bal Festivali	1
<b>İĞDIR</b>	İğdır Kayısı Festivali	1
<b>YALOVA</b>	Yalova Hamsi Festivali, Geleneksel Sermayecik Köyü Çilek Festivali	2
<b>OSMANİYE</b>	Geleneksel Tirşik Festivali, Kadirli Sucuk Ekmek Festivali	2
<b>DÜZCE</b>	Düzce Hamsi Festivali	1

**Kaynak:** İlgili sitelerden derlenerek oluşturulmuştur (2020).

Gastronomi turizmi turistik bölge tercihlerinde destinasyonların rakipleri arasında farklılık kazanmasında rol oynamaktadır. Ayrıca ulusal ve yöresel ürünlerin markalaşmasında katkı sağlamaktadır. Ülkenin markasını oluşturan yiyecek ve içeceklerin temel özellikleri; yöreye has malzemelerin kullanılması, geleneksel bir yöntem kullanarak hazırlanması, pişirilmesi ve servise sunulması şeklinde sıralanmaktadır. Bir gastro turist için de bölgede bulunan bu yöresel yiyecek ve içecekleri tatmak, deneyimlemek son derece önemlidir (Ay ve Yiğit, 2016, s. 107).

Düzenlenen festivallerin yöreye katkı sağlaması için bazı önemli konulara dikkat etmesi gerekmektedir. Bunlar (Özgürel ve diğerleri, 2015, s. 115);

- ✓ Bölgedeki organizasyonların ve bireyleri tanımlamaya ve bunların katkılarını sağlamaları için süreklilik arz eden stratejilerin geliştirilmesi,
- ✓ Kısa ve uzun vadeli hedefleri belirleyip bunlara yönelik strateji oluşturulması,
- ✓ Ziyaretçiler üzerine araştırmalar yaparak, eksiklerin belirlenmesi ve memnuniyet algısı yaratılması,
- ✓ Festivali organize edenler, gönüllü çalışacak kişileri eğitmede, görevlendirmede ve ödüllendirmeye yönelik insan kaynakları geliştirme stratejileri belirleme,
- ✓ Finansal kaynakların belirlenmesi ve gerçekçi bütçe oluşturulması olarak ifade edilmektedir.

### **3. YÖNTEM**

#### **3.1. Araştırmanın Önemi, Amacı ve Veri Toplama Yöntemi**

Gastronomi turizmi son yıllarda gelişme gösteren turizm türlerinden biridir. Yörelere kendine has yiyecekleri sunma ve pazarlamada yeni stratejiler geliştirmişlerdir. Bu stratejilerin içerisinde de gastronomi festivalleri yerini almaktadır. Çünkü bir yörenin ürünlerini en fazla sunabildiği ve ziyaretçilerin en fazla yoğun olduğu yerler festivallerdir. Bu açıdan bakıldığında hem yöresel ürünleri pazarlamak hem de süreklilik gösteren bir ziyaretçi profili oluşturmak bu festivallerde önem arz etmektedir. Bu bağlamda araştırmanın amacı; gastronomi temalı festivallerdeki ziyaretçilerin festival hakkındaki görüşlerini belirlemektir. Bu bağlamda yanıt aranan araştırma soruları aşağıda yer almaktadır:

- Festivalin duyurumunda en aktif kullanılan kanal hangisidir?
- Festivale diğer illerden katılım oranı nedir?
- Festivalin fiziki donanımı yeterli midir?
- Daha önceki festivallerle kıyaslandığında katılımcıların festival hakkındaki düşünceleri nedir?
- Festivalin başkalarına tavsiye edilme durumu nedir?

Nitel araştırma yöntemlerinden olan yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Araştırmada Çetin ve diğerleri, a.g.m. (2019) ve Kargiglioğlu ve Kabacık'a (2017) ait çalışmalardan yararlanılarak 5 adet açık uçlu soru hazırlanmıştır. Veri toplamak için İzmit'te yapılan pişmaniye festivaline 30 Eylül 2019 tarihinde katılım sağlanmıştır. Festivale katılan 49 ziyaretçiden izin alınarak yüz yüze görüşme gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler en az 5 en fazla 10 dakika sürmüştür.

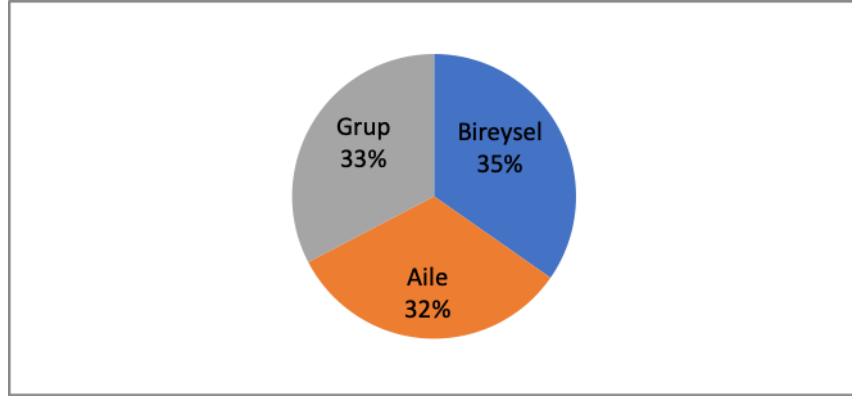
### 3.2. Bulgular

Araştırmanın bu bölümünde katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin veriler ve katılımcılara yöneltilen ana sorulara verilen yanıtlar değerlendirilecektir. Tablo 3'te katılımcıların demografik özellikleri görülmektedir. Katılımcıların %55'i erkek, %51'i bekârdır. 21-30 yaş aralığındaki katılımcılar %33'lük dilimle birinci sırada yer almaktadır. Katılımcıların %65'inin 40 yaş altında olduğu, yani genç nüfusun bu festivale katılımının fazlalığı dikkat çekmektedir.

**Tablo 3:** Katılımcıların Demografik Özellikleri

Demografik özellik		f	%
Cinsiyet	Kadın	23	45,0
	<b>Erkek</b>	<b>26</b>	<b>55,0</b>
Medeni hal	<b>Bekâr</b>	<b>25</b>	<b>51,0</b>
	Evli	24	49,0
Yaş	20 ve altı	4	8,0
	<b>21-30</b>	<b>16</b>	<b>33,0</b>
	31-40	12	24,0
	41-50	7	14,0
	51 ve üzeri	10	21,0
Eğitim seviyesi	İlköğretim	9	18,0
	Lise	18	37,0
	<b>Üniversite</b>	<b>21</b>	<b>43,0</b>
	Lisansüstü	1	2,0
Aylık gelir	<b>Asgari ücret</b>	<b>16</b>	<b>33,0</b>
	2021-3000 TL	12	25,0
	3001-4000 TL	11	23,0
	5000 TL ve üzeri	4	8,0
	Çalışmıyor	6	11,0

Medeni hal değişkenine bakıldığında bekâr ve evli katılımcıların dengeli bir dağılım olduğu göze çarpmaktadır. Hem genç sayısının fazla olması hem de bekâr sayısının fazla olmasının nedeni olarak araştırmada gözlemlenen katılımcıların çoğunun öğrenci olması söylenebilir. Katılımcıların %43'ü üniversite mezunu, %58'i 3000 TL altı gelire sahiptir. Festivale katılım şekilleri Grafik 1.'de yer almaktadır. Bireysel katılımın %35'lik dilimi oluşturduğu ancak aileyle ve grup olarak katılımın da eşit dağılım gösterdiği görülmektedir.

**Grafik 1:** Katılımcıların Festivale Katılım Şekli

Katılımcıların festivale ilişkin görüşleri Tablo 4'te yer almaktadır. Tablodaki 'soru' başlığı altındaki sütunda katılımcılara sorulan sorular, 'yanıt' sütununda verilen cevaplara atanmış temalar, N başlığı altında ise kaç adet katılımcının belirlenen temaya cevap verdiği ve 'katılımcı' sütununda ise belirlenen temaya hangi katılımcının cevap verdiği yer almaktadır. Katılımcılar tabloda K harfiyle belirtilmiş olup yanındaki sayı hangi katılımcı olduğunu ifade etmektedir. Her katılımcıya bir kod verilmiş olup, tüm katılımcılar bütün sorulara yanıt vermiştir.

**Tablo 4:** Katılımcıların 11. Pişmaniye Festivali'ne İlişkin Görüşleri

Soru	Tema	N	Katılımcı
<i>İzmit Pişmaniye Festivali'ni nereden duydunuz?</i>	İnternet	4	K13-K8-K4-K31
	Tesadüf	12	K18-K12-K10-K2-K3-K30-K32-K35-K37- K40-K41-K44
	Aile	2	K1-K7
	Belediye	16	K22-K21-K20-K19-K15-K11-K5-K24-K25-K28-K34-K42-K43-K45-K47-K17
	Gazete	1	K6
	Sosyal medya	11	K16-K14-K9-K23-K27-K29-K33-K38-K45-K48-K49
	Arkadaş	3	K26-K36-K39
<i>İzmit Pişmaniye Festivali'ne hangi ilden katılıyorsunuz?</i>	Kocaeli	41	K2-K4-K5-K33-K8-K38-K37-K30-K31-K28-K24-K10-K14-K16-K25-K42-K43-K44-K1-K21-K41-

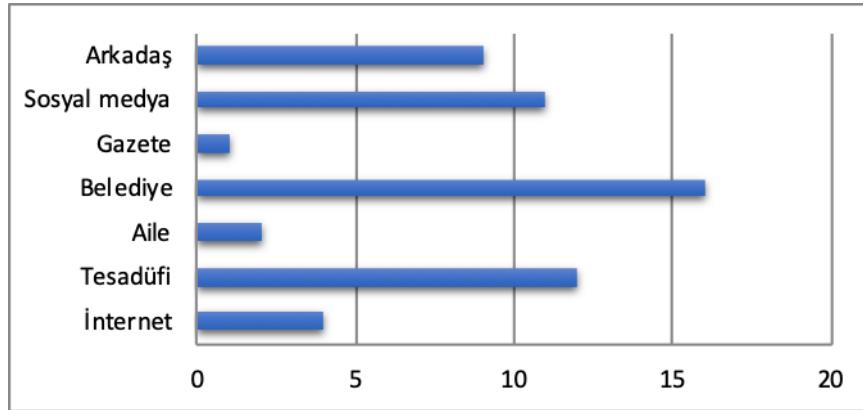


			K29-K11-K6-K27-K13-K15-K22- K47-K36-K34-K7-K45-K35-K26-K20-K18-K46-K23-K17-K48
	Kars	1	K9
	İstanbul	2	K19-K40
	Hatay	1	K3
	Balıkesir	1	K32
	Sakarya	2	K12-K49
	Samsun	1	K39
<i>Sizce festivalin fiziki donanımı yeterli midir?</i>	Yeterlidir	33	K2-K4-K5-K33-K8-K38-K37-K30-K31-K28-K3-K19-K12-K24-K10-K14-K16-K25-K39-K40-K42-K43-K44-K21-K41-K29-K11-K6-K27-K49-K13-K15-K22
	Yetersizdir	16	K47-K36-K34-K7-K45-K35-K26-K20-K18-K46-K9-K23-K17-K48-K32-K1
<i>İzmit Pişmaniye Festivali'ni daha önce yapılanlar ile kıyaslar mısınız?</i>	Bu daha iyi	18	K2-K4-K5-K8-K38-K31-K21-K41-K29-K11-K6-K27-K15-K22-K7-K20-K18-K23
	Diğerlerine katılmadım	29	K33-K37-K30-K28-K3-K19-K12-K24-K10-K14-K16-K39-K40-K42-K43-K44-K49-K13-K47-K36-K34-K1-K45-K35-K26-K46-K17-K48-K32
	Her ikisi de aynı	2	K25-K9
<i>Festivalde sunulan pişmaniye fiyatı ile piyasada satışa çıkan pişmaniye fiyatı aynı mıdır?</i>	Festival daha pahalı	7	K38-K23-K37-K1-K39-K36-K46
	Festival daha ucuz	33	K9-K25-K31-K21-K11-K6-K27-K15-K7-K20-K18-K30-K28-K3-K19-K12-K24-K10-K14-K16-K40-K42-K43-K44-K49-K13-K34-K45-K35-K26-K17-K48-K32
	Her ikisi de aynı	9	K2-K4-K5-K8-K41-K29-K22-K33-K47
<i>Yapılan bu festivalli çevrenize tavsiye eder</i>	Tavsiye ederim	45	K2-K4-K5-K33-K8-K38-K37-K30-K31-K28-K3-

<i>misiniz?</i>			K19-K12-K24-K10-K14-K16-K25-K39-K42-K43-K44-K21-K41-K29-K11-K6-K27-K13-K22- K47-K36-K34-K7-K45-K35-K26-K20-K18-K46-K23-K17-K48-K32-K1
	Kararsızım	1	K40
	Tavsiye etmem	3	K15-K9-K49

**İzmit Pişmaniye Festivali'ni nereden duydunuz?** sorusu katılımcılar yöneltildiğinde farklı kanallardan festivali öğrendiklerini belirtmiştir. Grafik 2'de katılımcıların festivali %29'luk oranla ile belediyeden duyduğu görülmektedir. K46 kodlu katılımcı '*Belediyeden telefonuma mesaj geldi*' diye cevap vermiştir. Belediyeden sonra ise katılımcıların %22'si tesadüfi bir şekilde yoldan geçerken duyduklarını söylemiştir. Bu oranın yüksekliği festival tanıtım faaliyetlerinin yetersiz olduğu şeklinde yorumlanabilir. Sosyal medyanın festival duyurumundaki payı (%20) ise yadırganamayacak kadar yüksektir. %2'lik oranla gazete son sırada gelmektedir.

**Grafik 2:** Katılımcıların Pişmaniye Festivali'ne İlişkin Duyum Kanalları



**Festivale hangi ilden katılıyorsunuz?** sorusuna K15 ve K11 kodlu katılımcılar '*Belediyemiz bu konuda çok çalışkan her türlü desteği ve duyuruları yapıyor bu nedenle festivallere yerli halkımız fazla katılım gösteriyor*' şeklinde yorum yapmıştır. Katılımcıların %84'ü İzmit'ten katılım göstermiş ve K15 ve K11 kodlu katılımcıların söylediğini destekler nitelikte bir sonuç ortaya çıkmıştır. Kocaeli'den sonra en fazla katılım %4'lük oranla İstanbul ve Sakarya'dan olmuştur. Hatay, Samsun, Kars ve Balıkesir'den de festivale katılım olduğu tespit edilmiştir. K9

kodlu katılımcı *'Ben sırf festivale katılmak için taa Kars'tan geldim'* şeklinde cevap vermiştir. Sonuca bakıldığında diğer illerden de kişiler kendi şehirlerinin dışında bulunan festivallere az da olsa katılım sağlamaktadır.

***Sizce festivalin fiziki donanımı yeterli midir?*** sorusuna katılımcıların %70'i "yeterlidir" cevabını vermiştir. K12 kodlu katılımcı *'Gördüğüm kadarıyla çok güzel ve yeterli tam merkezde olması da harika'*, K21 *'Evet çok güzel beklentimin de üzerinde'*, K24 kodlu katılımcı *'Evet yeterli ve güzel fakat merkezde olması nedeniyle trafik kapatıldı bu iyi olmadı'* şeklinde yanıt verirken K28 kodlu katılımcı *'Yeterli düzeyde ama farklı konseptlerde de yapılması gerekiyor'* şeklinde bir yorum getirmiştir. Katılımcıların %30'u ise bu festivalin fiziki donanımının yeterli olmadığını düşünmektedir. K47, K46, K20, K7, K18, K17 kodlu katılımcılar bu soruya *'Hayır bu etkinlik için alanın küçük olduğunu düşünüyorum, stant sayısı az, daha büyük bir alanda yapılabilirdi'* şeklinde cevap vermişlerdir. K23 kodlu katılımcı *'Büyükşehir belediyesinin imkân sunmamasından dolayı yol ağzında yapıyor bence kötü bir durum bu'*, K9 kodlu katılımcı *'Yeterli değil, böyle teçhizat olmaz. Çevre bilinci yok, düzeni yok yetersiz'* diye cevap vermiştir. Festivalin fiziki donanımının yetersiz olduğunu düşünen katılımcılar eğitim durumu açısından incelenmiş ve eğitim seviyesi attıkça eleştirel yaklaşımın artarak fiziki donanım konusunda memnuniyetsizliğin de yükseldiği tespit edilmiştir. Donanımı yetersiz gören katılımcıların festivali yeterli görmemelerinin nedeni festivalin yapıldığı konum ve festival nedeniyle bazı imkânların kısıtlanmasına bağlanabilir.

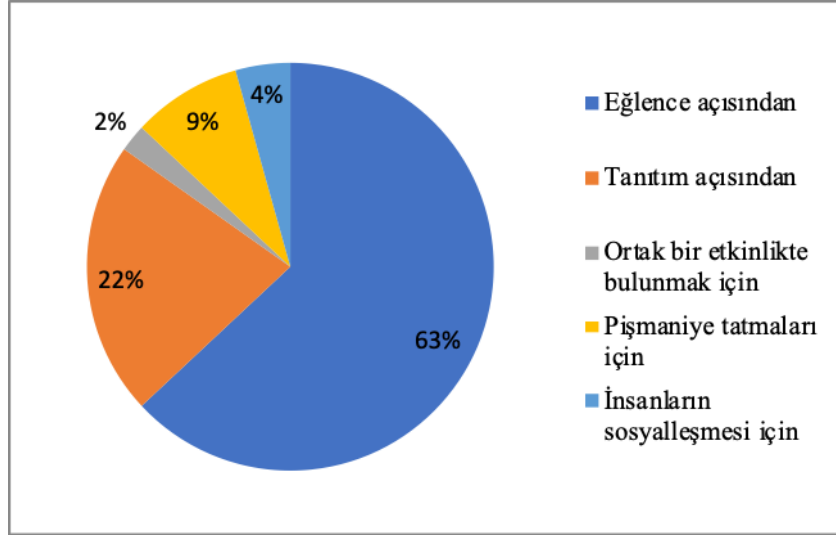
***11. İzmit Pişmaniye Festivali'ni daha önce yapılanlar ile kıyaslar mısınız?*** sorusu katılımcılara yöneltildiğinde %35 oranında *"daha öncekinden çok daha güzel"* şeklinde yanıt alınmıştır. K31 kodlu katılımcı *'Daha öncekiler bu kadar cazip değildi ve çok fazla bilinmiyordu'*, K22 kodlu katılımcı *'Bu yıl biraz daha üstün, daha akıcı, konserler falan çok oldu'*, K21 kodlu katılımcı *'Diğerlerine göre daha güzel, çok fazlası var. İlk defa böyle coşkulu bir etkinlik gördüm'* şeklinde cevap vermiştir. K9 kodlu katılımcı ise bu soruyu diğer katılımcıların cevaplarından farklı bir yorum getirerek *'Hiç fark yok hep aynı'* şeklinde yorumlamıştır. Katılımcıların %63'ü ise *"Daha öncekilerine hiç katılım sağlamadım"* cevabını vermiştir. K3, K17, K19 kodlu katılımcılar *'Daha öncekileri duymadım bu yüzden katılım sağlayamadım'* şeklinde cevaplamışlardır. K36 kodlu katılımcı ise *'Daha önce katılmadım, bu yılki olan çok dikkat çekti ve buradayım'* diye yorum yapmıştır. Yüzdelik

oranlara bakıldığında katılımcıların daha önceki festivallere katılmamalarının nedeni tanıtım eksikliği olarak açıklanabilir.

***Festivalde sunulan pişmaniye fiyatı ile piyasada satışa çıkan pişmaniye fiyatı aynı mıdır?*** sorusuna katılımcıların %74’ü festivalde sunulan pişmaniye fiyatının daha uygun olduğu yanıtını vermiştir. K17 kodlu katılımcı ‘*Festivalde daha uygun, ücretsiz yediğim de oldu*’, K34 kodlu katılımcı ‘*Festivalde daha uygun. Dışarıdaki fiyatlar kar amacı güttüğü için pahalı, festivaller iyidir bu yüzden*’, K9 kodlu katılımcı ise ‘*Festivaller, kendi yörelerinde pişmaniyeyi sundukları için uygun*’ şeklinde yanıtlarken katılımcıların %14’ü ise festivalde sunulan pişmaniye fiyatının daha pahalı olduğunu belirtmiştir. K38 kodlu katılımcı ‘*Festival adı altındaki fiyatlar daha uygun olmalıydı, normale göre çok fazla*’, K23 kodlu katılımcı ise ‘*Festival fiyatları daha fazla, emek çok festivallerde bundan olabilir*’ diye cevap vermiştir. %12 oranında katılımcı ‘*Festival ile piyasa fiyatı aynı hiçbir fark yok*’ şeklinde cevaplamıştır. Analiz sonuçlarına göre fiyatı uygun bulan katılımcıların gelir seviyesinin daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

***Yapılan bu festivali çevrenize tavsiye eder misiniz? Neden?*** Bu soru katılımcılara yöneltildiğinde %94 oranında katılımcı ‘*Evet, tavsiye ederim.*’ şeklinde cevap vermiştir. Katılımcıların tavsiye nedenleri incelendiğinde %63’ünün başkalarının da eğlenmesini istediği için festivale katılımı tavsiye ettiği görülmektedir (Grafik 3). K48 kodlu katılımcı ‘*Evet, eğlence bakımından görsellik bakımından çok güzel ve tanıtıma yardımcı olmak için bir İzmitli olarak elbette tavsiye ederim*’, K23 kodlu katılımcı ise ‘*Evet, tavsiye ederim bu festivali bu güzel ortamı ve geçmişten günümüze bu festivaller arasındaki farkı görsünler*’ şeklinde açıklama yapmıştır. Katılımcıların %22’si ise yörelerine ait tanıtıma katkıda bulunmak istediğindedir. K27 kodlu katılımcı ‘*Ederim herkesin yöresel bir festivali oluyor, ben de bir İzmitli olarak festivale daha fazla katılım sağlanması için tavsiye ederim*’, K13 kodlu katılımcı ‘*Evet, yöremize ait bu tür etkinlikler duyulsun gelişsin*’ şeklinde yanıt vermiştir. K49 kodlu katılımcı ‘*Evet ederim çünkü farklı tatları deniyoruz, ücretsiz müzik dinliyoruz, sıcak bir ortam*’ şeklindeki yanıtlarıyla %9’luk dilim ise pişmaniye tadımı amacıyla tavsiye ettiğini belirtmektedir.

**Grafik 3:** Katılımcıların Festivali Tavsiye Nedenleri



%6 oranında katılımcı “Hayır, tavsiye etmem.” şeklinde yanıt vermiştir. K15 kodlu katılımcı ‘Hayır etmem, temizlik düzeni yok, iletişim yok, görüntü var ama içi boş’, K46 kodlu katılımcı ise ‘Festival havasında değil, aynı tanıtım günleri gibi olmuş bu yüzden tavsiye etmem’ şeklinde yanıtlamıştır. Festivali başkalarına tavsiye etmeyenlerin tamamının erkek olduğu tespit edilmiştir. Bu durum genelde kadınların daha eleştirel yaklaşımda bulunduğu savına ters düşmektedir.

Yapılan araştırmadaki veriler incelendiğinde genel olarak katılımcıların yapılan festivalden memnun oldukları, festivallerin daha verimli bir ortam olduğu, tanıtım faaliyetlerinin yeterli olduğu, fiziki olarak uygun olduğu sonucuna varılmıştır. Yöresel ürünlerin tanıtımı, sürdürülebilirliği için festivaller büyük önem arz etmektedir.

#### 4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Gastronomi turizminin gelişmesiyle birlikte yöreler arası rekabette artış olduğu dikkat çekmektedir. Bu rekabet bazı kültürel etkinliklerin çıkmasına neden olmuştur. Yapılan bu etkinlikler içinde de festivaller yerini almıştır. Festivaller bir yörenin kendine has ürünlerini gelenek göreneklerini halka sunduğu yerlerdir. Festivallerin gerçekleşmesi için de katılımcıların varlığı ve desteği çok önemlidir. Önem arz eden katılımcıların da festivallerden beklentileri kaçınılmazdır. Fiziki konumun ve fiziki donanımın iyi sağlanması, ürünlerin ve festivalin tanıtımının iyi yapılması, festivaldeki sunulan fiyatların makul

düzeyde olması, festivalin göze ve ruha hitap edebilmesi gibi birçok beklenti mevcuttur. Araştırmada katılımcılardan alınan yanıtlar da bu beklentileri destekler niteliktedir.

Festivaller yörenin tanıtılmasında ve yöreye ekonomik kalkınma sağlamada öncül bir faaliyettir. Bu yüzden ne kadar beklenti karşılanırsa bir o kadar da geri dönüş alınabilir. Katılımcıların çoğu yapılan festivalde ulaşım, görsellik, yeme-içme, tanıtım gibi önemli unsurların iyi olduğunu söylese de bir kesimi ise bu unsurların yeterli olmadığını dile getirmiştir. Festivali yeterli bulmayan katılımcıların sonuçlarından yola çıkılarak işletmelere, yerel yönetimlere ve araştırmacılara bazı öneriler sunulmuştur:

#### ***İşletmelere öneriler***

- ✓ Festivalde sunulan yiyeceklerinin fiyatlarının uygun olması katılımcı için vazgeçilmezdir. Bu nedenle stantlarda uygun fiyat aralığı oluşturulması gerekmektedir.
- ✓ Festivalde sunulan ürünlerin hijyenine dikkat edilmelidir. Bu katılımcılar için büyük önem arz etmektedir.
- ✓ İşletmelerin stantlarda görevlendirdiği görevlinin ürün hakkında bilgi sahibi olması gerekmektedir. Ürünün tanıtımını yapacak nitelikli görevliler stantlarda olmalıdır.

#### ***Yerel yönetimlere öneriler***

- ✓ Araştırma yapılırken bazı Kültür ve Turizm Müdürlükleri ve belediyelerin web sitelerinde festivallere yönelik bilgilere rastlanmamıştır. İlgili web sitelerinde bu eksikliklerin giderilmesi gerekmektedir.
- ✓ Gastronomi festivalleri bölgenin kalkınmasında, tanıtılmasında, turist çekiciliği sağlamada büyük önem arz etmektedir. Bu nedenle yerel yönetimler destinasyonda yapılacak olan gastronomi festivallerine önem vermeli ve gerekli tanıtım faaliyetlerini yapmalıdır.
- ✓ Trafik akışının yoğun olduğu bir yerde festivalin düzenlenmesi katılımcıları rahatsız etmektedir. Bu nedenle festival konumu için daha sakin ve büyük bir yer seçilmelidir.
- ✓ Festival programlarına katkısı bulunan kurumların desteği artırılmalıdır.
- ✓ Gastronomi festivallerine bölge halkı dışında daha fazla katılımcı sağlamak için farklı şehirlerde de tanıtım faaliyetinde bulunması gerekmektedir.

- ✓ Festival oluşturulurken çevre bilinci ön planda tutulmalıdır. Çevreye zarar verecek etkinliklerden kaçınılmalıdır.

#### ***Araştırmacılara öneriler***

- ✓ Gastronomi turizmi popülaritesi her yıl artmaktadır. Bu nedenle her bölgeye ait yöresel ürünlerin festivalleri yapılabilir. Araştırmacılar bu festivallerin yoğun olarak yapıldığı destinasyonda benzer çalışmalar yaparak literatüre katkıda bulunabilir.
- ✓ Gastronomi festivallerinde hangi gastronomik ürünlerin daha fazla sunulduğu ve hangi ürünün daha fazla tercih edildiğine dair tüketiciler üzerine çalışmalar gerçekleştirilebilir.
- ✓ Çalışmadaki mülakat sorularıyla farklı bölge ve şehirlerdeki festivallerde görüşmeler yapılarak festivaller, şehir ve bölgesel bazda karşılaştırılabilir.
- ✓ Araştırmanın daha sonraki yıllarda aynı festival için tekrarlanarak zaman serisi analizi yapılması, festivalle ilgili değişim ve durumun ortaya konulması önerilebilir.

#### **KAYNAKÇA**

- AKSOY, M. SEZGİ, G. (2015). Gastronomi Turizmi ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi Gastronomik Unsurları, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 3/3 (2015) 79-89.
- AY, E. ve YİĞİT, Y. (2016). Yöresel Yemeklerin Gastronomi Turizmine Etkileri, *Bölgesel Turizm*, 103-110.
- BAYSAL, K., ÖZGÜREL, G. ve ÇEKEN, H. (2016). Aydın Yöresindeki Yerel Etkinliklerin Kırsal Turizm Açısından Değerlendirilmesi. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 6(1), ss.100-108.
- CHUNG, C.W. (2014). Study on Relationship between Visitor Value, Degree of Satisfaction and Loyalty in Musical Festival Activity. *Journal of Service Science and Management*, ss.390-395.
- CONGCONG, T. (2014). “The Study of Festival Tourism Development of Shanghai”, *International Journal of Business and Social Science*, C. 5, S. 4, ss. 52-58.
- CUDNY, W. (2013). Festival tourism—the concept, key functions and dysfunctions in the context of tourism geography studies. *Geographical Journal*, 65(2), ss. 105-118.

- ÇETİN, M. DEMİREL, H. ve ÇETİN, K. (2019). Gastronomi Konulu Festivaller: Türkiye Örneği, III. National IV. International Eastern Mediterranean Tourism Symposium, 19-20 April 2019 Anamur/ Mersin / Turkey, ss. 882-894.
- DALGIN, T. ATAK, O ve ÇEKEN, H. (2016). Festivallerin Bir Kırsal Turizm Çekiciliği Olarak Önemi. *Journal of International Social Research*, 9(47).
- ERBAY, E., DEMİRKOL, C. ve YILDIRIM ÖZMUTLU, S. (2016). Trakya Bölgesinde Panayır, Festival ve Fuar Organizasyonlarının Bölgenin Sosyo-Ekonomik ve Kültürel Yapıya Etkilerinin Analizi.
- ESU, B. B., and ARREY, V. M. E. (2009). Tourists' satisfaction with cultural tourism festival: A case study of Calabar Carnival Festival, Nigeria. *International journal of business and management*, 4(3), ss. 116-125.
- GOLDBLATT, J. (2000). A future for event management: The analysis of major trends impacting the emerging profession, *Events Beyond Setting the Agenda*, ss. 2-9.
- GÖKER, G. (2011). Destinasyon Çekicilik Unsuru Olarak Gastronomi Turizmi (Balıkesir İli Örneği), Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm ve Otelcilik Anabilim Dalı.
- GRINDON, G. (2013). Revolutionary Romanticism: Henri Lefebvre's revolution-as-festival. *Third Text*, 27(2), ss. 208-220.
- GÜZEL ŞAHİN, G. ve ÜNVER G. (2015). Destinasyon Pazarlama Aracı Olarak “Gastronomi Turizmi”:İstanbul’un Gastronomi Turizmi Potansiyeli Üzerine Bir Araştırma, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 3/2 (2015) ss. 63-73.
- HARRINGTON, R. J. ve OTTENBACHER M.C., (2010), Culinary Tourism- A Case Study Of The Gastronomic Capital, *Journal Of Culinary Science&Technology*, (8),14– 32.
- HORNG, J-S and TSAI, C.T. (2010). Government websites for promoting East Asian culinary tourism: A cross national analysis, *Tourism Management*, 31(1), ss. 74-85.
- KARGİGLİOĞLU, Ş. ve KABACIK, M. (2017). Gastronomi Turizmi Kapsamında Urla Enginar Festivaline Gelen Turistlerin Festival



- Hakkındaki Görüşleri, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 5/3 (2017) ss. 409-421.
- KIZILIRMAK, İ. (2006). Türkiye’de Düzenlenen Yerel Etkinliklerin Turistik Çekicilik Olarak Kullanılmasına Yönelik Bir İnceleme. *Sosyal Bilimler Dergisi*, (15).
- KUMAR, G. M. K. (2019). Gastronomic tourism A way of supplementing tourism in thAndaman ve Nicobar Islands, *International Journal of Gastronomy and Food Science* 16 100139.
- LONG, L. M. (2003). Culinary tourism, The University Press Of Kentucky, ABD.
- LONG, L. M. (2004). Culinary Tourism, The University Press of Kentucky, Lexington.
- MAYFIELD, T. L., and CROMPTON, J. L. (1995). The status of the marketing concept among festival organizers. *Journal of Travel Research*, 33(4), ss. 14-22.
- NEBİOĞLU, O. (2016). Yerel gastronomik ürünlerin turizmde kullanılmasını etkileyen faktörler, Doktora Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı.
- O’SULLIVAN, D. and Jackson, M.J. (2002) Festival tourism: A contributor to sustainable local economic development? *Journal of Sustainable Tourism* 10 (4), ss. 325–42.
- OĞUZ, S. (2019). Kültür Turizmi Kapsamında Yer Alan Festival Etkinliklerinin Destinasyona Ekonomik Etkisi: Adana Portakal Çiçeği Festivali Örneği, Yüksek Lisans Tezi, Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı.
- ÖZGÜREL, G. ALKAN, Ö ve OK, S. (2018). Datça Badem Çiçeği Festivali’nin Yöre Turizmine Olası Etkileri: Yerel Esnaf Üzerine Bir Araştırma, *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi* ISSN: 2146-0078, 8(2): ss. 10-19.
- ÖZGÜREL, G., ALAN, R., ve BİNGÖL, Z. (2015). Yerel kalkınmada bir araç olarak festivaller: Munzur Kültür ve Doğa Festivali. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 5(2), ss. 113-121.

- ÖZMEN, R. (2019). Destinasyon Çekicilik Unsuru Olarak Gastronomi Turizmi: Çanakkale Örneği, Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı.
- QUINN, B. (2006). Problematising ‘festival tourism’: Arts festivals and sustainable development in Ireland. *Journal of sustainable tourism*, 14(3), ss. 288-306.
- ŞENGÜL, S. ve GENÇ, K. (2016). Festival Turizmi Kapsamında Yöresel Mutfak Kültürünün Destekleyici Ürün Olarak Kullanılması: Mudurnu İpekyolu Kültür Sanat ve Turizm Festivali Örneği. Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (23):79-89.
- TAYFUN, A ve ARSLAN, E. (2013). Festival Turizmi Kapsamında Yerli Turistlerin Ankara Alışveriş Festivali’nden Memnuniyetleri Üzerine Bir Araştırma, İşletme Araştırmaları Dergisi, 5/2, (2013), ss. 191-206.
- TDK, Türk Dil Kurumu (2020). <https://sozluk.gov.tr/>
- TOKATLI, C. (2019). Yerel Halkın Festivallerin Etkilerine Yönelik Algılarının Algılanan Değer, Festival Memnuniyeti ve Festival Sadakati Üzerindeki Etkisi: Uluslararası Şile Bezi Kültür ve Sanat Festivali Örneği, Yüksek Lisans Tezi, Kırklareli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı.
- YAVUZ, C. (2019). Festivallerin, Destinasyon Pazarlamasına Olan Yararları: 10. Uluslararası Antep Fıstığı Kültür ve Sanat Festivali Örneği, Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı.
- YAYLA, Ş. (2017). Yöresel Yemek Festivaline Katılım Motivasyonu İle Festivallerin Destinasyon İmajına ve Davranışsal Niyetlere Etkisi, Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Bilim Dalı.

### **İnternet Kaynakları**

- <https://www.adanagastronomi.com/tr/festivaller.html> (Erişim Tarihi 27 Mart 2020).
- <https://afyon.ktb.gov.tr/TR-63457/onemli-gun-ve-festivaller.html> (Erişim Tarihi 27 Mart 2020).
- <https://giresun.ktb.gov.tr/TR-144547/yerel-etkinlikler.html>

<https://kayseri.ktb.gov.tr/TR-111074/festivaller-fuarlar-ve-yerel-etkinlik-takvimi.html> (Erişim Tarihi 27 Mart 2020).

<https://kirklareli.ktb.gov.tr/TR-153977/festivaller-fuarlar-yerel-etkinlikler.html> (Erişim Tarihi 27 Mart 2020).

<https://kahramanmaras.ktb.gov.tr/TR-149578/festival-ve-yerel-etkinlikler.html> (Erişim Tarihi 27 Mart 2020).

<https://osmaniye.ktb.gov.tr/TR-160824/festivaller.html> (Erişim Tarihi 27 Mart 2020).

<https://manisa.ktb.gov.tr/TR-152309/diger-festivaller.html> (Erişim Tarihi 27 Mart 2020).

<http://hatay.gov.tr/festival-ve-senliklerimiz> (Erişim Tarihi 27 Mart 2020).

<https://rize.ktb.gov.tr/TR-174928/yerel-etkinlikler.html> (Erişim Tarihi 27 Mart 2020).

<https://igdir.ktb.gov.tr/TR-55731/yerel-etkinlikler.html> (Erişim Tarihi 27 Mart 2020).

<https://festivall.com.tr/fest-kategori/13/yeme-icme/> ((Erişim Tarihi 27 Mart 2020).