

## YEREL ETKİNLİKLERİN TEKİRDAĞ'IN DESTİNASYON İMAJINA ETKİSİ: YEREL PAYDAŞLAR AÇISINDAN BİR DEĞERLENDİRME\*

**Erdal KİŞİOĞLU**

Turizm ve Otel İşletmeciliği Bilim Uzmanı  
e-posta: [erdalkisioglu@hotmail.com](mailto:erdalkisioglu@hotmail.com)

**Doç.Dr. Murat Selim SELVİ**

Namık Kemal Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü  
e-posta: [msselvi@nku.edu.tr](mailto:msselvi@nku.edu.tr)

### Özet

Bu araştırmanın amacı, kent merkezinde düzenlenen yerel etkinliklerin Tekirdağ'ın destinasyon imajını nasıl etkilediğini belirlemektir. Bu çerçevede turizme yön veren kurum ve kuruluş temsilcilerinden oluşan yerel paydaşların bu konuda nasıl bir görüş ve tutuma sahip oldukları temel araştırma problemidir. Bu çalışmada yıl içinde düzenlenen çeşitli etkinliklerin destinasyon imajı açısından genel bir değerlendirilmesi yapılmıştır.

Araştırmada veri toplama aracı olarak kısa bir anket formu ve yarı-yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Veriler genelde görüşme formlarıyla toplanmıştır. Anket formu sadece görüşmecinin demografik özelliklerini belirlemeye yönelik kısa sorulardan oluşmaktadır. Görüşme formunu destekleyici olarak kişisel fikirler, gözlemler ve deneyimler de araştırma bulgularına eklenmiştir. Görüşme formu ise yerel etkinliklerin kent merkezi üzerindeki muhtemel çeşitli etkilerini (sosyo-kültürel, turizmde sürdürülebilirlik, ekonomik, turistik gelişimi, kamusal hizmetleri vb.) ölçmeye yönelik sorulardan oluşmaktadır. Katılımcıların görüşme sorularına verdikleri cevaplar doğru ve yansız kabul edilmiştir. Alınan

---

\*Bu çalışma Erdal Kişioğlu'nun (1.yazar) "Yerel Etkinliklerin Destinasyon İmajı Açısından Değerlendirilmesi: Tekirdağ Kent Merkezindeki Paydaşlar Üzerinde Bir Araştırma" adlı Yüksek Lisans tezinden derlenmiştir.

veriler betimsel analize tabi tutulmuştur. Bazı ifade ve deyimlerle ilgili olarak daha ayrıntılı bilgiler elde edebilmek için içerik analizi yapılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Yerel Etkinlikler, Destinasyon İmajı, Yerel Paydaşlar, Tekirdağ Kent Merkezi.

**THE IMPACT OF LOCAL EVENTS ON DESTINATION IMAGE OF TEKİRDAĞ:  
AN ASSESSMENT IN TERMS OF LOCAL SHAREHOLDERS**

**Abstract**

The main purpose of this study is to determine how the local various events held in city center affect the destination image of Tekirdağ. What the views and attitudes the representatives of institutions and organizations that make up the local shareholders and give direction to tourism have about the topic, effectuate basic problem of the study. In this study, an overall assessment of various events held during the year is made in terms of the image of a destination.

As a tool of collecting data, a short questionnaire form and a semi-constructed interview form are used in the study. Data is generally collected by interview forms. Questionnaire form is only formed of short questions aimed at determining interviewer's demographic features. Personal opinions, experiences and observations which are supportive for interview form have been added to the research findings. And interview form is formed of questions aimed at evaluating local events' various influence (sociocultural, sustainability in tourism, economic and touristic development, public services, etc.) Answers, participants gave to interview questions, are accepted correct and impartial. A descriptive analysis was

carried out on data having been got. For getting more detailed information about some expressions and idioms, content analysis was carried out.

**Key Words:** Destination Image, Local Events, Local Shareholders, Tekirdağ City Enter.

## 1. Giriş

Dünyanın pek çok ülkesinde destinasyonlar gelir yaratan özelliği dolayısıyla turizm sayesinde gelişmektedir. Turizm ve seyahat pazarı içinde gittikçe gelişen pazar dilimlerinden biri de etkinlik turizmidir. Etkinlik turizmi çeşitli çekiciliklere sahip destinasyonların imaj oluşturma ve sürdürmede olumlu etkilerde bulunmaktadır. Ayrıca etkinlik turizm kapsamında organize edilen özel olay etkinlikleri destinasyon yönetimi ve pazarlamasında olduğu kadar markalaşma ve rekabetçi yaklaşımlar sergileme konusunda da uygulamacılara önemli tecrübeler kazandırmaktadır (Bkz. Özdemir, 2007). Yerli ve yabancı ziyaretçiler gittikleri yörelerin doğal, tarihi, kültürel, siyasi, ekonomik şartlarından etkilenerek o destinasyona yönelik bir fikir ve izlenim geliştirebilirler. Temizkan (2005: 7) destinasyon imajının bireylerin destinasyonda var olduğuna inandıkları şeylerden oluştuğunu belirterek; tarih, kültür, siyaset ve çevre şartlarının kişilerin destinasyon hakkında bildiklerinin temelinde değerlendirilebileceğine dikkat çekmektedir. Turizme açılan kimi bölgeler yöresel yaşam tarzına ilişkin farklılıklarını çeşitli etkinlikler kapsamında sergileyerek ulusal ve uluslararası arenada tanıtmak istemektedirler. Dünyanın pek çok bölgesinde özellikle kırsal alanlarda çeşitli tematik özelliği olan irili-ufaklı festivaller, fuarlar, panayırar, özel olay-yıldönümü kutlamaları, şenlikler gibi etkinlik turizmi kapsamındaki aktiviteler destinasyon imajı oluşturma ve sürdürmede önemli rol oynamaktadır. Örneğin küçük bir Fransız kasabası olan Cannes, film festivali nedeniyle 60 yıllık bir üne sahiptir. Bugün etkinlik turizmi, turizm ve seyahat endüstrisi içinde sıkça çalışılan konulardan biri olmuştur (Bkz. Backman, Backman, Uysal ve Sunshine 1995; Getz 2008; Stokes ve Jago 2007, Stokes 2008). Özellikle

festivallerin turist destinasyon imajı üzerindeki etkisini araştıran çalışmalara da rastlanmaktadır (Bkz. Boo ve Busser, 2006; Li ve Patrick 2006).

Yerel etkinlikler özel organizatör firmalarca yapılabildiği gibi yerel paydaşların ortak girişimi ile de organize edilebilmektedirler. Bu etkinliklerde kamu ve yerel idareler, İl kùltür ve turizm müdürlükleri, sivil toplum kuruluşları, eğitim kurumları, esnaf odaları, ticaret odaları, turizm- çevre dernekleri önemli rol oynamakta ve o bölgenin namzını tutan yerel paydaşları oluşturmaktadır. Bu alışmada Tekirdağ kent merkezinde yıl içinde düzenlenen etkinliklerin destinasyon imajı oluşturmada ne tür etkileri olduğu araştırılmaktadır. Bu amaçla bölgenin turizmine yön veren yerel paydaşların etkinliklerin Tekirdağ'ın imajına etkisi hakkında ne gibi görüş ve tutumlara sahip oldukları incelenmiştir. Bu çalışmada “yerel etkinlik” ve “destinasyon imajı” kavramları ilişkilendirilerek bu çalışmaya özgünlük kazandırılmaya çalışılmıştır. Bu çerçevede yerel paydaşlar ile mülakatlar yapılmıştır. Konu Tekirdağ şehir merkezi ile sınırlıdır. Elde edilen bulgular sadece yerel paydaşlardan alınan cevaplarla sınırlıdır. Görüşme formunda yer alan kategorik soruların araştırmanın amacına uygun olduğu ve alınan cevapların doğru ve yansız olduğu varsayılmıştır. Elde edilen bulgular doğrultusunda ilgili ve sorumlular için çıkarımlarda bulunulmuştur.

## **2. Etkinlik Turizmi-Destinasyon İmajı İlişkisi**

Sıkıcı, stresli ve yorucu iş hayatının yanı sıra sağlığı tehdit eden çevresel koşullar insanları bedensel ve zihinsel olarak rahatlatıcı yeni arayışlara itmektedir. elik'e (2009) göre, insanların bir taraftan sağlığına kavuşmak, diğer taraftan haz duymak için gönüllü olarak yaptıkları, boş zaman değerlendirici pek çok rekreasyonel eylemler “etkinlik” olarak adlandırılmaktadır. Arslan'a (1996: 26) göre bağ, bahçe ve toprak işleri, resim, heykel, müzik tiyatro gibi güzel sanatlar, sportif aktivitelere katılım, edebiyat, bilim, teknik alanlarda kitap okuma vb. etkinlikler aktif rekreasyon etkinliklere örnektir. Bugün dünyanın pek çok ülkesinde çeşitli çapta yerel, ulusal ve uluslararası düzeyde düzenlenen etkinlikler vardır.

Allen, O'toole, Harris ve McDonnell (2002: 11) etkinlikleri mega, büyük çaplı, bölgesel ve yerel olarak sınıflandırmaktadır. Bu etkinlikler ayrıca festivaller, fuar ve sergiler, kongre ve toplantılar, sportif aktiviteler şeklinde de bir ayrıma tabi tutulmaktadır. Bunlar arasında Türkiye'de olduğu gibi şenlikler, şöenler, yıldönümleri, kutlamalar, vb. sayılabilir. Özellikle belirli yörelere ait kültür unsurlarını yansıtan etkinlikler bölge turizminin gelişimini etkileyebilmektedir. Kızılırmak (2006: 183) bölgeye özgü yerel etkinliklerin, bir şehrin veya bölgenin ruhunu yansıtan ve bölgenin söz konusu faaliyetlerle anılmasını sağlayan olaylar olduğunu belirtmektedir. Yazara göre Rio De Janerio Karnavalı, Münih'teki Oktober Festivali ve Edirne-Kırkpınar Yağlı Güreş müsabakaları bu tür olaylara örnek olarak gösterilebilir.

Etkinlik turizmi destinasyon imajı oluşumu ve gelişiminde önemli rol oynayan ekonomik ve sosyo-kültürel faaliyetleri kapsamaktadır. Etkinlik turizmi kapsamında düzenlenen özel olaylar özellikle kırsal kesimlerde çekicilik aracı olarak dikkatleri üzerinde toplamaktadır. Irshad'a (2011) göre etkinlikler yerli ve yabancı ziyaretçi sayısında artışla birlikte turizmin canlanmasına neden olmakta; dolayısıyla yerel ekonominin dinamiklerini harekete geçirmede zorlayıcı bir etki yaratmaktadır. Karagöz (2006: 6-7) ise etkinlik turizmi sayesinde, turizm çeşitlemesi yapılarak turizm sezonunun uzayabildiğine, bölgelerin turizm farkındalığı yaratarak yeni gelir kaynakları oluşturabildiğine, turizmin belli bir yerde ve zamanda yoğunlaşmasını engellediğine, yerli ve yabancı yayın organlarınca ülkenin tanıtımına katkı sağlandığına dikkat çekmektedir. Yerel etkinliklerin etkinliğin yapıldığı kentte çöp sorununa, daha fazla polisin etkinliğin bulunduğu yerde yığılmasına ve trafik kontrolünün zorlaşmasına neden olması gibi bazı olumsuzluklara sahip olduğu belirtilmektedir (Walo vd., 1996: 6, Akt. Kişioğlu 2006: 19). Bugün pek çok etkinlik yapıldığı destinasyon ile özdeşleşmiş durumdadır. Yerel etkinliklerin yapıldığı destinasyonlar imaj oluşturma konusunda yoğun çaba içindedirler.

İlgili alan yazında destinasyona iliŖkin çeŖitli tanımlamalar yapılmıŖtır. Net bir tanım olmamakla birlikte, destinasyon; doğal, tarihi ve kùltùrel çekicilikleri bulunan, turistik donanıma sahip olan ve bu nedenle turistin para kazanma ve yerleŖme amacı olmaksızın önemli boyutlarda ziyaret ettikleri coğrafi bir mekân olarak ifade edilebilir (İlban, 2007: 5). Turizm ve seyahat endùstrisi açısından ise destinasyon; “turist toplumunun yerel toplum içinde bulunduğu coğrafi bir yer ya da bölge olarak tanımlanmaktadır (Tinsley ve Lynch, 2001: Akt. Özdemir, 2007: 1). Bu tanımların ortak özelliği ise Ŗudur: Destinasyon, ziyaretçilerin belli çekiciliklere sahip, turistik mal ve hizmet sunumu yapılan, turizm deneyimi kazanmak için kalmayı planladıkları coğrafi alanlardır (Davidson ve Maitland 1997; Buhalis 2000; Shaw ve Morris 2000; Hall 2000). Buhalis’in (2000) belirttiği üzere destinasyon; çekicilikler, konaklama ve yeme-içme tesisleri, ulaŖılabilirlik, turistik turlar, çeŖitli aktiviteler ve destekleyici ek hizmetler gibi kategorik olarak birçok özellikten oluŖmaktadır. İmaj; ziyaretçilerin destinasyona iliŖkin kendi iç dünyalarında geliŖtirdikleri duygu ve düşüncelerden oluŖan kavramsal değerlendirme ve algılamalardan oluŖmaktadır. Bu duygusal ve kavramsal unsurlar, imajın olumlu ya da olumsuz algılanmasına neden olmaktadır (Beerli ve Martin, 2004; Akt. Özdemir 2007: 103). Destinasyon imajı ise insanların birey ya da topluluk olarak herhangi bir coğrafi alana iliŖkin edindikleri izlenimler, bilgiler ve o yer ile ilgili sahip oldukları duygu ve düşüncelerin toplamıdır. Dolayısıyla imajda hem duygusal hem de algısal değerlendirme söz konusudur (Balođlu ve Brinberg, 1997; Balođlu ve McCleary, 1999a). KiŖilerin önceden planlayarak deneyimledikleri destinasyonlar ile ilgili oluŖturdukları imaj, ailelerin gelecek tatil yeri seçiminde etkili olmaktadır (Mill ve Morrison, 2002). Özdemir’e (2007:106) göre, imaj destinasyon için önemli bir fonksiyonu yerine getirmektedir. ÇeŖitli destinasyonlar arasında seçim yapmak zorunda kalan tüketici öncelikle maliyetler açısından eleme yapmak zorunda kalacaktır. Daha sonra tüketicinin

bütçesine en uygun destinasyonlar arasından imajı iyi olan destinasyonu tercih etme olasılığı yüksektir.

Destinasyonun imajını maddi (konaklama tesisleri, fiyat seviyeleri) etkenlerin yanında manevi (dostluk ilişkisi, güvenlik) etkenler de etkilemektedir (Echtner ve Ritchie, 2003: 42). Destinasyon imajının oluşumunda seyahat broşürleri, destinasyon ile ilgili posterler, aile, arkadaş çevresi, seyahat acenteleri ve genel medya (gazete, magazin, kitap, televizyon, sinema) da ayrı bir öneme sahiptir (Echtner ve Ritchie, 2003: 38). Ayrıca turizm motivasyonu, demografik değişkenler ve destinasyon hakkındaki bilgi, (Baloglu ve McCleary, 1999b; Beerli ve Martin, 2004) destinasyon imajını etkilemektedir.

### 3. *Yöntem* \*

Bu çalışmada Tekirdağ kent merkezindeki yerel etkinliklerin destinasyon imajı üzerinde nasıl etkide buldukları araştırılmaktadır. Bu amaçla kent merkezinde yıl içinde düzenlenen etkinlikler yerel paydaşların perspektifinden ele alınarak bir değerlendirme yapılmıştır. Başka bir deyişle bu çalışmada Tekirdağ'da turizme yön veren kurum ve kuruluşları temsil eden kişilerin yerel etkinliklerin Tekirdağ'ın imajına nasıl etki yaptığına ilişkin ne tür bir görüş ve tutum içinde oldukları keşfedilmektedir. Görüldüğü gibi bu çalışma bir örnek olay (durum) incelemesi olup; çoklu durum deseni niteliğindedir (Yıldırım ve Şimşek, 2005: 291-292). Çünkü bu çalışmada tek bir kent ve bu kent merkezindeki birçok kurum ve kuruluş temsilcisinin konu hakkındaki görüş ve tutumları söz konusudur.

Örnek olaylar bireyler, gruplar, kurumlar, olaylar, coğrafi birimler ve hareketler olabilir. Veriler kapsamlı ve ayrıntılıdır. Bir örnek olay çalışmasında, araştırmacı yoğun olarak bir ya da iki örnek olayı araştırabilir ya da kısıtlı sayıdaki örnek olayı birçok etken üzerine yoğunlaşarak karşılaştırabilir (Aylar, 2012: 772; Yin, 2004). Veriler nitel özelliktedir. Nitel çalışmalarda sonuç önceden tahmin edilemez, araştırmacı verileri topladıktan sonra ancak bir sonuca varabilir. Nitel yöntem, seçilen konunun önceden hazırlanmış bir plana bağlı

olmadan derinlemesine ve olabildiğince ayrıntılı çalışabilmesine olanak vermektedir (Uak, 2000: 265; Batı, 2004). Bu nitel araştırmada hipotez oluşturulmamıştır.

### 3.3.1. Araştırma Modeli

Bu alışma kapsamında Tekirdağ kent merkezinde yıl içinde organize edilen çeşitli etkinliklerin (tören, şenlik, kutlamalar, fuarlar, festivaller) yörenin imajı açısından nasıl değerlendirildiğine ilişkin bulgulara ulaşılmıştır. Bu bulgular destinasyon imajı açısından yerel paydaşların yerel etkinliklere ilişkin nasıl görüş ve tutum içinde oldukları ile ilgilidir. Başka bir deyişle bu çalışmada turizme yön veren kamu ve özel kurum ve kuruluşlar ile sivil toplum temsilcilerinin konu hakkında görüş ve tutumları incelenmiş ve analiz edilmiştir. Bu çalışmada yerel etkinlikler destinasyon imajı açısından kategoriler altında değerlendirilmektedir. Her bir kategori altında ise belirli ek sorular oluşturulmuş ve bu sorulara cevaplar aranmıştır. Bu sorular kategorik olarak şu şekilde verilebilir:

- A. Yerel etkinliklerin sosyo-kültürel açıdan değerlendirilmesi
- B. Yerel etkinliklerin sosyo-ekonomik açıdan değerlendirilmesi
- C. Yerel etkinliklerin Tekirdağ'ın turizm gelişimi açısından değerlendirilmesi
- D. Yerel etkinliklerin ortaya çıkardığı sorunlar
- E. Yöre halkının yerel etkinliklere ilişkin algılamalarına yönelik değerlendirmeler
- F. Yerel etkinliklerin diğer açılardan değerlendirilmesi

Görüldüğü üzere bu çalışmada Tekirdağ kent merkezinde birden fazla kurumun geçmişten başlayıp halen devam etmekte olan yerel etkinliklerin Tekirdağ'ın imajına etkisine ilişkin (mevcut durumla alakalı) ayrıntılı bilgileri incelenmekte ve betimlenmektedir. Dolayısıyla bu çalışma örnek olay Tarama modeli türünde bir çalışmadır. Tarama modelleri, geçmişte ve halen var olan bir durumu var olduğu şekliyle betimlemeyi amaçlayan yaklaşımlardır. Araştırmaya konu olan olay, birey ya da nesne, kendi koşulları içinde var



olduğu gibi tanımlanmaya çalışılır. Onları herhangi bir şekilde değiştirme, etkileme çabası gösterilmez (Eroğlu, 2006).

### 3.3.2. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini Tekirdağ kent merkezinde bulunan ve turizme yön veren ilgili kamu ve özel kurum ve kuruluşlar ile bazı sivil toplum örgütlerinin temsilcileri oluşturmaktadır. Bunlar arasında amaçlı örnekleme yapılarak şu kurumların temsilcileriyle görüşmeler yapılmıştır. Tekirdağ Belediyesi, Tekirdağ Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, Tekirdağ Esnaf ve Sanatkârlar Odası, Tekirdağ Ticaret ve Sanayi Odası, Tekirdağ Turizm ve Tanıtma Derneği, Trakya Turizm İşletmecileri Derneği, Yayoba Otel, Golden Yat Otel-Ramada Otel, Meyra Turizm Seyahat Acentesi, Hilal Turizm, Rüya Restoran, Asmalı (Sırtköy) Restoran. Seçilen otel, acente ve restoranlar örnekleme oluşturan birimlerde çeşitliliği sağlamak amacıyla Tekirdağ Belediyesi'nin internet sitesinden belirlenmiştir.

### 3.3.3. Veri Toplama Araçları

Araştırmada veri toplama aracı olarak, kısa bir anket formu ile ve yarı-yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Veri toplama sürecine araştırmacının gözlemleri de dâhil edilmiştir. Öncelikle katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin verileri toplamak amacıyla kısa bir anket formu geliştirilmiştir. Anket formunda çoktan seçmeli sorular bulunmaktadır. Bu bölümde sınıflama (cinsiyet, medeni hal), sıralama (sıralı değişken; eğitim durumu), aralık (alt ve üst değer alan yaş grupları, şehirdeki yaşam yılları) ölçeği kullanılmıştır. Sınıflama ve sıralama ölçeğinde süreksiz, aralıklı ölçekte ise sürekli değişkenler yer almaktadır.

Tekirdağ kent merkezindeki kurum ve kuruluşlardan elde edilen veriler genellikle yarı-yapılandırılmış görüşme yöntemi ile sağlanmıştır. Bunun nedeni yarı-biçimlendirilmiş görüşme yönteminin araştırmacıya görüşme sorularını önceden hazırlama olanağı sunması, görüşme sırasında kısmi esneklik sağlanması ve oluşturulan soruların yeniden düzenlenmesine ve tartışılmasına izin

vermesidir. Ayrıca araştırmacıların araştırma üzerinde kontrolleri söz konusudur. Bu görüşme nitel araştırma içerisinde görülebilir (Yılmaz, 2005: 3-4). Görüşme yönteminin tercih edilme nedenlerinden biri de hızlı veri elde etme, zaman ve maliyet tasarrufu sağlamasıdır. Görüşme formunun hazırlanmasında bazı çalışmalarından yararlanılmıştır: (Çelik 2009; Karagöz 2006; Özdemir 2007; Yaraşlı 2007; İlban 2007; Kılıç 2007; Pekyaman 2008; Çiftçi 2010; Özoğul 2011). Ayrıca görüşme formu hazırlanırken soruların kolay anlaşılabilir, odaklı, açık uçlu, yönlendirilmemiş, tek boyutlu, alternatifli, ek sordaları olan, mantık silsilesi olan ve farklı türde geliştirilmesi gibi bazı kurallara uygun olmasına dikkat edilmiştir (Bkz. Erbakırcı, 2005: 10-11.)

Ayrıca görüşme sırasında sorularda gerekli değişiklikler yapılmış, konuşma tarzına uygun, konuşmayı teşvik edici, görüşme sürecini kontrol edici ve yansız olmaya dikkat edilmiştir (Yıldırım ve Şimşek, 2005: 144). Görüşme formu çeşitli kategoriler altında toplanmış, esneklik tanıyan açık uçlu sorulardan oluşmaktadır. Bunun yanında derinlemesine bilgi almaya yönelik bazı sordalara (ek soru) da yer verilmiştir.

### **3.3.4. Verilerin Analizi**

Tekirdağ kent merkezinde turizme yön veren kurum ve kuruluş temsilcilerinden elde edilen veriler betimsel analize tabi tutulmuştur. Betimsel analiz yöntemiyle, çeşitli veri toplama teknikleri ile elde edilmiş veriler daha önceden belirlenmiş kategorik temalara göre özetlenmiş ve yorumlanmıştır. Bu analiz türüyle ayrıca görüşülen bireylerin görüşlerini çarpıcı bir biçimde yansıtılabilmek amacıyla doğrudan alıntılara sık sık yer verilmiştir. Elde edilmiş olan bulgular özetlenmiş ve yorumlanmıştır (Bkz. Özdemir, 2010: 336).

Betimsel analiz yapılırken elde edilen bulgular tanımlanmış ve bazen de kısaltılarak sistematik olarak açıklanmış ve yorumlanmıştır. Bazı ifade ve deyimler benzer özelliklere göre içerik analizine tabi tutulmuş ve kodlanarak kavramsallaştırılmıştır (Selvi vd., 2011: 720). Bunun için analiz birimi olarak genelde kelime ve ifadeler kullanılmıştır. İfadeler kodlanarak açıklanmış, tematik kodlama yapılmak suretiyle belirli olgulara göre düzenlenmiş

ve değerlendirilmiştir. Daha sonra elde edilen bulgulardan çeşitli sonuçlara ulaşılmıştır.

### 3.3.5. Geçerlilik, Güvenilirlik ve Genelleme

Bu çalışmanın güvenilirliğine ve geçerliliğine katkı yapan hususlar şu şekilde belirtilebilir:

- Görüşme formunun hazırlanmasında çeşitli akademisyenlerden yararlanılmıştır.
- Birçok nitel araştırmada olduğu gibi bu araştırmada da veriler anket formu ve görüşme formları kullanılarak toplanmıştır. Ayrıca araştırmacı gözlem yaparak da bazı bulgulara ulaşmıştır. Böylelikle “veri çeşitlemesi” sağlanabilmiştir. Bu şekilde bir veri toplama yönteminin sınırlılığını, diğer bir veri toplama yöntemi telafi etmiştir. Bu şekilde araştırmada elde edilen bulguların geçerlik ve güvenilirliği artırılmaya çalışılmıştır (Yıldırım ve Şimşek, 2005: 94-95).
- Anket ve görüşme formlarının hazırlanmasında Tekirdağ özelinde yer alan yerel etkinliklerle ilgili çeşitli dokümanlara ve kişilere ulaşılmış; bu kaynaklardan sorular oluşturularak güvenilirlik sağlanmaya çalışılmıştır.
- Sosyal olgular sadece kendi ilişkide olduğu çevrede meydana geldiği ve bu şekilde boyut kazandığı için, araştırmada ortaya çıkan sonuçlar sadece Tekirdağ’daki yerel paydaşları ilgilendirmektedir; dolayısıyla sınırlı bir genelleme yapılabilir. Başka bir deyişle ortaya çıkan bulgular sadece Tekirdağ için geçerli ve anlamlı sayılabilir (Bkz. Selvi vd., 2011: 721).
- Geçerlik ve güvenilirliği sağlamak için yapılan çalışmada örneklem yeterli büyüklükte seçilmiş, daha çok kaynak ve görüşe başvurulmuştur. Elde edilen veriler iyi bir şekilde saklanmış, çalışılan ortamın ve araştırmacının konumu tam olarak belirtilmiş ve çalışma tarafsız bir şekilde yapılmıştır (Özdamar v.d., 1999).

- Sağlıklı bulgulara ulaşılması için görüşme soruları derinlemesine incelenmiş bulguların ortaya çıkmasına hizmet etmeyecek sorular görüşme formundan çıkarılıp sorular tekrar yapılandırılmıştır (Vural, 2008: 101).

- Araştırma bulguları kendi içinde tutarlı ve anlamlı hale getirilmiş, bulguları teyit etmede belli kurallar oluşturulmuştur. Yine açık olmayan olgular ya da olaylar belirlenmiş ve bulguların araştırmaya katılan bireyler tarafından gerçekçi olup-olmadığı test edilmiştir. Böylece i geçerlik sağlanmaya çalışılmıştır (Yıldırım, 2010).

- Araştırma örnekleminin ortamının ve süreçlerinin özellikleri başka örneklemlerle karşılaştırma yapabilecek düzeyde ayrıntılı olarak tanımlanmıştır. Örneklemler sınırlı genellemeye izin verecek ölçüde çeşitlendirilmiştir. Ayrıca araştırma bulguları benzer ortamlarda kolaylıkla test edilebilir boyuttadır. Bu yapılanlarla da çalışmada dış geçerlik sağlanmıştır (Yıldırım, 2010).

- Araştırma soruları açık bir biçimde ifade edilmiş, araştırmacının araştırma sürecindeki kendi konumu açık bir biçimde tanımlanmıştır. Araştırmanın sonuçları ile verilerin uyum içinde olup-olmadığı test edilmiş, araştırmacının temel bakış açısı ve araştırmaya yaklaşımı açık bir biçimde tanımlanmıştır. Veriler araştırma sorularının gerektirdiği biçimde ayrıntılı ve amaca uygun toplanmıştır. Böylece çalışmada i geçerlik sağlanmaya çalışılmıştır (bkz. <http://fenitay.files.wordpress.com>).

- Araştırmanın yöntemi ve aşamaları ayrıntılı bir biçimde tanımlanmıştır. Veri toplama, işleme, analiz etme, yorumlama ve sonuçlara ulaşma konularında neler yapıldığı ve bunların açık bir biçimde anlaşılabilmesi için çalışılmıştır. Yine sonuçlar ortaya konulan verilerle açık bir biçimde ilişkilendirilmiştir. Araştırmada izlenen yöntemler ve süreçler konusunda kayıtların kapsamı açık ve ayrıntılı bir biçimde tanımlanmıştır. Ham veriler başkalarının incelemesi için uygun bir biçimde saklanmıştır. Çalışma için bunlar yapılarak dış

güvenirlik sağlanmaya çalışılmıştır bkz. [http://fenitay.files.wordpress.com](http://fenitay.files.wordpress.com;); <http://ebeay.files.wordpress.com>).

Nitel araştırmalarda geçerlik ve güvenilirliği artırmak için yapılan kısa yoldan denetleme stratejisi çerçevesinde çalışmada aşağıdaki maddeler uygulanmıştır (Yıldırım, 2010: 87)

1. Veriler kopyalandı.
2. Elde edilen kopyalar, orijinal kaydetmeye ve düzeltmeye karşı yeniden kontrol edildi.
3. Analiz birimleri olarak bazı ifade, cümle ve deyimler kullanılarak veriler kodlandı.
5. Her bir bölümle ilgili toplananlar tekrar çözümlendi ve kodlamalar kontrol edildi.
6. Elde edilen sonuçlar deneklerden elde edilen orijinal verilerle karşılaştırıldı.
7. Elde edilen veriler ve ulaşılan yorumların sebepleri alanda uzman olan ve farklı alanlarda çalışan araştırmacılarla gözden geçirildi.

Genellenebilirlik, bir araştırmada belirli bir örneklemden elde edilen bulguların ve sonuçların benzer durum ve örneklemelere doğrudan aktarılmasıdır. Bu kavram daha çok nicel araştırmalar için geçerlidir. Bu tarz bir genellemeyi nitel araştırmalarda oluşturmak çok zordur. Nitel araştırmalar, nicel araştırmalar gibi genel konulara yönelme yerine daha özel konuları derinlemesine inceler. Nitel araştırmalarda örneklem istatistiksel olarak bir şeyler sunmaktan çok bir kurama ya da amaca yöneliktir. Bu yüzden genellenebilirlik tek bir olay veya durum incelendiyse zordur (Yıldırım, 2010: 83).

#### 4. Bulgular ve Analizler\*\*

Yerel etkinlikler kapsamında Tekirdağ'da yapılan etkinlikler Tablo 1'de gösterilmektedir.

**Tablo 1:** Tekirdağ Kent Merkezinde Yapılan Yerel Etkinlikler

Etkinlik Adı	Yapıldığı Yer	Tarihi
--------------	---------------	--------

## Kişiioğlu ve diğerleri

Nevruz Kutlamaları	Merkez	21 Mart
Hıdrellez Kutlamaları	Merkez	6 Mayıs
Tekirdağ Kiraz Festivali	Merkez	13-19 Haziran
Harf İnkılabı Yıldönümü Kutlamaları	Merkez	23 Ağustos
Namık KEMAL'in Doğum Yıldönümü Kutlamaları	Merkez	21 Aralık
Tekirdağ'ın Kurtuluğu	Merkez	13 Kasım

Kaynak: <http://www.tekirdag.bel.tr/default.asp?hedef=sayfalar&syf=tek&kay=5> Erişim:

20 Temmuz 2013

### 4.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Çalışmanın bu bölümü uygulama kapsamında araştırmaya dâhil edilen katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin istatistiki verilerden oluşmaktadır. Tablo 2'ye göre katılımcıların çoğunlukla 9'u erkek ve evlidir. Katılımcılar 8'i 41 yaşın üstündedir. Katılımcıların 5'i lise, 3'ü üniversite mezunudur. Katılımcıların 3'ü 5 yıldan az, 7'si ise 21 yıldan fazla bir süredir Tekirdağ'da ikamet etmektedir. Katılımcıların 5'i 3-5 yıl arası görevde bulunmaktadırlar.

**Tablo 2:** Demografik Özelliklere İlişkin Betimsel İstatistikler (n:11)

Değişken	Gruplar	Sayı (F)	Değişken	Gruplar	Sayı	
<b>Cinsiyet</b>	Erkek	9	<b>Eğitim</b>	İlköğretim	2	
	Kadın	2		Lise	5	
<b>Yaş</b>	20 yaş ve altı	—		Üniversite	3	
	21-30	1		Lisansüstü	—	
	31- 40	2		Doktora	1	
	41- 50	4		5 yıldan az	3	
	51	4	6 - 10 yıl	—		
<b>Medeni Hal</b>	Evli	9	<b>İkamet Süresi</b>	11 – 15 yıl	—	
	Bekar	2		16 – 20 yıl	1	
	Boşanmış	—		21 yıl ve daha fazla	7	
	Dul	—	—	<b>Görevdeki Süreleri</b>	3 yıldan az	3
					3 – 5 yıl	5
					6 – 8 yıl	2
					9 – 11 yıl	—
12 yıl ve daha fazla	1					

#### 4.2. Gözleme İlişkin Bulgular

Görüşme genel itibari ile randevu yoluyla gerçekleştirilmiştir. Bunun yanında görüşmelerin çoğunluğu 2012 Ağustos ayı içerisinde gerçekleştirilmiştir. Bazı durumlarda

katılımcıların müsait olmadığı durumlarda görüşmeler 2012 Eylül ayına sarkmıştır. Tüm kurum ve kuruluşlar ile yapılan görüşmeler sıcak ve samimi bir ortamda yapılmıştır. Tüm katılımcılar misafirperver bir davranış göstererek görüşmelerin sağlıklı yapılmasında yardımcı oldular. Görüşmelerin gerçekleştirildiği odalar rahat ve gayet uygun bir ortamdı. Odalarda genel itibari ile yine bilgisayar, telefon, faks ve çeşitli plaketler masalarda bulunmaktaydı.

Tüm kurum ve kuruluşlara çalışmanın yerel etkinlikler ile ilgili olduğu, bu çalışmanın yerel birimlerle yapılması gerektiği belirtilmiştir. Bu çalışmanın hangi üniversite bünyesinde yürütüldüğü, çalışmanın neyi kapsadığı ve çalışmanın amacı detaylı olarak katılımcılara anlatılmıştır. Bazı görüşmeler ses kaydına alınmış; bazıları ise not alınarak gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler genel itibari ile 60 ile 90 dakika arasında gerçekleştirilmiştir. Yapılan görüşmelerde katılımcılar yapılan bu çalışmanın hangi amaçla, neden ve kimlerle yapılacağını sormuştur. Tüm katılımcıların bizi kibar bir şekilde karşıladığını ve sorularımıza içtenlikle cevap verdiğini söyleyebiliriz. Zaman zaman gelen bazı kişiler ve telefonlardan dolayı görüşmelerde küçük kesilmeler yaşanmıştır. Görüşmelerin gerçekleştirildiği kurum ve kuruluşların bulunduğu yerler Tekirdağ'ın merkezinde olup, deniz kenarına yakın yerlerde bulunmaktadır.

### **4.3. Görüşmeye İlişkin Bulgular**

Tekirdağ Belediyesi, Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, Ticaret ve Sanayi Odası, Esnaf ve Sanatkârlar Odası, Turizm ve Tanıtma Derneği, Yayoba Otel, Golden Yat Otel, Hilal Turizm Seyahat Acentası, Meyra Turizm Seyahat Acentası, Rüya Restoran ve Asmalı Restoran'a ilişkin görüşme bulguları aşağıda karşılaştırmalı olarak verilmiştir.

#### **4.3.1. Esnaf ve Sanatkârlar Odası ile Ticaret ve Sanayi Odası'na İlişkin Karşılaştırmalı Bulgular**

Söz konusu bulgular Tablo 3'de verilmektedir.



**Tablo 3.** Esnaf ve Sanatkârlar Odası ile Ticaret ve Sanayi Odası'na ilişkin karşılaştırmalı bulgular

	<b>Bulgular</b>	
	<b>Esnaf ve Sanatkârlar Odası</b>	<b>Ticaret ve Sanayi Odası</b>
Yerel Etkinliklerin Niteliksel Boyutu	1.Yerel etkinliklerin ekonomik ve kültürel açıdan çok az etkisi vardır. 2.Esnaftan belli bir miktar para toplanıyor	1.Tekirdağ'ın kurtuluşu, Atatürk'ün Tekirdağ'da yaptığı harf devrimi, kutlama günü, festival gibi etkinlikler sönük ve cansız geçmektedir. 2. Festival süresince halk sadece konserlere ilgi göstermektedir.
Yerel Etkinliklerin İlçeler Arası Kıyaslaması	1. Etkinlikler birbirinden farklıdır. 2. Etkinliklerin görsel açıdan yöreye katkısı vardır.	Tekirdağ'daki etkinlikler; 1. Denize yakın yerde yapıldığı için görsel olarak biraz daha farklıdır. 2. Halkın etkinliklere katılmasına olanak sağlayarak ailelerin iyi vakit geçirmelerini sağlamaktadır.
Yerel Etkinliklerin 12 Aya Yayılması	1. Tekirdağ'da yerel etkinlikler için uygun bir mekân oluşturulabilirse, etkinliklerin 12 aya yayılması mümkün olabilir.	1. Yazlıkçılarla birlikte Tekirdağ'ın nüfusu yazın artmaktadır. Dolayısıyla yazın yapılan etkinliklere katılım söz konusudur. 2. Kış süresince yapılacak etkinliklere katılım pek olmayacaktır.
Yerel Etkinliklerin Yerel Kültürün Tanıtımına Etkisi	1.Yerel etkinliklerin ulusal anlamda yöresel kültürün tanıtımına bir katkısı yoktur. 2. Ancak sınır komşularımızdan ve çevre ülkelerden (Bulgaristan, Macaristan, Romanya vb.) yöresel kıyafetleri ile gelen çocuklar arasında bir yakınlaşmanın ve bir tanıtımın olduğu söylenebilir.	1.Etkinlikler küçük çapta yapıp gerekli tanıtım yapılmadığı için yerel kültürün tanıtımına bir katkısı yoktur.
Etkinliklerin Ortaya Çıkarıldığı Çevresel Sorunlar	1.Etkinlikler, çevresel kirliliğe, gürültü kirliliğine ve çeşitli istenmeyen asayiş olaylarına neden olabilmektedir.	1. Festival boyunca etkinliğe katılan bazı insanların tüketmiş oldukları ürünlerin çöpünü yerlere atmaları, 2.Dışarıdan gelen kişilere ait özel araçların yarattığı trafik sorunu.
Yerel Etkinliklerde Yerel Paydaşların	1. Yerel paydaşların her zaman karar sürecinde birlikte hareket etmesi, 2. Deniz otobüsünün bulundurulması,	1. Etkinlikler için herkesin taşın altına elini koyması, belediyeye destek verilmesi,

## Kişioğlu ve diğerleri

Rolü	3. Sahil şeridinin turizm için etkin kullanılması, 4. E-5 karayolundan etkin yararlanılması,	2. STK'lar ile birlikte toplantıların düzenlenerek yerel halkın desteğinin alınması, böylelikle turizme olan ilgi ve duyarlılığın artırılması.
------	---	--

Ticaret ve Sanayi Odası'ndan elde edilen diğer bulgular ise şu şekildedir:

*Yerel Etkinliklerin Günlük Fiyatlara Etkisi:* Fiyatlarda bir farklılığın görülmediği, zaten tavan fiyatları Ticaret ve Sanayi Odası'nın belirlediği anlaşılmaktadır. Bu anlamda fiyatların sabit olduğu, bunun üstüne çıkılmasının mümkün olmadığı belirtilmektedir. Ancak istenildiği takdirde ticaret gereği arz sahipleri belirlenmiş olan fiyatları, kendi istekleri doğrultusunda aşağı çekebilmektedirler.

*Yerel Etkinliklerin Konaklama Ücretlerine Etkisi:* Bir önceki soruda belirtildiği gibi fiyatlarda tavan fiyatın üstüne çıkılamayacağı; otelin etkinlikler sırasında % 100 doluluk oranıyla çalıştığı belirtilmektedir.

*Yerel Etkinliklerin İstihdama Etkisi:* Yerel etkinliklerin istihdama etkisinin kısmi olduğu, özellikle festivallerin olduğu dönemde hizmet sektöründe kısmi zamanlı personele ihtiyaç duyulduğu belirtilmektedir.

### 4.3.2. Turizm ve Tanıtma Derneği ile Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü'ne ilişkin Karşılaştırmalı Bulgular

Söz konusu bulgular Tablo 4'de verilmektedir.

**Tablo 4.** Turizm ve Tanıtma Derneği ile Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü'ne ilişkin karşılaştırmalı bulgular

	Bulgular	
	Turizm ve Tanıtma Derneği	Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü
Yerel Etkinliklerin Niteliksel Boyutu	1. Atatürk'ün yapmış olduğu harf devriminin dernek için ayrı bir önemi vardır. 2. Daha öncesinde "Kiraz Cümbüşü" olarak geçen Kiraz Festivalini geliştirmek ve etkinliğini arttırmak	1. 23 Ağustos günü Atatürk'ün Tekirdağ'a gelişi ve harf inkılabı kutlaması, 2. Bu kutlamalara Tekirdağ halkının kısmen duyarlı olması, 3. Türkiye Cumhuriyeti Devleti'nin

	<p>için çaba sarf edilmektedir.</p> <p>3. Etkinliklerin görsel olarak etkin geçtiği söylenebilir ama maddi ve manevi getirisi yoktur.</p>	<p>kuruluşunda Tekirdağ'ın önemli bir yerinin olması,</p> <p>4. Mustafa Kemal Atatürk'ün ilk kez 2 Şubat 1915'de Tekirdağ'a gelmesi. Burada 19. fırkayı kurması, 57. alayın da katılmasıyla 19. tümenin oluştuğu ve bu tümenin Çanakkale'de savaşması. ve bu tümenin çoğunluğunun burada şehit olduğu vurgulanmaktadır. Bu şehit olanların da çoğunun Tekirdağlı olduğu ifade edilmektedir.</p> <p>5. Daha sonra Atatürk'ün 1928'de ikinci kez 23 Ağustos'da Tekirdağ'a geldiği ve yeni Türk harflerinin kullanılmasının Tekirdağ'da başlatıldığı, ardından mecliste kanunlaştırıldığı belirtilmektedir.</p>
Yerel Etkinliklerin İlçeler Arası Kıyaslaması	1. Tekirdağ'ın merkezinde yapılan etkinlikler daha etkili.	1. Tekirdağ'ın ilçelerinde etkinlikler büyük katılımla gerçekleşmektedir. Örneğin Hayrabolu'da da motokros yarışmaları yapılmaktadır. Burada yapılan bu yarışmalara da yurt içi ve yurt dışından katılımlar olmaktadır.
Yerel Etkinliklerin 12 Aya Yayılması	<p>1. Tekirdağ'da yerel etkinliklerin 12 aya yayılması pek mümkün değildir.</p> <p>2. Ancak etkinliklere uygun bir zemin yani bir mekân oluşturulabilirse bunun olabileceği düşünülmektedir.</p> <p>3. "Bu nasıl yapılabilir?" diye sorulduğunda, kapalı mekân alanları oluşturularak bunu sağlamanın belki mümkün olabileceği, kış döneminde insanları bir araya getirmenin ister istemez kolay olmayacağı düşünülmektedir.</p>	<p>1. Her şeyin bir dönemi olduğu düşünülmektedir.</p> <p>2. Yapılan etkinlikler için yer, zaman ve iklim koşullarının göz önünde bulundurulması gerekmektedir.</p> <p>3. Tekirdağ'ın iklimi göz önüne alındığında bunun pek mümkün olmadığı, özellikle festival gibi halka açık yapılması gereken etkinliklerin kapalı alanda yapılmasının çok zor olduğu belirtilmektedir.</p>
Yerel Etkinliklerin Yerel Kültürün Tanıtımına Katkısı	<p>1. Yöresel yemekleri Balkan ülkelerini davet ederek tanıtmaya fırsatı bulunmuştur.</p> <p>2. Ayrıca örf, adet, gelenek ve göreneklerin tanıtımına da katkı sağlanmaktadır.</p>	<p>1. Yapılan her çalışma ileriye dönük bir adımdır.</p> <p>2. Her yeni yapılan çalışma bir sonraki çalışmanın gelişimi içindir ve o amaçla yapılmaktadır.</p> <p>3. Tanıtım için de daha farklı şeylerin yapılması Gereklidir (internet, sosyal medya kanallarının kullanımı)</p>
Etkinliklerin Ortaya	Etkinlikler çevresel kirlilik, trafik sorunu, otopark sorunu, gürültü	Etkinlikler trafik ve otopark sorununu gündeme getirmektedir.

## Kişioğlu ve diğerleri

Çıkardığı Çevresel Sorunlar	kirliliğine neden olmaktadır.	
Yerel Etkinliklerde Yerel Paydaşların Rolü	1.Etkinliklere maddi geliri olmadığı için dernek olarak büyük katkılar sağlanamamaktadır. 2.Sahil şeridini turizm amaçlı iyi değerlendirmek gerektiği dile getirilmektedir. 3. Ayrıca Tekirdağ turizmi için Rakoczi Müzesi çok önemli bir yere sahip olduğu vurgulanmaktadır. Macaristan'dan dikkate değer miktarda ziyaretçi bu müzeyi ziyaret etmektedir.	1. Yerel paydaşlar etkinlikler için olmazsa olmaz olarak görülmektedir. 2.Etkinliklerin organizasyonunda Yerel Yönetimlere destek olunması gerekir. 3. Türkiye'nin tüm bölgelerini kapsayan, otantik, değişik yörelere ait el sanatları sergisi oluşturulmaktadır. 4.Tekirdağ'daki yayın evlerinin bir araya getirilip bir kitap tanıtım alanı oluşturulması ve bunun için Kültür ve Turizm Bakanlığı'ndan belli miktar bütçenin buraya ayrılmıştır.

Turizm ve Tanıtma Derneği'nden elde edilen diğer bazı bulgular ise şu şekilde belirtilebilir:

*Yerel Etkinliklerin Günlük Fiyatlara Etkisi:* Yerel Etkinliklerin günlük fiyatlara bir etkisinin olmadığı etkinlikler sırasında da aynı fiyatların geçerli olduğu belirtilmektedir. Bu yüzden etkinlikler sırasında farklı fiyatları görmenin mümkün olmadığı ifade edilmiştir.

*Yerel Etkinliklerin Konaklama Ücretlerine Etkisi:* Konaklama ücretlerinde bir artış olmadığı, konaklayan sayısında ise bilindiği kadarıyla dikkat çekici bir artış olmadığı vurgulanmaktadır.

Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü'nden elde edilen diğer bazı bulgular ise şu şekilde belirtilebilir:

*Yerel Etkinliklerin Esnafa Etkisi:* Esnafın bu etkinlikleri beklediği, maddi olarak bu etkinliklerin bir etkisinin olduğu ifade edilmektedir. Esnafın etkinlikler sırasında etkinlik alanında stant kiralarak ürünlerini sattığı belirtilmektedir. Her kesimden esnafın bu etkinliklerden faydalandığı düşünülmektedir.

*Yerel Etkinliklerin İstihdama Etkisi:* Kısa süreli olarak bundan bahsetmenin mümkün olduğu ifade edilmektedir. Lokantalarda, restoranlarda vb. yerlerde ek personel çalıştırma ihtiyacı duyulmaktadır. Bunun yanında etkinlik alanında işi olmadığı halde su satışı, köfte-ekmek satışı yapanların olduğu belirtilmektedir.

*Yerel Etkinliklerin Geniş Çapta Duyurulması:* Yerel etkinliklerin basın bültenleri aracılığıyla duyurulmaya çalışıldığı vurgulanmaktadır. Belediye tarafından anonslar yapıldığı ve bunun yanında billboardlarla tanıtım için çaba sarf edildiği belirtilmektedir. Bunun haricinde facebookun önemli bir tanıtım aracı olduğu düşünülmektedir.

#### **4.3.3. Tekirdağ Belediyesi'ne İlişkin Bulgular**

*Etkinliklerin Ortaya Çıkardığı Çevresel Sorunlar:* Bu sorunlar şu şekilde ifade edilmektedir. *“Özellikle festival boyunca trafik sorunu, gürültü kirliliği, otopark sorunu yaşanmaktadır. Fakat bu sorunlar etkinliğin yapıldığı her yerde olmaktadır”.*

**Yerel Etkinliklerin İlçeler Arası Kıyaslaması:** Diğer ilçelerle bir kıyaslama yapıldığında bir farkın olduğu düşünülmektedir. Özellikle Kiraz Festivalinin burada oldukça coşku ile yapıldığı vurgulanmıştır.

**Yerel Etkinliklerin Yerel Kültürün Tanıtımına Katkısı:** Bu katkı şu şekilde ifade edilmektedir: *“Muhakkak bir katkının varlığından söz edilebilir. Bu festivallere çevre il ve ilçelerden yerel birimler, yerel halk ve ayrıca uluslararası birimler davet edilmektedir. Buraya 13-14 ayrı ülkeden katılım sağlanmaktadır. Gelen ülkelerin aynı zamanda folklor oyun ekipleri ile birlikte gelmektedir”.* Bunun da kültürel kaynaşmaya, yörenin örf, adet, gelenek ve göreneklerinin tanıtımına katkısının olduğu belirtilmektedir.

**Yerel Etkinliklerin Daha Etkili Geçmesi İçin Kentte Yapılması Gereken Unsurlar:** Kutlama ve anma günleri için gerekli desteğin sağlanıp bu etkinliklere gerekli önemin verildiği belirtilmektedir: Bu durum şu şekilde örneklendirilmektedir. *“Namık Kemal*

evi ziyaret edilerek bu günün daha anlamlı hale getirilmesi amaçlanmaktadır. Festival sürecinde yapılacak etkinlikleri tanıtan broşürler Tekirdağ Belediyesi çalışanları tarafından semt pazarlarında dağıtılmaktadır. Yani internet ve basın-yayın ile tanıtımın yanında bu gibi tanıtıcı faaliyetler de sürdürülmektedir. Ancak burada etkinlikler boyutunda sadece belediyenin değil halkın da bu işe destek vermesi ve belediyeye yardımcı olması gerektiği düşünölmektedir. Ortaya çıkan bulgulardan biri de Uçmakdere'de doğa sporlarının yapıldığı ve buranın kentin turizmi için oldukça önemli bir yer olduğudur. Buranın gelişmesi için tanıtım çabalarında bulunulduğu belirtilmektedir.

**Yerel Etkinlikler İçin Ayrılan Bütçe:** Etkinlikler için ayrılan bütçenin miktar olarak ifade edilemeyeceği, ancak bu etkinlik için dikkat çekici bir bütçenin ayrıldığı, genel itibariyle de organizasyonun Belediye tarafından düzenlendiği belirtilmektedir. Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü'nden çok cüzi bir para alındığı, bu yüzden genel çerçevede bu etkinliklerin Belediye bünyesinde gerçekleştiği belirtilmektedir.

#### 4.3.4. Meyra Turizm ile Hilal Turizm Seyahat Acentelerine ilişkin bulgular

Söz konusu bulgular Tablo 5'te verilmektedir.

**Tablo 5.** Meyra Turizm ile Hilal Turizm Seyahat Acentelerine ilişkin karşılaştırmalı bulgular

	Bulgular	
	Meyra Turizm	Hilal Turizm
Yerel Etkinliklerin Sosyal ve Ekonomik Katkısı	1.Katkı yoktur. Bu gibi etkinlikler olduğunda acentelerin daha fazla satış yapması söz konusu değildir. 2. Anma ve kutlamaların bir cazibesi yoktur. 3. Festivallerde daha çok hazır yiyecek-içecek vb. şeyleri satan esnaf biraz para kazanmaktadır	1. Maddi ya da manevi olarak seyahat acentelerine bir katkısı yoktur. 2.Acentelere katkısı olması için etkinliklerin organizasyonunda seyahat acenteleri ile birlikte hareket edilmesi gerekir.
Etkinliklerin Daha Etkili Geçmesi İçin Kentte Yapılması Gereken	1. Tekirdağ kentine bakıldığında turizm için aslında her şeyin var olduğü, sadece bunları biraz daha fazla ortaya çıkarmak gerektiği anlaşılmaktadır. 2. Sahil şeridi sadece festivalin olduğü bir haftalık süreçte değil, tüm	1. Öncelikle etkinliklerin duyurulması için daha fazla reklam ve tanıtıma ağırlık verilmesi gerekir 2. Bunun yanında şehirde yeni yapılan Ramada gibi oteller kente bir hareketlilik katacaktır. 3. Sahil yeterince

UNSURLAR	Yıl boyunca canlı tutulmalıdır.	değerlendirilememektedir. 4. Uçmakedere'ye bir hareketlilik kazandırılması gerekir.
Yerel Etkinliklerin Yerel Kültürün Tanıtımına Katkısı	1. Tekirdağ'a genelde çevre illerden gelen Trakyalı insanlar gelmektedir. Bu yüzden yörenin örf ve âdetlerinin tanıtımı uluslararası bir katılımın sağlanması halinde anlamlı olacaktır.	1. Bu etkinliklerin yerel etkinlikler olduğu, büyük etkinlikler olmadığı ve yörenin kültürüne bir kazanç sağlamadığı ileri sürülmektedir. 2. Festivallere katılımlar çoğunlukla çevre il ve ilçelerden gelenlerden oluşmaktadır. Bu yüzden tanıtım sadece bazı unutulmuş şeylerin hatırlanması ve ortaya çıkarılması için bir fırsat sağlayabilir.
Etkinliklerin Ortaya Çıkardığı Çevresel Sorunlar	1. Festivalin olduğu bir hafta içerisinde akşam saatlerinde insanlar konserlerin olduğu saatlere yakın, evinden araçları ile çıktıkları için hem trafik yoğunluğuna hem de otopark sorununa neden olmaktadır.	1. Festival boyunca çevre kirliliği biraz artmaktadır. 2. Trafik sadece bir hafta bile olsa yoğun ve beraberinde otopark sorunu getirmektedir.

#### 4.3.5. Rüya Restoran ile Asmalı (Sırtköy) Restorana İlişkin Karşılaştırmalı Bulgular

Söz konusu bulgular Tablo 6'te verilmektedir.

**Tablo 6.** Rüya Restoran ile Asmalı (Sırtköy) Restorana ilişkin karşılaştırmalı bulgular

	Bulgular	
	Rüya Restoran	Asmalı (Sırtköy) Restorana
Yerel Etkinliklerin Sosyal ve Ekonomik Katkısı	1. Pek bir katkısı yoktur. 2. %10'dan daha az bir müşteri artışı sağlamaktadır.	1. Gözle görünür ciddi bir katkısı yoktur. 2. Festivaller boyunca bir haftalık süreçte yerel birimlerin misafirleri olmaktadır. Yerel birimler bu misafirlerini restoranlarda ağırlamaktadır. Bu açıdan çok küçük bir etki söz konusudur. 3. Müşteri sayısında %7-8 oranında bir artış olmaktadır.
Etkinliklerin Daha Etkili Geçmesi İçin Kentte Yapılması Gereken Unsurlar	1. Sahil şeridi artık yapılaşmadan uzak tutulmalı, 2. Rakoczi Müzesi. Macar yerel yönetimleriyle daha etkin şekilde iletişim içinde olunursa buraya daha fazla misafir getirilebilir.	1. Etkinlerin reklam ve tanıtımı yeteri kadar yapılamamaktadır. 2. Tekirdağ'ın altyapısının düzenlenmesi halinde etkinlikler herhangi bir sıkıntıya yol açmayacaktır. 3. Restoranların fiyat açısından kötü imaj bırakmalarını gerekir. 4. Fiyatların zaten genel itibari ile sabit olduğu, fiyatlarda esneme olmadığı; ancak bunun yeterli olmadığı ortadadır.

## Kişioğlu ve diğerleri

		<p>5. Uçmaktedere'nin doğa sporları için önemli olduğu, burada çeşitli etkinlikler yapılarak tanıtıma katkı sağlanabilir.</p> <p>6.Çeşitli sponsorları yöreye çekerek farklı alternatif faaliyetler yapılabilir,</p> <p>7.Etkinliklerin tanıtımı için çevre il ve ilçelerle olan iletişimin artırılması gerekir.</p>
Yerel Etkinliklerin Yerel Kültürün Tanıtımına Katkısı	1.Yeterli bilgiye sahip olunmamakla birlikte, görüldüğü kadarıyla festivallerin buna imkân sağlayabilir.	<p>1. Etkinlikler örf, adet, gelenek, göreneklerin tanıtımına kısmi bir etki sağlamaktadır. Örneğin, festivallerde çeşitli ülkelerden insanlar geldiği zaman tanıtıma katkı sağlanmış olmaktadır.</p> <p>2.Ancak onun haricinde bir katkısı yoktur.</p>
Etkinliklerin Ortaya Çıkardığı Çevresel Sorunlar	1.Sadece festival süresince bir kirlilik yaşanmaktadır.	<p>1.Büyük çevresel sorunlar yaşanmıyor.</p> <p>2.Festivallerde sadece bir miktar çevre kirliliği yaşanıyor.</p> <p>3. Festivallerin olduğu dönemde trafik yoğunluğu ve otopark sorunu yaşanıyor.</p>

### 4.3.6. Golden Yat Otel ile Yayoba Otele İlişkin Karşılaştırmalı Bulgular

Söz konusu bulgular Tablo 7’te verilmektedir.

**Tablo 7.** Golden Yat Otel ile Yayoba Otele ilişkin karşılaştırmalı bulgular

	Bulgular	
	Golden Yat Otel	Yayoba Otel
Yerel Etkinliklerin Sosyal ve Ekonomik Katkısı	<p>1.Pek katkısı yoktur.</p> <p>2.Otelde yıl boyunca genelde tam doludur. Doluluk oranlarında etkinlikten kaynaklanan bir durum söz konusu değildir.</p> <p>3.Etkinliklerde sadece yerel birimlerin misafirleri olduğunda toplu bir rezervasyon yapılmaktadır.</p>	<p>1. Fazla katkısı olmuyor.</p> <p>2. Otele %10-15’lik bir müşteri artışı sağlıyor.</p> <p>3. yıl boyunca otelin doluluk oranı %80-85’lere ulaşıyor.</p>
Etkinliklerin Daha Etkili Geçmesi İçin Kentte Yapılması Gereken Unsurlar	<p>1. Değerlendirilemeyen bir deniz var.</p> <p>2.Deniz otobüsü projesi yerine getirildiği takdirde Tekirdağ’da daha fazla konuk ağırlanabilir. Yine bu sayede yakın adalara turlar düzenlenebilir. Yani denize yönelik etkinliklerin yapılması, sahil şeridinin canlandırılması, ziyaretçiye farklı alternatiflerin sunulması gerekir.</p>	<p>1.Etkinlik sayısı artırılmalı, üniversitenin yaptığı etkinliklerle beraber etkinliklerin sayısı çok az, bu yüzden buradaki etkinliklerin en az 50’nin üzerine çıkarılması gerekmektedir.</p> <p>2. Etkinlikler yıl içerisinde en az 2 ay sürmesi halinde istenilen sonuçlar alınabilir.</p> <p>3. Turizm arzı oluşturulmalı,</p>



		<p>4.“Tekirdağ’ı ve Trakya’yı nasıl pazarlarız” düşüncesi hâkim.</p> <p>5.Rakoczi Müzesi, Uçmakedere, Tekira gibi büyük AVM mevcut.</p> <p>6.Deniz otobüsü projesi ile çeşitli adalarla turizm kapsamında irtibat artacak, sahil şeridi turizm anlamında kaliteyi arttıracaktır.</p>
Yerel Etkinliklerin Yerel Kültürün Tanıtımına Katkısı	<p>1.Yoktur</p> <p>2.Yerel etkinlikler uluslararası çapta genişletilebilirse bu katkı sağlanabilir</p>	<p>1.Yatırımların artırılarak yöreye ziyaretçilerin çekilmesi ve bunun Tekirdağ ilçeleriyle sınırlandırılmaması.</p> <p>2. İstanbul ve çevre illerin yanı sıra yurt dışından insanları bölgeye çekme girişimleri başlamıştır. Şu an 10’nun üzerinde ülkeden insanlar buraya gelmektedir.</p>
Etkinliklerin Ortaya Çıkardığı Çevresel Sorunlar	<p>1.Büyük çevresel sorunlara neden olmuyor.</p> <p>2. Halk etkinliklere eğlence olarak baktığı için kısa süreli de olsa kirlilikler yaşanıyor.</p>	<p>1.Yerel yönetimler ve özel sektörün doğru şekilde ve birlikte çalıştığı takdirde büyük çevresel sorunların olmayacaktır.</p> <p>2. Öncelikle Tekirdağ’daki altyapı sorunlarının ve eksikliklerinin birlikte çözülmesi gerektiği düşünülmektedir.</p> <p>3. İlk akla gelen trafik, otopark ve çevre sorunlarının sıkıntı oluşturmayacağı belirtilmektedir.</p>
Yerel Etkinliklerde Yerel Paydaşların Rolü		<p>1.Yerel paydaşlarca turizmle doğrudan ilişki içinde olan gruplardan oluşan profesyonel bir komisyon kurulması gerekir. Böylece daha sağlıklı sonuçlar elde edilebilir.</p> <p>2. Aksi halde her defasında etkinlikleri belediyeye yıkmak, topu taca atmaktan başka bir şey olmayacaktır.</p>

### ***Sonuçlar***

Destinasyon imajı açısından Tekirdağ kent merkezinde yapılan yerel etkinliklerin değerlendirildiği bu çalışmada yerel paydaşların görüş ve tutumlarına ihtiyaç duyulmuş ve bu amaçla yapılan görüşme bulguları doğrultusunda şu sonuçlar ortaya çıkmıştır:

**Yerel etkinliklerin sosyo-kültürel açıdan değerlendirilmesi:** Yerel etkinliklerin anlam kazanması ve başarısında yerel paydaşların birlik ve beraberliğinin sağlanması oldukça

önemli görölmektedir. Yapılan yerel etkinlikler turizm anlamında yöreye bir çekicilik getirmektedir. Etkinliklere katılım genelde Tekirdağ merkezi ve ilçelerinden olmaktadır. Kiraz festivaline olan ilgi, anma, kutlama ve törenlere göre daha fazladır. Bunun başlıca nedeni festivalin içeriğidir. Festivallere davet edilen popüler sanatçılara olan ilginin yoğunluğu yöreye olan ilgiyi de arttırmaktadır.

**Yerel etkinliklerin sosyo-ekonomik açıdan değerlendirilmesi:** Etkinlikler doğrudan ve dolaylı olarak kısmen çeşitli katkılar sağlamaktadır. Fakat etkinliklerin tümünden değil sadece festivalden kaynaklanan ekonomik kazanç anlamında otel ve restoranlar için %10'u geçmeyen bir müşteri artışı söz konusudur. Festival süresince fiyatlarda herhangi bir şekilde artış olmamaktadır. Etkinliğin getirmiş olduğu alışveriş artışından dolayı yöre esnafı çok az bir kazanç sağlayabilmektedir. Etkinliklerin olduğu dönemde konaklama işletmeleri, acenteler ve restoranlar gibi turizm işletmeleri önemli kazançlar sağlayamamaktadırlar. Festivaller, kısa süreli de olsa istihdama katkıda bulunmaktadır.

**Yerel etkinliklerin Tekirdağ'ın turizm gelişimi açısından değerlendirilmesi:** Etkinlikler yörenin örf ve adetleri, gelenek ve göreneklerinin tanıtımına çok fazla katkı yapmamaktadır. Çünkü etkinliklere özellikle festivallere katılım genellikle çevre il ve ilçelerden olmaktadır. Bu yüzden zaten Trakya'da bulunan illerinin örf, adet, gelenek, görenek ve yerel kıyafetlerinin birbirine benzer olması bu kültüre ilgiyi arttırmamaktadır. Ancak festivallere davet edilip yurt dışından gelen misafirlerin olması durumunda bu kültürel unsurlar ön plana çıkmaktadır.

Tekirdağ merkezinde bulunan Rakoczi Müzesi yöreye olan ilgiyi uluslararası anlamda arttırmaktadır. İsmi Macarlı Rakoczi'den alan müzeye yerel halkın ilgisi ise azdır. Ancak müzenin Macar halkı tarafından yoğun bir şekilde ziyaret edildiği belirlenmiştir. Bunun temel nedeni de Macarlı Rakoczi'nin tarihi bir simge olmasıdır. Müzenin bu özelliği, etkinliklerin yapıldığı dönemde az da olsa ziyaretçiyi buraya çekmektedir. Kentin bu özelliği destinasyon

imajına hem katkı yapmaktadır hem de bu imajın geliştirilmesine olanak sağlamaktadır. Destinasyon imajına katkı yapan diğer bir unsur ise bölgedeki Uçmaktdere kırsalıdır. Etkinliklere katılan insanlara bu bölgenin tanıtımı için çaba sarf edildiği görülmektedir. Uçmaktdere'nin doğa yürüyüşü, yamaç paraşütü gibi doğa sporlarına fırsat tanınması yöreye olan ilgiyi arttırmaktadır. Bu ise Uçmaktdere'nin zamanla destinasyon bölgesi olarak tanınmasına ve geliştirilmesine imkan sağlayacaktır.

Katılımcıların değindiği diğer bir konu ise deniz otobüsü ve Tekirdağ sahil şerididir. Tekirdağ'a kazandırılacak olan deniz otobüsünün hem Tekirdağ'a yakın olan adalara hem de adalardan Tekirdağ'a olan ilgiyi arttıracığı düşünülmektedir. Bunun yanında deniz ulaşımını geliştirip zamanla yörede yapılan etkinliklere ilginin de artması söz konusudur. Tekirdağ sahilinin yürüyüş alanı olarak kullanılabilir olması festivalin geniş alana yayılmasına olanak sağlamaktadır.

**Yerel etkinliklerin ortaya çıkardığı sorunlar:** Etkinliklerin olumlu etkileri yanında olumsuz etkileri de bulunmaktadır. Bunların başında festivalin meydana getirdiği çevresel sorunlar gelmektedir. Festivalin olduğu bir haftalık süreçte insanların festival alanına attığı çöpler, çevre kirliliğine neden olmaktadır. Bunun yanında etkinlikler süresince yaşanan yoğun trafik otopark sorunu göze çarpan olumsuz etkilerdir. Diğer bir olumsuz etki ise festival alanında satılan çeşitli kızartma ürünlerin yaydığı kötü kokulardır.

**Yöre halkının yerel etkinliklere ilişkin algılamalarına yönelik değerlendirmeler:**

Özellikle Tekirdağ için ayrı bir öneme sahip olan “vatan şairi” Namık Kemal'in burada doğmuş olmasından dolayı yerel halkın Namık Kemal'e ilgi ve alakası kendini göstermiş; üniversite ve çeşitli okullara ismi verilmiştir. Tüm Türkiye'de olduğu gibi Tekirdağ'da da büyük minnettarlık duyulan Mustafa Kemal Atatürk'ün yapmış olduğu harf devriminin yıldönümü kutlamalarına yerel halkın kısmen katıldığı görülmektedir. Dolayısıyla

Festival dıŖındaki bu etkinliklere katılımın yoğun olmadığı ortaya çıkmıŖtır. Ancak etkinliklere her yaŖ grubundan katılım söz konusudur.

**Yerel etkinliklerin diğer açılardan değerlendirilmesi:** Yerel medyanın haricinde büyük bütçeler talep ettiği için ulusal medyanın etkinliklere katılmadığı ortaya çıkmıŖtır. Ancak Balkan kanallarının etkinliklere zaman zaman ilgi göstermesi kentin yurt dıŖında tanıtılmasına yardımcı olmaktadır. Balkan kanallarının buraya ilgi göstermesinin nedeni de Makedonya, Bulgaristan, Macaristan, Romanya gibi çeŖitli ülkelerle olan kültürel bağların varlığıdır. Bu bağların varlığı etkinliklerin reklam ve tanıtımı için kolaylık sağlamaktadır.

Ekonomik olarak büyük destek veren ve etkinlikleri organize eden Tekirdağ Belediyesi'dir. Ancak tüm paydaŖlar arasında görüŖ alışveriŖi olduğu ve etkinlikler sırasında birlikte hareket ettikleri ortaya çıkmıŖtır. Etkinliklerin organizasyonunda diğer bazı paydaŖların az da olsa ekonomik desteği bulunmaktadır. Böylece turizmin içinde olan tüm paydaŖların etkinliklere ortak olduğu görölmüŖtür. Etkinliklerin organizasyonunda etkili olacak sponsorların olmadığı anlaŖılmıŖtır. Genel anlamda da etkinliklerin pazarlanması konusunda bazı nedenlerden dolayı eksikliklerin olduğu görölmektedir.

### **Öneriler**

AraŖtırma kapsamında aŖađıdaki unsurların çeŖitli tanıtım araçlarında yeterince yer alması oldukça önemli görölmektedir.

- Festival haricinde yapılan kutlama, anma ve törenler,
- Uçmakedere mevki,
- Rakoczi'nin tarihi kiŖiliđi ve Rakoczi Müzesi,
- Tekirdağ'da bulunan ancak bilinmeyen turistik ekicilikler,

Ayrıca bahsedilen deniz otobüsünün bir an önce getirilmesi ile Tekirdağ'da daha fazla konuk ağırlanabilir. Yine bu sayede yakın adalara turlar düzenlenebilir. Yani denize

yönelik etkinliklerin yapılması, sahil şeridinin canlandırılması, ziyaretçiye farklı alternatiflerin sunulması gerekir.

- Ulusal medyanın ilgisi çekilerek etkinliklerin bölge dışında da tanıtılması gerekmektedir. Ayrıca şu hususların da yerine getirilmesi beklenmektedir:

- Güçlü sponsorların bulunması ile etkinliklerin daha da zenginleştirilerek uzun bir zamana yayılması,

- Tekirdağ'a yakın yerel yönetimlerle iş birliği yapılarak bu yerlerden ziyaretçilerin etkinliklere katılımının sağlanması,

- Kentte otopark sorunu çözülerek etkinliğin olduğu dönemde trafik yükünün hafifletilmesi.

**Gelecek çalışmalara ilişkin bazı tavsiyeler ise şu şekilde sıralanabilir:**

- Çalışma sadece Tekirdağ kent merkezinde yapılmıştır. Bu yüzden Tekirdağ'ın diğer ilçelerinde yapılarak araştırma farklı boyutlarıyla incelenebilir.

- Bu araştırma sadece yerel paydaşlar üzerinde yapılmıştır. Bu yüzden sınırlı bir çalışmadır. Bu kapsamda tüm turizm işletmeleri yanında yerel halk ve diğer işletmelerin yerel etkinliklere nasıl baktıkları araştırılabilir. Hatta yöreyi ziyaret edenler üzerinde yapılacak çalışmalarla bu araştırma genişletilebilir ve geliştirilebilir.

- Bu çalışmada destinasyon imajının geliştirilmesinde yerel etkinliklerin rolü konu edinilmiştir. Bu yüzden destinasyon imajına olumlu-olumsuz etki eden diğer konular ele alınarak bu çalışma açılabilir.

## **TeŖekkür**

AraŖtırmanın amacına uygun verilerin elde edilmesi için görüŖme talebimizi kabul eden ve sorularımızı içtenlikle cevaplandıran Sn. Doç. Dr. Růya YILMAZ'a, Sn. Mehmet ALTAŖ'a, Sn. Cengiz GÜNAY'a, Sn. Feyzullah AKTEPE'ye, Sn. Halil AKAY'a, Sn. Metin BUDAK'a, Sn. Atılay ARSLANTAŖ'a, Sn. Nurdan TETİK'e, Sn. İsmail BEKTAŖ'a, Sn. İbrahim YILDIZ'a ve Sn. Ramazan SavaŖ ALAK'a katkılarından dolayı teŖekkür ederiz.

## **Kaynaklar**

ALLEN, J. O'toole, W. Harris, R. Ve Mcdonnell I. (2002). Festival and special event management, Third Edition, Sydney.

ARSLAN, S. (1996). Yükseköğrenim Kredi ve Yurtlar Kurumu'na Bağlı Yurtlarda Kalan Bayan Öğrencilerin Rekreasyon (BoŖ Zaman Değerlendirme) Sorunları Üzerine Bir AraŖtırma (Ankara İli Örneği). YayınlanmamıŖ Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi Sağlık Bilimler Enstitüsü. Ankara.

AYLAR, E. (2012). Bir Örneğ Olay İncelemesi: Sosyo-Kültürel Teori Bağlamında Geleceğe Yönelik Hedefler ve Öz-Düzenleme. Eylül 2012 Cilt:20 No:3 Kastamonu Eğitim Dergisi 767-782. 1 Haziran 2012 tarihinde [http://www.kefdergi.com/pdf/20\\_3/20\\_3\\_3.pdf](http://www.kefdergi.com/pdf/20_3/20_3_3.pdf) adresinden alınmıŖtır.

BACKMAN, K., BACKMAN, S., UYSAL, M., ve SUNSHINE, K. (1995) 'Event tourism: an examination of motivations and activities,' Festival Management and Event Tourism, 3(1): 15-24.

BALOGLU, Seyhmus ve Brinberg, David (1997). "Affective Images of Tourism Destinations", Journal of Travel Research, 33(1): 11-15

BALOGLU, Sehmus ve MCCLEARY, Ken W.(1999a) "A Model of Destination Image Formation", Annals of Tourism Research, 26 (4): 868-897

BALOGLU, S. ve MCCLEARY, K.W. (1999b) US international pleasure travellers'' images of four Mediterranean destinations: a comparison of visitors and nonvisitors, Journal of Travel Research, 38 (2): 114-129.

BATI, H. (2004). Nitel Araştırma Yöntemleri. 28 Kasım 2012 tarihinde [http://halksagligi.med.ege.edu.tr/seminerler/2003-04/NitelArastirmaYontemleri\\_HB.pdf](http://halksagligi.med.ege.edu.tr/seminerler/2003-04/NitelArastirmaYontemleri_HB.pdf) adresinden alınmıştır.

BEERLİ, Asuncion ve Martin, J.D. Josefa D.,(2004), "Tourists' Characteristics and the Perceived Image of Tourist Destinations: A Quantitative Analysis -A Case Study of Lanzarote, Spain", Tourism Management, 25 (5): 623-636.

BOO, Soyoung ve Busser, James A. (2006), Impact Analysis of a Tourism Festival on Tourists Destination Images, [Event Management](#), 9 (4), 223-237.

Buhalis, Dimitrios. (2000). "Marketing The Competitive Destinanation of the Future", Tourism Management, 21 (1): 97-116.

ÇELİK, A. (2009). Destinasyon Pazarlama Unsuru Olarak Etkinlik Turizmi ve Etkileri -İstanbul Örneği. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Ankara.

ÇİFTÇİ, G. (2010). Marka İmajının Tüketicilerin Destinasyon Seçimine Olan Etkisi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Ankara.

DAVIDSON, Rob ve R. MAITLAND (1997) **Tourism Destinations**, Hodder and Stoughton Educational, London.

ERBAKIRCI, A. M. (2005). Görüşme Tekniği. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü. Ankara

EROĞLU, Olgun. (2006), Araştırma Modelleri, İzleme Araştırmaları, Tezsiz Yüksek Lisans Programı, Ankara Üniversitesi, Eğitim Yönetimi, Teftişi, Planlaması ve Ekonomisi ABD, Ankara. 20 Temmuz 2013 tarihinde <http://80.251.40.59/education.ankara.edu.tr/aksoy/eay/eay/b0506/oeroglu.doc> adresinden alınmıştır.

ECHTNER, Charlotte M. ve Ritchie J.R. Brent (2003). The Meaning and Measurement of Destination Image, The Journal Of Tourism Studies, 14 (1): 37-48. 4 Aralık 2012 tarihinde [http://www.jcu.com.au/business/public/groups/everyone/documents/journal\\_article/jcudev\\_012855.pdf](http://www.jcu.com.au/business/public/groups/everyone/documents/journal_article/jcudev_012855.pdf) adresinden alınmıŖtır.

GETZ, Donald (2008), Event tourism: [Definition, evolution, and research](#) Tourism Management, 29 (3): 403-428.

HALL, C. M. (2000). Tourism Planning: Policies, Processes, Relationships. Prentice Hall. UK.

İLBAN, M. O. (2007). Destinasyon Pazarlamasında Marka İmajı ve Seyahat Acentalarında Bir AraŖtırma. YayınlanmamıŖ Doktora Tezi. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Balıkesir.

IRSHAD, H. (2011). Impacts Of Community Events And Festivals On Rural Places. Rural Development Division Alberta Agriculture and Rural Development, 9 Aralık 2012 tarihinde [www1.agric.gov.ab.ca/...nsf/all/csi13702](http://www1.agric.gov.ab.ca/...nsf/all/csi13702) adresinden alınmıŖtır.

KARAGÖZ, D. (2006). Etkinlik Turizmi Ve Etkinlik Turizmi Bağlamında Yabancı Ziyaretçi Harcamalarının Ekonomiye Etkisi: Formula 1 2005 Türkiye Grand Prix Örneği. YayınlanmamıŖ Yüksek Lisans Tezi. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. EskiŖehir.

KILIÇ, S. (2007). Destinasyon Pazarlamasında Marka Stratejileri ve Kütahya Örneği. YayınlanmamıŖ Yüksek Lisans Tezi. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Kütahya.

KIZILIRMAK, İ. (2006). Türkiye’de Düzenlenen Yerel Etkinliklerin Turistik Çekicilik Olarak Kullanılmasına Yönelik Bir İnceleme. *Sosyal Bilimler Dergisi*. Sayı: 15, S. 181-196. 8 Ağustos 2012 tarihinde <http://yordam.manas.kg/ekitap/pdf/Manasdergi/sbd/sbd15/sbd-15-14.pdf> adresinden alınmıŖtır.

KİŖİOĐLU, Erdal. (2012), Yerel Etkinliklerin Destinasyon İmajı Açısından



Değerlendirilmesi: Tekirdağ Kent Merkezindeki Paydaşlar Üzerinde Bir Araştırma, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Düzce Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Düzce.

LI, Xiang ve Petrick, James F. (2006), A Review of Festival and Event Motivation Studies, [Event Management](#), 9 (4): 239-245.

MİLL, Robert Christie ve Morrison, Alastair M. (2002) The Tourism System, Kendall/Hunt Publishing Company, Iowa, U.S.A.

ÖZDAMAR, K., Odabaşı, Y., Hoşcan, Y., Bir, A. A., Kırcaali-İftar, G., Özmen, A. ve Uzuner, Y. (1999). Sosyal Bilgiler Öğretmenliği (Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri). 29 Kasım 2012 tarihinde [www.anadolu.edu.tr/aos/kitap/ioltp/2294/unite01.pdf](http://www.anadolu.edu.tr/aos/kitap/ioltp/2294/unite01.pdf) adresinden alınmıştır.

ÖZDEMİR, G. (2007). Destinasyon Yönetim ve Pazarlama Temelleri İzmir İçin Bir Destinasyon Model Önerisi. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

ÖZDEMİR, M. (2010). Nitel Veri Analizi: Sosyal Bilimlerde Yöntembilim Sorunsalı Üzerine Bir Çalışma. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11 (1), 28 Kasım 2012 tarihinde [http://sbd.ogu.edu.tr/makaleler/7133911\\_1\\_Makale\\_14.pdf](http://sbd.ogu.edu.tr/makaleler/7133911_1_Makale_14.pdf) adresinden alınmıştır.

ÖZOĞUL, O. (2011). Seyahat Araçlarının Destinasyon Seçimi ve Destinasyon İmajı Üzerindeki Etkileri. Türkiye Örneği. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. İstanbul.

SELVİ, M.S., Tuncel, A. ve Baş, M. (2011). Kırsal Alandaki Yiyecek-İçecek İşletmelerinde Personel Devirhızı: Akçakoca Örneği. I. Uluslararası IV. Ulusal Eğirdir Turizm Sempozyumu.1-4 Aralık 2011. Isparta. ss. 717-730.

SHAW, Margaret, Susan, Morris. (2000), Hospitality Sales. A Marketing Approach, John Wiley & Sons Inc, Canada.

STOKES, Robyn ve Jago, Leo (2007), Australia's Public Sector Environment For Shaping Event Tourism Strategy, *International Journal of Event Management Research*, 3 (1),

42-53. 20.07.2013 tarihinde <http://www.ijemr.org/docs/Vol3-1/StokesJago.pdf> adresinden alınmıŖtır.

STOKES,R. (2008), Tourism strategy making: Insights to the events tourism domain Original, Tourism Management, 29 (2): 252-262

TEMİZKAN, R. (2005). Turist Rehberlerinin Türkiye İmajını Algılamaları. YayınlanmamıŖ Yüksek Lisans Tezi. Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Hatay.

TİNSLEY, Ross ve Paul Lynch (2001) “Small Tourism Business Networks and Destination Development”, International Journal of Hospitality Management, 20 (4): 367-378.

UÇAK, N. (2000). Sosyal Bilimler ve Kütüphanecilik Alanında Nitel AraŖtırma Yöntemlerinin Kullanımı. 29 Kasım 2012 tarihinde <http://www.unak.org.tr/BilgiDunyasi/gorusler/2000/cilt1/sayi2/255-279.pdf> adresinden alınmıŖtır.

VURAL, C. T. (2008). Sosyal Bilgiler Eğitiminde Yaratıcı Düşünme: Yeni İlköğretim Programı BeŖinci Sınıf Sosyal Bilgiler Öğretiminde Kullanılan Etkinliklerin Yaratıcılığı GeliŖtirmesi Açıısından Değerlendirilmesi. YayınlanmamıŖ Yüksek Lisans Tezi. Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Adana.

WALO, M., Bull, A. ve Breen, H. (1996). Achieving economic benefit at local events: a case study of a local sports event. School of Tourism and Hospitality Management. 8 Aralık 2012 tarihinde

[http://epubs.scu.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=1324&context=tourism\\_pubs&seiredir=...](http://epubs.scu.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=1324&context=tourism_pubs&seiredir=...) adresinden alınmıŖtır

YARAŖLI, G. Y. (2007). Destinasyon İmajı ve Trabzon Yöresine Dönük Bir Çalışma. YayınlanmamıŖ Yüksek Lisans Tezi. BaŖkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

YILDIRIM, A. ve Şimşek, H. (2005). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. Seçkin Yayıncılık. Genişletilmiş 5. Baskı. Ankara.

YILDIRIM, K. (2010). Raising the Quality in Qualitative Research. Gazi Üniversitesi. 29 Kasım 2012 tarihinde [ilkogretim-online.org.tr/vol9say1/v9s1m8.pdf](http://ilkogretim-online.org.tr/vol9say1/v9s1m8.pdf) adresinden alınmıştır.

YILMAZ. M. (2005). Eğitimde Araştırma Yöntemleri: Görüşme. Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü. Ankara. 25 Ağustos 2012 tarihinde

[80.251.40.59/education.ankara.edu.tr/aksoy/eay/myilmaz.doc](http://80.251.40.59/education.ankara.edu.tr/aksoy/eay/myilmaz.doc) adresinden alınmıştır.

YİN. R. K. (2004). COSMOS Corporation. REVISED DRAFT. 1 Haziran 2012 tarihinde <http://www.cosmoscorp.com/Docs/AERAdraft.pdf> adresinden alınmıştır.

<http://www.tekirdag.bel.tr/default.asp?hedef=sayfalar&syf=tek&kay=5>.Erişim Tarihi: 18 Temmuz 2013.

[http://ebeay.files.wordpress.com/2009/09/hafta\\_11\\_gec3a7erlik-gc3bcvenirlik1.pdf](http://ebeay.files.wordpress.com/2009/09/hafta_11_gec3a7erlik-gc3bcvenirlik1.pdf).

Erişim Tarihi: 20 Temmuz 2013.

<http://fenitay.files.wordpress.com/2009/02/13-nitel-arac59ftc4b1mada-gec3a7erlik-ve-gc3bcvenirlik.pdf>, Erişim Tarihi: 20 Temmuz 2013.