

PAPER DETAILS

TITLE: ETKİNLİK TURİZMİNİN ALGILANAN SOSYO-EKONOMİK ETKİLERİNİ BELİRLEMEYE
YÖNELİK İSTANBUL DESTINASYONUNDA BİR ARASTIRMA

AUTHORS: Selma MEYDAN UYGUR,Ayşe ÇELİK

PAGES: 35-50

ORIGINAL PDF URL: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/234850>

ETKİNLİK TURİZMİNİN ALGILANAN SOSYO-EKONOMİK ETKİLERİNİ BELİRLEMeye YÖNELİK İSTANBUL DESTİNASYONUNDA BİR ARAŞTIRMA

Selma MEYDAN UYGUR*, Ayşe ÇELİK**

ÖZET

Etkinlik turizmi, etkinliklerin yapıldığı destinasyonları birçok yönden etkilemektedir. Bu etkiler; ekonomik, sosyo-ekonomik, sosyo-kültürel, fiziksel, politik, turizm ve psikolojik etkilerdir. Araştırma, bir destinasyonda etkinliklerin meydana getirdiği etkilerden sosyo-ekonomik etkilerin belirlenmesini amaçlanmaktadır. İstanbul'un 2010 yılı Avrupa Kültür Başkenti seçilmesinden dolayı araştırmanın evreni İstanbul ilinde faaliyet gösteren A grubu seyahat acentaları ve fuar organizatörleri olarak belirlenmiştir. Araştırmada, Gürsoy, Kim ve Uysal (2004) tarafından etkinliklerin sosyo-ekonomik etkilerinin ölçülmesi için geliştirilen sosyo-ekonomik ölçek kullanılmıştır. Anket yöntemi kullanılarak toplanan verilere güvenilirlik analizi, faktör analizi ve t testi uygulanmıştır. Analizler sonucunda algılanan sosyo-ekonomik etkilere yönelik dört faktör tespit edilmiştir. Bu faktörler; "topluluk bağdaşımı", "ekonomik yarar", "sosyal yarar" ve "sosyal maliyet" faktörleri olarak isimlendirilmiştir. Araştırma sonuçlarının Gürsoy vd. (2004) tarafından ölçeğin geliştirildiği araştırma sonuçları ile paralellik gösterdiği tespit edilmiştir.

Anahtar Sözcükler: *Etkinlik Turizmi, Sosyo-ekonomik Etki, Seyahat Acentası, Fuar Organizatörü*

A RESEARCH ON DETERMINING PERCEIVED SOCIOECONOMIC IMPACTS OF EVENT TOURISM AT DESTINATION OF ISTANBUL

ABSTRACT

Event tourism has effects on destinations that events occur in, in many ways. These impacts are economic, socio-economic, socio-cultural, physical, political, tourism and psychological impacts. This research aims to determine socio-economic impacts of events in a destination. A group travel agencies and fair organizations act in Istanbul city that has been chosen as "European Capital of Culture" for 2010 were determined as research universe. In the study, socio-economic scale that used for collecting data is taken from Gursoy, Kim and Uysal (2004) who were developed the scale in order to measure socio-economic impacts of

* Gazi Üniversitesi, Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Eğitimi Bölümü, Gölbaşı Yerleşkesi, Gölbaşı, Ankara, E-posta: smeydan@gazi.edu.tr

** Erciyes Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, Tınaztepe Kampüsü, Kayseri, E-posta: aysecelik85@gmail.com

events. Reliability analysis, factor analysis and T-test analysis were performed to the data which were collected by way of questionnaires. Four factors that related to perceived socio-economic impacts are determined as findings from the study. These factors are named as respectively "community cohesive", "economic benefit", "social benefit" and "social cost". It is determined that findings of the study are parallel to the results of the Gursay, Kim and Uysal's study based on which socio-economic scale was developed.

Keywords: *Event Tourism, Socioeconomic Impact, Travel Agency, Fair Organization*

GİRİŞ

Kim ve Uysal (2003) ile Gürsoy vd., (2004) etkinliklerin algılanan sosyo-ekonomik etkilerini ölçmek amacıyla bir ölçek geliştirmişler ve ölçeğin farklı destinasyonlarda test edilmesine yönelik çalışmalar yapılmasını önermişlerdir. Ayrıca, Getz (2008: 413) etkinlik turizminin etkilerini belirlemeye yönelik literatürün geliştirilmesinin gerekli olduğunu belirtmiştir. Bu nedenle, İstanbul'da etkinliklerin algılanan sosyo-ekonomik etkilerinin belirlenmesi ve araştırmaya katılan, etkinlik düzenleyen ve düzenlemeyen örneklem grubuna ait verilerle etkilere yönelik algı farklılığının ortaya çıkarılması araştırmanın amacı olarak belirlenmiştir. Araştırmada etkinlik turizminin İstanbul destinasyonu üzerindeki algılanan sosyo-ekonomik etkilerini belirlemek amaçlanmaktadır. Çalışmanın sonucunda elde edilen bulgular doğrultusunda; etkinliklerin olumlu etkilerinin artırılması, olumsuz etkilerinin ise azaltılmasına yönelik olarak işletmelere ve yerel yönetimlere önerilerde bulunmaktadır.

Bu çalışma, etkinliklerin etkilerine yönelik literatürü geliştirmek ve farklı bir destinasyonda elde edilecek sonuçları görmek, bu sonuçları Kim & Uysal (2003) ve Gürsoy vd. (2004)'nin sonuçları ile karşılaştırmak açısından önemli bir çalışmadır. Çalışmada anket yöntemi kullanılarak etkinlik turizminin İstanbul destinasyonu üzerindeki algılanan sosyo-ekonomik etkilerine ilişkin veriler toplanmıştır. Toplanan verilere uygulanan istatistiki analizlerin sonucu olarak etkinlik turizminin sosyo-ekonomik etkilerine (yararlarına) yönelik önerilerde bulunmaktadır.

İnsanlar günümüz hayatının yoğun çalışma yükü, rutin hale gelen yaşam biçimi, olumsuz çevresel etkiler sonucu zarar gören bedensel ve zihinsel sağlığını tekrar kazanma ve düzeltme ihtiyacını hissederler. Getz (1997) etkinlik kavramını "destinasyonların gelişmesini hızlandıran, imaj yaratılmasına ve destinasyonların sahip oldukları turistik çekiciliklerin

Etkinlik Turizminin Algılanan Sosyo-Ekonomik Etkilerini Belirlemeye Yönelik İstanbul Destinasyonunda Bir Araştırma

tanınırlığının artırılmasına katkı sağlayan planlı, organize turistik olaylar ve faaliyetler” ve “etkinliklere katılmak amacıyla doğrudan seyahat edenler ve seyahatleri esnasında etkinliklere katılma eğilimi gösteren turistlerin oluşturduğu pazar bölümü” olarak iki şekilde tanımlanmaktadır. Karaküçük (1997: 21) ise etkinlik kavramını, insanların hem bu ihtiyaçlarını gidermek için hem de zevk alarak kişisel doyum sağlamak amacıyla boş zamanlarında yaptıkları rekreasyonel faaliyetler olarak tanımlamaktadır.

Etkinlikler, rekreasyonel faaliyetleri kapsamaktadır. İnsan yaşamının canlandırılması ve tazelenmesi olarak ifade edilen rekreasyon bireyin yenilenmesi, tatmini ve eğlence için yaptığı uğraşlar olarak da ifade edilmektedir. Dolayısıyla etkinlikler rekreasyonel ihtiyaçların tatmin edilmesine de önemli bir katkı sağlamaktadır (Balcı ve İlhan, 2006: 11–12).

ETKİNLİK TURİZMİ

Etkinlikler, turizm olgusunun en hızlı, eğlenceli ve canlı unsurlarından biridir. Destinasyonların diğer tüm çekiciliklerinden farklı olarak etkinliklerin en temel çekiciliği zaman sınırlılığı ve benzersizliğidir. Buna ek olarak, etkinlikler günlük yaşamda karşılaşılmayan farklı bir heyecan ortamı sunmaktadır. Etkinlikler, planlı veya plansız, periyodik veya belirli bir zamanda gerçekleşeler de tüm etkinlikler sınırlı bir zamana sahiptir. Bu zaman sınırlılığı etkinliklerin en temel çekiciliğidir. Etkinlikler, katılımcı profili, yönetimi, organizasyon yapısı, etkinliğin yapıldığı zaman ve etkinliğin geçici olması gibi özellikler, etkinliklerin benzersiz olmasını sağlamaktadır (Getz, 1997).

Turistler planlanmış etkinliklere katılmak aynı zamanda da gidilen destinasyonu tanımak isterler. Bu nedenle, etkinlik turizmi turistik destinasyonların tanıtımına yardımcı olmakta ve destinasyon yönetim organizasyonları tarafından destinasyonların pazarlanmasında tercih edilmektedir (Getz, 2008: 403).

Etkinlikleri büyüklüklerine ve içeriklerine göre sınıflandırmak mümkündür (Allen, O’toole, Harris ve McDonnell, 2002: 11; Van Der Wagen, 2001: 4). Etkinlikler büyüklüklerine göre; (a) mega etkinlikler, (b) büyük etkinlikler, (c) bölgesel etkinlikler ve (d) yöresel etkinlikler olarak dört grupta ele alınmaktadır. İçeriklerine göre etkinlikler ise (a) festivaller, (b) spor etkinlikleri, (c) toplantı, teşvik, kongre, sergi (MICE) ve (d) iş etkinlikleri şeklinde sınıflandırılmaktadır (Allen, vd., 2002: 11). Getz (2008: 404); etkinlikleri üç grupta ele almaktadır. Birinci grupta, kültürel kutlamalar, politik etkinlikler, sanat ve eğlence etkinlikleri yer almakta

iken ikinci grupta ticaret etkinlikleri, eğitim ve bilimsel etkinlikler, üçüncü grupta da spor etkinlikleri, rekreasyonel etkinlikler ve özel etkinlikler yer almaktadır.

Her bir etkinlik büyük bir çabayı bünyesinde barındırır. Çünkü etkinlik demek, etkinlik planlayıcıları, etkinlik katılımcıları ve bu iki grup arasında iletişimi sağlayan sistemin muhteşem uyumu anlamına gelmektedir. Hiçbir etkinlik birbirine benzememekte ve her bir etkinlik katılımcılara farklı deneyimler kazandırmaktadır. Etkinliğin gerçekleştiği destinasyonda bulunmak, o atmosferi paylaşmak, orada bulunmuş olduğunu söylemek turistleri motive eden en önemli faktörlerdir. Söz konusu etkinliğe katılım gösterilmemesi durumunda ise turistler için kaçırılmış bir fırsat olarak değerlendirilmektedir (Getz, 2008: 404). Van Der Wagen (2001)'e göre etkinlikler; (a) Katılımcılara unutulmaz deneyim kazandırır, (b) Planlanması ve organizasyonu maliyet gerektirir, (c) Genellikle kısa bir zaman için hazırlanır, (d) Uzun ve dikkatli planlama stratejisinin uygulanmasını gerektirir, (e) Genellikle yılda bir kez gerçekleşir, (f) Yüksek seviyede risk taşır ve bu riskler genellikle maliyet ve güvenlik riskleridir, (g) Birçok grubun bir arada çalışmasını gerektirir.

Etkinlikler destinasyona ilave bir çekicilik unsuru eklemekle birlikte turizmin sürdürülebilir bir hal almasını da sağlamaktadır. Bu bağlamda etkinlik turizminin destinasyona sağladığı faydalar aşağıdaki gibi sıralanabilir (Karagöz, 2006: 7); (a) Turizm sezonunu uzatmak ve turizmi çeşitlendirmek, (b) Turizm talebinin ülke içindeki farklı destinasyonlar arasında eşit dağılımını sağlamak, (c) Bölgelere yeni gelir kaynakları sağlamak, (d) Destinasyonların çekiciliğini ve farkındalığını arttırmak, (e) Yeni altyapı ve hizmetlerin oluşturulması ya da mevcut hizmetlerin ve alt yapının geliştirilmesi için harekete geçirici bir etken olmak, (f) Destinasyona medyanın ilgisini çekmek, (g) Güçlü ve aktif imajlar oluşturarak ve kültürel temalar yaratarak destinasyon markalamasına yardımcı olmak, (h) Tek bir seyahatin yeterli olduğunu düşünen insanları, tekrar ziyaretler için teşvik etmektir. Dolayısıyla etkinliklerin destinasyonlara birçok açıdan katkısı olduğunu söylemek mümkündür.

ETKİNLİK TURİZMİNİN ETKİLERİ

Mathieson ve Wall (1993)'a göre turizmin etkileri ekonomik, fiziksel, sosyal olarak üç kategoriye ayrılmıştır. Kim ve Uysal (2003: 162) turizmin etkilerine yönelik yapılan araştırmaların, 1960'lı yıllarda etkilerin olumlu yönlerine yönelik çalışmalar yapıldığını, 1970'li yıllarda olumsuz yönlerine, 1980'li ve 1990'lı yıllarda ise etkilerin daha çok olumlu ve olumsuz yönlerine dengeli bir biçimde yaklaşıldığını belirtmiştir.

Etkinlik Turizminin Algılanan Sosyo-Ekonomik Etkilerini Belirlemeye Yönelik İstanbul Destinasyonunda Bir Araştırma

Etkinlik turizminin destinasyon üzerinde birçok etkisi mevcuttur. Bunlar; sosyal ve kültürel etkiler (Ritchie, 1984; Hall, 2000; Allen vd., 2002; Waitt, 2003), sosyo-ekonomik etkiler (Allen vd., 2002; Hall, 2000; Kim, Uysal, 2003; Gürsoy vd., 2004; Getz, 2008), fiziksel ve çevresel etkiler (Ritchie, 1984; Getz, 2008; Collins vd., 2009), politik etkiler (Hall, 2000; Allen vd., 2002), turizm etkileri (Hall, 2000; Allen vd., 2002; Pennington-Gray ve Holdnak, 2002; Raj ve Morpeth, 2006; Getz, 2008;) ve psikolojik etkilerdir (Ritchie, 1984). Söz konusu etkiler, etkinliklerin düzenlendiği bütün destinasyonlarda görülmekte ancak, etkilerin yönü ve derecesi destinasyonun ve etkinliğin özelliğine göre değişebilmektedir.

Ritchie ve Beliveau (1974)'nin çalışmaları etkinlik turizmi kapsamında Kuzey Amerika'da yapılan ilk çalışmalardan biridir. Çalışmada Quebec Karnavalının 1962-1974 yılları itibari ile katılımcıların harcamalarına dayanarak; etkinliklerin ekonomik etkileri, destinasyonun uluslararası alanda tanınma durumu, ülkeye katkısı ve mevsimselliğe olan etkileri incelenmiştir. Çalışmada sosyolojik açıdan ise Quebec Karnavalının ev sahibi destinasyondaki halkın davranış ve yaşayış tarzını değiştirdiği sonucuna ulaşılmıştır. Bu çalışma uzun dönemi kapsayan etkinlik turizminin ekonomik ve sosyal etkisini Kuzey Amerika'da belirleyen ilk çalışma olması açısından da önemlidir.

1970'li yıllarda yapılan çalışmalarda genellikle etkinliklerin ekonomik etkilerine yer verilmiştir. Bunun yanında sosyal etkileri de incelenmiş ancak etkinliklerin sosyolojik etkilerinin ölçülebileceği bir ölçek geliştirilememiştir. Della Bitta, Loudon, Booth ve Weeks (1978) Amerika'nın New York Eyaletine bağlı Rhode Island'daki "Tall Ships" etkinliğinin ekonomik etkisini ölçmüş bunun yanında sosyolojik etkisine de değinmiştir.

Ritchie'nin (1984) çalışması bu dönemden sonra yapılacak çalışmalara yol gösterici olmuştur. Bu çalışmada etkinlik turizminin etkilerini bu döneme kadar en detaylı şekilde ortaya koyan araştırmadır. Ritchie (1984) etkinliklerin altı tür etkileri üzerinde durmuştur, bunlar; ekonomik etki, turizm ve ticari etki, fiziksel etki, sosyo-kültürel etki, psikolojik etki ve politik etkidir. Bunların yanında çalışmada veri toplamadaki zorluklar ve verilerin yorumlanması yönündeki zorluklar da dile getirilmiştir.

Burns, Hatch ve Mules (1986) çalışmaları ile Grand Prix'in etkisini incelemişlerdir. Adelaide Grand Prix'in sosyal etkisinin; trafik problemi, trafikten dolayı zaman kaybı, binaların tahribatı, araç hırsızlığı, gürültü ve

trafik kazaları ve buna karşılık sosyal kazancının ise etkinliğe ev sahipliği yapan destinasyonun ön plana çıkması, prestij kazanması sonucuna ulaşılmıştır. Allen vd. (2002) etkinlikleri sosyo-ekonomik ve kültürel etkileri olumlu ve olumsuz olmak üzere iki gruba ayırmıştır. Olumlu etkiler: (a) deneyimlerin paylaşılması, (b) geleneklere tekrar hayat kazandırılması, (c) toplumsal onurun oluşturulması, (d) toplumsal grupların onaylanması, (e) katılımların artması, (f) yeni fikirlerin oluşması (g) kültürel deneyimlerin artması iken olumsuz etkiler olarak: (a) toplumsal yabancılaşma, (b) olumsuz topluluk imajı, (c) sosyal huzurun kaybolması maddeleri sıralanmıştır.

Gürsoy, Kim ve Uysal (2004) tarafından yapılan çalışmada festival ve özel etkinliklerin yerel toplumlar üzerindeki etkisine yönelik etkinlik organizatörlerinin algılarının ölçülmesi için geçerli bir ölçeğin geliştirilmesi araştırmanın temel amacı olarak sunulmuştur. Araştırmada literatüre dayalı olarak 17 maddelik bir ölçek geliştirilmiştir. Doğrulayıcı faktör analizi uygulanan verilerin sonucunda organizatörlerin etkinliklerin yerel halk üzerinde sosyo-ekonomik etkilerinin algılanmasında dört boyut ortaya çıkmıştır. Bunlar; topluluk bağdaşımı, ekonomik yarar, sosyal yarar ve sosyal maliyettir. Gürsoy vd. (2004) yaptıkları araştırmanın sonucu olarak geliştirdikleri ölçeğin kabul edilebilir düzeyde ve geçerli olduğu kanaatine ulaşılmıştır.

ÇALIŞMANIN YÖNTEMİ

Araştırmanın evreni, uluslararası bir turizm destinasyonu olan İstanbul'da faaliyet gösteren A grubu seyahat acentası ve fuar organizatörleridir. İstanbul'da 1741 adet A grubu seyahat acentası bulunmaktadır (www.tursab.org.tr, 2009). Örneklem hesaplama formülü ile hesaplama yapılmış ve örneklem 314 olarak hesaplanmıştır. Ayrıca etkinlik organize eden kuruluşların algılarını ölçmek için araştırma kapsamına fuar organizatörleri de dahil edilmiştir. İstanbul'da faaliyet gösteren 89 adet kongre ve fuar organizatörü bulunmaktadır (www.fuarplus.com, 2009). Örneklem hesaplama formülü ile örneklem sayısı 72 olarak hesaplanmıştır.

Araştırmada veri toplama sürecinde anket yöntemi kullanılmıştır. Ankette Gürsoy, Uysal ve Kim (2004) tarafından etkinliklerin sosyo-ekonomik etkilerini ölçmek için geliştirilen ölçek kullanılmıştır. Öncelikle, ölçek Türkçeye çevrilmiş ve çeviriye yönelik uzman görüşü niteliğinde akademisyenlerden oluşan bir gruba sunulmuştur. Gerekli düzeltmeler yapıldıktan sonra 50 kişilik bir gruba ön test yapılmış ve güvenilirlik düzeyinin uygun çıkması ile ölçeğin hedef gruba uygulanmasına karar

Etkinlik Turizminin Algılanan Sosyo-Ekonomik Etkilerini Belirlemeye Yönelik İstanbul Destinasyonunda Bir Araştırma

verilmiştir. Ölçek 18 maddeden oluşmaktadır ve önermelerde likert tipi 5'li ölçek kullanılmıştır (1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Karasızım, 4=Katılıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum). Ankette beş adet demografik özellikleri ölçmeye yönelik sorular, dokuz adet organizasyonel kapasiteyi belirlemeye yönelik soru bulunmaktadır.

Etkinlik turizminin algılanan sosyo-ekonomik etkilerinin belirlenmesine yönelik anket 15 Nisan - 5 Haziran 2009 tarihleri arasında İstanbul'da uygulanmıştır. Anket formu 500 adet çoğaltılmış ve çoğaltılan anket formları İstanbul'da bulunan A grubu seyahat acentaları ve fuar organizatörleri çalışanları ile yüz yüze anket yöntemi ile uygulanmıştır. Ayrıca e-posta, çevrimiçi anket yolu ve telefon ile de anketler cevaplandırılmıştır. Toplamda 402 anket toplanmış, 12 adedi kullanılamaz olduğundan dolayı analize dahil edilmemiştir. Elde edilen anketlerin 390 (316 adet A grubu seyahat acentası, 74 adet fuar organizatörü) adedinin kullanılabilir olduğu tespit edilmiş, istatistiki analiz sürecine geçilmiştir.

Araştırmada, öncelikle etkinliklerin sosyo-ekonomik etkileri ifadelerine ilişkin güvenilirlik analizi yapılmış ve faktör analizi uygulanmıştır. Faktör analizi sonucunda ölçekte yer alan ifadeler "Topluluk Bağdaşımı", "Sosyal Maliyet", "Ekonomik Yarar" ve "Sosyal Yarar" faktörleri altında toplanmıştır. Seyahat acentaları ve fuar organizatörleri arasındaki algı farkını görebilmek için t testi yapılmıştır.

ÇALIŞMANIN BULGULARI

Araştırmaya katılan 316 adet A grubu seyahat acentası ve 74 adet fuar organizatörüne ait veriler Tablo 1'de bulunmaktadır. Araştırmaya katılanların %50,8'i erkek, %49,2'si kadındır. Lisans eğitim derecesine sahip olanlar (%41,5), ortalama yaş aralığı 23-27 (%28,7) araştırmaya katılanların çoğunluğunu oluşturmaktadır. Araştırmaya katılanların %81'ini A grubu seyahat acentaları, %19'unu ise fuar organizatörleri oluşturmaktadır. Araştırmaya katılanların % 19'u etkinlik düzenlemekte, %81'i ise etkinlik düzenlememektedir. Etkinlik düzenleyen işletmeler ortalama 8 etkinlik düzenlemekte ve 30 adet tam zamanlı çalışana istihdam sağlamaktadırlar.

Ankette, etkinlik turizminin algılanan sosyo-ekonomik etkilerine yönelik 18 madde bulunmaktadır. Bu ifadeleri belirli sayıda faktöre indirgemek için ifade grubuna faktör analizi yapılmıştır.

Tablo 1: Araştırmaya Katılanlara Ait Veriler (n=390)

Değişkenler	Yüzde (%)
Cinsiyet	
Erkek	50,8
Kadın	49,2
Ortalama öğrenim durumu	
Lisans	41,5
Ortalama yaş aralığı	
23-27	28,7
Araştırmaya Katılan İşletme Türleri	
Seyahat Acentası	81
Fuar Organizatörü	19
Etkinlik Organize Etme Durumları	
Evet	19
Hayır	81
Düzenlenen Etkinlik Sayısı Aralığı	8 Etkinlik
Ortalama Çalışan Sayısı Aralığı	30 Tam Zamanlı Çalışan

Etkinlik turizminin sosyo-ekonomik etkilerine yönelik faktör analizinde "varimax" yöntemi yoluyla ölçeğin faktör yapısı oluşturulmuş, özdeğeri 1'den büyük olan dört faktör bulunmuştur. Özdeğeri 1'den büyük olan faktörler toplam varyansın %65,723'ini açıklamaktadır. Her bir değişkenin toplam çözüme katkı sağlayıp sağlamadığı veya önerilen çözüm üzerinde bozucu etkiye sahip olup olmadığının incelenmesi amacıyla Anti-image korelasyon matrisi incelenmiştir. 0,5'ten küçük köşegen değerine sahip olan "etkinlikler şehir projelerine ekonomik kaynak sağlar" maddesi analizden çıkartılmıştır. Analizden bir maddenin çıkartılması ile kalan 17 madde tekrar analize tabi tutulmuştur. Yeniden yapılan faktör analizi sonucunda özdeğeri 1'den büyük olan faktörler toplam varyansının %66,37'sini açıklamaktadır. Anti-image korelasyon matrisinde 0,5'ten küçük değere sahip olan "etkinlikler destinasyonların kültür ve miras kaynaklarının korunmasına yardımcı olur" adlı madde analizden çıkartılmıştır ve 16 madde ile tekrar faktör analizi yapılmıştır. Analiz sonucunda bütün maddeler dört faktör altında toplamıştır. Özdeğeri 1'den büyük olan faktörler toplam varyansın %63,323'ünü açıklamaktadır. Açıklanan varyans seviyesinin %60'tan az olmaması arzu edilmekte olup ayrıca asgari olarak %50 açıklanan varyans değeri kabul edilmektedir (Altunışık, Coşkun, Bayraktaroğlu ve Yıldırım, 2007: 233). Bu nedenle %63,323 açıklanan varyans değeri uygundur. KMO testi 0,822 olarak bulunmuştur. KMO oranının 0,5'in üzerinde olması gerekir. 0,5'in altındaki değerler faktör analizinin söz konusu veri seti için uygun olmadığını göstermektedir (Altunışık vd., 2007: 226). Barlett testi anlamlıdır (anlamlılık değeri %0'dır), değişkenler arasında yüksek

Etkinlik Turizminin Algılanan Sosyo-Ekonomik Etkilerini Belirlemeye Yönelik İstanbul Destinasyonunda Bir Araştırma

korelasyon vardır, dolayısı ile veri seti faktör analizi için uygundur. Verilerin kendi içinde iç tutarlılığının olup olmadığını belirlemek amacıyla güvenirlik analizi yapılmış ve güvenirlik katsayısı (Cronbach's Alpha) 0,802 olarak bulunmuştur. Güvenirlik katsayısı 0,6'dan yüksek olmalıdır, cronbach's alpha sayısının 0,802 olması kullanılan ölçeğin güvenilir olduğunu göstermektedir.

Faktör analizi ile belirlenen dört faktörün içerdiği değişkenlerin kolay tanımlanabilmesi amacıyla faktör döndürme sonuçlarından faktörlerin içerikleri belirlenmiştir. Bu faktörler ve faktör yükleri Tablo 2'de belirtilmiştir. İçerdiği ifadelerden dolayı "Topluluk Bağdaşımı" olarak adlandırılan birinci faktör diğer faktörler içerisinde en yüksek varyansa sahiptir. Bu faktör toplam varyansın %18,939'unu açıklamaktadır. Birinci faktör; "yerel halkta kendine güven duygusunun oluşumuna katkı sağlar", "yerel kimliğin korunmasına yardımcı olur", "yerel halkta aidiyet duygusunu oluşturur", "yaşam standartlarının yükselmesine yardımcı olur", "yerel kültürün korunmasına yardımcı olur" olmak üzere 5 değişkenden oluşmaktadır. Faktör yükleri bakımından "yerel halkta kendine güven duygusunun oluşumuna katkı sağlar" maddesi en yüksek değere sahiptir (0,768).

İkinci faktör içerdiği ifadeler bakımından "Sosyal Maliyet" olarak adlandırılmıştır. Bu faktör toplam varyansın %15,172'sini açıklamaktadır. Sosyal maliyet faktörünü oluşturan değişkenler; "kamusal şehir hizmetlerinde karışıklığa sebep olur (ulaşım vs)", "suç oranını artırır", "trafik yoğunluğunu artırır", "yerel halk ile turistlerin kaynaşmasını sağlar" olmak üzere dört değişkenden oluşmaktadır. Değişkenlerin faktör yükleri bakımından "kamusal şehir hizmetlerinde karışıklığa sebep olur (ulaşım vs)" değişkeni en yüksek değere sahiptir (0,820).

Üçüncü faktör içerdiği değişkenler bakımından "Ekonomik Yarar" olarak adlandırılmıştır. Bu faktör toplam varyansın %14,751'ini açıklamaktadır. Ekonomik yarar faktörünü oluşturan değişkenler; "alışveriş olanaklarını artırır", "istihdam olanaklarını artırır", "işletmeleri yeni aktiviteler oluşturma konusunda cesaretlendirir" olmak üzere üç değişkenden oluşmaktadır. Değişkenler arasında faktör yükü bakımından en yüksek değere sahip değişken "alışveriş olanaklarını artırır" değişkenidir (0,832).

Dördüncü faktör içerdiği değişkenler bakımından "Sosyal Yarar" olarak adlandırılmıştır. Sosyal yarar faktörü toplam varyansın %14,462'sini açıklamaktadır. Bu faktörü oluşturan değişkenler; "aile odaklı rekreasyonel aktiviteler sunar", "rekreasyonel fırsatlar sağlar",

“topluluk (halk) imajını güçlendirir”, “eğiticidir - farkındalık yaratır” olmak üzere dört değişkenden oluşmaktadır. Değişkenlerin faktör yükleri bakımından “aile odaklı rekreasyonel aktiviteler sunar” değişkeni en yüksek faktör yüküne sahiptir (0,765).

Tablo 2: Etkinlik Turizminin Algılanan Sosyo-Ekonomik Etkilerine Yönelik Faktör Analizi Sonuçları

Faktörler	Özdeğer	Varyans Oranı	Birikimli Varyans Oranı	Faktör Yükleri
Topluluk Bağdaşımı	5,315	18,939	18,936	
Yerel halkta kendine güven duygusunun oluşumuna katkı sağlar.				,768
Yerel kimliğin korunmasına yardımcı olur.				,722
Yerel halkta aidiyet duygusunu oluşturur.				,711
Yaşam standartlarının yükselmesine yardımcı olur.				,698
Yerel kültürün korunmasına yardımcı olur.				,686
Sosyal Maliyet	2,551	15,172	34,111	
Kamusal şehir hizmetlerinde karışıklığa sebep olur (ulaşım vs).				,820
Suç oranını artırır.				,797
Trafik yoğunluğunu artırır.				,625
Yerel halk ile turistlerin karşılaşmasını sağlar.				,471
Ekonomik Yarar	1,253	14,751	48,861	
Alışveriş olanaklarını artırır				,832
İstihdam olanaklarını artırır.				,707
İşletmeleri yeni aktiviteler oluşturma konusunda cesaretlendirir.				,633
Sosyal Yarar	1,012	14,462	63,323	
Aile odaklı rekreasyonel aktiviteler sunar.				,765
Eğiticidir – farkındalık yaratır.				,759
Rekreasyonel fırsatlar sağlar.				,668
Topluluk (halk) imajını güçlendirir.				,455

Genel olarak faktörler değerlendirildiğinde birinci, üçüncü ve dördüncü faktörler etkinliklerin olumlu etkilerini (yarar) göstermektedir. İkinci faktör ise etkinliklerin olumsuz etkisini (maliyet) ön plana çıkarmaktadır.

Etkinliklerin sosyo-ekonomik etkilerine yönelik ankette 18 ifade yer almıştır ve faktör analizi sonucunda iki madde çıkarılmış ve ifadeler dört faktör altında toplanmıştır. Çıkan faktörler Kim ve Uysal (2003) ve Gürsoy, Kim ve Uysal (2004)'ün çalışmalarında elde ettikleri faktörler ile paralellik göstermektedir. Kim ve Uysal (2003) tarafından etkinliklerin sosyo-ekonomik etkilerine yönelik yapılan çalışmada topluluk bağdaşımı olarak isimlendirilen faktörün altında en çok yükü alan maddeler “topluluk imajı oluşturma (,783)”; ekonomik yarar faktöründe “işletmeleri

**Etkinlik Turizminin Algılanan Sosyo-Ekonomik Etkilerini Belirlemeye
Yönelik İstanbul Destinasyonunda Bir Araştırma**

yeni aktiviteler oluşturma konusunda cesaretlendirir (,837)"; sosyal maliyet faktöründe "trafik yoğunluğunu artırır (,855); sosyal yarar faktöründe "rekreasyonel fırsatlar sunar (,695) maddeleri en yüksek faktör yüküne sahiptir. Araştırmacılar tarafından yapılan araştırma sonuçları Tablo 2'de verilmiştir. Buna göre topluluk bağdaşımı; yerel halkta kendine güven duygusunun oluşumuna katkı sağlar (,768), sosyal maliyet; kamusal şehir hizmetlerinde karışıklığa sebep olur (,820), ekonomik yarar; alışveriş olanaklarını artırır (,832), sosyal yarar; eğitici-dir-farkındalık yaratır (,759) ifadeleri en yüksek faktör yüklerine sahiptir. Genel olarak karşılaştırılan iki çalışmada da faktör sonuçları aynıdır ancak ifadelerin yükleri arasında farklılıklar mevcuttur.

Tablo 3: Algılanan Sosyo-Ekonomik Etkilere İlişkin Faktörlerin Araştırmaya Katılanların Bağlı Oldukları Kuruma Göre Karşılaştırması

Faktörler	Ortalama ($\bar{X}$)		t	Anamlılık Düzeyi (p)
	Seyahat Acentası	Fuar Organizatörü		
Topluluk Bağdaşımı	3,9014	3,7973	1,563	,212
Sosyal Maliyet	3,4710	2,5541	87,957	,000
Ekonomik Yarar	4,1551	4,6036	31,158	,000
Sosyal Yarar	4,1287	4,0980	,150	,699

Tablo 3'te araştırmaya katılanların etkinlik turizminin sosyo-ekonomik etkilerine yönelik görüşlerine göre çalıştıkları kurum arasında farklılığın olup olmadığı test edilmektedir. Tablo 3'te görüldüğü üzere "Topluluk Bağdaşımı (0,212)" ve "Sosyal Yarar (0,699)" faktörleri anlamlı farklılık göstermemektedir ($p > 0,05$). "Sosyal Maliyet (,000)" ve "Ekonomik Yarar (,000)" faktörleri ise 0,05 anlamlılık değerinden küçüktür. Bu nedenle araştırmaya katılanların çalıştıkları kuruma göre etkinlik turizminin algılanan sosyo-ekonomik etkileri sosyal maliyet ve ekonomik yarar faktörleri bağlamında anlamlı bir farklılık göstermektedir (ekonomik yarar: (p) 0,000; sosyal maliyet: (p) 0,000). Aritmetik ortalamalar dikkate alındığında seyahat acentalarının etkinlik turizminin sosyal maliyet boyutuna yönelik algılamalarının fuar organizatörlerinin algılamalarına göre daha yüksek olduğu görülebilmektedir (3,47 > 2,55). Ekonomik yarar boyutuna yönelik algılamaların aritmetik ortalamaları dikkate alındığında fuar organizatörlerinin seyahat acentalarına göre algılarının daha yüksek olduğu diğer bir deyişle daha yüksek katılım gösterdiği görülmektedir (4,60 > 4,15).

SONUÇ

Gürsoy vd., (2004) araştırmalarında topluluk bağdaşımı faktöründe yer alan "şehir projelerine ekonomik kaynak sağlar" ifadesi yapılan araştırmada yeterli anlamlılık düzeyine sahip olmamasından dolayı analizden çıkartılmıştır.

Gürsoy vd.'nin (2004) araştırmalarında "yaşam standartlarının yükselmesini sağlar" ifadesi ekonomik yarar faktöründe yer almıştır. Yapılan bu araştırmada ise topluluk bağdaşımında yer almaktadır. Dolayısı ile etkinliklerden sağlanan kaynaklar halkın ortak kullanım alanlarında kullanılmakta ve topluluk ile bağdaşım kurduğu düşünülmektedir.

Yapılan araştırmada "eğitici-dir-farkındalık yaratır" ifadesi sosyal yarar faktöründe yer almıştır. Gürsoy vd. (2004) 'nin araştırmalarında ise "eğitici-dir-farkındalık yaratır" ifadesi yeterli anlamlılık düzeyine sahip olmamasından dolayı analizden çıkartılmıştır. Bu bağlamda etkinliklerin eğitici olma ve farkındalık yaratma rolü yapılan araştırmaya katılanlar tarafından anlamlı bulunmamıştır.

Yapılan araştırmada sosyal maliyet faktörü Gürsoy vd. (2004)'nin araştırmalarında elde ettikleri ifadelerle paralellik göstermekte ancak, Gürsoy vd. (2004)'nin çalışmasında yeterli anlamlılık düzeyine sahip olmamasından dolayı analizden çıkartılan "suç oranını arttırır" ifadesi yapılan bu araştırmada 0,797 faktör yükü elde etmiştir. Çalışmanın önemli diğer bir bulgusu ise "yerel halk ile turistlerin karşılaşmasını sağlar" ifadesinin sosyal maliyet faktörü altında yer almasıdır.

Etkinlik turizminin destinasyonlar üzerindeki olumlu etkilerini geliştirmeye yönelik öneriler:

- **Topluluk Bağdaşımı:** Etkinlik planlamasında turistik destinasyon kültürü ön plana çıkarılmalıdır. Etkinliğin hedefine ulaşmasını sağlamak için yerel halkı etkinliklere dahil etmek gerekmektedir.
- **Ekonomik Yarar:** Destinasyonların etkinliklere ev sahipliği yapması durumunda etkinlikler destinasyona ekonomik yarar sağlayabilir. Bu yararlar alışveriş olanaklarının artması, istihdam olanaklarının atması ve yeni aktivitelerin ortaya çıkması şeklinde gerçekleşebilir. Ekonomik yararın en üst seviyede sağlanabilmesi için eğitilmiş işgücü çalıştırılmalı ve hizmet içi eğitime önem verilmelidir.
- **Sosyal Yarar:** Etkinlikler, yerel halkın ve turistlerin hoş vakit geçirmeleri amacıyla planlanmalıdır. Bunun yanında toplumu

Etkinlik Turizminin Algılanan Sosyo-Ekonomik Etkilerini Belirlemeye Yönelik İstanbul Destinasyonunda Bir Araştırma

eğitici, geliştirici, rekreasyonel fırsatlar sunucu ve toplumun bir arada bulunmasını sağlayıcı amaçlar hedeflenmelidir.

Etkinlik turizminin destinasyonlar üzerindeki olumsuz etkilerini azaltmaya yönelik öneriler:

- **Sosyal Maliyet:** Etkinliklerin olumlu etkilerinin yanında olumsuz etkileri de mevcuttur. Etkinliklerin düzenlendiği dönemlerde destinasyonların taşıma kapasiteleri aşılabılır ve yetersiz kalabilir. Taşıma kapasitesinin aşılması destinasyonda trafik yoğunluğunun artması, suç oranının artması, kamusal şehir hizmetlerinde karışıklığın yaşanması gibi sorunların ortaya çıkmasına sebep olabilir. Ayrıca yerel halk ile turistlerin eletişim ve etkileşimleri sırasında da olumsuzluklar yaşanabilir. Söz konusu olumsuz etkilerden destinasyonun en az düzeyde etkilenmesini sağlamak için destinasyonda yapılacak turistik etkinliklerin destinasyonun taşıma kapasitesi ile orantılı olup kapasiteyi zorlamaması gerekmektedir.
- **Toplumun Etkinlik Turizmine Direnmesi:** Toplumun henüz turizme hazır olmaması, farklı kültürden gelen turistlerle kültürel etkileşimde bulunamaması etkinliklerin hedefine ulaşmasını engelleyebilir. Bu sorunların aşılabilmesi için öncelikle yapılan ve yapılacak olan tüm etkinliklerde yerel halkın gönüllülük esasına dayalı olarak katılımının teşvik edilmesi, organizasyonlarda küçük çaplı da olsa görevler verilmesi halkın etkinliklere bakış açılarının değişmesine katkı sağlayabilir.
- **Otantikliğin Kaybolması:** Planlamanın yapılmaması ve uygulamadan kaynaklanan hatalar otantikliğin kaybolmasına neden olabilir. Etkinlik planlarken sürdürülebilir gelişme modeline uygun planlama çalışmaları yapılmalıdır.

Mevcut durumda seyahat acentaları etkinlik düzenlememektedir. Ancak etkinlik pazarı oldukça gelişen bir pazardır. Seyahat acentaları ürün portföyünde etkinliklere yer vermelidir.

Yurtiçinde bulunan çeşitli etkinliklere yönelik seyahat ürünleri oluşturulmalıdır. Türkiye’de yiyecek içecek, kültür, müzik, eğlence ve spor konulu birçok etkinlik yapılmaktadır. Seyahat acentaları etkinliklerin düzenlendikleri bölgelere yönelik pazar araştırmaları yapıp turistik ürünün diğer bileşenlerini bir araya getirerek etkinlik temalı paket turlar oluşturabilir.

Yurtdışında büyük bir pazar olan etkinlik turizmi, yerel, bölgesel ve ulusal boyutların da ötesinde uluslar arası bir boyut kazanmıştır. Buna yönelik olarak seyahat acentaları yurtdışında bulunan ve hedef pazarına yönelik etkinlikler doğrultusunda pazar araştırması yaparak etkinlik ürünlerini çeşitlendirebilirler.

Fuar organizatörleri düzenledikleri etkinlikleri planlamalı ve etkinliklerin katılımcı ve ziyaretçi profillerini etkinliği faaliyete geçirmeden önce tahmin edilerek gerekli hizmetleri sunmalıdır. Fuar organizatörleri yerel yönetimle iletişim ve koordinasyon içerisinde olmalıdır. Bu doğrultuda çalışmanın sosyal ve ekonomik maliyet faktörleri kontrol altına alınmış olacaktır. Bir etkinliğin düzenlenmesinde taraf olan kişi, grup ve kurumların tamamının olumsuz etkilerin ortaya çıkmasını önlemek için üzerlerine düşen görevleri harfiyen yerine getirmelidirler.

Yerel yönetimler söz konusu bölgede yaşayan insanların önemli günlerde çeşitli etkinlikler düzenleyerek bir araya gelmelerini sağlamalıdır. Yerel yönetimlerin bu hizmetleri daha iyi verebilmeleri için etkinlik uzmanları tarafından etkinlik planlama, organize etme, yeni fikirler oluşturma konularında danışmanlık veya uzmanlık hizmeti alınabilir. Bu doğrultuda yapılacak çalışmalar, etkinlik turizminin gelişmesini sağlayabilecektir. Bu çalışma kapsamında, yerel yönetimlerin de araştırmaya katılması istenmiş ancak araştırma yapılan destinasyonda hiçbir yerel yönetimden olumlu yanıt alınamamıştır.

Çalışmada etkinlik turizminin sosyo-ekonomik etkileri incelenmiş olup zaman ve kaynak kısıtlılığı nedeniyle etkinliklerin diğer etkileri olan ekonomik, politik, fiziksel ve çevresel etkileri incelenememiştir. Etkinlik turizmine yönelik çalışmaların genişletilmesi adına etkinlik turizminin ekonomik, politik, fiziksel ve çevresel etkileri incelenebilir. Ayrıca, araştırma grubu olarak yerel halk ve turistler ele alınarak araştırma yapılabilir ve elde edilen sonuçlar bu ve diğer araştırmalarla karşılaştırılabilir.

KAYNAKÇA

- Allen, J., O'toole, W., Harris, R. & McDonnell, I. (2002). Festival and Special Event Management, Third Edition, Sydney.
- Altunışık, R., Coşkun R., Bayraktaroğlu, S. & Yıldırım, E. (2007). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamaları, 5. Baskı. İstanbul: SakaryaYayıncılık.
- Balcı, V. & İlhan, A. (2006). Türkiye'deki Üniversite Öğrencilerinin Rekreatif Etkinliklere Katılım Düzeylerinin Belirlenmesi. Spormetre Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi, 2006, 4(1), 11-18.

**Etkinlik Turizminin Algılanan Sosyo-Ekonomik Etkilerini Belirlemeye
Yönelik İstanbul Destinasyonunda Bir Araştırma**

- Burns, J., Hatch, J. & Mules, T. (1986). The Adelaide Grand Prix: The Impact of a Special Event. Adelaide: The Centre for South Australian Economic Studies.
- Collins, A., Jones, C. & Munday, M. (2009). Assessing the Environmental Impacts of Mega Sporting Events: Two Options? (Article in Pres). *Tourism Management*, 30(6), 828-837.
- Della Bitta, A., Loudon, D., Booth, G. & Weeks, R. (1978). Estimating The Economic Impact Of A Short-Term Tourist Event. *Journal of Travel Research*, 16, 10-15.
- Getz, D. (1997). *Event Management and Event Tourism*, 1st Edition. New York: Cognizant Communications Corp.
- Getz, D. (2008). Event Tourism: Definition, Evolution, and Research. *Tourism Management*, 29, 403-428.
- Gürsoy, D., Kim, K., & Uysal, M. (2004). Perceived Impacts of Festivals and Special Events By Organizers: An Extension And Validation, *Tourism Management*, 25(2), 171-181.
- Hall, C.M. (2000). *Tourism Planning: Policies, Processes, Relationships*. London: Prentice Hall.
- Tursab.org.tr (2009). İstanbul Seyahat Acentaları. İndirilme Tarihi: 01.05.2009. WWW:Web:<http://www.tursab.org.tr/content/turkish/sorgu/acentas.asp>
- Karaküçük, S. (1997). *Rekreasyon Boş Zamanlı Değerlendirme Kavram Kapsam ve Bir Araştırma*. Ankara: Seren Ofset.
- Karagöz, D. (2006). Etkinlik Turizmi ve Etkinlik Turizmi Bağlamında Yabancı Ziyaretçi Harcamalarının Ekonomiye Etkisi: Formula 1 2005 Türkiye Grand Prix Örneği. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Kim, K. & Uysal, M. (2003). Perceived Socio-Economic Impacts of Festivals and Events Among Organizers. *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, 10(3/4), 159-171.
- Mathieson, A. & Wall, G. (1993). *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*. New York: Longman Pres.
- Organizatör Rehberi (2009) İstanbul Fuar Organizatörleri. İndirilme Tarihi: 01.05.2009. WWW:Web:<http://www.fuarplus.com/tr/organizator>
- Pennington-Gray, L. & Holdnak, A. (2002). Out of the Stands and into the Community: Using Sports Events to Promote a Destination. *Event Management*, 7(3), 177-186.
- Raj, R. & Morpeth, N. (2006). Local Community Structures in Events and Festivals: Opportunities for Destination Marketing or Communities "Caring for Place"? *Tourism Today*, Fall(6), 82-95.
- Ritchie, J.R.B. & Beliveau, D. (1974). Hallmark Events: An Evaluation of a Strategic Response To Seasonality In The Travel Market. *Journal of Travel Research*, 14, 14-20.

- Ritchie, J.R.B. (1984). Assessing The Impacts Of Hallmark Events: Conceptual and Research Issues. *Journal of Travel Research*, 23(1), 2-11.
- Ritchie, J.R.B. (1997). Beacons of Light in an Expanding Universe: An Assessment of the State-of-the-Art in Tourism Marketing/Marketing Research. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 5(4), 49-84.
- Van Der Wagen, L. (2001). *Event Management for Tourism, Cultural, Business and Sporting Events*, 2nd Edition. Frenchs Forest, NSW: Pearson Education.
- Waitt G. (2003). Social Impacts of The Sydney Olympics. *Annals of Tourism Research*, 30(1), 194-215.