



TÜRKİYE'DE DÜZENLENEN YEREL ETKİNLİKLERİN TURİSTİK ÇEKİCİLİK OLARAK KULLANILMASINA YÖNELİK BİR İNCELEME

İsmail KIZILIRMAK*

Özet

Türkiye'de düzenlenen yerel etkinlikler; kapsamaları dar, yerel veya bölgesel organizasyonlar olmalarına rağmen, turizm açısından önemi artmış, turistik çekicilik yaratan, sosyal ve kültürel olaylar olarak görülmeye başlanmıştır. Bu çalışmanın ilk aşamasında, Kültür ve Turizm Bakanlığı'na belirlenen 1188 yerel etkinlik bölgelere, illere, düzenlendiği aylara ve konularına göre incelenmiştir. Çalışmanın ikinci aşamasındaysa, söz konusu etkinliklerin iç ve dış turizm amaçlı olarak değerlendirilip değerlendirilemeyeceğinin belirlenmesi amacıyla, yerel etkinlik düzenleyen 80 İl Müdürlüğüne anket gönderilerek elde edilen sonuçların analizi yapılmıştır.

Anahtar kelimeler: Alternatif turizm, turizmde ürün çeşitlendirme ve yerel etkinlikler.

* Yrd. Doç. Dr. İsmail KIZILIRMAK, lisans eğitimini Çukurova Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'nda, Lisans üstü eğitimini İstanbul Üniversitesi- İşletme İktisadi Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Uzmanlığı programında, yüksek lisans eğitimini İstanbul Üniversitesi-Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm Ana Bilim Dalında ve doktora eğitimini İstanbul Üniversitesi-Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm Ana Bilim Dalında tamamlamıştır. K.T.Ü. Trabzon Meslek Yüksekokulu'nda görev yapmaktadır.

Yazarın Ulusal hakemli dergilerde yayımlanmış olan bir akç makaleleri, Ulusal bilimsel toplantılarda sunulan ve bildiri kitaplarında basılan bildirileri vardır ve diğer çalışmaları:

- 1- Çakıcı, C. ve İ. Kızıllırmak, *Turizmde Bölgesel Ortak Tanıtım Faaliyetleri ve Önemi: Doğu Karadeniz Bölgesinde Yapılan Bir Araştırma ve Sonuçları*, Karadeniz Teknik Üniversitesi Turizm ve Otelcilik Meslek Yüksekokulu Yayın No :1, Trabzon, 2004.
- 2- Kızıllırmak, İ., *Tanıtım Açısından Eko Turizm Türü Olan Yayla Turizminin İncelenmesi*, (Basılmamış Çalışma), 2004.
- 3- Kızıllırmak, İ., "Türkiye'de Yayla Turizmi ve Karadeniz Yaylaları", *Anatolia*, 6, 63-65 (1996).
- 4- Kızıllırmak, İ., "Türkiye'de Mesleki Turizm Eğitimi", *Çağdaş Eğitim*, 21, 28-30 (1996).
- 5- Kızıllırmak, İ., "Mesleki Turizm Eğitiminde Stajlar ve Karşılaşılan Sorunlar", *Çağdaş Eğitim*, 22, 30-32 (1997).
- 6- Kızıllırmak, İ., "Turizm Sektörü İle Meslek Yüksekokulları Turizm Programları Arasında İşbirliğini Engelleyen Sorunlar ve Çözüm Önerileri", *Turizm ve Teknik*, 3, 90-94 (1997).
- 7- Kızıllırmak, İ., "Günümüz Konaklama İşletmeciliğinde, Önbüroda Kullanılan Geleneksel Süreçler İle Bilgisayar Sistemlerinin Değerlendirilmesi", *Turizm ve Teknik*, 3, 98-101 (1997).
- 8- Kızıllırmak, İ., "Yayla Turizminin Doğu Karadeniz Bölgesi Ekonomi Açısından Değerlendirilmesi", *Otel ve Restaurant Teknik*, 4, 87-94 (1998).

A RESEARCH ON SPECIAL LOCAL EVENTS FOR FUTURE USAGE AS TOURISTIC ATTRACTIONS IN TURKEY

Abstract

Although all special events organized in Turkey are accepted as local and/or regional events, their touristic importance has been gradually increasing as social gatherings. At the first part of this research, 1188 special local events identified by the Turkish Ministry of Tourism have been classified and researched according to their contents, place of occurrence, regions and times. In the second part, a questionnaire was sent to Tourism Directory of 80 major tourism cities through out Turkey asking whether or not those events could be planned as future touristic activities and attractions.

Key words: Alternative tourism, product diversification in tourism and special events.

I. GİRİŞ

Türkiye de dahil olmak üzere dünyanın bir çok ülkesinde, kitlesel özellik gösteren tatil turizminin yaygın olması ve buna bağlı olarak turizm sezonunun en fazla yedi ay sürmesi nedeniyle, deniz, güneş ve kum dışındaki diğer doğal, kültürel ve arkeolojik değerler yeterince değerlendirilememektedir. İhtiyaçların ve beklentilerin hızla değiştiği uluslararası turizm piyasasından, sahip olduğu rekabet gücü nedeniyle daha büyük pay alma çabası içinde bulunan Türkiye'nin, bu dinamizmini koruması için, turizm faaliyetlerini çeşitlendirmesi ve turistik gelişme kutupları yaratması gerekmektedir (Alpar, 1998: 15). Günümüzde bu koşullara bağlı olarak, Türk turizm politikalarında değişiklikler yaşanmaya başlamıştır. Yaşanan değişim daha çok, seçici ve özel turizm çeşitlerinin oluşması yönünde gerçekleşmektedir. Böylece turistik talepteki değişiklikler, kültür bazlı, yavaş gelişen ama emin bir gelişme sürecindeki kırsal turizm kaynaklarına dayalı olan, sağlık, doğa kökenli ve yörenin tüm geleneksel yaşama ilişkin özelliklerini bünyesinde bulunduran turizm çeşitlerine doğru olmaktadır (Tosun ve Bilim, 2003: 1). Bu nedenle, turizmin gelişmediği veya az geliştiği yörelerde başta doğa temelli turizm türleri olmak üzere, yıllardır düzenlenen yerel etkinliklerle, alternatif turizm türlerinin gelişmesine olanak sağlamak mümkün olabilecektir.

II. TURİSTİK ÜRÜN ÇEŞİTLENDİRİLMESİ ARACI OLARAK YEREL ETKİNLİKLER

Bir turistik ürünün oluşturulabilmesi açısından ülkenin, bölgenin veya yörenin sahip olması gereken üç özellik bulunmaktadır. Bu özellikler; ulaşılabilirlik, turizm işletmelerinin varlığı ve çekiciliktir. Çekicilik denilince, turistin bir yeri başka bir yere tercih etmesi anlaşılmaktadır. Ancak söz konusu tercihin olabilmesi için de, diğer yöreden farklı turistik özelliklere ve en azından onun kadar etkili olan olaylara da ihtiyaç vardır. Çekici olaylar arasında da spor olayları, kültürel olaylar, fuarlar, sergiler, dünyada ve Türkiye'de düzenlenen yerel etkinlikler ilk akla gelenlerdir.

Getz'in yaptığı araştırmalar, yerel etkinlikleri de kapsayan özel etkinliklerin en iyi tanımının, içeriklerine göre yapılabileceğini ortaya çıkarmıştır. Bu yaklaşımda iki ayrı tanım yapılmaktadır. Bunlardan birincisi, faaliyetleri organize edenlerin bakış açılarıyla ve ikincisiyse ziyaretçilerin, müşterilerin veya konukların bakış açıları ile ifade edilmektedir. Söz konusu tanımlar;

-Özel etkinlikler, sponsorluk veya organizatörlük yapan kuruluşun normal program ve aktiviteleri dışında bir sefere özgü veya ender olarak gerçekleşen olaylar,

-Müşteriler veya ziyaretçiler açısından özel etkinlikler, hoşça vakit geçirmek için birer fırsat, günlük sıradan seçeneklerin dışında gerçekleşen bir sosyo-kültürel deneyimlerdir (Mc Donnel, 1998: 10).

Özel etkinlikler, genellikle büyüklük ve ölçeklerine göre sınıflandırılmaktadırlar. Söz konusu etkinlikler, mega faaliyetler, bölgeye özgü faaliyetler ve büyük faaliyetler olmak üzere üç kateoride incelenmektedir. Ancak bu katogorilerin kesin tanımları bulunmamakta ve aralarındaki farklar, çoğu zaman net olarak görülememektedir.

1. Mega faaliyetler, ekonominin tamamını etkileyen ve bütün global medyada yankı uyandıran faaliyetlerdir. Olimpiyatlar ve dünya fuarları gibi olaylar bu katagori içerisinde yer almaktadırlar.

2. Bölgeye özgü yerel etkinlikler, bir şehrin veya bölgenin ruhunu yansıtan ve bölgenin söz konusu faaliyetlerle anılmasını sağlayan olaylardır. Brezilya'daki Rio De Janerio Karnavali, Almanya Münih'teki Oktober Fesitivali ve Türkiye'de düzenlenen yerel etkinlikler, bu tür olaylara örnek olarak gösterilebilir.

3. Büyük faaliyetler, önemli sayıda ziyaretçi çeken, önemli ekonomik faydalar sağlayan ve medya gündeminde yer alan olaylardır. Örneğin, uluslararası müzik festivalleri bu kategori içerisine girmektedir. Özel etkinlikler amaçlarına ve içerisinde yer aldıkları sektörlere göre de sınıflandırılmaktadır. Örneğin sportif, halka açık ve ticari faaliyetler bu tür sınıflandırma içerisinde yer almaktadır (McDonnel, 1998: 10-12).

Dünyanın bir çok ülkesinde düzenlenen özel etkinlikler, turizm ürününün eşsiz bir formu olmasına rağmen, turizm ile ilgili planlamalarda geniş bir şekilde yer almamıştır (Getz, 1989: 125). Genelde kapsamı dar, yerel ve bölgesel organizasyonlar olmalarına rağmen, turizm literatürünün çoğunda, etkinlikler ekonomik etkileri açısından incelenmiştir. Ancak son 20 yıldır, yerel etkinlikler ekonomik etkilerinin yanı sıra, turizm sektörü açısından önemi gittikçe artan bir turizm çekiciliği ve toplumsal olaylar olarak kabul edilmeye başlanmış ve daha da ötesi, faaliyetlerin gerçekleştirdiği bölgenin çevresine önemli ekonomik etkileri olan, turistik cazibe unsurları olarak da dikkate alınmaktadırlar (Getz ve Frisby, 1990: 7). Yerel etkinlikler, uluslararası, ulusal, bölgesel ve yerel turizm pazarlama stratejileri arasında da anahtar bir rol elde etmeye başlamıştır. Turizm pazarlaması ile ilgili uzmanlar, özel etkinlikleri turizm gelişim ve pazarlama planlarının önemli birer parçası olarak görmekte ve bilinçli olarak söz konusu etkinlikleri, turistik çekim unsurları olarak ortaya çıkarmaktadırlar (Yoon ve Diğerleri, 2000: 33).

Yerel etkinlikleri de kapsayan etkinlikler ile ilgili dört farklı bakış açısı bulunmaktadır. Konuya sosyolojik açıdan bakıldığında, yerel etkinlikler yapılan faaliyetler veya ekonomik uyarıcılar olarak değil, daha çok bu tür etkinliklere ev sahipliği yapan toplum içindeki kültürel olayların ve sosyal organizasyonların bir parçası olarak gerçekleşmektedir.

Antropolojik açıdan ise etkinlikler, belirli bir kültürel çevre içerisinde anlaşılabilir olan toplumsal kutlama olayları olarak görülmektedir. Etkinliklerin, düzenledikleri toplumsal yapının değerlerinden ve toplumsal örgütlenmeden çıkan ve bunları yansıtan olaylar olduğu düşünülmektedir. Bu perspektifte düzenlenen etkinliklerin, turizm hareketleri olarak değeri söz konusu edilmemektedir.

Toplumsal gelişme açısından etkinlikler; yörenin toplumsal gelişmesinin potansiyel güce sahip araçları olarak görülmektedir. Bu anlamda toplumsal gelişme, geniş açıdan yerel demokrasinin geliştirilmesini (örneğin bu olaylara gönüllülerin katılmasının sağlanması), kendi öz gücüne inanma esasına dayanan davranış tarzlarının ve hareketlerin yaratılması, toplumun sosyal altyapısının oluşturulması veya geliştirilmesi amaçlarına yönelik bir süreç olarak tanımlanmaktadır.

Eğlence boyutu ve bu etkinliklere katılanlar açısından ise; turizm sektöründe özel etkinliklere katılanlar, genelde kullanıcı veya müşteri olarak anılmaktadır. Bu anlamda, turizm pazarlamasında müşterilerin etkinliklere katılma sebeplerinin ve müşterilerin nelerle tatmin olduklarının araştırılması gerekmektedir (Getz ve Frisby, 1989: 15-17).

Özel etkinlikler, düzenleyici kamu ve özel sektör kişi ve kuruluşları ile ev sahibi toplumlar tarafından, genellikle sosyal ve kültürel kutlama etkinlikleri olarak da görülmektedir. Turizm sektörünün yeterince gelişmediği yöreler, turizm sektörünün gelişmesi, turizm sezonunun uzatılması, topluma yeni gelir kaynağı yaratılması, ekonomik faaliyetlerin canlandırılması, yerel veya bölgesel bir tema veya imajın yaratılması ve bölgenin turizm etkinlikleri paketine bir katkıda bulunulması gibi amaçlarla, yerel etkinliklere ve bunların düzenlenmesine ilişkin çalışmalara önem vermeye başlamışlardır. Özel etkinliklerin gelişmesi ve öneminin artması nedeniyle, akademik anlamda da çalışmalar yapılmış ve özel etkinliklerin yönetimine verilen önem, eğitim kurumlarının konu ile ilgili eğitim programlarını geliştirmesi ve özel etkinlikler sektörünün farklı alanlarına hizmet eden çok sayıda mesleki örgütün kurulmasıyla da açıkça ortaya çıkmaktadır (Getz, 2001: 1).

Thrane (2002: 281), özel etkinlikler ile ilgili yaptığı araştırmalarda uzmanların iki farklı nokta üzerinde dikkatlerini yoğunlaştırdıklarını ifade etmiştir. Bunlardan ilki, özel etkinliklerin ekonomik etkileri ve ikincisi de, insanları bu tür olaylara çeken sebepler ve güdülerin neler olduğudur. Birinci noktayı ele aldığımızda, kırsal alanlarda, yerel turizm endüstrisini geliştirmenin temel hedefi, yabancıları bölgeye çekme ve onların bölgede harcama yaparak bölge ekonomisine katkıda bulunmalarını sağlama üzerine odaklanmaktadır. Özel etkinliklerin, her ne kadar kültürel gelişim, yaşam kalitesi veya çevresel kalitesinin gelişimi gibi farklı alanlardaki faydaları göze çarpıyor olsa da, turizm literatürü söz konusu çekiciliklerin daha çok ekonomik etkileri üzerinde durmaktadır. Bir etkinliğin ekonomik etkisi, olay sonucunda ekonomide meydana gelen net değişim olarak tanımlanabilir. Ekonomik etkiler, makro açıdan incelendiğinde, ziyaretçilerin yükselmekte olan harcama eğilimleri sonucu, yapılan harcamalarının ekonomiye girmesi ile gelir artışının sağlanması ve bölgede yaşayanların ekonomi dışına para sızdırması ile gelirin artması şeklinde gerçekleşmektedir (Long ve Perdue, 1989: 10). Bu nedenle de, yoğun bir rekabetin yaşandığı bu sektör içerisindeki etkinlikler, yerel ekonomiye yaptıkları katkılarla kamu yatırımlarını haklı olarak bu alana yönlendirmektedirler (Raybould ve Diğerleri, 2000: 25).

Crompton ve McKay'e göre (1997: 425-426), özel etkinlikler ile ilgili yapılan araştırmanın ortaya çıkardığı diğer bir konu ise, ziyaretçilerin aynı festivale değişik sebepler ve güdüler ile katılma eğiliminde olduklarıdır. Bir etkinliğe katılma kararı, "bireyin herhangi bir ihtiyacının karşılanmasına yönelik olan arzular tarafından yönlendirilmiş hareket olarak" açıklanabilir. İnsanları seyahate yönelten bir çok güdü bulunmakta ve bunların çok sayıda olması, hem bireysel düzeyde hem de toplu düzeyde belirmektedir. Bireysel düzeyde bir ziyaretçinin, bir festivale katılma yolu ile tatmin etmeyi arzuladığı, aile ile beraber vakit geçirmek veya kültürünü geliştirmek gibi farklı ihtiyaçları bulunabilir. Toplu düzeyde, farklı bireyler aynı paket içerisinde bir araya gelerek farklı özelliklerinden faydalanabilirler.

Özel etkinliklere katılan ziyaretçiler ile ilgili olarak etkinlik yöneticileri, genellikle ziyaretçileri çekmeyi amaçlayan yüksek kaliteli programlar ve yarışmalar ortaya çıkarmak zorundadırlar. Ancak, bu konuda gösterilen çabaların aynısı, ziyaretçilere sunulan hizmetin kalitesinden memnun olmalarını sağlamada da gösterilmelidir. Günümüzde, ziyaretçilerin hizmet kalitesi ile ilgili algılama düzeyinin, müşteri memnuniyetinin sağlanmasında en önde gelen unsur olduğu kanıtlanmış bir görüş olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu görüş, özel etkinlikler için de geçerlidir. Etkinliklerde sunulan performans ve yarışmalar mükemmel olabilir. Ancak tüketicilerin, kötü yiyecekler, kirliliği ve yetersiz tuvaletler veya kalifiye olmayan hizmet personeli gibi düşük hizmet kalitesi deneyimi yaşamaları durumunda, periyodik olarak gerçekleştirilen bu etkinliklere tüketicilerin gelecekteki katılımları şüpheli olabilecektir (Getz, O'Neill ve Carlsen, 2001: 380).

Özel etkinliklerin, evsahibi toplum ve çıkar sahipleri üzerinde çok sayıda olumlu ve olumsuz etkileri bulunmaktadır. Tüm bu etkileri belirlemek, önceden bilmek ve tüm taraflar için en iyi sonuçlara ulaşarak faaliyetlerin etkilerinin toplamda olumlu olmasını sağlamak görevi, yöneticilerinin gerçekleştirmesi gereken bir görevdir (Mc Donnel, 1998: 20). Bütün faaliyetlerin, katılımcıları ve bazen de evsahibi toplum üzerinde doğrudan sosyal ve kültürel etkileri bulunmaktadır. Bu etkiler, herhangi bir spor karşılaşmasında veya konserde ortaya çıkan ortak bir eğlencenin paylaşılması kadar basit olabilir. Bunun yanı sıra, özel etkinliklerin gurur verici etkileri, toplumsal faaliyetler ve ulusal kutlama günleri gibi olaylarda ortaya çıkmaktadır. Özellikle bazı sportif ve kültürel faaliyetlerin katılımcılar üzerinde kalıcı etkileri bulunmaktadır. Bazı faaliyetler ise, insanların kendi sosyal ve kültürel ufuklarını açmasına neden olmaktadır (McDonnel, 1998: 21). Tablo 1'de özel etkinlikler ile ilgili ortaya çıkan olumlu ve olumsuz etkileri, sosyo-kültürel, fiziksel ve çevresel, politik ve turizm ve ekonomik etkiler olarak dört gruba ayırmak mümkündür.

Tablo 1. Özel Etkinliklerin Ortaya Çıkardığı Olumlu ve Olumsuz Etkiler

Etki Alanı	Olumlu Etkiler	Olumsuz Etkiler
Sosyo-Kültürel	<ul style="list-style-type: none"> - Paylaşılan ortak deneyim - Gelenekleri güçlendirmek - Toplumsal gururun yükselmesi - Toplumsal katılımın yükselmesi - Yeni ve yaratıcı fikirlerin tanıtılması - Kültürel bakış açılarının genişletilmesi 	<ul style="list-style-type: none"> - Toplumun yabancılaşması - Toplumun manipüle edilmesi - Olumsuz toplumsal imajın oluşması - Olumsuz davranışlar - Malzemelerin suistimal edilmesi - Sosyal yapının değişmesi - Rahatlığın kaybolması
Fiziksel ve Çevresel	<ul style="list-style-type: none"> - Çevrenin vitrinlenmesi - Uygulanabilir en iyi modellerin sunulması - Çevresel bilincin artırılması - Alt yapı sisteminin miras olarak kalması - Ulaşım ve iletişim sisteminin geliştirilmesi - Kentsel dönüşüm ve yenilenme 	<ul style="list-style-type: none"> - Çevresel hasar - Kirlilik - Kültürel mirasın hasar görmesi - Gürültünün yol açtığı rahatsızlık - Trafik sıkışıklığı
Politik	<ul style="list-style-type: none"> - Uluslararası prestij - Gelişmiş profil - Yatırımların tanıtılması - Karşılıklı sosyal destek - Yönetimsel becerilerin gelişmesi 	<ul style="list-style-type: none"> - Faaliyetin başarısız olma riski - Fonların yanlış dağıtılması - Sahiplik ve kontrolde sorumluluğun olmaması - İdeolojilerin yasallaştırılması
Turizm ve Ekonomik	<ul style="list-style-type: none"> - Turistik bölgenin tanıtımı ve turist artışı - Kalış süresinin uzatılması - Gelir artışı - Vergi gelirlerinin artışı - İstihdam oluşturma 	<ul style="list-style-type: none"> - Toplumun turizme karşı direnmesi - Orjinalliğin kaybolması - İmajın zarar görmesi - Çıkar gruplarının suistimali - Enflasyonist fiyatlar - Fırsat maliyeti

Kaynak: Mc DONNEL, I., ALLEN J., O'TOOLE, W., (1998), *Festival and Special Event Management*, John Wiley & Sons Australia Ltd., Brisbane, s. 20-21.

Özel etkinlikler ile ilgili yapılan çalışmalar incelendiğinde, Amerika Birleşik Devletleri'nde 3000'den fazla ve Kanada'da 1000'den fazla (Getz ve Frisby, 1989: 14) yerel etkinlik ve festivalin düzenlendiği tespit edilmiştir. Türkiye'de, yerel etkinlik açısından oldukça zengindir. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın yapmış olduğu bir çalışmada, Türkiye genelinde 1188 yerel etkinliğin düzenlendiği belirlenmiştir (Turizm Bakanlığı, 2003: 1-194).

III. TÜRKİYE'DEKİ YEREL ETKİNLİKLER

Günümüzde insanların kitlesel turizm hareketleri yerine, alternatif turizm değerlerinin yoğunlaştığı yörelere gitmelerinin temelinde, doğa koruma bilinci ile doğal, kültürel ve geleneksel yaşantıya ilişkin bilgileri elde etmeleri, yerel halk ile iletişimde bulunarak onların yaşantılarını anlamaları ve düzenlenen etkinliklere katılarak, tatillerini bu yörelerde geçirmeye

çalışmaları yatmaktadır. Türkiye, yerel etkinlikler açısından oldukça zengindir. Bu çalışmada, yerel etkinliklerin alternatif turizm türleri kapsamında değerlendirilip değerlendirilemeyeceği belirlenmeye çalışılacaktır. Bu amaçla, ana kütle olarak Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın 80 ilin İl Kültür Ve Turizm Müdürlüklerinden elde ettiği bilgilere göre düzenlenmiş olduğu, 'Yerel Etkinlikler 2003' adlı çalışmadan yararlanarak, Türkiye'de düzenlenen yerel etkinlik sayısının 1188 olduğu belirlenmiştir. Türkiye'de düzenlenen yerel etkinliklerin, turizm sektöründe alternatif turizm çeşitleri içinde yeni bir stil ve anlayış olarak önem kazanmaya başlayacağı tahmin edilmektedir.

Tablo 2, Türkiye'de düzenlenen yerel etkinliklerin bölgesel dağılımını göstermektedir. Bölgelere göre yapılan sıralamada, turizm sektörünün istenilen düzeyde gelişmediği ve ülke sıralamasında beşinci sırada olan Karadeniz Bölgesi'nin 282 etkinlik ve % 23,74'lük oran ile ilk sırayı aldığı görülmektedir. Marmara Bölgesi, 229 etkinlik ve % 19,28'lik oran ile ikinci, İç Anadolu Bölgesi ise, 209 etkinlik ve % 17,60'lık oran ile üçüncü ve Ege Bölgesi, 207 etkinlik ve % 17,43'lük oran ile dördüncü sırayı almıştır. Tablo 2'ye göre, Türk turizm sektörünün lokomotifleri olan Akdeniz Bölgesi ise, 102 etkinlik ve % 8,58'lik oran ile beşinci sırada yer almaktadır. Doğu Anadolu Bölgesi 91 etkinlik ve % 7,65'lik oran ile altıncı sırada ve Güney Doğu Anadolu Bölgesi ise, 68 etkinlik ve % 5,72'lik oran ile son sırada yer almaktadır.

Tablo 2. Türkiye'de Düzenlenen Yerel Etkinliklerin, Bölgelere Göre Dağılımı

Bölge Adı	Etkinlik Sayısı	Oran (%)
Karadeniz Bölgesi	282	23,74
Marmara Bölgesi	229	19,28
İç Anadolu Bölgesi	209	17,60
Ege Bölgesi	207	17,43
Akdeniz Bölgesi	102	8,58
Doğu Anadolu Bölgesi	91	7,65
Güney Doğu Anadolu Bölgesi	68	5,72
TOPLAM	1188	100,00

Kaynak: Turizm Bakanlığı (2003), *Yerel Etkinlikler 2003*, Ankara, Turizm Bakanlığı Tanıtma Genel Müdürlüğü Yayınından uyarlanmıştır.

Burada dikkat çeken konu, etkinliklerin bölgesel dağılımının, Türk turizminin bölgelere göre olan mevcut durumundan farklılık gösterdiği'dir. Buna göre, düzeyi tartışılır olsa bile, turizm açısından gelişmişlik ile yerel etkinliklerin sayısı arasında tam bir paralelliğin olmadığı ve hatta bazı bölgeler açısından zıt bir durumun ortaya çıktığı görülmektedir.

Tablo 3 'te görüleceği gibi, Türkiye'de düzenlenen etkinlikleri illere göre sıralandığında, Şırnak dışındaki 80 ilimizde yerel etkinliklerin düzenlendiği belirlenmiştir. İllere göre yapılan sıralamada, ilk üç sırayı 59 etkinlik ile Ankara, 58 etkinlik ile İzmir ve 37 etkinlik ile Kocaeli almıştır.

Tablo 3. Türkiye'de Düzenlenen Yerel Etkinliklerin İllere Göre Dağılımı

İl Adı	Etkinlik Sayısı	İl Adı	Etkinlik Sayısı	İl Adı	Etkinlik Sayısı	İl Adı	Etkinlik Sayısı
Ankara	59	Bolu	19	Osmaniye	12	Bartın	6
İzmir	58	Bursa	19	Sakarya	12	Bilecik	6
Kocaeli	37	Edirne	19	İçel	11	Kahramanmaraş	6
Çanakkale	34	İsparta	19	Karaman	10	Mardin	6
Denizli	34	Zonguldak	19	Yalova	10	Şanlıurfa	6
Antalya	33	İstanbul	18	Ağrı	9	Tunceli	6
Balıkesir	32	Giresun	17	Aydın	9	Adıyaman	5
Muğla	32	Gümüşhane	16	Hatay	9	Çorum	5

Kütahya	31	Kırklareli	16	Karabük	9	Kırşehir	5
Tokat	28	Manisa	16	Kırıkkale	9	Malatya	5
Kastamonu	27	Amasya	15	Rize	9	Siirt	5
Konya	27	Kars	15	Sinop	9	Uşak	5
Tekirdağ	26	Eskişehir	14	Diyarbakır	8	Muş	4
Trabzon	26	Yozgat	14	Nevşehir	8	Kilis	3
Samsun	25	Ardahan	13	Bingöl	7	Niğde	3
Sivas	25	Düzce	13	Bitlis	7	Batman	2
Afyon	22	Burdur	12	Elazığ	7	Bayburt	2
Gaziantep	22	Erzincan	12	Erzurum	7	Iğdır	2
Ordu	22	Çankırı	12	Adana	6	Hakkari	1
Artvin	20	Kayseri	12	Aksaray	6	Van	1

Kaynak: Turizm Bakanlığı (2003), *Yerel Etkinlikler 2003*, Ankara, Turizm Bakanlığı Tanıtma Genel Müdürlüğü Yayınından uyarlanmıştır.

Tablo 3'te turizm sektörü açısından ilk sıralarda yer alan illerin düzenlenen yerel etkinlikler açısından yapılan sıralamada ise, iyi konumda olmadıkları görülmektedir. Denizli'de 34 ve Türk turizminin lokomotifini olan Antalya'da 33 etkinlik düzenlendiği belirlenmiştir. Yine sahip olduğu kültürel değerler ve doğal güzellikler ile Antalya'dan sonra en önemli tatil yörenesi olan Muğla'da düzenlenen etkinlik sayısı 32'dir. Türk turizminin sahip oldukları kültürel zenginlikler açısından en önemli iki ili olan İstanbul'da 18 ve Nevşehir'deyse, 8 etkinlik düzenlendiği görülmektedir.

Tablo 4, etkinliklerin aylara göre dağılımını göstermektedir. Türkiye'de düzenlenen yerel etkinlik ve festivallerin aylara göre dağılımını incelediğimizde, Türkiye'ye gelen yabancı turistlerin yoğun olarak geldiği özellikle yaz mevsimindeki aylar ile aynı paralelde olduğu görülmektedir. Etkinlikleri düzenleyen kişi ve kuruluşlar etkinlik tarihini belirlerken; doğanın canlanması, ürünlerin yetişmesi, havaların ısınması, okulların tatil olması ve yörede yaşayanların yanı sıra, yörede doğmasına rağmen gerek yurt dışı veya yurt içine göç eden hemşehrilerinin kolayca gelebilmelerinin kolaylaştırılması için özellikle yaz mevsimini tercih etmektedirler. Ayrıca, yerli ve yabancı turistlerin kolayca gelmelerinde önemli bir etken olarak sayılabilir.

Tablo 4. Türkiye'de Düzenlenen Yerel Etkinliklerin Aylara Göre Dağılımı

Aylar	Düzenlenen Etkinlik sayısı	Oran(%)
Ocak	13	1,09
Şubat	21	1,76
Mart	44	3,70
Nisan	62	5,22
Mayıs	147	12,38
Haziran	168	14,14
Temmuz	217	18,27
Ağustos	215	18,09
Eylül	168	14,15
Ekim	61	5,14
Kasım	52	4,38
Aralık	20	1,68
Toplam	1188	100,00

Kaynak: Turizm Bakanlığı (2003), *Yerel Etkinlikler 2003*, Ankara, Turizm Bakanlığı Tanıtma Genel Müdürlüğü Yayınından uyarlanmıştır.

Yerel etkinliklerin en çok düzenlendiği ay sıralamasında ilk sıraları, 217 etkinlik ile Temmuz, 215 etkinlik ile Ağustos, 168 etkinlik ile Haziran ve 168 etkinlik ile Eylül ayının aldığı görülmektedir. Turizm sektörünün duraklamaya başladığı Sonbahar ve Kış mevsimlerinde ise, düzenlenen etkinlik sayısının oldukça azaldığı görülmektedir.

Türkiye’de düzenlenen yerel etkinliklerin farklı konular ve içeriklerde olmalarından dolayı, her yerel etkinliği tek tek incelemek yerine, konu olarak birbirine yakın olanlar makalenin yazarı tarafından gruplandırılmış ve 1188 etkinlik 22 ana gruba ayrılmıştır. Tablo 5’te bu ayrımı göstermektedir. Yerel etkinliklere göre yapılan dağılımı incelediğimizde, ilk sırayı 132 etkinlik ile, tarımsal ürün konularındaki etkinliklerin aldığı görülmektedir. İl ve ilçe yönetimlerinin düzenlediği tarımsal etkinliklerin arasında meyve ve sebzeler ilk sıralarda yer almaktadır. Söz konusu ürünleri incelediğimizde; bal, üzüm, kiraz, vişne, dut, kavun, nar, erik, incir, kestane, portakal, şeftali, çilek çeşitleri, elma, ceviz, kayısı, ayva, karpuz, fındık, fıstık çeşitleri, biber, banya, limon, zeytin, havuç, turp, domates, sarımsak, soğan, pamuk, tütün, sebze, fasulye, çeltik, bağ bozumu, ısırgan, hasat, ayçiçeği, ekin, gül, süt ve balığın yerel etkinliklerin konusunu oluşturduğu görülmektedir.

Tablo 5. Yerel Etkinliklerin Konularına Göre Dağılımı

Etkinlik Türü	Etkinlik Sayısı
Tarımsal ürünler ile ilgili etkinlikler	132
Kültür ve sanat ile ilgili etkinlikler	130
İl ve ilçelerin kurtuluş günü kutlamaları	129
Yayla şenlikleri	110
Spor türleri ile ilgili etkinlikler	103
Özel gün ve hafta kutlamaları	74
Tarihi ve dini kişilerin anılması	70
İl ve ilçe şenlikleri	63
Bahar, Nevruz ve hıdrellez ile ilgili etkinlikler	54
Fuar ve panayırılar	50
Müzik, dans, opera, bale ve folklor etkinlikleri	49
Rekreasyon ile ilgili etkinlikler	35
Yiyecek ve içecek türleri ile ilgili etkinlikler	35
Turizm şenlikleri	29
Gençlik ve çocuk etkinlikleri	28
Atatürk’ün il ve ilçeleri gelişinin kutlanması	26
Sünnet şölenleri	20
El sanatları ile ilgili etkinlikler	17
Hayvancılık ile ilgili etkinlikler	16
Ulusal bayramlar	11
Dostluk ve dayanışma ile ilgili etkinlikler	5
Madencilik ile ilgili etkinlikler	1
TOPLAM	1188

Kaynak: Turizm Bakanlığı (2003), *Yerel Etkinlikler 2003*, Ankara, Turizm Bakanlığı Tanıtma Genel Müdürlüğü Yayınından uyarlanmıştır.

Söz konusu tarımsal ürünler ile ilgili yerel etkinlik ve festivallerin düzenlenmesinde temel amaçlar, il ve ilçelerin üretmiş oldukları tarımsal ürünlerin tanıtımının yapılarak yerel ekonomiye katkı sağlanması, gelenek ve göreneklerin yaşatılması ve yöre halkının sanat ve kültür ile ilgili beklentilerinin karşılanmasıdır. Diğer etkenler ise, bölgenin düzenlenen etkinlik sayesinde ulusal basın aracılığıyla ülke içinde tanıtımının yapılması ve yörede hem iç turizm hem de dış turizmin gelişmesine olanak sağlanmasıdır.

Türkiye'de düzenlenen etkinlikler sıralamasında kültür ve sanat (edebiyat, tiyatro, sinema, karikatür ve eğitim) ile ilgili olanlar, 130 etkinlik ile ikinci sırayı almıştır. Düzenlenen etkinlikler içinde şiir, hikaye, film, tiyatro, karikatür, fotoğraf, edebiyat, heykel ve resim konuları olmak üzere sanatın hemen hemen tüm dalları ile ilgili olarak çeşitli il ve ilçelerde düzenlenen kutlamalar bulunmaktadır. Yerel etkinlik ve festivaller ile ilgili sıralamada üçüncü sırayı, 129 etkinlik ile il ve ilçelerin düşman işgalinden kurtulduğu günün anısına düzenlenen kurtuluş günleri almaktadır.

Özellikle son yıllarda insanlar kitlesel özellik gösteren tatil turizmi yerine, seyahatleri süresince geleneksel yaşamı görüp, yerel halkla iletişim kurmalarına olanak sağlayan ve çevre korumaya son derece duyarlı bir eko turizm türü olan yayla turizmine yönelmektedirler. Tüketici taleplerinde yaşanan gelişmelere bağlı olarak, Türkiye'de de son yıllarda turizmin çeşitlendirilerek tüm yıla yayılması kapsamında geliştirilmesine çalışılan alternatif turizm çeşitlerinden biri de yayla turizmidir. Bu turizm türünün en önemli çekiciliklerinden olan geleneksel yaşamın en güzel yönünü oluşturan yayla şenlikleri, 110 etkinlik ile dördüncü sırayı almıştır. Yayla turizmi kapsamında geleneksel yayla şenlikleri, 28 ilde özellikle yaz aylarında düzenlenen yerel etkinliklerdendir (**Turizm Bakanlığı, 2003: 1-194**). Yayla şenlikleri, birçok ilde geleneksel olarak her yıl düzenlenmekte ve son yıllarda çok sayıda yerli ve yabancı turisti düzenlendiği yörelere çekmektedir.

Spor ile ilgili etkinlikler 103 adet ile beşinci sırayı almıştır. Spor ile etkinliklerin ilk sırasını başta karakucak ve yağlı güreş olmak üzere, güreş sporunun aldığı belirlenmiştir. Diğer spor türleri ise; atletizm, yüzme ve su sporları, atıcılık, hava sporları, yelken, hentbol, dağcılık, otomobil sporları, at yarışları, bisiklet yarışmaları, futbol, voleybol, plaj voleybolu, duatlon, triatlon, yat yarışları, trekking, cirit ve kızaktır.

Özel gün ve haftalar 74 etkinlik ile önemli potansiyele sahiptir. Bu başlık altında kutlanan özel gün ve etkinlikler arasında, Atatürk günü, öğretmenler günü, Anzak günü, onur günü, şairler günü, anneler günü, kadınlar günü, babalar günü, kaynanalar günü, dünya dans günü, aşure günü, madenciler günü, kabotaj bayramı, fetih şenlikleri, milli mücadele ile ilgili anma günleri ve kuruluş günleridir. Kutlaması yapılan haftalar içinde de, kütüphane haftası, mevlana haftası, müzeler haftası, ahilik haftası, kooperatifçilik haftası, ebelik haftası, kültür haftası ve kurtuluş haftası gibi etkinlikler ilk akla gelenlerdir.

Türkiye'nin binlerce yıldan günümüze kadar çok çeşitli medeniyetlerin kurulduğu ve izlerinin görüldüğü bir coğrafi bölgede bulunması nedeniyle, yüzyıllar boyunca başta edebiyat ve tasavvuf alanlarında olmak üzere çok sayıda komutan, tarihi ve dini kişileri yetiştirmiştir. Bunlar arasında Yunus Emre, Hacı Bayram-ı Veli, Hacı Bektaş-ı Veli, Tabduk Emre ve Mevlana gibi din büyükleri, Ertuğrul Gazi, Akşemsettin, Kazım Karabekir ve Alpaslan gibi büyük zaferler kazanmış komutanlar ilk akla gelenlerdir. Bu nedenle, bir çok il ve ilçemizde tarihi ve dini kişilerin anılması ile ilgili olarak, 70 etkinliğin düzenlendiği belirlenmiştir.

Türkiye'de çeşitli il ve ilçeler kendi adlarıyla etkinlikler düzenlemektedirler. Bu organizasyonların yapılmasının temelinde, il veya ilçenin tanıtımının yapılabilmesi, ekonomik gelişmesinin sağlanması ve sahip oldukları tarımsal, doğal, kültürel ve arkeolojik açıdan sahip olunan potansiyelin değerlendirilerek turizm sektörünün gelişmesi yatmaktadır. Bu amaçlara yönelik olarak il ve ilçelerde, düzenlenen etkinlik sayısı 63 olarak belirlenmiştir.

Doğa ile ilgili kutlamalar, 54 etkinlik ile sıralamada yer almıştır. Bu kutlama türünde ilk sırayı, baharın müjdecisi olan hıdrellez almıştır. Nevruz kutlamaları, bahar şenlikleri, çiçek türleri, dağ ve doğa etkinlikleri ile ilgili kutlamalar diğer yerel etkinlikler arasındadır.

Türkiye'de bir çok il ve ilçe, sanayi ve tarım ürünleri ile birlikte hayvancılık sektörünün gelişmesi, il ve ilçelerin ekonomik açıdan gelişmesi, ticari hayatın canlılık sağlaması amaçla-

riyle fuar, hayvan ve emtia panayırıları düzenlenmektedir. Söz konusu etkinlikler, düzenlendiği il ve ilçede yaşayanların boş zamanlarını değerlendirmelerine olanak sağlayacak çeşitli aktiviteler ile eğlence etkinliklerini de bünyesinde barındırmaktadır. Tablo 5'e göre, çeşitli il ve ilçelerde bu amaca yönelik 50 fuar, hayvan ve emtia panayırı düzenlenmiştir.

Türkiye'de müzik, dans, halkoyunları, opera, bale, folklor, caz, rock, piyano, Türk Sanat ve Halk müziği ve müzik yarışmaları olmak üzere 49 etkinlik düzenlenmiştir. Özellikle başta müzik olmak üzere sanatsal etkinliklerin başta yerel halkın katılımının yanı sıra diğer illerden ve yurtdışından turist çekebilecek potansiyelde etkinlikler olduğu da bir gerçektir.

İnsanların boş zamanlarını değerlendirmeye ve hoşça vakit geçirmesine yönelik düzenlenen rekreasyon ile ilgili etkinliklerin sayısı, toplam 35'tir. Bu etkinlikler arasında briç, satranç turnuvası, doğa yürüyüşü, piknik şöleni, deve güreşleri, boğa güreşleri, uçurtma şenliği, animasyon şenliği, çayır şenlikleri, eğlence festivali ve yaz mevsimi ile ilgili çeşitli etkinlikler bulunmaktadır.

Yiyecek ve içecek türleri ile ilgili olarak düzenlenen etkinliklerde, rekreasyonel aktiviteleri de bünyesinde barındıran ile 35 etkinlik ile aynı sırada yer almaktadır. Bu etkinlikler arasında kaymak, ayran, gözleme, peynir çeşitleri, tatlı, leblebi, pestil, kuşburnu, yoğurt, pilav, aşure, helva, keşkek, fasulye ve pekmez ile ilgili etkinlikler bulunmaktadır.

Türkiye'de turizmin geliştirilerek il veya ilçenin tanıtımına katkı sağlaması amacıyla düzenlenen turizm şenliklerinin sayısı 29'dur. Söz konusu yerel etkinlikler, başta turizm haftası kutlamaları olmak üzere, özellikle turizm sektörünün geliştiği yörelerdeki ilçe yönetimleri tarafından düzenlenmektedir.

Türkiye'de gençlik ve çocuk etkinlikleri ile ilgili 28 kutlama yapılmaktadır. Düzenlenen bu etkinlikler arasında 19 Mayıs Gençlik ve Spor Bayramı, 23 Nisan Çocuk Bayramı, gençlik şöleni, gençlik haftası ve çocuk şölenleri bulunmaktadır.

Türkiye'de illerin ve ilçelerin tamamı, Ulu önder Atatürk'ün il ve ilçelerine gelişini kutlamalarına rağmen Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın yapmış olduğu çalışmaya tamamı girmediği belirlenmiştir. Ziyaretin gerçekleştirildiği günleri kutlamak amacıyla 26 il ve ilçe, bu amaçla çeşitli etkinlikler düzenlemektedirler.

Türkiye'de ekonomik açıdan iyi durumda olmayan ailelere destek olmak ve düzenlenen eğlencelerle yöre halkına güzel ve hoşça vakit geçirmelerine olanak sağlamak amacıyla, başta belediyeler olmak üzere çeşitli kurumlarca sünnet şölenleri düzenlenmektedir. Sünnet şöleni adı altında düzenlenen etkinlik sayısı 20'dir.

El sanatları ile ilgili etkinlikler kapsamında, Türkiye'de 17 kutlama yapılmaktadır. Yapılan etkinlikler arasında mermencilik, gümüşçülük, ahşap tekne yapımı, tekstil, bıçakçılık, nilüfer bezi, ayakkabıcılık, kilim, halıcılık, sepetçilik, keten ve dokumacılık sayılabilir.

Türkiye'de hayvancılık sektörünün gelişmesi ve korunması için düzenlenen etkinliklerin sayısı 16'dır. Etkinlik türleri Ankara keçisi, Caretta Caretta, kuş şenliği, kaz, boğa, buzağı, av ve balık, kelaynak, hindi, at ve kangal köpeği yetiştiriciliği, alabalık ve gümüş balığı ile ilgilidir.

19 Mayıs Gençlik ve Spor Bayramı, 30 Ağustos Zafer Bayramı ve 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramlarından oluşan ulusal bayramlar tüm ülkede kutlanmaktadır. Ancak Bakanlığın yapmış olduğu çalışmada, 11 etkinlik il müdürlüklerince bildirilen faaliyetler arasında yer almıştır.

Özellikle yurt içi veya yurt dışına göç veren ilçeler ve köyler, dostluk ve dayanışma ile ilgili etkinlikler düzenleyerek dışarıya göç eden hemşehrilerinin yılın belirli dönemlerinde doğdukları yerlere gelmelerini özendirilmektedirler. Bu amaca yönelik olarak düzenlenen etkinlik sayısı 5'tir. Tablo 5'e göre yapılan konu sıralamasında, son sırasında

madencilik ile ilgili olarak düzenlenen 1 etkinlik yer almakta ve bu etkinliğin de bir ilçenin yeraltı zenginliğini oluşturan linyit kömürü ile ilgili olduğu belirlenmiştir.

IV. ARAŞTIRMANIN AMACI, YÖNTEMİ, KAPSAMI VE SINIRLARI

A. ARAŞTIRMANIN AMACI

Araştırmanın amacı, Türkiye genelinde düzenlenen sosyal ve kültürel kapsamlı yerel etkinliklerin turizm açısından çekim potansiyelini belirlemektir. Böylece, yüz yıllardır kutlanan ve düzenlendiği yörenin gelenek ve kültürünü yansıtan bu etkinliklerin, turizm potansiyeli ortaya konarak, turizmin çeşitlendirilerek ülke geneline yayılması politikalarına katkı sağlamak amaçlanmıştır. Ancak, mevcut haliyle 80 ilde düzenlenen ve 22 konu başlığı altında toplanabilecek olan 1188 yerel etkinlikten araştırma kapsamına alınan 619 etkinliğin, organizasyon komitelerince düzenlenme amaçları arasında yer alan turizmin geliştirilmesi, ekonomik, sosyal ve kültürel faydaların sağlanması da istenilen düzeyde görülmemiştir. Çünkü, bir çok il ve ilçede aynı gün ve konularda birden fazla etkinliğin olması ve bunların da tanıtımının istenilen düzeyde yapılamaması beraberinde bir karmaşayı ve kaynak israfını ortaya çıkarmaktadır.

Bu çalışma ile, düzenlenen etkinliklerin hangilerinin iç ve dış turizm amaçlı olarak değerlendirilebileceği ve hangi etkinliklerin de turizm amaçlı olarak değerlendirilemeyeceğinin saptanması, etkinliklerin sayılarının azaltılarak birleştirilmesi ve organizasyon aşamasından başlayarak tanıtım çalışmalarının bilimsel gerçekler ve turizm sektörünün gerçekleri paralelinde sürdürülmesi konularında öneriler getirerek katkı sağlamak amaçlanmıştır.

B. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Yapılan keşifsel araştırmada, öncelikle konuyla ilgili ikincil kaynakları oluşturan literatür taraması ve Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın yerel etkinlikler ile ilgili olarak yaptığı araştırmaların bir değerlendirilmesi yapılmıştır. Sağlanan bu ikincil veriler, araştırma amacına yeterince hizmet etmemesi nedeniyle, orjinal veri toplanmasına da karar verilmiştir. Bu amaçla, Kültür ve Turizm İl Müdürlüklerinin deneyimlerinden yararlanabilmek için bir anket geliştirilmiştir. Anketin geliştirilmesi sürecinde, beş adet il müdürlüğüne gönderilmek suretiyle ön test yapılmıştır. Ön testten elde edilen bilgiler ışığında, ankette çeşitli düzeltmeler yapılmıştır.

Anket formunun ilk bölümünde, illerde düzenlenen tüm yerel etkinlikler sıralanmıştır. Böylece tespit edilemeyen etkinliklerin il müdürlüklerince bildirilmesi amaçlanmış ve yine kutlanılmayan etkinliklerin de araştırma kapsamından çıkarılması hedeflenmiştir. İkinci bölümde ise, söz konusu etkinliklerin "turizm açısından değerlendirilip değerlendirilmeyeceğine" ilişkin il müdürlüklerinin görüşlerine başvurulmuştur. Bu nedenle yöneticilerden "etkinliklerin iç, dış, hem iç ve dış turizm açısından uygunluğu" sorulmuştur. Ayrıca, "turizm amaçlı değerlendirilemez" seçeneği de eklenmiştir.

Araştırmanın ana kütlesini, Türkiye'deki 80 ilin Kültür ve Turizm Müdürlükleri oluşturmaktadır. Geliştirilen anket, 80 ilin Kültür ve Turizm Müdürlüklerine posta ile, 2004 yılı Şubat ayında gönderilmeye başlanmış ve geri dönüş içinde, 2004 yılının Haziran ayına kadar beklenilmiştir. Bu tarihte geri dönen anket sayısı 47 olmuş ve 33 anket ise doldurulmamıştır. Böylece, ana kitlenin % 58.75' ine ulaşılmıştır.

C. ARAŞTIRMANIN KAPSAMI VE SINIRLARI

Araştırma, yerel etkinliklerin alternatif turizm çeşitlendirme politikaları paralelinde turizm amaçlı olarak gerek iç turizmde gerekse dış turizmde kullanılıp kullanılmaya-

çağının belirlenmesi amacıyla yapılmıştır. Bu nedenle, yerel etkinliklerin nasıl geliştirileceği, nasıl yönetileceği ve nasıl tanıtılacağı gibi konular kapsam dışı bırakılmıştır. Bu kapsamda, Türkiye'deki 80 il ile sınırlı bir araştırma yapılmıştır. Geri dönüş oranı % 60' a yakın olmakla birlikte, makalede 47 ilden sağlanan veriler değerlendirilmiştir. Bununla birlikte, her bölgeden birbirine yakın sayılarda il müdürlüğünün araştırmaya katılması da, verilerin Türkiye geneli için yorumlanma şansını artırmaktadır.

V. BULGULAR VE DEĞERLENDİRME

Makalenin bu kısmında, Türkiye'de düzenlenen yerel etkinliklerin turizm amaçlı olarak değerlendirilip değerlendirilmeyeceğinin belirlenmesine yönelik araştırmada, 47 ilden sağlanan 619 yerel etkinliğin değerlendirilmesi yapılmıştır.

Tablo 6. Yerel Etkinliklerin Bölgelere ve İllere Göre Dağılımı

Bölge	İl Sayısı (n)	İller
İç Anadolu Bölgesi	9	Aksaray, Çankırı, Eskişehir, Karaman, Kırıkkale, Kırşehir, Konya, Niğde, Sivas
Karadeniz Bölgesi	8	Artvin, Bartın, Ordu, Rize, Samsun, Sinop, Tokat, Zonguldak
Marmara Bölgesi	6	Balıkesir, Edirne, İstanbul, Kırklareli, Kocaeli, Tekirdağ
Ege Bölgesi	6	Afyon, Aydın, Manisa, Muğla, Kütahya, Uşak
Akdeniz Bölgesi	6	Adana, Burdur, Hatay, Isparta, Kahramanmaraş, Osmaniye
D. Anadolu Bölgesi	6	Bingöl, Bitlis, Elazığ, Malatya, Muş, Tunceli
G. Doğu Anadolu Bölgesi	6	Adıyaman, Gaziantep, Kilis, Mardin, Siirt, Şanlıurfa
TOPLAM	47	

Tablo 6, araştırmaya katılan il müdürlüklerinin bölgelere göre dağılımını göstermektedir. Buna göre, en fazla cevap alınan ilin 9 adet ile İç Anadolu Bölgesi olduğu görülmektedir. İkinci sırayı 8 adet ile Karadeniz Bölgesi ve onu 6 adet cevaplandırma sayıları ile Marmara, Ege, Akdeniz, Doğu Anadolu ve Güney Doğu Anadolu Bölgelerinin izlediği görülmektedir.

Tablo 7'de, 47 ilin Kültür ve Turizm İl Müdürlükleri tarafından değerlendirilen, 619 yerel etkinlik ile ilgili anketten elde edilen veriler incelendiğinde, söz konusu etkinliklerden 136 adedinin (% 22) turizme uygun olmadığı ve buna karşın 483 adedinin de (% 78) turizm amaçlı olarak değerlendirilebileceği ifade edilmiştir.

Tablo 7. Yerel Etkinliklerin, Turizm Amaçlı Kullanılabilir Durumlarına Göre Dağılımı

Etkinlik Türü	Top. etkinlik	Cevaplandırılan etkinlik sayısı	İç turizme yönelik	Dış turizme yönelik	İç ve dış turizme yönelik	Turizm amaçlı değil
Tarımsal ürünler ile ilgili etkinlikler	132	72	32	2	17	21
Kültür ve sanat (Edebiyat, tiyatro, sinema, karikatür ve eğitim) ile ilgili etkinlikler	130	80	38	1	32	9
İl ve ilçelerin Kurtuluş Günleri kutlamaları	129	67	47	1	4	15
Yayla şenlikleri	110	36	21	1	10	4
Spor türleri ile ilgili etkinlikler	103	63	25	2	27	9
Özel gün ve hafta kutlamaları	74	32	13	2	4	13
Tarihi ve dini kişilerin anılması	70	35	14	1	14	6
İl ve ilçe şenlikleri	63	42	20	-	9	13
Bahar, Nevruz ve hidrellez ile ilgili etkinlikler	54	36	17	-	9	10
Fuar ve panayırılar	50	20	10	-	9	1
Müzik, dans, opera, bale ve folklor etkinlikleri	49	26	7	-	15	4
Rekreasyon ile ilgili etkinlikler	35	25	8	-	10	7

Yiyecek ve içecek türleri ile ilgili etkinlikler	35	17	7	-	5	5
Turizm şenlikleri	29	18	6	1	10	1
Gençlik ve çocuk etkinlikleri	28	6	2	-	2	2
Atatürk'ün il ve ilçeleri gelişinin kutlanması	26	11	2	-	3	6
Sünnet şölenleri	20	8	1	-	2	5
El sanatları ile ilgili etkinlikler	17	9	1	1	7	-
Hayvancılık ile ilgili etkinlikler	16	8	1	-	5	2
Ulusal bayramlar	11	3	2	-	-	1
Dostluk ve dayanışma ile ilgili etkinlikler	5	3	-	1	2	-
Madencilik ile ilgili etkinlikler	2	2	-	-	-	2
TOPLAM	1189	619	274	13	196	136

Toplam 619 etkinliğin % 44'lük oranını oluşturan 274 etkinliğin, iç turizme yönelik olarak değerlendirilebileceği ifade edilmiştir. İkinci sırada, toplamın % 32'sini oluşturan 196 etkinliğin hem iç turizm hem de dış turizme yönelik olarak değerlendirilebileceği belirtilmiştir. Geri kalan % 2'lik bölümü oluşturan 13 etkinliğin de, dış turizm kapsamında değerlendirilebileceği İl Müdürlüklerince ifade edilmiştir.

Tablo 7'deki konularına göre yapılan sıralamada, dikkat çekici sonuçlardan olan tarımsal ürünler ile ilgili etkinlikleri incelediğimizde iç turizme yönelik olarak değerlendirilebileceğine ilişkin verilen cevap sayısı 32, hem iç ve hem de dış turizm amaçlı değerlendirilebilir diyenlerin sayısı 17 olarak belirlenmiştir. 21 adet cevap ise turizm amaçlı olarak değerlendirilemez şeklinde görüş bildirilmiştir. Bu sonuçlara göre, tarımsal etkinliklerin henüz turizm amaçlı değerlendirilmekten çok, bölgede üretilen ürünün tanıtımının yapılması ve diğer rekreasyonel aktiviteler ile yerel etkinlikler olarak düşünüldüğü sonucuna ulaşılmıştır.

Kültür ve sanat etkinlikleri ile ilgili sonuçları incelediğimizde ise, büyük çoğunluğun söz konusu etkinliklerin turizm amaçlı olarak düzenlenebileceği görüşünde olduğu görülmektedir. Yine tablo 6'nın ortaya çıkardığı bir başka gerçek de, il ve ilçelerin kurtuluş günlerine yönelik kutlamalar ve diğer resmi gün ve kutlamalar ile ilgili etkinliklerin özellikle dış turizm amaçlı değerlendirilemeyeceği görüşünü belirtmesidir.

VI. SONUÇ VE ÖNERİLER

Türkiye'de 80 ilde, yılın tüm aylarında ve değişik isimler altında düzenlenen ve düzenlendiği yörenin gelenek ve göreneğini, kültürünü, yaşantısını ve ticari hayatını yansıtan yerel etkinlikler, önemli bir turistik potansiyeldir. Bu çalışma şu sonuçları ortaya koymaktadır:

1. 80 ilde düzenlenen ve değişik konulardaki yerel etkinliklerin bölgesel dağılımında, turizmin fazla gelişme göstermediği bölgelerin yerel etkinlikler sıralamasında ilk sıralarda yer aldığıdır. Bu durumun temelinde; özellikle sanayinin ve ticari faaliyetlerin fazla gelişmediği bölgelerde, gelenek, görenek ve toplumsal boyuttaki kültürel etkinliklerin gelişmiş bölgelere göre daha fazla korunarak yaşatılmaya çalışılmasından kaynaklandığını söylemek olasıdır. Ortaya çıkan duruma bağlı olarak, turizm sektörünün çeşitlendirilerek tüm yıla ve değişik bölgelere yayılması Türk turizmi açısından mümkün olabilecektir.

2. Türkiye'de gelen turist sayısı açısından yapılan sıralamada, son sıralarda yer alan Çanakkale, Balıkesir, Kütahya, Tokat, Kastamonu, Konya, Tekirdağ, Trabzon, Samsun, Sivas, Afyon, Gaziantep, Ordu, Artvin, Bolu, Bursa, Edirne, Isparta, Zonguldak, Giresun, Gümüşhane, Kırklareli, Manisa, Amasya, Kars ve Eskişehir ile birlikte bir çok ilin, düzenlenen yerel etkinlik ve festival sayıları açısından önemli potansiyele sahip olduğu görülmektedir. Elde edilen sonuç bizi, söz konusu illerde düzenlenmekte olan yerel

etkinliklerin, bu yörelerde turizmi geliştirmek üzere kullanılacak bir araç olarak dikkate alınması gerektiği sonucuna götürmektedir.

3. Çalışmada incelenen etkinliklerden 136 adetinin de düzenleyen kurum ve kuruluşların beklentilerinin aksine, turizm amaçlı olarak değerlendirilemeyeceği sonucuna varılmıştır. Düzenlenmekte olan etkinliklerin 274'ünün ise, iç turizm amaçlı olarak düzenlenebileceği ortaya çıkmıştır. İl Kültür Ve Turizm Müdürlüklerinin etkinliklere ilişkin genel değerlendirmelerinden ortaya çıkan sonuç, ülkemizde düzenlenen etkinliklerin yerel özellikler taşıması ve beklentilerin aksine dış turizm amaçlı olarak değerlendirilemeyeceğidir.

Yukarıda ifade edildiği gibi, Türkiye'de toplam 80 ilde düzenlenen 1188 yerel etkinliğin yurt dışındaki ülkelerde olduğu gibi yeni bir turistik ürün olarak önemli turistik çekiciliğe sahip olabilmesi ve tanıtımının en iyi şekilde yapılabilmesi için, bazı önlemlerin alınması gerekir. Bu amaçla getirilen öneriler şunlardır:

1. Türkiye'de düzenlenen yerel etkinliklerin büyük çoğunluğu, yöresel özelliktedir. Bu etkinliklerin temelinde, yöre halkının buluşması, eğlenmesi, alışveriş yapmaları, gelenek ve göreneklerinin unutulmaması amaçları bulunmaktadır. Etkinlikler turizm amaçlı değerlendirilebilirse veya bu amaca yönelik çalışmalar yapılırsa söz konusu etkinliklerin korunarak ve geliştirilerek devam ettirilmesi ve gelecek kuşaklara aktarılması, yöresel gelişimde ve turizmin geliştirilmesinde bir itici güç ve öneme sahip olacaktır.

2. Etkinliğin düzenlendiği yörelerde yaşayan yerel halk, organizasyonları para getirecek turist çeken bir etkinlik olarak değil de, kendi yörelerinin kültürel ve tarihsel yansımaları ortaya koyan toplumsal temelde eğlence etkinliği olarak görmektedir. Bu nedenle yapılacak olan tanıtım faaliyetlerini kolaylaştırmak için, yerel etkinliklerin konusu ve adı, çevresel özellikleri ve ev sahibi toplumun yaşantısını, gelenek ve göreneklerini yansıtmalıdır. Turizm konusunun gereğinden çok üzerinde durmak, topluma karşı sorumluluk taşıyan yöneticiler üzerinde ciddi olumsuz etkiler oluşmasına sebep olabilir. İyi yürütülen ve otantik toplum kutlamalarının sergilendiği etkinlikler, zaten kendiliğinden turistlere cazip gelecektir (Frisby ve Getz, 1990: 12-14). Bu nedenle, düzenlenen etkinliklerin turistik ürün olarak değerlendirilmesi için gerekli eğitim, finansal kaynak, organizasyon desteği, yapılanma, işgücü ve tanıtım amacıyla gerekli bilgi akışı, eleman ve finansal destek başta bakanlık olmak üzere kamu ve özel sektör kuruluşlarınca sağlanmalıdır.

3. Yerel etkinliklerin çoğu birbirinden ayrı ve farklı zamanlarda düzenlenmekte ve çoğu zaman da organizasyonu yapanlarca, birbirlerini tamamlayıcı özellikleri göz önüne alınmamaktadır. Çeşitli turizm kuruluşları yerel etkinliklerin bir bölümünü belirli mevsimde, belirli bir konu veya belirli bir bölgedeki ortak turistik ürünler halinde bir araya getirerek, tanıtım faaliyetlerini bir temele oturtmalıdır. Böylece, ziyaretçilerin daha fazla sayıda bölgeye çekilmesi sağlanmalıdır (Getz ve Frisby, 1998: 29-30).

4. Türkiye'de yerel etkinlikler uzun süreli olmamakta, belirli mevsimlerin belirli aylarında sadece bir kaç gün veya bir kaç hafta için gerçekleşmektedir. Bu nedenle, düzenlenen bu etkinliklerin turizm açısından çekiciliğini arttırabilmek için, yörelerin sahip olduğu diğer turistik ürünler ile entegre edilmeli ve bir turistik ürün paketi haline getirilmelidir.

5. Yerel etkinliklerin turizm amaçlı tanıtımı için, seyahat acentalarına önemli görevler düşmektedir. Acentalar tüm yerel etkinlikleri turist çekecek bir unsur durumuna getirme çabasına girmemelidir. Bunun yerine, bölgede bir veya birkaç etkinliği düzenleme ve bunların ürünlerini teşvik etmek yoluna giderek, başarılı tanıtım çalışmalarıyla hedef kitlelere ulaştırılmasını sağlamalıdır.

Yerel etkinlikler, turizm sektöründe yaşanan gelişmelere bağlı olarak yeni bir turistik ürün çeşidi olarak kabul edilmesine rağmen, düzenleyici kuruluşlar ve toplumlar

tarafından sosyal, kültürel ve toplumsal kutlama olayları olarak görülmektedir. Bu zenginliğin turizm amaçlı etkin şekilde değerlendirilebilmesi için iki aşamalı bir yaklaşım gereklidir. Birinci aşamada; başta yerel halk olmak üzere kamu ve özel sektör kuruluşlarında gerekli bilincin oluşturulması sağlanmalıdır. Bu çalışmalarda yerel etkinliklerin amacına uygun şekilde düzenlenmesiyle gelişecek olan turizm sektörünün, o yörede yaşayanlara başta ekonomik olmak üzere, sağlayacağı sosyal ve kültürel kazançlara dikkatlerinin çekilmesi ve sahip oldukları bu zenginliklerin korunarak gelecek kuşaklara aktarılmasının mümkün olduğunun anlatılması gerekmektedir. İkinci aşamada ise, tüm illerin sahip olduğu farklı konu ve kültürdeki yerel etkinliklerin yurt içi ve yurt dışında tanıtımının yapılarak yeterli talep oluşturulabilmesi amacıyla, çalışmalara başlanması gerekmektedir. Bu amaçla, başta yöre halkı olmak üzere yerel etkinlikleri düzenleyen kamu ve özel sektör kuruluşlarına, seyahat acentaları ve tur operatörlerine de büyük görevler düşmektedir.

KAYNAKÇA

- ALPAR, M., (1998), Eğirdir ve Yöresinde Alternatif Turizm Çeşitlerinin Geliştirilmesi, *Turizmde Seçme Makaleler :30*, Turizm Geliştirme ve Eğitim Vakfı Yayını: 15-26.
- CROMPTON, J.L. ve MCKAY, S.L., (1997), Motives of Visitors Attending Festival Events, *Annals of Tourism Research*, Volume 24, Number 2.
- GETZ, D., (1989), Special Events Defining the Product, *Tourism Management*, Volume 10, Number 2.
- GETZ, D. ve FRİSBY, W., (1989), Şehir Festivallerinin Turizm Üzerindeki Etki Düzeyi Üzerine Bir Araştırma, *Turizmde Seçme Makaleler:3*, Turizm Geliştirme ve Eğitim Vakfı Yayını :14-34.
- GETZ, D. ve FRİSBY, W., (1990), Festival Management: A Case Study Perspective, *Journal of Travel Research*, Volume 28, Number 3.
- GETZ, D. ve FRİSBY, W., (1990), Festival Yönetimi: Bir Durum Değerlendirme Perspektifi, *Turizmde Seçme Makaleler:6*, Turizm Geliştirme ve Eğitim Vakfı Yayını:1-15.
- GETZ, D., (1991), *Festivals, Special Events, and Tourism*, New York, Van Nostrand Reinhold.
- GETZ, D., (2000), Defining the Field of Event Management, *Event Management An International Journal*, Volume 6, Number 1.
- GETZ, D., O'NEILL, M. ve CARLSEN, J., (2001), Service Quality Evaluation at Events through Service Mapping, *Journal of Travel Research*, Volume 39, Number 4.
- LONG, P.T. Ve PERDUE, R., (1989), The Economic Impact of Rural Festivals and Special Events: Assessing the Spatial Distribution of Expenses, *Journal of Travel Research*, Volume 28 Number 1, Summer 1989.
- MC DONNELL, I., JOHNNY, A., ve O'TOOLE, W., (1998), *Festival and Special Event Management*, John Wiley & Sons Australia Ltd., Brisbane.,
- RAYBOULD, M., TREVOR, M., ELIZABETH, F., RENETA, T.,(2000), Counting the Herd. Using Aerial Photography to Estimate Attendance at Open Events, *Event Management An International Journal*, Volume 6, Number 1.

- TOSUN, C. Ve BİLİM, Y., (2003), Alternatif Turizm ve Turistik Ürün Çeşitlendirme Stratejileri: Hatay Örneği. <http://cmyo.ankara.edu.tr/Eiktisad/TURKONF/web/Cevat-Bilim/Cevat-Bilim.doc> adresinden alınmıştır.
- THRANE, C., (2002), Jazz Festival Visitors and Their Expenditures: Linking Spending Patterns to Musical Interest, *Journal of Travel Research*, Volume 40, Number 3, February 2002.
- TURİZM BAKANLIĞI, (2003), *Yerel Etkinlikler 2003*, Ankara, Turizm Bakanlığı Tanıtma Genel Müdürlüğü Yayını.
- YOON, S., DANIEL, M., SPENCER, D., Ve DAE-KWAN, K., (2000), A Profile of Michigan's Festival and Special Event Tourism Market, *Event Management An International Journal*, Volume 6, Number 1.