



## Gastronomi Festivallerinin Algılanan Destinasyon İmajına ve Tekrar Ziyaret Etme Niyetine Etkisi: Fethiye Yeşilüzümlü ve Yöresi Kuzugöbeği Mantar Festivali Örneği (The Impact of Gastronomy Festivals Intended to Visit the Perceived Destination and Visit Again: Fethiye Yeşilüzümlü and Region Morel Mushroom Festival Example)

\*Aydan BEKAR<sup>a</sup> , Emine KOCATÜRK<sup>b</sup> , Çağrı SÜRÜCÜ<sup>c</sup> 

<sup>a</sup> Muğla Sıtkı Koçman University, Faculty of Tourism, Muğla/Turkey

<sup>a</sup> Muğla Sıtkı Koçman University, Graduate Student, Muğla/Turkey

<sup>a</sup> Bartın University, Bartın Vocational School, Bartın/Turkey

### Anahtar Kelimeler

Algılanan destinasyon imajı  
Tekrar ziyaret etme niyeti  
Yeşilüzümlü  
Kuzugöbeği mantar festivali

### Öz

Festivaller keyifli, özel ve sıra dışı olan, yörenin ve yöreye özgü ürünlerin tanıtılması için yapılan sosyal ve kültürel etkinliklerdir. Bu kapsamda ülkemiz farklı temalara sahip çok sayıda ulusal ve uluslararası festivale ev sahipliği yapmaktadır. 2017 yılında 9. düzenlenen Fethiye Yeşilüzümlü Kuzugöbeği Mantar Festivali bu festivallerden biridir. Bu çalışma, gastronomi temalı festivallerin algılanan destinasyon imajına etkilerini ve katılımcıların tekrar ziyaret etme niyetine etkisini belirlemek amacıyla yapılmıştır. Araştırmanın evrenini Fethiye'nin Yeşilüzümlü Beldesi'nde düzenlenen Fethiye Yeşilüzümlü ve Yöresi Kuzugöbeği Mantar Festivali'ni ziyaret eden katılımcılar oluşturmaktadır. Araştırma verileri, araştırmacılar tarafından geliştirilen anket formu ile toplanmıştır. Verilerin analizinde faktör analizi, yüzde değer, aritmetik ortalama, standart sapma ve çoklu regresyon analizi kullanılmıştır. Festivalin yörenin imajına katkısının sırasıyla ekonomik, sosyal ve kültürel, tanıtıma yönelik olduğu; ayrıca algılanan destinasyon imajı ile tekrar ziyaret etme niyeti arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki olduğu belirlenmiştir.

### Keywords

Perceived destination image  
Revisit intention  
Yesiluzumlu  
Morel mushroom festival

### Abstract

Festivals are social and cultural activities designed to promote pleasant, special and extraordinary, local and regional products. In this context, our country hosts many national and international festivals with different themes. The 9th Festive Yesiluzumlu Morel Mushroom Festival held in 2017 is one of these festivals. This study the effects of gastronomy themed festivals on the perceived destination image and the effect of the participants on the intention to visit again. The universe of the research is composed of participants who visited Fethiye Yeşilüzümlü and region Morel Mushroom Festival held in Yesiluzumlu Town of Fethiye. The data of the research were collected by the questionnaire developed by the researchers. In the analysis of the data, factor analysis, percentage value, arithmetic mean, standard deviation and multiple regression analysis were used. The contribution of the festival to the image of the region is economic, social and cultural, respectively. it was also found that there was a positive positive relationship between the perceived destination image and the intention to visit again.

\* Sorumlu Yazar.

E-posta: [abekar@mu.edu.tr](mailto:abekar@mu.edu.tr) (A.Bekar),