



Festival Anahtar Başarı Faktörlerinin Festival Sadakati Üzerine Etkisi: Portakal Çiçeği Festivali Örneği (The Effect of Festival Key Success Factors on Festival Loyalty: The Case of Orange Flower Festival)**

*Ali DALGIÇ^a, Kemal BİRDİR^b

^a Isparta University of Applied Sciences, Faculty of Tourism, Department of Tourism Guidance, Isparta/Turkey

^b Mersin University, Faculty of Tourism, Department of Tourism Management. Mersin/Turkey

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi:
20.05.2019

Kabul Tarihi: 30.11.2019

Anahtar Kelimeler

Anahtar başarı faktörleri
Festival sadakati
Festival
Etkinlik

Öz

Bu çalışmada festival anahtar başarı faktörlerinin festival sadakatine etkisi araştırılmıştır. Araştırma verileri, 3-9 Nisan 2017 tarihleri arasında Adana'da düzenlenen Portakal Çiçeği Festivali'ne katılım gösteren bireylerden kolayda örnekleme yöntemi ile yüz yüze temas tekniği kullanılarak toplanmıştır. Veri toplama sürecinde 923 geçerli anket formu elde edilmiştir. Verilere uygulanan sapan ve normal dağılım analizleri sonucunda 891 veri ile hipotezlerin testine geçilmiştir. Yapısal eşitlik modellemesi kullanılarak yapılan yol analizleri sonucunda, "program" ($\beta = 0,11$; $p \leq 0,01$), "festival alanı ve erişilebilirlik" ($\beta = 0,20$; $p \leq 0,001$), "hediye eşya ve uygunluk" ($\beta = 0,12$; $p \leq 0,01$), "güvenlik" ($\beta = 0,27$; $p \leq 0,001$) ve "yiyecek" ($\beta = 0,20$; $p \leq 0,001$) değişkenlerinin festival sadakati üzerinde istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif bir etkiye sahip olduğu bulgulanmıştır. Bulgular neticesinde teorik olarak çalışma yapacak olan araştırmacılara ve uygulayıcılara, festival programı, festival alanı ve erişilebilirlik, hediyelik eşya ve uygunluk, güvenlik ve yiyecek faktörlerini dikkate almaları önerilebilir.

Keywords

Key success factors
Festival loyalty
Festival
Event

Abstract

In this study, festival key success factors' effect on festival loyalty were researched. Study data were gathered from participants joining "Orange Blossom Festival" organized in Adana between 3-9 April 2017 by using convenience sampling method and face to face contact technique. 923 valid questionnaire forms were gathered at the end of data collection process. Hypothesis testing was proceeded with 891 data in consequence of sling and normal distribution analysis applied on data. In consequence of path analysis by using structural equation modelling that "program" ($\beta = 0,11$; $p \leq 0,01$), "festival area and accessibility" ($\beta = 0,20$; $p \leq 0,001$), "souvenirs and convenience" ($\beta = 0,12$; $p \leq 0,01$), "security" ($\beta = 0,27$; $p \leq 0,001$) and "food" ($\beta = 0,20$; $p \leq 0,001$) variables have significant and positive effect on festival loyalty. Operators and researchers who will have theoretical study as a result of findings were suggested to consider festival program, festival area and accessibility, souvenirs and food factors.

Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

* Sorumlu Yazar

E-posta: alidalgic@isparta.edu.tr (A. Dalgıç)

**Bu çalışma, Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı'nda Ali DALGIÇ tarafından sunulan ve kabul edilen "Festival Ziyaretçilerinin Sadakatlerini Etkileyen Faktörlerin Analizi: Adana Portakal Çiçeği Festivali Örneği" başlıklı doktora tezinden üretilmiştir.

Makale Künyesi: Dalgıç, A. & Birdir, K. (2019). Festival Anahtar Başarı Faktörlerinin Festival Sadakati Üzerine Etkisi: Portakal Çiçeği Festivali Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(4), 2718-2738.

DOI: 10.21325/jotags.2019.496

GİRİŞ

Destinasyonların turizm sektöründe başarıyı yakalayabilmesi için bazı kritik faktörlere sahip olması gerekmektedir. Çekicilikler (doğal, insan yapımı, yapay, belirli bir amaçla inşa edilen, miras niteliği taşıyan, özel etkinlikler), erişebilirlik (taşıma araçları, yollar ve terminallerden oluşan taşımacılık sistemi), olanaklar (konaklama ve yiyecek-içecek tesisleri, diğer turistik hizmetleri sunan tesisler), mevcut paketler (ana kuruluşlar ve araçlar tarafından önceden düzenlenmiş paketler), aktiviteler (destinasyonda halihazırda bulunan aktiviteler ve turistlerin ziyaretleri süresince yapılabilecek aktiviteler) ve destekleyici hizmetler (turistlerin yararlanabileceği banka, telekomünikasyon, postane, hastane vb.) destinasyon için olması gereken bazı başarı faktörleridir. Buhalis'in (2000) belirttiği faktörlerin içerisinde yer alan etkinlikler bir destinasyon için önemli çekicilik unsuru olarak görülebilir. Düzenlenen veya düzenlenecek olan etkinliklerin bölgeye ve yerel halka ekonomik, ticari, fiziksel, çevresel, sosyokültürel, psikolojik, politik, turizm vb. alanlarda birçok etkisinin olduğu belirtilebilir.

Son yıllarda en fazla düzenlenen etkinliklerden birisi kültürel kutlama türlerinden olan festivallerdir. Festivaller, belirli dönemlerde (belirli tarih aralıklarında) ve belirli bir programda düzenlenen aktiviteler ya da eğlencelerdir. Festival katılımcılarının memnun edilebilmesi, katılımlarının düzenlenecek olan etkinliklere tekrar katılımları açısından, diğer bir ifadeyle "sadakat" açısından, önem teşkil etmektedir. Bu durumun gerçekleştirilebilmesi için öncelikli olarak festivalleri başarılı kılan anahtar faktörlere odaklanmak gerekmektedir (Özdemir ve Çulha, 2009; Wan ve Chan, 2013). Festival etkinliğinin başarılı bir şekilde gerçekleştirilebilmesi için organizasyon ve yürütme süreçlerinde yer alması gereken birçok anahtar faktörün olması gerekmektedir. Festival için uygun alan, festivalin yapılması için gerekli uygun tesisler, erişebilirlik, yiyecek-içecek, risk yönetimi, farklı işkolundaki işletmelerle anlaşmalar, kaliteli hizmet, kalabalık yönetimi gibi unsurlar gerekli anahtar faktörlerden bazılarıdır (Getz, 1997).

Sistemler teorisine göre, girdi sürecinde yer alan gerekli kaynakların başarı algısını oluşturacağı, çıktı sürecinde ise sadakatin meydana geleceği ileri sürülmektedir. Festival sadakatinin, başarı faktörleri tarafından gerçekleştirilebileceği belirtilebilir (Anil, 2012; Wu ve Ai, 2016; Lee ve Chang, 2017). Bu bağlamda bu çalışmada, festival anahtar başarı faktörlerinin festival sadakati üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Bu kapsamda öncelikli olarak anahtar başarı faktörleri ve festival sadakati ile ilgili kuramsal açıklamalarda bulunulmuştur. Çalışmada daha sonra ilgili alanyazındaki çalışma sonuçları ve sistemler teorisi göz önüne alınarak hipotezler geliştirilmiştir. Hipotezlerin geliştirilmesinin ardından evren ve örneklem, ölçekler ve veri hazırlama süreciyle ilgili bilgiler yöntem kısmında detaylı olarak verilmiştir. Çalışma kapsamında toplanan verilerin analizi bulgular kısmında verilmiştir. Son olarak bulgular dikkate alınarak teorik ve uygulayıcılara yönelik sonuçlarla çalışma tamamlanmıştır.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Anahtar Başarı Faktörleri

Anahtar başarı faktörleri, festivallerin başarılı bir şekilde gerçekleştirilmesi için etkinlik öncesi ve etkinlik sırasında gerekli olan faktörlerin tümünü ifade eden bir kavramdır. Festivaller için gerekli olan anahtar başarı faktörleri, katılımcıların algularını, tutumlarını ve davranışlarını doğrudan etkileyebilmektedir. Buna ek olarak anahtar başarı faktörleri, katılımcıların eşsiz deneyimler yaşamasında da önem arz etmektedir. Festival alanı, festival alanına erişim, festival öncesi bilgilendirme, festival sırasında bilgilendirme ve yönlendirmeler, festival programı,

festival çalışanları, festival alanında ve çevresinde faaliyet gösteren işletmeler, güvenlik gibi birçok faktör festival başarısında rol oynayan anahtar başarı faktörlerindedir. Lade ve Jackson (2004), festivallerin başarılı olabilmesi için her yıl eşsiz bir festival programının yaratılmasının, geribildirimlerle organize komitesinin düzenlemeler yapmasının, festivalin düzenlendiği alan ve tesislerin kaliteli olmasının, festivalin düzenlenmesinden önce iyi bir planlama yapılmasının, aktivitelerin iyi yönetilmesinin, toplumun katılım sağlamasının ve destek vermesinin, pazarlama stratejilerinin olması gerekliliğini belirtmiştir.

Gerçekleştirilen festivallerin temalarına ve düzenledikleri alanlara göre anahtar başarı faktörleri farklılık gösterebilmektedir. Leenders, Telgen, Gemser ve Van der Wurff (2005), Hollanda’da gerçekleştirilen müzik festivallerinin başarısının içerik (belirli bir tema, sahne alacakların özellikleri ve tarzları vb.) ve biçim özelliklerine (bütçe, bilet fiyatları, lokasyon ve ziyaretçi kapasitesi gibi) bağlı olduğunu belirtmişlerdir. Diğer bir çalışmada ise Taylor ve Shanka (2008), Avustralya’da gerçekleştirilen şarap festivalinde anahtar başarı faktörlerini, olanaklar (kalabalık kontrolü, güvenlik, hizmetler, tuvalet tesisleri vb.), atmosfer (eşsizlik, atmosfer, bilgi, çekicilikler vb.), uygunluk (yer, zaman, park uygunluğu vb.), gastronomi (yiyecek ve içecek çeşitliliği, yiyecek ve içecek kalitesi vb.) ve lojistik olarak sıralamışlardır. Yuan ve Jang (2008) ise, İndiana’da düzenlenen şarap ve yiyecek festivali katılımcıları üzerine yaptıkları çalışmada, festivali başarıya ulaştıracak faktörleri 3’e ayırmışlardır. Tesisler (eğlence, sanat, ideal alan, bilgili çalışanlar, uygun park alanları vb.), şarap (şarap çeşitliliği, şarap tesislerinin çeşitliliği vb.) ve organizasyon (kısa bekleme süresi, iyi yiyecekler, iyi organizasyon, makul fiyat vb.) bu çalışmada öne çıkan anahtar başarı faktörleridir. Lee, Lee, Lee ve Babin (2008), festivaller için gerekli olan faktörleri, “uygunluk”, “bilgilendirme”, “tesisler”, “çalışanlar”, “program içeriği”, “hediyelik eşyalar” ve “yiyecek” olarak belirtmişlerdir. Diğer bir festival odaklı çalışmada ise Morgan (2008), iyi bir festivali meydana getiren faktörleri, fiziksel organizasyon (biletlere erişebilirlik, etkinlik yeri ve etkinlik zamanı, ses kalitesi, oturma olanakları, alışveriş imkanı, yiyecek ve içecekler vb.), sosyal etkileşim (çalışanlarla, yerel halkla, yeni ve eski arkadaşlarla, aile ile vb.), dizayn (imaj ve profesyonellik, çeşitlilik, çevre vb.), kültür (toplumun, bölgenin, etkinliğinin kendisinin vb.), kişisel faydalar (dinlenme ve eğlence, kendini geliştirme, başarıma duygusu vb.) ve sembolik alanlar (otantiklik, gelenek haline gelme, nostalji, bağış toplama vb.) olarak 6 kategoriye ayırmıştır.

Özdemir ve Çulha (2009), İzmir-Efes’te gerçekleştirilen uluslararası deve güreşleri festivali katılımcılarından elde ettikleri verilere göre, anahtar faktörler arasında “festival programının içeriği”, “çalışanlar”, “tesisler”, “yiyecek-içecek”, “hediyelik eşyalar”, “uygunluk (dinlenme yeri, tuvalet ve park yerleri)” ve “bilginin (tabelalarda yer alan bilgiler, broşürlerde yer alan bilgiler vb.)” önemli olduğunu belirtmişlerdir. Leenders (2010), Hollanda’da düzenlenen müzik festivalinde yapmış olduğu araştırmada anahtar faktörleri, değer özellikleri (program, temaya sahip olma, bilet fiyatları vb.), marka özellikleri (imaj, eğlenceli olması, atmosfer, duygular vb.) ve ilişki özellikleri (mailler, web sitesi, buluşma ve karşılama, yarışmalar vb.) olarak 3 grupta toplamıştır. Yoon, Lee ve Lee (2010), Güney Kore’de gerçekleştirilen bir festivalde yaptıkları çalışmada, festival anahtar başarı faktörlerini, “bilgilendirme hizmetleri”, “festival programı”, “hediyelik eşya”, “yiyecek” ve “tesisler” olarak bulgulamışlardır. Choi (2011), Amerika’da düzenlenen festivalde yapmış olduğu çalışmada festival başarı faktörlerini, “festival programı”, “festival ürünleri”, “doğal çevre”, “uygun tesisler”, “bilgi hizmetleri” olarak bulgulamıştır. Erasmus (2011), Güney Afrika’da düzenlenen ulusal sanat festivalinde yapmış olduğu araştırmada, “kaliteli gösteriler ve tezgahlar”, “güvenlik ve

personel”, “mekanlar”, “aktiviteler ve toplum”, “park ve restoranlar”, “pazarlama ve erişebilirlik”, “konaklama” gibi faktörleri etkinlik başarı faktörleri arasında belirtmiştir. Anil (2012), Türkiye’de gerçekleştirilen yerel bir festivalde yapmış olduğu araştırmada, festival alanı (festival alanının yeterliliği, festivalde bir kaç farklı etkinliğin olması vb.), yiyecek (geleneksel yiyeceklerin varlığı, yiyecek çeşitliliğinin yeterli olması, kaliteli yiyeceklerin olması, yiyeceklerin makul fiyattan satılması vb.) ve uygunluğu (tuvaletlerin yeterliliği, park alanlarının yeterliliği, yeterli dinlenme alanlarının olması vb.) festival başarı faktörleri olarak belirtmiştir. Manners, Kruger ve Saayman (2012), Güney Afrika’da 2011 yılında düzenlenen müzik festivalinde yapmış oldukları araştırmada, önemli anahtar başarı faktörlerini; genel yönetim, hediyelik eşyalar, pazarlama faaliyetleri, mekân ve teknik özellikler, erişebilirlik ve park, konaklama tesisleri ve yiyecek-içecek işletmeleri olarak belirtmişlerdir.

Mason ve Paggiaro (2012), İtalya’da düzenlenen şarap ve yiyecek etkinliği ziyaretçileri üzerinde yaptıkları çalışmada, yiyecek (yiyecek kalitesi, içecek kalitesi vb.), eğlence (eğlence, etkinlik takvimi, bilgilendirme vb.) ve konfor (güvenlik, tuvaletlerin temizliği, dinlenme alanlarının mevcudluğu vb.) boyutlarının etkinliğin başarılı olmasında önem arz ettiğini belirtmişlerdir. Saayman, Kruger ve Erasmus (2012), Güney Afrika’da düzenlenen sanat festivalindeki ziyaretçi deneyimlerini etkileyen faktörleri araştırmışlardır. Güvenlik ve personel, pazarlama ve erişebilirlik, etkinliğin düzenlendiği yer, konaklama tesisleri, aktiviteler ve yerel halk, park ve restoranlar, şovlar ve satış yapılan tezgahlar önem arz eden faktörler olarak bulgulanmıştır. Wan ve Chan (2013), Macau’da düzenlenen yiyecek festivallerinde ziyaretçilerin memnuniyetlerini, etkinliğin düzenlendiği yer ve erişebilirlik, yiyecekler, etkinlikteki olanaklar (yeterli sayıda oturulacak yer vb.), çevre ve ambiyans (aşırı ses ve kalabalığın olmadığı vb.), kaliteli hizmet, festivalin boyutu, eğlence ve zamanlamanın etkilediğini bulgulanmışlardır. Kong (2015), Amerika’da düzenlenen bir festivalde yapmış olduğu çalışmada, eğlence, konfor ve ürün olarak festival başarı faktörlerini 3’e ayırmıştır.

Yapılan araştırma sonuçları dikkate alındığında, festival başarısında program (Lade ve Jackson, 2004; Leenders vd., 2005; Lee vd., 2008; Özdemir ve Çulha, 2009; Choi, 2011), tesisler (Lade ve Jackson, 2004; Yuan ve Jang, 2008; Lee vd., 2008; Özdemir ve Çulha, 2009; Choi, 2011; Manners vd., 2012; Saayman vd., 2012), uygunluk (Taylor ve Shanka, 2008; Lee vd., 2008; Özdemir ve Çulha, 2009; Anil, 2012), yiyecek (Lee vd., 2008; Özdemir ve Çulha, 2009; Anil, 2012; Manners vd., 2012; Mason ve Paggiaro, 2012; Wan ve Chan, 2013), erişebilirlik (Manners vd., 2012; Saayman vd., 2012; Wan ve Chan, 2013), bilgi (Lee vd., 2008; Özdemir ve Çulha, 2009; Choi, 2011), festival alanı (Lade ve Jackson, 2004; Anil, 2012), hediyelik eşya (Lee vd., 2008; Özdemir ve Çulha, 2009; Manners vd., 2012), çalışanlar (Lee vd., 2008; Özdemir ve Çulha, 2009) ve güvenlik (Mason ve Paggiaro, 2012; Saayman vd., 2012) faktörlerinin rol oynadığını belirtilebilir.

Festival Sadakati

Sadakat, kişilerin satın aldıkları hizmetleri ya da ürünleri, değişen koşullara ve pazarlama çabalarına rağmen gelecekte de sürekli olarak aynı hizmeti ya da ürünü alma eğilimi olarak belirtilebilir (Oliver, 1997: 392). Sadakat, bilişsel sadakat (bilgiye dayalı markaya bağlılık), duygusal sadakat (duygulara bağlı markaya bağlılık), davranışsal sadakat (markayı satın almada davranışsal niyet boyutu) ve hareket sadakati (marka için eyleme geçmeye hazır olma durumu) olarak boyutlara ayrılabilir (Martin, 2007: 22-23). Belirtilen sadakat boyutlarına göre yapılan çalışmalarda sadakat, a) pozitif ağızdan ağıza iletişim, b) diğerlerine tavsiye etme niyeti, c) yeniden satın alma niyeti ve d) yüksek

fiyata karşı yüksek tolerans şekillerinde ölçülebilmektedir (Cronin ve Taylor, 1992; Zeithaml, Berry ve Parasuraman, 1996). Festival sadakati, hem yerel halkın hem de diğer ziyaretçilerin belirli bir sürede düzenlenecek olan aynı festivali tercih etmesi durumu olarak belirtilebilir.

Festival sadakati ile ilgili yapılmış olan çalışmalarda festival sadakatinin genellikle tek boyut şeklinde incelenmiştir. Çalışmalar da genellikle festival sadakati iki ya da üç madde olarak ele alınmıştır. Bu maddeler ile de sonraki etkinliklere katılma niyeti ve tavsiye niyeti ölçülmeye çalışılmıştır (Cole ve Illum, 2006; Kim, Suh ve Eves, 2010; Yoon vd., 2010). Yapılan araştırmalar incelendiğinde festival ziyaretçilerinin sadakatlerini en fazla etkileyen faktörlerden birinin festival anahtar başarı faktörleri olduğu söylenebilir. Festival anahtar başarı faktörleri festivalin başlangıcından bitimine kadarki sürede festivalin başarılı bir şekilde tamamlanması için ihtiyaç duyulan faktörler olmasından dolayı festival sadakati üzerinde etkisinin fazla olduğu söylenebilir. Festival başarı faktörlerinin bir araya getirilerek etkin bir yönetim süreci sonucunda festivalin tamamlanması ziyaretçilerin sonraki katılımcılarını doğrudan etkileyecektir (Lee vd., 2008; Yoon vd., 2010; Saayman vd., 2012; Anil, 2012; Wu ve Ai, 2015; Lee ve Cheng, 2016).

HİPOTEZLERİN GELİŞTİRİLMESİ

Sistemler teorisine göre, “çevresel faktörler (toplum, organizatörler, belirsizlikler, bağlantılar (networks) vb.)” ve “girdilerin (*inputs*) (insan kaynakları, maddi kaynaklar, materyal kaynakları, tesisler vb.)” birleşmesi ve belirli bir sürecin işletilmesi (planlama, organizasyon, kontrol vb.), farklı çıktıların alınmasına neden olacaktır (Getz and Frisby, 1988: 24). Sistemler teorisinin özünde, etkinlik yönetim yapısının çevreye dayandığı ve etkinliğin devamlılığını sağlamak için birçok materyale ihtiyaç olduğu hususu vardır (Mallen and Adams, 2008: 27). Dış çevreye ek olarak girdi, dönüşüm ve çıktı süreçlerinin olması sistemler teorisinin bütünü oluşturmaktadır (Getz and Frisby, 1988: 27). Girdi süreci, etkinliğin oluşması için gerekli kaynakların temini; yayılma, nüfuz ya da dönüşüm süreci, etkinlik faaliyetlerin oluşturulması; çıktı süreci, etkinliğe katılanlar ve paydaşlar için sonuç oluşturma olarak belirtilebilir. Bu üç sistem etkinliğin başarısı için birbirine bağlı ve birbiriyle ilişki içerisinde (Mallen and Adams, 2008: 37-38). Festivallerin oluşturulması için anahtar başarı faktörlerinin bir araya getirilmesi girdi sürecini oluşturmaktadır. Festivalin başlangıcından bitimine kadar olan süreç yayılma süreci olarak belirtilebilir. Festivalin tamamlanmasıyla birlikte katılımcılarda meydana gelen tutum ve davranış değişiklikleri ise çıktı sürecidir. Çıktı süreci sonunda olumlu sonuçlar alabilmek için girdi sürecindeki faktörlerin başarılı bir şekilde yerine getirilmesi gerekmektedir. Etkinlik organizatörleri tarafından istenilen en önemli çıktılardan biri “sadık” katılımcılar yaratabilmektedir. Bu husus, etkinliğin ve olumlu etkilerin devamlılığı açısından önem arz etmektedir. İlgili alanyazındaki çalışmalar göz önüne alındığında anahtar başarı faktörlerinden program (Lee vd., 2008; Yoon vd., 2010; Choo, Ahn ve Petrick, 2015), çalışanlar (Lee vd., 2008; Özdemir ve Çulha, 2009; Wu, Wong ve Cheng, 2014), hediye eşya (Özdemir ve Çulha, 2009; Yoon vd., 2010; Choo vd., 2015), uygunluk (Özdemir ve Çulha, 2009), yiyecek (Lee vd., 2008; Özdemir ve Çulha, 2009; Jung, Ineson, Kim ve Yap, 2015), bilgi (Özdemir ve Çulha, 2009; Yoon vd., 2010; Choo vd., 2015), festival alanı (Özdemir ve Çulha, 2009) ve tesisler (Yoon vd., 2010; Lee vd., 2008; Choo vd., 2015), erişebilirlik (Wong, Wu ve Cheng, 2015), güvenlik (Saayman vd., 2012) gibi faktörlerin sadakat üzerinde etkili olduğu görülmüştür. Sistemler teorisi ve ilgili alanyazında yapılan araştırma sonuçları dikkate alınarak

şu hipotezler (yapılan açıklayıcı ve doğrulayıcı faktör analizleri sonucunda hipotezler revize edilmiştir.) oluşturulmuştur;

H₁: “Festival anahtar başarı faktörlerinden festival programı, katılımcıların festival sadakatlerini pozitif yönde etkiler.”

H₂: “Festival anahtar başarı faktörlerinden festival alanı ve erişebilirlik, katılımcıların festival sadakatlerini pozitif yönde etkiler.”

H₃: “Festival anahtar başarı faktörlerinden bilgi, katılımcıların festival sadakatlerini pozitif yönde etkiler.”

H₄: “Festival anahtar başarı faktörlerinden çalışanlar ve gönüllüler, katılımcıların festival sadakatlerini pozitif yönde etkiler.”

H₅: “Festival anahtar başarı faktörlerinden hediyelik eşya ve uygunluk, katılımcıların festival sadakatlerini pozitif yönde etkiler.”

H₆: “Festival anahtar başarı faktörlerinden güvenlik, katılımcıların festival sadakatlerini pozitif yönde etkiler.”

H₇: “Festival anahtar başarı faktörlerinden yiyecek, katılımcıların festival sadakatlerini pozitif yönde etkiler.”

YÖNTEM

Evren ve Örneklem

Bu araştırmanın genel evreni, Türkiye’de düzenlenen kültürel kutlamalara katılan kişiler olarak belirlenmiştir. Genel evreni, tanımlaması kolay olan ancak ulaşılması çok güç olan evren olarak belirtmek mümkündür (Karasar, 2014: 110). Türkiye’de düzenlenen kültürel kutlama temalı etkinliklere katılmış tüm bireylere ulaşmak hemen hemen imkânsız olması sebebiyle genel evren çalışma evrenine indirgenmiştir. Çalışma evreni, genel evrene göre ulaşılması daha kolay olan, örneklem belirleyerek gözlemlerin gerçekleştirilebileceği ve bu gözlemlerin genellenebileceği evrendir (Karasar, 2014: 110). Araştırmanın çalışma evreni, Doğu Akdeniz Bölgesi’nde düzenlenen bölgesel festivallere katılan 18 yaşından büyük kişiler olarak belirlenmiştir. Çalışma evreninin de genel evrenden farklı olarak bölge, etkinlik türü ve katılımcı yaşı açısından belirli kısıtlamalara gidilmiştir. Ancak bu kısıtlamaya gidilirken, kültürel kutlamalar bağlamında en çok düzenlenen etkinlik olan festivaller seçilmiş (Derrett, 2003; Sdrali ve Chazapi, 2007; Getz, 2008; Ziakas ve Boukas, 2014) ve yine gelişmekte olan ülkeler açısından önem arz eden ve en fazla düzenlenen bölgesel etkinlik olmasına dikkat edilmiştir (Getz, 2008; Van der Wagen, 2010; Müller, 2015). Ayrıca, en fazla katılımcı yaş grubu olan 18 yaş ve üzeri kişiler evren içerisinde tutularak, 18 yaş altı bireyler evren dışarısında tutulmuştur. Bu bağlamda bakıldığında, genel evrenden çalışma evrenine indirgeme işleminin uygun olduğunu temsil yeteneği açısından söylemek mümkün olabilir.

Araştırma kapsamında belirlenen çalışma evrenine, genel evrene oranla ulaşması daha kolay olabilir. Ancak, yine de belirlenen çalışma evrenine zaman, maddi kaynak ve insan gücü kısıtları nedenleriyle ulaşmanın çok zor olmasından dolayı, örneklem alma ve örnekleme yöntemi belirlemeye ihtiyaç duyulmuştur. Araştırmanın örnekleme, Adana’da düzenlenen Portakal Çiçeği Festivali’ne katılan 18 yaşından büyük bireyler olarak belirlenmiştir. Doğu Akdeniz Bölgesi’nde düzenlenen kültürel kutlama temalı festival etkinlikleri bağlamında Portakal Çiçeği Festivali

en büyük festivallerden birisidir (Nisandaadanada.com). Bu bağlamda, oluşturulan örneklemin evreni temsil yeteneğinin olduğunu söylemek mümkündür. 2017 yılında düzenlenen bu etkinliğe 350.000 kişiden fazla kişi katılmıştır (Nisandaadanada.com). Örnekleme yöntemi olarak, olasılık dışı örnekleme yöntemlerinden biri olan kolayda örnekleme yöntemi seçilmiştir. Örneklem büyüklüğü olarak, Sekaran ve Bougie (2013: 268) tarafından belirtilen 100.000 ve üzeri evren kümesi için, örneklem sayısının en az 384 olması gerekliliği göz önüne alınmıştır.

Veri Toplama Araçları

Anahtar başarı faktörlerinden “Çalışanlar ve Gönüllüler” 4 madde, “Yiyecek” 4 madde, “Bilgi” 5 madde ve “Uygunluk” 3 madde olarak Anil (2012) tarafından yapılan çalışmadan uyarlanarak anket formuna dahil edilmiştir. Anil (2012) tarafından yapılan çalışmada “Çalışanlar ve Gönüllüler ($\alpha = 0.94$)”, “Yiyecek ($\alpha = 0.79$)”, “Bilgi ($\alpha = 0.80$)” ve “Uygunluk ($\alpha = 0.74$)” boyutlarının güvenilirlik katsayılarının 0.70’den fazla olduğu bulgulanmıştır. “Hediyelik Eşya ($\alpha = 0.93$)” boyutu 3 madde olarak Lee ve Chang (2017) tarafından yapılmış olan çalışmadan alınmıştır. “Program ($\alpha = 0.89$)” boyutu, 6 madde olarak Yoon vd. (2010) tarafından yapılan çalışmadan uyarlanmıştır. “Festival Alanı ve Tesisler” boyutu Lee vd. (2008) tarafından yapılmış olan çalışmadan 6 madde olarak alınmıştır. Bu 6 maddenin güvenilirliği 0,91 olarak araştırmacılar tarafından bulgulanmıştır. “Erişebilirlik ($\alpha = 0.74$)” boyutu 3 madde olarak, Wu ve Ai (2016) tarafından yapılan çalışmadan uyarlanmıştır. “Güvenlik” boyutu 3 madde şeklinde, Saayman vd. (2012) tarafından yapılan çalışmadan uyarlanarak anket formuna konulmuştur. “Güvenlik” boyutunun güvenilirliği 0.88 olarak bulgulanmıştır. Son olarak, festival sadakati ölçeği tek boyut ve 6 maddeden oluşturulmuştur. Ölçek maddeleri, Lee (2009) tarafından yapılan festival ziyaretçilerinin duygusal deneyimlerinin memnuniyetlerine ve sadakatlerine yönelik etkisinin araştırıldığı çalışmadan uyarlanarak kullanılmıştır. Ölçekte bulunan maddeler 5’li Likert derecelemesi şeklinde oluşturulmuştur (1=Kesinlikle katılmıyorum, 5=Kesinlikle katılıyorum).

Veri Hazırlama Süreci

Veri setine aktarılan verilere kayıp veri analizi yapılmıştır. Yapılan kayıp veri analizi sonucunda “festival anahtar başarı faktörleri ölçeği” kapsamında 17 veride ve “festival sadakati ölçeği” kapsamında 6 veride kayıp veri tespit edilmiştir. Kayıp veriler ilgili değişkenin madde ortalamasına göre atanmıştır. Bu yöntem araştırmacılar tarafından en çok tercih edilen ve en uygun yöntem olarak belirtilebilir (Şencan, 2005: 214). Kayıp verilere ortalama atama işleminden sonra veri setine sapan analizi ve normal dağılım analizi yapılmıştır. Toplanan verilerin ana kütleli temsili, verilerin standartlaştırılması, çok değişkenli istatistiksel analizlerin uygulanabilmesi ve çok değişkenli problemlerin sağlıklı bir şekilde incelenebilmesinde “normallik testleri” önem arz etmektedir (Özdamar, 2010: 79-80). Veri setine öncelikle çok değişkenli sapan analizi ve ardından da çoklu normal dağılım analizi uygulanmıştır. Çoklu sapan analizi sonucunda 12, çoklu normal dağılım analizi sonucunda ise 20 veri analizlerden çıkarılarak toplamda 891 veri ile analizlere devam edilmiştir. Çalışmada, güvenilirlik analizi, açıklayıcı faktör analizi, doğrulayıcı faktör analizi, yol analizi gibi analizler gerçekleştirilmiştir. Bu analizler için SPSS ve Lisrel paket programlarından yararlanılmıştır.

Güvenilirlik ve Geçerlilik

Araştırmada yer alan ölçeklere güvenilirlik analizi yapılmıştır. Güvenilirlik analizinde Cronbach Alfa (α) değerlerinin en az 0,60 olmasına (Alpar, 2012: 458), madde toplam korelasyonlarının pozitif ve 0,250'den büyük olmasına (Kalaycı, 2010: 412), çoklu R2 katsayı değerlerinin 0,300'den büyük olmasına (Alpar, 2012: 391), Hotelling' T2 testinin, toplanamazlık ve sınıflararası R değerlerinin anlamlı olmasına (Özdamar, 2011: 615-617) dikkat edilmiştir. Festival anahtar başarı faktörleri ölçeğinde yer alan bir maddenin düzeltilmiş madde toplam korelasyonu 0,141 olduğu için analizlerden çıkarılmıştır. Tablo 1'de ölçeklere ait güvenilirlik analizi bulguları verilmiştir.

Tablo 1: Ölçeklere Ait Güvenilirlik Analizi Bulguları

Ölçekler	Düzeltilmiş Madde Toplam Korelasyon Aralığı	Çoklu R ² Katsayısı	α	Hotelling' T ²	Toplanamazlık	Sınıflararası R
Festival Anahtar Başarı Faktörleri	,279 - ,700	,303 - ,703	0,947	411,442, F _{35;856} =11,306 (p<0,0001)	F _{1;35} =30,296; p<0,0001	r=,328/,946 (p<0,0001)
Festival Sadakati	,789 - ,894	,647 - ,837	0,958	13,464 F _{5;886} =2,681 (p<0,0001)	F _{1;5} =,817 (p<0,0001)	r=,790/,958 (p<0,0001)

Ölçeklerin geçerliliklerini tespit etmek için açıklayıcı faktör analizi yapılmıştır. Açıklayıcı faktör analizine başlamadan önce maddelerin faktör yüklerinin 0,40 ve üzeri olmasına (Şencan, 2005: 779), maddelerin iki boyuta yük vermesi durumunda binişiklik değerinin en az 0,100 olmasına, eş kökenlilik değerinin 0,50 ve üzeri olmasına, döndürme işlemi için Varimax döndürme tekniğinin kullanılmasına karar verilmiştir (Hair, Black, Babin ve Anderson, 2010). Ayrıca, ölçek maddelerinin faktör analizi yapılmasına müsait olduğunu gösteren Bartlett Küresellik testinin anlamlı olmasına ve maddeler arası normal dağılımın olduğunu gösteren Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değerinin 0,50'den büyük olmasına dikkat edilmiştir (Hair vd., 2010). Festival anahtar başarı faktörleri ölçeğine, belirlenen varsayımlar kapsamında açıklayıcı faktör analizi yapılmıştır. Bartlett Küresellik testinin anlamlı olduğu ve KMO değerinin yaklaşık 0,90 olduğu belirlenmiştir. Ölçekte yer alan altı madde binişik ve iki faktör arasındaki yük değeri farkının 100'den küçük olmasından dolayı analizlerden çıkarılmıştır. Geriye kalan 30 madde 7 boyut altında toplanmış ve açıklanan toplam varyans yaklaşık %70 olarak bulgulanmıştır. Tablo 2'de festival anahtar başarı faktörleri ölçeğine ait açıklayıcı faktör sonuçları verilmiştir.

Tablo 2: Festival Anahtar Başarı Faktörleri Ölçeğine Ait Açıklayıcı Faktör Sonuçları

Faktörler	Faktör Yükleri	Eşkökenlilik	Özdeğer	\bar{x}	Açıklanan Varyans %	Alfa
Faktör 1: Program			3,862	4,08	12,874	,899
“Festival programı iyi planlanmıştı”	,828	,791		4,07		
“Festival programı iyi yönetildi”	,783	,784		4,10		
“Festival programındaki etkinlikler vasıtasıyla yerel kültür hakkında bilgi edindim”	,779	,706		4,04		
“Festival alanın çevresinde bulunan tesisler (kafe, restoran, market vb.) yeterliydi”	,685	,682		4,12		
“Festival programı tatmin ediciydi”	,673	,698		4,08		
Faktör 2: Festival Alanı ve Erişebilirlik			3,667	4,13	12,223	,908
“Festival alanı iyi düzenlenmişti”	,812	,823		4,16		
“Festival alanının atmosferi iyiydi”	,772	,774		4,14		
“Festivale gelmek için ulaşım araçları yeterliydi”	,742	,711		4,10		
“Festivalin gerçekleştirildiği saatler uygundu”	,681	,690		4,14		
“Festival alanı temizdi”	,678	,726		4,13		
Faktör 3: Bilgi			3,613	3,94	12,044	,874
“Festivalle ilgili bilgilendirme panoları yeterli bilgi sağladı”	,845	,778		3,94		
“Festival alanını gösteren yönlendirme işaretleri yeterli bilgi sağladı”	,823	,762		3,94		
“Festivalle ilgili broşürler yeterli bilgi sağladı”	,805	,753		4,00		
“Festivalle ilgili sosyal medya üzerinden yeterli bilgi verildi”	,698	,618		3,88		
“Festival öncesi yeterli duyurular (gün, saat, etkinlikler vb.) yapıldı”	,644	,617		3,97		
Faktör 4: Çalışanlar ve Gönüllüler			3,336	4,16	11,119	,893
“Festivalde çalışanlar ve gönüllüler sorularımıza hızlı yanıt verdi”	,881	,821		4,16		
“Festivalde çalışanlar ve gönüllüler festival hakkında yeterli bilgiye sahipti”	,871	,811		4,15		
“Festivalde çalışanlar ve gönüllüler nazikti”	,816	,723		4,12		
“Festivalde çalışanlar ve gönüllüler yardımcı olma konusunda istekliydi”	,774	,682		4,21		
Faktör 5: Hediyelik Eşya ve Uygunluk			2,678	3,93	8,927	,786
“Festivalde satılan hediyelik eşyaların fiyatları makuldü”	,695	,509		3,96		
“Festivalde satılan hediyelik eşyalar arasında yerel ürünler mevcuttu”	,681	,654		4,06		
“Festivalde satılan hediyelik eşyalar çeşitliydi”	,664	,585		4,00		
“Festival programı eğlenceliydi”	,566	,645		4,04		
“Araç park alanları yeterliydi”	,560	,564		3,72		
“Dinlenme alanları yeterliydi”	,500	,584		3,79		
Faktör 6: Güvenlik			2,363	4,20	7,878	,814
“Festival alanında alınan güvenlik önlemleri yeterliydi”	,834	,809		4,18		
“Festival alanında bulunan güvenlik görevlilerinin sayısı yeterliydi”	,756	,732		4,19		
“Festival alanında bulunan acil yardım ekibi yeterliydi”	,721	,649		4,24		
Faktör 7: Yiyecek			1,537	4,21	5,124	,804
“Festival alanında satılan yiyecek çeşitliliği yeterliydi”	,657	,661		4,17		
“Festival alanında satılan yiyecekler arasında yerel yiyecekler de bulunmaktaydı”	,635	,771		4,26		
Varimax rotasyonlu temel bileşenler analizi; Açıklanan toplam varyans= %70.189 Kaiser-Meyer-Olkin örneklem uygunluk ölçümü=, 904 (%90,4) Bartlett Küresellik Testi=17145,135 df=435, p<0.000						

Festival sadakati ölçeğine daha önceden belirlenmiş olan varsayımlar dikkate alınarak açıklayıcı faktör analizi yapılmıştır. Yapılan faktör analizi sonucunda KMO değeri 0,92 ve Bartlett Küresellik testi sonucunun anlamlı olduğu belirlenmiştir. Bu ölçekte yer alan altı maddenin tek boyut altında toplandığı görülmüştür. Açıklanan toplam varyans yaklaşık %82 olarak bulgulanmıştır. Tablo 3’de festival sadakati ölçeğine ait açıklayıcı faktör analizi sonuçları verilmiştir.

Tablo 3: Festival Sadakati Ölçeğine Ait Açıklayıcı Faktör Sonuçları

Faktörler	Faktör Yükleri	Eşkökenlilik	Özdeğer	\bar{x}	Açıklanan Varyans %	Alfa
Faktör 1: Festival Sadakati			4,954	4,39	82,573	,958
“Arkadaşlarımı/akrabalarımı bu festivale katılmaları için teşvik edeceğim”	,930	,864		4,42		
“Tanıdıklarım, bu festival hakkında olumlu şeyler söyleyeceğim”	,926	,858		4,40		
“Tanıdıklarım, bu festivali ziyaret etmesini önereceğim”	,920	,847		4,41		
“Gelecekte de bu festivale tekrar katılmak isterim”	,918	,844		4,39		
“Eğer herhangi bir festivale gitme kararı verirsem, bu festivale katılmak isterim”	,906	,821		4,37		
“Gelecek yıl tekrar bu festivale katılacağım”	,849	,721		4,38		
Varimax rotasyonlu temel bileşenler analizi; Açıklanan toplam varyans= %82.573 Kaiser-Meyer-Olkin örneklem uygunluk ölçümü=, 920 (%92,0) Bartlett Küresellik Testi=5943,140 df=15, p<0.000						

BULGULAR

Katılımcıların %60,6’sının (540 kişi) kadın; %50,8’inin (452 kişi) 18-29 yaş aralığında; %39,7’sinin (354 kişi) 1501-2500 TL aralığında gelire sahip; %44,0’ünün (392 kişi) lise mezunu olduğu ve %55,8’inin (497 kişi) bekâr olduğu bulgulanmıştır. Ayrıca, katılımcıların %43,7’sinin (389 kişi) bu etkinliğe ilk kez katıldığı görülmüştür. Katılımcıların demografik özelliklerine ait dağılım Tablo 4’de detaylı olarak verilmiştir.

Tablo 4: Katılımcıların Demografik Özelliklerinin Dağılımı

Cinsiyet (n=891)	Frekans	Oran (%)	Eğitim (n= 891)	Frekans	Oran (%)
Erkek	351	39,4	İlköğretim	156	17,5
Kadın	540	60,6	Lise	392	44,0
Yaş Grubu (n=890)	Frekans	Oran (%)	Önlisans	115	12,9
18-29 Yaş Grubu	452	50,8	Lisans	189	21,2
30-39 Yaş Grubu	232	26,1	Lisansüstü	39	4,4
40-49 Yaş Grubu	94	10,6	Medeni Durum (n=891)	Frekans	Oran (%)
50-59 Yaş Grubu	84	9,4	Evli	394	44,2
60 Yaş ve Üzeri	28	3,1	Bekâr	497	55,8
Gelir (n=891)	Frekans	Oran (%)	Katılma Sıklığı (n= 891)	Frekans	Oran (%)
1500 TL ve Altı	277	31,1	İlk Kez	389	43,7
1501-2500 TL	354	39,7	İkinci Kez	201	22,6
2501-3500 TL	157	17,6	Üçüncü Kez	107	12,0
3501 TL ve Üzeri	103	11,6	Dört Kez ve Daha Fazlası	194	21,8

İyi bir teorik temeli olmayan çalışmalarda, açıklayıcı faktör analizi sonuçları iyi olmasına rağmen doğrulayıcı faktör analizi sonuçları kabul edilebilir derecede olmayabilir (Şimşek, 2007: 5). Doğrulayıcı faktör analizi, uyuma geçerliliğini araştırmacılara net bir şekilde gösterebilir (Hair vd., 2010) ve ortaya çıkan faktörlerin teori ile uyduğunun onayını veren bir analiz olduğu söylenebilir (Yılmaz ve Çelik, 2009; Hair vd., 2010). Aynı zamanda doğrulayıcı faktör analizi ile kurulan modelin ne derecede iyi olduğunu görmek mümkündür (Yılmaz ve Çelik, 2009). Doğrulayıcı faktör

analizinde, açıklayıcı faktör analizinde olduğu gibi bir takım ön koşulların olduğunu söylemek mümkündür. Ölçekte yer alan maddelerin standardize değerlerinin 0,50'den (Hair, Black, Babin, Anderson ve Tatham, 2006: 777) ve maddelerin anlamlı olabilmesi için t-değerlerinin $\pm 1,96$ 'dan büyük olması hususuna dikkat edilmiştir (Schumacker ve Lomax, 2004: 70). Gerçekleştirilen doğrulayıcı faktör analizi sonucunda bir madde standardize yük değeri 0.50'den küçük olması nedeniyle analizlerden çıkarılmıştır. Ayrıca, modelin "çıktı" raporu göz önüne alınarak modifikasyon önerilerine bakılmıştır. Modifikasyon önerilerinde, ölçekte birbirleriyle benzer olabilecek ve katılımcılar tarafından benzer algılanan maddeleri görmek mümkün olabilmektedir. Öneriler doğrultusunda beş maddenin birbirleriyle benzer algılandığı saptanmış ve bu maddeler analizden çıkarılmıştır. Kalan maddelere uygulanan doğrulayıcı faktör analizi sonucunda tüm maddelerin standardize değerlerinin 0,50'den ve t-değerlerinin $\pm 1,96$ 'dan büyük olduğu bulgulanmıştır. Ayrıca boyutlara ait "Açıklanan Ortalama Varyans (AVE)" ve "Birleşik Güvenilirlik (CR)" değerlerinin istenilen değerler (AVE 0,50 ve üzeri; CR 0,70 ve üzeri) üzerinde olduğu diğer bir bulgudur. Tablo 5'de doğrulayıcı faktör analizi sonuçları verilmiştir.

Tablo 5: Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Boyutlar ve maddeleri	Standardize yük değeri	Hata payı	t- değeri	AVE	CR
1. Program				0,68	0,89
"Festival programındaki etkinlikler vasıtasıyla yerel kültür hakkında bilgi edindim"	0,72	0,49	23,93		
"Festival programı iyi planlanmıştı"	0,85	0,28	30,49		
"Festival programı iyi yönetildi"	0,90	0,18	34,07		
"Festival alanın çevresinde bulunan tesisler (kafe, restoran, market vb.) yeterliydi"	0,82	0,33	29,11		
2.Festival Alanı ve Erişebilirlik				0,67	0,91
"Festival alanı temizdi"	0,81	0,35	28,60		
"Festival alanının atmosferi iyiydi"	0,86	0,25	31,84		
"Festival alanı iyi düzenlenmişti"	0,89	0,21	33,25		
"Festivalde gelmek için ulaşım araçları yeterliydi"	0,77	0,40	26,88		
"Festivalin gerçekleştirildiği saatler uygundu"	0,75	0,44	25,68		
3.Bilgi				0,71	0,88
"Festivalle ilgili broşürler yeterli bilgi sağladı"	0,79	0,37	27,27		
"Festivalle ilgili bilgilendirme panoları yeterli bilgi sağladı"	0,90	0,19	32,81		
"Festival alanını gösteren yönlendirme işaretleri yeterli bilgi sağladı"	0,83	0,31	28,90		
4.Çalışanlar ve Gönüllüler				0,68	0,90
"Festivalde çalışanlar ve gönüllüler nazikti"	0,79	0,38	27,33		
"Festivalde çalışanlar ve gönüllüler festival hakkında yeterli bilgiye sahipti"	0,89	0,20	33,10		
"Festivalde çalışanlar ve gönüllüler sorularımıza hızlı yanıt verdi"	0,88	0,22	32,64		
"Festivalde çalışanlar ve gönüllüler yardımcı olma konusunda istekliydi"	0,74	0,46	24,81		
5. Hediye Eşya ve Uygunluk				0,54	0,78
"Dinlenme alanları yeterliydi"	0,79	0,37	24,37		
"Araç park alanları yeterliydi"	0,75	0,44	21,73		
"Festivalde satılan hediyelik eşyaların çeşitliydi"	0,65	0,57	19,45		
6.Güvenlik				0,59	0,82
"Festival alanında bulunan güvenlik görevlilerinin sayısı yeterliydi"	0,73	0,46	23,75		
"Festival alanında alınan güvenlik önlemleri yeterliydi"	0,82	0,33	27,49		
"Festival alanında bulunan acil yardım ekibi yeterliydi"	0,76	0,42	25,03		
7.Yiyecek				0,67	0,80
"Festival alanında satılan yiyecekler arasında yerel yiyecekler de bulunmaktaydı"	0,85	0,28	27,00		
"Festival alanında satılan yiyecek çeşitliliği yeterliydi"	0,79	0,38	24,79		
8.Festival Sadakati				0,78	0,95
"Gelecek yıl tekrar bu festivale katılacağım"	0,81	0,34	29,31		
"Eğer herhangi bir festivale gitme kararı verirsem, bu festivale katılmak isterim"	0,89	0,21	32,77		
"Gelecekte de bu festivale tekrar katılmak isterim"	0,91	0,17	34,09		
"Tanıdıklarım, bu festival hakkında olumlu şeyler söyleyeceğim"	0,91	0,17	34,00		
"Arkadaşlarımı/akrabalarımı bu festivale katılmaları için teşvik edeceğim"	0,90	0,18	33,65		

Ölçme modelinde yer alan değişkenlere ait standardize değerler, t-değerleri, hata payları, AVE ve CR değerlerinin kabul edilebilir değerlerin üzerinde olduğu bulguladıktan sonra ölçme modeline ait uygunluğu gösteren uyum iyiliği skorları kontrol edilmiştir. Modelin, normalleştirilmiş ki-kare (X^2/df) değeri 4,30; RMSEA değeri 0,061; RMR değeri 0,033; SRMR değeri 0,054 olarak bulgulanmıştır. AGFI ve GFI değerlerin biraz altında kaldığı belirtilebilir. Ancak, diğer 10 uyum iyiliği indeksi kriterinin kabul edilebilir düzeyin üzerinde olması modelin ölçme için uygun olduğunu ortaya koymaktadır.

Tablo 6: Yapısal Eşitlik Ölçüm Modeli Uyum İyiliği İstatistikleri

Uyum İyiliği İndeksleri	Çalışmanın Ölçme Modeline Ait Değerleri	Referans Değerler	
		İyi Uyum İyiliği Değeri	Kabul Edilebilir Uyum İyiliği Değeri
X^2/df	3592.85/835=4,30	$0 \leq X^2/df \leq 2,5$	$3 < X^2/df \leq 5$
RMSEA	0,061	$0 \leq RMSEA \leq 0,05$	$0,5 < RMSEA \leq 0,08$
AGFI	0,84	$0,95 \leq AGFI \leq 1,00$	$0,90 \leq AGFI \leq 0,95$
GFI	0,88	$0,90 \leq GFI \leq 1,00$	
RMR	0,033	$RMR \leq 0,05$	
SRMR	0,054	$SRMR \leq 0,08$	
CFI	0,98	$0,95 \leq CFI$	
NFI	0,97	$0,90 \leq NFI$	
NNFI	0,97	$0,90 \leq NNFI$	
IFI	0,98	$0,95 \leq IFI$	
RFI	0,97	$0,90 \leq RFI$	
Model CAIC/Doymuş CAIC	4800,67 / 7714,42	Model CAIC < Doymuş CAIC	

Not: Referans değerler yazarlar tarafından “Şimşek, 2007: 47-49; Yılmaz ve Çelik, 2009: 47; Hair vd., 2010: 666-669; Çokluk, Şekercioğlu ve Büyüköztürk, 2012: 271-272” kaynaklarından yararlanılarak tabloya eklenmiştir.

Tablo 7’de yapısal eşitlik modellemesinde yapılan yol analizi sonucunda ortaya çıkan etki yönü, regresyon katsayısı, t-değeri, anlamlılık derecesi ve açıklanan varyans değerini (R²) görmek mümkündür. Elde edilen bulgular ışığında, “bilgi” (0,53) ve “çalışanlar ve gönüllüler” (0,21) değişkenlerinin t-değerlerinin anlamsız olduğu belirtilebilir. T-değerinin $\pm 1,96$ ’dan büyük olması gerekirken, her iki değişkene ait ilişki testinde bu değer altında kaldığı görülmüştür. “Program” ($\beta = 0,11$; $p \leq 0,01$), “festival alanı ve erişilebilirlik” ($\beta = 0,20$; $p \leq 0,001$), “hediyelik eşya ve uygunluk” ($\beta = 0,12$; $p \leq 0,01$), “güvenlik” ($\beta = 0,27$; $p \leq 0,001$) ve “yiyecek” ($\beta = 0,20$; $p \leq 0,001$) değişkenlerinin festival sadakatini anlamlı ve pozitif yönlü olarak etkilediği bulgulanmıştır. Ayrıca, belirtilen değişkenler festival sadakatinin %53’ünü açıklamaktadır. Oluşturulan hipotezlerden H1, H2, H5, H6 ve H7 hipotezlerinin desteklendiği, H3 ve H4 hipotezlerinin desteklenmediği görülmüştür.

Tablo 7: Yapısal Eşitlik Modeli Yol Analizi Betimleyici İstatistikler ve Hipotez Sonuçları

Hipotez	İlişki	Yönü	Katsayı	t değeri	p	Hipotez testi	R ²
H ₁	PRO → FSA	+	0,11	2,72	$p \leq 0,01$	Desteklendi	0,53
H ₂	FAE → FSA	+	0,20	4,40	$p \leq 0,001$	Desteklendi	
H ₃	BİL → FSA	+	0,02	0,53	$p \geq 0,05$	Desteklenmedi	
H ₄	ÇAG → FSA	+	0,01	0,21	$p \geq 0,05$	Desteklenmedi	
H ₅	HEU → FSA	+	0,12	3,00	$p \leq 0,01$	Desteklendi	
H ₆	GÜV → FSA	+	0,27	6,75	$p \leq 0,001$	Desteklendi	
H ₇	YİY → FSA	+	0,20	4,69	$p \leq 0,001$	Desteklendi	

PRO: Program, FAE: Festival alanı ve erişilebilirlik, BİL: Bilgi, ÇAG: Çalışanlar ve gönüllüler, HEU: Hediyelik eşya ve uygunluk, GÜV: Güvenlik, YİY: Yiyecek, FSA: Festival Sadakati

SONUÇ VE ÖNERİLER

Teoriye Yönelik Sonuçlar

Festival anahtar başarı faktörlerinin festival sadakati üzerine etkisinin incelendiği bu çalışmada, festival anahtar başarı faktörleri ölçeği, 37 madde ve 9 boyut olarak tasarlanmış ve kullanılmıştır. Yapılan açıklayıcı ve doğrulayıcı faktör analizi sonucunda bu ölçekte yer alan maddelerin 7 boyut altında toplandığı bulgulanmıştır. Belirtilen ölçekte yer alan ve 9 boyut altında toplanan maddelerin 7 boyut altında toplanmasının ana nedeni yapılan analizler sonucunda ilgili ölçekten atılan maddelerden kaynaklandığı belirtilebilir. Kullanılan diğer ölçek olan festival sadakati ölçeği, Lee (2009) tarafından yapılan araştırmadan uyarlanarak kullanılmıştır. Ölçeğin orijinali tek boyut ve 6 maddedir. Yapılan açıklayıcı ve doğrulayıcı faktör analizleri sonucunda, ölçekte yer alan bir madde çıkarılmıştır. Çıkarılan madde sonrasında geriye kalan 5 madde tek boyut altında toplanmıştır. Bu tek boyuta “festival sadakati” adı verilmiştir. Araştırmada kullanılan ölçeklerin hemen hemen orijinallerinde olduğu gibi boyutlanmasının temel sebebinin, araştırmada daha önce güvenilirliği ve geçerliliği bulgulanmış olan ölçeklerin kullanılması ve ölçeklerin pilot teste tabi tutulması olduğu ileri sürülebilir.

Yapılan yol analizi sonucunda, festival anahtar başarı faktörlerinden “program” ($\beta= 0,11$; $p\leq 0,01$), “festival alanı ve erişebilirlik” ($\beta= 0,20$; $p\leq 0,001$), “hediyelik eşya ve uygunluk” ($\beta= 0,12$; $p\leq 0,01$), “güvenlik” ($\beta= 0,27$; $p\leq 0,001$) ve “yiyecek” ($\beta= 0,20$; $p\leq 0,001$) boyutlarının festival sadakatini anlamlı ve pozitif olarak etkilediği bulgulanmıştır. Bu bulgular doğrultusunda, program boyutunun festival sadakati ile pozitif etkileşiminin Lee vd. (2008), Cole ve Chancellor (2009), Yoon vd. (2010), Wong vd. (2015) ve Choo vd. (2016) tarafından yapılan araştırma sonuçlarıyla benzer olduğu söylenebilir. Festival alanı ve erişebilirlik değişkeni bağlamında ise Özdemir ve Çulha (2009) ve Wong vd. (2015) tarafından yapılan araştırma sonuçlarıyla benzeştiği bulgulanmıştır. Hediyelik eşya ve uygunluk boyutu açısından değerlendirme yapıldığında ise Özdemir ve Çulha (2009), Yoon vd. (2010) ve Choo vd. (2016) tarafından yapılan araştırma sonuçlarıyla benzerliklerin olduğu belirtilebilir. Güvenlik boyutunun, festival sadakati ile anlamlı ve pozitif bir etkisinin olması Saayman vd. (2012) tarafından yapılmış olan çalışmayla örtüşmektedir. Son olarak yiyecek boyutunun festival sadakati ile anlamlı ve pozitif bir etkisinin olması durumu, Lee vd. (2008), Özdemir ve Çulha (2009), Mason ve Paggiaro (2012) ve Jung vd. (2015) tarafından yapılan çalışma sonuçlarıyla benzer olduğu söylenebilir.

Bu çalışmada festival anahtar başarı faktörlerinden olan “bilgi” ve “çalışanlar ve gönüllüler” boyutunun festival sadakati üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı bulgulanmıştır. “Bilgi” boyutuyla ilgili bulgunun Özdemir ve Çulha (2009), Yoon vd. (2010) ve Choo vd. (2016) tarafından yapılan araştırma sonuçlarıyla farklılaştığı belirtilebilir. Bu farklılığın temel sebebinin araştırmaların farklı temalarda düzenlenen festivallerde gerçekleştirilmesi olduğu söylenebilir. “Çalışanlar ve gönüllüler” boyutu ile ilgili bulgu ise Wong vd. (2015) tarafından yapılan araştırma sonucuyla farklılık göstermektedir. Portakal Çiçeği Festivali’nin ücretsiz olması, ticari bir amaç güdülmemesi ve festival boyunca yerel halk tarafından satışların gerçekleştirildiği bir festival olmasından kaynaklı olarak bu farklılığın ortaya çıktığı belirtilebilir. Anlamlı etkisi bulunan ve ilgili alanyazındaki çalışma sonuçlarıyla benzeşen beş boyutun (program, festival alanı ve erişebilirlik, hediyelik eşya ve uygunluk, güvenlik, yiyecek) festival başarı faktörlerinin yer aldığı araştırmalarda kullanılmasının önem arz edebileceği belirtilebilir. Sistemler teorisi

bağlamında, “festival programı”, “festival alanı ve erişebilirlik”, “hediyelik eşya ve uygunluk”, “güvenlik” ve “yiyecek” faktörlerinin “sadık” katılımcılar yaratma konusunda birer girdi unsuru olduğu belirtilebilir.

Uygulayıcılara Yönelik Sonuçlar

Festival anahtar başarı ölçeğinde en fazla ortalamaya sahip olan maddelerin “Festival alanında satılan yiyecekler arasında yerel yiyecekler de bulunmaktaydı ($\bar{x}=4,27$)”, “Festival alanında satılan yiyecekler kaliteliydi ($\bar{x}=4,25$)”, “Festival alanında bulunan acil yardım ekibi yeterliydi ($\bar{x}=4,24$)” ve “Festivalde çalışanlar ve gönüllüler yardımcı olma konusunda istekliydi ($\bar{x}=4,21$)” olarak bulgulanmıştır. Bulguların ortalamalar göz önüne alındığında anahtar başarı faktörlerinden “yiyecek”, “güvenlik” ve “çalışanlar ve gönüllüler” maddelerinin en yüksek ortalama sahip olduğu görülmüştür. Sonraki yıllarda düzenlenecek olan bu festival ve bu ölçekte düzenlenebilecek festivaller için “yiyecek”, “güvenlik” ve “çalışanlar ve gönüllüler” hususlarını dikkate almalarını ve bu konularda kaliteli bir yaklaşım sergilemeleri önerilebilir. Öte yandan aynı ölçekte, “Dinlenme alanları yeterliydi ($\bar{x}=3,79$)”, “Tuvaletler temizdi ($\bar{x}=3,72$)” ve “Araç park alanları yeterliydi ($\bar{x}=3,72$)” maddelerinin en düşük ortalamaya sahip olan maddeler olduğu görülmüştür. Her üç maddede festival başarı faktörlerinden “uygunluk” boyutu içerisinde yer almaktadır. Sonraki yıllarda düzenlenecek bu etkinlik için belirtilen sorunların uygulayıcılar açısından düzeltilmesi önem teşkil etmektedir. Benzer etkinlikler açısından da “dinlenme alanları”, “tuvalet” ve “araç park yerleri” hususuna önem verilmelidir. Belirtilen hususlar katılımcıların etkinlik başarı algısını olumsuz olarak etkileyebilmektedir (Taylor ve Shanka, 2008; Yuan ve Jang, 2008; Özdemir ve Çulha, 2009; McDowall, 2011; Anil, 2012; Mason ve Paggiaro, 2012; Kim, 2015).

Hipotezleri test için yapılan yol analizleri sonucunda, katılımcıların festivale tekrar katılımını etkileyen anahtar başarı faktörlerinin “program”, “festival alanı ve erişebilirlik”, “hediyelik eşya ve uygunluk”, “güvenlik” ve “yiyecek” olduğu bulgulanmıştır. Bu bağlamda, Portakal Çiçeği Festival’i organizatörlerinin belirtilen faktörleri göz önüne alarak festivali dizayn etmeleri olumlu sonuçlar doğuracaktır. Bunun yanı sıra benzer ve benzer ölçekli festivallerde de belirtilen faktörlerin başarılı bir şekilde yerine getirilmesi katılımcıların memnuniyeti ve sadakatleri üzerinde etkili olacaktır. Buna ek olarak, katılımcıların sadakatleri üzerinde en önemli etkiyi “güvenlik ($\beta= 0,27$; $p\leq 0.001$)” boyutunun yaptığı bulgulanmıştır. Bu bağlamda, yöneticilerin güvenlik alanında yapacak olduğu 1 birimlik artışın katılımcıların sadakatleri üzerinde 0,27’lik bir artışa yol açacağı söylenebilir.

Araştırmanın Sınırlıkları ve Yapılacak Çalışmalar İçin Öneriler

Her araştırmada olabileceği gibi bu araştırmada da bir takım sınırlılık mevcuttur. En önemli sınırlılık, veri toplama da seçilen örnekleme yöntemidir. Araştırmada, belirlenen evrende yer alan bireylerin hepsine maddi ve insan kaynağı anlamında ulaşmanın hemen hemen imkânsız olmasından dolayı, örnekleme yoluna gidilmiş ve veriler kolayda örnekleme yöntemiyle toplanmıştır. Kolayda örnekleme yöntemi, olasılık dışı örnekleme yöntemlerinden birisidir. Olasılık dışı örnekleme yöntemlerinde, örneklem alınacak olan birimler, doğrudan ve dolaylı olarak tesadüfen seçilmektedir. Araştırma kapsamında belirlenmiş olan evrende yer alan tüm birimlerin, örnekleme yer alma şansı eşittir. Olasılık dışı örnekleme yöntemlerinin kullanılması sonucunda bazı parametrelerin (güvenilirlik derecesi, örneklem hatası vb.) istatistiki olarak tahmini çok zor bir hale gelebilmektedir. Bu örnekleme yönteminin seçilme

nedeni düzenlenen etkinlik süresinin birkaç günle sınırlı olmasıdır. Sonraki araştırmalarda, kota örnekleme yöntemi seçilerek farklı karşılaştırmalara ve daha farklı sonuçlara ulaşmak mümkün olabilir.

Sonraki yapılacak olan çalışmalarda festival sadakatine etki edebilecek diğer faktörler araştırılabilir. Festivallerin devamlılığı açısından öncül değişkenlerin ortaya konulması önemlidir. Etkinlik tanımlarında sıkça karşımıza çıkan “farklı deneyim” sözcüğü deneyim değişkeninin festival sadakati çalışmalarında yer alabileceğini göstermektedir. Ayrıca, “imaj” değişkeni de ele alınabilecek olan diğer bir değişkendir. Gerek festival imajı gerekse destinasyon imajı festival sadakatinin araştırıldığı çalışmalarda öncül değişken olabilir. Anahtar başarı faktörleri, festival deneyimi, festival imajı ve festival sadakati değişkenlerinin bir bütün olarak ele alınarak ortaya bir model konulmasının etkinlik ve festival literatürü açısından önemli bir çalışma olabileceği belirtilebilir.

KAYNAKÇA

- Alpar, R. (2012). Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistiksel Yöntemler. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Anil, N. K. (2012). Festival Visitors' Satisfaction and Loyalty: An example of Small, Local, and Municipality Organized Festival. *Turizam: Znanstveno-Stručni Časopis*, 60(3), 255-271.
- Buhalis, D. (2000). Marketing the Competitive Destination of the Future. *Tourism Management*, 21(1), 97-116.
- Choi, R. I. (2011). A Multiple Regression Analysis on Developing the Profitability Model of Local Cultural Festivals. *Journal of The Korea Society of Computer and Information*, 16(10), 229-239.
- Cole, S. T. ve Illum, S. F. (2006). Examining the Mediating Role of Festival Visitors' Satisfaction in the Relationship Between Service Quality and Behavioral Intentions. *Journal of Vacation Marketing*, 12(2), 160-173.
- Cronin Jr, J. J. ve Taylor, S. A. (1992). Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension. *The Journal of Marketing*, 55-68.
- Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G. ve Büyüköztürk, Ş.(2010). Sosyal Bilimler İçin Çok Değişkenli İstatistik: SPSS ve LISREL Uygulamaları. Ankara: Pegem Akademi.
- Derrett, R. (2003). Making Sense of How Festivals Demonstrate a Community's Sense of Place. *Event Management*, 8(1), 49-58.
- Erasmus, L. J. J. (2011). Key Success Factors in Managing the Visitors' Experience at the Klein Karoo National Arts Festival (Yayımlanmamış Doktora Tezi). North-West Üniversitesi
- Getz, D. (2008). Event Tourism: Definition, Evolution, and Research. *Tourism Management*, 29(3), 403-428.
- Getz, D. ve Frisby, W. (1988). Evaluating Management Effectiveness in Community-Run Festivals. *Journal of Travel Research*, 27(1), 22-27.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. ve Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis a Global Perspective*. New Jersey: Pearson.

- Hair, J. F., Black, W. O., Babin, B. J., Anderson, R. E. ve Tatham, R. L. (2006). *Multivariate Data Analysis a Global Perspective*. New Jersey: Pearson.
- Kalaycı, Ş. (2010). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*. Ankara: Asil Yayınevi.
- Karasar, N. (2014). *Bilimsel Araştırma Yöntemi* (26. Baskı). Ankara: Nobel Yayın.
- Kim, Y. G., Suh, B. W. ve Eves, A. (2010). The Relationships Between Food-Related Personality Traits, Satisfaction, and Loyalty Among Visitors Attending Food Events and Festivals. *International Journal of Hospitality Management*, 29(2), 216-226.
- Kong, Y. (2015). *Understanding Group Cohesion of Festival and Events Attendees Satisfaction and Intention to Revisit* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Clemson Üniversitesi
- Lade, C. ve Jackson, J. (2004). Key Success Factors in Regional Festivals: Some Australian Experiences. *Event Management*, 9(1), 1-11.
- Lee, J. Y. (2009). *Investigating the Effect of Festival Visitors' Emotional Experiences on Satisfaction, Psychological Commitment, and Loyalty* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Texas A&M Üniversitesi.
- Lee, T. H. ve Chang, P. S. (2017). Examining the Relationships Among Festivalscape, Experiences, and Identity: Evidence from Two Taiwanese Aboriginal Festivals. *Leisure Studies*, 36(4), 453-467.
- Lee, Y. K., Lee, C. K., Lee, S. K. ve Babin, B. J. (2008). Festivalscapes and Patrons' Emotions, Satisfaction, and Loyalty. *Journal of Business Research*, 61(1), 56-64.
- Leenders, M. A. (2010). The Relative Importance of the Brand of Music Festivals: A Customer Equity Perspective. *Journal of Strategic Marketing*, 18(4), 291-301.
- Leenders, M. A., van Telgen, J., Gemser, G. ve Van der Wurff, R. (2005). Success in the Dutch Music Festival Market: The Role of Format and Content. *International Journal on Media Management*, 7(3-4), 148-157.
- Mallen, C. ve Adams, L. J. (2008). *Sport, Recreation and Tourism Event Management: Theoretical and Practical Dimensions*. Routledge.
- Manners, B., Kruger, M. ve Saayman, M. (2012). Managing the Beautiful Noise: Evidence from the Neil Diamond Show!. *Journal of Convention & Event Tourism*, 13(2), 100-120.
- Martin, D. S. (2007). *Cognitive Scaling, Emotions, Team Identity and Future Behavioural Intentions: An Examination of Sporting Event Venues*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Auburn Üniversitesi
- Mason, M. C. ve Paggiaro, A. (2012). Investigating the Role of Festivalscape in Culinary Tourism: The Case of Food and Wine Events. *Tourism Management*, 33(6), 1329-1336.
- Morgan, M. (2008). What Makes a Good Festival? Understanding the Event Experience. *Event Management*, 12(2), 81-93.
- Müller, M. (2015). What Makes an Event a Mega-Event? Definitions and Sizes. *Leisure Studies*, 34(6), 627-642.

- Nisandaadanada.com (2017). Portakal Çiçeği Festivali. 18.07.2017 tarihinde <http://nisandaadanada.com/> adresinden erişilmiştir.
- Oliver, R. (1997). *Satisfaction: A Behavioral Perspective of the Consumer*. New York: McGraw-Hill.
- Özdamar, K. (2010). *Paket Programları ile İstatistiksel Veri Analizi (Çok Değişkenli Analizler)*, 8. Baskı. Eskişehir: Kaan Kitabevi.
- Özdamar, K. (2011). *Paket Programları ile İstatistiksel Veri Analizi (Çok Değişkenli Analizler)*, 9. Baskı. Eskişehir: Kaan Kitabevi.
- Özdemir, G. ve Çulha, O. (2009). Satisfaction and Loyalty of Festival Visitors. *Anatolia*, 20(2), 359-373.
- Saayman, M., Kruger, M. ve Erasmus, J. (2012). Finding the Key to Success: A visitors' Perspective at a National Arts Festival. *Acta Commercii*, 12(1), 150-172.
- Schumacker, R. E. ve Lomax, R. G. (2004). *A Beginner's Guide to Structural Equation Modeling*. Psychology Press.
- Sdrali, D. ve Chazapi, K. (2007). Cultural Tourism in a Greek Insular Community: The Residents' Perspective. *Tourismos: An International Multidisciplinary Journal of Tourism*, 2(2), 61-75.
- Sekaran, U. ve Bougie, R. (1992). *Research Method for Business: A Skill Building Approach*. New York: John Wiley & Sons Inc.
- Şencan, H. (2005). *Sosyal ve Davranışsal Ölçümlerde Güvenilirlik ve Geçerlilik*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Taylor, R. ve Shanka, T. (2008). Cause for Event: Not-For-Profit Marketing Through Participant Sports Events. *Journal of Marketing Management*, 24(9-10), 945-958.
- Van der Wagen, L. (2010). *Event Management*. Pearson Higher Education AU.
- Wan, Y. K. P. ve Chan, S. H. J. (2013). Factors that Affect the Levels of Tourists' Satisfaction and Loyalty Towards Food Festivals: A Case Study of Macau. *International Journal of Tourism Research*, 15(3), 226-240.
- Wu, H. C. ve Ai, C. H. (2016). A Study of Festival Switching Intentions, Festival Satisfaction, Festival Image, Festival Affective Impacts, and Festival Quality. *Tourism and Hospitality Research*, 16(4), 359-384.
- Yılmaz, V. ve Çelik, H. E. (2009). *Lisrel ile Yapısal Eşitlik Modellemesi: Temel Kavramlar, Uygulamalar, Programlama*. Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.
- Yoon, Y. S., Lee, J. S. ve Lee, C. K. (2010). Measuring Festival Quality and Value Affecting Visitors' Satisfaction and Loyalty Using a Structural Approach. *International Journal of Hospitality Management*, 29(2), 335-342.
- Yuan, J. ve Jang, S. (2008). The Effects of Quality and Satisfaction on Awareness and Behavioral Intentions: Exploring the Role of a Wine Festival. *Journal of Travel Research*, 46(3), 279-288.
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L. ve Parasuraman, A. (1996). The Behavioral Consequences of Service Quality. *The Journal of Marketing*, 31-46.

Ziakas, V. ve Boukas, N. (2014). Contextualizing Phenomenology in Event Management Research: Deciphering the Meaning of Event Experiences. *International Journal of Event and Festival Management*, 5(1), 56-73.

The Effect of Festival Key Success Factors on Festival Loyalty: The Case of Orange Flower Festival

Ali DALGIÇ

Isparta University of Applied Sciences, Faculty of Tourism, Department of Tourism Guidance, Isparta/Turkey

Kemal BİRDİR

Mersin University, Faculty of Tourism, Department of Tourism Management. Mersin/Turkey

Extensive Summary

Destinations must have some critical factors in order to ensure success in the tourism sector. Attractiveness (natural, human-made, artificial, built for a specific purpose, heritage, special events), accessibility (transporting systems, roads and terminals), amenities (accommodation, food and beverage facilities, facilities offering other tourist services), available packages (pre-arranged packages by the main agencies and intermediaries), activities (events in the destination), and ancillary services (bank, telecommunication, post office, hospital, etc.) are some of the required success factors for the destination. The factors mentioned by Buhalis (2000) are an important attraction for a destination. Events can have different economic, commercial, physical, environmental, sociocultural, psychological, political impact on the region.

The necessary factors that are significant for a festival can be called “key success factors”. Key success factors can change the perceptions and behaviours of the participants and provide different experiences. Festival area, sufficient number of employees and volunteers, ensuring accessibility to the festival area, providing the necessary information, the suitability of the festival program, the adequacy of food, beverage and accommodation facilities can be described as key success factors. Successful festivals can positively affect the loyalty of participants. The loyalty participants are desirable both by the organizers and the stakeholders. Therefore, this study focuses on the effect of key success factors on festival loyalty.

The hypotheses were informed by the systems theory and findings from the relevant literature. According to systems theory, environmental factors (society, organizers, uncertainties, networks, etc.) and inputs (human resources, financial resources, material resources, facilities, etc.) and operation of a specific process (planning, organization, control, etc.), will lead to different outputs (Getz and Frisby, 1988: 24). The systems theory is based on that the efficiency management structure that consists of the environment and there is a need for many materials to ensure the continuity of the activity (Mallen and Adams, 2008: 27). In addition to the external environment, the

existence of input, transformation and output processes constitute the whole system theory (Getz and Frisby, 1988: 27). The input process is the provision of the necessary resources to create the event. The process of dissemination or transformation create the activities of event and the output process can be defined as creating results for the participants and stakeholders. These three systems are interdependent and interrelated for the success of the event (Mallen and Adams, 2008: 37-38). Bringing together key success factors can be called input process. The process from the beginning of the festival to the end of it can be specified as the dissemination process. Attitude and behaviour changes of participants after the completion of the festival form the output process. In order to obtain positive results at the end of the output process, the factors in the input process must be fulfilled successfully. One of the most desired output is to create “loyal” participants. This is important for the continuity of the event and its positive effects.

Considering the relevant literature, program (Lee, Lee, Lee and Babin, 2008; Yoon, Lee and Lee, 2010; Choo, Ahn and Petrick, 2015), employees (Lee, Lee, Lee and Babin, 2008; Özdemir and Çulha, 2009; Wu, Wong and Cheng, 2014), souvenirs (Özdemir and Çulha, 2009; Yoon, Lee and Lee, 2010; Choo, Ahn and Petrick, 2015), convenience (Özdemir and Çulha, 2009), food (Lee, Lee, Lee and Babin, 2008; Ozdemir and Chulha, 2009; Jung, Ineson, Kim and Yap, 2015), information (Ozdemir and Chulha, 2009; Yoon, Lee and Lee, 2010; Choo, Ahn and Petrick, 2015), the festival area (Özdemir and Çulha, 2009) and facilities (Yoon, Lee and Lee, 2010; Lee, Lee, Lee and Babin, 2008; Choo, Ahn and Petrick, 2015), accessibility (Wong, Wu and Cheng (2015), security (Saayman, Kruger and Erasmus, 2012) affect loyalty. The following hypotheses were shaped by the systems theory and relevant literature. (Hypothesis are revised as a result of explanatory and confirmatory factor analyses).

H1: The festival program, which is one of the key success factors of the festival, has a significant and positive effect on the festival loyalty of the participants.

H2: Festival area and accessibility, which is one of the key success factors of the festival, has a significant and positive effect on the loyalty of the participants.

H3: The information, which is one of the key success factors of the festival, has a significant and positive effect on the festival loyalty of the participants.

H4: Employee and volunteer, which is one of the key success factors of the festival, has a significant and positive effect on the festival loyalty of the participants.

H5: Souvenirs and convenience, which is one of the key success factors of the festival, has a significant and positive effect on the festival loyalty of the participants.

H6: Security, which is one of the key success factors of the festival, has a significant and positive effect on the festival loyalty of the participants.

H7: Food, one of the key success factors of the festival, has a significant and positive effect on the festival loyalty of the participants.

The overall population of the research is defined as people who participated in the cultural celebration events held in Turkey. However, it is nearly impossible to reach all the people who joined cultural events, therefore, the universe of the study was reduced to participants of the research. The population of the study was identified as people older

than 18 and who participated in regional festivals in the Eastern Mediterranean Region. Specific criteria were determined in terms of event type and participant age. However, festivals, which are the most organized events in the context of cultural celebrations, have been selected (Derrett, 2003; Sdrali and Chazapi, 2007; Getz, 2008; Ziakas and Boukas, 2014), and attention has been paid to researching the most important regional event. Individuals under the age of 18 were excluded from the study.

The sample of the study was determined as individuals over 18 and who participated in the Orange Flower Festival in Adana. The Orange Flower Festival is one of the biggest cultural celebration-themed festivals in the Eastern Mediterranean Region (Nisandaadanada.com). More than 350,000 people attended this event in 2017 (Nisandaadanada.com). As sampling method, easy sampling of non-probability sampling methods was chosen. Sekaran and Bougie (2013: 268) identifies sample size at least 384 for a sample size of 100.000 and more universe clusters. 935 questionnaires were administered. Firstly, multivariate sling analysis and then multiple normal distribution analysis were conducted. As a result of multiple slingshot analysis, 12 questionnaires and as a result of multiple normal distribution analysis, another 32 questionnaires were excluded from the analysis and 891 questionnaires were analysed.

Structural equation modeling was used to test the hypotheses. As a result of the analysis, the t-values of “information” (0.53) and “employees and volunteers” (0,21) variables were found to be insignificant. The T-value should be greater than ± 1.96 , while the relationship test for both variables was found to be below this value. Program ($\beta = 0.11$; $p \leq 0.01$), festival area and accessibility ($\beta = 0.20$; $p \leq 0.001$), souvenirs ($\beta = 0.12$; $p \leq 0.01$), security ($\beta = 0.27$; $p \leq 0.001$) and food ($\beta = 0.20$; $p \leq 0.001$) variables had a significant and positive effect on festival loyalty. In addition, these variables accounted for 53% of festival loyalty. It can be stated that H1, H2, H5, H6 and H7 hypotheses are supported and H3 and H4 hypotheses are not supported.

As a result of the path analysis, program ($\beta = 0.11$; $p \leq 0.01$), festival area and accessibility ($\beta = 0.20$; $p \leq 0.001$), souvenirs and convenience ($\beta = 0.12$; p), safety ($\beta = 0.27$; $p \leq 0.001$) and food ($\beta = 0.20$; $p \leq 0.001$) were found to have a significant and positive effect on festival loyalty. These findings align with the research of Lee, Lee, Lee and Babin (2008), Cole and Chancellor (2009), Yoon, Lee and Lee (2010), Wong, Wu and Cheng (2015) and Choo, Ahn and Petrick (2016). The results regarding the festival area and accessibility variable show similarity with the research of Özdemir and Çulha (2009) and Wong, Wu and Cheng (2015). In terms of souvenir and convenience, Özdemir and Çulha (2009), Yoon, Lee and Lee (2010), and Choo, Ahn and Petrick (2016) share some similar findings. The study of Saayman, Kruger and Erasmus (2012) also show that security has a significant and positive effect on festival loyalty. Finally, the food variable has a significant and positive effect with festival loyalty as discussed in the work of Lee, Lee, Lee and Babin (2008), Özdemir and Çulha (2009), Mason and Paggiaro (2012) and Jung, Ineson, Kim and Yap (2015).

This research showed that knowledge, and employees and volunteers factors had no significant effect on festival loyalty. It can be stated that the findings related to the information dimension differ from the results of the research conducted by Özdemir and Çulha (2009), Yoon, Lee and Lee (2010) and Choo, Ahn and Petrick (2016). This may be related to the fact that research is focused on festivals with different themes. The findings related to the employees and volunteers differ from the results of the research conducted by Wong, Wu and Cheng (2015). It can be stated that

this difference arises from the fact that the Orange Flower Festival is a free event with no commercial purpose, and it is a festival where local people sell their products. In terms of systems theory, it can be stated that the festival program, festival space and accessibility, souvenirs and convenience, safety and food factors are input elements for creating loyal participants.

The items that have the highest average in the festival's key achievement scale include local food ($\bar{x} = 4,27$), the quality of the food sold at the festival area ($\bar{x} = 4,25$), the availability of the emergency team at the festival area ($\bar{x} = 4.24$) and the willingness of the staff and volunteers to assist in the festival ($\bar{x} = 4.21$). Items related to food, safety and employees and volunteers were the highest average items. It is recommended that the festivals to be organized on this scale should consider the issues of food, security and employees and volunteers. On the other hand, the items with the lowest average were found to be sufficient resting areas ($\bar{x} = 3.79$), clean toilets ($\bar{x} = 3.72$) and sufficient parking spaces ($\bar{x} = 3.72$). It is important for the practitioners to address the problems mentioned in this event so that it could be held in future. In terms of similar activities, attention should be paid to the rest areas, toilets and car parks. These issues may negatively affect the participants' perception of effectiveness (Taylor and Shanka, 2008; Yuan and Jang, 2008; Özdemir and Çulha, 2009; McDowall, 2011; Anil, 2012; Mason and Paggiaro, 2012; Kim, 2015).

The analysis displayed that key success factors affecting the attendance of the participants to the festival were the program, festival area and accessibility, souvenirs and convenience, safety and food. The organizers of the Orange Blossom Festival should consider these factors to get positive results in future events. In addition, successful fulfillment of the factors mentioned in similar festivals will have an impact on the satisfaction and loyalty of the participants. Security ($\beta = 0.27$; $p \leq 0.001$) was found to have the most important effect on the loyalty of the participants. In this context, it can be said that the increase of 1 unit in the field of security will lead to an increase of 0.27 on the loyalty of the participants.