



## Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Datça Badem Çiçeği Festivali (Datça Almond Festival within The Scope of Sustainable Tourism)

\* Funda ÖN ESEN<sup>a</sup> , Faruk YÜKSEL<sup>b</sup> , Burhan KILIÇ<sup>b</sup> 

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

<sup>b</sup> Muğla Sıtkı Koçman University, Faculty of Tourism, Department of Food and Beverage Management, Muğla/Turkey

### Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi:06.05.2020

Kabul Tarihi:11.06.2020

### Anahtar Kelimeler

Festival turizmi

Sürdürülebilir turizm

Festival memnuniyeti

Tekrar ziyaret etme niyeti

### Öz

Araştırmanın amacı, Datça Badem Çiçeği Festivali'ne katılan ziyaretçilerin Datça destinasyonuna ait sürdürülebilirlik algılarını ortaya çıkarmak, sürdürülebilirlik algıları ile festival memnuniyeti ve tekrar ziyaret etme niyeti arasındaki ilişkiyi belirlemektir. Nicel araştırma yöntemi kullanılarak gerçekleştirilen çalışmada, veri toplama aracı olarak anket kullanılmıştır. Araştırma sonucunda, katılımcıların çoğunlukla internet-sosyal medya kanallarıyla, aile-arkadaşlar vasıtasıyla festivalden haberdar oldukları anlaşılmıştır. Katılımcıların yaklaşık yarısının festivale tekrar katılmak istemedikleri ve üçte birinden fazlasının ise kararsız oldukları görülmüştür. Sürdürülebilirlik algılarına ilişkin üç boyut tespit edilmiş ve bu boyutlar; sosyo-ekonomik koşullar, yönetsel koşullar ve çevresel koşullar olarak adlandırılmışlardır. Katılımcıların sürdürülebilirlik algıları, festival memnuniyetleri ve destinasyonu tekrar ziyaret etme niyetleri arasında pozitif yönlü ilişki olduğu tespit edilmiştir.

### Keywords

Festival tourism

Sustainable tourism

Festival satisfaction

Revisit intention

### Abstract

The aim of the study is to reveal the perception of sustainability of the visitors attending the Datça Almond Flower Festival, to determine the relationship between the perception of sustainability, the festival satisfaction and revisit intention. In the research carried out using the quantitative research method, the questionnaire was used as a data collection tool. As a result of the research, it was understood that the participants were mostly aware of the festival through internet-social media channels and family friends. It was observed that approximately half of the participants did not want to revisit the festival again and more than one third of them were undecided. Three dimensions regarding perceptions of sustainability were identified and these dimensions were named as socio-economic conditions, administrative conditions and environmental conditions. It was determined that there was a positive relationship between the participants' perceptions of sustainability, festival satisfaction and revisit intention.

### Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

\* Sorumlu Yazar

E-posta: fundeon@gmail.com (F. Ön Esen)

DOI: 10.21325/jotags.2020.604

## GİRİŞ

Turizm sektöründe yatırımları bulunan destinasyonlar, pazardan daha fazla pay alabilmek adına, buldukları ülkedeki ve dünyadaki diğer turizm destinasyonlarıyla rekabet etmektedirler. Bu yoğun rekabet nedeniyle destinasyonlar, sürdürdükleri turizm aktivitelerine alternatif aramışlar ve bölgelerinde turizmi canlandırmak için etkinlikler düzenlemeye başlamışlardır. Dolayısıyla gerçekleştirilen etkinlikler, sektörün bir parçası konumundadır. Ayrıca turizm pazarının vazgeçilmezleri arasında yerini alan etkinlikler, sektörde önemli bir yer tutmaktadır (Ambrosio, Manuel ve Faria 2011: 331). Son yıllarda da şenlikler, gösteriler, festivaller gibi etkinlikler, bölgedeki pazar payının artırılmasında bir araç olarak kullanılmış ve büyük bir sektör haline gelmiştir. Bu bağlamda çalışmanın konusu festival turizmi olarak belirlenmiştir.

Festival turizmi, bölgeye büyük oranda ekonomik, sosyal ve kültürel katkılar sağlaması nedeniyle, turizm sektöründe önem teşkil eden bir alternatif turizm türüdür. Turizm ve etkinlik kavramlarının kesiştiği bir noktada bulunan festival turizmi; turizm sezonunu uzatması, turizm ürünlerini çeşitlendirmesi, turizm talebinin artmasını sağlaması, bölgeye yeni ekonomik kazanç sağlaması, destinasyonların çekiciliğini ve farkındalığını arttırması, destinasyona iletişim kanallarının ilgisini çekmesi gibi avantajlar ile turizme olan ilgiyi arttırmaktadır (Çoban ve Süer, 2018). Bu nedenle turizm alanında faaliyet gösteren ülkeler (İspanya, İtalya, Brezilya, Türkiye vb.), festivalleri turizm pazarını geliştirme, tanıtım, marka ve imaj oluşturma gibi amaçlar doğrultusunda doğru bir şekilde kullanmakta, önemli derecede başarılar elde etmekte ve festivaller sayesinde oldukça fazla ziyaretçi ağırlayarak büyük ölçüde ekonomik gelir sağlamaktadır. Bu doğrultuda, turistik merkezin ayırt edici çekiciliklerinin korunarak geleceğe aktarılması olarak bilinen sürdürülebilir turizm konusu dikkat çekmektedir.

Sürdürülebilir turizm, “turizm kaynaklarının tüketilmeden, kirletilmeden ve tahrip edilmeden gelecek nesillerin de kullanabilmesini sağlayacak şekilde kullanımının düzenlenmesi” şeklinde tanımlanmaktadır (Avcıkurt, 2009: 145). Sürdürülebilir turizm, insan faaliyetlerini içeren ve ziyaretçilerin genel deneyimlerini etkileyen, yerel topluluklar üzerinde önemli ekonomik, sosyal ve çevresel etkilere neden olan, ekonomik kalkınma nedeniyle dünyanın doğal kaynaklarının korunmasını ve devamlılığının sağlanmasını amaçlayan bir turizm anlayışıdır (Wan ve Li, 2013). Bu noktadan hareketle, sürdürülebilir turizm oldukça önemli bir konu olarak karşımıza çıkmakta ve konunun festival turizmi kapsamında değerlendirilmesini gerekli kılmaktadır.

### Kavramsal Çerçeve

Son dönemde sürdürülebilir turizm ile ilgili tartışmalarda sürdürülebilir destinasyon kavramı ön plana çıkmaya başlamıştır. Sürdürülebilir turizm uygulamaları, her türlü destinasyonda başta kitle turizmi ve çeşitli niş turizm türleri dâhil olmak üzere tüm turizm türlerinde uygulanabilmektedir (Özkan ve Aydın, 2018). Bunlardan biri de festival turizmidir.

Festivaller, yeni insanlarla tanışmaya, yeni kültürler öğrenmeye, merak edilen yaşamları görmeye ve farklı ülkelerdeki insanlar arasındaki arkadaşlıkları pekiştirmeyi teşvik etmekte (Çulha, 2008); bölgeye destinasyonların çekiciliğini ve farkındalığını arttırması, turizm sezonunun uzatılması, turizmin çeşitlendirilmesi, alt yapı hizmetlerinin kontrolü, destinasyona medya ilgisinin çekilmesi, destinasyon markalaşmasına yardımcı olması vb. gibi konularda yarar sağlamakta ve bölgenin tarihi ve kültürel değerleri ziyaretçilere sunularak ev sahibi

destinasyonun dünya çapında tanıtım ve pazarlama çalışmaları etkili bir biçimde yapılabilmektedir (Karagöz, 2006). Bunun yanı sıra festivaller, turizm sektöründe yer alan destinasyonlar tarafından yüksek bir düzeyde gelir getiren ve bölgeye ziyaretçi çeken bir araç olarak görülmektedir (Ünal, 2016: 101). Dolayısıyla festivaller düzenlenirken bölgedeki kaynakların gelecek nesillere aktarılması hususunda sürdürülebilir turizm anlayışının benimsenmesi gerekmektedir.

Sürdürülebilir turizm, gelecek nesiller için fırsatları korurken ve geliştirirken mevcut turist ve ev sahibi bölgelerin ihtiyaçlarını karşılamakta ve tüm kaynakların kültürel bütünlüğü, temel ekolojik süreçleri, biyolojik çeşitliliği ve yaşam destek sistemlerini korumaktadır. Ancak sürdürülebilir turizmin doğru bir şekilde uygulanabilmesi için ekonomik, sosyal ve estetik ihtiyaçların karşılanabileceği şekilde bütün kaynakların yönetilmesi gerekmektedir (Wan ve Li, 2013). Sürdürülebilir destinasyon yönetiminin başarılı bir şekilde yürütülmesi için öncelikle tarihi ve kültürel değerlerin korunması, yerel gelenek ve göreneklerin korunarak gelecek nesillere aktarılması önem teşkil etmektedir (Mazilu, 2012). Bu doğrultuda festival turizmi gerçekleştirilirken bölgedeki çevresel gelişim kapasitesi, toplumsal sosyal sorumluluk, turizmin yerel halkın beklentilerine cevap vermesi ve çevreyi ilgilendiren konulara dayalı olarak sürdürülebilirlik ilkeleriyle festivallerin bütünleştirilmesi gerekmektedir (Kernel, 2005). Bu bağlamda araştırma problemi “Festivale katılan ziyaretçilerin sürdürülebilirlik algıları çerçevesinde festival memnuniyeti ve destinasyon sadakati nasıldır?” olarak belirlenmiştir.

Yapılan literatür taramasında, Doğan ve Yağmur (2017), Kemer destinasyonunda turizm faaliyetlerinin sürdürülebilirliğine yönelik yaptıkları çalışmada, turistlerin Kemer destinasyonuna ilişkin sürdürülebilirlik algılarına sürdürülebilirliğin çevresel ve sosyo-kültürel boyutlarının pozitif etki ettiğini; Tayfun ve Arslan (2013), turistlerin Ankara Alışveriş Festivalinden memnun olduklarını; Erdem, Mızrak ve Aratoğlu (2018), festivallerin bölge turizmüne katkıları ve sürdürülebilirliğini incelediği çalışmada festivallerin bölgeye sosyo-ekonomik, sosyo-kültürel ve bölgesel reklam ve tanıtıma katkılarının olduğunu belirtmiştir. Çatır ve Şimşek (2019), ziyaretçilerin festival memnuniyeti ve bağlılıklarına ilişkin görüşlerinin olumlu olduğu sonucuna ulaşmıştır. Lee vd. (2012), festival ziyaretçilerinin memnuniyet ve destinasyon sadakati arasındaki ilişkide aidiyet duygusunun aracı rolüne baktıkları çalışmada festivalde memnun olan ziyaretçilerin destinasyona duygusal olarak bağlandıkları ve buna bağlı olarak destinasyona sadık kaldıklarını; Lee vd. (2008) ise gıda kalitesi ve planlanan program içeriği gibi kontrol edilebilir çevresel özelliklerin ziyaretçi memnuniyeti dahil olmak üzere kullanıcı duygularını etkilediğini ve bu duyguların festival ortamının festivale sadakat üzerindeki etkisine aracılık ettiğini ifade etmişlerdir. Bu çalışmalardan hareketle aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir.

H1: Ziyaretçilerin destinasyona ilişkin sürdürülebilirlik algıları ile festival memnuniyeti arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H2: Ziyaretçilerin destinasyona ilişkin sürdürülebilirlik algıları ile destinasyonu tekrar ziyaret etme niyeti arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H3: Ziyaretçilerin festival memnuniyeti algısı ile destinasyonu tekrar ziyaret etme niyeti arasında anlamlı bir ilişki vardır.

## Yöntem

Çalışmada nicel araştırma yöntemi kullanılmış olup, veri toplama aracı olarak anket tekniğinden yararlanılmıştır. Anket formu, Lee, Lee, Lee ve Babin (2008), Lee, Kyle ve Scott (2012) ve Deng ve Bender'in (2007) çalışmalarından yararlanılarak oluşturulmuştur. İlgili anket iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde katılımcıların demografik bilgileri ve festival ile ilgili sorulara yer verilmiştir. İkinci bölümde ise, katılımcıların destinasyona ilişkin sürdürülebilirlik algıları, festival memnuniyeti ve destinasyonu tekrar ziyaret etme niyetine yönelik olmak üzere toplam 28 adet ifade bulunmaktadır. Ölçekte yer alan ifadeler 5'li likert tipi derecelendirme (kesinlikle katılmıyorum, katılmıyorum, ne katılıyorum ne katılmıyorum, katılıyorum, kesinlikle katılıyorum) ile ölçülmüştür.

Çalışma 8-10 Şubat 2019 tarihinde gerçekleştirilen 2.Datça Badem Çiçeği Festivali'ne katılan ziyaretçiler üzerinde uygulanmıştır. Araştırma maddi kaynakların azlığı, uzaklık ve hava koşulları sebebiyle yoğun olduğu düşünülen Cumartesi günü yapılmıştır. Çalışmaya gönüllü olan ziyaretçiler katılmıştır. Festivalde 250 anket dağıtılmış, 198 ziyaretçiden geri dönüş alınmış, ancak eksik verilerin olması nedeniyle 112 anket değerlendirmeye alınmıştır. Araştırma bir çalışmanın ön verileriyle oluşturulmuştur. Katılımcılardan temin edilen veriler bir istatistik paket program kullanılarak analiz edilmiştir.

## Bulgular

Sürdürülebilirlik Algıları, Festival Memnuniyeti ve Tekrar Ziyaret Etme Niyetini ölçmek amacıyla kullanılan ölçeklere uygulanan güvenilirlik analizlerine ilişkin sonuçlar Tablo1'de verilmiştir.

**Tablo 1.** Güvenilirlik Analizi

Ölçek	Cronbach's Alpha	n
Sürdürülebilirlik Algıları	,938	18
Festival Memnuniyeti	,849	7
Tekrar Ziyaret Etme Niyeti	,946	3

Peterson (1994) kabul edilebilir Cronbach's Alpha katsayısının 0,70 ve üzeri olmasının uygun olacağını belirtmektedir. Dolayısıyla, Tablo 1'de yer alan güvenilirlik analizi bulgularından ölçeklere ilişkin herhangi bir güvenilirlik sorunu olmadığı anlaşılmaktadır.

Tablo 2'de katılımcılara ilişkin demografik bilgiler yer almaktadır. Buna göre katılımcıların %80'ini kadınların oluşturduğu görülmektedir. Ayrıca, katılımcıların yaklaşık üçte birinin 46-55 yaş grubundan, 2501-3500 TL arasında gelire sahip lisans mezunu bireyler oluşturduğu anlaşılmaktadır. Katılımcı grup içerisinde %23'lük bir kısım özel sektör çalışanıyken aynı oranda emeklilerin de yer aldığı görülmektedir. Öte yandan, yaklaşık dörtte birlik bir grubun ise kamuda istihdam edildiği anlaşılmaktadır.

**Tablo 2.** Demografik Bilgiler

Cinsiyet	n	%	Eğitim Düzeyi	n	%
Kadın	90	80,4	İlköğretim	21	18,8
Erkek	22	19,6	Lise	27	24,1
Yaş			Önlisans	17	15,2
18-25	10	8,9	Lisans	38	33,9
26-35	12	10,7	Lisansüstü	9	8
36-45	26	23,2	Meslek		
46-55	33	29,4	Öğrenci	9	8,1
56+	31	27,7	Kamu	30	26,8
Gelir (TL)			Özel Sektör	26	23,2
2020 TL ve aşağısı	17	15,2	Emekli	26	23,2
2021-2500	14	12,5	Ev Hanımı	21	18,8
2501-3500	35	31,3			
3501-4500	23	20,5			
4501 ve üzeri	23	20,5			

Katılımcılara festivalden nasıl haberdar oldukları sorulduğunda, alınan yanıtlardan katılımcıların yarısından fazlasının internet-sosyal medya kanallarıyla bilgi sahibi oldukları görülürken, yarısına yakınının da arkadaş ya da akrabaları tarafından haberdar edildikleri anlaşılmaktadır (Tablo 3).

**Tablo 3.** Festival ile İlgili Bilgiler

Festivalden Haberdar Olma Şekli	n	%	Ertesi Yıl Festivale Tekrar Katılma İsteği	n	%
İnternet-Sosyal Medya	64	57,1	Evet	18	16,1
Arkadaş veya akraba tavsiyesi	45	40,2	Hayır	54	48,2
Broşür, Katalog vb.	2	1,8	Bilmiyorum	40	35,7
TV, Gazete, Dergi vb.	1	0,9			

Öte yandan, katılımcıların yarısına yakınının ertesi yıl festivale tekrar katılmak istemediklerini belirttikleri Tablo 3'te görülmektedir. Bunun yanı sıra, tablodaki bulgulardan katılımcıların üçte birinden fazlasının tekrar katılım gösterip göstermeyecekleri sorusuna “bilmiyorum” yanıtını verdikleri; katılımcıların çok azı ise festivale gelecek yıl katılacaklarını ifade ettikleri anlaşılmaktadır.

Araştırmada, yapı geçerliliklerini ölçmek ve faktörleri belirli gruplar altında toplamak amacıyla ölçeklere faktör analizi uygulanmıştır. “Festival Memnuniyeti” ve “Tekrar Ziyaret Niyeti” ölçeklerine uygulanan faktör analizleri sonucunda önermeler tek faktör altında toplandıklarından, ilgili ölçeklere ilişkin faktör analizi tabloları çalışmada verilmemiştir. Katılımcıların “Sürdürülebilirlik Algıları”nı ölçmeye yönelik olarak kullanılan ölçeğe uygulanan faktör analizine ilişkin bulgular Tablo 4’te verilmiştir.

**Tablo 4.** Destinasyonun Sürdürülebilirlik Algılarına İlişkin Faktör Analizi

İFADELER		FAKTÖRLER		
		1	2	3
SOSYO-EKONOMİK KOŞULLAR	Daha kaliteli hizmet için daha fazla ödeme yapabilirim.	,834		
	Turistler otel ve motel fiyatlarında özel vergiler ödemeliler.	,771		
	Turizm geleneksel kültürün korunmasına katkı sağlamaktadır.	,725		
	Datça turizm gelişiminde çevre bölgeler ile rekabet halindedir.	,688		
	Turizm çiftçiler için ekonomik çeşitlilik anlamına gelmektedir.	,630		
	Datça çevresinde tur yapmak çevre bilinci oluşturur.	,604		
	Turizm Datça’ya yatırım ve gelir getirmektedir.	,557		

**Tablo 4.** Destinasyonun Sürdürülebilirlik Algılarına İlişkin Faktör Analizi (devamı)

<b>YÖNETSEL KOŞULLAR</b>	Doğa temelli turizmin gelişmesi Datça'nın görünümünü korur.		,838	
	Doğa temelli turizm, bölgenin ekonomik gelişimine katkıda bulunmaktadır.		,665	
	Datça'daki turizm gelişimi çevresel korumayı da göz önünde bulundurmalıdır		,646	
	Datça doğa temelli ürünlerin pazarlanmasına daha çok çalışmalıdır		,641	
	Datça önceliği doğa temelli turizm ya da kırsal turizm gelişimine vermelidir		,635	
	Yerel halk bir turizm bölgesi üzerinde yaşamaktan yarar sağlamaktadır		,552	
<b>ÇEVRESEL KOŞULLAR</b>	Datça doğa hakkında bir şeyler öğrenebileceğiniz bir yerdir.			,802
	Datça kırsal atmosferin deneyimlenebileceği bir yerdir.			,790
	Küçük köyler ve tarihi bina/bölgeler düzgünce korunmuştur			,732
	Datça'nın doğal güzellikleri iyi korunmuştur.			,644
<i>Özdeğerler</i>		4,407	3,813	3,762
<i>Faktörlerin Varyansı Açıklama Oranı</i>		24,481	21,184	20,900
<i>Toplam Varyansın Açıklanma Oranı</i>		66,565		
<i>Ölçeğin Cronbach's Alpha Değeri</i>		,938		
<i>Kaiser-Meyer-Olkin Ölçümü</i>		,882		

Tablo 4'te görüldüğü üzere, Sürdürülebilirlik Algıları'nı ölçmeye yönelik olarak kullanılan ölçeğin KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) değeri 0,882, Cronbach's Alpha değeri 0,938 ve  $p < 0,001$  olarak bulunmuştur. Dolayısıyla, ölçeğin faktör analizi için uygun olduğu ve yapı geçerliliğini sağladığı görülmektedir. Faktör analizi sonucunda faktör yükü düşük olduğu için bir önerme çıkarılmıştır (Bozulmamış doğasıyla Datça tekrar ziyaret etmeye degecek bir yerdir). Kalan önermeler üç faktör altında toplanmış ve bu faktörler sırasıyla; "Sosyo-Ekonomik Koşullar", "Yönetmel Koşullar" ve "Çevresel Koşullar" olarak adlandırılmıştır.

Katılımcıların destinasyona ilişkin "Sürdürülebilirlik Algıları" ve "Festival Memnuniyetleri" arasındaki ilişkinin incelenmesi ve etki düzeylerinin test edilmesi amacıyla korelasyon ve regresyon analizleri yapılmış ve bulgular aşağıdaki tablolarda verilmiştir.

**Tablo 5.** Ziyaretçilerin Destinasyona Dair Sürdürülebilirlik Algıları ve Festival Memnuniyetleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

		<b>SOSYO-EKONOMİK KOŞULLAR</b>	<b>YÖNETSEL KOŞULLAR</b>	<b>ÇEVRESEL KOŞULLAR</b>	<b>FESTİVAL MEMNUNİYETİ</b>
<b>SOSYO-EKONOMİK KOŞULLAR</b>	Pearson Correlation	1			
	Sig. (Çift Yönlü)	-			
<b>YÖNETSEL KOŞULLAR</b>	Pearson Correlation	,678**	1		
	Sig. (Çift Yönlü)	,000	-		
<b>ÇEVRESEL KOŞULLAR</b>	Pearson Correlation	,687**	,657**	1	
	Sig. (Çift Yönlü)	,000	,000	-	
<b>FESTİVAL MEMNUNİYETİ</b>	Pearson Correlation	,374**	,274**	,223*	1
	Sig. (Çift Yönlü)	,000	,003	,000	-

Buna göre, katılımcıların destinasyona dair sürdürülebilirlik algılarına ilişkin boyutlardan “Sosyo-Ekonomik Koşullar” ve “Yönetmel Koşullar” ile festival memnuniyetleri arasında  $p=0,01$  düzeyinde anlamlı ilişki olduğu görülürken bu ilişkinin “Çevresel Koşullar” boyutunda  $p=0,05$  düzeyinde olduğu görülmektedir. Değişkenler arasındaki ilişkinin her boyut açısından pozitif yönlü olduğu anlaşılmaktadır (Tablo 5).

**Tablo 6.** Ziyaretçilerin Destinasyona Dair Sürdürülebilirlik Algılarının Festival Memnuniyetine Etkisinin İncelenmesi

	Beta (B)	t	p
Sabit		3,342	,001
Sosyo-Ekonomik Koşullar	,389	2,889	,005
Yönetmel Koşullar	,069	,528	,598
Çevresel Koşullar	-,090	-,683	,496
<b>R<sup>2</sup></b>	,144		
Düzeltilmiş R <sup>2</sup>	,120		
<b>F</b>	6,066		
<b>P</b>	,001		

Öte yandan Tablo 6’daki veriler değerlendirildiğinde, bağımlı değişken (Festival Memnuniyeti) ile bağımsız değişkenlerin (Sosyo-Ekonomik Koşullar, Yönetmel Koşullar, Çevresel Koşullar) açıklanma oranlarının yeterli oldukları görülmektedir (Düzeltilmiş R<sup>2</sup>: ,120). Model bir bütün olarak her düzeyde anlamlıdır (F=6,066 ve  $p=0,001$ ). Ayrıca, katılımcıların “Sürdürülebilirlik Algısı”nın “Festival Memnuniyeti”ni pozitif yönde etkilediği de Tablo 6’daki verilerden anlaşılmaktadır. Ancak, model bir bütün olarak anlamlı olsa da bağımsız değişkene ilişkin boyutlardan yalnızca “Sosyo-Ekonomik Koşullar” boyutunun ( $\beta=0,403/p<0,05$ ) bağımlı değişkeni pozitif yönde etkilediği görülmektedir. Buna göre, H1 kısmen desteklenmiştir.

**Tablo 7.** Ziyaretçilerin Destinasyona Dair Sürdürülebilirlik Algıları ve Tekrar Ziyaret Etme Niyetleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

		SOSYO-EKONOMİK KOŞULLAR	YÖNETSEL KOŞULLAR	ÇEVRESEL KOŞULLAR	TEKRAR ZİYARET ETME NİYETİ
<b>SOSYO-EKONOMİK KOŞULLAR</b>	Pearson Correlation	1			
	Sig. (Çift Yönlü)	-			
<b>YÖNETSEL KOŞULLAR</b>	Pearson Correlation	,678**	1		
	Sig. (Çift Yönlü)	,000	-		
<b>ÇEVRESEL KOŞULLAR</b>	Pearson Correlation	,687**	,657**	1	
	Sig. (Çift Yönlü)	,000	,000	-	
<b>TEKRAR ZİYARET ETME NİYETİ</b>	Pearson Correlation	,363**	,490**	,383**	1
	Sig. (Çift Yönlü)	,000	,003	,000	-

“Sürdürülebilirlik Algısı” ile “Tekrar Ziyaret Etme Niyeti” arasındaki ilişki incelendiğinde, Tablo 7’deki verilerden tüm değişkenler arasında  $p=0,01$  düzeyinde anlamlı ve pozitif yönlü ilişki olduğu görülmektedir. Değişkenlere ilişkin etki düzeylerinin test edildiği çoklu doğrusal regresyon analizi sonuçlarının yer aldığı Tablo 8’deki verilerden bağımlı değişken (Tekrar Ziyaret Etme Niyeti) ile bağımsız değişkenlerin (Sosyo-Ekonomik

Koşullar, Yönetmel Koşullar, Çevresel Koşullar) açıklanma oranlarının yeterli oldukları (Düzeltilmiş R2: ,226) anlaşılmaktadır.

**Tablo 8.** Ziyaretçilerin Destinasyona Dair Sürdürülebilirlik Algılarının Destinasyonu Tekrar Ziyaret Etme Niyetine Etkisinin İncelenmesi

		<b>Beta (β)</b>	<b>t</b>	<b>p</b>
Sabit			2,647	,009
Sosyo-Ekonomik Koşullar		,126	,085	,933
Yönetmel Koşullar		,169	3,408	<b>,001</b>
Çevresel Koşullar		,144	,840	,402
<b>R<sup>2</sup></b>	,247			
Düzeltilmiş <b>R<sup>2</sup></b>	,226			
<b>F</b>	11,798			
<b>p</b>	,000			

Model bir bütün olarak her düzeyde anlamlıdır (F=11,798 ve p=0,001). Bağımsız değişkenlerden yalnızca “Yönetmel Koşullar” boyutunun ( $\beta=0,169/p<0,05$ ) bağımlı değişkeni pozitif yönde etkilediği anlaşılrken, “Sosyo-Ekonomik Koşullar” boyutu ( $\beta=0,126/p>0,05$ ) ve “Çevresel Koşullar” ( $\beta=0,144/p>0,05$ ) boyutunun bağımlı değişken (Tekrar Ziyaret Etme Niyeti) üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olmadığı anlaşılmaktadır. Bulgular ışığında H2 kısmen desteklenmiştir.

**Tablo 9.** Ziyaretçilerin Festival Memnuniyetleri ve Tekrar Ziyaret Etme Niyetleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

		<b>TEKRAR ZİYARET ETME NİYETİ</b>	<b>FESTİVAL MEMNUNİYETİ</b>
<b>TEKRAR ZİYARET ETME NİYETİ</b>	Pearson Correlation	1	
	Sig. (Çift Yönlü)	-	
<b>FESTİVAL MEMNUNİYETİ</b>	Pearson Correlation	,405**	1
	Sig. (Çift Yönlü)	,000	-

Tablo 9’da “Festival Memnuniyeti” ile “Tekrar Ziyaret Etme Niyeti” arasındaki ilişkinin anlaşılması amacıyla yapılan korelasyon analizine ilişkin bulgular yer almaktadır. Bulgulardan, değişkenler arasında pozitif yönlü ilişki olduğu ve ilişkinin p=0,01 düzeyinde anlamlı olduğu anlaşılmaktadır.

**Tablo 10.** Ziyaretçilerin Festival Memnuniyetinin Tekrar Ziyaret Etme Niyetine Etkisinin İncelenmesi

		<b>Beta (β)</b>	<b>t</b>	<b>p</b>
Sabit			9,906	,000
Festival Memnuniyeti		,405	4,645	<b>,000</b>
<b>R<sup>2</sup></b>	,164			
Düzeltilmiş <b>R<sup>2</sup></b>	,156			
<b>F</b>	21,579			
<b>p</b>	,000			

Değişkenler arasındaki ilişkinin etki düzeyinin test edilmesi amacıyla basit regresyon analizine başvurulmuştur. Yapılan analize ilişkin bulgular Tablo 10’da yer almaktadır. Buna göre, bağımsız değişken (Festival Memnuniyeti) ile bağımlı değişkenin (Tekrar Ziyaret Etme Niyeti) açıklanma oranlarının yeterli olduğu görülmektedir (Düzeltilmiş R2: 0,156). Modelin bütünlük içerisinde her düzeyde anlamlı olduğu (F=21,579 ve p=0,000) ve “Festival Memnuniyeti”nin “Tekrar Ziyaret Etme Niyeti”ne pozitif yönde etki ettiği ( $\beta=0,405/p<0,05$ ) tespit edilmiştir. Buna göre, H3 desteklenmiştir.



## **Sonuç, Tartışma ve Öneriler**

Datça'nın Badem Çiçeği festivaline katılan turistlerin festival memnuniyetleri ve buna paralel olarak destinasyonu tekrar ziyaret etme niyetlerinin katılımcıların sürdürülebilirlik algısı açısından incelendiği çalışmanın örneklemini orta gelir grubundan, orta yaşlı, kamu ve özel sektör çalışanlarının yanı sıra emeklilerin de ağır bastığı çoğunluğu kadınlardan oluşan katılımcılar oluşturmuştur.

Katılımcıların festivalden en çok internet-sosyal medya kanalları ile aile ve arkadaşları tarafından haberdar edildikleri tespit edilmiştir. Nitekim haber kaynağı ile ilgili bu sonuç, Yılmaz ve Ön Esen (2017)'in Muğla Geleneksel Yörük-Türkmen Şenliği ve Taştan vd. (2018)'in Adana Lezzet Festivali üzerine yapmış oldukları çalışmalarının sonuçları ile paralellik göstermektedir. Ancak Tayfun ve Arslan (2013), Ankara Alveriş Festivali üzerine yapmış olduğu çalışmasında, katılımcıların TV aracılığıyla festivalden haberdar olduklarını belirtmiştir. Öte yandan, yapılan bu çalışmada katılımcıların yarısına yakını festivale tekrar katılmayacaklarını belirtmişken üçte birden fazlasının da tekrar katılım gösterme konusunda kararsız oldukları anlaşılmıştır. Taştan vd. (2018) Adana Lezzet Festivali ve Ön Esen ve Yılmaz (2016) ise Alaçatı Ot Festivali üzerine yaptıkları çalışmalarda katılımcıların büyük çoğunluğunun festivale tekrar katılacaklarını belirtmişlerdir. Bu sonuçlar, Datça Badem Çiçeği Festivali'nde bazı yönetsel sorunların olduğunu göstermektedir. Çünkü araştırmaya katılan ziyaretçiler her ne kadar festivalden memnun olduklarını dile getirse de tekrar katılım göstermeyeceklerini ifade etmişlerdir.

Yapılan faktör analizi sonucunda sürdürülebilirlik algısı üç faktör altında toplanmış ve bu faktörler sırasıyla; "Sosyo-Ekonomik Koşullar", "Yönetsel Koşullar" ve "Çevresel Koşullar" olarak adlandırılmıştır. Benzer şekilde, Deng ve Bender (2007), turizmin sürdürülebilirlik algılarının çevresel, ekonomik ve sosyo-kültürel boyutlarının olduğunu; Doğan ve Gümüş (2014), sürdürülebilir destinasyon yönetimi konusunda ziyaretçiler üzerine yapmış oldukları çalışmada yönetsel, çevresel, sosyo-ekonomik, tutum çevresel ve tutum yönetsel olmak üzere beş boyut olduğunu belirlemişlerdir. Yine Doğan ve Yağmur (2017), ziyaretçilerin Kemer destinasyonuna yönelik sürdürülebilirlik algılarını çevresel, sosyo-kültürel ve ekonomik boyutlar adı altında toplamıştır. Cottrell vd. (2007) ise, Çin'in Chongdugou kentinde sürdürülebilir turizm algılarının kurumsal, ekolojik, ekonomik ve sosyo-kültürel boyutlardan oluştuğunu tespit etmişlerdir.

Katılımcıların sürdürülebilirlik algıları ile festival memnuniyeti arasındaki ilişkinin anlaşılması ve etki düzeylerinin test edilebilmesi amacıyla korelasyon ve regresyon analizleri uygulanmış ve analizler sonucunda 0,001 ve 0,005 düzeylerinde her iki yönde de anlamlı pozitif ilişki olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca, yapılan çoklu doğrusal regresyon analizi sonucunda ilçenin sürdürülebilirlik algıları çerçevesinde ortaya çıkan 'Sosyo-Ekonomik Koşullar' boyutunun katılımcıların festivalden memnun kalma hususunda etkili olduğu görülmektedir. Buradan anlaşılmaktadır ki, festivalden memnun olan ziyaretçiler destinasyonun sosyo-ekonomik koşullarına ilişkin sürdürülebilirlik algılarına önem vermektedir. Nitekim Atasoy (2019), turist memnuniyetinin sürdürülebilir turizm konsepti için önemli bir konu olduğunu; Khuong ve Ha (2014), destinasyon yönetiminde turist memnuniyetinin sürdürülebilir gelişim için en temel şart olduğunu belirtmiştir. Çoğalmış (2019) ise, destinasyona gelen ziyaretçilerin ihtiyaçlarını karşılayabilmeleri ve memnuniyetlerinin sağlanması için turizm endüstrisinin sunmuş olduğu hizmetlerin destinasyonun sürdürülebilirlik algıları açısından önem kazandığını ifade etmiştir.

Sürdürülebilirlik algısı ve tekrar ziyaret etme niyeti arasındaki ilişkinin tespit edilmesi amacıyla korelasyon analizi yapılmış ve değişkenler arasında 0,001 düzeyinde iki yönlü pozitif ilişki tespit edilmiştir. Etki düzeylerinin test edilmesi amacıyla yapılan regresyon analizi, “Yönetmel Koşullar”a ilişkin algıları yüksek olan bireylerin destinasyonu tekrar ziyaret etme niyetinde olduklarını göstermiştir. Bu sonuç da göstermektedir ki, destinasyonu tekrar ziyaret etme eğilimde olan ziyaretçiler destinasyonun sürdürülebilirlik algılarına ilişkin yönetmel koşullara önem vermektedir.

Festival memnuniyeti ile destinasyonu tekrar ziyaret etme niyeti arasındaki ilişki incelenmiş ve değişkenler arasında 0,001 düzeyinde iki yönlü pozitif ilişki olduğu anlaşılmıştır. Ayrıca, yapılan basit regresyon analizi sonucu festivale ilişkin memnuniyet düzeyleri yüksek olan katılımcıların destinasyonu tekrar ziyaret etme niyetinde olduklarını ortaya koymuştur. Bu sonuç, festivale gelen ziyaretçilerin destinasyonu sevdiğini ve ilerleyen zamanlarda el değmemiş ve bozulmamış doğasıyla ünlü olan Datça’yı tekrar ziyaret edeceğini göstermektedir. Benzer şekilde; Çatır ve Şimşek (2019), festival ziyaretçilerinin festival memnuniyeti ve sadakatlerine ilişkin görüşlerinin olumlu oldukları; Lee vd. (2012), festivalde memnun olan ziyaretçilerin destinasyona duygusal olarak bağlandıkları ve buna bağlı olarak destinasyona sadık kaldıkları sonucuna ulaşmışlardır. Tanford ve Jung (2007) da, festival memnuniyetinin sadakati kuvvetli bir şekilde etkilediğini belirtmiştir.

Günümüzde internet ve sosyal medya kanallarının yanı sıra ağızdan kulağa iletişimin turistlerin destinasyon tercihlerinde etkili oldukları (Yüksel ve Kılıç, 2016) yadsınamaz bir gerçektir. Öte yandan, destinasyonlar arasında giderek artan rekabet destinasyondaki turizm paydaşlarını çeşitli alternatif arayışları içerisine sokmaktadır. Alternatif turizm çeşitlerinden birisi olan festival turizmi kapsamında eşsiz doğasıyla turistleri cezbeden Datça, “Badem Çiçeği Festivali” kapsamında birçok turiste ev sahipliği yapmaktadır. Festival kapsamında ağırlanan turistlerin davranışlarının ve taleplerinin iyi anlaşılması destinasyonun turizm geleceğinin şekillenmesinde önemli bir rol oynayacaktır. Dolayısıyla, turistlerin sürdürülebilirlik algıları ile festivale ilişkin memnuniyetleri ve paralelinde destinasyonu tekrar ziyaret etme niyetlerinin anlaşılması turizm talebinin sürdürülebilirliğinin sağlanmasında ve alternatif turizm ürününün pazarlanmasında turizm paydaşları açısından oldukça önemlidir. Nitekim Erdem vd. (2018), festivallerin bölge turizmine katkıları ve sürdürülebilirliğini incelediği çalışmada festivallerin bölgeye sosyo-ekonomik, sosyo-kültürel ve bölgesel reklam ve tanıtıma katkılarının olduğunu belirtmiştir.

Sonuç olarak, araştırmaya katılan ziyaretçiler Datça’nın sürdürülebilirlik algılarına önem vermektedir. Ziyaretçiler festivalden memnundur, ancak ileriki dönemde festivale tekrar katılmayacaklarını belirtmiştir. Buna rağmen ziyaretçilerin muhteşem bir doğa harikası olan Datça’yı tekrar ziyaret etme eğilimlerinin olduğu ortaya çıkmıştır. Belki de bu noktada festivalin işleyişi konusuna dikkat çekmek gerekmektedir. Festival düzenlenirken ziyaretçilerin beklentileri göz ardı edilmemeli, düzenlenen tarih hava koşullarına ve buna bağlı olarak zamanı değişen badem çiçeklerinin açmasına göre belirlenmelidir. Bölgenin sürdürülebilirliği açısından tarihi ve kültürel değerler, doğal güzellikler ve çevresel faktörler korunmalıdır. Bölgeye ve festivale ilişkin tanıtımlar sadece internet ile sınırlı kalmamalı, televizyon unsuru da etkili bir şekilde kullanılmalıdır.

Araştırma sonuçları, genellenmemekle birlikte katılımcıların görüşlerini yansıtmakta olup, araştırmanın devamlılığı konusunda fikir vermekte, yerel yönetimlerin festivale ilişkin planlama ve yürütme faaliyetlerine ışık tutmakta ve gelecek araştırmalara yardımcı olacağı düşünülmektedir. Araştırma 2. Datça Badem Çiçeği Festivali’ne

katılan ziyaretçiler üzerinde uygulanmıştır ve veriler maddi kaynakların azlığı, uzaklık ve hava koşulları sebebiyle yoğun olduğu düşünülen tek bir günde toplanmıştır. Sonraki araştırmacılar festivalin başından sonuna kadar geçen sürede veri toplayabilir ya da yıllar bazında karşılaştırma yapabilirler. Bunun yanı sıra yerel halk bazında sürdürülebilirlik çerçevesinde festivalin etkileri araştırılabilir, paydaşlarla görüşme yapılarak daha derinlemesine bilgi alınabilir.

## KAYNAKÇA

- Ambrósio, V., Manuel, L. & Faria, T. (2011). Events and destination management – car launch in lisbon. *International Journal of Management Cases*, 13 (4), 331–337.
- Atasoy, B. (2019). Alternatif turizm kapsamında sultan sazlığı ziyaretçilerinin memnuniyet düzeylerinin incelenmesi. *II. Uluslararası Develi-Aşık Seyrani ve Türk Kültürü Kongresi*, 10 Ekim 2019, Kayseri/Türkiye.
- Avcıkurt, C. (2009). *Turizm sosyolojisi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Cottrell, S. P., Vaske, J. J., Shen, F. & Ritter, P. (2007) Resident perceptions of sustainable tourism in Chongdugou, China, *Society and Natural Resources*, 20, 6, 511-525,
- Çatır, O. & Şimşek, A. (2019). Festival çevre atmosferi, ziyaretçi memnuniyeti ve bağlılığı: Ulubey kanyon kültür ve turizm festivali örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7 (1), 132-154.
- Çoban, M. & Süer, S. (2018). Destinasyon markalaşmasında festival turizminin rolü: Alaçatı ot festivali üzerine bir çalışma. *International Journal of Contemporary TourismResearch* 1, 58 – 67.
- Coğalmış, İ. (2019). *Yerel halkın sürdürülebilir turizm algılarının sürdürülebilir destinasyon yönetimi tutumları üzerine etkisi: Ayder üzerine bir araştırma*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Kırklareli Üniversitesi, Kırklareli.
- Çulha, O. (2008). Kültür turizmi kapsamında destekleyici turistik ürün olarak deve güreşi festivalleri üzerine bir alan çalışması, *Journal of Yasar University*, 3(12), 1827-1852.
- Deng, J. & Bender, M. Y. (2007, April). Visitors' perceptions of tourism development in West Virginia. *In Proceedings of the 2007 Northeastern Recreation Research Symposium*. GTR-NRS-P-23, 181-188.
- Doğan, M. & Gümüş, M. (2014). Sürdürülebilir destinasyon yönetimi, sürdürülebilir Bozcaada: Bir model önerisi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 11 (3), 6-25.
- Doğan O. & Yağmur, Y. (2017). Yabancı turistlerin sürdürülebilir destinasyon algıları:Kemer destinasyonuna yönelik bir araştırma. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 13 (2), 487-506.
- Erdem, Ö., Mızrak, M. & Aratoğlu, C. (2018). Festivallerin bölge turizmine katkıları ve sürdürülebilirliği: Uluslararası menden açılış ve turizm festivali örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6 (1), 228-245.

- Karagöz, D. (2006). *Etkinlik Turizmi ve etkinlik turizmi bağlamında yabancı ziyaretçi harcamalarının ekonomiye etkisi: Formula 1 2005 Türkiye grand prix örneği*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi, Ankara.
- Kernel, P. (2005). Creating and implementing a model for sustainable development in tourism enterprises. *Journal Cleaner Production*, 13, 151- 164.
- Khuong, M. N. & Ha, H. T. T. (2014). The Influences of push and pull factors on the international leisure tourists' return intention to Ho Chi Minh city, Vietnam-A mediation analysis of destination satisfaction. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 5(6), 490-496.
- Lee, J., Kyle, G. & Scott, D. (2012). The mediating effect of place attachment on the relationship between festival satisfaction and loyalty to the festival hosting destination. *Journal of Travel Research*, 51 (6), 754-767.
- Lee, Y., Lee, C., Lee, S. & Babin, B. J. (2008). Festivalscapes and patrons' emotions, satisfaction and loyalty. *Journal of Business Research*, 61, 56-64.
- Mazilu, M. (2012). Sustainable Tourism of destination, imperative triangle among: Competitiveness, effective management and proper financing. In book: *Sustainable Development-Policy and Urban Development-Tourism, Life Science, Management and Environment*, ss.85-117, DOI: 10.5772/28062, Erişim Tarihi:25.02.2020
- Ön Esen, F. & Yılmaz, E. (2016). Ot festivali ala bir çatı oluşturabilir mi? 3. *Uluslararası Çin'den Adriyatik'e Sosyal Bilimler Kongresi*, 27-30 Ekim 2016, ss.171-183, Antalya/Türkiye.
- Özkan, Ç. & Aydın, Ş. (2018). Yerel yiyecekler aracılığı ile sürdürülebilir destinasyonlar: Ayvacık örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6 (1), 335-349.
- Peterson, R. A. (1994). A meta-analysis of Cronbach's coefficient alpha. *Journal of Consumer Research*, 21(2), 381-391.
- Tanford, S. ve Jung, S. (2017). Festival attributes and perceptions: A meta-analysis of relationships with satisfaction and loyalty. *Tourism Management*, 61, 209-220.
- Taştan, H., Soylu, A. G. & Demir, Ş. (2018). Adana lezzet festivaline katılan bireylerin festival algılarının belirlenmesi. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6 (71), 334-349.
- Tayfun, A. & Arslan, E. (2013). Festival turizmi kapsamında yerli turistlerin Ankara alışveriş festivali'nden memnuniyetleri üzerine bir araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 5 (2), 191-206.
- Ünal, İ. (2016). Özel ilgi turizm çeşitleri. İçinde A. Yaylı ve Ö. Sürücü (Ed.). *Özel İlgi Turizmi* (ss. 89-116). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Wan, Y. K. P. & Li, X. (2013). Sustainability of tourism development in Macao, China, *International Journal of Tourism Research*, 15, 52-65.
- Yılmaz, E. & Ön Esen, F. (2017). Muğla'da şenlik var: Geleneksel Yörük-Türkmen şenliği örneği. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5 (47), 564-582.

Yüksel, F. & Kılıç, B. (2016). Elektronik ağızdan kulağa iletişimin (e-WoM) turistik destinasyon seçimi üzerine etkisi. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9 (46), 893-903.

## **Datça Almond Festival within The Scope of Sustainable Tourism**

**Funda ÖN ESEN**

Muğla Sıtkı Koçman University, Faculty of Tourism, Muğla/Turkey

**Faruk YÜKSEL**

Muğla Sıtkı Koçman University, Faculty of Tourism, Muğla/Turkey

**Burhan KILIÇ**

Muğla Sıtkı Koçman University, Faculty of Tourism, Muğla/Turkey

### **Extensive Summary**

#### **Introduction**

Destinations with investments in the tourism sector compete with other tourism destinations in the country and in the world in order to get more shares from the market. Due to this intense competition, destinations have sought an alternative to their tourism activities and have begun to organize activities to revive tourism in their regions. Therefore, the activities carried out are a part of the sector. In addition, the events taking place among the indispensables of the tourism market have an important place in the sector (Ambrosio, Manuel ve Faria 2011: 331). In recent years, events such as shows, festivals have been used as a tool to increase the market share in the region and have become a large sector. In this context, the subject of the study has been determined as festival tourism. The countries operating in the field of tourism (Spain, Italy, Brazil, Turkey and so on.) have organized festivals for purposes such as tourism market development, promotion, branding and image, have gained significantly success and have provided a large amount of economic income by hosting quite a lot of visitors through festivals. In this regard, the issue of sustainable tourism, known as preserving the distinctive attractions of the touristic center and transferring it to the future, has drawn attention.

Sustainable tourism is a tourism understanding that includes human activities and affects the general experiences of visitors, causes significant economic, social and environmental effects on local communities, and aims to protect and maintain the world's natural resources due to economic development (Wan ve Li, 2013). From this point of view, sustainable tourism emerges as a very important issue and requires the issue to be evaluated within the scope of festival tourism. Festivals should be integrated with sustainability principles based on environmental development capacity in the region, social social responsibility, tourism's meeting the expectations of the local people, and environmental issues (Kernel, 2005). In this context, the research problem is "How is the festival satisfaction and destination loyalty within the framework of the sustainability perceptions of the visitors participating in the festival?" determined as.

The aim of the study is to reveal the perception of sustainability of the visitors attending the Datça Almond Flower Festival, to determine the relationship between the perception of sustainability, the festival satisfaction and revisit intention.

In line with the purpose, a literature review was made, the relevant studies (Çoğalmış, 2019; Çatır & Şimşek, 2019; Erdem, Mızrak & Aratoğlu, 2018; Doğan & Yağmur, 2017; Khuong & Ha, 2014; Tayfun & Arslan, 2013; Lee et al., 2012; Lee et al., 2008) were examined and the following hypotheses were created:

H1: There is a significant relationship between visitors' perceptions of sustainability regarding the destination and festival satisfaction.

H2: There is a significant relationship between visitors' perceptions of sustainability regarding the destination and their intention to revisit the destination.

H3: There is a significant relationship between the perception of festival satisfaction of visitors and the intention of revisiting the destination.

## **Methodology**

In the research carried out using the quantitative research method, the questionnaire was used as a data collection tool. The questionnaire was developed by the researchs of Lee, Lee, Lee & Babin (2008), Lee, Kyle & Scott (2012) and Deng & Bender (2007). The study was carried out on visitors attending the 2nd Datça Almond Flower Festival held on 8-10 February 2019. The research was carried out on Saturday, which is considered to be intense due to the scarcity of pecuniary resources, distance and weather conditions. Volunteers participated in the study and 112 questionnaires were evaluated. The data obtained from the participants were analyzed using a statistical package program. Reliability analysis applied to the scales (Sustainability Perceptions, Festival Satisfaction and Intention to Visit Again) and the results show that Cronbach's Alpha coefficient is over 0.80. Peterson (1994) states that it would be appropriate for the acceptable Cronbach's Alpha coefficient to be 0.70 and above.

## **Findings**

The sample of the study consisted of the middle-income, middle-aged, public and private sector employees, as well as the majority of women, who are predominantly retired. As a result of the research, it was understood that the participants were mostly aware of the festival through internet-social media channels and family friends. It was observed that approximately half of the participants did not want to revisit the festival again and more than one third of them were undecided. These results show that there are some administrative problems in Datça Almond Blossom Festival. Because the visitors participating in the research stated that although they are satisfied with the festival, they will not participate to festival again.

Factor analysis was performed on the scale used to measure the "Sustainability Perceptions" of the participants. Three dimensions regarding perceptions of sustainability were identified and these dimensions were named as socio-economic conditions, administrative conditions and environmental conditions.

Correlation and regression analyzes were conducted to examine the relationship between the participants' "Sustainability Perceptions" and "Festival Satisfaction" and to test their impact levels. According to the result of the correlation analysis, the relationship between the variables is positive in three dimensions. Regression analysis shows that although the model is meaningful as a whole, only the "Socio-Economic Conditions" dimension affects the festival satisfaction positively. Accordingly, H1 is partially supported. It can be understood from this result that

visitors who are satisfied with the festival attach importance to sustainability perceptions regarding the socio-economic conditions of the destination.

When the relationship between “Sustainability Perception” and “Intention to Visit Again” is analyzed, it is revealed that there is a significant and positive relationship between all variables as a result of correlation analysis. As a result of the regression analysis, although the model is meaningful as a whole, it was revealed that only the “Managerial Conditions” dimension affects the intention to revisit the destination. In the light of the findings, H2 was partially supported. This result also shows that visitors who tend to revisit the destination attach importance to the administrative conditions regarding the destination's perceptions of sustainability.

The relationship between festival satisfaction and the intention to revisit the destination was examined and according to the correlation analysis, it was understood that there was a two-way positive relationship between the variables. As a result of the regression analysis, it was determined that “Festival Satisfaction” had a positive effect on “Intention to Visit Again”. Accordingly, H3 is supported. This result shows that visitors to the festival love the destination and will visit Datça, which is famous for its untouched and unspoiled nature in the future.

### **Conclusions**

As a result, the visitors participating in the research attach importance to Datça's perceptions of sustainability. Visitors are satisfied with the festival, but stated that they will not participate in the festival again in the future. Despite of this, it has been revealed that the visitors have a tendency to revisit Datça, which is a magnificent natural wonder. Perhaps, at this point, it is necessary to draw attention to the functioning of the festival. While organizing the festival, the expectations of the visitors should not be ignored, the festival date should be planned according to the weather conditions and the blooming of almond flowers. Historical and cultural values, natural beauty and environmental factors should be preserved in terms of the sustainability of the region. Promotions regarding the region and the festival should not only be limited to the internet, also the television should be used effectively.

Research results are not generalized but reflect the views of the participants, give an idea about the continuity of the research, shed light on the planning and execution activities of the local governments regarding the festival and are thought to help future research. The research was carried out on visitors attending the 2nd Datça Almond Flower Festival and data were collected on a single day, considered to be intense due to scarce pecuniary resources, distance and weather conditions. Researchers can collect data from the beginning of the festival to the end, or compare on a yearly basis. In addition, the effects of the festival can be explored within the framework of sustainability on the basis of local people, and in-depth information can be obtained by interviewing stakeholders.