



5.

ULUSLARARASI

GENÇLİK ARAŞTIRMALARI KONGRESİ

Gençlik Geleceğimiz!



GENÇLİK TURİZMİ VE FESTİVAL TURİZMİ İLİŞKİSİ BAĞLAMINDA TEKNOFEST'E YÖNELİK YORUMLARIN ANALİZİ

Research Assistant Gözde KUMAŞ*, Prof. Dr. Murat DOĞDUBAY,
Prof. Dr. Cevdet AVCIKURT*****

*Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, gozde.kumas@balikesir.edu.tr

**Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, dogdubay@balikesir.edu.tr

***Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, avcikurt@balikesir.edu.tr

ÖZET

Bu araştırmanın amacı, bir festival çeşidi olan TEKNOFEST'e yönelik yapılan yorumların gençlik turizmi ve festival turizmi ilişkisi bağlamında irdelenmesidir. Bu kapsamda Ankara, İzmir ve İstanbul illerinde düzenlenen TEKNOFEST'e dair yorumlar incelenmiştir. Ayrıca bu yorumlardan elde edilen bulgular, ele alınan illere göre karşılaştırılmıştır. Yorumlara Youtube platformu üzerinden ulaşılmıştır. Yorumların irdelenmesi aşamasında nitel araştırma yöntemlerinden biri olan İçerik Analizi uygulanmıştır. İçerik analizi için MAXQDA Nitel Veri Analiz Programı kullanılmıştır. Araştırma sonucunda; genel olarak festival tatmini ve festival sadakati yüksek çıkmıştır. Ancak festival ile ilgili bilgilendirmenin yetersiz olduğu belirlenmiştir. Ayrıca yorumlara göre festival alanlarında hediyelik eşyaların hiç olmaması memnuniyetsizlik yaratan bir diğer unsur olarak tespit edilmiştir. Karşılaştırma yapıldığında festival memnuniyeti en yüksek İzmir'de, en az ise Ankara'da ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: Gençlik Turizmi, Festival Turizmi, TEKNOFEST, İçerik Analizi

ANALYSIS OF COMMENTS TOWARDS TEKNOFEST IN THE CONTEXT OF THE RELATIONSHIP YOUTH TOURISM AND FESTIVAL TOURISM

ABSTRACT

The purpose of this research is to examine the comments made about TEKNOFEST, a type of festival, in the context of the relationship between youth tourism and festival tourism. In this context, comments regarding TEKNOFEST organized in Ankara, Izmir and Istanbul were examined. In addition, the findings obtained from these comments were compared according to the provinces considered. The comments were accessed via the Youtube platform. Content Analysis, one of the qualitative research methods, was applied during the examination of the comments. MAXQDA Qualitative Data Analysis Program was used for content analysis. As a result of the research, festival satisfaction and festival loyalty were generally high. However, it was determined that there was insufficient information about the festival. In addition, according to the comments, the absence of souvenirs in the festival areas was determined as another element that created dissatisfaction. When compared, festival satisfaction was highest in Izmir and lowest in Ankara.

Keywords: Youth Tourism, Festival Tourism, TEKNOFEST, Content Analysis

GİRİŞ

Türkiye, doğal güzelliklerinin çeşitliliği, kültürel bir mozağe sahip olması, ikliminin elverişliliği ve dört mevsimin yaşandığı bir ülke olması sebebiyle festival çeşitliliği olduğu fazladır. Çünkü bu sayede; bir yöreye ait yiyecek-içecek temalı, kültürel değerler temalı, doğal güzellikler temalı olmak üzere çeşitli festivaller düzenlenebilmektedir. Hem yaz hem de kış aylarında ülkenin farklı illerinde oldukça fazla festival çeşidi mevcuttur. Festivaller halkın birbirleri ile kaynaşması, destinasyonların marka değeri kazanması, yerel toplumun ekonomik kazanç elde etmesi, iç turizmin canlanması, uluslararası turistler ile döviz girdisinin artması, farklı coğrafyalardan insanların birbirleri ile tanışması, kültürlerin öğrenilmesi ve kültürel değerlerin sürdürülebilir hale gelmesi konusunda önemli rol oynamaktadırlar. Tüm bunların yanında festival düzenlenen bölgelerde halk ve ziyaretçiler arasında kültürel çatışma ortaya



5.

ULUSLARARASI

GENÇLİK ARAŞTIRMALARI KONGRESİ

Gençlik Geleceğimiz!



çıkabilmektedir (Doe vd., 2022). Bu yüzden festival düzenlenen destinasyonlarda festival turizminin kaynaklarından yararlanma hedefinin yanında bölgenin sosyal, kültürel, ekonomik ve fiziksel yapısına zarar vermemeye dikkat edilmelidir. 2023 yılında yapılan bir araştırmada (Purwadi vd., 2023), başarılı etkinlik yönetimi ve destinasyon markalaşması arasındaki etkide sürdürülebilir turizmin önemli rol oynayabileceği belirlenmiştir. Dolayısıyla sürdürülebilirliği olan başarılı bir festival süreci yönetmek için; festival öncesi, sırası ve sonrasını kapsayan süreçlerin etkili bir şekilde planlanması gerekmektedir. Aksi halde, Chigora ve arkadaşları (2024)'na göre, olumsuz bir imajın düzeltilmesi, nesiller boyu süren bir ekonomik ve sosyal yıpranmanın yarattığı dezavantajlı bir süreci beraberinde getirecektir.

Festival turizmi, kültürün sürdürülebilirliğini sağlarken diğer yandan ülkenin genç nüfusunun sosyalleşmesi için önemli bir araçtır. Çünkü festivallerin hedef kitlesi çoğunlukla gençlerdir. Örneğin, Türkiye 2023 yılı verilerine göre 85 milyon nüfusa sahiptir (TÜİK, 2023). Bu nüfusun %15'i, UNESCO (Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü) (2024)'nun da kabul ettiği üzere 15-24 yaş aralığını oluşturan genç nüfusa aittir. Bu oran, ülkede rakamsal olarak önemli bir kesimi ifade etmektedir. Gençlik turizmi kapsamında düzenlenen organizasyonların ülkeye ekonomik katkılar sağlamasının yanında, gençler arası pozitif iletişimi artırabileceği için toplumda iyi ilişkilerin geliştirilmesi mümkün olabilmektedir.

Bu araştırmada özellikle genç nüfusun katılım sağladığı bir festival olan TEKNOFEST ele alınmıştır. TEKNOFEST, “ayakları yere basmayan festival” sloganı ile Türkiye'nin ilk ve tek havacılık, uzay ve teknoloji festivalidir. İlk kez 2018 yılında İstanbul'da düzenlenmiştir. İki yılda bir İstanbul'da ve Anadolu'nun herhangi bir ilinde düzenlenmektedir. TEKNOFEST, T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından düzenlenmektedir. Halka açık hizmet sunulmaktadır ve ücretsizdir. Festival, ülkemizde milli teknoloji geliştirme konusunda imkan sağlayan firmalar tarafından desteklenmektedir. Bu festivalin amacı, ülkemizde teknolojiye olan ilgiyi artırmak, teknoloji üreten ve geliştiren bir toplum yapısına ulaşmaktır. Festivalde çeşitli konularda söyleşi ve etkinliklere yer verilmekle birlikte hava gösterileri, konserler ve teknoloji yarışmaları düzenlenmektedir (TEKNOFEST, 2024).

Bu araştırma kapsamında TEKNOFEST'e dair yorumlar inceleneceğinden bu yorumlara ulaşabilmek için gençlerin yoğunlukla kullandıkları Youtube platformu tercih edilmiştir. Youtube, 2023 yılı verilerine göre ülkemizde 57,5 milyon ile en fazla kullanıcısı bulunan sosyal medya uygulamasıdır. Bunun yanında, Türkiye'de en sık kullanılan mobil uygulamalar arasında Whatsapp'tan sonra ikinci sırada gelmektedir. Youtube; en fazla ziyaret edilen platformlar sıralamasında ikinci, uzun sürelerle vakit geçirilenler sıralamasında üçüncü sırada yer alan platformdur (We Are Social, 2024). Bu noktada teknolojiyi en fazla kullanan kesim gençler olduğu için, Youtube'da TEKNOFEST'e dair videolara gençlerin kolayca ulaşabileceğini göstermektedir. Zira bu araştırmada festival turizmi ve gençlik turizmi ile bir ilişki kurulması nedeniyle Youtube aracılığıyla videolara ulaşma yolu tercih edilmiştir. Üstelik Youtube, TEKNOFEST'e dair en geniş içeriğe ulaşılabilen platformdur. Araştırma kapsamında, festivale hem bizzat katılanların hem de yalnızca videolardan TEKNOFEST'i izleyenlerin yorumlarına ulaşılabilmiştir.



5.

ULUSLARARASI

GENÇLİK ARAŞTIRMALARI KONGRESİ

Gençlik Geleceğimiz!



GENÇLİK TURİZMİ

Gençlik turizmi; sırt çantasıyla yapılan (Küçükaltan, 1995) en ekonomik ve en verimli seyahat çeşidini ifade etmektedir (Han vd., 2017). Turizm endüstrisi içerisinde gençlerin tercihleri hizmetlerin planlanması aşamasında hizmet sağlayıcılar için önemli role sahiptir. Türkiye’de genç nüfus oranı, ülkenin o yılki genel nüfusuna göre 1935 yılında %15 ile başlayıp 2009 yılında %17’ye ulaşmıştır. Son verilere göre 2022 yılında ise tekrar %15’ i bulmuştur. Türkiye genç nüfus oranının 2080 yılında ise bir düşüş yaşayarak %11 düzeylerini bulacağı beklenmektedir (TÜİK, 2022). Dolayısıyla gençlik turizmi Türkiye nüfusunun %15 gibi belirli bir kesimini oluşturduğundan, turizm pazarının çeşitlenmesini sağlamıştır (Richards, 2015). Gençlik turizmine hitap eden turizm pazarının belirli avantajlarını bulunmaktadır. Çünkü genç turistler seyahat ettikçe daha fazla seyahat etmek istemektedirler (Richards ve King, 2003). Dolayısıyla turizm arzının genç nüfusun beklentilerine göre dizayn edilmesi, bu pazardan elde edilecek olan turizm gelirlerinin artışı sağlayacaktır (Preko, 2019). Üstelik genç turistlerin; ekonomik kriz ve salgın zamanlarında seyahat motivasyonlarını kaybetmemeleri (Ghete, 2015), doğal afet ve siyasi çalkantılı bölgeleri turizm destinasyonu olarak seçebilmeleri (Vukic vd., 2014) sayesinde bölgesel kalkınmanın artmasına ve turizmin mevsimselliğinin ortadan kalkmasına fayda sağlamaktadır.

Dolayısıyla genç nüfus; öğrenmeye açık, meraklı ve gözü kara olması, hizmette yüksek kalite beklememesi, memnuniyet eşiğinin düşük olması ve deneyimlere açıklığı sebebiyle yeni yerler görmek, yeni insanlarla tanışmak, anı biriktirmek ve tüm bunları çevresiyle sözlü iletişim ile veya sosyal medya hesaplarından paylaşmak istemektedirler. Günümüzde markaların gelişimi, tanıtım ve pazarlama konusunda sosyal medyanın gücü düşünüldüğünde, gençlerin beklentilerinin gençlik turizmi kapsamında önemsenmesinde fayda görülmektedir. Tüm bunlar, bölgesel tanınırlık, uluslararası seyahat sirkülasyonunun artması, yerel kalkınma ve kültürel değerlerin gelecek nesillere aktarılması ve daha mutlu bir gençlik yaratılması açısından gençlik turizmine verilmesi gereken önemi göstermektedir.

FESTİVAL TURİZMİ

Turizm endüstrisi içerisinde festivaller hayatın rutin akışını değiştiren ve bölge halkına ekonomik katkı sunan, sanatın müzik, resim ve dans gibi çeşitli unsurlarını barındırabilen organizasyonlardır (Tangita vd., 2016). Ayrıca festivaller, bölgede sağladıkları canlılık ve ekonomik hareketlilik nedeniyle, destinasyonları turizm ürünü haline getirebilen bir araç olarak tanımlanmaktadır (Grappi ve Montanari, 2011). Festivallerin düzenlendiği destinasyonlar, iç turizmi ve uluslararası turizmi canlandıran bir etki yaratmaktadır. Ayrıca festivaller destinasyonların imaj gelişimine katkı sağlayarak çeşitli pazarlama stratejileri ışığında ziyaretçiler tarafından fark edilmesine imkan sağladığı için, destinasyon marka değeri oluşumunda etkin bir adımdır.

Festivaller aracılığıyla bölgenin ulusal- uluslararası alanda tanınması ve ziyaretçilerin bölgede harcamalar yapması destinasyonların marka değerinin artmasını sağlayarak festival turizmi kapsamında bölgenin kalkınmasını sağlayacaktır. Dolayısıyla festival turizminin desteklenmesi, çarpan etkisi ile turizmin ekonomik getirilerini artıracığı gibi, kültürel ve sosyal anlamda kalkınma sağlayarak unutulmaya yüz tutmuş çeşitli kültürlerin öğrenilmesi, yeni nesil tarafından farkındalığın oluşması ve kültürel sürdürülebilirlik için önem taşımaktadır.



5.

ULUSLARARASI

GENÇLİK ARAŞTIRMALARI KONGRESİ

Gençlik Geleceğimiz!



YÖNTEM

Bu araştırmanın amacı bir festival örneği olan TEKNOFEST'e yönelik yapılan yorumların gençlik turizmi ve festival turizmi ilişkisi bağlamında irdelenmesidir. Bu kapsamda Ankara, İzmir ve İstanbul illerinde düzenlenen TEKNOFEST'e dair yorumlar incelenmiştir. Ayrıca bu yorumlardan elde edilen bulgular, ele alınan illere göre karşılaştırılmıştır. Bu amaç doğrultusunda araştırmanın problemi: "Gençlik turizmi ve festival turizmi ilişkisi bağlamında TEKNOFEST'e yönelik Youtube'da yapılan yorumlarının irdelenmesi mümkün müdür?" şeklinde tasarlanmıştır. Yorumlara Youtube platformu üzerinden ulaşılmıştır. Yorumların irdelenmesi aşamasında nitel araştırma yöntemlerinden biri olan İçerik Analizi uygulanmıştır. İçerik analizi için MAXQDA Nitel Veri Analiz Programı kullanılmıştır. Araştırma kapsamında TEKNOFEST'e yönelik yorumlar incelenerek, ziyaretçilerin beklentileri ve memnuniyetlerine dair incelemeler yapılacağından ziyaretçi memnuniyetleri ve beklentilerine göre daha sonraki festivallerin içerik planlamalarında rehber olabilecek sonuçlara ulaşılması bu araştırmanın önemini göstermektedir. Literatürde TEKNOFEST'e yönelik yorumların analizi ile ilgili daha önce bir araştırma yapılmamış olması araştırmanın özgünlüğünü göstermektedir. Araştırma bulguları ışığında ziyaretçi yorumları irdelenerek memnuniyet ve memnuniyetsizliğe sebep olan unsurlar ve beklentilerin belirlenmesi ile gelecek festivaller için düzeltici önlemler alınarak bölgedeki ekonomik katkının artırılacağı düşünülmektedir. TEKNOFEST gibi büyük çaplı bir festivalin ziyaretçilerin beklentileri doğrultusunda daha etkili bir şekilde organize edilmesi ile daha fazla kişinin organizasyona katılacağı ve katılımcılar arasında sosyal ilişkilerin gelişebileceği düşünülmektedir. TEKNOFEST'e yönelik olumlu-olumsuz yorumlar ve beklentiler ışığında yeni araştırma sorularının geliştirilebileceği düşünülmektedir.

Bu araştırma kapsamında TEKNOFEST'in ele alınması ve gençlik turizmi ve festival turizmi ilişkisinin incelenmesi araştırmanın sınırlılıklarını oluşturmaktadır. Ayrıca festivale dair yorumların yalnızca 2023 yılında İzmir, Ankara ve İstanbul'da düzenlenen ve Youtube kanalındaki videoların altında yer alan yorumlar bağlamında yapılması, araştırmanın bir diğer sınırlılığıdır. Yorumlar tespit edilirken TEKNOFEST resmi Youtube hesabı tarafından paylaşılan canlı yayın bantlarına ait beşer videonun yorumları dikkate alınmıştır. Bu detay, diğer videolara dair yorumların incelenmemesine neden olarak sınırlılık oluşturmuştur. Yorumlar 2023 yılından günümüze, 2024 yılı Eylül ayına kadar olan süreyi kapsamaktadır. Yorumların 4 Eylül 2024 tarihinde siteden çekilmiş olması da araştırmaya sınırlılık katmaktadır. 2024 yılında gerçekleştirilen TEKNOFEST'e dair yorumların yeterince birikmemiş olması araştırmaya dahil edilen yorumlarda 2023 yılını temel almayı gerekli kılmıştır. Araştırmanın evrenine dahil olan yorumlar, 2023 yılında gerçekleştirilen TEKNOFEST'e dair çeşitli Youtube kanallarından ve farklı platformlardan paylaşılan tüm yorumları kapsamaktadır. Youtube'da TEKNOFEST'e dair birçok video yer almakta olup bu videolar altında yorumlar bulunmaktadır. Araştırmanın örneklemini ifade eden yorumlara dahil olacak yorumları belirlemek üzere Youtube platformunda "TEKNOFEST 2023" taraması yapılarak, TEKNOFEST resmi Youtube hesabı tarafından paylaşılan canlı yayın bantlarına ait beşer video altında yer alan yorumlar araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır. Videolara dair; İstanbul, Ankara ve İzmir'de düzenlenen TEKNOFEST'e dair sırasıyla; 143, 108 ve 159 yorum olmak üzere toplamda 410 yorum tespit edilmiştir. Yorum sayılarının dengeli bir dağılım göstermesi, illere göre karşılaştırma yapma imkanını da sağlamıştır. Yorumlar, Eylül 2023 ile Ekim 2024 tarihlerini kapsamaktadır. Analize dahil edilen yorumlar siteden 4 Ekim 2024 tarihinde çekilmiştir. Yorumların derlenmesi 7 Ekim 2024 ve 11 Ekim 2024 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Yorumlar, MAXQDA Nitel Veri Analizi



5.

ULUSLARARASI

GENÇLİK ARAŞTIRMALARI KONGRESİ

Gençlik Geleceğimiz!



Programının uzantısı olan “Web Collector” aracılığıyla çekilerek, analiz edilecek dosyalara ulaşılmıştır. Tüm yorumlar birkaç kez baştan sonra okunduktan sonra öne çıkan konular literatürden de yararlanılarak temalar belirlenmiştir. Daha sonra yorumlar arasında en çok tekrar eden kavramlar kodlanarak belirlenen ana temalar altında sınıflandırılmıştır.

Bu araştırma kapsamında elde edilen verilere nitel araştırma yöntemlerinden biri olan “İçerik Analizi” uygulanmıştır. İçerik analizi yapılırken MAXQDA Nitel Veri Analiz Programı 24.4.1. kullanılmıştır. İçerik analizi ile; yazılı metinler, görseller ve söylemler irdelenerek en çok veya en az tekrar eden kavramların, olayların ve vurgulanan düşüncelerin tespit edilmesi amaçlanmaktadır (Kozak, 2021). Ayrıca içerik analizi sayesinde çeşitli konularda geniş bir inceleme sürecinden geçilerek konuyla ilgili en sağlıklı çıkarımların yapılması mümkün olabilmektedir (Soltani-Nejad vd., 2022). Bu çalışmada kodlama yapılırken; gençlik turizmi kapsamında gençlerin önem verdikleri unsurların araştırıldığı çalışma (Karataş vd., 2020) temel alınmıştır. Karataş ve arkadaşları (2020)’nin çalışmasında gençlik turizmi katılımcılarının; “cinsiyet, güven, konaklama, ulaşım ve ekonomi” konularına bakışı ele alınmıştır. Dolayısıyla bu çalışmada gençlik turizmi bağlamında yapılacak kodlamada söz konusu kavramlar rehber olarak kullanılmıştır. Festival turizmine dair yapılacak kodlamalarda ise literatürde sıkça kullanılan “festival kalitesi ölçeği” boyutları temel alınmıştır. Bu boyutlar; “bilgilendirme hizmetleri, festival programı, yiyecek, kolaylaştırıcı hizmetler, hediyelik eşya, algılanan değer, festival tatmini ve festival sadakati” olup çeşitli araştırmalarda test edilmiştir (Özdemir, Çulha, 2009; Polat vd., 2018; Yoon vd., 2010). Bu bağlamda ana temalar altında ise yorumlar arasında en çok tekrar eden kavramlar alt kodlar olarak sınıflandırılmıştır. Araştırma kapsamında, seçilen platform aracılığıyla festivale dair yorumlarına erişilmesiyle geniş bir bilgi havuzuna ulaşılmıştır. Bu sayede tümevarımcı bir yaklaşıma sahip olan bu araştırma, “keşifsel” bir özellik taşımaktadır. Zira keşifsel özellik taşıyan araştırmalar; ön bilgi sağlamak, konu ile ilgili daha kapsamlı araştırmaların yapılıp yapılmayacağı ortaya koymak, daha sonra yapılacak olan araştırmalarda kullanılmak üzere veri toplama araçları geliştirmek gibi amaçlar taşımaktadır (Earl, 2004).

Nitel araştırmalarda bulguların ve sonuçların inandırıcılığının sağlanması önem taşımaktadır (Noble, Smith, 2015). Araştırma sonucunda ulaşılan bulguların güvenilirliği, araştırma konusuna ve yöntemine hakim iki uzman tarafından irdelenerek kontrol edilmiştir. Ayrıca araştırmada yapılan kodlamaların geçerlilik ve güvenilirliğini test etmek amacıyla MAXQDA Nitel Veri Analiz Programı’nda kodların kontrolü yapılarak kodlayıcılar arası uzlaşma test edilmiştir. Kodlayıcılar; kodlayıcı 1 ve kodlayıcı 2 olarak isimlendirilmiştir. Kodlar karşılaştırılmadan önce kodların listesi diğer kodlayıcıya kodlu bölümler gösterilmeksizin teslim edilmiştir. Belgeler üzerinde Kodlayıcı 1 tarafından yapılan 224 adet kodlama ve Kodlayıcı 2 tarafından yapılan 212 adet kodlama karşılaştırılmıştır. Belgelerde kod varlığı %92,31 olarak tespit edilmiştir. Böylece her iki kodlayıcı tarafından iki belgede de yeterli düzeyde aynı kodların kullanıldığı belirlenmiştir. Karşılaştırılan belgelerde kod frekansı ise %78,85 olarak tespit edilmiştir. Yani belgelerde her bir alt kodlama sayılarının birbirine yakın olduğu belirlenmiştir. Belgeler arası kodların çakışma oranı ise, %95,87 olarak tespit edilmiştir. Yani karşılaştırılan belgelerde aynı kodlar aynı bölümlerde işaretlenmiştir. Aşağıda yer alan Tablo 1’de, araştırmacılar tarafından yapılan kodlamaların çakışma oranının geçerliliği ve güvenilirliği gösterilmektedir.



Tablo 1: Kodların Kappa Değeri

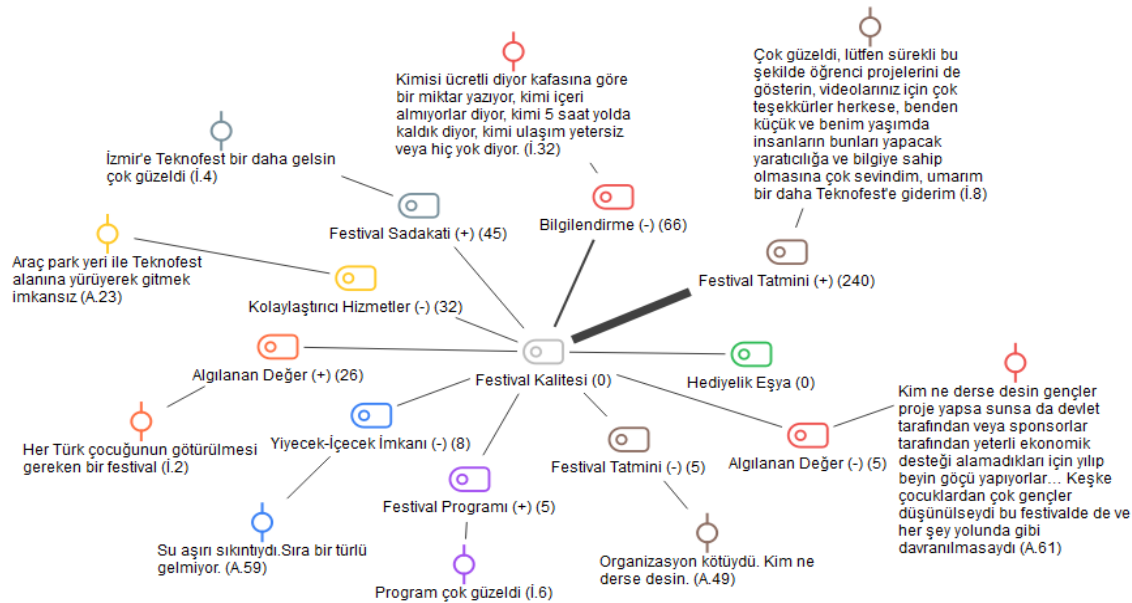
		Kodlayıcı 1		
		1	0	
Kodlayıcı 2	1	a = 418	b = 15	433
	0	c = 3	0	3
		421	15	436
Kappa = (Po - Pc) / (1 - Pc) = 0.95				

Kaynak: Yazarlar tarafından MAXQDA Programı aracılığıyla elde edilmiştir.

Cohen'in Kappa istatistiği, nitel araştırmayı gerçekleştiren kodlayıcılar tarafından farklı belgelerde yapılan farklı kodlamaları ele alarak tüm bu kodlamaların geçerliliğini ve güvenilirliğini test etmektedir (Guest vd., 2012; Yardley, 2008). Yeterli düzeyde geçerlilik ve güvenilirlik için Kappa değerinin; Brennan ve Prediger (1981)'e göre; %75 üzerinde olması gerekmektedir. Kodların geçerliliği ve güvenilirliği için Creswell (2016)'e göre ise %80 üzeri yeterli sayılmaktadır. Bu durumda araştırma bulgularının geçerli ve güvenilir olduğunu söylemek mümkündür.

BULGULAR VE YORUM

Araştırma kapsamında TEKNOFEST'e dair yorumlar incelenirken literatür rehber alınmıştır. Gençlik turizminde öne çıkan unsurlar ve festival kalitesi ölçeği bağlamında temalar belirlenerek kodlamalar yapılmıştır. Ancak yorumlar içerisinde gençlik turizmi ile ilgili bir değerlendirmeye rastlanılmadığından kodlama yapılamamıştır. Kodlamalar festival turizmi kapsamında devam etmiştir.



Şekil 1: Festival Memnuniyetine Dair Unsurlar

Gençlik turizmine dair literatürde öne çıkan cinsiyet, güven, konaklama, ulaşım ve ekonomik unsurlara, bu araştırmada incelenen yorumlarda rastlanılmamıştır. Gençlik turizmi bağlamında bu yorumlar arasında en fazla yaş gruplarına dair ifadeler rastlanılmıştır. Yaş



5.

ULUSLARARASI

GENÇLİK ARAŞTIRMALARI KONGRESİ

Gençlik Geleceğimiz!



grupları ile ilgili yorumlarda en fazla Z kuşağı dile getirilmiştir. Ülkemizin gençlerinin bunun gibi festivallerle önünün açıldığı, onların yetenekleriyle gurur duyulduğu, gençleri erken yaşlarda kendilerine bir hobi edinmeleri ve bu hobinin ülkenin geleceği için önemli bir rolü bulunmasına dair yorumlar öne çıkmıştır. Dolayısıyla bu araştırmada incelenen yorumlarda Z kuşağı hakkındaki yorumlamalar çoğunluktadır.

İncelenen yorumlarda festival turizmine dair öne çıkan alt kodlar yukarıda yer alan Şekil 1’de gösterilmektedir. Şekil 1’de gösterilen en fazla kodlama sırasıyla; festival tatmini (+) (240), bilgilendirme (-) (66) ve festival sadakati (+) (45) olarak öne çıkmıştır. En az kodlama ise; hediyelik eşya (0), algılanan değer (-) (5), festival tatmini (-) (5) ve festival programı (+) (5) ile ilgilidir.

Youtube videolarında festival turizmine dair yapılan diğer yorumlara dair örneklerden bazıları aşağıda yer almaktadır. Kodlamalar yapılırken rehber alınan festival kalitesi ölçüğünde yer alan “hediyelik eşya” alt boyutuna dair, bu yorumlar içerisinde herhangi bir değerlendirmeye rastlanılmamıştır. Araştırma bulguları arasında hediyelik eşya konusunun bir festival alanında hiç yer almamış olması dikkat çekici bir bulgu olarak öne çıkmıştır. Şekil 1’de “hediyelik eşya” alt teması yer alırken, herhangi bir kodlaması bulunmamaktadır. Diğer alt temalara ait çeşitli yorumlar aşağıda sıralanmaktadır.

- Algılanan Değer (+):

“Gururlandık duygulandık (A.45)”

“Ama oralarda dolanıp da güce tapan, geleceği için pozisyon kollayan çokca aç gözlü ve fırsatçı organizasyon çalışanları olduğunu da biliyorum (İ.108)”

- Festival Tatmini (+):

“İzlerken gurur duydum (İ.91)”

“Tüm paydaşların ürünlerini gördüğümüzde göğsümüzde tarifsiz bir gurur ve de bu ülkenin geleceği çocuklarında bu gururu katlayan bir tebessüm ile izledik (İ.2)”

“Çok güzel lütfen sürekli bu şekilde öğrenci projeleride gösterin videolarınızda çok teşekkürler ederim herkese benden küçük ve benim yaşında insanların bunları yapacak yaratıcılığa ve bilgiye sahip olmasına çok sevindim umarım bir daha teknofeste giderim (İ.8)”

- Festival Tatmini (-):

“Teknoloji sadece uçak ve helikopterlerden mi oluşuyor onu anlamadım hiç mi teknolojik bir cihaz üretilmiyor (İ.77)”

- Festival Programı (+)

“Biz de cuma günü gideceğiz. Çok heyecanlıyım (İ.13).”

- Yiyecek-İçecek (-)

“Yanınızda atıştırabileceğiniz birşeyler de götürün, bulamazsınız (A.9).”

- Kolaylaştırıcı Hizmetler (-)

“Araç park yeri ile teknofest alanına yürüyerek gitmek imkansız (A.23).”

“İzdiham ring otobüsleri yok denecek kadar az (A.23).”

“4 saat boyunca alana giriş yapamamışlar (İ.23).”

“İnsanlar mescitte hasırların üstünde havasız ve sıcak bir ortamda dinlenebildiler. Yemek almayı başaranlar çömelerek bulabilirse gölgede yediler. (A.17)”



5.

ULUSLARARASI

GENÇLİK ARAŞTIRMALARI KONGRESİ

Gençlik Geleceğimiz!



- Festival Sadakati (+)

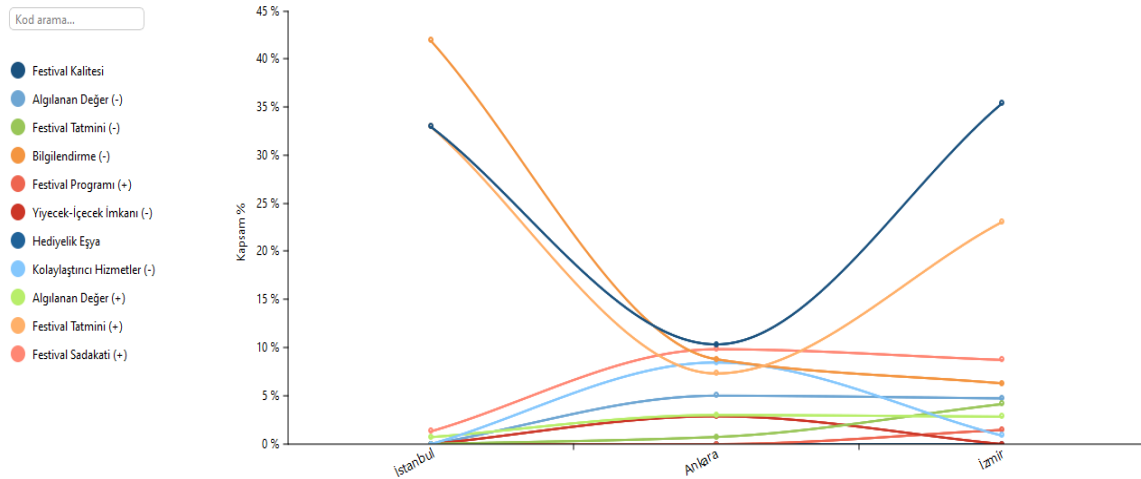
“Vatanımız için aşkla üretmeye çabalayan insanlar (İ.2).”

“Samsun, Gaziantep gibi illerde de oldu. İnşallah seneye de Diyarbakır'da olur da gideriz (İ.55).”

- Bilgilendirme (-)

“Değişik sosyal medya platformlarında gördüğüm kadarıyla acayip bir bilgi kirliliği var (İ.32).”

“Kimisi ücretli diyor kafasına göre bir miktar yazıyor, kimi içeri almıyorlar diyor, kimi 5 saat yolda kaldık diyor, kimi ulaşım yetersiz veya hiç yok diyor. (İ.32).



Şekil 2: Festival Memnuniyetine Dair Unsurların İllere Göre Dağılımı

Yöntem kısmında gösterilen illere göre yorum sayılarına bakıldığında dengeli bir dağılım görülmektedir. Bu durumda iller arası festival kalitesine dair karşılaştırma yapılabilmektedir. Şekil 2'ye göre; 2023 yılında İstanbul, Ankara ve İzmir'de yapılan TEKNOFEST'e dair yorumlara göre genel olarak “festival kalitesi” konusunda sırasıyla en çok İzmir (%35), İstanbul (%33) ve Ankara'da (%10) memnuniyet sağlanmıştır. Festival kalitesi karşılaştırmasında diğer illere göre daha muhafazakar bir topluma sahip olan Ankara'da TEKNOFEST festival kalitesinin daha yüksek olması beklenmekteydi. Bu durumda ortaya çıkan sonuç dikkat çekicidir. Elde edilen sonuçlara göre, İzmir'in, festivellere daha açık bir topluma sahip olduğu, bölgede yaşanan ulaşım imkanlarında azalış, kalabalık gibi olumsuz anlamda ortaya çıkabilen muhtemel değişimlere daha duyarlı oldukları düşünülmektedir.

Tablo 2: İllere Göre Teknofest'in Festival Kalitesini Belirleyen Unsurlar

İzmir (%35)	%	İstanbul (%33)	%	Ankara (%10)	%
festival tatmini (+)	23	bilgilendirme (-)	42	festival sadakati (+)	10
festival sadakati (+)	9	festival tatmini (+)	33	bilgilendirme (-)	9
bilgilendirme (-)	6	festival sadakati (+)	1	kolaylaştırıcı hizmetler (-)	8
algılanan değer (-)	5	algılanan değer (+)	1	festival tatmini (+)	7
festival tatmini(-)	4	algılanan değer (-)	0	algılanan değer (-)	5
algılanan değer (+)	3	festival programı (+)	0	algılanan değer (+)	3
festival programı (+)	1	festival tatmini(-)	0	yiyecek-içecek imkanı (-)	3
kolaylaştırıcı hizmetler (-)	1	kolaylaştırıcı hizmetler (-)	0	festival tatmini(-)	1
yiyecek-içecek imkanı (-)	0	yiyecek-içecek imkanı (-)	0	festival programı (+)	0



5.

ULUSLARARASI

GENÇLİK ARAŞTIRMALARI KONGRESİ

Gençlik Geleceğimiz!



TARTIŞMA VE SONUÇ

Bu araştırma sonucunda ulaşılan bulgulara göre, TEKNOFEST'e dair festival kalitesi genel olarak yüksek çıkmıştır. Ancak iller arasında karşılaştırma yapıldığında İzmir İli'ndeki festival kalitesi düzeyinin Ankara'dakine göre daha yüksek çıkması dikkat çekici bir bulgudur. Çünkü tarihsel olayların çeşitli etkinliklerde hatırlanması vatandaşlar ve ülke arasındaki duygusal bağı kuvvetlendirdiği gibi (Deng vd., 2023), TEKNOFEST'in teknoloji toplumu olma hedefi ile gerçekleştirdiği etkinliğin başkent olan Ankara'da yapılıyor olmasıyla da, milli duyguların artacağı düşünülmüştür. Dolayısıyla, festival kalitesinin Ankara'da daha yüksek olması beklenmiştir. Diğer yandan, Bilgili ve arkadaşları (2012)'na göre toplumların festivalleri kabul etmesi ve alışması zaman alabilmektedir. Yani, özellikle muhafazakar toplumlarda festivallere katılma, eğlenme ve boş vakit geçirme konusundaki eğilimler daha zayıf olabileceğinden, alışma süresi de uzayacaktır. Bu bağlamda, İzmir'in, diğer illere göre nispeten yeniliklere ve değişime daha açık bir topluma sahip olması, bölgede yaşanan ulaşım imkanlarında azalış, kalabalık gibi olumsuz anlamda ortaya çıkabilen muhtemel değişimlere daha duyarlı olabileceğini söylemek mümkündür. Üstelik İstanbul'un festival kalitesi oranının (%33), İzmir'e (%35) yakın olması da bu değerlendirmeyi desteklemektedir.

Festival kalitesi konusunda yapılan bir çalışmada (Polat vd., 2018) yiyecek imkanı, kolaylaştırıcı hizmetler, bilgilendirme ve festival programının festival kalitesini olumlu etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Yani bir festival alanında yiyecek-içecek imkanının yeterli olması, festival alanının kolay ulaşılabilir olması, katılımcıların memnuniyetini artırmaktadır. Festival öncesi ve sırasında festivalin akışı ile ilgili bilgilendirmelerin aktif şekilde yapılması, festival programının etkin olması ve kolaylaştırıcı imkanların festival alanlarında memnuniyeti artırdığı tespit edilmiştir. Ancak TEKNOFEST üzerine yapılan bu araştırma sonucunda; bilgilendirme, yiyecek imkanı, program ve kolaylaştırıcı imkanların yetersiz olduğu tespit edilmiştir. Dolayısıyla TEKNOFEST'te genel olarak memnuniyeti artıran belirli temel unsurların zayıf olduğunu söylemek mümkündür. Festival alanlarında daha detaylı bir çalışma yapılarak küçük düzeltmeler ile festival memnuniyetinin artırılmasının mümkün olduğu düşünülmektedir. Çünkü uygun pazarlama taktikleri ile deneyimleri zenginleştirmek, bunların sosyal platformlarda paylaşımını kolaylaştırmak ve festival ile kurulan bağı kuvvetlendirmek, festivale dair olumlu ağızdan ağıza yayılmayı da tetikleyeceğinden (Wood vd., 2024) festival alanında TEKNOFEST'e dair hediyelik eşya unsurlarının yer almaması, katılımcıların festivalle bağ kurması, hatırlaması ve aynı yere tekrar gitmek istemesine dair duygularının tetiklenmeyeceği anlamına gelmektedir. Diğer yandan hediyelik eşyalar, yerel üreticilerin ekonomik gelirlerinin bir kısmını oluşturmakla birlikte bölgeye ait kültürün tanınması, kültürel farkındalığın oluşturulması, bunun sonucunda destinasyonların markalaşması ve sosyal değerlerin sürdürülebilir kılınması açısından fayda sağlamaktadır.

Gençlik turizmi bağlamında literatürde öne çıkan unsurlardan biri ulaşım (Karataş vd., 2020) olup, ulaşım konusu TEKNOFEST üzerine yapılan bu araştırma sonucunda kolaylaştırıcı hizmetler teması bağlamında ele alınabilir. Ancak kolaylaştırıcı hizmetler, bu festival kapsamında memnuniyetsizliğe neden olan unsurları ifade etmektedir. TEKNOFEST süresi boyunca festival kalitesinde belirleyici olan kolaylaştırıcı hizmetlerin memnuniyetsizlik yarattığı tespit edilmiştir. Bu çalışmada incelenen yorumlar bağlamında kolaylaştırıcı hizmetler kapsamında değerlendirilebileceği düşünülen ulaşım imkanları, gençlik turizminde de memnuniyetin belirleyici unsuru olarak bilinmektedir (Karataş vd., 2020). Ancak ulaşım imkanlarının yetersizliği TEKNOFEST süresince memnuniyetsizlik yarattığından, destinasyonlar için hem festival turizmini hem de gençlik turizmini olumsuz etkilemektedir.



5.

ULUSLARARASI

GENÇLİK ARAŞTIRMALARI KONGRESİ

Gençlik Geleceğimiz!



Çünkü ulaşım imkanları, bir destinasyonun çekicilik gücünü de belirlemektedir. Dolayısıyla, festival düzenlenecek olan destinasyonlarda, ulaşım kolaylığının planlamasının festival kalitesinin artmasında önemli role sahip olduğu düşünülmektedir.

ÖNERİLER

- Gelecek yıllarda Ankara gibi nispeten muhafazakar olan bir ilde TEKNOFFEST'in yapılması halinde, festival memnuniyetinin artırılmasına dikkat edilmesi gerekmektedir. Bunun için yerel yönetimlerle işbirliği yapılarak örneğin, bölgenin yöresel yiyeceklerinin festival alanında satışını sağlamak faydalı olacaktır. Yöresel yiyecekler seçilirken özellikle gençlere yönelik ürünlerin tercih edilmesi daha doğru olacaktır.
- Festival alanlarında bölgenin kültürüne özgü hediyelik eşya satışlarının gerçekleştirilmesinde fayda görülmektedir. Festival alanında şapka, atkı, tişört, gibi hem aksesuar olabilecek hem de o anın ruhunu daha yoğun hissettirebilecek unsurların satışa sunulması, katılımcılar tarafından festivale dair memnuniyetin artırılmasında fayda sağlayacaktır.
- Araştırma bulgularına göre 2023 yılı TEKNOFFEST süresince bilgilendirme hizmetlerinin zayıflığı öne çıkmıştır. Bu noktada özellikle gençlere hitap eden bu festivalde, hedef kitle tarafından teknolojinin de kolayca kullanılabilirdiği düşünüldüğünden, festival ile ilgili açık, anlaşılır ve basit bir dizayna sahip olan festival programının Instagram, Twitter ve Youtube gibi farklı platformlardan paylaşılarak bilgilendirme yapılabilir. Festival süresi boyunca yaşanan gelişmelerin ve festival akışının aktif bir şekilde paylaşılması, ilgisi olan kişilerin festivali konforlu bir şekilde takip edebilmesini sağlayacaktır. Bu sayede akışta kalarak festival ruhunu daha yoğun yaşaya bilecektir.
- Benzer temadaki festivaller arasında festival kalitesi konusunda karşılaştırmalar yapılabilir. Örneğin gastronomi temalı festivaller Ege ve Karadeniz gibi farklı bölgelere ait iki destinasyondan seçilerek, festival imkanları ve katılımcıların memnuniyet düzeyleri karşılaştırılabilir. Bu sayede farklı değerlere sahip toplumsal yapılar arası benzerlikler ve farklılıklar tespit edilebilir. Öyle ki, Rossetti ve arkadaşları (2023) tarafından yapılan bir araştırmada, katılımcıların festival deneyimleri bütüncül bir bakışla katılımlı gözlem yoluyla incelenmiştir. Bireylerin festival alanında farklı insanlar, hayvanlar, nesnelere ve seslerle karşılaştığını ve her birine karşı bazen aktif bazen pasif tepkiler verebildiği belirlenmiştir. Dolayısıyla farklı kültürel yapıya sahip katılımcıların farklı beklentileri olabileceğinden, bilimsel araştırmalarla yapılan karşılaştırmalar sonucunda her festivalin imkanlarını düzenlediği bölgeye göre revize edilmesinde fayda görülmektedir. Bu kapsamda gelecekte yapılacak olan araştırmalar sonucunda, revizyon için gerekli unsurların tespit edilebileceği düşünülmektedir.
- Farklı temadaki festivallere dair festival kalitesi ölçülerek karşılaştırılması yapılabilir.
- Festival kalitesi karma desen araştırmalarla ölçülerek aynı festivallerin gelecekteki başarısı için daha detaylı sonuçlara ulaşılabilir.

Kısacası, çoğunlukla genç nüfusa hitap eden, onların eğlenceli vakit geçirmesini, aynı zamanda öğrenmesini sağlayan bu festivaller için bilgilendirme, hediyelik eşya, yiyecek-içecek imkanı gibi unsurların artırılması özellikle gençler tarafından kabul görecektir. Bu sayede festival memnuniyeti artacaktır. Festival memnuniyetinin artması ise gelecek yıllarda daha büyük bütçelerle daha fazla kişiye hitap edecek şekilde reklam ve tanıtım kampanyalarının düzenlenebilmesini sağlayacaktır. Böylece festivale ayrılan yatırımın ekonomik olarak karşılığı alınabilecektir. Bunun yanında festival ortamında gerekli olan



5.

ULUSLARARASI

GENÇLİK ARAŞTIRMALARI KONGRESİ

Gençlik Geleceğimiz!



ekipman, demirbaşlar gibi unsurların daha kaliteli olması mümkün olacağından, katılımcıların memnuniyetini arttırabilecektir.

KAYNAKÇA

1. Bilgili, B., Yağmur, Ö., Yazarkan, H. (2012). Turistik ürün olarak festivallerin etkinlik ve verimliliği üzerine bir araştırma (Erzurum-Oltu Kırdag Festivali örneği). *International Journal of Social and Economic Sciences*, 2(2), 117-124.
2. Brennan, R.L., Prediger, D.J. (1981). Coefficient kappa: Some uses, misuses, and alternatives. *Educational and Psychological Measurement*, 41(3),687-699. <https://doi.org/10.1177/001316448104100307>
3. Chigora, F., Ndlovu, J., Nyagadza, B. (2024). Building Positive Zimbabwean Tourism Festival, Event and Destination Brand Image and Equity: A Systematic Literature Review. *Cogent Social Sciences*, 10(1), 2318867.
4. Creswell, J.W. (2016). *30 Essential Skills for the Qualitative Researcher*. Sage.
5. Deng, F., Ruan, W. Q., Zhang, S.N. (2023). National Traditional Festival Tourism and Visitors' National Identity: A Dual Collaborative Framework of Cultural Inheritance and Inherited Innovation. *Tourism Review*, 78(3), 1019-1035.
6. Doe, F., Preko, A., Akroful, H., Okai-Anderson, E. K. (2022). Festival Tourism and Socioeconomic Development: Case of Kwahu Traditional Areas of Ghana. *International Hospitality Review*, 36(1), 174-192.
7. Earl, J. (2004). *The Cultural Consequences of Social Movements*. Snow, D.A. (Ed.) *The Blackwell Companion to Social Movements*, S.A. Soule and H. Kriesi:101.
8. Ghete, A.M. (2015). The Importance of Youth Tourism. *Annals of the University of Oradea, Economic Science Series*, 24(2), 688-694.
9. Grappi, S., Montanari, F. (2011). The Role of Social Identification and Hedonism In Affecting Tourist Re-Patronizing Behaviors: The Case of an Italian Festival. *Tourism Management*, (32),1128-1140.
10. Guest, G., MacQueen, K.M., Namey, E.E. (2012). *Applied Thematic Analysis*. Sage.
11. Han, H., Kim, W., Kiatkawsin, K. (2017). Emerging Youth Tourism: Fostering Young Travelers'conservation Intentions. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 34(7),905-918.
12. Karataş, İ., Altun, O., Cizrelioğulları, M.N. (2020). Gençlik Turizmine Üniversiteli Gençlerin Bakış Açısı: Doğu Akdeniz ile Kocaeli Üniversitesi Karşılaştırılması. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1),314-332.
13. Kozak, M. (2021). *Bilimsel Araştırma: Tasarım, Yazım ve Yayım Teknikleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
14. Küçükaltan, G. (1995) *Gençlik Turizmi Önemi Dünya'da ve Türkiye'deki gelişme seyri. (Yayınlanmamış Doktora Tezi)*. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
15. Noble, H., Smith, J. (2015). Issues of Validity and Reliability In Qualitative Research. *Evidence-based.Nursing*,18(2),34-35. <http://eprints.hud.ac.uk/23995/1/SmithIssues.pdf>
16. Özdemir, G., Çulha, O. (2009) Satisfaction and Loyalty of Festival Visitors, *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 20(2), 359-373.
17. Polat, E., Diken, B., Kılıç, S.N. (2018). Festival Kalitesi, Algılanan Değer, Festival Tatmini Ve Festival Sadakati Arasındaki İlişkilerin Tespiti Üzerine Bir Araştırma: Uluslararası Manisa mesir macunu festivali örneği. *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(4), 23-44



5.

ULUSLARARASI

GENÇLİK ARAŞTIRMALARI KONGRESİ

Gençlik Geleceğimiz!



18. Preko, A., Doe, F., Dadzie, S. A. (2019). The Future of Youth Tourism in Ghana: Motives, Satisfaction and Behavioural Intentions. *Journal of Tourism Futures*. 5(1), 2-18. Doi: 10.1108/JTF-12-2016-0059
19. Purwadi, P., Darma, D., Setini, M. (2023). Festival Economy: The Impact of Events on Sustainable Tourism. *Jurnal Kepariwisata: Destinasi, Hospitalitas dan Perjalanan*, 7(2), 178-195.
20. Richards, G., King, B. (2003). Youth Travel and Backpacking. *Travel & Tourism Analyst*, (6), 1-23.
21. Richards, G. (2015). The New Global Nomads: Youth Travel in A Globalizing World. *Tourism Recreation Research*, 40(3), 340-352. Doi: 10.1080/02508281.2015.1075724
22. Rossetti, G. (2024) Conceptualising Participant Observations in Festival Tourism, *Current Issues in Tourism*, 27:12, 1884-1897, DOI: 10.1080/13683500.2023.2214850
23. Soltani-Nejad, N., Rastegar, R., Shahriari-Mehr, G., Taheri-Azad, F. (2022). Conceptualizing Tourist Journey: Qualitative Analysis of Tourist Experiences on Tripadvisor. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 1-22. <https://doi.org/10.1080/1528008X.2022.2124575>
24. Tangita, T.M., Kibat, S.A., Adanan, A. (2016). Lessons in Managing Visitors Experience: The Case of Future Music Festival Asia (FMFA) 2014 in Malaysia. *Procedia Economics and Finance*, (37),52-57.
25. TEKNOFEST, (2024) .<https://teknofest.org/tr/content/announcement/teknofest-2024-teknoloji-yarismalari-5-8-eylulde-antalyada/> Erişim Tarihi:01.11.2024
26. TÜİK, Türkiye İstatistik Kurumu (2022). Genç nüfusun toplam nüfus içindeki oranı, 1935-2080, 2022 TÜİK Kurumsal Erişim Tarihi: 27.09.2024
27. TÜİK, Türkiye İstatistik Kurumu (2023). İstatistiklerle gençlik, 2023 TÜİK Kurumsal Erişim Tarihi: 27.09.2024
28. UNESCO, (Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü) (2024). Gençlik <https://www.unesco.org/en/youth> Erişim Tarihi: 04.11.2024
29. Vukic, M., Kuzmanovic, M., Stankovic, K.M. (2014). Understanding The Heterogeneity of Generation Y's Preferences for Travelling: A Conjoint Analysis Approach. *International Journal of Tourism Research*, 17(5), 482-491. Doi: 10.1002/jtr.2015
30. We Are Social, (2024). Youtube <https://wearesocial.com/us/> Erişim Tarihi:01.11.2024
31. Wood, E. H., Kinnunen, M., Moss, J., Li, Y. (2024). Shared Festival Tourism Experiences: The Power and Purpose of Remembering Together. *Journal of Travel Research*, 63(2), 409-427.
32. Yardley, L. (2008). Demonstrating Validity in Qualitative Psychology. İçinde Smith, J. A (Ed.), *Qualitative psychology: A practical guide to research methods*. 235–251 Sage.
33. Yoon, Y.S., Lee, J.S., 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.