

T.C.
GAZİANTEP ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GASTRONOMİ VE MUTFAK SANATLARI ANABİLİM DALI

**GASTRONOMİ KÜLTÜRÜ VE GASTRONOMİ TURİZMİ
AÇISINDAN LİKYA BÖLGESİNİ ZİYARET EDEN TURİSTLER
ÜZERİNE BİR İNCELEME**

YÜKSEK LİSANS TEZİ
ORHAN OZAN ÜZÜMCÜ

GAZİANTEP
HAZİRAN 2018

T.C.
GAZİANTEP ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GASTRONOMİ VE MUTFAK SANATLARI ANABİLİM DALI

**GASTRONOMİ KÜLTÜRÜ VE GASTRONOMİ TURİZMİ
AÇISINDAN LİKYA BÖLGESİNİ ZİYARET EDEN TURİSTLER
ÜZERİNE BİR İNCELEME**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Orhan Ozan ÜZÜMCÜ

Tez Danışmanı: Dr. Öğr. Üyesi Banu KOÇ

GAZİANTEP
HAZİRAN 2018

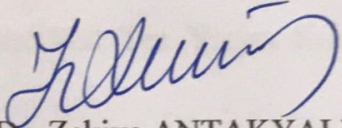
T.C.
GAZİANTEP ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GASTRONOMİ VE MUTFAK SANATLARI ANABİLİM DALI

**Gastronomi Kültürü ve Gastronomi Turizmi Açısından Likya Bölgesini Ziyaret
Eden Turistler Üzerine Bir İnceleme**

ORHAN OZAN ÜZÜMCÜ

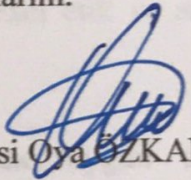
Tez Savunma Tarihi: 19.06.2018

Sosyal Bilimler Enstitüsü Onayı


Doç. Dr. Zekiye ANTAKYALIOĞLU

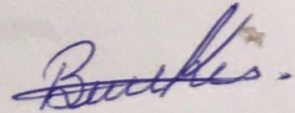
SBE Müdürü

Bu tezin Yüksek Lisans tezi olarak gerekli şartları sağladığımı onaylarım.


Dr. Öğr. Üyesi Oya ÖZKANLI

Enstitü ABD Başkanı

Bu tez tarafımda (tarafımızca) okunmuş, kapsamı ve niteliği açısından bir Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir.


Dr. Öğr. Üyesi Banu KOÇ

Tez Danışmanı

Bu tez tarafımızca okunmuş, kapsam ve niteliği açısından bir Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

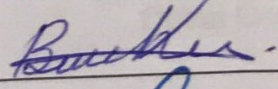
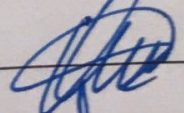
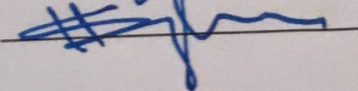
Jüri Üyeleri:
(Unvanı, Adı ve SOYADI)

Dr. Öğr. Üyesi Banu KOÇ

Dr. Öğr. Üyesi Oya ÖZKANLI

Dr. Öğr. Üyesi Hidayet SAĞLAM

İmzası

ETİK BEYAN

Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü Tez Yazım Kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada;

- Tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
- Tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- Tez çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi,
- Kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı,
- Bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu,

bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

Orhan Ozan ÜZÜMCÜ

19.06.2018

İyi ve Kötü Günümde Yanımda Olan,

Destegini Hiç Esirgemeyen

Güzel İnsanlara:

Anneme ve babama...



ÖZET

GASTRONOMİ KÜLTÜRÜ VE GASTRONOMİ TURİZMİ AÇISINDAN LİKYA BÖLGESİNİ ZİYARET EDEN TURİSTLER ÜZERİNE BİR İNCELEME

ÜZÜMCÜ, Orhan Ozan

Yüksek Lisans Tezi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları ABD

Tez Danışmanı: Dr. Öğr. Üyesi Banu KOÇ

Haziran 2018, 132 Sayfa

Nicel verilere dayanarak yapılan bu çalışmada genel tarama modeli kullanılmıştır. Araştırmanın evreni Likya bölgesini ziyaret eden turistler üzerine yapılmıştır. Araştırmanın örneklemini ise bu bölgeyi ziyaret eden turistlerden, tesadüfî seçilmiş ve araştırmaya katılmaya gönüllü 345 bireyden oluşmaktadır. Yapılan bu araştırmada veriler anket formları aracılığı ile toplanmıştır. Anketin birinci kısmında, katılımcıların demografik özelliklerinin belirlenmesine yönelik 7 soru, ikinci kısmında ise katılımcılara yöneltilen beş soru başlığı altında 26 soru literatür taraması sonucunda araştırmanın amacına uygun olarak yazar tarafından hazırlanmıştır. Yapılan bu çalışmada katılımcılardan elde edilen nicel veriler SPSS 23.0 paket programı aracılığı ile analiz edilmiştir. Katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin frekans, yüzde ve ortalama değerler verilmiştir. Veri setinin güvenilirlik analizi Cronbach Alfa katsayısı ile test edilmiştir. Katılım düzeylerinin, katılımcıların demografik özellikleri ile ilişkisi olup olmadığını saptamak için Ki-kare ve Fisher's Exact Testleri kullanılmıştır. Katılımcıların, ifadelerine verdikleri cevapların dağılımlarının anlamlılık testi için tek örneklem ve Ki-kare analizi kullanılmıştır. Analizler %95 güven düzeyinde test edilmiştir. Elde edilen bulgulara göre ele alınan demografik değişkenler (cinsiyet, yaş, eğitim durumu, sosyo-ekonomik düzey) ile Likya Bölgesi'nin gastronomi kültürü arasındaki ilişkinin bazı boyutları ile anlamlı bir farklılık olduğu gözlemlenmiştir. Bulgulara göre kadınlar, gastronomi kültürü ile ilgili konuşma eğilimini erkeklere göre daha fazla gerçekleştirmektedir. 26-35 yaş arasında katılımcı grubu gastronomi turizmi eylemini daha fazla uygulamaktadır. Eğitim seviyeleri ile gastronomi kültür değişkenleri

arasında çıkan farklar değişkendir ve lisansüstü eğitim seviyesine sahip bireyler gastronomi kültürünün ayrıntılarına daha fazla önem vermektedir. Sosyo-ekonomik düzeyle ile gastronomi turizmi memnuniyeti arasındaki ilişkinin ise diğerlerine göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bunun yanı sıra bireylerin yemek yemekten zevk almasının ve turizm eylemini ne amaçla gerçekleştirdiklerinin de (iş ya da tatil) önemli veriler elde etmede etkili olduğu sonucuna varılmıştır. Tatil amacı ile turizm eylemini gerçekleştiren bireylerin gastronomi turizmine daha çok önem verdikleri belirlenmiştir.

Anahtar kelimeler: Likya Bölgesi, Gastronomi, Gastronomi Turizmi.



ABSTRACT

A SURVEY OF TOURISTS VISITING THE LYCIAN REGION IN TERMS OF GASTRONOMY CULTURE AND GASTRONOMY TOURISM

ÜZÜMCÜ, Orhan Ozan

M.A. Thesis, Gastronomy and Culinary Arts

Thesis Advisor: Asst. Prof. Dr. Banu KOÇ

June 2018, 132 Pages

The general screening model was used in this study based on quantitative data. Tourists visiting the Lycian region were chosen as the universe of the research. The sample of the survey was randomly selected from tourists visiting this region and 345 individuals voluntarily participated to the survey. In this study, data were collected through questionnaire forms. In the first part of the questionnaire, 7 questions were asked to determine the demographic characteristics of the participants and in the second part, 26 questions under the title of five questions directed to the participants were prepared by the author at the end of a detailed literature research. In this study, the quantitative data obtained from the participants were analyzed by SPSS 23 packet program. Frequency, percentage and mean values were given for the demographic characteristics of the participants. Reliability analysis of the data set was tested with the Cronbach Alpha coefficient. Chi-Square and Fisher's Exact Tests were used to determine whether participation levels correlated with the demographic characteristics of the participants. A single-sample chi-square analysis was used to test the significance of the distributions of answers given by participants. Analyses were tested at 95% confidence level. It has been observed that there are significant differences between the demographic variables (gender, age, educational status, socio-economic level) and the gastronomy culture of the Lycia region. According to findings, women tend to talk about gastronomy culture more than men. The group of participant's aged 26-35 performs more gastronomic tourism activity. Differences between education levels and gastronomic culture variables are varying, and individuals with a postgraduate level of education are more concerned with the

details of gastronomic cultures. It has been determined that the relationship between socio-economic level and gastronomy tourism pleasure is higher than the others. Besides, it has been concluded that the pleasure of the people eating the food and the purpose of the tourism activity (work or holiday) are influential in obtaining important data. It has been determined that the individuals who carry out the tourism activity with the purpose of the holiday give more importance to gastronomic tourism.

Key Words: Lycia Region, Gastronomy, Gastronomic Tourism.



ÖNSÖZ

“Gastronomi Kültürü ve Gastronomi Turizmi Açısından Likya Bölgesini Ziyaret Eden Turistler Üzerine Bir İnceleme” başlıklı tez çalışmamda görüş ve önerileriyle çalışmama katkıda bulunan ve akademik bilgi birikimiyle bana yol gösteren çok kıymetli danışmanım Dr. Öğr. Üyesi Banu Koç’a sonsuz minnet ve saygılarımı sunarım.

Ayrıca anket çalışmasına katılım sağlayıp, çalışmanın ortaya çıkmasına katkıda bulunan tüm katılımcılara ve dönem arkadaşım, dostum ve hocam Öğr. Gör. Ceyhun Uçuk’a teşekkürü borç bilirim.

İÇİNDEKİLER TABLOSU

ÖZET	ii
ABSTRACT	iv
ÖNSÖZ	vi
TABLolar LİSTESİ	ix
ŞEKİLLER LİSTESİ	xii
BİRİNCİ BÖLÜM	1
GİRİŞ	1
1.1.ARAŞTIRMANIN AMACI.....	2
1.2.ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ.....	3
1.3.KAPSAM VE SINIRLILIKLAR.....	3
1.4.TANIMLAR.....	3
1.4.1.Gastronomi.....	3
1.4.2.Gastronom.....	4
1.4.3.Gurme (Gourmet).....	4
1.4.4.Gastronomi Turizmi.....	4
1.4.5.GastroTurist (Gastro Tourist).....	4
İKİNCİ BÖLÜM	5
KAVRAMSAL ÇERÇEVE	5
2.1.GASTRONOMİ KAVRAMI.....	5
2.1.1.Gastronominin Tanımı.....	5
2.1.2.Gastronominin Tarihsel Gelişimi.....	10
2.1.3.Gastronominin Önemi.....	12
2.1.4.Gastronominin Amacı.....	13
2.1.5.Gastronominin Diğer Bilimlerle İlişkisi.....	13
2.2.GASTRONOMİ TURİZMİ.....	15
2.2.1.Gastronomi Turizmi Kavramı.....	15
2.2.2.Gastronomi Turizminin Amaçları ve İşlevleri.....	21
2.2.3.Gastronomi Turizminin Türk Turizmi İçindeki Yeri ve Önemi.....	22
2.2.4.Gastronomi Etkinlikleri.....	29
2.2.4.1.Festivaller.....	29
2.2.4.2.Mutfak Müzeleri.....	34
2.2.4.3.Yemek Pişirme Kursları.....	36
2.2.4.4.Gastronomi Turları.....	36
2.3.LİKYA BÖLGESİNDE GASTRONOMİ TURİZMİ.....	37
2.3.1.Likya Bölgesinin Gastronomi İmajı.....	37
2.3.2.Likya Bölgesinde Gastronomi Etkinlikleri.....	38

2.3.3.Likya Bölgesinde Gastronomik Değerler.....	38
2.3.4.Likya Bölgesinde Gastronomi Turizminin Yeri ve Önemi.....	43
2.3.5.Likya Bölgesinde Yiyecek-İçecek İşletmeleri	43
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM	45
YÖNTEM	45
3.1.ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ.....	45
3.2.EVREN VE ÖRNEKLEM.....	45
3.3.ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI.....	45
3.4.ARAŞTIRMA VARSAYIMLARI	46
3.5.VERİ TOPLAMA ARAÇLARI.....	46
3.6.VERİ ANALİZİ.....	46
DÖRDÜNCÜ BÖLÜM	47
BULGULAR, YORUM VE TARTIŞMA	47
4.1.DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERE İLİŞKİN BULGULAR	47
4.2.ANKET MADDELERİNE İLİŞKİN BULGULAR	47
4.2.1.Anket Maddelerine İlişkin Güvenilirlik Analizi	48
4.2.2.Anket Maddelerine İlişkin Frekans Dağılımları	49
4.3.ARAŞTIRMA SORULARINA İLİŞKİN BULGULAR	53
4.4.İFADELERE VERİLEN CEVAPLARIN DAĞILIMLARININ TEK ÖRNEKLEM Kİ-KARE ANALİZİ İLE İNCELENMESİ	107
BEŞİNCİ BÖLÜM	112
SONUÇ VE ÖNERİLER	112
KAYNAKÇA	118
EKLER	130
Ek-1.....	130
ÖZGEÇMİŞ	132

TABLolar LİSTESİ

Tablo 2.1. En Zengin Yiyecek ve İçeceği Sahip Olan İller ve Bölgeler	23
Tablo 2.2. ATO ve APB Tarafından Belirlenen İllere Göre Lezzetler	24
Tablo 2.3. Ülkemizde Yapılan Gastronomi Festivallerinin Yer ve Tarihleri.....	30
Tablo 4.1. Demografik Özelliklerin Dağılımı	48
Tablo 4.2. Anket Maddelerine İlişkin Güvenilirlik Analizi	49
Tablo 4.3. Gastronomi Kültürüne Olan İlginiz Sorusunun Frekans Dağılımı	50
Tablo 4.4. Gastronomi Turizmine Karşı Tutumunuz Sorusunun Frekans Dağılımı .	50
Tablo 4.5. Likya Bölgesindeki Yiyecek İçecek İşletmeleri Hakkındaki Görüşleriniz Sorusunun Frekans Dağılımı.....	51
Tablo 4.6. Likya Bölgesindeki Yiyecek ve İçecekler Hakkındaki Görüşleriniz Sorusunun Frekans Dağılımı.....	52
Tablo 4.7. Likya Bölgesindeki Restoranların Çalışanları ile İlgili Görüşleriniz Sorusunun Frekans Dağılımı.....	53
Tablo 4.8. Gastronomi Kültürüne Olan İlgi Hakkındaki Görüşlere İlişkin İfadelere Verilen Cevapların Dağılımı ile Cinsiyet Arasındaki İlişkinin İncelenmesi İçin Ki-Kare Analizi	54
Tablo 4.9. Gastronomi Turizmine Karşı Tutumları Hakkındaki Görüşlere İlişkin İfadelere Verilen Cevapların Dağılımı ile Cinsiyet Arasındaki İlişkinin İncelenmesi İçin Ki-Kare Analizi.....	55
Tablo 4.10. Likya Bölgesindeki Yiyecek İçecek İşletmeleri Hakkındaki Görüşlere İlişkin İfadelere Verilen Cevapların Dağılımı ile Cinsiyet Arasındaki İlişkinin İncelenmesi İçin Yapılan Ki-Kare Analizi.....	57
Tablo 4.11. Likya Bölgesindeki Yiyecek ve İçecekler Hakkındaki Görüşlere İlişkin İfadelere Verilen Cevapların Dağılımı ile Cinsiyet Arasındaki İlişkinin İncelenmesi İçin Ki-Kare Analizi.....	58
Tablo4.12. Likya Bölgesindeki Restoranların Çalışanları ile İlgili Görüşleri Hakkındaki Görüşlere İlişkin İfadelere Verilen Cevapların Dağılımı ile Cinsiyet Arasındaki İlişkinin İncelenmesi İçin Ki-Kare Analizi	60
Tablo4.13. Gastronomi Kültürüne Olan İlgi Hakkındaki Görüşlere İlişkin İfadelere Verilen Cevapların Dağılımı ile Yaş Arasındaki İlişkinin İncelenmesi İçin Ki-Kare ve Fisher's Exact Test Analizi	61
Tablo4.14. Gastronomi Turizmine Karşı Tutumları Hakkındaki Görüşlere İlişkin İfadelere Verilen Cevapların Dağılımı ile Yaş Arasındaki İlişkinin İncelenmesi İçin Ki-Kare ve Fisher's Exact Test Analizi	62
Tablo 4.15. Likya Bölgesindeki Yiyecek İçecek İşletmeleri Hakkındaki Görüşlere İlişkin İfadelere Verilen Cevapların Dağılımı ile Yaş Arasındaki İlişkinin İncelenmesi İçin Ki-Kare Analizi	65
Tablo 4.16. Verilen Cevapların Dağılımı ile Yaş Arasındaki İlişkinin İncelenmesi İçin Ki-Kare Analizi.....	66
Tablo 4.17. Likya Bölgesindeki Restoranların Çalışanları ile İlgili Görüşleri Hakkındaki Görüşlere İlişkin İfadelere Verilen Cevapların Dağılımı ile Yaş Arasındaki İlişkinin İncelenmesi İçin Ki-Kare ve Fisher's Exact Test Analizi.....	68

Tablo 4.18. Gastronomi Kültürüne Olan İlgi Hakkındaki Görüşlere İlişkin İfadelere Verilen Cevapların Dağılımı ile Yaşadığı Ülke Arasındaki İlişkinin İncelenmesi İçin Ki-Kare Analizi	69
Tablo 4.19. Gastronomi Turizmine Karşı Tutumları Hakkındaki Görüşlere İlişkin İfadelere Verilen Cevapların Dağılımı ile Yaşadığı Ülke Arasındaki İlişkinin İncelenmesi İçin Ki-Kare Analizi	72
Tablo 4.20. Likya Bölgesindeki Yiyecek İçecek İşletmeleri Hakkındaki Görüşlere İlişkin İfadelere Verilen Cevapların Dağılımı ile Yaşadığı Ülke Arasındaki İlişkinin İncelenmesi İçin Ki-Kare Analizi	73
Tablo 4.21. Likya Bölgesindeki Yiyecek ve İçecekler Hakkındaki Görüşlere İlişkin İfadelere Verilen Cevapların Dağılımı ile Yaşadığı Ülke Arasındaki İlişkinin İncelenmesi İçin Ki-Kare ve Fisher's Exact Test Analizi.....	75
Tablo 4.22. Likya Bölgesindeki Restoranların Çalışanları ile İlgili Görüşleri Hakkındaki Görüşlere İlişkin İfadelere Verilen Cevapların Dağılımı ile Yaşadığı Ülke Arasındaki İlişkinin İncelenmesi İçin Ki-Kare Analizi.....	77
Tablo 4.23. Gastronomi Kültürüne Olan İlgi Hakkındaki Görüşlere İlişkin İfadelere Verilen Cevapların Dağılımı ile Eğitim Durumu Arasındaki İlişkinin İncelenmesi İçin Fisher's Exact Test Analizi.....	79
Tablo 4.24. Gastronomi Turizmine Karşı Tutumları Hakkındaki Görüşlere İlişkin İfadelere Verilen Cevapların Dağılımı ile Eğitim Durumu Arasındaki İlişkinin İncelenmesi İçin Fisher's Exact Test Analizi.....	81
Tablo 4.25. Likya Bölgesindeki Yiyecek İçecek İşletmeleri Hakkındaki Görüşlere İlişkin İfadelere Verilen Cevapların Dağılımı ile Eğitim Durumu Arasındaki İlişkinin İncelenmesi İçin Fisher's Exact Test Analizi.....	82
Tablo 4.26. Likya Bölgesindeki Yiyecek ve İçecekler Hakkındaki Görüşlere İlişkin İfadelere Verilen Cevapların Dağılımı ile Eğitim Durumu Arasındaki İlişkinin İncelenmesi İçin Fisher's Exact Test Analizi.....	84
Tablo 4.27. Likya Bölgesindeki Restoranların Çalışanları ile İlgili Görüşleri Hakkındaki Görüşlere İlişkin İfadelere Verilen Cevapların Dağılımı ile Eğitim Durumu Arasındaki İlişkinin İncelenmesi İçin Fisher's Exact Test Analizi	85
Tablo 4.28. Gastronomi Kültürüne Olan İlgi Hakkındaki Görüşlere İlişkin İfadelere Verilen Cevapların Dağılımı ile Sosyo-Ekonomik Düzey Arasındaki İlişkinin İncelenmesi İçin Fisher's Exact Test Analizi.....	87
Tablo 4.29. Gastronomi Turizmine Karşı Tutumları Hakkındaki Görüşlere İlişkin İfadelere Verilen Cevapların Dağılımı ile Sosyo-Ekonomik Düzey Arasındaki İlişkinin İncelenmesi İçin Fisher's Exact Test Analizi	89
Tablo 4.30. Likya Bölgesindeki Yiyecek İçecek İşletmeleri Hakkındaki Görüşlere İlişkin İfadelere Verilen Cevapların Dağılımı ile Sosyo-Ekonomik Düzey Arasındaki İlişkinin İncelenmesi İçin Fisher's Exact Test Analizi	92
Tablo 4.31. Likya Bölgesindeki Yiyecek ve İçecekler Hakkındaki Görüşlere İlişkin İfadelere Verilen Cevapların Dağılımı ile Sosyo-Ekonomik Düzey Arasındaki İlişkinin İncelenmesi İçin Fisher's Exact Analizi	93
Tablo 4.32. Likya Bölgesindeki Restoranların Çalışanları ile İlgili Görüşleri Hakkındaki Görüşlere İlişkin İfadelere Verilen Cevapların Dağılımı ile Sosyo-Ekonomik Düzey Arasındaki İlişkinin İncelenmesi İçin Fisher's Exact Analizi	95
Tablo 4.33. Gastronomi Kültürüne Olan İlgi Hakkındaki Görüşlere İlişkin İfadelere Verilen Cevapların Dağılımı ile Türkiye Tatilinde Likya Bölgesine Geliş Sebebi Arasındaki İlişkinin İncelenmesi İçin Ki-Kare Analizi	97

Tablo 4.34. Gastronomi Turizmine Karşı Tutumları Hakkındaki Görüşlere İlişkin İfadelere Verilen Cevapların Dağılımı ile Türkiye Tatilinde Likya Bölgesine Geliş Sebebi Arasındaki İlişkinin İncelenmesi İçin Ki-Kare Analizi.....	99
Tablo 4.35. Likya Bölgesindeki Yiyecek İçecek İşletmeleri Hakkındaki Görüşlere İlişkin İfadelere Verilen Cevapların Dağılımı ile Türkiye Tatilinde Likya Bölgesine Geliş Sebebi Arasındaki İlişkinin İncelenmesi İçin Ki-Kare Analizi	102
Tablo 4.36. Likya Bölgesindeki Yiyecek ve İçecekler Hakkındaki Görüşlere İlişkin İfadelere Verilen Cevapların Dağılımı ile Türkiye Tatilinde Likya Bölgesine Geliş Sebebi Arasındaki İlişkinin İncelenmesi İçin Ki-Kare Analizi.....	104
Tablo 4.37. Likya Bölgesindeki Restoranların Çalışanları ile İlgili Görüşleri Hakkındaki Görüşlere İlişkin İfadelere Verilen Cevapların Dağılımı ile Türkiye Tatilinde Likya Bölgesine Geliş Sebebi Arasındaki İlişkinin İncelenmesi İçin Ki-Kare Analizi	106
Tablo 4.38. Gastronomi Kültürüne Olan İlginiz Sorusunun Tüm İfadelerine Verilen Cevapların Dağılımlarının Tek Örneklem Ki-Kare Analizi ile İncelenmesi	107
Tablo 4.39. Gastronomi Turizmine Karşı Tutumunuz Sorusunun Tüm İfadelerine Verilen Cevapların Dağılımlarının Tek Örneklem Ki-Kare Analizi ile İncelenmesi	108
Tablo 4.40. Likya Bölgesindeki Yiyecek İçecek İşletmeleri Hakkındaki Görüşleriniz Sorusunun Tüm İfadelerine Verilen Cevapların Dağılımlarının Tek Örneklem Ki-Kare Analizi ile İncelenmesi.....	109
Tablo 4.41. Likya Bölgesindeki Yiyecek ve İçecekler Hakkındaki Görüşleriniz Sorusunun Tüm İfadelerine Verilen Cevapların Dağılımlarının Tek Örneklem Ki-Kare Analizi ile İncelenmesi.....	110
Tablo 4.42. Likya Bölgesindeki Restoranların Çalışanları ile İlgili Görüşleriniz Sorusunun Tüm İfadelerine Verilen Cevapların Dağılımlarının Tek Örneklem Ki-Kare Analizi ile İncelenmesi.....	111

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1.1.Likya Yolu	2
Şekil 2.1.Çok Disiplinli Gastronomi Bilimi	15



BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞ

Yükselen turizm trendleri arasında yer alan gastronomi turizmi, etkinlik kapsamı geniş olan ve belli bir derecede farkındalık yaratma etkisi ile etkinliğin yapılmış olduğu bölgenin yeme içme kültürünü yansıtan ve içinde yaşayan bireylerin kalkınmasında, bölgenin imajının gelişmesinde önemli rol oynayan stratejik açıdan etkili olan etkinliklerin bütününe verilen terime gastronomi turizmi denmektedir (Bucak ve Aracı, 2013: 203).

Likya bölgesi, Akdeniz Bölgesi'nde Teke Yarımadası içinde yer almaktadır. Bu bölge, Antik Likya Kentleri 'ne ev sahipliği yapmıştır. Güney kısmında Akdeniz, batı kısmında Karya ve doğu kısmında Pamfilya ile komşu olan Antik Likya, 23 kentten oluşan Likya Birliği'ni oluşturarak tarihteki ilk demokratik birlik olma özelliğini taşımaktadır. Antik Likya Uygarlığı Kentleri eşsiz nitelikleri ile UNESCO Dünya Miras Listesi'ne önerilmiştir (Likya Uygarlığı Antik Kentleri, 2017).

Bu bölgenin tarihine bakılacak olursa sırayla; Pers, Yunan ve Roma kültürünü benimsedikleri görülmektedir. Kültürel ve sanatsal açıdan oldukça iyi durumda olduğu bilinen bu kentlerde tiyatrolar, hamamlar, forumlar, tapınaklar ve törensel kapılar bulunmaktadır. Günümüzde Likya Yolu olarak belirtilen rota Fethiye Antalya yolu üzerinde, 540 km ve yaklaşık 29 günlük yürüme mesafesinde olan bir yoldur. Bu yol, ülkemizin ilk uzun mesafeli yürüyüş rotası olma özelliğini taşımaktadır ve amacı ülkenin bu bölümünde bulunan bazı eski yollarını tanımlamak ve korumaktır (Likya Yolu, 2017). Şekil 1.1'de bu yollar gösterilmiştir.



Şekil 1.1. Likya Yolu (<http://www.mesayi.com/likya-yolu-gezi-rehberi.html>)

Likya Yolu yılın her dönemi çeşitli gruplar tarafından ziyaret edilmektedir.

Bu gruplar:

- Kendi başına yürüyüş yapanlar,
- Organize olarak yürüyüş yapanlar,
- Okul ve kulüp etkinlikleri yapanlar,
- Doğayı sevenler ve doğadaki hayvan ve bitkilerle ilgili gözlem yapanlar,
- Konaklamasız yürüyüş yapanlar,
- Bisiklet sporuyla uğraşanlar,
- At binme sporuyla uğraşanlar (Öztürkmen, 2012).

1.1.ARAŞTIRMANIN AMACI

Çalışmanın amacı, Türkiye’de Likya bölgesini ziyaret eden turistlerin gastronomi kültürüne olan ilgi ve tutumlarını, yiyecek içecekler hakkındaki görüşlerini ve işletmeler ile bu işletmelerde çalışan personel hakkındaki düşüncelerini öğrenmektir. Türkiye’de “gastronomi turizmi” ile ilgili çok fazla çalışma bulunmamaktadır. Yapılan bu çalışmalarda ise genellikle gastronomi turizmi, bölgesel düzeyde incelenmiştir (Altınel, 2009; Hatipoğlu, 2010; Dilsiz, 2010; Kemer, 2011; Akgöl, 2012; Belpınar, 2014; Oğuz, 2016). Bu çalışmada, Likya Bölgesine gelen yerli ve yabancı turistlerin gastronomi turizmine ilişkin görüşleri ile tutum ve davranışlarının kültürlerarası nasıl bir farklılık gösterdiği araştırılmıştır.

1.2.ARAŞTIRMANIN ÖNEM

Farklı amaçlarla Türkiye'deki Likya bölgesine gelen ziyaretçilerin gastronomi deneyimleri ile yaşadıkları deneyimler göz önüne alınarak Türk mutfağı konusunda bilgi birikimini genişletmek ve gastronomi turizmini geliştirmek çalışmanın önemini oluşturmaktadır.

1.3.KAPSAM VE SINIRLILIKLAR

Bu çalışmada sadece Likya bölgesinin gastronomik kültürüne dair ürünlere bu bölgedeki yemek satan işletmelerde yemek yiyen turistler ile anket çalışması yapılmıştır.

Araştırma Likya Bölgesini ziyaret eden yerli ve yabancı turistler ile yürütülmüştür.

Araştırma verileri 01.06.2017–15.10.2017 tarihleri arasında toplanmıştır.

1.4.TANIMLAR

1.4.1.Gastronomi

Gastronomi kelimesini, Oxford sözlüğü yemenin sanatı ve bilimi olarak tanımlamaktadır. Bu kelimenin pek çok tanımı bulunmaktadır. En basit haliyle gastronomi yemek ile kültürün ilişkisini inceleyen bir bilim dalıdır. Her türlü yenilebilen gıdanın, sağlıklı veya sağlıksız olduğuna bakmadan tamamen damak ve göz zevkine hitap ederek hazırlanıp sunulması arasındaki süreçle ilgilenir (Gastronomi, 2017).

Gastronominin çeşitli ülkelerdeki tanımları şu şekilde yapılmaktadır:

- Almanya, güzel sanat dallarından biri olarak yemek pişirme;
- İtalya, yemeğin hazırlanmasıyla ilgili tüm ilke ve kurallar; aşçılık sanatı, kaliteli ve iyi ötesinde yiyecekler hazırlama sanatı;
- İspanya, iyi yemek yeme ile ilgili tüm aktiviteler (yemeklerle ilgili yüksek derecede bilgi sahibi olma, iyi yemek hazırlama sanatı, lüks yiyeceklere olan aşırı bağlılık) ve iyi sunum sanatı,
- İsveç, üst düzeyde yemek pişirme sanatı;
- Fransa, iyi yemek yeme ve iyi yemek sunumu olarak tanımlanmaktadır (Gastronomi, 2017).

1.4.2. Gastronom

Yemeğin hazırlanmasından sunulmasına kadar her süreçte bilgi sahibi olan, yeme içme alanında uzmanlaşmış sanatçı kişilere “Gastronom” veya “Gastronomist” denilmektedir.

Oxford sözlüğü gastronomu, iyi yemek yeme hakkında fikir sahibi olan kişi olarak tanımlamaktadır. Gastronomist ise gastronomiyi iyi bilen ve iyi bir gastronom olan şekilde tanımlamaktadır.

Hatipoğlu (2010) gastronomu, mutfak ve servis sanatları uzmanı olan gastronomi alanında eğitimli kişi olarak tanımlamaktadır.

1.4.3. Gurme (Gourmet)

Gurme kelimesi, Fransızca kökenli bir kelimedir ve 'gurman' kelimesinden gelmektedir. Anlamı "lezzeti keşfetmiş, damak tadına sahip kişi" demektir (Wikipedia, 2017). Gurmeler yemek ve içkinin tadından anlayan ve yemeği değerlendiren “tadım ustaları”dır (Dilsiz, 2010).

1.4.4. Gastronomi Turizmi

Gastronomi turizmi, önemli ve son yıllarda popülerliği artmakta olan bir turizm çeşididir. İnsanların gastronomik etkinliklere katılmak için bir yerden başka bir yere gitmesini ifade etmektedir. Seyahat amacı taşınmasındaki asıl güdü gastronomik değerleri öğrenmek ve deneyimlemektir.

1.4.5. GastroTurist (Gastro Tourist)

Gastro turist; farklı kültürlerin yemeklerini tatmak, bu yemeklerin sunum ve servislerini öğrenmek ve farklı yemek kültürlerini deneyimlemek amaçlı seyahat eden kişilere denilmektedir. Gastro turistler karın doyurmaktan ziyade, farklılık hissetmek amaçlı yemek deneyimleri yaşamayı amaçlamaktadır (Long, 2003).

İKİNCİ BÖLÜM

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1.GASTRONOMİ KAVRAMI

2.1.1.Gastronominin Tanımı

“Gastronomi” kelimesinin çıkışı ile ilgili iki farklı yorum bulunmaktadır. Bunlardan ilki bir şiir ismi olarak Fransa’da Jacques Berchoux (1801) tarafından yaklaşık 200 yıl önce kullanıldığını iddia eder(Gastronat, 2016). Başka bir kaynak ise M.Ö. 4. yüzyılda yine antik Yunan’da bir rehber tarafından yazılan, yiyecek ve içeceklerle ilgili “Gastronomia” adlı bir kitap olduğunu belirtir. Santich (2004)’e göre bu kitap sayesinde ilk kez gastronomi ile turizm arasında bir ilişki olduğu belirtilmektedir.

Gastronomi tanımları yapılırken tarihsel yönünden, kültürel, bilimsel ve sanatsal yönüne kadar birçok farklı yönün vurgulandığı görülmektedir. Santich gastronomi çalışmalarını, “Gıdanın üretimi, gıdalara yapılan işlemler, gıdanın depolanması, taşınması, hazırlanması, pişirilmesi, kimyası, gıdaların üretimiyle ilgili diğer öğeler, sindirilmesi ve fizyolojik etkileri, yemek seçimleri, gıdanın sosyal ve ekonomik yönleri, kültür ve geleneklerin araştırılması” olarak görmektedir (Chaney ve Ryan, 2012).

The Amerikan Webster Sözlüğü gastrologia kelimesinin ilk kez Yunan şair Archetratoes’in dünya mutfakları ile ilgili yazdığı şiirin adıyla kullanıldığını belirtmektedir (Kılıçhan, 2016).

Hatipoğlu (2010) gastronomiyi bir bilim dalı olarak tanımlamaktadır. O’na göre yenilen ve içilen şeylerin tarihinden başlayarak, tüm içeriğinin ayrıntılı şekilde incelenmesi, anlaşılması, uygulanması ve geliştirilmesi bu bilim dalının içeriğini oluşturmaktadır.

Yüncü (2010) gastronomiyi hazırlanan özel bir yemeğin tadına bakmak, yemeklerin hazırlanma süreçlerini izlemek ve bilmek ve ünlü aşçıların hazırladıkları yemekleri tatmak olarak tanımlamaktadır.

Altınel (2009) gastronominin işlevini; yenilebilen ve içilebilen her türlü hammaddeyi aramak, bulmak, satın almak ve bunlarla ilgilenen kişilere kılavuzluk etmek olarak belirtmektedir. Aynı zamanda bununla ilgilenen kişilerin gelişimlerini sağlayarak rekabet ortamını yarattığını söylemektedir.

Hatipoğlu (2010) gastronomiyi iki boyutta incelemektedir. Buna göre:

1. Üretim boyutu:

- Yemekleri güzelce hazırlama, pişirme ile iyi masa hazırlama sanatı ve bilimi,
- Kaliteli yemek yeme eylemi ile alakalı oluşan bilgi birikimi ve bununla alakalı faaliyetler,
- Bir yemeği hazırlayıp sunma ile alakalı yasalar ve pratikler.

2. Tüketim boyutu:

- Nitelikli yiyecek ve içeceği beğenme,
- Kaliteli yemek yeme konusunda tutkulu olma,
- Şaşılaştırmaya olan düşkünlüktür.

Gillespie ve Cousins (2001), gastronominin insan ile ilişkili olduğunu söylemektedir. Gastronomi tamamen insanın yeme ve içme zevkiyle ilgilidir. Bu açıdan bakıldığında kültürel, coğrafik ve toplumsal değerler gastronomik değerleri oluşturmaktadır.

Richards (2002), gastronomiyi “yemeğin hazırlanmasının, pişirilmesinin, sunumunun ve yenilmesinin yansıması” olarak tanımlanmaktadır.

Ünlü ve Doğan (2008), gastronomiyi sağlığa uygun şartlarda hazırlanan, kaliteli sunuma sahip, lezzetli ve güzel görünen mutfak ve yemek düzeni olarak tanımlamaktadır. Santich’e (2004) göre gastronomi yalnızca yiyecek ve içeceğe odaklı değildir; bunun yanı sıra bu eylemlerin nasıl yapıldığı, nerede nasıl ve ne zaman sunulmuş olduğu ve en önemlisi neden yenilip içildiğine dair olguları birleştiren bir bilimdir.

Hegarty (2005) gastronomiyi bir süreç olarak tanımlamaktadır. İnsanın zevkle, sağlıklı ve besleyici ürünleri tüketebilmesi için olan süreçtir.

Kivela ve Crotts (2006), yemek yemeyi bir sanat ve bunu da gastronomi olarak tanımlamaktadır.

Hegarty ve Antun (2007) ise gastronomiyi gıda maddelerinin özenle seçilip birleştirilmesinden, hazırlanması ve işlenmesinden servis edilmesine kadar olan süreç olarak tanımlamaktadır.

Baysal ve Küçükaşan (2003) gastronomiyi “insan refahı ve gıdasını ilgilendiren her konuda sağlanmış kapsamlı bilgi birikimi” olarak tanımlamaktadır.

Eren (2007) gastronomiyi yiyecek ve içeceklerin tüm ayrıntılarını barındıran ve geliştirilerek günümüz yemek zevkine uyarlanmasını sağlayan bir bilim dalı olarak görmektedir.

Ünlü ve Doğan (2008) “sağlığa uygun, iyi düzenlenmiş, hoş ve lezzetli mutfak, yemek düzeni ve sistemini” gastronomi olarak tanımlamaktadır.

Doğdubay ve Giritlioğlu (2008)’e göre “yiyecek ile içecek hizmetinin insanlara nasıl ve nasıl bir yöntemle yapılacağını gösteren bilim” gastronomi olarak tanımlanmaktadır.

Altınel (2009)’a göre gastronomi, “insan refahı ve gıdasını ilgilendiren her konuda sağlanmış kapsamlı bilgi birikimi” dir.

Çavuşoğlu (2011)’e göre gastronomi “kültür ve yemek arasındaki ilişkiyi inceleyen yeme- içme bilimi ve sanatı” dır.

Can vd. (2012) gastronomi kavramını, hem tüketilebilir olan her türlü yiyecek ve içeceklerin kültürle ilişkisini hem de iyi yeme ve içme sanatını araştıran bir disiplin olarak görmektedir.

Deveci vd. (2013) gastronomiyi, “Yiyecek ve içeceklerin tarihsel gelişme sürecinden başlayarak tüm özelliklerinin ayrıntılı bir biçimde anlaşılması, uygulanması ve geliştirilerek günümüz şartlarına uyarlanması çalışmalarını kapsayan

aynı zamanda bilimsel ve sanatsal unsurlarla katkı sağlayan bir bilim dalı” olarak tanımlamışlardır.

Öney (2013) gastronomiyi sunumda kullanılan araç gereçteki estetik ve güzelliğin öne çıktığı, hazırlanan yiyecek ve içeceklerin beş duyuya hitap eder şekilde güzelliklerinin öne çıkarıldığı bir sanat dalı olarak görmektedir.

Cömert ve Özkaya (2014) gastronomiyi bölgelerin mutfaklarını ayıran özellikleri, o bölgeye ait yiyecek ve içecekleri, o bölgeye ait yeme-içme tarzını ve yine o bölgeye ait yemek pişirme teknikleri olarak tanımlamaktadır.

Şengül ve Türkay (2016) gastronomiyi; yiyecek ve içecekler ile bunların hazırlanmasını, sunum şekillerini, sunumun estetiği ve yemeğin tadını ve tüm bu değişkenler arasındaki ilişkiyi inceleyen bir sanat dalı olarak tanımlamaktadır.

Hatipoğlu (2010) gastronominin hem bilim hem de sanat olduğunu iddia etmektedir. O’na göre yenilen ve içilen şeyler hem bölgeyi hem de o bölgedeki mutfak gelenek ve göreneklerini içermektedir. Dünyadaki tüm bölgelerin yiyecek ve içeceklerini bilmek kolay olmasa da birçok ülkenin yemek kültürünün detaylı şekilde bilinmesini gerektirmektedir.

Gillespie ve Cousins (2001)’e göre gastronomi iyi yemek yapmayla ilgilendiği kadar iyi içeceklerle de özellikle şarapla ilgilenmektedir. Bu alanda yiyecek ve içeceklerin kalitesinin yüksek olması çok önemlidir. Ayrıca yiyecek ve içeceklerin birlikte nasıl sunulacağı, hangi yemekle hangi içeceğin kullanılmasını gerektiğini belirtir. Yenilikleri ve değerlendirmelerini yapar. Yemeklerden ve içeceklerden alınacak keyfin sınırlarını incelemekle ilgilenir.

Gastronomi sadece yiyecek ile ilgili değildir, iyi yiyecek ile ilgilidir. Bunun ardında deneyimler ve ince zevkler yatmaktadır. Ayrıca gelişebilmesi için para ve iyi iştaha sahip olmak şarttır. Orhan Diricanlı (2011)’e göre gastronomi hem olumsuz hem de olumlu yönleriyle birlikte ele alınmalıdır. Boğaza aşırı düşkünlük ile iyi yemek hazırlamak ve yemek hem bir bilim hem de sanat dalıdır (Dilsiz, 2010).

Aslan (2010) gastronomiyi “yemek pişirme sanatı, iyi yemek merakı ve mutfak kültürü” olarak tanımlamaktadır. Yani, amacı insanın yemek yemeye ait damak tadı ve iştah benzeri isteklerini doyurmak olan; içinde barındırdığı tarihi,

kültürü, beceri ve çabayı, her türlü deneme ve yanılmayı uyum içinde harmanlayarak önümüze sunmasıdır.

Gastronomiyi hem üretim hem de tüketim boyutuyla tanımlayacak olursak:

- Yiyeceklerin hazırlanmasından servis edilmesine kadar olan tüm süreçler,
- Yiyeceklerin uygun şekilde sunumu ve uygun araçlarla yenilmesi sanatı,
- Menüde var olan yemeklerin satılma oranları,
- Belirli bölgelere has mutfak kültürünü de içeren iyi yemek yeme sanatı,
- Bazı zevklerin (örneğin damak tadı gibi) hem tarihsel bilgi, kültür ve alışkanlıklara hem de beğeniye uygun olarak homojenleştirilmesidir (Oğuz, 2016).

Kivela ve Crotts (2006)'e göre gastronomi; farklı bölgelerin mutfaklarını, yeme-içme alışkanlıklarını, yiyeceklerini ve bunların hazırlanma ve sunum tekniklerini anlatmaktadır (Cömert ve Özkaya, 2014).

Gastronomi aynı zamanda mutfak kavramını içeren bir kültürdür.

Dünyada birçok ülke kendi mutfak kültürünü tanıtarak turizmde öne çıkmaktadır. Bu ülkelerden bazıları: İtalya, Fransa ve İspanya'dır.

Yaşın (2007) Türkiye'nin gastronomi turizmi ve gurme turları için çok uygun bir ülke olduğunu fakat bu konunun ülkede henüz gelişmediğini belirtmektedir. Gastronomi sadece yemekle ilgili düşünülmemelidir, eğlence ve keşfetme unsurları göz önüne alınmalıdır. Bu nedenle turizm ve kültürle birlikte düşünülerek hareket edilmelidir.

Gastronomi terimi alanyazında kullanılmaya, Joseph Bercholux'un "Gastronomie ou L'Homme des Champs a Table" yani Türkçe çevirisiyle "Gastronomi ya da Tarladan Sofraya İnsan" adlı eseriyle 1801 yılında başlanmıştır. Ardından 1804 yılında Almanachs des Gourmands adlı Parisliler için hazırlanan en iyi yiyeceklerin belirtildiği, bunların nasıl hazırlanıp yenilmesi gerektiğini anlatan baskı yayınlanmıştır. 1808'de ise gastronomi kavramı bir çalışma alanı olarak tanıtılmış ve gelişimi değerlendirilmeye başlanmıştır. Gastronomi terimi İngiltere'de 1814 basımı anonim yazarlı The School for Good Living (Güzel Yaşama Okulu) adlı kitapta "yemek için kurallar" olarak belirtilmiştir (Santich, 2004).

“Gastro” mide ile ilişkilidir. Yiyeceklerin mideye gitmesi ağızdan başladığı için tüm sindirim sistemi buna dâhildir. “Nomos” ise Yunanca kural anlamına gelmektedir. Yani gastronominin yeme ve içme ile ilgili tüm kuralları ifade ettiği söylenebilir. Buradan yola çıkarak gastronominin nerede, nasıl, ne kadar, neyle birlikte yenilip içileceğine rehberlik ettiği görülmektedir (Santich, 2004).

Brillat-Savarin gastronomiyi “Varlığımızı sürdürdüğümüz sürece bizi ilgilendiren her şeyin, akla dayanan anlayışıdır” şeklinde ifade etmektedir (Chaney ve Ryan, 2012). Aynı zamanda gastronomi bilgisine tüm bireylerin ihtiyacı olduğunu ancak üst gelir düzeyine sahip insanlar için özellikle vazgeçilmez olduğunu belirtmektedir (Santich, 2004).

Gastronominin özneleri şu şekilde belirtilmektedir:

- Üretim boyutu öznesi gastronom iken,
- Tüketim boyutu öznesi gurmedir.
- Gastronom ve gurme aynı anda olunabilir.
- Gastronomist; gastronomi konusunda bilgi birikimine sahip, uzman kişidir (Kılıçhan, 2016).

2.1.2. Gastronominin Tarihsel Gelişimi

Charles Monsele tarafından “bütün şart ve yaşlarda tadılabilen sanat” olarak tanımlanan gastronomi kavramının anlaşılabilmesi için tanımdan önce tarihine bakılması gerektiğini belirtmektedir (Göynüşen, 2011). Gastronominin tarihsel süreci aşağıdaki gibi gelişmiştir (Göker, 2011):

- İlkçağa ait mağaralarda insanların yemek için avlandıkları, toplu yemekler hazırlayıp sundukları ve yemekleri pazarlarda sattıkları görülmektedir.
- Asurlular döneminde yemek sanatını desteklemek için yarışmalar ve şöenler düzenlendiği bilinmektedir.
- Mezopotamya uygarlığında M.Ö. 1700 de yazıldığı düşünülen yemek tarifi anlatan kil tabletler bulunmaktadır.
- Antik Yunan döneminde şöenler yapıldığı ve yemek tarifi patenti alındığı bilinmektedir (Altınel, 2009).
- Romalılar döneminde de şöenler devam etmiştir. O dönemde “Taberna” adı verilen şarap ve yemek hizmeti verilen lokantalar bulunduğu bilinmektedir.

- Tarihteki ilk yemek kitabının “Apicius” tarafından M.Ö. III. ile M.Ö. I. arasında yazıldığı bilinmektedir (Altınel, 2009).
- XIII. asırda Paris'te kurulan Chaine des Rotisseurs-Izgaracılar Loncası bir gurme kulübüdür ve günümüzde çalışmaya devam etmektedir.
- 1651 yılında ilk gurme yemek kitabı basılmıştır. Kitabı François Pierre de la Varenne yazmıştır (Foster, 1992).
- Gastronomi terimi 1801 yılında Joseph Bercholux'un “Tarlardan Sofraya İnsan” adlı eseriyle alanyazında yer almaya başlamıştır.
- Gastronomi alanındaki ilk resmi çalışma “Tat Fizyolojisi” Fransız Jean Anthelme Brillat- Savarin tarafından 1825 yılında yayınlanmıştır.
- Fransız mutfak sözlüğüne 1835 yılında “iyi yemek yeme sanatı” olarak geçmiştir (Göker, 2011).
- Charles Ranhofer adlı Amerikalı ünlü aşçı 1893 yılında “Franco-American” adlı yemek pişirme ansiklopedisinde 3500’ün üzerinde yemek tarifi vermiştir (Maviş, 2008; Göker, 2011).
- 1920 yılında “Gurme Rehberi” adlı yemek rehberi, bölge ziyaretçilerini gastronomi turizmine teşvik etmek amacıyla yayımlanmıştır (Karım, 2006; Göker, 2011).
- “Şeflerin Kralı ve Kralların Şefi” olarak tanınan Fransız aşçı Auguste Escoffier “Aşçılığın Rehberi” adlı kitabında klasik mutfak sanatıyla ilgili beş binden fazla yemek ve garnitür tarifi verdiği kitabını yayınlamıştır ve dönemin başbakanı tarafından 1920 yılında Fransız Mutfağını dünyaya tanıtmışından dolayı olarak Fransa'nın en büyük nişanı Legion D'Honneur (lejyon donnör) ile ödüllendirilmiştir (Maviş, 2008; Göker, 2011).
- Joel Robuchon 2005 yılında “Larousse Gastronomique (Dünyanın En Büyük Mutfak Ansiklopedisi)” adlı kitabı yayınlamıştır.

Türkiye'nin geçmişine dayalı oldukça zengin bir mutfak kültürü olduğu bilinmektedir. Türkiye’de son yıllarda yeme-içme etkinliklerinde büyüme gerçekleştiği görülmektedir. Turizm sektörünün olmazsa olmazı olan gastronomi, turizmle beraber gelişmeye devam etmektedir. Özellikle kıyı bölgelerindeki turizmle beraber gastronomi sektöründeki gelişmeler de artış göstermektedir. Türkiye’de gastronomi ile ilgili çalışmalar ise 1980’li yıllarda başlamıştır. Türkiye’de yapılan

çalışmaların yayınlandığı dergilerin başlıcaları aşağıda gösterilmektedir. (İnce, 2017):

- Sofra Dergisi-1995
- Food&Travel-1997
- Lezzet Dergisi-2004
- Yemek ve Kültür Dergisi-2005
- Yemek Name Dergisi-2007
- Chef's World Dergisi-2010
- E-Tadında aylık ücretsiz e-dergi-2013
- Yeşil Elma Dergisi-2014
- Tatlı Dünyası Dergisi-2015

Ülkemizde basılan yemek kitaplarından bazıları şunlardır (Göker, 2011):

- Arda'nın Mutfağı-Arda Türkmen
- Karatay Mutfağı-Canan Karatay
- Açık Mutfak-Ece Zaim
- Cafe Fernando-Cenk Sönmezsoy
- Yemek Dünyası-Fikret Doruk Aktoros
- Tel Dolap-Gizem Erman Soysaldı
- Meze-Gülhan Kaya
- Hazır Alma Kendin Yap-Hülya Erol
- Güney Doğu Anadolu Yemekleri-M. Faruk Bayrak
- Gurme Kent Gaziantep Mutfağı-Tahir Tekin Öztan
- Yemeğin Tarihi-Ömer Kılıç

2.1.3.Gastronominin Önemi

Gastronomi, turizmin olmazsa olmaz öğelerinden biridir. Gastronomi turizmi ise gıdaların turizm endüstrisindeki rolü sayesinde hem ekonomik hem de toplumsal kalkınmaya yardımcı olmaktadır. Gastronomi turizmi hem yerel üreticilere destek olmakta hem de yüksek kaliteli ürün ortaya çıkmasını sağlamaktadır. Ekonomik gelişmenin sürdürülebilmesinde önemli bir rol oynamaktadır (Wolf, 2006). Alanyazında yapılan çalışmalar gastronominin, turizm deneyiminin vazgeçilmez bir ögesi olduğunu ve bazen de temel seyahat motivasyonu olabileceğini göstermektedir (Kivela ve Crotts; 2006; Mckrecher vd., 2008 s.138;

Yüncü, 2010, s.29; Hatipoğlu vd., 2009; Horng vd., 2010; Sanchez-Canizares ve Lopez-Guzman, 2012).

Gastro turistler kültür turistleri sınıflamasına girmektedir. Bu tarz turistler gittikleri yerin tarihi, kültürel etkinlikleri ve doğal değerlerini de görüp deneyimlemek istemektedirler. Bu tarzdaki kültür ve sanat etkinlikleri turistik bölgelere önemli katkılar sağlamaktadır. Gastronomi hem ulusal hem de uluslararası boyutta turizm için önemli bir araçtır. Tarihi miraslar dışında yöreye özel gastronomik değerler de bölgelerin çekim kaynağı olabilmektedir. Dünyada gastronomi turizminin en çok tercih edilen bölgeleri aşağıda sıralanmıştır (İlhan, 2011):

- İtalya-Toscana Bölgesi,
- ABD-California-Napa Vadisi,
- Güney Afrika,
- Avustralya ve Şili,
- Fransa-Champagne ve Burgundy.

2.1.4.Gastronominin Amacı

Gastronominin temel amacı, Maslow'un hiyerarşisinden en alt tabakada bulunan fiziksel ihtiyaçları karşılamakla başlamaktadır. Bunun için insanın en iyi şekilde beslenmesi gerekmektedir. İkinci olarak ise hayattan zevk alması sağlanmalıdır ki bu da en üst basamak olan kendini gerçekleştirmeye kadar uzanır. Gastronomi, yenilebilen her maddenin hijyenik olarak azami göz ve damak zevkiyle hazırlanmasından sunulmasına kadar olan süreci kapsamaktadır (Baysal ve Küçükarslan, 2003).

Özetlemek gerekirse, mümkün olan en iyi beslenme şekli ile insanın hem korunup hem de yaşamdan zevk alarak hayatını devam ettirmesini sağlanması olarak tanımlanabilir.

2.1.5.Gastronominin Diğer Bilimlerle İlişkisi

Gastronomi günümüzde ön lisans, lisans, yüksek lisans ve doktora düzeyinde eğitimi verilen bir bilim dalıdır. Kivela ve Crotts (2006) gastronominin kimya, biyoloji, jeoloji, edebiyat, tarih, antropoloji, müzik, tarım bilimi, felsefe, psikoloji ve sosyoloji bilimleriyle ilişki içinde olduğunu belirtmektedir. Bu tanıma

göre gastronomi, biyoloji, fizik ve kimya ile fen bilimlerinden; ekonomi, işletmecilik, sosyoloji, yönetim, antropoloji, psikoloji ve pazarlama ile ise sosyal bilimlerden yararlanmakta olan bir bilim dalıdır. Buradan yola çıkarak gastronominin hem fen hem de sosyal bilimler için geniş bir araştırma alanı olduğu görülmektedir (Gülen, 2017).

Gastronominin fen bilimleri olan ilişkisini şu şekilde örneklenmektedir (İlhan, 2011):

- Besin öğelerinin insan vücudundaki fonksiyonları,
- Tat almanın fizyolojisi,
- Şarap üretimi,
- Gıda maddelerinin nitelikleri,
- Gıda maddelerinin korunması (bozulmadan uzun süre dayanması),
- Gıdaların insan sağlığına uygun şekilde ve hijyen şartlarını sağlayarak üretilmesidir.

Gastronomi ayrıca sanat ve kültürle iç içe olan bir daldır. Westering, (1999) gastronominin kültürel mirasın bir parçası olduğunu söylemektedir. Ayrıca yemeklerin hazırlanmasından sunulmasına kadar olan her aşama kültürel farklılıklar göstermektedir. Hazırlanan yiyecek ve içeceklerin birbiriyle uyumlu olması, tabaklar ve bardakların uyumu estetik ve güzellik gerektirerek bir sanat eseri oluşmasına yardımcı olmaktadır (Akgöl, 2012). Bu nedenle gastronomi güzel sanatların içerisinde değerlendirilmektedir. Hegarty ve O'Mahony (2001) yiyeceklerin sanat ve kültürle ilişkili olduğunu belirtmektedir.

Türk mutfağının eksik yönü ise kültür ve sanat ile ilişki kurulamamasından kaynaklanmaktadır. Farklı bilim dallarıyla ilişki kurulması gastronominin daha kolay anlaşılmasına olanak sağlayacaktır (Öney, 2016).

Gastronominin diğer bilim dallarıyla ilişkisi Şekil 2.1'de gösterilmektedir (Santich, 2007).



Şekil 2.1. Çok Disiplinli Gastronomi Bilimi

2.2.GASTRONOMİ TURİZMİ

2.2.1.Gastronomi Turizmi Kavramı

Geçmişte turistlerin amaçları gittikleri bölgeyi keşfetmek iken, günümüzde bunun yanında o bölgeye ait lezzetleri tatmak ve farklı yemek kültürlerini deneyimlemek haline gelmiştir. Turizm içinde yemek kültürünü deneyimlemek, farklı bölgelerin farklı damak zevklerini öğrenebilmek gastronomi turizmini başlatmıştır (Yüncü, 2010).

Gastronomi turizmi kelimesinin ülkemizde kullanılmaya başlanması Gürkan Boztepe ile olmuştur. Bu kavram yerli ve yabancı turistlerin konaklama ve transfer gibi turizm faaliyetlerini yeni lezzetler tatmak ve yeni deneyimler yaşamak amacıyla yapmasından gelmektedir. Ülkemizde “Anadolu Mutfağı” ve “Osmanlı Mutfağı” turistlerin ilgisini çeken gastronomik değerleri oluşturmaktadır (Gastronomi Turizm Derneği, 2017).

Gastronomi turizminin tanımları çeşitli yazarlara göre şu şekilde yapılmaktadır:

Wolf (2002) mutfak ve gastronomi turizmini “yiycek ve içecekleri araştırma, tadını çıkarma ve unutulmaz gastronomik deneyimler edinme amaçlı yapılan seyahat” olarak tanımlamaktadır.

Ignatov (2003) gastronomi turizmini, farklı kültürlerin lezzetlerini araştırmak, yiycek ve içeceklerle ilgili festivallere katılmak, bölgeye ait geleneksel üretim, sunum ve tüketim yöntemlerini öğrenmek ve deneyimlemek amacıyla aktivitelere katılmak amaçlı yapılan turizm olarak tanımlamaktadır.

Long (2003) gastronomi turizmini, farklı yiyecekleri ve bu yiyecekler aracılığıyla farklı kültürleri keşfetmekle ilgili yollar arayan insanlarla ilgili olarak tanımlamıştır.

Harrington ve Ottenbacher, (2010) gastronomi turizmini bireyin daha önce deneyimlemediği bir tadı deneyimlemek amaçlı gezi motivasyonu yaratan bu davranışı güdüleyen turizm şekli olarak tanımlamaktadır.

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) gastronomi turizmi kavramını “gastronomik destinasyonlara yapılmış eğlenme amaçlı yiycek ve içeceklerle ilgili rekreasyonel deneyimsel aktivitelerin bütünüdür” şeklinde tanımlamaktadır (Güzel Şahin ve Ünver, 2015).

Yemeklerin popülerliğinin artması buna yönelik yapılan turizm faaliyetlerinin artmasını sağlamıştır. Bu şekilde gastronomi turizmi ile ilgili çalışmalar artmıştır (Hall, 2003; Richards, 2002; Joppe, 2003; Cohen ve Avieli, 2004; Wood, 2001).

Durlu-Özkaya vd. (2013) gastronomi turizmi bileşenlerini şu şekilde sıralamaktadır:

- Özel işletmelere ait lokantalar,
- Bölgede üretilen nevaleler,
- Yemeklerin hazırlandığı özel sistemler,
- Yiycek ve içecek festivalleri,

- Özel şölen organizasyonları,
- Organik alışveriş merkezleri,
- Organik ve tarihi dokuyu barındıran alışveriş bölümleri,
- Bölgeye ait yaşama kültürü,
- Bölgede yetiştirilen doğal ürünler,
- Bölgesel yemek üretimi,
- Geleneksel üretim.

Yüncü (2010) gastronomi turizmini şu şekilde özetlemektedir:

- Yerel kültürün tüketime yönelik bir parçasıdır.
- Bölgesel turizmi geliştirmede önemli rol oynar.
- Yerel tarım ve dolayısıyla ekonomik gelişimde önemli rol oynar.
- Rekabete yönelik pazarlamada önemli rol oynar.
- Turistlerin tükettiği tüm ürün ve hizmetleri kapsar.

Kivela ve Crotts (2006)'ya göre gastronomi turizminin özellikleri şunlardır:

- Yemek esnasında yerel yiyecekleri tadabilir ve insanlarla tanışma fırsatı yakalarsınız.
- En gözde turizm faaliyetlerinden biridir.
- Mevsim ve hava koşulları gibi değişkenleri gözetmeksizin yılın her zamanında yapılabilir.
- Beş duyuya hitap eden bir sanattır.
- Gastronomi turisti ile müze, festival ve film gibi kültürel turistler arasında olumlu ve yüksek derecede ilişki vardır.
- Cinsiyet, yaş, köken fark etmez.
- Gastronomi turistleri çoğunlukla kâşiftir.
- Gastronomi turizmi deneyimseldir.

Her türde gezi sırasında fizyolojik ihtiyaçların başında olan yemek yemeyi tamamlamak gerekmektedir. Bu nedenle yiyecekler destinasyon kültürünün temel bileşenidir (MacDonald, 2001). Turistler ziyaret ettikleri yerdeki yerel mutfaklar aracılığıyla otantik bir deneyim yaşamaktadırlar (Okumuş vd., 2007).

Yüncü (2010) gastronomi turizminin beş ögesi olduğundan bahsetmektedir.

Bunlar:

- Turistlerin tükettiği yerel kültüre ait bir parça
- Bölgesel turizmi geliştiren önemli bir araç
- Bölgesel tarım ve iktisadi gelişime ait bir parça
- Rekabete dayalı bölgelerin tanıtım ve satışa sunulmasında önemli bir araç
- Turistlerin tükettiği mal ve hizmetlerdir.

Gastronomi turizmi hem iç hem dış turizm açısından oldukça önemlidir (Aslan, 2010).

Gastronomi turizmi mutfak deneyimlerinin tümünü içermektedir. Bunun içinde tur operatörleri ve rehberlerinden, gastronomi ile ilgili medya-televizyon ve dergi yayıncılığı, aşçılık okulları ve yemek pişirme kursları, içki fabrikaları, yemek ve içecek hammaddelerinin sağlandığı tarlalar, bağlar ve bunların sahiplerine kadar birçok etmen de bulunmaktadır.

Gastronomi turizmi kültür turizminin alt başlığıdır. Gastronomi turizmi de kendi alt başlıklarına sahiptir. Bunlardan biri şarap turizmidir ve bu turizme katılanlar “eno-turist” yani şarap turisti olarak adlandırılmaktadır. Şarap turizmi Fransa, Avustralya, Güney Afrika, İtalya, Amerika, İngiltere gibi birçok ülkede oldukça gelişmiş durumdadır (Getz ve Brown, 2006; Sparks, 2007). Şarap turistleri de kendi aralarında ikiye ayrılır. Bunlar aşağıda sıralanmıştır:

- Gittikleri bölgede her şeyden çok gastronomik özellikleri arayan turist tipi,
- Sadece gittiği bölgeyi keşfetmekle kalmayıp aynı zamanda gideceği mekânları yiyeceği yemek ve içeceği şaraba göre belirleyen turist tipi.

Di Gregorio ve Licari’ye göre (2006) şarap turistleri üç gruba ayrılmaktadır.

Bunlar:

- Yetenek Avcısı ve Fikir Lideri: Bu tarz turistler genellikle şarap tutkunlarıdır. Yeni açılan şarap tesislerini inceler, farklı konularda araştırma yapar ve sektöre yönelik dergilerde yazılar yazarlar. Araştırmalarını bireysel olarak yaparlar. Gezdikleri tesiste uzun süreli ve ayrıntılı araştırma yaparlar.

- Şarap Turisti: Şarap hakkında bilgi sahibidirler. Her tür şarabı tadar ve tercihlerini genellikle pahalı şaraplardan yana kullanmak isterler. Katıldıkları turlar genellikle rehberli ve bir uzman eşliğindedir. Gezdikleri tesiste orta süreli kalırlar, bireysel katılım gösterirler.
- Rastlantısal Şarap Turisti: Amaçları eğlence, hizmet ve restorandır. Genellikle ucuz şarap için tesislere giderler ve kısa süreli kalırlar. Daha çok antik araç gereçlerle ilgilenirler.

Şarap turizmi dışında Kanada bölgesinde bira turizmi (Plummer vd., 2005), İtalya'da spagetti ve pizza gibi tanınmış yiyecekler için yapılan turizm ön plana çıkmaktadır (Arslan, 2010).

Gastronomi turizmi hem yerel üreticilere ekonomik kazanç sağlamakta hem de turistler için yüksek kaliteli yiyecek ve içeceklerin üretilmesini sağlamaktadır. Restoranlardaki doluluk oranlarını artırmakta, satışın fazla olması daha fazla ve daha iyi yatırımlara dönüştürmektedir. Wolf (2006) gastronomi turizminin ekonomik gelişmenin sürdürülebilmesi için büyük önem arz ettiğini belirtmektedir. Gastronomi turizmi sürdürülebilir ekonomik gelişmenin önemli bir parçasıdır.

Avrupa'da gastronomi turizmi gurme ve gastronomi turları sayesinde oldukça gelişmiş durumdadır. Özellikle gelir durumu iyi olan turistlerin “iyi yemek yemeye” gösterdikleri ilgi bunu sağlamıştır. Dünyada ve ülkemizde “İyi bir yemek, etnik bir mutfak keşfi ya da iyi bir şarap” için İtalya ve Fransa gibi Avrupa ülkelerine turlar düzenleyen gruplar bulunmaktadır.

Ülkemizde de gastronomi ve gastronomi turizmi son yıllarda önem vermeye başlanan konulardandır (Güzel, 2009).

Şengül ve Türkay (2016) mutfak kültürünün gastronomi turizmi kapsamında değerlendirilebilmesi için bazı çalışmalar yapılması gerektiğini savunmaktadır. Bu çalışmalar aşağıda sıralanmıştır:

- “Akdeniz Mutfağı Köşesi” gibi yerel mutfaklara özgü bölümlerin, özellikle konaklamalı turizm yapan işletmelerin yiyecek içecek bölümlerinde bulundurulması,
- Yerel mutfak temalı restoranların açılması,

- Bölgeye özel ürünlerin satışlarının gerçekleştirildiği butik dükkânlar veya satış tezgâhları oluşturulması,
- Otellerin “Türk Mutfağı” gecelerinde bölgeye özel yiyecek ve içeceklerin sunulması,
- Otellerin oda servislerinin bölge mutfağına özel yemekler hazırlaması ve sunması,
- Bölgeye has mutfak yemeklerinde uzman aşçıların otel ve restoran bünyelerinde bulundurulması,
- Şehir merkezlerinde bölgesel mutfak restoranların açılmasının teşvik edilmesi,
- Bölgeye ait mutfak kültürüne ilişkin tanıtım dokümanlarının işletmelerde bulundurulması, turistlerin bilgi almasının kolaylaşması,
- Tur operatörleri tarafından yerel pazarlara geziler düzenlenerek, turistlere tanıtım yapılması ve alışveriş olanağı sunulması,
- Tur operatörlerinin yolculuklarda bölgeye özel ürünleri turistlere ikram ederek tanıtması,
- Turistlere, bölgeye özel ürünleri sosyal medyada paylaşmaları için küçük hediyeler dağıtılması,
- Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından bazı önerilerin işletmelere zorunluluk olarak getirilmesi veya bunları yerine getiren işletmelere teşvik edici ödüller vermesi,
- Bölgeye özel gastronomik unsurların coğrafi işaret olarak tescillenmesi,
- Bölgeye özel ürünlerin bulunduğu ve kültürün tanıtıldığı mutfak müzelerinin açılması,
- Bölgeye ait yemeklerin tanıtılması amaçlı yemek kursları verilmesi,
- Bölgeye özel gastronomi festivalleri düzenlenmesi,
- Bölge mutfak kültürünü tanıtan katalog kitap çalışması yapılmasıdır.

Gastronomi turisti; çok ünlü bir işletme için uzak bir yere gidebileceği gibi hiç duyulmamış ya da yeni açılan bir yere de gidebilmektedir. Tatil planını yaparken mevsimi ve mevsimde yetişen sebze ve meyveleri hesaba katabilmekte ve yöresel pazar, bakkal veya manavda saatler harcayabilmektedir (Öney, 2013).

Çağlı, (2012) üç farklı gastronomi turisti belirtmektedir. Bunlar:

1. Gastronomik değeri olan, keşfedilmemiş veya yeni gelişen bölgelere giden ve bu bölgelerdeki gastronomiyi ayrıntılı şekilde inceleyerek, ulusal veya uluslararası dergilerde yazılar yazan kişilerdir.
2. Genellikle bireysel ya da uzman biri eşliğinde turlara katılan, konuya ilgili ve kendini geliştirmek ve farklı yemek kültürlerini deneyimlemek isteyen kişilerdir.
3. Genellikle belirli bir temaya sahip olan gastronomi turları ile seyahat eden ve yeme-içmeye meraklı olan kişilerdir.

2.2.2. Gastronomi Turizminin Amaçları ve İşlevleri

Bir bölgenin gastronomik imajı hem o bölgenin destinasyon olarak belirlenmesinde hem de turistler üzerinde önemli bir rol oynamaktadır (Mckercher vd., 2008). Turistlerin bir ülkeyi ziyaret etmek amaçlı seçmelerinin en önemli nedenlerinden biri o bölgeye ait mutfak kültürünü deneyimlemektir. Sadece ülkelerin değil, aynı ülke içindeki farklı bölgelerin bile mutfak kültürü farklılıklar göstermektedir. Yaşanılan bölgenin iklimi, o bölgede yetişen sebze ve meyveleri, dolayısıyla da mutfak kültürünü etkilemektedir (Pekyaman, 2008).

Gastronomi turizmi yapılan bölge hem kültürel kimliğini hem de kültürel mirasını insanlara aktararak, bölgeye rekabet avantajı sağlamaktadır (Hendersen, 2009: s: 320; Çalışkan, 2013). Gastronomi turizmi yerel halk üzerinde ekonomik olarak olumlu etki yaratmaktadır. İspanya, Barselona turizm gelirlerinin büyük bir kısmını düzenlediği gastronomik etkinliklerden elde etmektedir (Güzel, 2009).

Gastronomi turizmi aynı zamanda markalaşmayı sağlamaktadır. Gastronomi turizminin markalaşabilmesi için; bölgeye ait turizm ürünleri ile birlikte bölgede faaliyet gösteren tüm üretim merkezleri ve işletmeler, turistik kısımlar, bölgenin tarihi önemini gösteren alanlar ve bölgesel faaliyetlerin liste haline getirilerek, bunlara dair bilgileri barındıran kitapçıkların hazırlanması ve ziyaretçilere ulaştırılması gerekmektedir (Güzel Şahin ve Ünver, 2015). Ayrıca gastronomi turizminin diğer unsurları olan, yemek pişirme kursları, festivaller, müzeler, tur operatörleri ve üreticilerle görüşülüp iş birliği içinde hareket edilmelidir (Bucak ve Aracı, 2013; Güzel Şahin ve Ünver, 2015).

Karagöz (2006) etkinlik turizminin yararlarını şu şekilde sıralamaktadır:

- Turizm sezonunu uzatmak,
- Medyayı kullanarak bölgeyi tanıtmak,
- Farklı turizm tiplerinden yararlanmak,
- Ülkenin farklı bölgelerine olan turizm isteklerini her bölgeye eşit şekilde dağıtmak,
- Gelir elde edilebilecek yeni kaynaklara ulaşmak
- Bölgelerin çekiciliğini ve farkındalığını arttırmak,
- Bölgenin alt ve üst yapısı ile bölgede verilen hizmetleri geliştirmek veya korumak,
- Bölgelerin markalaşması için sağlam ve sürekli bir kimlik oluşturmak, sanatsal ve kültürel temalar yaratmak,
- Bir bölgeyi tekrar ziyaret etmeleri için turistleri teşvik edici hareketlerde bulunmaktır.

2.2.3. Gastronomi Turizminin Türk Turizmi İçindeki Yeri ve Önemi

Türkiye turizm için oldukça önemli bir coğrafya ve kültüre sahip olmasına rağmen ziyaret eden turistler genellikle gezi-eğlence amacı taşımaktadır (Türkben vd., 2012).

Türkiye İstatistik Enstitüsü verileri 2015 yılında turizmden elde edilen 31 milyar 464 milyon 777 bin dolarlık gelirin sadece 6 milyar 178 milyon 978 bin doları yeme-içmeye harcadığını belirtmektedir (TUİK, 2016).

Türkiye gastronomi turizmi açısından oldukça zengin değerlere sahip olmasına rağmen hala istenilen potansiyeline ulaşamamıştır. Turizm kapsamında değerlendirildiğinde Türkiye'nin tanıtımı en çok deniz-kum-güneş üçlüsü tarafından yani kıyı kesimleri için yapılan gezi-eğlence ile yapılmaktadır. Diğer turizm çeşitleri ise bunun gölgesinde kalmaktadır. Türk turizminin gezi-eğlence dışında tüm yıla ve ülkeye yayılabilmesi açısından gastronomik faaliyetlere gereken önemi vermesi gerekmektedir.

Türk mutfak kültürünün Orta Asya ile Anadolu mutfağının harmanlanmasından oluştuğu görülmektedir. Osmanlı İmparatorluğu'nun geniş bir alana yayılmasıyla farklı gastronomik değerler Türk mutfağının gelişimini

etkilemiştir. Türk mutfağı tarihsel süreçte çeşitli medeniyetlerden etkilenerek “füzyon mutfağı” özelliği kazanmıştır (Akgöl, 2012; Bilgin ve Samancı, 2008; Hatipoğlu, 2008).

Türk mutfağında tescilli ürün sayısı oldukça az bulunmaktadır. Türk Patent Enstitüsü verileri coğrafi işaret belgesi almış gıda sayısının 124 olduğunu göstermektedir. Başvurusunu yapan ve sonuç bekleyen gıda sayısı ise 185’tir. UNESCO’nun İnsanlığın Somut Olmayan Kültürel Mirası Listesi’ne Türkiye’den giren gıda ve etkinlikler: Geleneksel Tören Keşkeği, Mesir Macunu Festivali, Türk Kahvesi ve Geleneğidir (TPE, 2017).

Ankara Ticaret Odası ve Ankara Patent Bürosu’nun 81 ilde gerçekleştirdiği çalışmada, Türkiye’nin 2205 çeşit yöresel yiyecek ve içeceğe sahip olduğu belirtilmektedir. Araştırma sonuçlarına göre en zengin yiyecek ve içeceğe sahip olan bölgeler sırasıyla Tablo 2.1’de gösterilmektedir (Cömert ve Özkaya, 2014).

Tablo 2.1. En Zengin Yiyecek ve İçeceğe Sahip Olan İller ve Bölgeler

Bölge	Yiyecek/İçecek Sayısı
İç Anadolu Bölgesi	455 çeşit yiyecek, içecek ve tatlı
Doğu Anadolu Bölgesi	425 çeşit yiyecek, içecek ve tatlı
Güneydoğu Anadolu Bölgesi	398 çeşit yiyecek, içecek ve tatlı
Karadeniz Bölgesi	397 çeşit yiyecek, içecek ve tatlı
Akdeniz Bölgesi	184 çeşit yiyecek, içecek ve tatlı
Marmara Bölgesi	162 çeşit yiyecek, içecek ve tatlı

Yine Ankara Ticaret Odası ve Ankara Patent Bürosu tarafından illere göre belirlenen lezzetler Tablo 2.2’de gösterilmektedir (Lezzetli Ülkenin Lezzet Haritası, 2008).

Tablo 2.2. ATO ve APB Tarafından Belirlenen İllere Göre Lezzetler

İller	Ünlü Yemekleri
Antalya	Antalya Usulü Piyaz, Arap Kadayıfı, Karpuz Kabuğu Reçeli, Bergamot Reçeli
Ardahan	Elma Dolması, Evelik Aşısı, Bozbaş, Ekmek Aşısı, Pişisi, Kuymak
Artvin	Laz Böreği, Hıncal, Çerkebaz, Gendıma, Erisa, Şilav, Hasuta, Kaysefe, Zurbiyet, Püşürük Çorbası, Soğan Hanşosu, Çinçar Çorbası
Aydın	Kulak Çorbası, Pelvize Tatlısı, Paşa Böreği, Yuvarlama, Isırgan Otu Böreği, Ebegümece Kavurması, Arapsacı,
Balıkesir	Tirit, Sura, Saçaklı Mantı, Peynirli Patlıcan, Zerde Tatlısı, Börülce Ekşilemesi, Mafış Tatlısı
Batman	Bumbar, Şam Börek, Perde Pilavı
Bartın	Pumpum Çorbası, Yumurtalı İşbut, Kabak Burması, Amasra Salatası
Bayburt	Tel Helvası, Tatlı Çorba, Galaçoş, Ekşi Lahana, Lor Dolması, Yalancı Dolma
Bilecik	Büzme, Ovmaç Çorbası, Keklik Kebabı, Piruhi, Samsı, Pancar Pekmezi, Köpük Helvası, Kıtırcı Helvası
Bingöl	Dut Pekmezi
Bitlis	Büryan Kebabı, Şekalok Yemeği, Çorti Köftesi, Gari Aşısı, Glorik, Gebol, Çireş Pancarı, Kevgerli Pilav
Bolu	Yoğurtlu Bakla Çorbası, İmaret Çorbası, Acı Su Bazlamacı, Çantıklı Pide, Kedi Batmaz, Orman Kebabı, Kaldırık Dolması, Kaşık Sapı, Keşli Cevizli Erişte, Kaşık Atmaç, Bakla Çullaması, Paşa Pilavı, Kabak Hoşafı, Palize, Coş Hoşafı, Karavul Şerbeti, Kızılcık Şurubu, Bolu Beyi Tatlısı, Uğut Tatlısı
Burdur	Testi Kebabı, Kabak Helvası, Burdur Muhallebisi
Bursa	Ekşili Baş Çorbası, Ekli Gavata, Kestane Etli Lahana Dolması, Mısır Unu Sarması, Kaşarlı Pırasa, Patlıcan Silkmesi, İnegöl Köftesi, Yörük Kebabı, Yufkalı Hindi, Ciğer Sarması, Cennet Köşkü, Dilberdudağı, Kemal Paşa Peynir Tatlısı, İncir Dolması, Zerde, Kaymaçına, Hamur Bamyası, Asude, Dızmana
Çanakkale	Bakla Keşkeği, Tumbi, Turp Otu Salatası, Kaçamak, Lakerda, Erik Macunu, Ahlat Suyu

Çankırı	Yaren Güveci, Mıkla, Tutmaç, Erik Tatlısı
Çorum	Leblebi, Yanıç, Cızlak, Kömbe, Hingal, Borhani, Helisa, Çullama, İskilip Dolması, Kara Çuval Helvası, Tel Tel
Denizli	Çaput Aşısı, Alaçora, Sıyırma, Yoğurtlu Patlıcan Gömmesi, Sura, Gındıra Çorbası
Diyarbakır	Karpuz, Cartlak Kebabı, Patlıcan Meftunesi
Düzce	Çerkez Tavuğu, Arnavut Böreği, Boşnak Böreği, Şıl Böreği, Göbete Mantısı, Lepsi, Mamursa, Haluj
Edirne	Badem Ezmesi, Mamzama, Akıtma, Hardaliye, Satır Kebabı
Erzincan	Tulum Peyniri, Tava Leblebisi
Erzurum	Çağ Kebabı, Den Çorbası, Hingel, Herle Aşısı, Çeç Pancarı, Çaşır
Eskişehir	Çiğ Börek, Abısta, Harşıl, Yufkalı Büryan, Met Helvası
Gaziantep	Ali Nazik Kebabı, Keme Kebabı, Yenidünya Kebabı, Simit Kebabı, Antep Fıstığı, Baklava
Giresun	Fındık, Hamsi Böreği, Çalı Çileği Çorbası, Mendek Çorbası, Yağlaş, Karalahana Diblesi, Kiraz Tuzlusu Kavurması, Hamsili Mısır Ekmeği, Fasulye Turşusu
Gümüşhane	Köme, Kuşburnu, Dut Pekmezi, Dut Pestili, Lemiş, Haşıl, Kanzılı Börek, Siron
Hakkari	Gulul Çorbası, Kepyay, Jaji, Lalapet, Duğeba, Kiflik
Hatay	Kaytaz Böreği, Taş Kadayıf, Kereviç, Semirsek, Kuş Gözü
Iğdır	Bozbaş Yemeği, Helise, Perzana, Cızdıık, Salmanca, Fetir, Kaysafa, Patlıcan Reçeli
Isparta	Miyane, Sakala Sarkan, Tapalak, Banak, Kabine, Kuyruğu Sulu, Samsa, Tosmankara, Derdimi Alan
İstanbul	Kanlıca Yoğurdu, Sultan Ahmet Köftesi, Uykuluk, Badem Ezmesi, Beyinli Beykoz Kebabı
İzmir	Kumru, Ayvalık Tostu, Sura, İzmir Köftesi, Papaz Yahnisi, Mücmeri, Radika Salatası, Gerdan Tatlısı

Kahramanmaraş	Dovme Dondurma, Biber, Tarhana, Leğen Çorbası, Tirşik Çorbası, Maraş Paçası, Pıtpıt Lapası, Somelek, Un Sucuğu, Bastık, Çullama, İlende, Hapısa, Ravanda
Karabük	Kuyu Kebabı, Bükme, Çingene Bakalvası, Göbü, Kara Mancar, Katlaç, Malak, Perohi, Şaptak
Karaman	Batruk, Bidik, Ermenek Helvası, Çibe Ve İlisra Dolması, Kayısı Musakka, Mıkla, Mülükü, Paraköfte
Kars	Bal, Kaymak, Kaşar, Gravyer, Here (Un Çorbası), Hangel, Haşıl, Feselli, Tandıra Kaz Çekmesi, Piti
Kastamonu	Bandurma, Simit Tiridi, Köle Hamuru, Cırık Tatlısı, Delioğlan Sarığı, Fincan Böreği, Haluçga, Avuz, Surra
Kayseri	Pastırma, Sucuk, Mantı, Pehli, Yağbari, Pöç, Kovalama, Üzüm Yemeği, Fincan Ağzı, Nevzine, Aside
Kırıkkale	Alazlama, Kömbe, Külleme, Batallaş, Çalma, Sarığıburma
Kırklareli	Sulu Kaçamak, Kuru Kaçamak, Kaymakçına, Külür, Plaska, Isırgan Otu Çorbası, Bildircin Kâğıt Kebabı
Kırşehir	Keykef, Temal
Kilis	Şihıl Mahşe, Pekmez, Kübbülmüşviyye, Talı Malhta, Köllük Aşısı, Züngül, Belluriye, Cennet Çamuru, Firik Pilvı, Kibe, Mazlum, Makşi, Teşrübe, Mayamalı (Anasonlu) Kahke, Haytayla, Sucuk Hapısa
Kocaeli	Kandıra Yoğurdu, Pişmaniye, Saray Helvası, Otur Fatma Tatısı, Çiğceli Kavurma
Konya	Düğün Yemeği, Etli Ekmek
Kütahya	Cimcik, Dolamber Böreği, Namaz Dolması, Gökçümen Humursuzu, Tosunum, Kızılcık Çorbası, Tekke Çorbası, Çene Çarpan Çorbası, Kötdür Tatlısı
Malatya	Kayısı, Kâğıt Kebabı, Kınalı Ekmek, Pileke, Taş Küllüğü, Gurut Çorbası, Analıkızlı, Kurşun Geçmez Köftesi, Gilgirikli Köfte, Keloğlan Köftesi, Zeytinyağlı Marul Sarması, Fasülye Yaprağı Sarması, Kabak Çiçeği Dolması, Soğan Dolması, Patlıcan Dövmesi
Manisa	Mesir Macunu, Kula Güveç Kapaması, Şekerli Pide, Otlı Pide, Manisa Kebabı
Mardin	Badem Şekeri, Ceviz Sucuğu, İkbek (İçli Köfte), Semberuk, İrok, Kibe, Kitel, Raha, Lebeniyye
Mersin	Cezerye, Tantuni, Kerebici, Zahter

Muğla	Ara, Dutmeç, Çoğur, Döş Dolması, Balıklen, Çıntar Kavurması, Ot Ekşilemesi, Gali Patlıcan, Ebegümece Kavurması, Börülce Kavurması, Teltorlubörülce, Yalankı, Üzüm Köftesi, Ballı Kabak, Bestel, Dülek Reçeli
Muş	Muş Köftesi, Çorti Aşısı
Nevşehir	Düğü, Kesme, Katma Aşısı, Ağpakla (Fasulye, Kemikli Et), Dıvıl, Ayva Dolması, Nevşehir Tavası, Sızgıt
Niğde	Mengir Çorbası, Tava, Üzüm Boranası, Ditme, Unlu Söğürme, Papara, Colbır, Halveter, Kaşık Kayganası
Ordu	Melocan (Diken Ucu) Kavurması, Sakarca Mıhlaması, Galdirik Kavurması, Isırgan Yağlaşısı, Mısır Yağlaşısı, Hoşgıran Kavurması, Kabak Muhallebisi, Pallabye
Osmaniye	Tırşık (Pancar), Yer Fıstığı, Toğgar, Çiçcire, Etlı Kömbe
Rize	Anzer Balı, Rize Köftesi, Hamsi Çiğirtası, Çumur, Enişte Lokumu, Peççura
Sakarya	Pekmez, Yoğurt
Samsun	Samsun Pidesi, Turşu Kavurması, Yer Oancarı, Mısır Çorbası, Kocakarı Gerdanı
Siit	Zivzik Narı, Pervari Balı, Perde Pilavı
Sinop	Sinop Kestanesi, Nokul, İçli Tavas, Mamalika
Sivas	Sivas Kebabı, Peskutan Çorbası, Pezik Turşusu
Şanlıurfa	İsot, Şıllık Tatlısı, Paliza, Bostana, Urfa Kebabı
Şırnak	Kutlık, Serbıdev, Hekeheşandi, Şımşıpe, Meyre, Bırınzer, Mahmilatik, Fireydin, Suryaz
Tekirdağ	Tekirdağ Köftesi
Trabzon	Vakfıkebir Ekmeği, Akçaabat Köftesi,
Tunceli	Ovaxık Dağ Sarımsağı, Şavak Tulum Peyniri, Pülümbür Balı, Zerefet, Sürekurt, Sirepati, Kavut, Patila
Uşak	Alacatene, Haşhaş Sürtmesi, Ciğerli Bulgur
Van	Otlı Peynir, Van Balığı (Ğince Kefali), İlitme, Senseger
Yalova	Yalova Köftesi, Yaprak Pidesi, Pavli Luhu Şuşkey Çirbuli, Lalanga, Çubiyiş Gayi, Papa, Silohto, Paponi
Yozgat	Testi Kebabı, Arabaşı
Zonguldak	Çaycuma Yoğurdu, Osmanlı Çileği, Devrek Simidi, Beyaz Baklava, Kızılıcak, Cevizli Dolma

Gastronomi turizminin dünyada popülerliğinin artmasıyla Türk turizmciler de bunu kullanmaya başlamıştır. Türkiye'nin gastronomi turizminde ekonomik kazanç hedefi kişi başı yeme içme harcamasını 250 dolar seviyesine çıkarmaktır.

Alanyazınında yapılan çalışmalar Türkiye'yi tekrar ziyaret etme sebeplerinden birinin yiyecek ve içecekler olduğunu göstermektedir (Remington ve Yüksel, 1998; Yüksel, 2001). Ayrıca yapılan çalışmalar Türk mutfak kültürünün yeterli düzeyde tanıtılmadığını ve turistlere genellikle onların kültürlerine ait yemek sunma yanlışı yapıldığını göstermektedir (Şanlıer, 2005; Özkaya ve Can,2012).

Türkiye'nin gastronomi turizmi potansiyeli güçlü ve zayıf yönleri SWOT¹ analiziyle belirlendiğinde;

- Güçlü yönleri; geleneksel yemek kültürü, yiyecek çeşit zenginliği, bölgesel mutfak çeşitliliği, şarapçılık, sektörel kurumlar, üniversitelerdeki gastronomi bölümlerinin bulunması
- Zayıf yönleri ise; pazarlama planı eksikliği, gastronomi turizmini sağlayacak turların eksikliği, kamu ve özel sektör arasındaki iletişimsizlik ve tutundurma faaliyetlerinde yetersizlikler olarak belirlenmiştir (Güzel Şahin, 2014).

Gastronomi turizminin ulusal katkıları aşağıda verilmiştir (Öney, 2013):

- Ulusal gastronomiyi ve turizmi karşılıklı teşvik eder.
- Ulusal gastronomi ve turizm stratejilerinin belirlenmesini sağlar.
- Devlet desteği alır.
- Ulusal marka geliştirmeye yardımcı olur.
- Ekonomik açıkların kapanmasına yardımcı olur.
- Büyüme potansiyeli olan piyasa sunar.
- Toplantı, fuar ve tur operatörleri için olumlu ve ayırt edilebilen satış noktaları sunar.
- Artan satışlar aracılığıyla vergi gelirlerinin artmasını sağlar.

Gastronomi turizminin bölgesel katkıları aşağıda verilmiştir (Öney, 2013):

- Bölgesel gastronomiyi ve turizmi karşılıklı teşvik eder.
- Bölgesel gastronomi ve turizm stratejilerinin belirlenmesini sağlar.
- Bölgesel marka geliştirmeye yardımcı olur.
- Yerel yönetimin desteğini alır.
- Arazi ve emlak değerlerinin düşmesini engeller.
- Finansal kaynakların geri dönüşümüne katkı sağlar.
- Finans ve kalifiye iş gücü gibi dış kaynakların artmasını sağlar.
- Yerel kimlik ve özgünlüğün vurgulandığı marka oluşmasına yardımcı olur.
- Otel ve restoranların doluluk oranlarını artırır.
- İş alanları ve destinasyonun pazarlanması yönünde yeni girişimler sağlar.

¹Bir projede ya da bir ticari girişimde kurumun, tekniğin, sürecin, durumun veya kişinin güçlü (Strengths) ve zayıf (Weaknesses) yönlerini belirlemede, iç ve dış çevreden kaynaklanan fırsat (Opportunities) ve tehditleri (Threats) saptamak için kullanılan stratejik bir tekniktir.

Gastronomi turizminin yerel katkıları aşağıda verilmiştir (Öney, 2013):

- Yerel üretici ağlarının oluşturulmasına yardımcı olur.
- Çiftçi ve üretici pazarlarının kurulmasına yardımcı olur.
- Sokak satış tezgâhları, çiftlik veya fabrikadan, mahzenlerden doğrudan satış yapılmasına yardımcı olur.
- Tüketici ve restoranlara doğrudan satış imkânı verir.
- Bölgesel kültür farklılıklarını ortaya koyacak organizasyonlar düzenlenir.
- Müşteri sadakati yaratmayı sağlar.
- Bölgesel farklılığa odaklanmayı sağlar.
- Bölgesel yiyeceklere ait bir değer yaratır.
- Sermaye oluşturulmasına yardımcı olur.
- Yerel ürünlerin değerlendirilmesini sağlar.
- Müşterilere direk satış imkânı sağlar.
- Müşterilerle üreticiler arasında kapıdan, tarladan satış gibi bire bir etkileşim sağlar.

2.2.4. Gastronomi Etkinlikleri

2.2.4.1. Festivaller

Yiyecek ve içecek festivalleri yerel gıda ve yaşam kültürü özelliklerini gösterirken bir yandan ve yerel gıda mirasını tanıtmaktadır (Horng ve Tsai, 2010).

Yiyecek ve içecekler tek başına destinasyon çekiciliği yaratabilmektedir.

Ülkemizde coğrafi işaret potansiyeline sahip ürünleri temsil eden yaklaşık 343 festival olduğu bilinmektedir (Çalışkan ve Koç, 2013).

Ülkemizde düzenlenen festivaller yaklaşık tarihleri ve isimleriyle Tablo 2.3'te gösterilmektedir (Festivaller, 2017).

Tablo 2.3. Ülkemizde Yapılan Gastronomi Festivallerinin Yer ve Tarihleri

Bölge	Şenlik	Tarih
Adana – Ceyhan	Karpuz Şenliği	2 Mayıs
Afyon– Merkez	Sultan Divanı ve Şifalı Aşure Günü	Muharrem Ayı 10. Günü
Afyon – Başmakçı	Filamingo ve Yumurta Festivali	Mayıs 4. Hafta
Afyon – Sultandağı	Kiraz ve Kayısı Kültür ve Sanat Festivali	06-09 Temmuz
Afyon – Sultandağı	Sultandağ Kiraz Festivali	Temmuz’un 1. Haftası
Afyon – Bolvadin	Kaymak Festivali	03-05 Ağustos
Ankara – Beypazarı	Tarihi Evler El Sanatları Havuç ve Güveç Festivali	Haziran’ın 1. Haftası
Antalya – Kumluca	Geleneksel Tarım ve Seracılık Festivali	23-30 Nisan
Antalya – Korkuteli	Bozova Keşkek Festivali	Haziran’ın 1. Haftası
Antalya – Gazipaşa	Çekirdeksiz Nar Festivali	21 Ekim
Antalya – Elmalı	Akçay Geleneksel Elma Şenlikleri	25-27 Ağustos
Antalya – Korkuteli	Şehzade Korku Şenlikleri ve Mantar Festivali	Ağustos’un 4. Haftası
Artvin – Oçka	Kafkas Arı ve Bal Festivali	Ağustos’un 2. Haftası
Aydın – Koçarlı	Koçarlı Çam Fıstığı Festivali	25-27 Mayıs
Aydın – Buharkent	Uluslararası Taze İncir Kültür ve Sanat Festivali	06-07 Ağustos
Balıkesir – Edremit	Zeytin Şenlikleri	04-06 Ağustos
Balıkesir – Savaştepe	Peynir Festivali	03-05 Eylül
Bartın – Merkez	Çilek Festivali	Haziran’ın 1. Haftası
Batman – Sason	Ceviz ve Bal Festivali	15-22 Ekim
Bilecik – Söğüt	Osmanlı Alaca Karpuz Festivali ve Osmaneli Evleri Kültür ve Sanat Şenliği Ertuğrul Gazi’yi Anma Şenliği	07-09 Eylül
Bolu – Mengen	Mengen Aşçılar ve Turizm Festivali	Ağustos’un 1. Haftası
Bolu – Seben	Elma Festivali	Ekim’in 1. Haftası
Bolu – Ağlasun	Kiraz Kültür ve Sanat Şenlikleri	Haziran’ın 4. Haftası
Bolu – Merkez	Korunca Süt Bayramı Kültür ve Sanat Spor Etkinlikleri	Haziran’ın 4. Haftası
Bolu – Gölhisar	Yusufça Havuç Festivali	Ağustos’un 1. Ve 4. Haftası
Burdur	Kiraz Kültür ve Sanat Şenlikleri	Haziran’ın 4. Haftası
Bursa- Gemlik	Zeytin Festivali	03-04 Ağustos
Çanakkale – Eceabat	Eceabat Domates Festivali	11-12 Ağustos
Çanakkale – Lapseki	Umurbey Şeftali Şenlikler	Ağustos’un 1. Ve 4. Haftası

Çanakkale – Korgun	Geleneksel Pilav Şöleni	Mayıs'ın 4. Haftası
Çankırı – Korgun	Çağla Festivali	18-19 Ağustos
Çankırı Kızılırmak	Kızılırmak Kavun Festivali	18-19 Ağustos
Denizli – Seferihisar	Leblebi ve Kültür Festivali	04-06 Ağustos
Denizli – Bekili	Bekili Üzüm-Şarap-Pekmez-Sirke Kültür ve Sanat Festivali	08-10 Eylül
Denizli – Çal	İsa Bey Bağbozumu Şenliği	09-10 Eylül
Düzce- Gölyaka	Bekiroğlu Köyü Isırgan Şenliği	Temmuz'un 1. Haftası
Düzce - Akçakoca	Akçakoca Uluslararası Turizm Kültür ve Fındık Festivali	Temmuz'un 3. Haftası
Elazığ – Sivrice	Kavallı Köyü Kiraz Festivali	18 Haziran
Erzincan – Merkez	Kültür Sanat Tulum Peyniri Leblebi ve Bakır Festivali	13-14 Ağustos
Erzincan – Refahiye	Bal Festivali	Ağustos'un 1. Ve 4. Haftası
Gaziantep –Merkez	Altın Fıstık Festivali	15-17 Eylül
Giresun – Merkez	Uluslararası Karadeniz Giresun Aksu ve Altın Fındık Film Festivali	15-25 Mayıs
Hatay- İskenderun	Akçalı Yumurta Festivali	30 Mart
Isparta – Sütçüler	Dut ve Pekmez Kültür Sanat Etkinlikleri	Temmuz'un 2. Haftası
İzmir	Boyoz Festivali	06 Mayıs
İzmir	Alaçatı Ot Festivali	
Karaman–Sanveliler	Bal Festivali	30 Ağustos
Kayseri –Kocasinan	Yanula Patlıcan Kültür Festivali	13 Ağustos
Kırıkkale–Sulakyurt	Sulakyurt Kavun Karpuz Festivali	Eylül'ün 1. Ve 4. Haftası
Kırşehir–Kaman	Kaman Ceviz Festivali	Ekim'in 1. Haftası
Kocaeli Karamürsel	Dereköyü Belediyesi Kiraz ve Yağlı Güreş festivali	09-10 Haziran
Kocaeli-Karamürsel	Yarımca Altın Kiraz Festivali	09-10 Haziran
Kocaeli	Maşukiye-Kartepe Altın Armut Festivali	25 Ağustos
Kütahya–Tavşanlı	Şaban Dede Leblebi ve Bahar Şenlikleri	03 Temmuz
Kütahya-Şaphane	Kırbaş Sarımsak ve Kültür Festivali	29 Temmuz
Kütahya–Gediz	Geleneksel Gediz Tarhana Festivali	01-01 Ağustos
Kütahya–Tavşanlı	Tavşanlı Leblebi ve Kömür Festivali	29 Ağustos – 03 Eylül
Manisa–Salihli		Temmuz'un 2. Haftası
Manisa–Saruhanlı	Bağbozumu Şenlikleri	30 Ağustos- 03 Eylül
Manisa-Akhisar	Çağlak Festivali ve Zeytin Şenlikleri	Mayıs'ın 2. Haftası
Manisa–Merkez	Manisa Mesir Festivali	21-25 Mart

Manisa–Kırkağaç	Kırkağaç Kavun ve El Sanatları Festivali	11-12 Eylül
Mardin–Yeşilli	Yeşilli Kiraz Festivali	Haziran
Mardin–Merkez	İncir Festivali	Eylül
Mersin–Mut	Göksu Beldesi Erik ve Kültür Festivali	Nisan’ın 3. Haftası
Mersin–Mut	Elme Üzüm ve Kültür Şenliği	Eylül’ün 1. Haftası
Mersin–Erdemli	Yayla Köyleri Yaş Sebze Meyve Domates Kültür Festivali	02 Eylül
Mersin–Merkez	Bozyazı Muzunun Tanıtılması Festivali	27-28 Ekim
Mersin–Gölbaşı	Gölbaşı Üzüm Festivali	18-19 Eylül
Nevşehir–Göreme	Unutulan Göreme Tatları Yemek Yarışması	15 Mart -2 Nisan
Niğde–Ulukışla	Darboğaz Kiraz Festivali	09-12 Temmuz
Osmaniye–Kadirli	Osmaniye Turp Festivali	09 Ocak
Rize–İkizdere	Anzer Balı ve Yayla Şenlikleri	29-30 Temmuz
Rize–Çayeli	Çayeli Çay Festivali	01-10 Ağustos
Siirt–Merkez	Siirt Fıstığı Teşvik ve Bal Festivali	14-20 Eylül
Tekirdağ–Merkez	Tekirdağ Kiraz Festivali	03-19 Haziran
Tekirdağ–Hayrabolu	Ayçiçeği Festivali	Ağustos’un 2. Haftası
Tekirdağ–Malkara	Malkara Tarım ve Süt Ürünleri Festivali	31 Ağustos-3 Eylül
Tokat–Pazar	Domates Festivali	Ağustos’un 2. Haftası
Tunceli Çemişgezek	Çemişgezek Dut ve Peynir Festivali	Temmuz’un 3. Haftası
Trabzon–Arsin	Arsin Fındık ve Kuruyemiş festivali	29-30 Temmuz
Trabzon–Tonya	Tonya Tereyağı ve Kültür ve Sanat Festivali	25-27 Ağustos
Gümüşhane–Merkez	Kuşburnu Pestil Festivali	28-30 Temmuz
Yozgat–Akdağmadeni	Künür Turşu ve Sebze Festivali	05 Ağustos
Yozgat–Çekerek	Üzüm ve Pekmez Festivali	17 Eylül
Zonguldak–Karadeniz Ereğli	Karadeniz Ereğli Osmanlı Çileği Kültür Festivali	18 Haziran

Ülkemizde 2016 yılında yapılan bazı gastronomi festivalleri ve içerikleri şunlardır:

1. Makarna Festivali

Sirkeci Garı’nda 23-25 Eylül tarihleri arasında gerçekleştirilen bu festivalde Akdeniz mutfağının gözdesi makarna çeşitleri sergilenmiştir. Makarna üreticilerini, ünlü makarna restoranları ve şeflerini, mutfak okulları festivalde yer almıştır. Festival içeriğinde makarna çalıştayları, söyleşi ve seminerler yer almıştır (Makarna Festivali, 2017).

2. Bağbozumu Festivali

Bozcaada'da 16 yıldır düzenlenmekte olan bu festival üzüm ve şarap tutkunlarını bir araya getirmeyi amaçlamaktadır. Festival yerel üreticilerin kendi bağlarında düzenlediği bağbozumu etkinlikleriyle başlamaktadır. Festivalde çeşitli üzüm yarışmaları ve spor turnuvalarının yanı sıra, sanatsal etkinlikler de yer almaktadır ve akşamları kale içerisinde, çeşitli sanatçı ve orkestralar konserler vermektedir (Yemek, 2016).

3. İstanbul Maçka Çikolata Festivali

2016 yılında, Maçka Demokrasi Parkı içinde ilki meydana getirilen festivalde, gurme standartları, çikolata yapımı ile ilgili workshoplar ve tüm gün süren müzik ile birlikte festivale katılan misafirlerinin serotonin seviyesini en üste düzeye çıkarmak amaçlanmıştır (Şehir Notları, 2016).

4. Sirha İstanbul

2016 yılında, İstanbul Kongre Merkezi'nde dördüncüsü gerçekleştirilen, ticari yönüyle ele alınabilecek bir gastronomi eylemi olarak incelenebilecek faaliyette, 1987'den beri düzenlenen ve genç şefleri taçlandıran Bocuse D'or yarışması düzenlenmektedir. Etkinliğe 2015 yılında on iki bine yakın kişinin katıldığı belirtilmektedir (Sirha-İstanbul, 2017).

5. İstanbul Kahve Festivali

İstanbul Kahve Festivali 2016 yılında 3. defa yapılmıştır. Küçük Çiftlik Park'ta gerçekleştirilmektedir. Festival 4 gün sürmekte ve festival içinde hem yerli hem de yabancı profesyonel baristalar bulunmaktadır. Bunun yanı sıra butik kahve mağazalarına ait olan tatlar, sektörün en önde gelen firmaları, Avrupa Özel Kahve Derneği (SCAE) Türkiye Kahve Şampiyonası, müzikler, çeşitli workshoplar ve alışveriş imkânı ile katılımcılara çok yönlü ve eğlenceli bir festival vaat etmektedir (İstanbulCoffeeFest, 2017).

6. Pasta ve Fırın Günü (Journée Pâtisserie et Boulangerie)

2016 yılında Hem Fransa Başkonsolosluğu hem de Hybrid işbirliğiyle 2. kez düzenlenen Journée Pâtisserie et Boulangerie Fransa Sarayı'ndan başlayarak bütün şehri Fransa'dan çıkararak, rafine ve artisanal 'pâtisserie'leriyle tüm şehri etkisi altına almayı hedeflemiştir. Faaliyette patisserie lezzetlerini ve kültürünü deneyimlemek

isteyen frankofillere gün boyu kahveler, çaylar, kokteyller ve bol müzik eşlik etmektedir (Doymak Yok, 2017).

7. Food & Tech İstanbul

1 Eylül 2016'da Food&Tech Kök Proje ile Stage&Co önderliğinde gıda ve teknoloji arasındaki içli dışlı ilişkiyi ortaya koymayı amaçlamaktadır. Bir seri halinde olan etkinliğin ilki Impact Hub İstanbul'da gerçekleştirilmiştir. Gıda zincirine yeni fikirler katmayı, tarım ve gıda dağıtımını, perakendesi ve teknoloji hakkında fikir sahibi olmak isteyenler için önemli bir etkinlik olduğu belirtilmektedir (Worldfood-Travel, 2017).

2.2.4.2.Mutfak Müzeleri

Gastronomi turizmini geliştirmek ve canlandırmak açısından mutfak müzelerinin önemli olduğu bilinmektedir (Horng ve Tsai, 2010; Harrington ve Ottenbacher, 2010). Ancak UNWTO (2012) üye ülkeler arasında gastronomi ile ilgili yaptırdığı çalışmasında bu müzelere %12 gibi çok az düzeyde önem verildiği belirlenmiştir.

Uysal (2013) müzeleri, toplumun ve gelişimin hizmetinde olan, halkın hizmetine açık, tarihe şahit olmuş materyalleri inceleyen, bu materyalleri arayıp bulan ve korunmasını sağlayan ve ona ait bilgileri halkın kullanımına sunan, inceleme, eğitim ve zevk alma doğrultusunda gösterime sunan, kâr amacı gütmeyen, devamlılığı olan bir kurum olarak tanımlamaktadır.

Dünyada çeşitli amaçlarla kurulmuş mutfak müzelerinden bazıları şunlardır:

- Oslo'da Viking müzesinin geleneksel mutfağı, (Bertella, 2011),
- Asya'da Hong Kong ve Srilanka'da çay kültürünü tanıtan müzeler (Horng ve Tsai, 2010),
- Güney Amerika ülkelerinde kahveyi tanıtan müzeler (Shenoy, 2005).

Ülkemizde şarap, zeytinyağı ve yerel mutfak alanlarında olmak üzere çeşitli mutfak müzeleri bulunmaktadır (Çağlı, 2012). Gaziantep'te Emine Göğüş Mutfak Müzesi, İstanbul Maslak'ta MSA Mutfak Müzesi bunlardan bazılarıdır.

Gaziantep Emine Göğüş Mutfak Müzesi

- Bu müze 1905 yılında yapılan eski adıyla Kethüaczade Göğüş İbrahim Efendi Konağı yeni adıyla Göğüş Konağı'nda yapılmıştır. Konak Gaziantep Kalesinin güneyinde bulunmaktadır.
- Restorasyonu yapıldıktan sonra konağın ismi “Emine Göğüş Mutfak Müzesi” olarak değiştirilmiştir.
- Müzede Gaziantep ilinin geleneksel mutfak kültürü, tarihi kap-kacaklar aracılığıyla özel vitrinlerde sergilenmektedir.
- Antep mutfak kültürüne ait yemeklerin yapımı, sunulması ve yenilip-içilmesi yöreye ait kıyafetler giydirilmiş mankenler yardımıyla canlandırılmaktadır.
- Müzede bölgede yapılan her tür yemeğin malzemesinden, kullanılan araç gereçlere kadar her şey sergilenmektedir.
- Müze içerisinde; “Gaziantep Geleneksel Mutfak Kültürü; Ocaklık, Mutfak ve Sofra eşyaları, Misafir Ağırılama, Sahre (piknik) Geleneği, Özel Gün Yemekleri salonları ile Gaziantep Mutfağı” ziyaretçilere anlatılmaktadır.
- Müzenin duvarlarına her alana dair bilgi panoları yerleştirilmiştir. Bu panolar aracılığıyla Gaziantep Geleneksel Mutfak Kültürü anlatılmaktadır.
- Müzenin alt ve üst katına “İkram ve Prodüksiyon Odaları” tasarlanmıştır. Müze ziyaretçilerine özel raflarda ikramlar sunmaktadır. Ziyaretçiler Gaziantep Mutfak Kültürü hakkındaki prodüksiyonu sedire oturarak izlenebilmektedir.
- Müzenin üst katında Gaziantep bölgesine ait Kent Rehberlerinin bulunduğu bir KIOSK² bulunmaktadır. Bu bölümden;“Kent Tarihi ve gelişimi, Tarihi Eserler, Doğal Güzellikler, Turizm, Doğa ve Coğrafya, Nüfus, Sanayi ve Ticaret, Tarım, Hayvan ve Ormancılık, Kültür ve Gelenek, Spor, Rakamlarla Gaziantep, Yerel Yönetimler, Gaziantep Rehberi” gibi konular hakkında bilgi alınabilmektedir.
- Müzeye ismini veren Göğüş ailesinden, Turizm Bakanı olarak ülkemizde bu görevi ilk kez yerine getiren Ali İhsan Göğüş'ün hayatı ve Gaziantep iline yaptığı katkılar üst katta bulunan Göğüş Odasında anlatılmaktadır. Göğüş odası aynı zamanda aileye ait mutfak eşyalarının sergilendiği bölme yi barındırmaktadır (Kent Müzeleri, 2017).

²Mikro işlemci kontrollü bir bilgisayar ve dokunmatik ekrandan oluşan bir sistemdir.

MSA Mutfak Müzesi

İstanbul Maslak'ta Mehmet Aksel tarafından kurulan ve geliştirilmesi devam eden bu müzede geçmişten günümüze yemek kültürümüz ve sanayimizin tarihi çok çeşitli örneklerle sergilenmektedir. Sergide şeker kalıpları, pirinç ve kahve değirmenleri, teneke saklama kutuları, aşçılık ve pastacılık araç gereçleri, eski sahanlar, yağ kutuları, bira, rakı, içki, su ve gazlı içecek şişeleri, Cumhuriyet Dönemi bakkaliye malzemeleri, şekerleme ve sakız paketlemeleri, etiketler, Cumhuriyet Dönemi'nden kalan temizlik için kullanılan malzemeler ve mutfak ile ilgili her türlü objeyi barındıran 2000'den fazla örnek bulunmaktadır (MSA, 2017).

2.2.4.3.Yemek Pişirme Kursları

Yemek pişirme kursları gastronomi turizmini pazarlamanın en etkili yollarından biridir (Steinmetz, 2010). Akgöl (2012) yemek pişirme kurslarının gastronomi turizmine yönelik turlardan biri olduğunu vurgulamaktadır.

Bir yemek pişirme kursunda amaç hem Türk hem de dünya mutfağının can alıcı noktalarını amatör olan ve öğrenmek isteyen şeflere aktarmaktır. Bu gibi kurslarda profesyonel aşçılık ve pastacılık eğitiminin yanı sıra paneller, amatör hobi eğitimleri, söyleşiler gibi faaliyetler de olmaktadır. Eğitimler profesyonel olmaya başladıkça kursa katılımda sınav benzeri ön elemeler yapılmaktadır (Biz Evde Yokuz, 2017). Kursları sadece gastronomik etkinlik olarak değil profesyonel olmak amacıyla seçenler için geliştirici ve keşfedici teknikler kullanılmaktadır (Chef's Table, 2017).

2.2.4.4.Gastronomi Turları

Gastronomi turizmine yönelik düzenlenen turlar 3 kategoriye ayrılmaktadır (Yüncü, 2010; Akgöl, 2012):

1. Yemek pişirme kurslarını içeren turlar: Bu tarzdaki turlar genellikle şarap tadımı ve yemeğin hazırlanışına yönelik bilgi edinmek amaçlı yapılan turlardır. Fransa, İtalya ve İspanya'ya bu amaçla turlar düzenlenmektedir.

2. Özel bir bölgeye ait yemeği yemek veya dünyaca ünlü bir şefin yaptığı yemeği tatmak amaçlı turlar: Bu turlara örnek olarak Fransa'da peynir tadımı, İtalya'da zeytinyağı ve makarna tadımı ve İspanya'da tapas tadımı verilebilmektedir.

3. Özellikle bir ürün ve o ürünün üreticileriyle buluşma imkânı sağlayan turlar: Bu turlara örnek olarak Kosta Rika'ya yapılan kahve turları, Belçika ve İsviçre'ye yapılan çikolata turları ve Japonya ve Sri Lanka'ya yapılan çay turları gösterilebilmektedir.

Çağlı (2012) ülkemizde düzenlenen gastronomi turları içeriğinin yemekler, tatlılar, şarap, peynir, zeytin ve zeytinyağı olduğunu belirtmektedir.

Ülkemizde Konya mutfak kültürünün tanıtıldığı “Mutfağın Kalbine Yolculuk” ile Kaz Dağlarındaki zeytin kültürünün tanıtıldığı “Kaz Dağları Zeytin Turu” isimli gastronomi turları düzenlenmektedir (Oasis, 2009).

Gastronomi turları Avrupa'da özellikle İspanya, İtalya, Portekiz, Fransa ve İrlanda'da sıklıkla görülmektedir. Bu turlarda gerçekleştirilen etkinlikler şu şekilde sıralanmaktadır (Kesici, 2012):

- Yerel peynir üreticilerinin çiftliklerinin gezilmesi,
- Atölyelerde gerçekleştirilen peynir çalışmalarına katılmak,
- Kırsal bölgelerde gerçekleştirilen yer mantarları arayıcılığı,
- Yerel pazarlara düzenlenen geziler,
- Zeytinyağı tadımı için üreticilere yapılan geziler,
- Üst sınıf yemek dersleri,
- Smoke house denilen odun tütsüsü ile et ve balıkların kurutulduğu ve saklandığı evlere yapılan geziler,
- Üzüm bağlarına yapılan geziler ve bağ bozumu etkinliklerine katılmak,
- Şarap üreticilerinin eğitim amaçlı gezilmesi ve şarap tadımları için yapılan geziler,
- Bölgesel gastronomi etkinlikleri,
- Evde verilen mutfak derslerine katılmak.

2.3.LİKYA BÖLGESİNDE GASTRONOMİ TURİZMİ

2.3.1.Likya Bölgesinin Gastronomi İmajı

Likya bölgesi Antalya ilinin batı bölümünü, Muğla ilinin güneydoğu bölümünü ve Denizli ile Burdur illerinin güney bölümünü kapsamaktadır. Geçmişte batı sınırında Dalaman Çayı, doğu sınırında Kemer bölgesi bulunan Likya Toros

Dağları'nı da içinde barındırmaktadır. Kıyı kesimleri ise çeşitli koy ve körfezlerle doludur. Bölgede kıyı kesimlerinde deniz-kum-güneş turizmi, deltalarda ise tarımla uğraşmaktadır (Kültür Varlıkları, 2017).

Akdeniz usulü beslenme, uzun ve sağlıklı yaşamın en önemli ögesi olarak kabul görmektedir. Ülkemiz mutfuğı coğrafi konumu nedeniyle bu tip beslenmeye yani yabani ot ve ot yemeklerine oldukça hâkimdir (Kılıç, 2010). Likya bölgesinde son 13 yıldır şarap bağlarına yatırım yapılmaktadır.

2.3.2.Likya Bölgesinde Gastronomi Etkinlikleri

Likya-Kalkan Yemek Şenliğı: Kalkan Restorancılar Derneğı ve Kalkanlılar Derneğı tarafından 2014 yılında düzenlenmeye başlanmıştır. Bu şenlikte aşçılar yöreye ait yemekleri tanıtmak için yarışmaktadır. Şenlik Kalkan Yat Limanında gerçekleşmektedir. Şenlikte yarışmanın yanı sıra çeşitli halk oyunları gösterileri, yerel sanatçıların konserleri ve yöresel yemek ikramları bulunmaktadır. Bu şenlikte yemekler ve tatlılar olmak üzere 2 dalda yarışma gerçekleştirilir. Yarışmayı 7 jüri üyesi değerlendirmektedir (Milliyet, 2017).

2.3.3.Likya Bölgesinde Gastronomik Değerler

Gastronomik değerler belirli bir bölgedeki gastronomik kimlik, gastronomi ürünleri ve coğrafi işaretler olarak ayrılmaktadır.

Gastronomik Kimlik:

Richards, (2002) yiyecek ve içeceklerin kültürel kimlik oluşmasına ve korunmasına katkı sağladığını belirtmektedir. Harrington ve Ottenbacher (2010) gastronomik kimliğin kapsamını “Terroir”in oluşturduğunu belirtmektedir. Terroir kelimesi yani yerel kültür, kültürlerarası etkileşimler, çevre, ekonomi ve sosyal mevkilerin oluşturduğunu belirtmektedir. Gastronomik kimliğı yansıtan en önemli özellikleri ise; o bölgeye ait yerel tatlar, dokular ve tariflerdir.

Gastronomik kimliğı örnek verecek olursak:

- Fransa'nın Champagne bölgesindeki bağlardaki üzümlerden yapılan şampanya
- Cognac bölgesinde üretilen konyak/kanyak (Özdemir ve Çalışkan, 2011).

Harrington ve Ottenbacher (2010) gastronomik kimliğin en önemli özelliğinin taklit edilme zorluğu olduğunu belirtmektedir. Bu şekilde rekabet üstünlüğü elde edilebilmektedir. Gastronomik kimlik başarılı turizmin önemli bir parçasıdır (Fox, 2007).

Gastronomik kimlik, kültür ve çevre faktörleri tarafından etkilenmektedir. Gastronomik kimliği etkileyen kültür faktörü; bölgenin tarihi, bölgedeki etnik çeşitlilik, yapılan yenilikler, eldeki olanaklar, bölgeye ait inanç ve değerleri içermektedir. Çevre faktörü ise; bölgenin iklimi, bölgenin coğrafyası, bölgede yetişen ürünler, bölgenin mikro iklimi ve bölgeye yeni giren ürünlerin kar durumunu içermektedir (Danhi, 2003; Harrington, 2005).

Türk mutfağının gastronomik kimliği; Tarihi barındırdığı kültürler ve aralarındaki etkileşim, doğal özellikleri, göçebe kültür ve etnik çeşitliliğin fazla olması, çeşitli dinlere mensup insanlardan oluşmasıyla sağlanmaktadır (Doğdubay ve Sünnetçioğlu, 2014).

Gastronomik kimliğin etkili olabilmesi için yapılması gerekenler şu şekilde sıralanmaktadır (Çalışkan, 2013):

- Bölge halkını gastronomik kimlik ve önemi hakkında bilinçlendirme,
- Bölgesel yönetim ve işletmelerin beraber çalışmasını sağlama,
- Bölgesel mutfak retoriğini kullanma,
- Yerel mutfakları tanıtıcı aktiviteler düzenleme (yemek yarışmaları, gastronomi festivalleri, yemekle ilgili çalıştaylar, yemek pişirme kursları vb.),
- Coğrafi işaretleme uygulamalarını yaygınlaştırma,
- Yerel mutfığa ait farklı ve otantik özellikleri sembol haline getirme,
- Bölgesel mutfak yemeklerini hikâyeleştirme (Keşkek yemeğinin yapıldığı zamanlar, düğünler ve cenazeler, diğ bulguru yapılma zamanı ve nedeni, aşure yapılma zamanı vb.),
- Aşçıları yerel mutfak yemekleri konusunda bilgilendirme ve teşvik etme,
- Tur rehberlerini ve tanıtımla ilgilenen kişileri yerel mutfak kültürü konusunda bilgilendirme,
- Yerel mutfak ürünlerini düzgün ve etkin şekilde tanıtmak ve pazarlamaktır.

Likya Bölgesindeki Gastronomi Ürünleri:

Likya, ‘ışık ülkesi’ demektir. Likya bölgesinin bu ismi almasındaki en büyük etken her mevsimde güneş alıyor olmasındandır. Bu bölgede çoğunlukla ot yemekleri yapılmaktadır. Kuzugöbeği adlı mantar türü de bu bölgede yetişmektedir (Kültür Varlıkları, 2017).

Keçi peynirli bazlama: 3 kg un, 10 gr tuz, 20 gr hamur mayası, 600 gr su

Malzemelerin hepsi geniş ve derin kapta karıştırılır. Hamur haline gelen malzemelerin kıvamı kulak memesi yumuşaklığında olunca, hamur şişmesi için bir havluyla örtülerek dinlenmeye bırakılır. Hamur dinlendikten sonra 250-300 gramlık parçalar koparılır ve oklavayla açılarak sacda pişirilir. Piştikten sonra bazlama ekmeği ortası açılarak içine tereyağı ve keçi peyniri eklenerek tekrar sacda pişmeye alınır. Tereyağı ve keçi peynirinin erimesinden sonra sacdan alınan bazlama ekmeği dilimlenerek servis edilir.

Tereyağlı keçi peyniri, taze kekikli: 250 gr keçi peyniri, 40 gr tereyağı, 10 taze dağ kekiği

Ocağa mümkünse bakır tava ve içine tereyağı konulur. Yağ eridikten sonra içine küçük dilimlenmiş keçi peyniri eklenir ve erimesi beklenir. Peynir de eridikten sonra üzerine dağ kekiği eklenerek servis edilir.

Kazayağı kavurması: 1 kg kazayağı, 100 gr arap saçı, 20 gr zeytinyağı, 10 gr sarımsak, 5 gr tuz, 50 gr süzme keşni yoğurt

Kaz ayakları ve arap saçı iyice temizlenerek, yıkanır. Yıkanan otlar doğranarak üzerine malzemede belirtilen miktarlarda zeytinyağı, sarımsak, tuz eklenip kavrulur. Ocaktan alındıktan sonra üzerine sarımsaklı süzme keşni yoğurt eklenerek servis edilir.

Kiriş Kavurma: 1 kg kiriş, 20 gr zeytinyağı, 10 gr sarımsak, 5 gr tuz, 10 gr Süzme keşni yoğurt

Kiriş otu temizlenip yıkandıktan sonra doğranır. Kazayağı kavurmasında olduğu gibi sırasıyla zeytinyağı, sarımsak, tuz eklenerek kavrulur. Ocaktan alındıktan sonra üzerine sarımsaklı süzme keşni yoğurt konup sunum yapılır.

Sacda Balık Buğulama: 800 gr Lagos balığı, 100 gr domates, 80 gr soğan, 50 gr sarımsak, 80 gr yeşilbiber, 80 gr taze limon, 30 gr fesleğen, 100 gr zeytinyağı,

100 gr tereyağı, 100 gr limon suyu, 50 gr tuz, 20 gr karabiber, 100 gr balık suyu, 5 ad defneyaprağı

Lagos balığı 4 eşit parçaya ayrılır. Ocaktaki bir tavaya yuvarlak doğranmış soğan, sarımsak, domates, lagos balığı, limon suyu, yeşilbiber, zeytinyağı, defneyaprağı, tereyağı, tuz, karabiber ve balık suyu eklenerek düşük ateşte 30 dakika süresince pişirilir.

Geleneksel Oğlak Sırtı: 500 gr keşkeklik buğday, 800 gr oğlak sırtı, 100 gr kuzugöbeği, 50 gr yabani kuşkonmaz, 100 gr tereyağı, 20 gr tuz, 5 gr karabiber 10 gr, kırmızı toz biber, 5 gr taze biberiye, 5 gr taze kekik, 20 gr sarımsak, 30 gr kuru soğan

Buğday bir gece öncesinden suyun içine konularak bekletilir. Ertesi gün üzerine 1 litre su eklenir ve düşük ısıda, tahta kaşık yardımıyla ezilerek 3 saat pişirilir. Diğer taraftan bir tavaya tereyağıyla beraber soğan, sarımsak ve yabani kuşkonmaz eklenerek sote yapılır. Et baharatlar ve zeytinyağı ile marine edildikten sonra ızgaraya konur. Kuzugöbekleri tereyağı ile kavrulduktan sonra keşkeğin içine eklenir. Sunum yaparken tabağa keşkek, yaban, kuşkonmaz sotesi ve oğlak sırtı eti konulur.

Limonlu Karabaş Otu Şerbeti: 10 adet limon, 250 gram limon suyu, 2 dal karabaş otu, 400 gram su, 400 gram şeker

Limonların suları sıkıldıktan sonra, lifli kısımları çıkarılarak kabukları alınır. Limon kabukları ve karabaş otu yaprakları rondodan geçirilir. Başka bir kaba limon suyu, su, şeker ve buz konulur ve tüm malzemeler karıştırılır.

Karadut Pekmezli Lor Peyniri Tatlısı (İncir Tatlısı İle): 500 gr Lor peynir, 100 gr Süzme yoğurt, 500 gr Pekmez, 12 ad İncir, 100 gr Karadut

İncirlerin içine aldığı kadar lor peyniri konulup bir tavaya alınır. Pekmez de eklenerek kaynatılır. Başka bir yerde lor peyniri ile süzme yoğurt birbirine karıştırıldıktan sonra 5x8 cm ebatlarındaki bir kaba basılıp tabağın ortasında konulur ve üzerine pekmez gezdirilir. Karadut ile süslemesi yapıldıktan sonra, ocakta kaynatılan incirler üzerine konularak servis edilir.

Balık Buğulama: 800 gr Lagos balığı, 2 adet domates, 80 gr soğan, 50 gr sarımsak, 80 gr yeşilbiber, limon, fesleğen, defneyaprağı, zeytinyağı, tereyağı, tuz ve karabiber

Balık dört eşit parçaya ayrılır. Büyük bir tavanın üzerine sırayla halka şeklinde kesilmiş soğanlar, balıklar, biberler, sarımsak, defneyaprağı, fesleğenler, halka şeklinde doğranmış domatesler, zeytinyağı, tereyağı, tuz ve karabiber konulur. Tüm malzeme yerleştirildikten sonra üzerine limon suyu ile sıcak su eklenir. Düşük ısıda 20 dakika pişirildikten sonra servis edilir (Atilla, 2014).

Antik yöresel ürünler: Myra Mersin Yağı, Andriake tekstil boyası, Patara sandaleti, Rhodiapols parfümü, Faselis kurutulmuş balığı, Oinoanda şarabı, Xntabura mezarından yemek masası Likya'nın ünlü jambonunun kaynağı vahşi domuz, balık ve havuçtur (Antalya Lezzetleri, 2012).

Coğrafi İşaretler:

Bu yöntem belirli bir bölge ile özdeşleşen ürün veya niteliği belirlemek için kullanılmaktadır (Orhan, 2010; Durlu- Özkaya vd., 2013).

Türkiye'de Türk Patent Enstitüsü coğrafi işaretleri 2 başlık altında toplamaktadır (Ertem, 2017):

1. Menşe adı aşağıdaki şartları sağladığı durumlarda verilmektedir:

- Ürünün kaynağının belirli çizgiler içindeki bir yer olması;
- Esas nitelik veya özelliklerinin kaynağının bir yere özel olan doğa ve beşerî unsurlar olması;
- Ürünün oluşmasından sunulmasına kadar tüm süreçlerin bu yer içinde yapılması.

2. Mahreç işareti aşağıdaki şartları sağladığı durumlarda verilmektedir:

- Ürünün kaynağının belirli çizgiler içindeki bir yer olması;
- Ürünün herhangi bir özelliğinin bu yere özel olması;
- Üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerinden en az birinin belirlenmiş yöre, alan veya bölge sınırları içinde yapılması.

Üner (2014) gastronomik değerler içindeki coğrafi işaretlerin yararlarını şu şekilde açıklamaktadır:

- Ürünlerin hem nitelik hem de standartları belirlenmiştir ve bu şekilde korunmaktadır.
- Ürünlerin çıkış yerinde üretim yapan kimseler bundan öncelikli olarak faydalanmaktadır.
- Bütün bölge için korunma sağlanmaktadır.
- Ürünlerin nitelikleri ayırt edilebilmektedir.
- Ürünlerin tanıtımı ve pazarlanması daha kolaydır.

2.3.4.Likya Bölgesinde Gastronomi Turizminin Yeri ve Önemi

Toplumların beslenme stili ile beslenmeye sosyal bir şekilde verilen değer gün geçtikçe artmaktadır. Bu artıştan turizm etkinlikleri de nasibini almıştır. Bu sebeple de son yıllarda gastronomi turizmi oldukça önemli bir hale gelmiştir.

Gastronomi turizmine önem veren ülkelerin pazar olanakları gelişmektedir. Hem bölgede bulunan yerli halk hem de ülke bu durumdan karlı çıkmaktadır. Bu karlılık sadece maddiyat olarak düşülmemelidir, sosyal bir ortamın olanağının doğması ve kültürler arası etkileşimin olması bu karlılıklar arasında sayılabilmektedir.

Turistler gittikleri yerlerde yöresel lezzetleri denemek istemektedirler. Bu sebeple de gastronomi turizminin varlığı daha da önemli olmaktadır. Turistlerin gastronomi turizminden memnun kalmaları halinde işletmeler ve ülke kazanacaktır.

Turizm açısından Türkiye’de rağbet gören alanların kesişim noktasında bulunan Likya Bölgesi, doğal olarak yemekleri de ünlüdür. Yöresel pek çok yemek ile bölgeye gelen turistlerin ilgisini çekmektedir. Özellikle de ot konusundaki zenginliği hafif ama lezzetli yemekler yemek isteyen ve gastronomiye meraklı turistler için bir memnuniyet konusudur. Bu sebeple de gastronomi turizmi açısından oldukça önemlidir.

2.3.5.Likya Bölgesinde Yiyecek-İçecek İşletmeleri

Yiyecek ve içecek işletmeleri üretim ve tüketimin eş zamanlı olarak yapıldığı ve işlemlerin özne şekilde gerçekleştiği yerlerdir (Davis, vd., 2013; Yüksel ve Yüksel, 2003). Yiyecek ve içecek işletmeleri gastronomi turizmi için öncelik

taşımaktadır (Shenoy, 2005). Bu işletmeler özellikle gastro turistler için kritik önem taşıdığından hizmet kalitesinin yüksek olmasını gerektirmektedir (Yüksel ve Yüksel, 2003).

Likya bölgesinde yiyecek içecek işletmelerine bakıldığında işletmelerin tamamına yakınının alakart usulü menü çalıştığı görülmektedir. Menülerde dünya mutfağının hâkim olduğunu söyleyebiliriz. Bölgede yöresel yemekler açısından çok zengin olsa da bu yemeklere işletmelerin menülerinde rastlanamamaktadır.



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

YÖNTEM

3.1.ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Bu çalışma nicel verilere dayalı genel tarama modelinde tasarlanmıştır. Tarama modelleri, geçmişte ya da halen var olan bir durumu var olduğu şekliyle değiştirmeden betimlemeyi amaçlayan araştırma yaklaşımlarıdır (Karasar, 2014).

Tarama modelleri iki türdedir; genel tarama modelleri ve ilişkisel tarama modelleridir. Genel tarama modelleri evren hakkında bir yargıda bulunabilmek için evrenden seçilmiş örneklem üzerinde yapılan betimleyici çalışmalardır. İlişkisel tarama modelleri, iki değişken arasındaki ilişkiyi ortaya koymayı amaçladığı gibi iki değişken arasında karşılaştırmayı da amaçlayan çalışmalar olabilir (Karasar, 2014).

3.2.EVREN VE ÖRNEKLEM

Araştırmanın evreni Likya bölgesini ziyaret eden turistler üzerine yapılmıştır. Araştırmanın örneklemini ise bu bölgeyi ziyaret eden turistlerden; tesadüfî seçilmiş ve araştırmaya katılmaya gönüllü 345 bireylerden oluşmaktadır.

3.3.ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI

Araştırmanın Likya bölgesi sınırlı tutulması, bu bölgedeki turistlerin üzerinde yapılması, katılımcıların gastronomi ve Likya bölgesindeki ziyaretlerinden memnun olup olmadıklarını veri toplama yöntemi ile anket kullanılarak ölçülmesi ve araştırma sonuçlarının sadece akademik amaçlar ile kullanılmasının amaçlanması araştırmanın sınırlılıklarını oluşturmaktadır.

3.4.ARAŞTIRMA VARSAYIMLARI

Araştırmaya katılan bireylerin kendilerine yöneltilen ifadeleri doğru anladıkları ve sorulara samimi cevaplar verdikleri araştırmanın varsayımları arasındadır.

3.5.VERİ TOPLAMA ARAÇLARI

Yapılan bu araştırmada veriler anket formları aracılığı ile toplanmış ve Ek.1'de verilmiştir. Anketin birinci kısmında, katılımcıların demografik özelliklerinin belirlenmesine yönelik 7 soru, ikinci kısmında ise katılımcılara yöneltilen beş soru başlığı altında 26 soru literatür taraması sonucunda araştırmanın amacına uygun olarak yazar tarafından hazırlanmıştır. Anketin ikinci kısımda Likya bölgesini ziyaret eden turistlerin gastronomi kültürüne olan ilgisi, tutumu ve Likya bölgesindeki yiyecek içecek işletmeleri, yiyecek ve içecek, bölgedeki restoranların çalışanları ile ilgili görüşleri sorulmak üzere anket maddeleri oluşturulmuştur. Bu anket maddelerinin oluşturulmasında Belpınar (2014), Yarış (2014) ve Hatipoğlu'ndan (2010) yararlanılmıştır.

3.6.VERİ ANALİZİ

Yapılan bu çalışmada katılımcılardan elde edilen nicel veriler SPSS 23 paket programı aracılığı ile analiz edilmiştir. Katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin frekans, yüzde ve ortalama değerler verilmiştir. Veri setinin güvenilirlik analizi Cronbach Alfa katsayısı ile test edilmiştir. Katılım düzeylerinin, katılımcıların demografik özellikleri ile ilişkini olup olmadığını saptamak için Ki-Kare ve Fisher's Exact Testleri kullanılmıştır. Katılımcıların, ifadelere verdikleri cevapların dağılımlarının anlamlılık testi için tek örneklem Ki-Kare analizi kullanılmıştır. Analizler %95 güven düzeyinde test edilmiştir.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

BULGULAR VE TARTIŞMA

4.1.DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERE İLİŞKİN BULGULAR

Tablo 4.1’de verilen katılımcı turistlerin demografik özelliklerine ilişkin dağılım tablosu incelendiğinde %53,9’un kadın olduğu, %32,2’sinin 26-35 yaş aralığında ve %65,2’sinin Türkiye’de yaşadığı tespit edilmiştir. %50,4’ünün lisans mezunu, %80’inin sosyo-ekonomik düzeyinin orta düzey olduğu görülmektedir. %59,7’sinin Likya bölgesinde 6 günden daha fazla kaldığı ve %87,8’inin tatil amacıyla geldiği tespit edilmiştir.

4.2.ANKET MADDELERİNE İLİŞKİN BULGULAR

Bu başlık altında, anket maddelerine ilişkin güvenilirlik analizinin Cronbach alfa kat sayısı ile ölçülmesi, “Gastronomi kültürüne olan ilginiz”, “Gastronomi turizmine karşı tutumunuz”, “Likya bölgesindeki yiyecek içecek işletmeleri hakkındaki görüşleriniz”, “Likya bölgesindeki yiyecek içecekler hakkındaki görüşleriniz” ve “Likya bölgesindeki restoranların çalışanları ile ilgili görüşleriniz” sorularına frekans dağılımları, 6 adet araştırma sorusuna ilişkin bulgular ve yorumları son olarak da ifadelere verilen cevapların dağılımlarının tek örneklem Ki-Kare analizi ile incelenmesine ait bulgular ve yorumlar yer almaktadır.

Tablo 4.1. Demografik Özelliklerin Dağılımı

Demografik Özellikler		N	%
Cinsiyet	Erkek	159	46,1
	Kadın	186	53,9
Yaş	18-25	55	15,9
	26-35	111	32,2
	36-45	74	21,4
	46-60	67	19,4
	60+	38	11,0
Yaşadığınız ülke	Türkiye	225	65,2
	Diğer	120	34,8
Eğitim durumu	İlköğretim mezunu	4	1,2
	Ortaöğretim mezunu	50	14,5
	Ön lisans mezunu	77	22,3
	Lisans mezunu	174	50,4
	Lisansüstü Mezunu	40	11,6
Sosyo-Ekonomik düzeyinizi nasıl tanımlarsınız	Düşük düzey	24	7,0
	Orta düzey	276	80,0
	Yüksek düzey	45	13,0
Türkiye tatilinizde Likya bölgesinde ne kadar kaldınız?	1-2 gün	14	4,1
	3-4 gün	55	15,9
	5-6 gün	70	20,3
	Daha fazla	206	59,7
Türkiye tatilinizde Likya bölgesine geliş sebebiniz nedir?	İş amacıyla	42	12,2
	Tatil amacıyla	303	87,8

4.2.1. Anket Maddelerine İlişkin Güvenilirlik Analizi

Tablo 4.2’de elde edilen sonuçlar Cronbach alfa kat sayısına göre elde edilmiştir. Cronbach alfa katsayısına göre ölçeğin güvenilirlik sınırları aşağıda verilmiştir (Özdamar, 1999).

- 0,00 < α < 0,40 ise ölçek güvenilir değildir,
- 0,40 < α < 0,60 ise ölçek düşük güvenilirliktedir,
- 0,60 < α < 0,80 ise oldukça güvenilirdir,
- 0,80 < α < 1,00 ise ölçek yüksek derecede güvenilirdir.

Tablo 4.2’de elde edilen sonuçlara göre Cronbach Alfa değeri (0,790-0,833) aralığında tespit edilmiştir.

Tablo 4.2. Anket Maddelerine İlişkin Güvenilirlik Analizi

Anket Maddeleri	Cronbach's Alpha
Gastronomi kültürüne olan ilginiz sorusuna ilişkin maddeler	0,801
Gastronomi turizmine karşı tutumunuz sorusuna ilişkin maddeler	0,809
Likya bölgesindeki yiyecek içecek işletmeleri hakkındaki görüşleriniz sorusuna ilişkin maddeler	0,790
Likya bölgesindeki yiyecek ve içecekler hakkındaki görüşleriniz sorusuna ilişkin maddeler	0,790
Likya bölgesindeki restoranların çalışanları ile ilgili görüşleriniz sorusuna ilişkin maddeler	0,833

Likya bölgesindeki yiyecek ve içecekler hakkındaki görüşleriniz ve yiyecek içecek işletmeleri hakkındaki görüşleriniz sorularına ilişkin maddelerin (0,790) oldukça güvenilir olduğu tespit edilmiştir. Gastronomi kültürüne olan ilginiz (0,801), gastronomi turizmine karşı tutumunuz (0,809) ve Likya bölgesindeki restoranların çalışanları ile ilgili görüşleriniz (0,833) sorularına ilişkin maddelerin yüksek derecede güvenilir ölçek olduğu tespit edilmiştir.

4.2.2. Anket Maddelerine İlişkin Frekans Dağılımları

Anket sorularını değerlendirmede katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum ifadeleri pozitif katılım olarak, katılmıyorum ve kesinlikle katılmıyorum ifadeleri negatif katılım olarak iki ifadenin toplamı alınarak değerlendirilmiştir. Tablo 4.3’de verilen gastronomi kültürüne olan ilginiz sorusunun “Yaşadığım ülkenin yiyecek ve içeceklerini iyi bilirim” ifadesine pozitif katılım oranı (katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum) %80’dir. Bu ifade pozitif katılım oranı en yüksek ifadedir. “Yaşadığım ülkede farklı yemek ve içecekleri denemeyi severim” ifadesine pozitif katılım oranı %76,81, “Farklı ülke ve kültürdeki insanların ne yediklerini merak ederim” ifadesine pozitif katılım oranı %69,27, “Farklı ülke ve insanların ne yediklerini araştırırım” ifadesine pozitif katılım oranı %66,67’dir ve bu ifade pozitif katılım oranı en düşük ifadedir. “Farklı ülke ve kültürlerin yöresel yemeklerini yemeyi severim” ifadesine pozitif katılım oranı %77,68’dir.

Tablo 4.3. Gastronomi Kültürüne Olan İlginiz Sorusunun Frekans Dağılımı

Gastronomi kültürüne olan ilginiz sorusu	Negatif Katılım		Ne Katılıyorum Ne Katılıyorum		Pozitif Katılım	
	N	%	N	%	N	%
Yaşadığım ülkenin yiyecek ve içeceklerini iyi bilirim	21	6,09	48	13,91	276	80,00
Yaşadığım ülkede farklı yemek ve içecekleri denemeyi severim	21	6,09	59	17,1	265	76,81
Farklı ülke ve kültürdeki insanların ne yediklerini merak ederim	22	6,38	84	24,35	239	69,27
Farklı ülke ve kültürdeki insanların ne yediklerini araştırırım	44	12,76	71	20,58	230	66,67
Farklı ülke ve kültürlerin yöresel yemeklerini yemeyi severim	30	8,7	47	13,62	268	77,68

Tablo 4.4'te verilen gastronomi turizmine karşı tutumunuz sorusunun “Seyahat ettiğim ülke veya şehirde, menüsünde yöresel yemek olan yerleri tercih ederim” ifadesine pozitif katılım oranı %76,53 ile pozitif en yüksek ifadedir. Aynı ifadeye negatif katılım oranı (katılmıyorum ve kesinlikle katılmıyorum) ise %6,67'dir. “Bir ülkenin veya şehrin restoranlarının kaliteli olması oraya seyahat etmemde etkilidir” ifadesine pozitif katılım oranı %62,62 ile en düşük ifadedir. Aynı ifadeye negatif katılım oranı ise %13,34'tür.

Tablo 4.4. Gastronomi Turizmine Karşı Tutumunuz Sorusunun Frekans Dağılımı

Gastronomi kültürüne Karşı Tutumunuz sorusu	Negatif Katılım		Ne Katılıyorum Ne Katılıyorum		Pozitif Katılım	
	N	%	N	%	N	%
Farklı ülke ve kültürlerin yöresel yemeklerini yemek için seyahat edebilirim	48	13,92	63	18,26	234	67,83
Seyahate çıkmadan önce gideceğim ülkenin yiyecek ve içeceklerini araştırırım	35	10,15	69	20	241	69,86
Bir ülkenin veya şehrin restoranlarının kaliteli olması oraya seyahat etmemde etkilidir	46	13,34	83	24,06	216	62,61
Seyahat ettiğim ülke veya şehirde, menüsünde yöresel yemek olan yerleri tercih ederim	23	6,67	58	16,81	264	76,53
Seyahat ettiğim ülke veya şehrin yeme-içme kültüründen dolayı arkadaşlarıma tavsiye edebilirim	15	4,35	68	19,71	262	75,94
Seyahat ettiğim ülkenin yiyecek, içecek kültürü oraya tekrar seyahat etmemde önemli bir etkidir	30	8,7	83	24,06	232	67,25

Tablo 4.4'te yer alan gastronomi turizmine bakışını öğrenmek amacıyla yöneltilen soruların sonuçlarına göre katılımcıların 264'ü yeme-içme kültürünü başkalarına da tavsiye edebileceğini belirtmiştir. Bir ülkeye seyahat etme ve kaliteli

restoranlar arasındaki ilişki ifadesi diğer ifadeler arasında en düşük bağ bulunan ifadedir.

Tablo 4.5'te Likya bölgesindeki yiyecek içecek işletmeleri hakkındaki görüşleriniz sorusunun "Hizmet kalitesine önem vermektedirler" ifadesine pozitif katılım oranı %78,26 ile en yüksek, negatif katılım oranı %6,09 ile en düşük ifadedir. "Menüler anlaşılabilirlik, çeşitlilik ve yaş grupları açısından tatmin edicidir" ifadesine pozitif katılım oranı %65,51 ile en düşük ifadedir. Aynı ifadeye negatif katılım oranı ise %6,96'dır.

Tablo 4.5. Likya Bölgesindeki Yiyecek İçecek İşletmeleri Hakkındaki Görüşleriniz Sorusunun Frekans Dağılımı

Likya Bölgesindeki Yiyecek İçecek İşletmeleri Hakkındaki Görüşleriniz sorusu	Negatif Katılım		Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum		Pozitif Katılım	
	N	%	N	%	N	%
Hizmet kalitesine önem vermektedirler	21	6,09	54	15,65	270	78,26
Hızlı hizmet sunmaktadırlar	22	6,38	92	26,67	231	66,96
Menüler, anlaşılabilirlik, çeşitlilik ve yaş grupları açısından tatmin edicidir	24	6,96	95	27,54	226	65,51
İşletmelerin menüsünde yöresel yemekler bulunmaktadır	37	10,73	74	21,45	234	67,83
İşletmenin ısıtma, mobilya, oturma vb. iyi durumdadır	23	6,67	64	18,55	258	74,79

Tablo 4.5'e göre Likya bölgesinde bulunan restoran işletmeleri hakkındaki görüşlerle ilgili olarak katılımcıların %74,79'u işletmelerin fiziki olarak iyi olduğunu ve %66,96'sı da servisin hızlı olduğunu belirtmiştir.

Tablo 4.6'da Likya bölgesindeki yiyecek ve içecekler hakkındaki görüşleriniz sorusunun "Servis edilen yiyecek içecekler sağlıklıdır" ifadesine pozitif katılım oranı %80'dir. Bu ifade pozitif katılım oranı en yüksek ifadedir. Aynı ifadeye negatif katılım oranı %1,74 ile en düşük ifadedir. "Yiyecek içeceklerin fiyatları uygundur" ifadesine pozitif katılım oranı %68,70'dir. Bu ifade pozitif katılım oranı en düşük ifadedir. Aynı ifadeye negatif katılım oranı %11,31 ile en yüksek ifadedir.

Tablo 4.6'ya göre katılımcıların %77,39'u yemeklerin güzel görüldüğünü ve iştah açıcı olduğunu belirtmiştir. %75,65'i yiyecek ve içeceklerde kullanılan

malzemeleri taze bulurken, %75,08'i de servis edilen yiyeceklerin lezzetli olduğunu belirtmiştir.

Tablo 4.7'de Likya bölgesindeki restoranların çalışanları ile ilgili görüşleriniz sorusunun “Çalışanlar müşterilere karşı kibar ve iyi niyetlidir” ifadesine pozitif katılım oranı %84,63 ile en yüksek, negatif katılım oranı %1,74 ile en düşük ifadedir. “Çalışanlar bölgenin gastronomi ile ilgili tavsiyelerde bulunur” ifadesine pozitif katılım oranı %61,74 ile en düşük, negatif katılım oranı ise %12,46 ile en yüksek ifadedir.

Tablo 4.6. Likya Bölgesindeki Yiyecek ve İçecekler Hakkındaki Görüşleriniz Sorusunun Frekans Dağılımı

Likya Bölgesindeki Yiyecek ve İçecekler Hakkındaki Görüşleriniz sorusu	Negatif Katılım		Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum		Pozitif Katılım	
	N	%	N	%	N	%
Servis edilen yiyecek-içecekler sağlıklıdır	6	1,74	63	18,26	276	80,00
Servis edilen yiyecek-içecekler lezzetlidir	16	4,64	70	20,29	259	75,08
Yiyecek ve içeceklerde kullanılan malzemeler tazedir	16	4,64	68	19,71	261	75,65
Yiyecek içeceklerin fiyatları uygundur	39	11,31	69	20	237	68,70
Yemeklerin görünüşü güzel ve iştah açıcıdır	16	4,64	62	17,97	267	77,39

Tablo 4.7'ye göre restoran çalışanları ile ilgili sorularda katılımlıların %66,09'u çalışanların yeterli düzeyde yabancı dil bilgisi olduğunu belirtmiştir. %71,89'u çalışanların kişisel temizliklerine önem verdiğini belirtirken, %76,81'i de menüde yer alan yemekler ve içecekler hakkında yeterli bilgi birikimine sahip olduğunu belirtmiştir.

Tablo 4.7. Likya Bölgesindeki Restoranların Çalışanları ile İlgili Görüşleriniz Sorusunun Frekans Dağılımı

Likya Bölgesindeki Restoranların Çalışanları ile İlgili Görüşleriniz sorusu	Negatif Katılım		Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum		Pozitif Katılım	
	N	%	N	%	N	%
Çalışanlar müşterilere karşı kibar ve iyi niyetlidir	10	2,9	43	12,46	292	84,63
Çalışanlar bölgenin gastronomisi ile ilgili tavsiyelerde bulunur	43	12,46	89	25,8	213	61,74
Çalışanlar yabancı dil bilirler	26	7,54	91	26,38	228	66,09
Çalışanlar kişisel temizliklerine önem verirler	21	6,09	76	22,03	248	71,89
Çalışanlar menü ve yemekler hakkında yeterli bilgi sahibidirler	18	5,22	62	17,97	265	76,81

4.3.ARAŞTIRMA SORULARINA İLİŞKİN BULGULAR

Burada 6 adet araştırma sorusuna ait bulgular verilecektir. Bu araştırma soruları “Anket maddelerine verilen cevapların cinsiyet ile ilişkisi var mıdır?”, “Anket maddelerine verilen cevapların yaş ile ilişkisi var mıdır?”, “Anket maddelerine verilen cevapların katılımcının yaşadığı ülke ile ilişkisi var mıdır? ”, “Anket maddelerine verilen cevapların katılımcının eğitim durumu ile ilişkisi var mıdır? ”, “Anket maddelerine verilen cevapların katılımcının sosyo-ekonomik düzeyi ile ilişkisi var mıdır? ”, “Anket maddelerine verilen cevapların katılımcının Likya bölgesine geliş sebebi ile ilişkisi var mıdır?” şeklindedir ve araştırma sorularına ilişkin bulgular Ki-Kare analizi ve Fisher’s Exact test analizi yapılarak yorumlanmıştır.

Araştırma Sorusu 1: Anket maddelerine verilen cevapların cinsiyet ile ilişkisi var mıdır?

Tablo 4.8’de verilen gastronomi kültürüne olan ilgi hakkındaki görüşlere ilişkin ifadelerine verilen cevapların dağılımı ile cinsiyet arasındaki ilişkinin tespiti amacıyla Ki-Kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda; “Yaşadığım ülkenin yiyecek ve içeceklerini iyi bilirim” ($p>0,05$), “Yaşadığım ülkede farklı yemek ve içecekleri denemeyi severim” ($p>0,05$), “Farklı ülke ve kültürdeki insanların ne yediklerini merak ederim” ($p>0,05$) ve “Farklı ülke ve kültürdeki insanların ne yediklerini araştırırım” ($p>0,05$) ifadelerine katılım düzeyi ile cinsiyet arasında

anlamli bir iliŒi olmadığı tespit edilmiŒtir. Bu ifadelere verilen cevaplar cinsiyetten bağımsızdır ve erkek ve kadınların vermiŒ olduğu cevaplar arasında bir farklılık yoktur.

Tablo 4.8’de yer alan “Farklı lke ve kültürlerin yöresel yemeklerini yemeyi severim” ($p<0,05$) ifadesine katılım düzeyi ile cinsiyet arasında ise anlamli bir iliŒi olduğu tespit edilmiŒtir. “Farklı lke ve kültürlerin yöresel yemeklerini yemeyi severim” grŒne kadınların %83,33’ katıldığını belirtirken, erkeklerin ise %71,07’sinin katıldığı tespit edilmiŒtir. Diğer bir ifade ile kadınların farklı ülke ve kültürdeki insanların ne yediklerini araŒtırması erkeklere göre daha yüksektir.

Tablo 4.8’deki anket maddeleri incelendiğinde gastronomi kültürüne kadınların erkeklerden daha ilgili olduğu görülmektedir.

Tablo 4.9’da yer alan gastronomi turizmine karŒı tutumları hakkındaki grŒlere iliŒkin ifadelere verilen cevapların dağılımı ile cinsiyet arasındaki iliŒkinin tespiti amacıyla Ki-Kare analizi yapılmıŒtır. Yapılan analiz sonucunda; “Farklı lke ve kültürlerin yöresel yemeklerini yemek için seyahat edebilirim” ($p>0,05$), “Seyahate çıkmadan önce gideceğim ülkenin yiyecek ve içeceklerini araŒtırırım” ($p>0,05$), “Bir ülkenin veya Œhrin restoranlarının kaliteli olması oraya seyahat etmemde etkilidir” ($p>0,05$), “Seyahat ettiğim ülke veya Œhirde, menüsünde yöresel yemek olan yerleri tercih ederim” ($p>0,05$) ve “Seyahat ettiğim ülkenin yiyecek, içecek kültürü oraya tekrar seyahat etmemde önemli bir etkendir” ($p>0,05$) ifadelerine katılım düzeyi ile cinsiyet arasında anlamli iliŒi olmadığı tespit edilmiŒtir. Diğer bir ifadeyle bu ifadelere verilen cevaplar cinsiyetten bağımsızdır, kadın ve erkeklerin vermiŒ oldukları cevaplar arasında farklılık yoktur.

Bunun sebebi bu eylemlerin birer zevk iŒi olmasından kaynaklanabilir. Yemek yemenin cinsiyete göre farklı bir durumu olduğu tespit edilmiŒ bir bulgu değildir. Ancak “Seyahat ettiğim ülke veya Œhrin yeme-içme kültüründen dolayı arkadaŒlarıma tavsiye edebilirim” ifadesine kadınların daha çok katıldığı tespit edilmiŒtir. Bunun sebebi kadınların erkeklere göre daha çok sohbet ortamında bulunmasından kaynaklandığı dŒnlmektedir.

Tablo 4.8. Gastronomi Kültürüne Olan İlgi Hakkındaki Görüşlere İlişkin İfadelere Verilen Cevapların Dağılımı ile Cinsiyet Arasındaki İlişkinin İncelenmesi İçin Ki-Kare Analizi

Soru	Katılım düzeyi	Cinsiyet		Ki-Kare	p	
		Erkek n	%			Kadın n
Yaşadığım ülkenin yiyecek ve içeceklerini iyi bilirim	Negatif Katılım	12	7,55	9	4,84	1,24 0,536
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	23	14,47	25	13,44	
	Pozitif Katılım	124	77,99	152	81,72	
Yaşadığım ülkede farklı yemek ve içecekleri denemeyi severim	Negatif Katılım	11	6,92	10	5,38	0,448 0,799
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	28	17,61	31	16,67	
	Pozitif Katılım	120	75,47	145	77,96	
Farklı ülke ve kültürdeki insanların ne yediklerini merak ederim	Negatif Katılım	10	6,29	12	6,45	0,105 0,949
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	40	25,16	44	23,66	
	Pozitif Katılım	109	68,55	130	69,89	
Farklı ülke ve kültürdeki insanların ne yediklerini araştırırım	Negatif Katılım	25	15,72	19	10,22	2,34 0,309
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	32	20,13	39	20,97	
	Pozitif Katılım	102	64,15	128	68,82	
Farklı ülke ve kültürlerin yöresel yemeklerini yemeyi severim	Negatif Katılım	16	10,06	14	7,53	8,24 0,016
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	30	18,87	17	9,14	
	Pozitif Katılım	113	71,07	155	83,33	

Tablo 4.9’da yer alan “Seyahat ettiğim ülke veya şehrin yeme-içme kültüründen dolayı arkadaşlarıma tavsiye edebilirim” ($p < 0,05$) ifadesine verilen cevaplar ile cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Kadın ve erkeklerin vermiş oldukları cevapların oranları incelendiğinde kadınların %79,57’sinin katılıyorum cevabını verirken erkeklerde bu oranın %71,70 olduğu tespit edilmiştir. Kadınlarda katılmıyorum cevabının oranı %1,61 iken erkeklerde bu oran %7,55 olduğu tespit edilmiştir. Diğer bir ifadeyle kadınların erkeklere göre

seyahat ettiği ülke ve şehrin yeme-içme kültüründen dolayı arkadaşlarına tavsiye etme düzeyi erkeklere göre daha yüksektir.

Tablo 4.9. Gastronomi Turizmine Karşı Tutumları Hakkındaki Görüşlere İlişkin İfadelere Verilen Cevapların Dağılımı ile Cinsiyet Arasındaki İlişkinin İncelenmesi İçin Ki-Kare Analizi

Soru	Katılım düzeyi	Cinsiyet		Ki-Kare	p		
		Erkek n %	Kadın n %				
Farklı ülke ve kültürlerin yöresel yemeklerini yemek için seyahat edebilirim	Negatif Katılım	25	15,72	23	12,37	0,821	0,663
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	28	17,61	35	18,82		
	Pozitif Katılım	106	66,67	128	68,82		
Seyahate çıkmadan önce gideceğim ülkenin yiyecek ve içeceklerini araştırırım	Negatif Katılım	16	10,06	19	10,22	5,01	0,082
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	40	25,16	29	15,59		
	Pozitif Katılım	103	64,78	138	74,19		
Bir ülkenin veya şehrin restoranlarının kaliteli olması oraya seyahat etmemde etkilidir	Negatif Katılım	20	12,58	26	13,98	1,45	0,483
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	43	27,04	40	21,51		
	Pozitif Katılım	96	60,38	120	64,52		
Seyahat ettiğim ülke veya şehirde, menüsünde yöresel yemek olan yerleri tercih ederim	Negatif Katılım	13	8,18	10	5,38	2,95	0,229
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	31	19,50	27	14,52		
	Pozitif Katılım	115	72,33	149	80,11		
Seyahat ettiğim ülke veya şehrin yeme-içme kültüründen dolayı arkadaşlarıma tavsiye edebilirim	Negatif Katılım	12	7,55	3	1,61	7,80	0,020
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	33	20,75	35	18,82		
	Pozitif Katılım	114	71,70	148	79,57		
Seyahat ettiğim ülkenin yiyecek, içecek kültürü oraya tekrar seyahat etmemde önemli bir etkindir	Negatif Katılım	17	10,69	13	6,99	1,50	0,472
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	38	23,90	45	24,19		
	Pozitif Katılım	104	65,41	128	68,82		

Tablo 4.10’da Likya bölgesindeki yiyecek içecek işletmeleri hakkındaki görüşlere ilişkin ifadeler verilen cevapların dağılımı ile cinsiyet arasındaki ilişkinin tespiti amacıyla Ki-Kare analizi yapılmıştır.

Tablo 4.10. Likya Bölgesindeki Yiyecek İçecek İşletmeleri Hakkındaki Görüşlere İlişkin İfadelere Verilen Cevapların Dağılımı ile Cinsiyet Arasındaki İlişkinin İncelenmesi İçin Yapılan Ki-Kare Analizi

Soru	Katılım düzeyi	Cinsiyet		Ki-Kare	p	
		Erkek n	%			Kadın n
Hizmet kalitesine önem vermektelerdir	Negatif Katılım	14	8,81	7	3,76	3,93 0,140
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	23	14,47	31	16,67	
	Pozitif Katılım	122	76,73	148	79,57	
Hızlı hizmet sunmaktadırlar	Negatif Katılım	15	9,43	7	3,76	4,61 0,099
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	41	25,79	51	27,42	
	Pozitif Katılım	103	64,78	128	68,82	
Menüler, anlaşılabilirlik, çeşitlilik ve yaş grupları açısından tatmin edicidir	Negatif Katılım	19	11,95	5	2,69	11,71 0,003
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	39	24,53	56	30,11	
	Pozitif Katılım	101	63,52	125	67,20	
İşletmelerin menüsünde yöresel yemekler bulunmaktadır	Negatif Katılım	22	13,84	15	8,06	3,29 0,193
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	35	22,01	39	20,97	
	Pozitif Katılım	102	64,15	132	70,97	
İşletmenin ısıtma, mobilya, oturma vb. iyi durumdadır	Negatif Katılım	11	6,92	12	6,45	0,044 0,978
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	29	18,24	35	18,82	
	Pozitif Katılım	119	74,84	139	74,73	

Yapılan analiz sonucunda; “Hizmet kalitesine önem vermektelerdir” ($p>0,05$), “Hızlı hizmet sunmaktadırlar” ($p>0,05$), “İşletmelerin menüsünde yöresel yemekler bulunmaktadır” ($p>0,05$) ve “İşletmenin ısıtma, mobilya, oturma vb, iyi durumdadır” ($>0,05$) ifadelerine katılım düzeyi ile cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki

olmadığı tespit edilmiştir. Bu ifadelere verilen cevaplar cinsiyetten bağımsızdır, erkek ve kadınların vermiş olduğu cevaplar arasında bir farklılık yoktur.

Tablo 4.10’da yer alan “Menüler, anlaşılabilirlik, çeşitlilik ve yaş grupları açısından tatmin edicidir”(p<0,05) ifadesine katılım düzeyi ile cinsiyet arasında ise anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Kadın ve erkeklerin vermiş olduğu cevapların oranı incelendiğinde kadınların %67,20’si katıldığını belirtirken, erkeklerde bu oranın %63,52 olduğu tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile kadınların, menüleri; anlaşılabilirlik, çeşitlilik ve yaş grupları açısından tatmin edici bulması erkeklere göre daha yüksektir.

Tablo 4.10’daki anket maddeleri incelendiğinde “İşletmenin ısıtma, mobilya, oturma vb. iyi durumdadır” ifadesi dışındaki ifadelerle katılım oranlarına bakıldığında kadınların erkeklere göre pozitif katılım oranının daha yüksek olduğu görülmektedir.

Tablo 4.11’de yer alan Likya bölgesindeki yiyecek ve içecekler hakkındaki görüşlere ilişkin ifadelerle verilen cevapların dağılımı ile cinsiyet arasındaki ilişkinin tespiti amacıyla Ki-Kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda; “Servis edilen yiyecek-içecekler sağlıklıdır” (p>0,05), “Servis edilen yiyecek-içecekler lezzetlidir” (p>0,05), “Yiyecek ve içeceklerde kullanılan malzemeler tazedir” (p>0,05) ve “Yiyecek içeceklerin fiyatları uygundur”(p>0,05) ifadelerine katılım düzeyi ile cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Bu ifadelerle verilen cevaplar cinsiyetten bağımsızdır. Erkek ve kadınların vermiş olduğu cevaplar arasında bir farklılık yoktur.

Tablo 4.11’de yer alan “Yemeklerin görünüşü güzel ve iştah açıcıdır”(p<0,05) ifadesine katılım düzeyi ile cinsiyet arasında ise anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Kadın ve erkeklerin vermiş olduğu cevapların oranı incelendiğinde kadınların %81,18’i katıldığını belirtirken, erkeklerde ise bu oranın %72,96 olduğu tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile kadınların, yemeklerin görünüşünü güzel ve iştah açıcı bulma düzeyi erkeklere göre daha yüksektir.

Tablo 4.11’de yer alan anket maddeleri incelendiğinde “Yiyecek ve içeceklerde kullanılan malzemeler tazedir” ifadesine pozitif katılım oranı incelendiğinde erkeklerin kadınlara oranla daha fazladır.

Tablo 4.11. Likya Bölgesindeki Yiyecek ve İçecekler Hakkındaki Görüşlere İlişkin İfadelere Verilen Cevapların Dağılımı ile Cinsiyet Arasındaki İlişkinin İncelenmesi İçin Ki-Kare Analizi

Soru	Katılım düzeyi	Cinsiyet		Ki-Kare	p	
		Erkek n	%			Kadın n
Servis edilen yiyecek-içecekler sağlıklıdır	Negatif Katılım	2	1,26	4	2,15	0,660 0,719
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	31	19,50	32	17,20	
	Pozitif Katılım	126	79,25	150	80,65	
Servis edilen yiyecek-içecekler lezzetlidir	Negatif Katılım	9	5,66	7	3,76	1,39 0,498
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	35	22,01	35	18,82	
	Pozitif Katılım	115	72,33	144	77,42	
Yiyecek ve içeceklerde kullanılan malzemeler tazedir	Negatif Katılım	8	5,03	8	4,30	2,12 0,345
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	26	16,35	42	22,58	
	Pozitif Katılım	125	78,62	136	73,12	
Yiyecek içeceklerin fiyatları uygundur	Negatif Katılım	22	13,84	17	9,14	1,88 0,389
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	31	19,50	38	20,43	
	Pozitif Katılım	106	66,67	131	70,43	
Yemeklerin görünüşü güzel ve iştah açıcıdır	Negatif Katılım	12	7,55	4	2,15	6,51 0,038
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	31	19,50	31	16,67	
	Pozitif Katılım	116	72,96	151	81,18	

Tablo 4.12’de Likya bölgesindeki restoranların çalışanları ile ilgili görüşlere ilişkin ifadeler verilen cevapların dağılımı ile cinsiyet arasındaki ilişkinin tespiti amacıyla Ki-Kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda; “Çalışanlar müşterilere karşı kibar ve iyi niyetlidir”(p>0,05), “Çalışanlar bölgenin gastronomisi ile ilgili tavsiyelerde bulunur”(p>0,819), “Çalışanlar yabancı dil bilirler” (p>0,05), “Çalışanlar kişisel temizliklerine önem verirler”(p>0,05) ve “Çalışanlar menü ve yemekler hakkında yeterli bilgi sahibidirler” (p>0,05) ifadelerine katılım düzeyi ile cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Bu ifadeler verilen

cevaplar cinsiyetten bağımsızdır. Erkek ve kadınların vermiş olduğu cevaplar arasında bir farklılık yoktur.

Tablo 4.12. Likya Bölgesindeki Restoranların Çalışanları ile İlgili Görüşleri Hakkındaki Görüşlere İlişkin İfadelere Verilen Cevapların Dağılımı ile Cinsiyet Arasındaki İlişkinin İncelenmesi İçin Ki-Kare Analizi

Soru	Katılım düzeyi	Cinsiyet		Ki-Kare	p	
		Erkek n	%			Kadın n
Çalışanlar müşterilere karşı kibar ve iyi niyetlidir	Negatif Katılım	5	3,14	5	2,69	
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	20	12,58	23	12,37	0,069 0,966
	Pozitif Katılım	134	84,28	158	84,95	
Çalışanlar bölgenin gastronomisi ile ilgili tavsiyelerde bulunur	Negatif Katılım	19	11,95	24	12,90	
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	39	24,53	50	26,88	0,398 0,819
	Pozitif Katılım	101	63,52	112	60,22	
Çalışanlar yabancı dil bilirler	Negatif Katılım	14	8,81	12	6,45	
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	36	22,64	55	29,57	2,46 0,292
	Pozitif Katılım	109	68,55	119	63,98	
Çalışanlar kişisel temizliklerine önem verirler	Negatif Katılım	12	7,55	9	4,84	
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	39	24,53	37	19,89	2,51 0,285
	Pozitif Katılım	108	67,92	140	75,27	
Çalışanlar menü ve yemekler hakkında yeterli bilgi sahibidirler	Negatif Katılım	11	6,92	7	3,76	
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	30	18,87	32	17,20	2,02 0,363
	Pozitif Katılım	118	74,21	147	79,03	

Bunu sebebi cinsiyetten ziyade, katılımcıların karşılaşmış olduğu çalışan profili olabileceği düşünülmektedir. Erkek-Kadın fark etmeksizin aynı yerlere gittikleri için de anlamlı bir farklılık olmamış olabilmektedir. Bu farklılığı tespit edebilmek amacıyla çalışanlar üzerine bir araştırma yapılmasının daha uygun olabileceği düşünülmektedir. Literatürde benzer bir araştırma bulunamamıştır.

Araştırma Sorusu 2: Anket maddelerine verilen cevapların yaş ile ilişkisi var mıdır?

Tablo 4.13'te gastronomi kültürüne olan ilgi hakkındaki görüşlere ilişkin ifadeler verilen cevapların dağılımı ile yaş arasındaki ilişkinin tespiti amacıyla Ki-Kare analizi yapılmıştır.

Tablo 4.13. Gastronomi Kültürüne Olan İlgi Hakkındaki Görüşlere İlişkin İfadelere Verilen Cevapların Dağılımı ile Yaş Arasındaki İlişkinin İncelenmesi İçin Ki-Kare ve Fisher's Exact Test Analizi

Soru	Katılım düzeyi	18-25		26-35		Yaş 36-45		46-60		60+		Ki-Kare	p
		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
Yaşadığım ülkenin yiyecek ve içeceklerini iyi bilirim	Negatif Katılım	5	22,73	4	18,18	5	22,73	6	27,27	2	9,09		
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	9	17,31	15	28,85	12	23,08	10	19,23	6	11,54	3,94	0,903
	Pozitif Katılım	42	14,79	96	33,80	59	20,77	57	20,07	30	10,56		
Yaşadığım farklı ülkelerde yemek ve içecekleri denemeyi severim	Negatif Katılım	6	26,09	3	13,04	8	34,78	5	21,74	1	4,35		
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	12	19,67	23	37,70	11	18,03	10	16,39	5	8,20	10,19	0,235
	Pozitif Katılım	38	13,87	89	32,48	57	20,80	58	21,17	32	11,68		
Farklı ülke ve kültürlerdeki insanların ne yediklerini merak ederim	Negatif Katılım	7	29,17	2	8,33	7	29,17	5	20,83	3	12,50		
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	14	16,28	29	33,72	16	18,60	18	20,93	9	10,47	8,83	0,358
	Pozitif Katılım	35	14,11	84	33,87	53	21,37	50	20,16	26	10,48		
Farklı ülke ve kültürlerdeki insanların ne yediklerini araştırırım	Negatif Katılım	12	26,09	6	13,04	13	28,26	9	19,57	6	13,04		
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	13	17,11	29	38,16	16	21,05	12	15,79	6	7,89	13,76	0,256
	Pozitif Katılım	31	13,14	80	33,90	47	19,92	52	22,03	26	11,02		
Farklı ülkelerin yemeklerini severim	Negatif Katılım	6	18,75	8	25,00	7	21,88	5	15,63	6	18,75		
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	12	23,53	12	23,53	15	29,41	10	19,61	2	3,92	3,94	0,865
	Pozitif Katılım	38	13,82	95	34,55	54	19,64	58	21,09	30	10,91		

Tablo 4.13’de yapılan analiz sonucunda; “Yaşadığım ülkenin yiyecek ve içeceklerini iyi bilirim” ($p>0,05$), “Yaşadığım ülkede farklı yemek ve içecekleri denemeyi severim” ($p>0,05$), “Farklı ülke ve kültürdeki insanların ne yediklerini merak ederim” ($p>0,05$), “Farklı ülke ve kültürdeki insanların ne yediklerini araştırırım” ($p>0,05$), “Farklı ülke ve kültürlerin yöresel yemeklerini yemeyi severim” ($p>0,05$) ifadelerine katılım düzeyi ile yaş arasında anlamlı bir ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Bu ifadelere verilen cevaplar bireyin yaşından bağımsızdır.

Bunun sebebi araştırmaya katılan katılımcıların yaş aralığından kaynaklanıyor olabilir.

Tablo 4.14’te gastronomi turizmine karşı tutumları hakkındaki görüşlere ilişkin ifadeler verilen cevapların dağılımı ile yaş arasındaki ilişkinin tespiti amacıyla Ki-Kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda; “Farklı ülke ve kültürlerin yöresel yemeklerini yemek için seyahat edebilirim” ($p>0,05$), “Seyahate çıkmadan önce gideceğim ülkenin yiyecek ve içeceklerini araştırırım” ($p>0,05$), “Bir ülkenin veya şehrin restoranlarının kaliteli olması oraya seyahat etmemde etkilidir” ($p>0,05$), “Seyahat ettiğim ülke veya şehirde, menüsünde yöresel yemek olan yerleri tercih ederim” ($p>0,05$) ve “Seyahat ettiğim ülke veya şehrin yeme-içme kültüründen dolayı arkadaşlarıma tavsiye edebilirim” ($p>0,05$) ifadelerine katılım düzeyi ile yaş arasında anlamlı bir ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Bu ifadelere verilen cevaplar bireyin yaşından bağımsızdır. Tüm yaş gruplarının belirttiği ifadeler arasında bir farklılık yoktur.

Tablo 4.14’de yer alan “Seyahat ettiğim ülkenin yiyecek, içecek kültürü oraya tekrar seyahat etmemde önemli bir etkidir” ($p<0,05$) ifadesine katılım düzeyi ile yaş arasında ise anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Yaş gruplarının vermiş olduğu cevapların dağılımları incelendiğinde 26-35 yaş grubunun(36,97); 18-25 yaş grubu(%14,71), 36-45 yaş grubu(%18,49), 46-60 yaş grubu(%21,43) ve 60+ yaş gruplarından(%8,40) daha yüksek katılım düzeyinde olduğu tespit edilmiştir. Başka bir ifade ile 26-35 yaş grubunun diğer gruplara göre seyahat ettiği ülkenin yiyecek, içecek kültürü için oraya tekrar seyahat etmesinde önemli bir etkidir.

Tablo 4.14. Gastronomi Turizmine Karşı Tutumları Hakkındaki Görüşlere İlişkin İfadelere Verilen Cevapların Dağılımı ile Yaş Arasındaki İlişkinin İncelenmesi İçin Ki-Kare ve Fisher's Exact Test Analizi

Soru	Katılım düzeyi	Yaş										Ki-Kare	p
		18-25		26-35		36-45		46-60		60+			
		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
Farklı ülke ve kültürlerin yemeklerini için edebilirim	Negatif Katılım	5	10,00	12	24,00	15	30,00	11	22,00	7	14,00		
	Ne Katılıyorum												
	Ne Katılmıyorum	14	20,59	14	20,59	16	23,53	16	23,53	8	11,76	11,88	0,157
	Pozitif Katılım	37	15,42	89	37,08	45	18,75	46	19,17	23	9,58		
Seyahate çıkmadan önce ülkenin yiyecek ve içeceklerini araştırım	Negatif Katılım	5	13,16	7	18,42	11	28,95	11	28,95	4	10,53		
	Ne Katılıyorum												
	Ne Katılmıyorum	13	18,06	16	22,22	14	19,44	19	26,39	10	13,89	12,68	0,123
	Pozitif Katılım	38	15,32	92	37,10	51	20,56	43	17,34	24	9,68		
Bir ülkenin veya şehrin restoranlarının kaliteli olması oraya seyahat etmemde etkilidir	Negatif Katılım	10	21,28	13	27,66	11	23,40	7	14,89	6	12,77		
	Ne Katılıyorum												
	Ne Katılmıyorum	12	13,79	24	27,59	24	27,59	19	21,84	8	9,20	6,39	0,603
	Pozitif Katılım	34	15,18	78	34,82	41	18,30	47	20,98	24	10,71		
Seyahat ettiğim ülke veya şehrin menüsünde yemek olan yerleri tercih ederim	Negatif Katılım	5	20,83	4	16,67	7	29,17	5	20,83	3	12,50		
	Ne Katılıyorum												
	Ne Katılmıyorum	10	16,95	17	28,81	15	25,42	12	20,34	5	8,47	4,81	0,778
	Pozitif Katılım	41	14,91	94	34,18	54	19,64	56	20,36	30	10,91		
Seyahat ettiğim ülke veya şehrin yeme-içme kültüründen dolayı arkadaşlarıma tavsiye edebilirim	Negatif Katılım	5	33,33	1	6,67	3	20,00	3	20,00	3	20,00		
	Ne Katılıyorum												
	Ne Katılmıyorum	11	15,49	26	36,62	12	16,90	13	18,31	9	12,68	9,99	0,237
	Pozitif Katılım	40	14,71	88	32,35	61	22,43	57	20,96	26	9,56		
Seyahat ettiğim ülkenin yiyecek, içecek kültürü oraya tekrar seyahat etmemde önemli bir etkidir	Negatif Katılım	5	16,13	2	6,45	8	25,81	8	25,81	8	25,81		
	Ne Katılıyorum												
	Ne Katılmıyorum	16	17,98	25	28,09	24	26,97	14	15,73	10	11,24	20,92	0,007
	Pozitif Katılım	35	14,71	88	36,97	44	18,49	51	21,43	20	8,40		

Tablo 4.14'deki anket maddeleri incelendiğinde 26-35 yaş aralığının tüm ifadelerle pozitif katılım oranı en yüksek yaş aralığıdır. Bunun sebebi 26-35 yaş aralığındaki insanların hayata bakış açılarından ve bu yaşlarda hayat enerjilerinin yüksek olmasından kaynaklanıyor olabilir.

Tablo 4.15'de Likya bölgesindeki yiyecek içecek işletmeleri hakkındaki görüşlere ilişkin ifadelerle verilen cevapların dağılımı ile yaş arasındaki ilişkinin tespiti amacıyla Ki-Kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda; “Hızlı hizmet sunmaktadırlar” ($p>0,05$), “Menüler, anlaşılabilirlik, çeşitlilik ve yaş grupları açısından tatmin edicidir” ($p>0,05$), “İşletmelerin menüsünde yöresel yemekler bulunmaktadır” ($p>0,05$) ve “İşletmenin ısıtma, mobilya, oturma vb. iyi durumdadır” ($p>0,05$) ifadelerine katılım düzeyi ile yaş arasında anlamlı bir ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Bu ifadelerle verilen cevaplar bireyin yaşından bağımsızdır. Tüm yaş gruplarının belirttiği ifadeler arasında bir farklılık yoktur.

Tablo 4.15'de yer alan “Hizmet kalitesine önem vermektedirler” ($p<0,05$) ifadesine katılım düzeyi ile yaş arasında ise anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Yaş gruplarının vermiş olduğu cevapların dağılımları incelendiğinde 26-35 yaş grubunun(%36,92), 18-25 yaş grubu(%15,41), 36-45 yaş grubu(%18,64), 46-60 yaş grubu(%20,43) ve 60+ yaş gruplarından(%8,60) daha yüksek katılım düzeyinde olduğu tespit edilmiştir. Başka bir ifade ile 26-35 yaş grubunun diğer yaş gruplarına göre hizmet kalitesine daha fazla önem verdikleri tespit edilmiştir.

Tablo 4.15'deki bulgulara benzer olarak Yarış (2014) ve Arslan'ın (2010) yapmış olduğu çalışmalarda da aynı bulgulara rastlanmıştır, bu bulgular literatürdeki diğer çalışmalarla desteklenmektedir.

Tablo 4.15. Likya Bölgesindeki Yiyecek İçecek İşletmeleri Hakkındaki Görüşlere İlişkin İfadelere Verilen Cevapların Dağılımı ile Yaş Arasındaki İlişkinin İncelenmesi İçin Ki-Kare Analizi

Soru	Katılım düzeyi	18-25		26-35		Yaş 36-45		46-60		60+		Ki-Kare	p
		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
Hizmet kalitesine önem vermektedirler	Negatif Katılım	4	18,18	4	18,18	10	45,45	3	13,64	1	4,55	26,96	0,001
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	9	15,79	8	14,04	14	24,56	13	22,81	13	22,81		
	Pozitif Katılım	43	15,41	103	36,92	52	18,64	57	20,43	24	8,60		
Hızlı hizmet sunmaktadırlar	Negatif Katılım	2	8,70	6	26,09	6	26,09	4	17,39	5	21,74	6,06	0,640
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	16	16,49	30	30,93	22	22,68	17	17,53	12	12,37		
	Pozitif Katılım	38	15,97	79	33,19	48	20,17	52	21,85	21	8,82		
Menüler, anlaşılabilirlik, çeşitlilik ve yaş grupları açısından tatmin edicidir	Negatif Katılım	6	25,00	2	8,33	8	33,33	4	16,67	4	16,67	13,08	0,109
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	12	12,12	40	40,40	22	22,22	17	17,17	8	8,08		
	Pozitif Katılım	38	16,17	73	31,06	46	19,57	52	22,13	26	11,06		
İşletmelerin menüsünde yöresel yemekler bulunmaktadır	Negatif Katılım	6	15,79	8	21,05	14	36,84	7	18,42	3	7,89	15,01	0,059
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	14	18,18	32	41,56	16	20,78	8	10,39	7	9,09		
	Pozitif Katılım	36	14,81	75	30,86	46	18,93	58	23,87	28	11,52		
İşletmenin ısıtma, mobilya, oturma vb, iyi durumdadır	Negatif Katılım	5	21,74	4	17,39	6	26,09	4	17,39	4	17,39	5,83	0,665
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	12	18,18	21	31,82	16	24,24	10	15,15	7	10,61		
	Pozitif Katılım	39	14,50	90	33,46	54	20,07	59	21,93	27	10,04		

Tablo 4.16’da Likya bölgesindeki yiyecek ve içecekler hakkındaki görüşlere ilişkin ifadeler verildiği cevapların dağılımı ile yaş arasındaki ilişkinin tespiti amacıyla Ki-Kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda; “Servis edilen yiyecek-içecekler sağlıklıdır” ($p>0,05$), “Servis edilen yiyecek-içecekler lezzetlidir” ($p>0,05$), “Yiyecek ve içeceklerde kullanılan malzemeler tazedir” ($p>0,05$), “Yiyecek içeceklerin fiyatları uygundur” ($p>0,05$) ve “Yemeklerin görünüşü güzel

ve iştah açıcıdır” ($p>0,05$) ifadelerine katılım düzeyi ile yaş arasında anlamlı bir ilişki olmadığı tespit edilmiştir.

Tablo 4.16. Likya Bölgesindeki Yiyecek ve İçecekler Hakkındaki Görüşlere İlişkin İfadelere Verilen Cevapların Dağılımı ile Yaş Arasındaki İlişkinin İncelenmesi İçin Ki-Kare Analizi

Soru	Katılım düzeyi	Yaş										Ki-Kare	p
		18-25		26-35		36-45		46-60		60+			
		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
Servis edilen yiyecek- içecekler sağlıklıdır	Negatif Katılım	3	50,00	0	0,00	2	33,33	0	0,00	1	16,67		
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	10	15,87	18	28,57	13	20,63	11	17,46	11	17,46	11,71	0,102
	Pozitif Katılım	43	14,88	97	33,56	61	21,11	62	21,45	26	9,00		
Servis edilen yiyecek- içecekler lezzetlidir	Negatif Katılım	3	18,75	5	31,25	4	25,00	3	18,75	1	6,25		
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	12	16,90	23	32,39	18	25,35	11	15,49	7	9,86	2,60	0,957
	Pozitif Katılım	41	15,13	87	32,10	54	19,93	59	21,77	30	11,07		
Yiyecek ve içeceklerde kullanılan malzemeler tazedir	Negatif Katılım	3	18,75	4	25,00	3	18,75	5	31,25	1	6,25		
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	10	14,08	26	36,62	18	25,35	9	12,68	8	11,27	5,26	0,729
	Pozitif Katılım	43	15,87	85	31,37	55	20,30	59	21,77	29	10,70		
Yiyecek içeceklerin fiyatları uygundur	Negatif Katılım	6	15,00	10	25,00	12	30,00	6	15,00	6	15,00		
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	11	14,67	28	37,33	17	22,67	14	18,67	5	6,67	6,09	0,637
	Pozitif Katılım	39	16,05	77	31,69	47	19,34	53	21,81	27	11,11		
Yemeklerin görünüşü güzel ve iştah açıcıdır	Negatif Katılım	4	25,00	1	6,25	5	31,25	3	18,75	3	18,75		
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	9	14,29	21	33,33	19	30,16	8	12,70	6	9,52	11,86	0,157
	Pozitif Katılım	43	15,41	93	33,33	52	18,64	62	22,22	29	10,39		

Tablo 4.16'daki anket maddeleri incelendiğinde pozitif katılım oranı en yüksek yaş grubunun 26-35 yaş grubu olduğu görülmektedir.

Tablo 4.16'daki bulguların aksine Yarış'ın (2014) yapmış olduğu çalışmada yaş ile bahsi geçen ifadeler arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Bunun sebebinin örneklemin farklı olmasından kaynaklanabileceği düşünülmektedir.

Tablo 4.17'de gastronomi kültürüne olan ilgi hakkındaki görüşlere ilişkin ifadelere verilen cevapların dağılımı ile yaş arasındaki ilişkinin tespiti amacıyla Ki-Kare ve Fisher's Exact test analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda; "Çalışanlar müşterilere karşı kibar ve iyi niyetlidir" ($p>0,05$), "Çalışanlar bölgenin gastronomisi ile ilgili tavsiyelerde bulunur" ($p>0,05$), "Çalışanlar yabancı dil bilirler" ($p>0,05$), "Çalışanlar kişisel temizliklerine önem verirler" ($p>0,05$) ve "Çalışanlar menü ve yemekler hakkında yeterli bilgi sahibidirler" ($p>0,05$) ifadelerine katılım düzeyi ile yaş arasında anlamlı bir ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Bu ifadelere verilen cevaplar bireyin yaşından bağımsızdır. Tüm yaş gruplarının belirttiği ifadeler arasında bir farklılık yoktur.

Tablo 4.17'deki anket maddeleri incelendiğinde pozitif katılım oranı en yüksek yaş grubunun 26-35 yaş grubu olduğu görülmektedir.

Tablo 4.17'deki bulgular ile Yarış'ın (2014) çalışmasındaki bulgular tam tersi yöndedir. Bu durum yine örneklem farkından kaynaklanıyor olabilir. Aynı zamanda Yarış'ın (2014) araştırmasının Mardin'de bu çalışmanın Likya bölgesinde yapılması da durumun böyle olması ile sonuçlanabilir.

Tablo 4.17. Likya Bölgesindeki Restoranların Çalışanları ile İlgili Görüşleri Hakkındaki Görüşlere İlişkin İfadelere Verilen Cevapların Dağılımı ile Yaş Arasındaki İlişkinin İncelenmesi İçin Ki-Kare ve Fisher's Exact Test Analizi

Soru	Katılım düzeyi	18-25		26-35		Yaş 36-45		46-60		60+		Ki-Kare	p
		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
Çalışanlar müşterilere karşı kibar ve iyi niyetlidir	Negatif Katılım	1	10,00	4	40,00	3	30,00	1	10,00	1	10,00		
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	11	23,40	12	25,53	14	29,79	7	14,89	3	6,38	7,47	0,449
	Pozitif Katılım	44	14,62	99	32,89	59	19,60	65	21,59	34	11,30		
Çalışanlar bölgenin gastronomisi ile ilgili tavsiyelerde bulunur	Negatif Katılım	7	15,56	15	33,33	12	26,67	8	17,78	3	6,67		
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	10	10,53	33	34,74	26	27,37	19	20,00	7	7,37	9,27	0,319
	Pozitif Katılım	39	17,89	67	30,73	38	17,43	46	21,10	28	12,84		
Çalışanlar yabancı dil bilirler	Negatif Katılım	5	18,52	7	25,93	10	37,04	2	7,41	3	11,11		
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	14	14,74	30	31,58	20	21,05	21	22,11	10	10,53	6,55	0,586
	Pozitif Katılım	37	15,68	78	33,05	46	19,49	50	21,19	25	10,59		
Çalışanlar temizliklerine önem verirler	Negatif Katılım	4	19,05	5	23,81	8	38,10	2	9,52	2	9,52		
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	8	10,00	26	32,50	17	21,25	19	23,75	10	12,50	7,68	0,465
	Pozitif Katılım	44	17,12	84	32,68	51	19,84	52	20,23	26	10,12		
Çalışanlar menü ve yemekler hakkında yeterli bilgi sahibidirler	Negatif Katılım	4	22,22	5	27,78	4	22,22	3	16,67	2	11,11		
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	9	13,64	23	34,85	14	21,21	14	21,21	6	9,09	1,26	0,996
	Pozitif Katılım	43	15,69	87	31,75	58	21,17	56	20,44	30	10,95		

Araştırma Sorusu 3: Anket maddelerine verilen cevapların katılımcının yaşadığı ülke ile ilişkisi var mıdır?

Tablo 4.18’de gastronomi kültürüne olan ilgi hakkındaki görüşlere ilişkin ifadeler verilen cevapların dağılımı ile kişinin yaşadığı ülke arasındaki ilişkinin tespiti amacıyla Ki-Kare analizi yapılmıştır.

Tablo 4.18. Gastronomi Kültürüne Olan İlgi Hakkındaki Görüşlere İlişkin İfadelere Verilen Cevapların Dağılımı ile Yaşadığı Ülke Arasındaki İlişkinin İncelenmesi İçin Ki-Kare Analizi

Soru	Katılım düzeyi	Yaşadığınız ülke				Ki-Kare	p
		Türkiye n	%	Diğer n	%		
Yaşadığım ülkenin yiyecek ve içeceklerini iyi bilirim	Negatif Katılım	16	72,73%	6	27,27%	1,63	0,442
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	37	71,15%	15	28,85%		
	Pozitif Katılım	181	63,73%	103	36,27%		
Yaşadığım ülkede farklı yemek ve içecekleri denemeyi severim	Negatif Katılım	16	69,57%	7	30,43%	5,43	0,066
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	32	52,46%	29	47,54%		
	Pozitif Katılım	186	67,88%	88	32,12%		
Farklı ülke ve kültürdeki insanların ne yediklerini merak ederim	Negatif Katılım	19	79,17%	5	20,83%	3,08	0,214
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	59	68,60%	27	31,40%		
	Pozitif Katılım	156	62,90%	92	37,10%		
Farklı ülke ve kültürdeki insanların ne yediklerini araştırırım	Negatif Katılım	39	84,78%	7	15,22%	22,79	0,000
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	61	80,26%	15	19,74%		
	Pozitif Katılım	134	56,78%	102	43,22%		
Farklı ülke ve kültürlerin yöresel yemeklerini yemeyi severim	Negatif Katılım	27	84,38%	5	15,63%	13,23	0,001
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	41	80,39%	10	19,61%		
	Pozitif Katılım	166	60,36%	109	39,64%		

Tablo 4.18’de yapılan analiz sonucunda; “Yaşadığım ülkenin yiyecek ve içeceklerini iyi bilirim” ($p>0,05$), “Yaşadığım ülkede farklı yemek ve içecekleri denemeyi severim” ($p>0,05$) ve “Farklı ülke ve kültürdeki insanların ne yediklerini

merak ederim” ($p>0,05$) ifadelerine katılım düzeyi ile bireyin yaşadığı ülke arasında anlamlı bir ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Bu ifadelere verilen cevaplar bireyin yaşadığı ülkeden bağımsızdır. Türkiye ve diğer ülkelerde yaşayan kişilerin vermiş oldukları cevaplar arasında farklılık yoktur.

Tablo 4.18’de yer alan “Farklı ülke ve kültürdeki insanların ne yediklerini araştırım” ($p<0,05$) ifadesine katılım düzeyi ile kişinin yaşadığı ülke arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Kişilerin vermiş olduğu cevaplar incelendiğinde Türkiye’de yaşayanlar %56,78 olan katılım belirtirken, diğer ülkelerde yaşayanların %43,22 katılım düzeyinde olduğu tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile Türkiye’de yaşayan katılımcıların farklı ülke ve kültürlerin insanların ne yediklerini araştırdıkları diğer ülkelere göre daha yüksektir.

Tablo 4.18’deki “Farklı ülke ve kültürlerin yöresel yemeklerini yemeyi severim” ($p<0,05$) ifadesine katılım düzeyi ile kişinin yaşadığı ülke arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Kişilerin vermiş olduğu cevaplar incelendiğinde Türkiye’de yaşayanlar %60,36 olan katılım belirtirken, diğer ülkelerde yaşayanların %39,64 katılım düzeyinde olduğu tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile Türkiye’de yaşayan katılımcıların farklı ülke ve kültürlerin yöresel yemeklerini yemeyi sevmeleri diğer ülkelere göre daha yüksektir.

Tablo 4.18’deki anket maddeleri incelendiğinde yerli turistlerin tüm ifadelere pozitif katılım oranları yurt dışından gelen turistlere oranla daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu da yerli turistlerin yeme-içme merakının yabancı turistlerden daha fazla olduğunu göstermektedir.

Tablo 4.19’da gastronomi turizmine karşı tutumları hakkındaki görüşlere ilişkin ifadelerine verilen cevapların dağılımı ile kişinin yaşadığı ülke arasındaki ilişkinin tespiti amacıyla Ki-Kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda; “Seyahate çıkmadan önce gideceğim ülkenin yiyecek ve içeceklerini araştırım” ($p>0,05$), “Bir ülkenin veya şehrin restoranlarının kaliteli olması oraya seyahat etmemde etkilidir” ($p>0,05$), “Seyahat ettiğim ülke veya şehirde, menüsünde yöresel yemek olan yerleri tercih ederim” ($p>0,05$) ve “Seyahat ettiğim ülke veya şehrin yeme-içme kültüründen dolayı arkadaşlarıma tavsiye edebilirim” ($p>0,05$) ifadelerine katılım düzeyi ile bireyin yaşadığı ülke arasında anlamlı bir ilişki

olmadığı tespit edilmiştir. Bu ifadelere verilen cevaplar bireyin yaşadığı ülkeden bağımsızdır. Türkiye ve diğer ülkelerde yaşayan kişilerin vermiş oldukları cevaplar arasında farklılık yoktur.

Tablo 4.19’da yer alan “Farklı ülke ve kültürlerin yöresel yemeklerini yemek için seyahat edebilirim” ($p<0,05$) ifadesine katılım düzeyi ile kişinin yaşadığı ülke arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Kişilerin vermiş olduğu cevaplar incelendiğinde Türkiye’de yaşayan kişiler %59,58 olan katılım belirtirken, diğer ülkelerde yaşayan kişilerin %40,42 katılım düzeyinde olduğu tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile Türkiye’de yaşayan katılımcıların farklı ülke ve kültürlerin yöresel yemeklerini yemek için seyahat etmeleri diğer ülkelere göre daha yüksektir.

Tablo 4.19’daki “Seyahat ettiğim ülkenin yiyecek, içecek kültürü oraya tekrar seyahat etmemde önemli bir etkidir” ($p<0,05$) ifadesine katılım düzeyi ile kişinin yaşadığı ülke arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Kişilerin vermiş olduğu cevaplar incelendiğinde Türkiye’de yaşayan kişiler %59,24 olan katılım belirtirken, diğer ülkelerde yaşayan kişilerin %40,76 katılım düzeyinde olduğu tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile Türkiye’de yaşayan katılımcıların seyahat ettikleri ülkenin yiyecek, içecek kültürü oraya tekrar seyahat etmesinde önemli bir etken olduğunu belirtmeleri diğer ülkelere göre daha yüksektir.

Tablo 4.19’daki anket maddeleri incelendiğinde tüm ifadelere verilen cevaplarda yerli turistlerin pozitif ve negatif katılım oranları yabancı turistlerden daha yüksek olduğu görülmektedir. Yine bu tabloda da yerli turistlerin yabancı turistlere oranla gastronomi turizmine daha fazla ilgi duyduklarını söyleyebiliriz.

Tablo 3.19. Gastronomi Turizmine Karşı Tutumları Hakkındaki Görüşlere İlişkin İfadelere Verilen Cevapların Dağılımı ile Yaşadığı Ülke Arasındaki İlişkinin İncelenmesi İçin Ki-Kare Analizi

Soru	Katılım düzeyi	Yaşadığımız ülke				Ki-Kare	p
		Türkiye n	%	Diğer n	%		
Farklı ülke ve kültürlerin yöresel yemeklerini yemek için seyahat edebilirim	Negatif Katılım	42	84,00%	8	16,00%	12,55	0,002
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	49	72,06%	19	27,94%		
	Pozitif Katılım	143	59,58%	97	40,42%		
Seyahate çıkmadan önce gideceğim ülkenin yiyecek ve içeceklerini araştırırım	Negatif Katılım	29	76,32%	9	23,68%	4,13	0,127
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	51	70,83%	21	29,17%		
	Pozitif Katılım	154	62,10%	94	37,90%		
Bir ülkenin veya şehrin restoranlarının kaliteli olması oraya seyahat etmemde etkilidir	Negatif Katılım	35	74,47%	12	25,53%	3,30	0,192
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	60	68,97%	27	31,03%		
	Pozitif Katılım	139	62,05%	85	37,95%		
Seyahat ettiğim ülke veya şehirde, menüsünde yöresel yemek olan yerleri tercih ederim	Negatif Katılım	21	87,50%	3	12,50%	5,60	0,061
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	37	62,71%	22	37,29%		
	Pozitif Katılım	176	64,00%	99	36,00%		
Seyahat ettiğim ülke veya şehrin yeme-içme kültüründen dolayı arkadaşlarıma tavsiye edebilirim	Negatif Katılım	13	86,67%	2	13,33%	3,96	0,137
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	49	69,01%	22	30,99%		
	Pozitif Katılım	172	63,24%	100	36,76%		
Seyahat ettiğim ülkenin yiyecek, içecek kültürü oraya tekrar seyahat etmemde önemli bir etkidir	Negatif Katılım	27	87,10%	4	12,90%	13,44	0,001
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	66	74,16%	23	25,84%		
	Pozitif Katılım	141	59,24%	97	40,76%		

Tablo 4.20’de Likya bölgesindeki yiyecek içecek işletmeleri hakkındaki görüşlere ilişkin ifadeler verilen cevapların dağılımı ile kişinin yaşadığı ülke arasındaki ilişkinin tespiti amacıyla Ki-Kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda; “Menüler, anlaşılabilirlik, çeşitlilik ve yaş grupları açısından tatmin edicidir”

($p>0,05$) ifadesine katılım düzeyi ile bireyin yaşadığı ülke arasında anlamlı bir ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Bu ifadeye verilen cevaplar bireyin yaşadığı ülkeden bağımsızdır. Türkiye ve diğer ülkelerde yaşayan kişilerin vermiş oldukları cevaplar arasında farklılık yoktur.

Tablo 4.20. Likya Bölgesindeki Yiyecek İçecek İşletmeleri Hakkındaki Görüşlere İlişkin İfadelere Verilen Cevapların Dağılımı ile Yaşadığı Ülke Arasındaki İlişkinin İncelenmesi İçin Ki-Kare Analizi

Soru	Katılım düzeyi	Yaşadığınız ülke				Ki-Kare	p
		Türkiye n	%	Diğer n	%		
Hizmet kalitesine önem vermekteler	Negatif Katılım	21	95,45%	1	4,55%	13,77	0,001
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	43	75,44%	14	24,56%		
	Pozitif Katılım	170	60,93%	109	39,07%		
Hızlı hizmet sunmaktadırlar	Negatif Katılım	22	95,65%	1	4,35%	10,78	0,005
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	65	67,01%	32	32,99%		
	Pozitif Katılım	147	61,76%	91	38,24%		
Menüler, anlaşılabilirlik, çeşitlilik ve yaş grupları açısından tatmin edicidir	Negatif Katılım	20	83,33%	4	16,67%	4,08	0,130
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	66	66,67%	33	33,33%		
	Pozitif Katılım	148	62,98%	87	37,02%		
İşletmelerin menüsünde yöresel yemekler bulunmaktadır	Negatif Katılım	34	89,47%	4	10,53%	16,86	0,000
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	57	74,03%	20	25,97%		
	Pozitif Katılım	143	58,85%	100	41,15%		
İşletmenin ısıtma, mobilya, oturma vb. iyi durumdadır	Negatif Katılım	19	82,61%	4	17,39%	8,09	0,017
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	50	75,76%	16	24,24%		
	Pozitif Katılım	165	61,34%	104	38,66%		

Tablo 4.20'deki "Hizmet kalitesine önem vermekteler" ($p<0,05$) ifadesine katılım düzeyi ile kişinin yaşadığı ülke arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Kişilerin vermiş olduğu cevaplar incelendiğinde Türkiye'de yaşayan

kişiler %60,93 olan katılım belirtirken, diğer ülkelerde yaşayan kişilerin %39,07 katılım düzeyinde olduğu tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile Türkiye’de yaşayan kişilerin Likya bölgesindeki yiyecek içecek işletmelerinin hizmet kalitesine önem vermeleri diğer ülkelerden gelen turistlere göre daha yüksektir.

“Hızlı hizmet sunmaktadırlar” ($p<0,05$) ifadesine katılım düzeyi ile kişinin yaşadığı ülke arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Kişilerin vermiş olduğu cevaplar incelendiğinde Türkiye’de yaşayan kişiler %61,76 olan katılım belirtirken, diğer ülkelerde yaşayan kişilerin %38,24 katılım düzeyinde olduğu tespit edilmiştir. Başka bir ifade ile Türkiye’de yaşayan kişilerin, Likya bölgesindeki yiyecek içecek işletmelerinin hızlı hizmet sunmalarını belirtmeleri diğer ülkelerden gelen turistlere göre daha yüksektir.

“İşletmelerin menüsünde yöresel yemekler bulunmaktadır” ($p<0,05$) ifadesine katılım düzeyi ile kişinin yaşadığı ülke arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Türkiye’de yaşayan kişiler %58,85 olan katılım belirtirken, diğer ülkelerde yaşayan kişilerin %41,15 katılım düzeyinde olduğu tespit edilmiştir. Başka bir ifade ile Türkiye’de yaşayan kişilerin, Likya bölgesindeki yiyecek içecek işletmelerinin menüsünde yöresel yemekler bulunmaktadır ifadesine katılımları diğer ülkelerden gelen turistlere göre daha yüksektir.

“İşletmenin ısıtma, mobilya, oturma vb, iyi durumdadır” ($p<0,05$) ifadelerine katılım düzeyi ile kişinin yaşadığı ülke arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Türkiye’de yaşayan kişilerin %58,85’ işletmelerin menüsünde yöresel yemekler bulunmaktadır ifadesine katıldığını belirtirken, diğer ülkelerde yaşayan kişilerde bu oran %41,15 olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 4.20’deki bulguların sonuçları Yarış’ın (2014) araştırması ile aynı sonuçları içermektedir. Ancak bunun aksine Türkiye’de yaşayan katılımcıların hizmet kalitesine yurtdışında ikamet eden katılımcılara göre daha fazla önem verdiği tespit edilmiştir. Buna benzer olarak Türkiye’de ikamet edenler hizmet kalitesine ve hızlı hizmet sunmaya daha çok önem vermektedirler. Yarış’ın (2014) bulguları da bu yöndedir.

Tablo 4.21’de yer alan “Servis edilen yiyecek-içecekler sağlıklıdır” ($p>0,05$), “Servis edilen yiyecek-içecekler lezzetlidir” ($p>0,05$) ve “Yiyecek ve

“içeceklerde kullanılan malzemeler tazedir” ($p>0,05$) ifadelerine katılım düzeyi ile bireyin yaşadığı ülke arasında anlamlı bir ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Bu ifadelere verilen cevaplar bireyin yaşadığı ülkeden bağımsızdır. Türkiye ve diğer ülkelerde yaşayan kişilerin vermiş oldukları cevaplar arasında farklılık yoktur.

Tablo 4.21. Likya Bölgesindeki Yiyecek ve İçecekler Hakkındaki Görüşlere İlişkin İfadelere Verilen Cevapların Dağılımı ile Yaşadığı Ülke Arasındaki İlişkinin İncelenmesi İçin Ki-Kare ve Fisher’s Exact Test Analizi

Soru	Katılım düzeyi	Yaşadığımız ülke				Ki-Kare	p
		Türkiye n	%	Diğer n	%		
Servis edilen yiyecek-içecekler sağlıklıdır	Negatif Katılım	4	66,67%	2	33,33%	1,29	0,514
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	45	71,43%	18	28,57%		
	Pozitif Katılım	185	64,01%	104	35,99%		
Servis edilen yiyecek-içecekler lezzetlidir	Negatif Katılım	9	56,25%	7	43,75%	2,81	0,245
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	52	73,24%	19	26,76%		
	Pozitif Katılım	173	63,84%	98	36,16%		
Yiyecek ve içeceklerde kullanılan malzemeler tazedir	Negatif Katılım	11	68,75%	5	31,25%	4,74	0,093
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	54	76,06%	17	23,94%		
	Pozitif Katılım	169	62,36%	102	37,64%		
Yiyecek içeceklerin fiyatları uygundur	Negatif Katılım	36	90,00%	4	10,00%	16,18	0,000
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	54	72,00%	21	28,00%		
	Pozitif Katılım	144	59,26%	99	40,74%		
Yemeklerin görünüşü güzel ve iştah açıcıdır	Negatif Katılım	14	87,50%	2	12,50%	13,05	0,001
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	51	80,95%	12	19,05%		
	Pozitif Katılım	169	60,57%	110	39,43%		

“Yiyecek içeceklerin fiyatları uygundur” ($p<0,05$) ifadesine katılım düzeyi ile kişinin yaşadığı ülke arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Kişilerin vermiş olduğu cevaplar incelendiğinde Türkiye’de yaşayan kişiler %59,26 olan

katılım belirtirken, diğer ülkelerde yaşayan kişilerin %40,74 katılım düzeyinde olduğu tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile Türkiye’de yaşayan kişilerin Likya bölgesindeki yiyecek ve içeceklerin fiyatlarını diğer ülkelerdeki kişilere göre daha uygun bulduğu tespit edilmiştir.

Tablo 4.21’de yer alan “Yemeklerin görünüşü güzel ve iştah açıcıdır” ($p<0,05$) ifadesine katılım düzeyi ile kişinin yaşadığı ülke arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Kişilerin vermiş olduğu cevaplar incelendiğinde Türkiye’de yaşayan kişiler %60,57 olan katılım belirtirken, diğer ülkelerde yaşayan kişilerin %39,43 katılım düzeyinde olduğu tespit edilmiştir. Başka bir ifade ile Türkiye’de yaşayan kişilerin, Likya bölgesindeki yemeklerin görünüşünü güzel ve iştah açıcı olduğuna katılım düzeyinin diğer ülkelerdeki kişilere daha yüksektir.

Yarış da (2014) yaptığı çalışmada aynı bulgulara ulaşmıştır. “Yiyecek içeceklerin fiyatları uygundur” ifadesi ile ikamet arasında ise anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Türkiye’de ikamet edenler bu görüşe daha çok katılmaktadır. Yarış’ın (2014) çalışmasında ise bunun aksine rastlanmıştır. Bunun sebebi örneklem farkından ve araştırmanın yapıldığı yerden kaynaklanıyor olabilir.

Tablo 4.22’de Likya bölgesindeki yiyecek içecek işletmeleri hakkındaki görüşlere ilişkin ifadeler verilen cevapların dağılımı ile kişinin yaşadığı ülke arasındaki ilişkinin tespiti amacıyla Ki-Kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda; “Çalışanlar müşterilere karşı kibar ve iyi niyetlidir” ($p>0,05$), “Çalışanlar yabancı dil bilirler” ($p>0,05$) ve “Çalışanlar kişisel temizliklerine önem verirler” ($p>0,05$) ifadelerine katılım düzeyi ile bireyin yaşadığı ülke arasında anlamlı bir ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Bu ifadeler verilen cevaplar bireyin yaşadığı ülkeden bağımsızdır. Türkiye ve diğer ülkelerde yaşayan kişilerin vermiş oldukları cevaplar arasında farklılık yoktur.

“Çalışanlar bölgenin gastronomisi ile ilgili tavsiyelerde bulunur” ($p<0,05$) ifadesine katılım düzeyi ile kişinin yaşadığı ülke arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Kişilerin vermiş olduğu cevaplar incelendiğinde Türkiye’de yaşayan kişiler %56,42 olan katılım belirtirken, diğer ülkelerde yaşayan kişilerin %43,58 katılım düzeyinde olduğu tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile Türkiye’de yaşayan kişilerin, Likya bölgesindeki restoranların çalışanlarının bölgenin gastronomisi ile

ilgili tavsiyelerde bulunduğu belirten katılım düzeyi diğer ülkelere göre daha yüksektir.

Tablo 4.22. Likya Bölgesindeki Restoranların Çalışanları ile İlgili Görüşleri Hakkındaki Görüşlere İlişkin İfadelere Verilen Cevapların Dağılımı ile Yaşadığı Ülke Arasındaki İlişkinin İncelenmesi İçin Ki-Kare Analizi

Soru	Katılım düzeyi	Yaşadığımız ülke				Ki-Kare	p
		Türkiye n	%	Diğer n	%		
Çalışanlar müşterilere karşı kibar ve iyi niyetlidir	Negatif Katılım	7	70,00%	3	30,00%	1,13	0,519
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	34	72,34%	13	27,66%		
	Pozitif Katılım	193	64,12%	108	35,88%		
Çalışanlar bölgenin gastronomisi ile ilgili tavsiyelerde bulunur	Negatif Katılım	37	82,22%	8	17,78%	19,93	0,000
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	74	77,89%	21	22,11%		
	Pozitif Katılım	123	56,42%	95	43,58%		
Çalışanlar yabancı dil bilirler	Negatif Katılım	22	81,48%	5	18,52%	4,00	0,135
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	64	67,37%	31	32,63%		
	Pozitif Katılım	148	62,71%	88	37,29%		
Çalışanlar kişisel temizliklerine önem verirler	Negatif Katılım	14	66,67%	7	33,33%	1,04	0,592
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	56	70,00%	24	30,00%		
	Pozitif Katılım	164	63,81%	93	36,19%		
Çalışanlar menü ve yemekler hakkında yeterli bilgi sahibidirler	Negatif Katılım	14	77,78%	4	22,22%	7,00	0,030
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	51	77,27%	15	22,73%		
	Pozitif Katılım	169	61,68%	105	38,32%		

“Çalışanlar menü ve yemekler hakkında yeterli bilgi sahibidirler” ($p < 0,05$) ifadesine katılım düzeyi ile kişinin yaşadığı ülke arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Kişilerin vermiş olduğu cevaplar incelendiğinde Türkiye’de yaşayan kişiler %61,68 olan katılım belirtirken, diğer ülkelerde yaşayan kişilerin %38,32 katılım düzeyinde olduğu tespit edilmiştir. Başka bir ifade ile Türkiye’de yaşayan kişilerin, Likya bölgesindeki restoranların çalışanlarının menü ve yemek hakkında yeterli bilgi sahibi olduğunu belirten katılım düzeyleri diğer ülkelere göre daha yüksektir.

Tablo 4.22’deki bulgular doğrultusunda Türkiye ve diğer ülkede yaşayan kişilerin vermiş olduğu cevaplar arasında bir farklılık yoktur. Türkiye’de yaşayan katılımcılar çalışanların bölgenin yemek kültürü ile ilgili tavsiyelerde bulunduğunu belirtmiştir. Yurt dışında yaşayan katılımcıların bu görüşe Türkiye’de ikamet edenler kadar katılmamıştır. Bunu sebebi çalışanların bölgenin yemek kültürü ile ilgili tavsiyelerde bulunacak kadar yabancı dil bilmiyor olmasından kaynaklanabilir.

Araştırma Sorusu 4: Anket maddelerine verilen cevapların katılımcının eğitim durumu ile ilişkisi var mıdır?

Tablo 4.23’de gastronomi kültürüne olan ilgi hakkındaki görüşlere ilişkin ifadeler verilen cevapların dağılımı ile eğitim durumu arasındaki ilişkinin tespiti amacıyla Fisher’s Exact test yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda; “Farklı ülke ve kültürdeki insanların ne yediklerini araştırırım” ($p > 0,05$) ifadesine katılım düzeyi ile eğitim durumu arasında anlamlı bir ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Bu ifadeye verilen cevaplar eğitim durumundan bağımsızdır.

“Yaşadığım ülkenin yiyecek ve içeceklerini iyi bilirim” ($p < 0,05$) ifadesine katılım düzeyi ile eğitim durumu arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Kişilerin vermiş olduğu cevaplar incelendiğinde ön lisans mezunlarının %84,62’si bu ifadeye katıldığını belirtmekte ve bu ifadeye katılım oranı en yüksek eğitim grubunu temsil etmektedir. Ortaöğretim mezunlarının %64,91’i bu ifadeye katıldığını belirterek katılım oranı en düşük eğitim grubunu temsil etmektedir.

Tablo 4.23. Gastronomi Kültürüne Olan İlgi Hakkındaki Görüşlere İlişkin İfadelere Verilen Cevapların Dağılımı ile Eğitim Durumu Arasındaki İlişkinin İncelenmesi İçin Fisher's Exact Test Analizi

Soru	Katılım düzeyi	Eğitim durumu										fisher's exact	p
		İlköğretim mezunu		Ortaöğretim mezunu		Önlisans mezunu		Lisans mezunu		Lisansüstü Mezunu			
		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
Yaşadığım ülkenin yiyecek ve içeceklerini iyi bilirim	Negatif Katılım	0	0,00	8	14,04	6	7,69	5	2,86	3	6,82	19,08	0,009
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	1	25,00	12	21,05	6	7,69	23	13,14	10	22,73		
	Pozitif Katılım	3	75,00	37	64,91	66	84,62	147	84,00	31	70,45		
Yaşadığım ülkede farklı yemek ve içecekleri denemeyi severim	Negatif Katılım	0	0,00	9	15,79	6	7,69	5	2,86	3	6,82	15,95	0,030
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	1	25,00	10	17,54	13	16,67	34	19,43	3	6,82		
	Pozitif Katılım	3	75,00	38	66,67	59	75,64	136	77,71	38	86,36		
Farklı ülke ve kültürdeki insanların ne yediklerini merak ederim	Negatif Katılım	0	0,00	9	15,79	8	10,26	6	3,43	1	2,27	17,08	0,020
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	1	25,00	15	26,32	21	26,92	43	24,57	6	13,64		
	Pozitif Katılım	3	75,00	33	57,89	49	62,82	126	72,00	37	84,09		
Farklı ülke ve kültürdeki insanların ne yediklerini araştırırım	Negatif Katılım	0	0,00	13	22,81	11	14,10	16	9,14	6	13,64	14,50	0,053
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	2	50,00	14	24,56	21	26,92	33	18,86	6	13,64		
	Pozitif Katılım	2	50,00	30	52,63	46	58,97	126	72,00	32	72,73		
Farklı ülke ve kültürlerin yöresel yemeklerini yemeyi severim	Negatif Katılım	0	0,00	13	22,81	10	12,82	6	3,43	3	6,82	24,64	0,001
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	1	25,00	9	15,79	13	16,67	20	11,43	8	18,18		
	Pozitif Katılım	3	75,00	35	61,40	55	70,51	149	85,14	33	75,00		

“Yaşadığım ülkede farklı yemek ve içecekleri denemeyi severim” ($p < 0,05$) ifadesine katılım düzeyi ile eğitim durumu arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Kişilerin vermiş olduğu cevaplar incelendiğinde lisansüstü mezunlarının (%86,36) “Yaşadığım ülkede farklı yemek ve içecekleri denemeyi severim” ifadesine katılım düzeyleri en yüksek, ortaöğretim mezunlarının (%66,67) “Yaşadığım ülkede

farklı yemek ve içecekleri denemeyi severim” ifadesine katılım düzeyleri en düşük olduğu tespit edilmiştir.

“Farklı ülke ve kültürdeki insanların ne yediklerini merak ederim” ($p < 0,05$) ifadesine katılım düzeyi ile eğitim durumu arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların vermiş olduğu cevaplar incelendiğinde lisansüstü mezunların (%86,36) pozitif katılım oranı en yüksek eğitim grubu olduğu görülmektedir. Pozitif katılım oranı en düşük eğitim grubunu ise ortaöğretim mezunları (%57,89) olduğu görülmektedir.

“Farklı ülke ve kültürlerin yöresel yemeklerini yemeyi severim” ($p < 0,05$) ifadesine katılım düzeyi ile eğitim durumu arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Kişilerin vermiş olduğu cevaplar incelendiğinde lisans mezunlarının (%85,14) farklı ülke ve kültürlerin yöresel yemeklerini yemeyi sevdiklerini katılma düzeyleri en yüksek, ortaöğretim mezunlarının (%61,40) farklı ülke ve kültürlerin yöresel yemeklerini yemeyi sevdiklerini katılma düzeyleri en düşüktür.

Tablo 4.23’deki bulgulara benzer sonuçlar Yarış’ın (2014) çalışmasında da elde edilmiştir.

Tablo 4.24’de yer alan “Farklı ülke ve kültürlerin yöresel yemeklerini yemek için seyahat edebilirim” ($p > 0,05$), “Bir ülkenin veya şehrin restoranlarının kaliteli olması oraya seyahat etmemde etkilidir” ($p > 0,05$), “Seyahat ettiğim ülke veya şehirde, menüsünde yöresel yemek olan yerleri tercih ederim” ($p > 0,05$), “Seyahat ettiğim ülke veya şehrin yeme-içme kültüründen dolayı arkadaşlarıma tavsiye edebilirim” ($p > 0,05$) ve “Seyahat ettiğim ülkenin yiyecek, içecek kültürü oraya tekrar seyahat etmemde önemli bir etkidir” ($p > 0,05$) ifadelerine katılım düzeyi ile eğitim durumu arasında anlamlı bir ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Bu ifadeye verilen cevaplar eğitim durumundan bağımsızdır.

Tablo 4.24. Gastronomi Turizmine Karşı Tutumları Hakkındaki Görüşlere İlişkin İfadelere Verilen Cevapların Dağılımı ile Eğitim Durumu Arasındaki İlişkinin İncelenmesi İçin Fisher's Exact Test Analizi

Soru	Katılım düzeyi	Eğitim durumu										fisher's exact	p
		İlköğretim mezunu		Ortaöğretim mezunu		Önlisans mezunu		Lisans mezunu		Lisansüstü Mezunu			
		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
Farklı ülke ve kültürlerin yöresel yemeklerini yemek için seyahat edebilirim	Negatif Katılım	0	0,00	11	19,30	11	14,10	20	11,43	8	18,18		
	Ne Katılıyorum	1	25,00	17	29,82	10	12,82	34	19,43	6	13,64	11,53	0,142
	Katılmıyorum	3	75,00	29	50,88	57	73,08	121	69,14	30	68,18		
Seyahate çıkmadan önce gideceğim ülkenin yiyecek ve içeceklerini araştırırım	Negatif Katılım	1	25,00	7	12,28	11	14,10	9	5,14	10	22,73		
	Ne Katılıyorum	0	0,00	19	33,33	17	21,79	30	17,14	6	13,64	-	-
	Katılmıyorum	3	75,00	31	54,39	50	64,10	136	77,71	28	63,64		
Bir ülkenin veya şehrin restoranlarının kaliteli olması oraya seyahat etmemde etkilidir	Negatif Katılım	1	25,00	9	15,79	9	11,54	19	10,86	9	20,45		
	Ne Katılıyorum	2	50,00	14	24,56	22	28,21	37	21,14	12	27,27	9,34	0,278
	Katılmıyorum	1	25,00	34	59,65	47	60,26	119	68,00	23	52,27		
Seyahat ettiğim ülke veya şehirde, menüsünde yöresel yemek olan yerleri tercih ederim	Negatif Katılım	0	0,00	8	14,04	7	8,97	8	4,57	1	2,27		
	Ne Katılıyorum	1	25,00	7	12,28	15	19,23	28	16,00	8	18,18	9,19	0,284
	Katılmıyorum	3	75,00	42	73,68	56	71,79	139	79,43	35	79,55		
Seyahat ettiğim ülke veya şehrin yeme-içme kültüründen dolayı arkadaşlarıma tavsiye edebilirim	Negatif Katılım	0	0,00	4	7,02	4	5,13	4	2,29	3	6,82		
	Ne Katılıyorum	2	50,00	12	21,05	18	23,08	34	19,43	5	11,36	9,49	0,262
	Katılmıyorum	2	50,00	41	71,93	56	71,79	137	78,29	36	81,82		
Seyahat ettiğim ülkenin yiyecek, içecek kültürü oraya tekrar seyahat etmemde önemli bir etkidir	Negatif Katılım	0	0,00	8	14,04	7	8,97	11	6,29	5	11,36		
	Ne Katılıyorum	2	50,00	17	29,82	13	16,67	45	25,71	12	27,27	9,99	0,230
	Katılmıyorum	2	50,00	32	56,14	58	74,36	119	68,00	27	61,36		

Tablo 4.25’de Likya bölgesindeki yiyecek içecek işletmeleri hakkındaki görüşlere ilişkin ifadeler verilen cevapların dağılımı ile eğitim durumu arasındaki ilişkinin tespiti amacıyla Fisher’s Exact test analizi yapılmıştır.

Tablo 4.25. Likya Bölgesindeki Yiyecek İçecek İşletmeleri Hakkındaki Görüşlere İlişkin İfadelere Verilen Cevapların Dağılımı ile Eğitim Durumu Arasındaki İlişkinin İncelenmesi İçin Fisher’s Exact Test Analizi

Soru	Katılım düzeyi	Eğitim durumu										Fisher’s exact	P
		İlköğretim mezunu		Ortaöğretim mezunu		Önlisans mezunu		Lisans mezunu		Lisansüstü Mezunu			
		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
Hizmet kalitesine önem vermektedirler	Negatif Katılım	0	0,00	6	10,53	3	3,85	11	6,29	2	4,55	5,87	0,686
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	1	25,00	10	17,54	12	15,38	24	13,71	10	22,73		
	Pozitif Katılım	3	75,00	41	71,93	63	80,77	140	80,00	32	72,73		
Hızlı hizmet sunmaktadırlar	Negatif Katılım	0	0,00	6	10,53	4	5,13	8	4,57	5	11,36	8,94	0,312
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	1	25,00	15	26,32	17	21,79	48	27,43	16	36,36		
	Pozitif Katılım	3	75,00	36	63,16	57	73,08	119	68,00	23	52,27		
Menüler, anlaşılabilirlik, çeşitlilik ve yaş grupları açısından tatmin edicidir	Negatif Katılım	0	0,00	5	8,77	4	5,13	11	6,29	4	9,09	14,71	0,048
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	1	25,00	8	14,04	20	25,64	50	28,57	20	45,45		
	Pozitif Katılım	3	75,00	44	77,19	54	69,23	114	65,14	20	45,45		
İşletmelerin menüsünde yöresel yemekler bulunmaktadır	Negatif Katılım	1	25,00	5	8,77	7	8,97	18	10,29	7	15,91	10,80	0,179
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	1	25,00	11	19,30	12	15,38	38	21,71	15	34,09		
	Pozitif Katılım	2	50,00	41	71,93	59	75,64	119	68,00	22	50,00		
İşletmenin ısıtma, mobilya, oturma vb, iyi durumdadır	Negatif Katılım	1	25,00	6	10,53	3	3,85	10	5,71	3	6,82	12,15	0,115
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	0	0,00	10	17,54	10	12,82	32	18,29	14	31,82		
	Pozitif Katılım	3	75,00	41	71,93	65	83,33	133	76,00	27	61,36		

Yapılan analiz sonucunda; “Hizmet kalitesine önem vermektedirler” ($p>0,05$), “Hızlı hizmet sunmaktadırlar” ($p>0,05$), “İşletmelerin menüsünde yöresel yemekler bulunmaktadır” ($p>0,05$) ve “İşletmenin ısıtma, mobilya, oturma vb, iyi durumdadır” ($p>0,05$) ifadelerine katılım düzeyi ile eğitim durumu arasında anlamlı bir ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Bu ifadeye verilen cevaplar eğitim durumundan bağımsızdır.

“Menüler, anlaşılabilirlik, çeşitlilik ve yaş grupları açısından tatmin edicidir” ($p<0,05$) ifadesine katılım düzeyi ile eğitim durumu arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Kişilerin vermiş olduğu cevaplar incelendiğinde ortaöğretim mezunlarının (%77,19) “Menüler, anlaşılabilirlik, çeşitlilik ve yaş grupları açısından tatmin edicidir” ifadesine katılma düzeyleri en yüksek, lisansüstü mezunlarının (%45,45) “Menüler, anlaşılabilirlik, çeşitlilik ve yaş grupları açısından tatmin edicidir” ifadesine katılma düzeyleri en düşüktür.

Tablo 4.25’deki bulgulara benzer sonuçlar Yarış’ın (2014) çalışmasının sonuçlarına göre benzerlik gösterirken; Arslan’ın (2010) çalışmasından farklı olmasının sebebi örneklem farkından kaynaklanıyor olabilir.

Tablo 4.26’da Likya bölgesindeki yiyecek ve içecekler hakkındaki görüşlere ilişkin ifadelerle verilen cevapların dağılımı ile eğitim durumu arasındaki ilişkinin tespiti amacıyla Fisher’s Exact testi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda; “Servis edilen yiyecek-içecekler sağlıklıdır” ($p>0,05$), “Servis edilen yiyecek-içecekler lezzetlidir” ($p>0,05$), “Yiyecek ve içeceklerde kullanılan malzemeler tazedir” ($p>0,05$) ve “Yemeklerin görünüşü güzel ve iştah açıcıdır” ($p>0,05$) ifadelerine katılım düzeyi ile eğitim durumu arasında anlamlı bir ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Bu ifadelerle verilen cevaplar eğitim durumundan bağımsızdır.

“Yiyecek içeceklerin fiyatları uygundur” ($p<0,05$) ifadesine katılım düzeyi ile kişinin eğitim durumu arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Kişilerin vermiş olduğu cevaplar incelendiğinde ilköğretim mezunlarının (%75,00) “Yiyecek içeceklerin fiyatları uygundur” ifadesine katılma düzeyleri en yüksek, lisansüstü mezunlarının (%52,27) “Yiyecek içeceklerin fiyatları uygundur” ifadesine katılma düzeyleri en düşüktür.

Tablo 4.26. Likya Bölgesindeki Yiyecek ve İçecekler Hakkındaki Görüşlere İlişkin İfadelere Verilen Cevapların Dağılımı ile Eğitim Durumu Arasındaki İlişkinin İncelenmesi İçin Fisher's Exact Test Analizi

Soru	Katılım düzeyi	Eğitim durumu										fisher's exact	p
		İlköğretim mezunu		Ortaöğretim mezunu		Önlisans mezunu		Lisans mezunu		Lisansüstü Mezunu			
		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
Servis edilen yiyecek- içecekler sağlıklıdır	Negatif Katılım	0	0,00	2	3,51	1	1,28	3	1,71	0	0,00	4,06	0,901
	Ne Katılıyorum	1	25,00	10	17,54	15	19,23	28	16,00	9	20,45		
	Katılmıyorum	3	75,00	45	78,95	62	79,49	144	82,29	35	79,55		
Servis edilen yiyecek- içecekler lezzetlidir	Negatif Katılım	0	0,00	4	7,02	3	3,85	8	4,57	1	2,27	10,57	0,190
	Ne Katılıyorum	1	25,00	8	14,04	17	21,79	42	24,00	3	6,82		
	Katılmıyorum	3	75,00	45	78,95	58	74,36	125	71,43	40	90,91		
Yiyecek ve içeceklerde kullanılan malzemeler tazedir	Negatif Katılım	1	25,00	3	5,26	4	5,13	6	3,43	2	4,55	5,21	0,721
	Ne Katılıyorum	0	0,00	11	19,30	17	21,79	36	20,57	7	15,91		
	Katılmıyorum	3	75,00	43	75,44	57	73,08	133	76,00	35	79,55		
Yiyecek içeceklerin fiyatları uygundur	Negatif Katılım	0	0,00	12	21,05	6	7,69	16	9,14	6	13,64	16,24	0,028
	Ne Katılıyorum	1	25,00	5	8,77	17	21,79	37	21,14	15	34,09		
	Katılmıyorum	3	75,00	40	70,18	55	70,51	122	69,71	23	52,27		
Yemeklerin görünüşü güzel ve iştah açıcıdır	Negatif Katılım	0	0,00	6	10,53	3	3,85	5	2,86	2	4,55	7,52	0,443
	Ne Katılıyorum	1	25,00	11	19,30	11	14,10	31	17,71	9	20,45		
	Katılmıyorum	3	75,00	40	70,18	64	82,05	139	79,43	33	75,00		

Tablo 4.26'daki sonuçlar Akgöl'ün (2012) çalışması ile benzerlik gösterirken, Yarış'ın (2014) çalışması ile farklılık göstermektedir. Bu farklılık sebebi örneklem farkından ya da çalışmaların yapıldığı yerlerin farklı olmasından kaynaklanıyor olabilir.

Tablo 4.27’de Likya bölgesindeki restoranların çalışanları ile ilgili görüşleri hakkındaki görüşlere ilişkin ifadeler verilen cevapların dağılımı ile eğitim durumu arasındaki ilişkinin tespiti amacıyla Fisher’s Exact test analizi yapılmıştır.

Tablo 4.27. Likya Bölgesindeki Restoranların Çalışanları ile İlgili Görüşleri Hakkındaki Görüşlere İlişkin İfadelere Verilen Cevapların Dağılımı ile Eğitim Durumu Arasındaki İlişkinin İncelenmesi İçin Fisher’s Exact Test Analizi

Soru	Katılım düzeyi	Eğitim durumu										fisher’s exact	p
		İlköğretim mezunu		Ortaöğretim mezunu		Önlisans mezunu		Lisans mezunu		Lisansüstü Mezunu			
		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
Çalışanlar müşterilere karşı kibar ve iyi niyetlidir	Negatif Katılım	0	0,00	4	7,02	2	2,56	3	1,71	1	2,27		
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	0	0,00	7	12,28	12	15,38	22	12,57	6	13,64	5,32	0,714
	Pozitif Katılım	4	100,00	46	80,70	64	82,05	150	85,71	37	84,09		
Çalışanlar bölgenin gastronomisi ile ilgili tavsiyelerde bulunur	Negatif Katılım	1	25,00	5	8,77	5	6,41	26	14,86	8	18,18		
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	1	25,00	11	19,30	19	24,36	49	28,00	15	34,09	12,14	0,119
	Pozitif Katılım	2	50,00	41	71,93	54	69,23	100	57,14	21	47,73		
Çalışanlar yabancı dil bilirler	Negatif Katılım	0	0,00	3	5,26	7	8,97	13	7,43	4	9,09		
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	1	25,00	12	21,05	21	26,92	54	30,86	7	15,91	6,37	0,579
	Pozitif Katılım	3	75,00	42	73,68	50	64,10	108	61,71	33	75,00		
Çalışanlar kişisel temizliklerine önem verirler	Negatif Katılım	0	0,00	4	7,02	5	6,41	12	6,86	0	0,00		
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	1	25,00	10	17,54	16	20,51	40	22,86	13	29,55	5,68	0,660
	Pozitif Katılım	3	75,00	43	75,44	57	73,08	123	70,29	31	70,45		
Çalışanlar menü ve yemekler hakkında yeterli bilgi sahibidirler	Negatif Katılım	0	0,00	4	7,02	3	3,85	9	5,14	2	4,55		
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	0	0,00	10	17,54	17	21,79	31	17,71	8	18,18	2,16	0,981
	Pozitif Katılım	4	100,00	43	75,44	58	74,36	135	77,14	34	77,27		

Tablo 4.27’de yapılan analiz sonucunda; “Çalışanlar müşterilere karşı kibar ve iyi niyetlidir” ($p>0,05$), “Çalışanlar bölgenin gastronomisi ile ilgili tavsiyelerde bulunur” ($p>0,05$), “Çalışanlar yabancı dil bilirler” ($p>0,05$), “Çalışanlar kişisel temizliklerine önem verirler” ($p>0,05$) ve “Çalışanlar menü ve yemekler hakkında yeterli bilgi sahibidirler” ($p>0,05$) ifadelerine katılım düzeyi ile eğitim durumu arasında anlamlı bir ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Bu ifadelere verilen cevaplar eğitim durumundan bağımsızdır.

Tablo 4.27’deki sonuçlar Arslan’ın (2010) ve Yarış’ın (2014) çalışmaları ile benzerlik göstermektedir.

Araştırma Sorusu 5: Anket maddelerine verilen cevapların katılımcının sosyo-ekonomik düzey ile ilişkisi var mıdır?

Tablo 4.28’de gastronomi kültürüne olan ilgi hakkındaki görüşlere ilişkin ifadelere verilen cevapların dağılımı ile sosyo-ekonomik düzey arasındaki ilişkinin tespiti amacıyla Fisher’s Exact testi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda; “Yaşadığım ülkenin yiyecek ve içeceklerini iyi bilirim” ($p<0,05$) ifadesine katılım düzeyi ile sosyo-ekonomik düzey arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Kişilerin vermiş olduğu cevaplar incelendiğinde yüksek düzeydeki sosyo-ekonomik kişilerin “Yaşadığım ülkenin yiyecek ve içeceklerini iyi bilirim”(%91,30) ifadesine katılım düzeyleri en yüksek, düşük sosyo-ekonomik düzeydeki kişilerin(%61,54) “Yaşadığım ülkenin yiyecek ve içeceklerini iyi bilirim” ifadesine katılım düzeyleri en düşük olduğu tespit edilmiştir.

“Yaşadığım ülkede farklı yemek ve içecekleri denemeyi severim” ($p<0,05$) ifadesine katılım düzeyi ile sosyo-ekonomik düzey arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Kişilerin vermiş olduğu cevaplar incelendiğinde yüksek sosyo-ekonomik düzeydeki kişilerin “Yaşadığım ülkede farklı yemek ve içecekleri denemeyi severim” (%89,13) ifadesine katılım düzeyleri en yüksek, düşük sosyo-ekonomik düzeydeki kişilerin (%57,69) “Yaşadığım ülkede farklı yemek ve içecekleri denemeyi severim” ifadesine katılım düzeyleri en düşük olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 4.28. Gastronomi Kültürüne Olan İlgi Hakkındaki Görüşlere İlişkin İfadelere Verilen Cevapların Dağılımı ile Sosyo-Ekonomik Düzey Arasındaki İlişkinin İncelenmesi İçin Fisher's Exact Test Analizi

Soru	Katılım düzeyi	Sosyo-Ekonomik Düzey						fisher's exact	p
		Düşük düzey		Orta düzey		Yüksek düzey			
		n	%	n	%	n	%		
Yaşadığım ülkenin yiyecek ve içeceklerini iyi bilirim	Negatif Katılım	5	19,23	16	5,59	1	2,17	11,02	0,018
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	5	19,23	44	15,38	3	6,52		
	Pozitif Katılım	16	61,54	226	79,02	42	91,30		
Yaşadığım ülkede farklı yemek ve içecekleri denemeyi severim	Negatif Katılım	3	11,54	20	6,99	0	0,00	10,49	0,024
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	8	30,77	48	16,78	5	10,87		
	Pozitif Katılım	15	57,69	218	76,22	41	89,13		
Farklı ülke ve kültürdeki insanların ne yediklerini merak ederim	Negatif Katılım	8	30,77	16	5,59	0	0,00	22,16	0,000
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	6	23,08	73	25,52	7	15,22		
	Pozitif Katılım	12	46,15	197	68,88	39	84,78		
Farklı ülke ve kültürdeki insanların ne yediklerini araştırırım	Negatif Katılım	11	42,31	33	11,54	2	4,35	21,45	0,000
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	5	19,23	65	22,73	6	13,04		
	Pozitif Katılım	10	38,46	188	65,73	38	82,61		
Farklı ülke ve kültürlerin yöresel yemeklerini yemeyi severim	Negatif Katılım	7	26,92	24	8,39	1	2,17	19,24	0,000
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	8	30,77	38	13,29	5	10,87		
	Pozitif Katılım	11	42,31	224	78,32	40	86,96		

“Farklı ülke ve kültürdeki insanların ne yediklerini merak ederim” ($p < 0,05$) ifadesine katılım düzeyi ile sosyo-ekonomik düzey arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Kişilerin vermiş olduğu cevaplar incelendiğinde yüksek sosyo-ekonomik düzeydeki kişilerin “Farklı ülke ve kültürdeki insanların ne yediklerini

merak ederim” (%84,78) ifadesine katılım düzeyleri en yüksek, düşük sosyo-ekonomik düzeydeki kişilerin (%46,15) “Farklı ülke ve kültürdeki insanların ne yediklerini merak ederim” ifadesine katılım düzeyleri en düşük olduğu tespit edilmiştir.

“Farklı ülke ve kültürdeki insanların ne yediklerini araştırırım” ($p<0,05$) ifadesine katılım düzeyi ile sosyo-ekonomik düzey arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Kişilerin vermiş olduğu cevaplar incelendiğinde yüksek sosyo-ekonomik düzeydeki kişilerin “Farklı ülke ve kültürdeki insanların ne yediklerini araştırırım” (%82,61) ifadesine katılım düzeyleri en yüksek, düşük sosyo-ekonomik düzeydeki kişilerin (%38,46) “Farklı ülke ve kültürdeki insanların ne yediklerini araştırırım” ifadesine katılım düzeyleri en düşük olduğu tespit edilmiştir.

“Farklı ülke ve kültürlerin yöresel yemeklerini yemeyi severim” ($p<0,05$) ifadesine katılım düzeyi ile sosyo-ekonomik düzey arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Kişilerin vermiş olduğu cevaplar incelendiğinde yüksek sosyo-ekonomik düzeydeki kişilerin “Farklı ülke ve kültürlerin yöresel yemeklerini yemeyi severim” (%86,96) ifadesine katılım düzeyleri en yüksek, düşük sosyo-ekonomik düzeydeki kişilerin (%42,31) “Farklı ülke ve kültürlerin yöresel yemeklerini yemeyi severim” ifadesine katılım düzeyleri en düşük olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 4.28’e göre “Yaşadığım ülkenin yiyecek ve içeceklerini iyi bilirim” ifadesi ile sosyo-ekonomik düzey arasında bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Bu ifadeye en çok katılan grup sosyo-ekonomik düzeyi en yüksek olan grup olurken; sosyo-ekonomik düzeyi en düşük olan grup ise bu ifadeye en az katılan grup olmuştur. Yine benzer olarak yüksek sosyo-ekonomik düzey grubu “Farklı ülke ve kültürdeki insanların ne yediklerini araştırırım”, “Farklı ülke ve kültürlerin yöresel yemeklerini yemeyi severim”, “Farklı ülke ve kültürdeki insanların ne yediklerini merak ederim” ve “Yaşadığım ülkede farklı yemek ve içecekleri denemeyi severim” ifadelerine en çok katılan grup olmuştur. Bunun aksine en düşük sosyo-ekonomik düzey grubu ise bu ifadelere en az katılan grup olmuştur.

Tablo 4.29’da gastronomi turizmine karşı tutumları hakkındaki görüşlere ilişkin ifadeler verilen cevapların dağılımı ile sosyo-ekonomik düzey arasındaki ilişkinin tespiti amacıyla Fisher’s Exact testi yapılmıştır.

Tablo 4.29. Gastronomi Turizmine Karşı Tutumları Hakkındaki Görüşlere İlişkin İfadelere Verilen Cevapların Dağılımı ile Sosyo-Ekonomik Düzey Arasındaki İlişkinin İncelenmesi İçin Fisher's Exact Test Analizi

Soru	Katılım düzeyi	Sosyo-Ekonomik Düzey						fisher's exact	p
		Düşük düzey		Orta düzey		Yüksek düzey			
		n	%	n	%	n	%		
Farklı ülke ve kültürlerin yöresel yemeklerini yemek için seyahat edebilirim	Negatif Katılım	7	26,92	39	13,64	4	8,70	9,60	0,042
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	8	30,77	49	17,13	11	23,91		
	Pozitif Katılım	11	42,31	198	69,23	31	67,39		
Seyahate çıkmadan önce gideceğim ülkenin yiyecek ve içeceklerini araştırırım	Negatif Katılım	9	34,62	23	8,04	6	13,04	15,44	0,003
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	6	23,08	58	20,28	8	17,39		
	Pozitif Katılım	11	42,31	205	71,68	32	69,57		
Bir ülkenin veya şehrin restoranlarının kaliteli olması oraya seyahat etmemde etkilidir	Negatif Katılım	7	26,92	34	11,89	6	13,04	12,02	0,017
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	9	34,62	62	21,68	16	34,78		
	Pozitif Katılım	10	38,46	190	66,43	24	52,17		
Seyahat ettiğim ülke veya şehirde, menüsünde yöresel yemek olan yerleri tercih ederim	Negatif Katılım	7	26,92	14	4,90	3	6,52	17,05	0,001
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	6	23,08	49	17,13	4	8,70		
	Pozitif Katılım	13	50,00	223	77,97	39	84,78		
Seyahat ettiğim ülke veya şehrin yeme-içme kültüründen dolayı arkadaşlarıma tavsiye edebilirim	Negatif Katılım	2	7,69	12	4,20	1	2,17	7,59	0,085
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	10	38,46	53	18,53	8	17,39		
	Pozitif Katılım	14	53,85	221	77,27	37	80,43		
Seyahat ettiğim ülkenin yiyecek, içecek kültürü oraya tekrar seyahat etmemde önemli bir etkidir	Negatif Katılım	3	11,54	24	8,39	4	8,70	3,47	0,480
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	8	30,77	66	23,08	15	32,61		
	Pozitif Katılım	15	57,69	196	68,53	27	58,70		

Yapılan analiz sonucunda; “Seyahat ettiğim ülke veya şehrin yeme-içme kültüründen dolayı arkadaşlarıma tavsiye edebilirim” ($p>0,05$) ve “Seyahat ettiğim ülkenin yiyecek, içecek kültürü oraya tekrar seyahat etmemde önemli bir etkidir” ($p>0,05$) ifadelerine katılım düzeyi ile sosyo-ekonomik düzey arasında anlamlı bir ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Bu ifadelere verilen cevaplar sosyo-ekonomik düzeyden bağımsızdır.

“Farklı ülke ve kültürlerin yöresel yemeklerini yemek için seyahat edebilirim” ($p<0,05$) ifadesine katılım düzeyi ile sosyo-ekonomik düzey arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Kişilerin vermiş olduğu cevaplar incelendiğinde orta sosyo-ekonomik düzeydeki kişilerin “Farklı ülke ve kültürlerin yöresel yemeklerini yemek için seyahat edebilirim” (%69,63) ifadesine katılım düzeyleri en yüksek, düşük sosyo-ekonomik düzeydeki kişilerin (%42,31) “Farklı ülke ve kültürlerin yöresel yemeklerini yemek için seyahat edebilirim” ifadesine katılım düzeyleri en düşük olduğu tespit edilmiştir.

“Seyahate çıkmadan önce gideceğim ülkenin yiyecek ve içeceklerini araştırırım” ($p<0,05$) ifadesine katılım düzeyi ile sosyo-ekonomik düzey arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Kişilerin vermiş olduğu cevaplar incelendiğinde orta sosyo-ekonomik düzeydeki kişilerin “Seyahate çıkmadan önce gideceğim ülkenin yiyecek ve içeceklerini araştırırım” (%71,68) ifadesine katılım düzeyleri en yüksek, düşük sosyo-ekonomik düzeydeki kişilerin (%42,31) “Seyahate çıkmadan önce gideceğim ülkenin yiyecek ve içeceklerini araştırırım” ifadesine katılım düzeyleri en düşük olduğu tespit edilmiştir.

“Bir ülkenin veya şehrin restoranlarının kaliteli olması oraya seyahat etmemde etkilidir” ($p<0,05$) ifadesine katılım düzeyi ile sosyo-ekonomik düzey arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Kişilerin vermiş olduğu cevaplar incelendiğinde orta sosyo-ekonomik düzeydeki kişilerin “Bir ülkenin veya şehrin restoranlarının kaliteli olması oraya seyahat etmemde etkilidir” (%66,43) ifadesine katılım düzeyleri en yüksek, düşük sosyo-ekonomik düzeydeki kişilerin (%38,46) “Bir ülkenin veya şehrin restoranlarının kaliteli olması oraya seyahat etmemde etkilidir” ifadesine katılım düzeyleri en düşük olduğu tespit edilmiştir.

“Seyahat ettiğim ülke veya şehirde, menüsünde yöresel yemek olan yerleri tercih ederim” ($p < 0,05$) ifadesine katılım düzeyi ile sosyo-ekonomik düzey arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Kişilerin vermiş olduğu cevaplar incelendiğinde yüksek sosyo-ekonomik düzeydeki kişilerin “Seyahat ettiğim ülke veya şehirde, menüsünde yöresel yemek olan yerleri tercih ederim” (%84,78) ifadesine katılım düzeyleri en yüksek, düşük sosyo-ekonomik düzeydeki kişilerin (%50,00) “Seyahat ettiğim ülke veya şehirde, menüsünde yöresel yemek olan yerleri tercih ederim” ifadesine katılım düzeyleri en düşük olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 4.29’a göre “Seyahat ettiğim ülke veya şehrin yeme-içme kültüründen dolayı arkadaşlarıma tavsiye edebilirim” ve “Seyahat ettiğim ülkenin yiyecek içecek kültürü oraya tekrar seyahat etmemde önemli bir etkidir” ifadeleri ile sosyo-ekonomik düzey arasında bir ilişkiye rastlanmamıştır. “Farklı ülke ve kültürlerin yöresel yemeklerini yemek için seyahat edebilirim” ve “Seyahate çıkmadan önce gideceğim ülkenin yiyecek ve içeceklerini araştırırım” ifadelerine pozitif katılım oranı en yüksek gelir düzeyi grubu orta sosyo-ekonomik düzeydeki gruptur. “Seyahat ettiğim ülke veya şehirde, menüsünde yöresel yemek olan yerleri tercih ederim” ifadesine ise pozitif katılım oranı en yüksek gelir düzeyi grubu yüksek sosyo-ekonomik düzey grubu olmuştur.

Tablo 4.30’da Likya bölgesindeki yiyecek içecek işletmeleri hakkındaki görüşlere ilişkin ifadelere verilen cevapların dağılımı ile sosyo-ekonomik düzey arasındaki ilişkinin tespiti amacıyla Fisher’s Exact testi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda; “Hizmet kalitesine önem vermekteler” ($p > 0,05$), “Hızlı hizmet sunmaktadırlar” ($p > 0,05$), “Menüler, anlaşılabilirlik, çeşitlilik ve yaş grupları açısından tatmin edicidir” ($p > 0,05$), “İşletmelerin menüsünde yöresel yemekler bulunmaktadır” ($p > 0,05$) ve “İşletmenin ısıtma, mobilya, oturma vb, iyi durumdadır” ($p > 0,05$) ifadelerine katılım düzeyi ile sosyo-ekonomik düzey arasında anlamlı bir ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Bu ifadelere verilen cevaplar sosyo-ekonomik düzeyden bağımsızdır.

Tablo 4.30. Likya Bölgesindeki Yiyecek İçecek İşletmeleri Hakkındaki Görüşlere İlişkin İfadelere Verilen Cevapların Dağılımı ile Sosyo-Ekonomik Düzey Arasındaki İlişkinin İncelenmesi İçin Fisher's Exact Test Analizi

Soru	Katılım düzeyi	Sosyo-Ekonomik Düzey						fisher's exact	p
		Düşük düzey		Orta düzey		Yüksek düzey			
		n	%	n	%	n	%		
Hizmet kalitesine önem vermektedirler	Negatif Katılım	4	15,38	17	5,94	1	2,17	6,70	0,132
	Ne Katılıyorum								
	Ne Katılmıyorum	4	15,38	42	14,69	11	23,91		
Hızlı hizmet sunmaktadırlar	Pozitif Katılım	18	69,23	227	79,37	34	73,91	2,48	0,643
	Negatif Katılım	2	7,69	20	6,99	1	2,17		
	Ne Katılıyorum								
Menüler, anlaşılabilirlik, çeşitlilik ve yaş grupları açısından tatmin edicidir	Ne Katılmıyorum	8	30,77	74	25,87	15	32,61	1,05	0,903
	Pozitif Katılım	16	61,54	192	67,13	30	65,22		
	Negatif Katılım	2	7,69	18	6,29	4	8,70		
İşletmelerin menüsünde yöresel yemekler bulunmaktadır	Ne Katılmıyorum	4	15,38	59	20,63	14	30,43	3,04	0,544
	Pozitif Katılım	19	73,08	197	68,88	27	58,70		
	Negatif Katılım	3	11,54	30	10,49	5	10,87		
İşletmenin ısıtma, mobilya, oturma vb, iyi durumdadır	Ne Katılmıyorum	6	23,08	47	16,43	13	28,26	6,13	0,168
	Pozitif Katılım	17	65,38	222	77,62	30	65,22		
	Negatif Katılım	3	11,54	17	5,94	3	6,52		

Tablo 4.31’de Likya bölgesindeki yiyecek ve içecekler hakkındaki görüşlere ilişkin ifadelere verilen cevapların dağılımı ile sosyo-ekonomik düzey arasındaki ilişkinin tespiti amacıyla Fisher’s Exact analizi yapılmıştır.

Tablo 4.31. Likya Bölgesindeki Yiyecek ve İçecekler Hakkındaki Görüşlere İlişkin İfadelere Verilen Cevapların Dağılımı ile Sosyo-Ekonomik Düzey Arasındaki İlişkinin İncelenmesi İçin Fisher’s Exact Analizi

Soru	Katılım düzeyi	Sosyo-Ekonomik Düzey						fisher’s exact	P
		Düşük düzey		Orta düzey		Yüksek düzey			
		n	%	n	%	n	%		
Servis edilen yiyecek-içecekler sağlıklıdır	Negatif Katılım	1	3,85	5	1,75	0	0,00	6,51	0,121
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	7	26,92	44	15,38	12	26,09		
	Pozitif Katılım	18	69,23	237	82,87	34	73,91		
Servis edilen yiyecek-içecekler lezzetlidir	Negatif Katılım	3	11,54	12	4,20	1	2,17	4,20	0,338
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	3	11,54	60	20,98	8	17,39		
	Pozitif Katılım	20	76,92	214	74,83	37	80,43		
Yiyecek ve içeceklerde kullanılan malzemeler tazedir	Negatif Katılım	5	19,23	7	2,45	4	8,70	19,29	0,000
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	2	7,69	65	22,73	4	8,70		
	Pozitif Katılım	19	73,08	214	74,83	38	82,61		
Yiyecek içeceklerin fiyatları uygundur	Negatif Katılım	6	23,08	31	10,84	3	6,52	6,20	0,181
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	7	26,92	59	20,63	9	19,57		
	Pozitif Katılım	13	50,00	196	68,53	34	73,91		
Yemeklerin görünüşü güzel ve iştah açıcıdır	Negatif Katılım	2	7,69	11	3,85	3	6,52	5,33	0,216
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	6	23,08	53	18,53	4	8,70		
	Pozitif Katılım	18	69,23	222	77,62	39	84,78		

Yapılan analiz sonucunda; “Servis edilen yiyecek-içecekler sağlıklıdır” ($p>0,05$), “Servis edilen yiyecek-içecekler lezzetlidir” ($p>0,05$), “Yiyecek içeceklerin fiyatları uygundur” ($p>0,05$) ve “Yemeklerin görünüşü güzel ve iştah açıcıdır” ($p>0,05$) ifadelerine katılım düzeyi ile sosyo-ekonomik düzey arasında anlamlı bir ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Bu ifadelere verilen cevaplar sosyo-ekonomik düzeyden bağımsızdır.

“Yiyecek ve içeceklerde kullanılan malzemeler tazedir” ($p<0,05$) ifadesine katılım düzeyi ile sosyo-ekonomik düzey arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Kişilerin vermiş olduğu cevaplar incelendiğinde yüksek sosyo-ekonomik düzeydeki kişilerin “Yiyecek ve içeceklerde kullanılan malzemeler tazedir” (%82,61) ifadesine katılım düzeyleri en yüksek, düşük sosyo-ekonomik düzeydeki kişilerin (%73,08) “Yiyecek ve içeceklerde kullanılan malzemeler tazedir” ifadesine katılım düzeyleri en düşük olduğu tespit edilmiştir. Başka bir ifadeyle yüksek sosyo-ekonomik düzeydeki kişiler Likya bölgesindeki yiyecek ve içeceklerde kullanılan malzemeleri düşük sosyo-ekonomik düzeydeki kişilerine göre daha taze bulduğu tespit edilmiştir.

Tablo 4.31’deki bulgular ekonomik boyutu bakımından incelendiğinde Yarış’ın (2014) çalışmasıyla benzerlik göstermektedir. “Yiyecek ve içeceklerde kullanılan malzemeler tazedir” ifadesine yüksek sosyo-ekonomik düzey grubu katılırken bu ifadeye en az katılan grup düşük sosyo-ekonomik düzey grubu olmuştur. Bunun sebebi gelir farkından dolayı gidilen yerlerin kalitesi olabilir.

Tablo 4.32’de Likya bölgesindeki restoranların çalışanları ile ilgili görüşlere ilişkin ifadeler verilen cevapların dağılımı ile sosyo-ekonomik düzey arasındaki ilişkinin tespiti amacıyla Fisher’s Exact analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda; “Çalışanlar bölgenin gastronomisi ile ilgili tavsiyelerde bulunur” ($p>0,05$), “Çalışanlar yabancı dil bilirler” ($p>0,05$) ve “Çalışanlar kişisel temizliklerine önem verirler” ($p>0,05$) ifadelerine katılım düzeyi ile sosyo-ekonomik düzey arasında anlamlı bir ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Bu ifadeler verilen cevaplar sosyo-ekonomik düzeyden bağımsızdır.

Tablo 4.32. Likya Bölgesindeki Restoranların Çalışanları ile İlgili Görüşleri Hakkındaki Görüşlere İlişkin İfadelere Verilen Cevapların Dağılımı ile Sosyo-Ekonomik Düzey Arasındaki İlişkinin İncelenmesi İçin Fisher's Exact Analizi

Soru	Katılım düzeyi	Sosyo-Ekonomik Düzey						fisher's exact	p
		Düşük düzey		Orta düzey		Yüksek düzey			
		n	%	n	%	n	%		
Çalışanlar müşterilere karşı kibar ve iyi niyetlidir	Negatif Katılım	4	15,38	6	2,10	0	0,00	15,26	0,002
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	5	19,23	40	13,99	2	4,35		
	Pozitif Katılım	17	65,38	240	83,92	44	95,65		
Çalışanlar bölgenin gastronomisi ile ilgili tavsiyelerde bulunur	Negatif Katılım	4	15,38	36	12,59	5	10,87	5,10	0,277
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	9	34,62	79	27,62	7	15,22		
	Pozitif Katılım	13	50,00	171	59,79	34	73,91		
Çalışanlar yabancı dil bilirler	Negatif Katılım	3	11,54	23	8,04	1	2,17	5,38	0,233
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	10	38,46	72	25,17	13	28,26		
	Pozitif Katılım	13	50,00	191	66,78	32	69,57		
Çalışanlar kişisel temizliklerine önem verirler	Negatif Katılım	3	11,54	17	5,94	1	2,17	4,30	0,342
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	7	26,92	60	20,98	13	28,26		
	Pozitif Katılım	16	61,54	209	73,08	32	69,57		
Çalışanlar menü ve yemekler hakkında yeterli bilgi sahibidirler	Negatif Katılım	5	19,23	12	4,20	1	2,17	10,54	0,023
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	6	23,08	54	18,88	6	13,04		
	Pozitif Katılım	15	57,69	220	76,92	39	84,78		

“Çalışanlar müşterilere karşı kibar ve iyi niyetlidir” ($p<0,05$) ifadesine katılım düzeyi ile sosyo-ekonomik düzey arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Kişilerin vermiş olduğu cevaplar incelendiğinde yüksek sosyo-ekonomik düzeydeki kişilerin “Çalışanlar müşterilere karşı kibar ve iyi niyetlidir” (95,65)

ifadesine katılım düzeyleri en yüksek, düşük sosyo-ekonomik düzeydeki kişilerin (%65,38) “Çalışanlar müşterilere karşı kibar ve iyi niyetlidir” ifadesine katılım düzeyleri en düşük olduğu tespit edilmiştir.

“Çalışanlar menü ve yemekler hakkında yeterli bilgi sahibidirler” ($p < 0,05$) ifadesine katılım düzeyi ile sosyo-ekonomik düzey arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Kişilerin vermiş olduğu cevaplar incelendiğinde yüksek sosyo-ekonomik düzeydeki kişilerin “Çalışanlar menü ve yemekler hakkında yeterli bilgi sahibidirler” (84,78) ifadesine katılım düzeyleri en yüksek, düşük sosyo-ekonomik düzeydeki kişilerin (%57,69) “Çalışanlar menü ve yemekler hakkında yeterli bilgi sahibidirler” ifadesine katılım düzeyleri en düşük olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 4.32’deki anket maddelerine verilen cevaplar incelendiğinde “Çalışanlar kişisel temizliklerine önem verirler” ifadesine pozitif katılım oranı en yüksek gelir düzeyi grubu orta sosyo-ekonomik düzeydir. Diğer ifadeler pozitif katılım oranı en yüksek grubu ise yüksek sosyo-ekonomik düzeydeki katılımcılar oluşturmaktadır.

Araştırma Sorusu 6: Anket maddelerine verilen cevapların katılımcının Likya bölgesine geliş sebebi ile ilişkisi var mıdır?

Tablo 4.33’de gastronomi kültürüne olan ilgi hakkındaki görüşlere ilişkin ifadelere verilen cevapların dağılımı ile Likya bölgesine geliş sebebi arasındaki ilişkinin tespiti amacıyla Ki-Kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda; “Yaşadığım ülkenin yiyecek ve içeceklerini iyi bilirim” ($p > 0,05$) ve “Farklı ülke ve kültürlerin yöresel yemeklerini yemeyi severim” ($p > 0,05$) ifadelerine katılım düzeyi ile Likya bölgesine geliş sebebi arasında anlamlı bir ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Bu ifadelere verilen cevaplar Likya bölgesine geliş sebebinden bağımsızdır.

“Yaşadığım ülkede farklı yemek ve içecekleri denemeyi severim” ($p < 0,05$) ifadesine katılım düzeyi ile Likya bölgesine geliş sebebi arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Kişilerin vermiş olduğu cevaplar incelendiğinde tatil amacıyla gelen kişilerin “Yaşadığım ülkede farklı yemek ve içecekleri denemeyi severim” (90,51) ifadesine katılım düzeyi, iş amacıyla gelen kişilerin “Yaşadığım ülkede farklı yemek ve içecekleri denemeyi severim” (%9,49) ifadesine katılım düzeyinden daha yüksektir.

Tablo 4.33. Gastronomi Kültürüne Olan İlgi Hakkındaki Görüşlere İlişkin İfadelere Verilen Cevapların Dağılımı ile Türkiye Tatilinde Likya Bölgesine Geliş Sebebi Arasındaki İlişkinin İncelenmesi İçin Ki-Kare Analizi

Soru	Katılım düzeyi	Geliş Sebebi				Ki-Kare	p
		İş amacıyla n	%	Tatil amacıyla n	%		
Yaşadığım ülkenin yiyecek ve içeceklerini iyi bilirim	Negatif Katılım	6	27,27	16	72,73	5,50	0,068
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	6	11,54	46	88,46		
	Pozitif Katılım	30	10,56	254	89,44		
Yaşadığım ülkede farklı yemek ve içecekleri denemeyi severim	Negatif Katılım	5	21,74	18	78,26	5,89	0,046
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	11	18,03	50	81,97		
	Pozitif Katılım	26	9,49	248	90,51		
Farklı ülke ve kültürdeki insanların ne yediklerini merak ederim	Negatif Katılım	5	20,83	19	79,17	6,58	0,036
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	15	17,44	71	82,56		
	Pozitif Katılım	22	8,87	226	91,13		
Farklı ülke ve kültürdeki insanların ne yediklerini araştırım	Negatif Katılım	10	21,74	36	78,26	8,07	0,018
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	12	15,79	64	84,21		
	Pozitif Katılım	20	8,47	216	91,53		
Farklı ülke ve kültürlerin yöresel yemeklerini yemeyi severim	Negatif Katılım	6	18,75	26	81,25	5,95	0,056
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	10	19,61	41	80,39		
	Pozitif Katılım	26	9,45	249	90,55		

“Farklı ülke ve kültürdeki insanların ne yediklerini merak ederim” ($p < 0,05$) ifadesine katılım düzeyi ile Likya bölgesine geliş sebebi arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Kişilerin vermiş olduğu cevaplar incelendiğinde tatil amacıyla gelen kişilerin “Farklı ülke ve kültürdeki insanların ne yediklerini merak ederim” (%91,13) ifadesine katılım düzeyi, iş amacıyla gelen kişilerin “Farklı ülke ve kültürdeki insanların ne yediklerini merak ederim” (%8,87) ifadesine katılım düzeyinden daha yüksektir.

“Farklı ülke ve kültürdeki insanların ne yediklerini araştırırım” ($p<0,05$) ifadesine katılım düzeyi ile Likya bölgesine geliş sebebi arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Kişilerin vermiş olduğu cevaplar incelendiğinde tatil amacıyla gelen kişilerin “Farklı ülke ve kültürdeki insanların ne yediklerini araştırırım” (%91,53) ifadesine katılım düzeyi, iş amacıyla gelen kişilerin “Farklı ülke ve kültürdeki insanların ne yediklerini araştırırım” (%8,47) ifadesine katılım düzeyinden daha yüksektir.

Tablo 4.33’de “Farklı ülke ve kültürdeki insanların ne yediklerini araştırırım”, “Yaşadığım ülkede farklı yemek ve içecekleri denemeyi severim” ve “Farklı ülke ve kültürdeki insanların ne yediklerini merak ederim” ifadelerine en çok tatil amacı ile gelen katılımcılar katılmıştır. İş amacı ile bölgeye gelen kişilerin bu ifadeye katılım oranı düşüktür. Bu sonuçlar normal bir durumdur. Turistik amaçla gelen kişinin yemeklere ayıracak vakti ve enerjisi vardır; ancak iş amacıyla gelen kişinin eğlence kültürüne ayıracak zamanı olmayacaktır ve yemeyi yaşamak için bir araç olarak görecektir.

Tablo 4.34’de gastronomi turizmine karşı tutumları hakkındaki görüşlere ilişkin ifadelerine verilen cevapların dağılımı ile Likya bölgesine geliş sebebi arasındaki ilişkinin tespiti amacıyla Ki-Kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda; “Seyahate çıkmadan önce gideceğim ülkenin yiyecek ve içeceklerini araştırırım” ($p>0,05$) ifadesine katılım düzeyi ile Likya bölgesine geliş sebebi arasında anlamlı bir ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Bu ifadeye verilen cevaplar Likya bölgesine geliş sebebinden bağımsızdır.

“Farklı ülke ve kültürlerin yöresel yemeklerini yemek için seyahat edebilirim” ($p<0,05$) ifadesine katılım düzeyi ile Likya bölgesine geliş sebebi arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Kişilerin vermiş olduğu cevaplar incelendiğinde tatil amacıyla gelen kişilerin “Farklı ülke ve kültürlerin yöresel yemeklerini yemek için seyahat edebilirim” (%91,67) ifadesine katılım düzeyi, iş amacıyla gelen kişilerin “Farklı ülke ve kültürlerin yöresel yemeklerini yemek için seyahat edebilirim” (%8,33) ifadesine katılım düzeyinden daha yüksektir.

Tablo 4.34. Gastronomi Turizmine Karşı Tutumları Hakkındaki Görüşlere İlişkin İfadelere Verilen Cevapların Dağılımı ile Türkiye Tatilinde Likya Bölgesine Geliş Sebebi Arasındaki İlişkinin İncelenmesi İçin Ki-Kare Analizi

Soru	Katılım düzeyi	Geliş Sebebi				Ki-Kare	p
		İş amacıyla n	%	Tatil amacıyla n	%		
Farklı ülke ve kültürlerin yöresel yemeklerini yemek için seyahat edebilirim	Negatif Katılım	12	24,00	38	76,00	10,52	0,005
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	10	14,71	58	85,29		
	Pozitif Katılım	20	8,33	220	91,67		
Seyahate çıkmadan önce gideceğim ülkenin yiyecek ve içeceklerini araştırdım	Negatif Katılım	8	21,05	30	78,95	5,50	0,066
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	11	15,28	61	84,72		
	Pozitif Katılım	23	9,27	225	90,73		
Bir ülkenin veya şehrin restoranlarının kaliteli olması oraya seyahat etmemde etkilidir	Negatif Katılım	10	21,28	37	78,72	6,19	0,044
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	12	13,79	75	86,21		
	Pozitif Katılım	20	8,93	204	91,07		
Seyahat ettiğim ülke veya şehirde, menüsünde yöresel yemek olan yerleri tercih ederim	Negatif Katılım	10	41,67	14	58,33	23,35	0,000
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	8	13,56	51	86,44		
	Pozitif Katılım	24	8,73	251	91,27		
Seyahat ettiğim ülke veya şehrin yeme-içme kültüründen dolayı arkadaşlarıma tavsiye edebilirim	Negatif Katılım	4	26,67	11	73,33	7,89	0,018
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	13	18,31	58	81,69		
	Pozitif Katılım	25	9,19	247	90,81		
Seyahat ettiğim ülkenin yiyecek, içecek kültürü oraya tekrar seyahat etmemde önemli bir etkidir	Negatif Katılım	8	25,81	23	74,19	9,85	0,009
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	14	15,73	75	84,27		
	Pozitif Katılım	20	8,40	218	91,60		

“Bir ülkenin veya şehrin restoranlarının kaliteli olması oraya seyahat etmemde etkilidir” ($p < 0,05$) ifadesine katılım düzeyi ile Likya bölgesine geliş sebebi arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Kişilerin vermiş olduğu cevaplar

incelendiğinde tatil amacıyla gelen kişilerin “Bir ülkenin veya şehrin restoranlarının kaliteli olması oraya seyahat etmemde etkilidir” (%91,07) ifadesine katılım düzeyi, iş amacıyla gelen kişilerin “Bir ülkenin veya şehrin restoranlarının kaliteli olması oraya seyahat etmemde etkilidir” (%8,93) ifadesine katılım düzeyinden daha yüksektir.

“Seyahat ettiğim ülke veya şehirde, menüsünde yöresel yemek olan yerleri tercih ederim” ($p<0,05$) ifadesine katılım düzeyi ile Likya bölgesine geliş sebebi arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Kişilerin vermiş olduğu cevaplar incelendiğinde tatil amacıyla gelen kişilerin “Seyahat ettiğim ülke veya şehirde, menüsünde yöresel yemek olan yerleri tercih ederim” (%91,27) ifadesine katılım düzeyi, iş amacıyla gelen kişilerin “Seyahat ettiğim ülke veya şehirde, menüsünde yöresel yemek olan yerleri tercih ederim” (%8,73) ifadesine katılım düzeyinden daha yüksektir.

“Seyahat ettiğim ülke veya şehrin yeme-içme kültüründen dolayı arkadaşlarıma tavsiye edebilirim” ($p<0,05$) ifadesine katılım düzeyi ile Likya bölgesine geliş sebebi arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Kişilerin vermiş olduğu cevaplar incelendiğinde tatil amacıyla gelen kişilerin “Seyahat ettiğim ülke veya şehrin yeme-içme kültüründen dolayı arkadaşlarıma tavsiye edebilirim” (%90,81) ifadesine katılım düzeyi, iş amacıyla gelen kişilerin “Seyahat ettiğim ülke veya şehrin yeme-içme kültüründen dolayı arkadaşlarıma tavsiye edebilirim” (%9,19) ifadesine katılım düzeyinden daha yüksektir.

“Seyahat ettiğim ülkenin yiyecek, içecek kültürü oraya tekrar seyahat etmemde önemli bir etkidir” ($p<0,05$) ifadesine katılım düzeyi ile Likya bölgesine geliş sebebi arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Kişilerin vermiş olduğu cevaplar incelendiğinde tatil amacıyla gelen kişilerin “Seyahat ettiğim ülkenin yiyecek, içecek kültürü oraya tekrar seyahat etmemde önemli bir etkidir” (%91,60) ifadesine katılım düzeyi, iş amacıyla gelen kişilerin “Seyahat ettiğim ülkenin yiyecek, içecek kültürü oraya tekrar seyahat etmemde önemli bir etkidir” (%8,40) ifadesine katılım düzeyinden daha yüksektir.

Tablo 4.34'deki anket maddelerine verilen cevaplar incelendiğinde, tüm ifadelerde pozitif katılım oranı en yüksek grubu Likya bölgesine geliş sebebi tatil amacıyla olan grubun oluşturduğu görülmektedir.

Tablo 4.35’de Likya bölgesindeki yiyecek içecek işletmeleri hakkındaki görüşlere ilişkin ifadeler verilen cevapların dağılımı ile Likya bölgesine geliş sebebi arasındaki ilişkinin tespiti amacıyla Ki-Kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda; “Hizmet kalitesine önem vermekteler” ($p>0,05$) ifadesine katılım düzeyi ile Likya bölgesine geliş sebebi arasında anlamlı bir ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Bu ifadeye verilen cevaplar Likya bölgesine geliş sebebinden bağımsızdır.

“Hızlı hizmet sunmaktadırlar” ($p<0,05$) ifadesine katılım düzeyi ile Likya bölgesine geliş sebebi arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Kişilerin vermiş olduğu cevaplar incelendiğinde tatil amacıyla gelen kişilerin “Hızlı hizmet sunmaktadırlar” (%91,18) ifadesine katılım düzeyi, iş amacıyla gelen kişilerin “Hızlı hizmet sunmaktadırlar” (%8,82) ifadesine katılım düzeyinden daha yüksektir.

“Menüler, anlaşılabilirlik, çeşitlilik ve yaş grupları açısından tatmin edicidir” ($p<0,05$) ifadesine katılım düzeyi ile Likya bölgesine geliş sebebi arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Kişilerin vermiş olduğu cevaplar incelendiğinde tatil amacıyla gelen kişilerin “Menüler, anlaşılabilirlik, çeşitlilik ve yaş grupları açısından tatmin edicidir” (%91,06) ifadesine katılım düzeyi, iş amacıyla gelen kişilerin “Menüler, anlaşılabilirlik, çeşitlilik ve yaş grupları açısından tatmin edicidir” (%8,94) ifadesine katılım düzeyinden daha yüksektir.

“İşletmelerin menüsünde yöresel yemekler bulunmaktadır” ($p<0,05$) ifadesine katılım düzeyi ile Likya bölgesine geliş sebebi arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Kişilerin vermiş olduğu cevaplar incelendiğinde tatil amacıyla gelen kişilerin “İşletmelerin menüsünde yöresel yemekler bulunmaktadır” (%90,95) ifadesine katılım düzeyi, iş amacıyla gelen kişilerin “İşletmelerin menüsünde yöresel yemekler bulunmaktadır” (%9,05) ifadesine katılım düzeyinden daha yüksektir.

“İşletmenin ısıtma, mobilya, oturma vb, iyi durumdadır” ($p<0,05$) ifadesine katılım düzeyi ile Likya bölgesine geliş sebebi arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Kişilerin vermiş olduğu cevaplar incelendiğinde tatil amacıyla gelen kişilerin “İşletmenin ısıtma, mobilya, oturma vb, iyi durumdadır” (%91,08) ifadesine katılım düzeyi, iş amacıyla gelen kişilerin “İşletmenin ısıtma, mobilya, oturma vb, iyi durumdadır” (%8,92) ifadesine katılım düzeyinden daha yüksektir.

Tablo 4.35. Likya Bölgesindeki Yiyecek İçecek İşletmeleri Hakkındaki Görüşlere İlişkin İfadelere Verilen Cevapların Dağılımı ile Türkiye Tatilinde Likya Bölgesine Geliş Sebebi Arasındaki İlişkinin İncelenmesi İçin Ki-Kare Analizi

Soru	Katılım düzeyi	Geliş Sebebi				Ki-Kare	p
		İş amacıyla n	%	Tatil amacıyla n	%		
Hizmet kalitesine önem vermektedirler	Negatif Katılım	5	22,73	17	77,27	5,56	0,065
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	10	17,54	47	82,46		
	Pozitif Katılım	27	9,68	252	90,32		
Hızlı hizmet sunmaktadırlar	Negatif Katılım	7	30,43	16	69,57	10,39	0,007
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	14	14,43	83	85,57		
	Pozitif Katılım	21	8,82	217	91,18		
Menüler, anlaşılabilirlik, çeşitlilik ve yaş grupları açısından tatmin edicidir	Negatif Katılım	8	33,33	16	66,67	12,77	0,002
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	13	13,13	86	86,87		
	Pozitif Katılım	21	8,94	214	91,06		
İşletmelerin menüsünde yöresel yemekler bulunmaktadır	Negatif Katılım	9	23,68	29	76,32	7,41	0,022
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	11	14,29	66	85,71		
	Pozitif Katılım	22	9,05	221	90,95		
İşletmenin ısıtma, mobilya, oturma vb. iyi durumdadır	Negatif Katılım	7	30,43	16	69,57	11,37	0,005
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	11	16,67	55	83,33		
	Pozitif Katılım	24	8,92	245	91,08		

Tablo 4.35’te yer alan “Hizmet kalitesine önem vermektedirler” ifadesi ile bölgeye geliş sebebi arasında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır. “Hızlı hizmet sunmaktadırlar”, “Menüler, anlaşılabilirlik, çeşitlilik ve yaş grupları açısından tatmin edicidir”, “İşletmelerin menüsünde yöresel yemekler bulunmaktadır” ve “İşletmenin ısıtma, mobilya, oturma vb. iyi durumdadır” ifadelerine bölgeye tatil amacıyla gelen grup daha fazla katılım göstermiştir. Bunun sebebi tatil amacıyla gelen kişilerin iş

amacıyla gelen kişilere göre yeme-içmeye ayıracak zamanlarının bol olması olabilir. Buna benzer bir araştırmaya literatürde rastlanmamıştır.

Tablo 4.36’da Likya bölgesindeki yiyecek ve içecekler hakkındaki görüşlere ilişkin ifadelere verilen cevapların dağılımı ile Likya bölgesine geliş sebebi arasındaki ilişkinin tespiti amacıyla Ki-Kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda; “Servis edilen yiyecek-içecekler sağlıklıdır” ($p<0,05$) ifadesine katılım düzeyi ile Likya bölgesine geliş sebebi arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Kişilerin vermiş olduğu cevaplar incelendiğinde tatil amacıyla gelen kişilerin “Servis edilen yiyecek-içecekler sağlıklıdır” (%91,00) ifadesine katılım düzeyi, iş amacıyla gelen kişilerin “Servis edilen yiyecek-içecekler sağlıklıdır” (%9,00) ifadesine katılım düzeyinden daha yüksektir.

“Servis edilen yiyecek-içecekler lezzetlidir” ($p<0,05$) ifadesine katılım düzeyi ile Likya bölgesine geliş sebebi arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Kişilerin vermiş olduğu cevaplar incelendiğinde tatil amacıyla gelen kişilerin “Servis edilen yiyecek-içecekler lezzetlidir” (%91,51) ifadesine katılım düzeyi, iş amacıyla gelen kişilerin “Servis edilen yiyecek-içecekler lezzetlidir” (%8,49) ifadesine katılım düzeyinden daha yüksektir.

“Yiyecek ve içeceklerde kullanılan malzemeler tazedir” ($p<0,05$) ifadesine katılım düzeyi ile Likya bölgesine geliş sebebi arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Kişilerin vermiş olduğu cevaplar incelendiğinde tatil amacıyla gelen kişilerin “Yiyecek ve içeceklerde kullanılan malzemeler tazedir” (%90,41) ifadesine katılım düzeyi, iş amacıyla gelen kişilerin “Yiyecek ve içeceklerde kullanılan malzemeler tazedir” (%9,59) ifadesine katılım düzeyinden daha yüksektir.

Tablo 4.36. Likya Bölgesindeki Yiyecek ve İçecekler Hakkındaki Görüşlere İlişkin İfadelere Verilen Cevapların Dağılımı ile Türkiye Tatilinde Likya Bölgesine Geliş Sebebi Arasındaki İlişkinin İncelenmesi İçin Ki-Kare Analizi

Soru	Katılım düzeyi	Geliş Sebebi				Ki-Kare	p
		İş amacıyla n	%	Tatil amacıyla n	%		
Servis edilen yiyecek-içecekler sağlıklıdır	Negatif Katılım	3	50,00	3	50,00	15,39	0,003
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	13	20,63	50	79,37		
	Pozitif Katılım	26	9,00	263	91,00		
Servis edilen yiyecek-içecekler lezzetlidir	Negatif Katılım	8	50,00	8	50,00	26,35	0,000
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	11	15,49	60	84,51		
	Pozitif Katılım	23	8,49	248	91,51		
Yiyecek ve içeceklerde kullanılan malzemeler tazedir	Negatif Katılım	7	43,75	9	56,25	17,09	0,001
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	9	12,68	62	87,32		
	Pozitif Katılım	26	9,59	245	90,41		
Yiyecek içeceklerin fiyatları uygundur	Negatif Katılım	10	25,00	30	75,00	7,60	0,021
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	8	10,67	67	89,33		
	Pozitif Katılım	24	9,88	219	90,12		
Yemeklerin görünüşü güzel ve iştah açıcıdır	Negatif Katılım	6	37,50	10	62,50	12,87	0,003
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	10	15,87	53	84,13		
	Pozitif Katılım	26	9,32	253	90,68		

“Yiyecek içeceklerin fiyatları uygundur” ($p < 0,05$) ifadesine katılım düzeyi ile Likya bölgesine geliş sebebi arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Kişilerin vermiş olduğu cevaplar incelendiğinde tatil amacıyla gelen kişilerin “Yiyecek içeceklerin fiyatları uygundur” (%90,12) ifadesine katılım düzeyi, iş amacıyla gelen kişilerin “Yiyecek içeceklerin fiyatları uygundur” (%9,88) ifadesine katılım düzeyinden daha yüksektir.

“Yemeklerin görünüşü güzel ve iştah açıcıdır” ($p<0,05$) ifadesine katılım düzeyi ile Likya bölgesine geliş sebebi arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Kişilerin vermiş olduğu cevaplar incelendiğinde tatil amacıyla gelen kişilerin “Yemeklerin görünüşü güzel ve iştah açıcıdır” (%90,68) ifadesine katılım düzeyi, iş amacıyla gelen kişilerin “Yemeklerin görünüşü güzel ve iştah açıcıdır” (%9,32) ifadesine katılım düzeyinden daha yüksektir.

Tablo 4.36’daki anket maddelerine verilen cevaplar incelendiğinde, tüm ifadelerde pozitif katılım oranı en yüksek grubu Likya bölgesine geliş sebebi tatil amacıyla olan grubun oluşturduğu görülmektedir.

Tablo 4.36’da bulunan “Servis edilen yiyecek-içecekler sağlıklıdır”, “Servis edilen yiyecek-içecekler lezzetlidir”, “Yiyecek ve içeceklerde kullanılan malzemeler tazedir”, “Yiyecek içeceklerin fiyatları uygundur” ve “Yemeklerin görünüşü güzel ve iştah açıcıdır” ifadelerine bölgeye tatil amacıyla gelen kişilerin daha çok katıldığı belirtilmiştir. Bunun sebebi yine yukarıdakilere benzer olarak kişilerin tatil amacıyla gelmesi sebebiyle yiyecek-içecekleri ayrıntılı bir şekilde incelemiş olması olabilir. İş için gelen bir kişinin yemeği inceleme fırsatı çok fazla olmayabilir.

Tablo 3.37’de Likya bölgesindeki restoranların çalışanları ile ilgili görüşleri hakkındaki görüşlere ilişkin ifadeler verilen cevapların dağılımı ile Likya bölgesine geliş sebebi arasındaki ilişkinin tespiti amacıyla Ki-Kare analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda; “Çalışanlar bölgenin gastronomisi ile ilgili tavsiyelerde bulunur” ($p>0,05$), “Çalışanlar yabancı dil bilirler” ($p>0,05$) ve “Çalışanlar kişisel temizliklerine önem verirler” ($p>0,05$) ifadelerine katılım düzeyi ile Likya bölgesine geliş sebebi arasında anlamlı bir ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Bu ifadeler verilen cevaplar Likya bölgesine geliş sebebinden bağımsızdır.

“Çalışanlar müşterilere karşı kibar ve iyi niyetlidir” ($p<0,05$) ifadesine katılım düzeyi ile Likya bölgesine geliş sebebi arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Kişilerin vermiş olduğu cevaplar incelendiğinde tatil amacıyla gelen kişilerin “Çalışanlar müşterilere karşı kibar ve iyi niyetlidir” (%88,70) ifadesine katılım düzeyi, iş amacıyla gelen kişilerin “Çalışanlar müşterilere karşı kibar ve iyi niyetlidir” (%11,30) ifadesine katılım düzeyinden daha yüksektir.

Tablo 3.37. Likya Bölgesindeki Restoranların Çalışanları ile İlgili Görüşleri Hakkındaki Görüşlere İlişkin İfadelere Verilen Cevapların Dağılımı ile Türkiye Tatilinde Likya Bölgesine Geliş Sebebi Arasındaki İlişkinin İncelenmesi İçin Ki-Kare Analizi

Soru	Katılım düzeyi	Geliş Sebebi				Ki-Kare	p
		İş amacıyla n	%	Tatil amacıyla n	%		
Çalışanlar müşterilere karşı kibar ve iyi niyetlidir	Negatif Katılım	4	40,00	6	60,00	8,24	0,020
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	4	8,51	43	91,49		
	Pozitif Katılım	34	11,30	267	88,70		
Çalışanlar bölgenin gastronomisi ile ilgili tavsiyelerde bulunur	Negatif Katılım	7	15,56	38	84,44	0,783	0,640
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	10	10,53	85	89,47		
	Pozitif Katılım	25	11,47	193	88,53		
Çalışanlar yabancı dil bilirler	Negatif Katılım	5	18,52	22	81,48	1,57	0,461
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	12	12,63	83	87,37		
	Pozitif Katılım	25	10,59	211	89,41		
Çalışanlar kişisel temizliklerine önem verirler	Negatif Katılım	3	14,29	18	85,71	0,621	0,736
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	11	13,75	69	86,25		
	Pozitif Katılım	28	10,89	229	89,11		
Çalışanlar menü ve yemekler hakkında yeterli bilgi sahibidirler	Negatif Katılım	3	16,67	15	83,33	7,95	0,021
	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	14	21,21	52	78,79		
	Pozitif Katılım	25	9,12	249	90,88		

“Çalışanlar menü ve yemekler hakkında yeterli bilgi sahibidirler”(p<0,05) ifadesine katılım düzeyi ile Likya bölgesine geliş sebebi arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Kişilerin vermiş olduğu cevaplar incelendiğinde tatil amacıyla gelen kişilerin “Çalışanlar menü ve yemekler hakkında yeterli bilgi sahibidirler” (%90,88) ifadesine katılım düzeyi, iş amacıyla gelen kişilerin “Çalışanlar menü ve yemekler hakkında yeterli bilgi sahibidirler” (% 9,12) ifadesine katılım düzeyinden daha yüksektir.

Tablo 4.37’de bulunan “Çalışanlar müşterilere karşı kibar ve iyi niyetlidir” ve “Çalışanlar menü ve yemekler hakkında yeterli bilgi sahibidirler” ifadelerine bölgeye tatil amacıyla gelen kişilerin daha çok katıldığı görülmüştür.

4.4. İFADELERE VERİLEN CEVAPLARIN DAĞILIMLARININ TEK ÖRNEKLEM Kİ-KARE ANALİZİ İLE İNCELENMESİ

Anket maddeleri ifadelerine verilen cevapların dağılımları tek örneklem Ki-kare analizi ile incelenmiştir.

Tablo 4.38’de katılımcıların gastronomi kültürüne olan ilgisini tespit edebilmek amacıyla yöneltilen tüm ifadelerine verilen cevapların dağılımlarında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. ($p < 0,05$) Yöneltilen ifadelere pozitif katılım oranları incelendiğinde “Yaşadığım ülkenin yiyecek ve içeceklerini iyi bilirim” ifadesine katılım düzeyi %80, “Yaşadığım ülkede farklı yemek ve içecekleri denemeyi severim” ifadesine katılım düzeyi %76,81, “Farklı ülke ve kültürdeki insanların ne yediklerini merak ederim” ifadesine katılım düzeyi %69,27, “Farklı ülke ve kültürdeki insanların ne yediklerini araştırırım” ifadesine katılım düzeyi %66,67 ve “Farklı ülke ve kültürlerin yöresel yemeklerini yemeyi severim” ifadesine katılım düzeyi %77,68 ile en yüksek olarak görülmektedir.

Tablo 4.38. Gastronomi Kültürüne Olan İlginiz Sorusunun Tüm İfadelerine Verilen Cevapların Dağılımların Tek Örneklem Ki-Kare Analizi ile İncelenmesi

Gastronomi kültürüne olan ilginiz sorusu	Negatif Katılım		Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum		Pozitif Katılım		Ki-kare	p
	N	%	N	%	N	%		
	Yaşadığım ülkenin yiyecek ve içeceklerini iyi bilirim	21	6,09	48	13,91	276		
Yaşadığım ülkede farklı yemek ve içecekleri denemeyi severim	21	6,09	59	17,1	265	76,81	306	0,000
Farklı ülke ve kültürdeki insanların ne yediklerini merak ederim	22	6,38	84	24,35	239	69,27	224	0,000
Farklı ülke ve kültürdeki insanların ne yediklerini araştırırım	44	12,76	71	20,58	230	66,67	174	0,000
Farklı ülke ve kültürlerin yöresel yemeklerini yemeyi severim	30	8,7	47	13,62	268	77,68	306	0,000

Tablo 4.38’e göre katılımcılar “Yaşadığım ülkenin yiyecek ve içeceklerini iyi bilirim”, “Yaşadığım ülkede farklı yemek ve içecekleri denemeyi severim”, “Farklı ülke ve kültürdeki insanların ne yediklerini merak ederim”, “Farklı ülke ve

kültürdeki insanların ne yediklerini araştırdım” ve “Farklı ülke ve kültürlerin yöresel yemeklerini yemeyi severim” ifadelerine katılmaktadırlar. Bu da katılımcıların gastronomi kültürüne meraklı ve ilgili olduğunu göstermekte denilebilir.

Tablo 4.39’da katılımcıların gastronomi turizmine karşı tutumunu tespit edebilmek amacıyla yöneltilen tüm ifadelerine verilen cevapların dağılımlarında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. ($p < 0,05$) Yöneltilen ifadelerle pozitif katılım oranları incelendiğinde “Farklı ülke ve kültürlerin yöresel yemeklerini yemek için seyahat edebilirim” ifadesine katılım düzeyi %67,83, “Seyahate çıkmadan önce gideceğim ülkenin yiyecek ve içeceklerini araştırdım” ifadesine katılım düzeyi %69,86, “Bir ülkenin veya şehrin restoranlarının kaliteli olması oraya seyahat etmemde etkilidir” ifadesine katılım düzeyi %62,61, “Seyahat ettiğim ülke veya şehirde, menüsünde yöresel yemek olan yerleri tercih ederim” ifadesine katılım düzeyi %76,53, “Seyahat ettiğim ülke veya şehrin yeme-içme kültüründen dolayı arkadaşlarıma tavsiye edebilirim” ifadesine katılım düzeyi %75,94 ve “Seyahat ettiğim ülkenin yiyecek, içecek kültürü oraya tekrar seyahat etmemde önemli bir etkendir” ifadesine katılım düzeyi %67,25 ile en yüksek olarak görülmektedir.

Tablo 4.39. Gastronomi Turizmine Karşı Tutumunuz Sorusunun Tüm İfadelerine Verilen Cevapların Dağılımların Tek Örneklem Ki-Kare Analizi ile İncelenmesi

Gastronomi Turizmine Karşı Tutumunuz sorusu	Negatif Katılım		Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum		Pozitif Katılım		Ki-kare	p
	N	%	N	%	N	%		
	Farklı ülke ve kültürlerin yöresel yemeklerini yemek için seyahat edebilirim	48	13,92	63	18,26	234		
Seyahate çıkmadan önce gideceğim ülkenin yiyecek ve içeceklerini araştırdım	35	10,15	69	20	241	69,86	212	0,000
Bir ülkenin veya şehrin restoranlarının kaliteli olması oraya seyahat etmemde etkilidir	46	13,34	83	24,06	216	62,61	144	0,000
Seyahat ettiğim ülke veya şehirde, menüsünde yöresel yemek olan yerleri tercih ederim	23	6,67	58	16,81	264	76,53	309	0,000
Seyahat ettiğim ülke veya şehrin yeme-içme kültüründen dolayı arkadaşlarıma tavsiye edebilirim	15	4,35	68	19,71	262	75,94	306	0,000
Seyahat ettiğim ülkenin yiyecek, içecek kültürü oraya tekrar seyahat etmemde önemli bir etkendir	30	8,7	83	24,06	232	67,25	191	0,000

Tablo 4.40’da katılımcıların Likya bölgesindeki yiyecek içecek işletmeleri hakkındaki görüşlerini tespit edebilmek amacıyla yöneltilen tüm ifadelerine verilen cevapların dağılımlarında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. ($p<0,05$) Yöneltilen ifadeler pozitif katılım oranları incelendiğinde “Hizmet kalitesine önem vermektedirler” ifadesine katılım düzeyi %77,26, “Hızlı hizmet sunmaktadırlar” ifadesine katılım düzeyi %66,96, “Menüler, anlaşılabilirlik, çeşitlilik ve yaş grupları açısından tatmin edicidir” ifadesine katılım düzeyi %65,51, “İşletmelerin menüsünde yöresel yemekler bulunmaktadır” ifadesine katılım düzeyi %67,83 ve “İşletmenin ısıtma, mobilya, oturma vb, iyi durumdadır” ifadesine katılım düzeyi %74,79 ile en yüksek olarak görülmektedir.

Tablo 4.40. Likya Bölgesindeki Yiyecek İçecek İşletmeleri Hakkındaki Görüşleriniz Sorusunun Tüm İfadelerine Verilen Cevapların Dağılımların Tek Örneklem Ki-Kare Analizi ile İncelenmesi

Likya Bölgesindeki Yiyecek İçecek İşletmeleri Hakkındaki Görüşleriniz sorusu	Negatif Katılım		Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum		Pozitif Katılım		Ki-kare	p
	N	%	N	%	N	%		
Hizmet kalitesine önem vermektedirler	21	6,09	54	15,65	270	78,26	325	0,000
Hızlı hizmet sunmaktadırlar	22	6,38	92	26,67	231	66,96	199	0,000
Menüler, anlaşılabilirlik, çeşitlilik ve yaş grupları açısından tatmin edicidir	24	6,96	95	27,54	226	65,51	191	0,000
İşletmelerin menüsünde yöresel yemekler bulunmaktadır	37	10,73	74	21,45	234	67,83	198	0,000
İşletmenin ısıtma, mobilya, oturma vb. iyi durumdadır	23	6,67	64	18,55	258	74,79	289	0,000

Tablo 4.40’deki bulgulara göre katılımcılar işletmelerin hizmet kalitesine önem vermektedirler, gittikleri işletmelerin hızlı servis yaptığını düşünmektedirler, menülerin geniş ve yöresel özellikler taşıdığını ve fiziki şartlarının güzel olduğunu genel olarak kabul etmişlerdir. Bu sonuçlar Yarış’ın (2014) bulguları ile paralellik göstermektedir.

Tablo 4.41’de katılımcıların Likya bölgesindeki yiyecek ve içecekler hakkındaki görüşlerini tespit edebilmek amacıyla yöneltilen tüm ifadelerine verilen cevapların dağılımlarında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. ($p<0,05$) Yöneltilen ifadeler pozitif katılım oranları incelendiğinde “Servis edilen yiyecek-içecekler

sağlıklıdır” ifadesine katılım düzeyi %80, “Servis edilen yiyecek-içecekler lezzetlidir” ifadesine katılım düzeyi %75,08, “Yiyecek ve içeceklerde kullanılan malzemeler tazedir” ifadesine katılım düzeyi %75,65, “Yiyecek içeceklerin fiyatları uygundur” ifadesine katılım düzeyi %68,70 ve “Yemeklerin görünüşü güzel ve iştah açıcıdır” ifadesine katılım düzeyi %77,39 ile en yüksek olarak görülmektedir.

Tablo 4.41. Likya Bölgesindeki Yiyecek ve İçecekler Hakkındaki Görüşleriniz Sorusunun Tüm İfadelerine Verilen Cevapların Dağılımların Tek Örneklem Ki-Kare Analizi ile İncelenmesi

Likya Bölgesindeki Yiyecek ve İçecekler Hakkındaki Görüşleriniz sorusu	Negatif Katılım		Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum		Pozitif Katılım		Ki-kare	p
	N	%	N	%	N	%		
Servis edilen yiyecek-içecekler sağlıklıdır	6	1,74	63	18,26	276	80,00	375	0,000
Servis edilen yiyecek-içecekler lezzetlidir	16	4,64	70	20,29	259	75,08	301	0,000
Yiyecek ve içeceklerde kullanılan malzemeler tazedir	16	4,64	68	19,71	261	75,65	301	0,000
Yiyecek içeceklerin fiyatları uygundur	39	11,31	69	20	237	68,70	197	0,000
Yemeklerin görünüşü güzel ve iştah açıcıdır	16	4,64	62	17,97	267	77,39	329	0,000

Tablo 4.41’deki anket maddelerine verilen cevapların pozitif katılım oranlarının yüksek olması katılımcıların Likya bölgesindeki yiyecek içecekleri beğendikleri izlenimini vermektedir.

Tablo 4.42’de katılımcıların Likya bölgesindeki restoranların çalışanları ile ilgili görüşlerini tespit edebilmek amacıyla yöneltilen tüm ifadelerine verilen cevapların dağılımlarında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. ($p < 0,05$) Yöneltilen ifadelere pozitif katılım oranları incelendiğinde “Çalışanlar müşterilere karşı kibar ve iyi niyetlidir” ifadesine katılım düzeyi %84,63, “Çalışanlar bölgenin gastronomisi ile ilgili tavsiyelerde bulunur” ifadesine katılım düzeyi %61,74, “Çalışanlar yabancı dil bilirler” ifadesine katılım düzeyi %66,09, “Çalışanlar kişisel temizliklerine önem verirler” ifadesine katılım düzeyi %71,89 ve “Çalışanlar menü ve yemekler hakkında yeterli bilgi sahibidirler” ifadesine katılım düzeyi %76,81 ile en yüksek olarak görülmektedir.

Tablo 4.42. Likya Bölgesindeki Restoranların Çalışanları ile İlgili Görüşleriniz Sorusunun Tüm İfadelerine Verilen Cevapların Dağılımların Tek Örneklem Ki-Kare Analizi ile İncelenmesi

Likya Bölgesindeki Restoranların Çalışanları ile İlgili Görüşleriniz sorusu	Negatif Katılım		Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum		Pozitif Katılım		Ki-kare	p
	N	%	N	%	N	%		
	Çalışanlar müşterilere karşı kibar ve iyi niyetlidir	10	2,9	43	12,46	292		
Çalışanlar bölgenin gastronomisi ile ilgili tavsiyelerde bulunur	43	12,46	89	25,8	213	61,74	132	0,000
Çalışanlar yabancı dil bilirler	26	7,54	91	26,38	228	66,09	190	0,000
Çalışanlar kişisel temizliklerine önem verirler	21	6,09	76	22,03	248	71,89	252	0,000
Çalışanlar menü ve yemekler hakkında yeterli bilgi sahibidirler	18	5,22	62	17,97	265	76,81	310	0,000

Tablo 4.42'deki anket maddelerine verilen cevaplar incelendiğinde katılımcıların genel olarak Likya bölgesi restoranlarının çalışanları ile ilgili görüşlerinin pozitif olduğu görülmektedir.

BEŞİNCİ BÖLÜM

SONUÇ VE ÖNERİLER

Yapılan bu araştırmada Likya Bölgesi'ne gelen turistlerin gastronomi turizmine olan ilgileri, yiyecek-içecek hakkındaki görüşleri, işletmeler ve çalışanlar hakkındaki düşünceleri öğrenilmek istenmiştir. Bu sebeple ayrıntılı bir şekilde verilen demografik değişkenlerin sonuçlarına bakıldığında cinsiyet ve yaşın bahsi geçen dinamikler üzerinde etkili olmadığı gözlemlenmiştir. Ancak sosyo-ekonomik düzey ile bölgeye geliş sebebi oldukça etkili dinamikler olarak görülmektedir.

Gastronomi turizmine ilgi duymak için bireylerin en başta yemek yemeyi sevmesi gerekmektedir. Tablo 4.3 ve Tablo 4.4'e bakıldığında katılımcıların hepsinin gastronomi turizmine ilgi duyduğu görülmüştür. Bu da örneklem grubunun yemek yemeyi sevdiği izlenimini vermektedir.

Çalışmada ilk incelenen demografik değişken cinsiyet olmuştur. Tablo 4.8'deki bulgulara göre genel olarak cinsiyet ile gastronomi kültürüne olan ilgi arasında bir bağ bulunamamıştır. Ancak kadın katılımcıların farklı kültür yemeklerini yemelerinden duydukları zevk erkeklere göre daha fazla olduğu tespit edilmiştir. Aynı şekilde kadınların yedikleri bir yemeği tavsiye etme eğilimde olduğu da görülmektedir. Hem bilimsel hem de geleneksel olarak bilinen bir şeydir ki kadınlar sohbet ortamını oldukça sevmektedirler. Erkeklerden daha çok gezdikleri ve gördükleri yerin sohbetini yapıyor olabilirler. Bu eğilimin kadınlarda daha fazla görülmesinin sebebi bu olabilir. Tablo 4.10'da hizmet kalitesi ve cinsiyet ilişki arasında da bir bağ bulunamamıştır. Sadece kadınların menüleri daha fazla incelediği tespit edilmiştir. Yine benzer şekilde Tablo 4.11'de yer alan bulgulara göre kadınların yemeğin fiziki özelliklerine daha fazla önem verdiğine rastlanmıştır. Bunun sebebinin psikolojik, sosyolojik, kişisel veya toplumsal pek çok bilimsel nedeni olup, ayrı bir tez konusu olarak incelenmesi gerekmektedir. Genel olarak

bakıldığında cinsiyet ile gastronomi konusunda bir ilişki yoktur. Yalnızca kadınlar erkeklere nazaran ayrıntılara daha fazla önem vermektedirler.

İkinci olarak incelenen demografik değişken yaş olmuştur. Genel olarak yaş ile bir ilişki kurulamazken, 26-35 yaş aralığında olan katılımcılar yeme-içme kültürü sebebi ile tekrardan aynı yere gidebileceklerini belirterek grubun geri kalanından farklı bir eğilim göstermişlerdir. Burada Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisinden bahsetmek yanlış olmayacaktır (Şeker, 2014; 1). Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisinin en alt basamaklarında ihtiyaçları giderme vardır. Beslenme, bir bireyin temel ihtiyaçlarının başında gelmektedir. Ancak 26-35 yaş aralığında olan insanlar beslenmenin temel ihtiyaç olmasının yanı sıra zevk için de tüketim yapmaktadır. Yani hedonik tüketim denilen kavram beslenmeyi de içine almıştır. Bu yaş aralığında bulunan insanlar beslenme ve hedonik tüketim arasında yaşamlarını sürdürdüklerinden dolayı yemeği bir zevk aracı olarak gördükleri için tekrardan o yere seyahat etmekten çekinmeyebilirler. Buna benzer bir şekilde servis kalitesi ile yaş arasında da bir ilişki bulunamazken, yalnızca yine 26-35 yaş grubunun hizmet kalitesine diğerlerinden daha fazla önem verdiği rastlanmıştır. Yaş ile yiyecek-içecek kalitesi ve çalışanların nitelikleri arasında ise hiçbir ilişkiye rastlanmamıştır.

Üçüncü demografik değişken olarak katılımcıların ikamet yeri ile gastronomi kültürü arasındaki ilişki incelenmiştir. Tablo 4.18'e göre ikisi arasında bir alaka bulunamazken; Türkiye'de yaşayan katılımcıların farklı kültür yemeklerini diğer katılımcılara göre daha fazla merak ettiği öğrenilmiştir. Aynı şekilde Tablo 4.19'da da seyahat sebepleri ile yeme-içme kültürü arasında bir ilişki bulunmazken; Türkiye'de bulunan katılımcıların başka bir yere seyahat etmesinde farklı yöresel yemeklerin etkili olduğu gözlemlenmiştir. Bu bulguların sebebi milliyet farkından kaynaklanabilir. Katılımcıların Türk olduğu düşünülürse, Türk milletinin yemeklere daha düşkün olduğu söylenebilir. Tablo 4.20 ve Tablo 4.21'in verilerine göre de Türkiye'de ikamet eden katılımcılar hizmet kalitesine daha fazla önem vermekte, fiyatları daha uygun bulmakta ve yemeklerin görüntüsünü daha iştah açıcı bulmaktadırlar. Bunun sebebi de kültür farkının az olmasından kaynaklanıyor olabilir. Yurt dışında yaşayan kişilerin yemek görüntüsü zevklerinin daha farklı olması doğal ve beklenebilecek bir durumdur.

İkamet yeri ile yiyecek-içecek işletmelerine dair görüşler arasındaki ilişki incelendiğinde Tablo 4.22'deki sonuçlara varılmıştır. Buna göre aralarında bir ilişki bulunmamıştır. Ancak yine genel örüntüye uygun bir şekilde Türkiye'de ikamet edenlerin çalışanlardan tavsiye aldıkları tespit edilmiştir. Yurt dışında yaşayan katılımcıların bu görüşe Türkiye'de ikamet edenler kadar katılmamasının farklı sebepleri olabilir. Bunların önünde dil engeli olabilir. Çalışanlar ile turistler birbirlerini dil engelinden dolayı anlayamıyor olabilir. Aynı zamanda çalışanlar Türkiye'de yaşayan insanları daha samimi buldukları için onlarla sohbet kurma eylemini daha kolay yapabiliyor olabilir. Türkiye'de yaşayan katılımcıları gittikleri bölgenin menü ve yemekleri ile ilgili yurt dışında ikamet edenlere göre daha fazla bilgi sahibidirler. Bunun sebebi de coğrafi mesafenin kültür mesafesi oluşturması olabilir. Aynı ülke içinde ünlü mutfakları bilmek ve öğrenmek daha olasıdır, yurt dışından bu bilgilere ulaşabilmek o kadar kolay değildir.

Dördüncü olarak incelenen değişken ise eğitim durumu olmuştur. Tablo 4.23 ve Tablo 4.24'e göre ön lisans mezunları yaşadıkları yerin yiyecek-içecek kültürünü en çok bildiğini söyleyen grup olmuştur. Lisansüstü mezunlar ise yaşadıkları yerin bilmedikleri yiyecek ve içeceklerini en çok deneyimlemek isteyen grup olduğu tespit edilmiştir. Lisans mezunları ise farklı kültürlerin değişik tatlarını tatmak isteyen grup olmuştur. Bu sonuçların nedeni de ayrı birer araştırma konusu olabilir. Eğitim durumu ile hizmet kalitesi algısı arasında ise bir bağ bulunmamıştır. Sadece lisansüstü mezunlar menü çeşitliliğini daha fazla incelemektedir. Lisansüstü eğitim tamamlamış bir birey eğitim yoğunluğu tecrübelerine dayanarak ayrıntılarla ilgilenme tercihleri arasında olabilir. Aynı şekilde eğitim durumu ile yiyecek-içecek hakkındaki görüşler arasında da bir ilişkiye rastlanmamıştır. Yalnızca ilköğretim mezunları gittikleri yerin hesaplı olmasını diğer katılımcılara göre önemli olduğunu belirtmiştir. Bunun sebebi burada tek başına ele alınmamış olan başka bir demografik değişken olarak ele alınabilecek gelir düzeyi ve buna bağlı olarak gidilen mekânlar arasındaki farklardan kaynaklanıyor olabilir. Tablo 4.27'de incelenen çalışanlara dair görüşler ile eğitim düzeyi arasında da bir ilişki kurulmamıştır.

Beşinci demografik değişken olarak sosyo-ekonomik düzey ele alınmıştır, Tablo 4.28 ve 4.29'da yer alan bulgulara göre sosyo-ekonomik düzeyi iyi olan grupların yeme-içme kültürünün sosyo-ekonomik düzeyi düşük olan gruplara göre

daha yüksek olduğu genel olarak tespit edilmiştir. Sosyo-ekonomik düzeyi yüksek olan grup farklı yemekleri iyi bildiğini, seyahat öncesinde gidecekleri yerin gastronomi kültürünü araştırdığını belirtmiştir. Bu sonuçların çıkması beklenen bir durumdur. Sosyo-ekonomik düzeyi daha yüksek olan insanların yemeği zevk için yemesi ve farklı yemek kültürlerini deneyebilme imkânları diğer gruplara göre daha kolay olacaktır. Bu sebeple veriler bu şekilde sonuçlanmış olabilir. Sosyo-ekonomik ile gastronomi arasında yapılan bir araştırmaya literatürde rastlanmamıştır.

Tablo 4.30'da yer alan hizmet kalitesi ve sosyo-ekonomik düzey arasında bir ilişki bulunmazken buna benzer bir şekilde Tablo 4.31'de yer alan yiyecek-içecek kalitesi ile de sosyo-ekonomik düzey arasında bir ilişki bulunmamıştır. Yalnızca sosyo-ekonomik düzeyi yüksek olan katılımcı grubunun yemekleri daha taze bulunduğu gözlemlenmiştir. Bu da gelir düzeyine göre gidilen yerlerin kalitesi arasındaki farklılıktan kaynaklanıyor olabilir.

Gastronomi kültürü ile katılımcıların geliş sebebi Tablo 4.33, Tablo 4.34, Tablo 4.35, Tablo 4.36, Tablo 4.37 ve Tablo 4.38'de incelenmiştir. Genel olarak bakıldığında tatil amacı ile gelen katılımcıların yeme içmeye daha çok önem verdiği gözlemlenmiştir. Yine aynı şekilde tatil amacıyla gelen katılımcılar işletmelerin menüleri ya da fiziki özellikleri gibi ayrıntılara oldukça dikkat etmektedirler. Bunun yanı sıra tatil amacı ile gelen katılımcılar yemeklerin kalitesine, servisin güzelliğine ve yemeklerin fiyatının uygunluğuna iş sebebi ile gelen katılımcılara göre daha fazla dikkat etmektedirler. Son olarak ise tatil amacı ile gelen katılımcılar çalışanların menü ve yemekler hakkında bilgili olduğu söylemişlerdir; ancak iş için gelen katılımcılardan böyle bir söylem bilgisi alınamamıştır. Tatil amacıyla gelen kişilerin çalışanları inceleme fırsatı daha çok olacaktır. Aynı zamanda büyük ihtimalle tatil amacı ile gelen kişilerin bölgede konaklama süresinin daha uzun olma ihtimali de sonuçların bu yönde çıkmasında etkili olmuş olabilir. Bu sonuçlar normal bir durumdur. Turistik amaçla gelen kişinin yemeklere ayıracak vakti ve enerjisi vardır; ancak iş amacıyla gelen kişinin eğlence kültürüne ayıracak zamanı olmayacaktır ve yemeyi yaşamak için bir araç olarak görecektir. Yine benzer olarak kişilerin tatil amacıyla gelmesi sebebiyle yiyecek-içecekleri ayrıntılı bir şekilde incelemiş olması olabilir. İş için gelen bir kişinin yemeği çok inceleme fırsatı olmayacaktır.

Tablo 4.38'deki ve Tablo 4.39'daki bulgulardan yola çıkarak katılımcıların genel olarak yeme-içme deneyimi yaşamaktan ve farklı kültürde bulunan yemekleri denemekten zevk aldığını söylemek yanlış olmayacaktır. Bunun yanı sıra genel olarak katılımcılar hizmet memnuniyetine de önem vermektedirler. Tablo 4.41'deki bulgular incelendiğinde de katılımcıların Likya Bölgesi'nde bulunan yeme-içme işletmelerini genel olarak beğendiği belirlenmiştir.

Küresel pazar rekabetinde dünyadaki tüm bölgeler kendilerini “markalaştırabilmek” amacı ile eşsiz ürünler sunma peşinde olmaktadır. Yemek daha doğrusu gastronomi turizmi de bunlar arasında en dikkat çeken pazar ürünlerinden oluşmaktadır. Çünkü bir bölgeyi diğerlerinden en etkili şekilde ayırabilecek belirleyici turizmin başında gastronomi turizmi gelmektedir. Elbette ki bölgenin “ünlü bir yemeğinin” olması tek başına yeterli olmamaktadır. O yemeği pazarlayabilmek ve bireylerin beğenisine sunabilmek için pek çok farklı etkenden yararlanmak gerekmektedir.

Daha önce de belirtildiği gibi gastronomi turizmine ilgi duymak için bireylerin en başta yemek yemeyi sevmesi gerekmektedir. Genel olarak bakıldığında katılımcıların hepsi yemek yemekten zevk almaktadır. Ancak sosyo-ekonomik düzeyi düşük olan kişilerin yedikleri yemek kalitesi ile ilgili görüşleri yüksek sosyo-ekonomik grubuna göre daha olumsuzdur. Bu durum elbette gelir düzeyine bağlı olarak kişilerin yedikleri yerin kalitesinin farklı olmasından kaynaklanıyor olabilir. Türkiye, genelinde orta düzey ve düşük düzey gelir grubuna sahip bir ülkedir. Yüksek gelir grubunun az olduğu bir ülkede ortalama kalitede işletmelerin de bu duruma dikkat etmesi ve daha özenli olması gastronomi turizmini bölgede arttıracak bir unsur olacaktır.

Çalışmada üstünde durulması gereken bir diğer önemli olgu ise geliş sebebidir. Birey eğer bölgeye iş için gelmekteyse yemeklere ve dolayısıyla gastronomi turizmine fazla dikkat etmeyecektir. Bunun sebebi yemeğin çok çeşitli olması, menülerin kalabalık olması ve kişinin onları inceleyecek vaktinin olmamasından kaynaklanıyor olabilir. Antalya genel olarak iş sebebi ile de çok fazla kişiyi ağırlamaktadır. İş sebebi ile gelen kişilerin dikkatini çekecek ama pratik olacak yemekler ve menülerin hazırlanması gastronomi turizmine katkı sağlayacaktır.

Küçük bir farklılık olarak ise yurt dışında ikamet eden kişilerin, Türkiye’de yaşayan kişilere göre bölgenin kültürel yemeklerini bilmediği gözlemlenmiştir. Bu durumu değiştirmek için ise bölgenin gastronomi kültürünün yurt dışında yapılabilecek iyi reklamlarla tanıtılması gerekmektedir. Bu noktada turizm acentelerine çok büyük görevler düşmektedir.

Ayrıca bölgede gastronomi turizminin gelişmesi ve yiyecek-içecek sektörünün ülke turizm gelirleri arasındaki payının artması için, yöresel ürünlerden yapılan yemeklerin menülere girmesi, coğrafi işaret başvurularının yapılması gerekmektedir. Bunların gerçekleşmesi için aşçı dernekleri, özel sektör katılımcıları ve kamu kurumları birlikte çalışmalar yürüterek bölgede gastronomi turizminin gelişmesine öncülük edebilirler.

Gastronomi turizminde bir kalkınma yaratabilmek için ziyaretçileri harcamaya ve konaklamalarını arttırmaya teşvik etmek önemlidir. Bunun için de harcamaları teşvik eden, iş ağını ve ilişkilerini destekleyen stratejiler planlamak gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- Akgöl, Y. (2012). *Gastronomi Turizmi ve Türkiye'yi Ziyaret Eden Yabancı Turistlerin Gastronomi Deneyimlerinin Değerlendirilmesi*. Yüksek Lisans Tezi Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Üniversitesi, Mersin.
- Altınel, H. (2009). *Gastronomide Menü Yönetimi*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Antalya Lezzetleri (2012). Likya'nın "Domuz Jambonu"nun Ünlü Olduğunu Biliyor Muydunuz? <http://www.antalyalezzetleri.com/likyanin-domuz-jambonunun-unlu-oldugunu-biliyor-muydunuz/> (25.05.2017).
- Aslan, H. (2010). *Gastronomi Turizminin Turizm Eğitimi Programlarındaki Yeri ve Önemi-Bir Uygulama*. Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Arslan, Ö. (2010). *Yabancı Turistlerin Yiyecek İçecek İşletmeleri, Personeli ve Türk Mutfağına İlişkin Görüşlerinin Değerlendirilmesi: Alanya Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Atilla, N. (2014). Bir Deneysel Mutfak Çalışması, Antik Likya'nın Lezzetleri <http://www.aksam.com.tr/yazarlar/bir-deneysel-mutfak-calismasi-antik-likyanin-lezzetleri/haber-304860> (12.12.2016).
- Baysal, A. ve Küçükarslan, N. (2003). *Beslenme İlkeleri ve Menü Planlaması*. Ekin Kitabevi, Bursa.
- Belpınar, A. (2014). *Gastronomi Turizmine Yönelik Turist Görüşlerinin Kültürlerarası Karşılaştırılması: Kapadokya Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla.
- Bertella, G. (2011). Knowledge İn Food Tourism: The Case Of Lofoten And Maremma Toscana. *Current Issues in Tourism*, 14(4): 355-371.
- Bilgin, A. ve Samancı, Ö. (2008). *Türk Mutfağı*, T.C Kültür ve Turizm Bakanlığı, Ankara.

- Biz Evde Yokuz (2017). Türkiye’deki Tüm Yemek Kursları Aşçılık & Pastacılık vb. <http://www.bizevdeyokuz.com/turkiyenin-tum-yemek-kurslari> (27.09.2017).
- Bucak, T. ve Aracı U.E. (2013). Türkiye’de Gastronomi Turizmi Üzerine Genel Bir Değerlendirme. *Balikesir University The Journal of Social Sciences Institute*, 16(30).
- Can A. Sünnetçiöğlü, S. ve Durlu-Özkaya F. (2012). Füzyon Mutfağı Uygulamalarının Gastronomi Turizminin Gelişimine Katkısı,13. *Ulusal Turizm Kongresi*.
- Chaney, S. ve Ryan, C. (2012). Analyzing The Evolution Of Singapore’s World Gourmet Summit: An Example Of Gastronomic Tourism,*International Journal of Hospitality Management* (31): 309-318.
- Chef’s Table (2017). Profesyonel Aşçılık. http://chefstable.com.tr/profesyonel-egitimler/Profesyonel-Ascilik.html?gclid=Cj0KEQiA4JnCBRDQ5be3nKCPhpwBEiQAjwN1bld_9aW5aL6JL2mfVyejVFEa8LouDs3cOPJVpqbU84aAvDc8P8HAQ (17.08.2017).
- Cohen, E. ve Avieli, N. (2004). Food İn Tourism: Attraction And İmpediment. *Annals of Tourism Research*, 31:755–78.
- Cömert, M. Özkaya, F. D. (2014). Gastronomi Turizminde Türk Mutfağının Önemi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(2): 62-66.
- Çağlı, I. B. (2012). *Türkiye’de Yerel Kültürün Turizm Odaklı Kalkınmadaki Rolü: Gastronomi Turizmi Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Çalışkan, V. ve Koç, H. (2013). Türkiye’de Coğrafi İşaretlerin Dağılışı Özelliklerinin ve Coğrafi İşaret Potansiyelinin Değerlendirilmesi. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 17(28).
- Çalışkan, O. (2013).Destinasyon Rekabetçiliği Ve Seyahat Motivasyonu Bakımından Gastronomik Kimlik. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1(2): 39-51.

- Çavuşoğlu, M. (2011). Gastronomi Turizmi ve Kıbrıs Mutfak Kültürü Üzerine Bir Araştırma. *I. Uluslararası IV. Ulusal Egridir Turizm Sempozyumu Bildiriler Kitabı*, N. Avcı ve Ö. Kürşat (Ed.), Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi Basımevi, Isparta, ss. 527-538.
- Danhi, R. (2003). What is Your Country's Culinary Identity?. *Culinology Currents*, 4-5.
- Deveci, B. Türkmen, S. ve Avcıkurt, C. (2013). Kırsal Turizm İle Gastronomi Turizmi İlişkisi: Bigadiç Örneği. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 3(2): 29-34.
- Di Gregorio, D. ve Licari, E. (2006). Rural Development And Wine Tourism In Southern Italy, In ERSA Conference Papers (No, ersa06p626), European Regional Science Association.
- Dilsiz, B. (2010). *Türkiye'de Gastronomi ve Turizm (İstanbul Örneği)*, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Doğdubay, M. ve Giritlioğlu, İ. (2008). Turistik Ürün Çeşitlendirmesi, *Mutfak Turizmi* N. Hacıoğlu ve C. Avcıkurt (Ed.), Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, ss,433-456.
- Doğdubay, M.ve Sünnetçioğlu, A. (2014). Gastronomik Kimliğin Korunmasında Coğrafi İşaretlemenin Rolü: İnegöl Köftesi Örneği. *Eko-Gastronomi Dergisi*, 47.
- Doymak Yok (2017). Journée Pâtisserie Et Boulangerie No: 2 <http://doymakyok.com/journee-patisserie-et-boulangerie-no-2/> (12.10.2017).
- Durlu-Özkaya, F. D. Sünnetçioğlu, S. ve Can, A. (2013). Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi Hareketliliğinde Coğrafi İşaretlemenin Rolü. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1(1): 13-20.
- Durlu-Özkaya, F. ve Can, A. (2012). Gastronomi Turizminin Destinasyon Pazarlamasına Etkisi. *Türk Tarım Dergisi*,(206): ss. 28-33.

- Eren, S. (2007). Türk Mutfağı ve HACCP Sistemi; Mutfak Profesyonellerinin HACCP Bilgilerinin Ölçülmesi. *I. Ulusal Gastronomi Sempozyumu*, Antalya.
- Ertem (2017). Coğrafi İşaretler.
<http://www.4ertem.com/cografisiaretler/> (13.10.2017).
- Festivaller, (2017). Ülkemizde Düzenlenen Festivaller,
<http://www.kerimusta.com/ulkemizdeki-festivaller/> (20.10.2017).
- Foster, D. L. (1992). “Food and Beverage: Operations Methods and Cost Controls”
McMillan/Mc Graq-Hill, Westerville.
- Fox, R. (2007). ReinventingThe Gastronomic Identity Of Croatian Tourist Destinations. *International Journal of Hospitality Management*, 26(3): 546-559.
- Gastronat (2016). Gastronomi Tarihi.
<http://gastrosanat.blogspot.com.tr/> (10.10.2017).
- Gastronomi Turizm (2017). Gastronomi Turizmi Nedir?
<https://gastronomiturizm.wordpress.com/gastronomi-turizmi-nedir/> (16.07.2017).
- Gastronomi Turizm Derneği (2017). Gastronomi Turizmi Nedir?
<http://www.gastronomiturizmidernegi.com.tr/> (16.07.2017).
- Getz, D. ve Brown, G. (2006). Critical Success Factors for Wine Tourism Regions: A Demand Analysis,*Tourism Management*, 27(1): 146-158.
- Gillespie, C. ve Cousins, J. A. (2001). *European Gastronomy Into The 21st Centur*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Göker, G. (2011).*Destinasyon Çekicilik Unsuru Olarak Gastronomi Turizmi: Balıkesir İli Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Göynüşen, E. S. (2011). *Edirne'deki Gastronomik Kültürün Kentin Pazarlama ve Markalaşmasına Etkileri*. Yüksek Lisans Tezi, Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Edirne.

- Gülen, M. (2017). Gastronomi Turizm Potansiyeli ve Geliştirilmesi Kapsamında Afyonkarahisar İlinin Değerlendirilmesi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*,1(1): 31-34.
- Güler, S. (2007). Türk Mutfağının Değişim Nedenleri Üzerine Genel Bir Değerlendirme. *1. Ulusal Gastronomi Sempozyumu ve Sanatsal Etkinlikler*, Antalya.
- Güzel, G. (2009). Gastronomi ve İnovasyon. *İz Atılım Üniversitesi Dergisi*, (8).
- Güzel Şahin, G. (2014). Sürdürülebilir Kırsal Kalkınmada Eko-Gastronominin Rolü *Eko Gastronomi Kongresi*, Gökçeada.
- Güzel Şahin, G. ve Ünver, G. (2015). Destinasyon Pazarlama Aracı Olarak “Gastronomi Turizmi”: İstanbul’un Gastronomi Turizmi Potansiyeli Üzerine Bir Araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(2): 63-73.
- Haberler, (2015). Likya- Kalkan Yemek Şenliği Yapıldı <https://www.haberler.com/likya-kalkan-yemek-senligi-yapildi-7381468-haberi/> (10.06.2017).
- Hall. M. C., Sharples, L., Mitchell R., Macionis, N. ve Cambourne B. (2003)” Food Tourism Around the World: Development, Management and Markets”, Butterworth-Heinemann: Elsevier.
- Harrington, R. J. (2005).Defining Gastronomic Identity: The Impact of Environment and Culture on Prevailing Components, Texture and Flavors in Wine and Food. *Journal of Culinary Science and Technology*, 4(2/3): 129-152.
- Harrington, R. J. and Ottenbacher, M. C. (2010). Culinary Tourism-A Case Study of The Gastronomic Capital. *Journal of Culinary Science and Technology*, (8): 14-32.
- Hatipoğlu, A. (2008). Türk Mutfağının Dünya Mutfağındaki Yeri, www.foodinlife.com.tr (23.07.2017).
- Hatipoğlu, A., Batman, O., Sarıışık, M. (2009). *Gastronomi ve Din*. 3.Ulusal Gastronomi Sempozyumu Kitabı, Antalya.
- Hatipoğlu, A. (2010). *İnançların Gastronomi Üzerindeki Etkileri: Bodrum’daki Beş Yıldızlı Otellerin Mutfak Yöneticilerinin Görüşlerinin Belirlenmesine Yönelik*

Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.

Hegarty, J. A. (2005). Developing “Subject Fields” in Culinary Arts, Science and Gastronomy, *Journal of Culinary Science and Technology*, 4(1): 5-13.

Hegarty, J. A. and Antun, J. M. (2007). Celebrate Culinary Science and Gastronomic Knowledge. *Journal of Culinary Science and Technology*, 5(4): 1-7.

Hegarty, J. A. and O'mahony G. B. (2001). Gastronomy: A Phenomenon Of Cultural Expressionism and An Aesthetic For Living. *Hospitality Management*.

Hornig, J. S. and Tsai, C. T. (2010). Government Websites for Promoting East Asian Culinary Tourism: A Cross- National Analysis. *Tourism Management*, 31(1): 74 –85.

Ignatov, E. (2003). The Canadian Culinary Tourists: How Well Do We Know Them? *Unpublished Master Thesis*, University of Waterloo, Kanada.

İlhan, İ. (2011). Gastronomi: Yeme-İçme Bilim ve Sanatı, <http://yemek.meltem.gen.tr/?yazi=19> (10.10.2017)

İnce, S. (2017). Türkçe Gastronomi Dergileri, <http://www.serkanince.com/2017/04/turkce-gastronomi-dergileri.html> (02.10.2017).

İstanbul Coffee Fest, (2017). Festival, <https://www.istanbulcoffeefestival.com/festival/> (09.10.2017).

Joppe, M. (2003). Optimising Tourism DestinationDevelopment in Canada. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 15(6).

Karagöz, D. (2006). *Etkinlik Turizmi ve Etkinlik Turizmi Bağlamında Yabancı Ziyaretçi Harcamalarının Ekonomiye Etkisi: Formula 1 2005 Türkiye Grand Prix Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.

Karasar, N. (2014). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*. (26.baskı). Ankara Nobel Yayınevi.

- Karım, Shahrım Ab (2006) Culinary Tourism as a Destination Attraction: an Empirical Examination Of The Destination's Food Image And Information Sources Doctorate Dissertation, Oklahoma State University, USA.
- Kemer, A. K. (2011). *Otellerde Çalışan Mutfak Personelinin ve Aşçılık Alanında Yüksek Öğrenim Gören Öğrencilerin Moleküler Gastronomi Konusundaki Bilgi ve Görüşler*. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Kent Müzeleri, (2017). Gaziantep Emine Göğüş Mutfak Müzesi, <http://www.kentmuzeleri.com/Gaziantep-Mutfak-Muzesi> (07.11.2017).
- Kesici, M. (2012). Kırsal Turizme Olan Talepte Yöresel Yiyecek ve İçecek Kültürünün Rolü. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14 (23): 33-37.
- Kılıç, N. (2010). Türk Mutfağının Ege-Akdeniz Karakterinin Kültürel ve Turistik Açından İncelenmesi: Ayvalık Örneği. *Uzmanlık Tezi*, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Güzel Sanatlar Genel Müdürlüğü, Ankara.
- Kılıçhan, R. (2016). Gastronomi ve İlişkili Kavramlar, PowerPoint Sunusu http://www.gastronomimutfaksanatları.com/FileUpload/ks241201/File/gastronomi_1_hafta_gastronomi_ve_gastronomi_ile_ilgili_temel_kavramlar.pdf (10.12.2016).
- Kivela, J. and Crotts J. (2006). Tourism and Gastronomy: Gastronomy's Influence On How Tourists Experience A Destination. *Journal o f Hospitality and Tourism Research*, 30: 354-377.
- Kivela, J. and Crotts J. (2009). Understanding Travelers' Experiences Of Gastronomy Through Etymology and Narration. *Journal o f Hospitality and Tourism Research*, 33:161.
- Kültür Rotaları Derneği, (2017). Likya Yolu <http://cultureroutesinturkey.com/tr/likya-yolu/> (19.10.2017).
- Kültür Varlıkları (2017). Likya Uygarlığı Antik Kentleri <http://www.kulturvarliklari.gov.tr/TR,44409/likya-uygarligi-antik-kentleri-antalya-ve-mugla.html> (12.10.2017).
- Lezzetli Ülkenin Lezzet Haritası, (2008). <http://www.atonet.org.tr/yeni/index.php?p=1475> (28.11.2017).

- Long, L. (2003). *Culinary Tourism*, The University Press Of Kentucky, ABD.
- Likya Uygarlığı Antik Kentleri, (2017). Likya Uygarlığı Antik Kentleri (Antalya ve Muğla)
<http://www.kulturvarliklari.gov.tr/TR.44409/likya-uygarligi-antik-kentleri-antalya-ve-mugla.html> (17.10.2017).
- Likya Yolu,(2017). Likya Uygarlığı Antik Kentleri
<http://www.mesayi.com/likya-yolu-gezi-rehberi.html> (19.09.2017).
- Makarna Festivali, (2017).
<http://www.makarnafestivali.com/tr> (14.10.2017).
- Maviş, F. (2008) Endüstriyel Yiyecek Üretimi, (2. Baskı) Ankara: Detay Yayıncılık.
- MacDonald, H. (2001). Recipes For Success, National Tourism & Cuisine Forum, 11-13 June, Halifax.
- Mckercher, B. Okumuş, F. and Okumuş, B. (2008). Food Tourism as a Viable Market Segment: It's All How You Cook The Numbers. *Journal Of Travel & Tourism Marketing*, 25(2): 137-148.
- Milliyet (2017). Likya- Kalkan Yemek Şenliği,
<http://www.milliyet.com.tr/likya-kalkan-yemek-senligi-antalya-yerelhaber-2055596/> (14.10.2017).
- MSA (2017). Türkiye'nin İlk ve Tek Gastronomi Müzesi,
<https://egitim.msa.com.tr/muze> (09.10.2017).
- Oasis, (2009). İstanbul Culinary Institute ile Gastronomik Turlarımız
<http://www.oasis.com.tr/tr/default.asp?iId=GDLFHK>(05.11.2017).
- Oğuz, S. (2016). *Gastronomi Turizminde Stratejik Gelişme: "Doğu Akdeniz Bölgesi Perspektifi"*. Doktora Tezi, Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.
- Okumuş, B.,Okumuş, F. ve Mckercher, B., (2007).“İncorporating Local and International Cuisines in The Marketing of Tourist Destinations: The Cases of Hong Kong and Turkey.” *Tourism Management*, 28, 253-261.
- Orhan, A. (2010). Yerel Değerlerin Turizm Ürününe Dönüştürülmesinde “Coğrafi İşaretlerin” Kullanımı: İzmit Pişmaniyesi Örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 21(2): 243-254.

- Öney, H. (2013). Gastronomi Turizmi. *Alternatif Turizm S*, Bahçe (Ed.), Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir, ss. 158-188.
- Öney, H. (2016). Gastronomi Eğitimi Üzerine Bir Değerlendirme. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (35): 193.
- Özdamar, K. (1999). *Paket Programlar ile İstatiksel Veri Analizi*, Kaan Kitapevi, İstanbul.
- Özdemir, B. ve Çalışkan, O. (2011). Otel Dışı Yemek Deneyimi. *Uluslararası Turizm İşletmeciliği*, Nobel Akademik Yayıncılık, Ankara.
- Öztürkmen, D. (2012). *Bölgesel Kalkınma ve Turizm Arzı Açısından Kültür Yollarının İncelenmesi: Likya Yolu Örneği*. Uzmanlık Tezi, Kültür ve Turizm Bakanlığı Dış İlişkiler ve AB Koordinasyon Daire Başkanlığı, Ankara.
- Pekyaman, A. (2008). *Turistik Satın Alma Davranışında Destinasyon İmajının Rolü Afyonkarahisar Bölgesinde Bir Araştırma*. Doktora Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyonkarahisar.
- Plummer, R. Telfer, D. Hashimoto, A. and Summers, R. (2005). Beer Tourism in Canada Along the Waterloo-Wellington Ale Trail. *Tourism Management*, 26:447-458.
- Richards, G. (2002). Gastronomy: An Essential Ingredient in Tourism Production and Consumption?. *Tourism and Gastronomy*, A.M. Hjalager, and G. Richards, (Ed.), London: Routledge.
- Remington, M. and Yüksel, A. (1998). Tourist Satisfaction and Food Service Experience: Results And Implications of An Empirical Investigation. *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 9(1): 37-57.
- Lopez-Guzman, T. ve Sanchez-Canizares, S. (2012). Gastronomy, Tourism and Destination Differentiation: A Case Study in Spain. *Review of Economics & Finance*.
- Santich, B. (2004). The Study of Gastronomy and Its Relevance to Hospitality Education and Training. *Hospitality Management*, 23:15-24.

- Santich, B. (2007). The Study of Gastronomy: A Catalyst for Cultural Understanding. *The International Journal of the Humanities*, 5/6: ss. 53-58.
- Shenoy, S. S. (2005). *Food Tourism and the Culinary Tourist*, A Thesis Presented to Graduate School of Clemson University, USA: South Carolina.
- Sirha İstanbul, (2017). Sektörün En Kapsamlı Buluşması, <http://www.sirha-istanbul.com/sirha/sirha-istanbul> (07.10.2017).
- Sparks, B. (2007). Planning a Wine Tourism Vacation? Factors That Help to Predict Tourist Behavioural Intentions. *Tourism Management*, 28(5): 1180-1192.
- Steinmetz, R. (2010). Food, tourism and destination differentiation: the case of Rotorua, New Zealand. AUT University.
- Şanlıer, N. (2005). Yerli ve Yabancı Turistlerin Türk Mutfağı Hakkındaki Görüşleri, G.Ü. Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi, 25 (1), 213- 227.
- Şehir Notları (2016). Maçka Parkı'nda İlk Çikolata Festivali! <http://sehirnotlari.com/haberler/macka-parkinda-ilk-cikolata-festivali/> (08.10.2017).
- Şeker, Ş. E. (2014). Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi Piramidi. *YBS Ansiklopedisi*, 1(1): 6-9.
- Şengül, S. veTürkay, O. (2016). Akdeniz Mutfak Kültürünün Gastronomi Turizmi Bağlamında Değerlendirilmesi. *The Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 4 (Special 1): 86-99.
- TÜİK, (2016). Türkiye İstatistik Kurumu, *Turizm İstatistikleri IV. Çeyrek Ekim-Aralık ve Yıllık 2015*, <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=21530>(20.11.2017).
- TPE, (2017). Türk Patent Enstitüsü, *Tescilli Coğrafi İşaretler*, <http://www.turkpatent.gov.tr/TURKPATENT/geographicalRegisteredList/> (13.11.2017).
- Türkben, C. Fulya Gül ve Yılmaz Uzar (2012). Türkiye'de Bağcılığın Tarım Turizmi (Agro-Turizm) İçinde Yeri ve Önemi. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(23): 47-50.
- Türkiye İstatistik Kurumu, (2017). Turizm İstatistikleri http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1072 (27.12.2017).

- The Free Dictionary, (2017). *Gastronome*,
<http://www.thefreedictionary.com/gastronome> (10.11.2017).
- Uysal, M. (2013). *Müze Tasarımında Ortaya Çıkan Kriterler*. Yüksek Lisans Tezi,
 Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- UNWTO. (2012). *Global Report on Food Tourism*. In P. Jordan (Ed.), (Vol. Volume
 4). Madrid: World Tourism Organisation.
- Üner, E. H. (2014). *Her Şey Dahil Sistemde Türkiye Gastronomi Turizmi
 Potansiyelinin Değerlendirilmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Atılım Üniversitesi
 Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Ünlü, D. ve Doğan, M. D. (2008). *Mutfakta Yenilik: Moleküler Gastronomi. II.
 Ulusal Gastronomi Sempozyumu*, Antalya.
- Westering, J. V. (1999). *Heritage and Gastronomy: The Pursuits Of The ‘New
 Tourist’*, *International Journal of Heritage Studies*, 5(2): 75-81.
- Wolf, E. (2002). *Culinary Tourism: A Tasty Economic Proposition*,
<http://www.culinarytourism.org> (21.10.2017).
- Wolf, E. (2006). *Culinary Tourism The Hidden Harvest*, Abd- Iowa: Kendall/Hunt
 Publishing Company.
- Wood, N. E. (2001). *The Interdependence Of Farming and Tourism in Vermont:
 Quantifying the Value of the Farm Mindscape*. Masters Thesis, Department of
 Community Development and Applied Economics, University of Vermont.
- Wikipedia, (2017). *Gurme*
<https://tr.wikipedia.org/wiki/Gurme> (26.11.2017).
- World Food Travel Association, (2017).
http://www.culinarytourism.org/?page=whatisc_t_new (14.05.2017).
- Yarış, A. (2014). *Mardin’de Gastronomi Turizmi: Turist Görüşlerine İlişkin Bir
 Uygulama*. Yüksek Lisans Tezi, Artuklu Üniversitesi Sosyal Bilimler
 Enstitüsü, Mardin.
- Yaşın, M. (2007). *Gastronomiyi Kullanamıyoruz*,
www.turizm gazetes i.com(13.12.2017).

- Yemek, (2016). Bağbozumu Festivali, Bozcaada, <https://yemek.com/bagbozumu-nedir-bagbozumu-senlikleri/#gref> (14.08.2017).
- Yüksel, A. (2001). Managing Customer Satisfaction and Retention: A Case of *Tourist Destinations*, Turkey. *Journal of Vacation Marketing* 7 (2): 153-168.
- Yüksel, A. ve Yüksel, F. (2003). Measurement of Tourist Satisfaction With Restaurant Services: A Segment Based Approach. *Journal of Vacation Marketing*, 9:52–68.
- Yüncü, H. (2010). Sürdürülebilir Turizm Açısından Gastronomi Turizmi ve Perşembe Yaylası, 10. Aybastı-Kabataş Kurultayı, *Yerel Değerlerce Yayla Turizmi İçinde Şengel, S. (Ed.) Detay Anatolia Akademik Yayıncılık, Ankara, ss. 28-3.*

EKLER**Ek.1****BÖLÜM I****1- Cinsiyet:**

1) Erkek

2) Kadın

2- Yaş:.....,,**3-Yaşadığımız Ülke:.....****4-Eğitim Durumu:**

1) İlköğretim Mezunu

2) Ortaöğretim Mezunu

3) Ön Lisans Mezunu

4) Lisans Mezunu

5) Lisansüstü Mezunu

5- Sosyo Ekonomik Düzeyinizi Nasıl Tanımlarsınız:

1) Düşük Düzey

2) Orta Düzey

3) Yüksek Düzey

6-Şu anda Türkiye’de bulunduğunuz yerde kalış süreniz?

1) 1-2 Gün

2) 3-4 Gün

3) 5-6 Gün

5) 6+ Gün

7- Şu an bulunduğunuz yere seyahat etme veya geliş sebebiniz nedir?

1) İş Amacıyla

2) Tatil Amacıyla

BÖLÜM II

Aşağıda yer alan ifadelere ne sıklıkta katıldığınızı lütfen "X" işareti koyarak belirtiniz,					
	1	2	3	4	5
Kesinlikle Katılmıyorum _____ 1					
Katılmıyorum _____ 2					
Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum _____ 3					
Katılıyorum _____ 4					
Kesinlikle Katılıyorum _____ 5					
Gastronomi Kültürüne Olan İlgi					
1- Yaşadığım ülkede yiyecek ve içeceklerini iyi bilirim					
2- Yaşadığım ülkede farklı yemek ve içecekleri denemeyi severim					
3- Farklı ülke ve kültürdeki insanların ne yediklerini merak ederim					
4- Farklı ülke ve kültürdeki insanların ne yediklerini araştırırım					
5- Farklı ülke ve kültürlerin yöresel yemeklerini yemeyi severim					
Gastronomi Turizmine Karşı Tutum					
1- Farklı ülke ve kültürlerin yöresel yemeklerini yemek için seyahat edebilirim					
2- Seyahate çıkmadan önce gideceğim ülkenin yiyecek ve içeceklerini araştırırım					
3- Bir ülkenin veya şehrin restoranlarının kaliteli olması oraya seyahat etmemde etkilidir,					
4- Seyahat ettiğim ülke veya şehirde, menüsünde yöresel yemek olan yerleri tercih ederim					
5- Seyahat ettiğim ülke veya şehrin yeme içme kültüründen dolayı arkadaşlarıma tavsiye edebilirim					
6- Seyahat ettiğim ülkenin yiyecek, içecek kültürü orya tekrar seyahat etmemde önemli bir etkidir					
Yiyecek İçecek İşletmeleri Hakkındaki Görüşler					
1- Hizmet kalitesine önem vermektedirler					
2- Hızlı hizmet sunmaktadırlar					
3- Menüler, anlaşılabilirlik, çeşitlilik ve yaş arupları açısından tatmin edicidir,					
4- İşletmelerin menüsünde yöresel yemekler bulunmaktadır					
5- İşletmenin ısıtma, mobilya, oturma vb, İyi durumdadır					
Yiyecek ve İçecek Hakkındaki Görüşleriniz					
1- Servis edilen yiyecek içecekler sağlıklıdır					
2- Servis edilen yiyecek içecekler lezzetlidir					
3- Yiyecek ve içeceklerde kullanılan malzemeler tazedir					
4- Yiyecek içeceklerin fiyatları uygundur					
5- Yemeklerin görünüşü güzel ve iştah açıcıdır					
Restoran Çalışanları ile İlgili Görüşleriniz					
1- Çalışanlar müşterilere karşı kibar ve iyi niyetlidir					
2- Çalışanlar bölgenin gastronomisi ile ilgili tavsiyelerde bulunur					
3- Çalışanlar yabancı dil bilirlir					
4- Çalışanlar kişisel temizliklerine önem verirler					
5- Çalışanlar menü ve yemekler hakkında yeterli bilgi sahibidirler					

ÖZGEÇMİŞ

Orhan Ozan ÜZÜMCÜ 29 Temmuz 1990'da Muğla'nın Fethiye ilçesinde doğdu. İlk orta ve lise öğrenimini burada tamamladı. Turizm sektörü ile tanışması orta öğretiminin yaz aylarında başladı. Turizmde profesyonel bir kariyer için üniversite seçimini gastronomi üzerine yaptı. 2010 yılında Gaziantep Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümüne girdi. 2014 Şubat ayında bu bölümden mezun oldu. Halen Gaziantep Üniversitesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları Ana Bilim Dalında yüksek lisans eğitimine devam etmekte ve turizm sektöründe çalışmaya devam etmektedir.

VITAE

Orhan Ozan ÜZÜMCÜ was born on July 29, 1990 in the district of Muğla, Fethiye. He completed the primary, middle and high school right there. The meeting with the tourism sector started in the summer of secondary school. He made university choice for gastronomy for a professional career in tourism. In 2010, he entered Gaziantep University Fine Arts Faculty Gastronomy and Culinary Arts Department. He is currently continuing his graduate education in Gaziantep University's Department of Gastronomy and Culinary Arts and continues to work in the tourism sector.