

T.C
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI

GASTRONOMİ TURİZMİNE YÖNELİK TURİST GÖRÜŞLERİNİN
KÜLTÜRLERARASI KARŞILAŞTIRILMASI: KAPADOKYA ÖRNEĞİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

HAZIRLAYAN
AYŞE BELPINAR

DANIŞMAN
YRD. DOÇ. DR. AYDAN BEKAR

EYLÜL, 2014
MUĞLA

T.C.
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI

GASTRONOMİ TURİZMİNE YÖNELİK TURİST GÖRÜŞLERİNİN KÜLTÜRLERARASI
KARŞILAŞTIRILMASI: KAPADOKYA ÖRNEĞİ

AYŞE BELPINAR

Sosyal Bilimler Enstitüsünce “Yüksek Lisans”
Diploması Verilmesi İçin Kabul Edilen Tezdir.

Tezin Enstitüye Verildiği Tarih : 10.09.2014

Tezin Sözlü Savunma Tarihi : 09.09.2014

Tez Danışmanı : Yrd. Doç. Dr. Aydan BEKAR

Jüri Üyesi : Yrd. Doç. Dr. Sevda SAHİLLİ BİRDİR

Jüri Üyesi : Doç Dr. Burhan KILIÇ

Enstitü Müdürü : Yrd. Doç. Dr. Aytekin FIRAT

EYLÜL, 2014

MUĞLA

TUTANAK

Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nün 24.../06/2014 tarih ve 637/3 sayılı toplantısında oluşturulan jüri, Lisansüstü Eğitim-Öğretim Yönetmeliği'nin 24/6 maddesine göre, **Turizm İşletmeciliği** Anabilim Dalı Yüksek Lisans öğrencisi Ayşe BELPINAR'ın "Gastronomi Turizmine Yönelik Turist Görüşlerinin Kültürlerarası Karşılaştırılması: Kapadokya Örneği" adlı tezini incelemiş ve aday 02./09./2014 tarihinde saat 14. da jüri önünde tez savunmasına alınmıştır.

Adayın kişisel çalışmaya dayanan tezini savunmasından sonra 50. dakikalık süre içinde gerek tez konusu, gerekse tezin dayanağı olan anabilim dallarından sorulan sorulara verdiği cevaplar değerlendirilerek tezin kabul olduğuna oybirliği ile karar verildi.



Tez Danışmanı

Yrd. Doç.Dr. Aydan BEKAR

Üye

Doç. Dr. Burhan KILIÇ

Üye

Yrd.Doç.Dr. Seyda SAHİLLİ BİRDİR

YEMİN

Yüksek lisans tezi olarak sunduğum “Gastronomi Turizmüne Yönelik Turist Görüşlerinin Kültürlerarası Karşılaştırılması: Kapadokya Örneği” adlı çalışmanın, tarafımdan bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurulmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin Kaynakça’da gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanmış olduğumu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

Ayşe BELPINAR

İmzası 10.09.2014
AAR

YÜKSEKÖĞRETİM KURULU DOKÜMANTASYON MERKEZİ
TEZ VERİ GİRİŞ FORMU

YAZARIN

MERKEZİMİZCE DOLDURULACAKTIR.

Soyadı : BELPINAR

Adı : Ayşe

Kayıt No:10040522

TEZİN ADI

Türkçe : Gastronomi Turizmine Yönelik Turist Görüşlerinin Kültürlerarası Karşılaştırılması :
Kapadokya Örneği

Y. Dil : Intercultural Comparison of Tourist Opinion on Gastronomy Tourism: The Case of Cappadocia

TEZİN TÜRÜ: Yüksek Lisans

Doktora

Sanatta Yeterlilik

TEZİN KABUL EDİLDİĞİ

Üniversite : Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi

Fakülte : Turizm Fakültesi

Enstitü : Sosyal Bilimler Enstitüsü

Diğer Kuruluşlar :

Tarih :

TEZ YAYINLANMIŞSA

Yayınlayan :

Basım Yeri :

Basım Tarihi :

ISBN :

TEZ YÖNETİCİSİNİN

Soyadı, Adı : BEKAR, Aydan

Ünvanı : Yrd. Doç. Dr.

TEZİN KONUSU (KONULARI) :

1. Gastronominin Türk Turizmindeki Yeri ve Önemi
2. Gastronominin Uluslararası Boyuttaki Yeri ve Önemi
3. Yiyecek Kültürü


TÜRKÇE ANAHTAR KELİMELER :

1. Gastronomi
2. Gastronomi Turizmi
3. Yöresel Yiyecek ve İçecekler
4. Yiyecek Kültürü
5. Kapadokya

İNGİLİZCE ANAHTAR KELİMELER:

1. Gastronomy
2. Gastronomy Tourism
3. Local Food-Drinks
4. Food Culture
5. Cappadocia

- | | |
|---|----------------------------------|
| 1- Tezimden fotokopi yapılmasına izin vermiyorum | <input type="radio"/> |
| 2- Tezimden dipnot gösterilmek şartıyla bir bölümünün fotokopisi alınabilir | <input type="radio"/> |
| 3- Kaynak gösterilmek şartıyla tezimin tamamının fotokopisi alınabilir | <input checked="" type="radio"/> |

Yazarın İmzası : 

Tarih : 10/09/2017

ÖNSÖZ

Çalışmamın hazırlanmasında desteğini esirgemeyen tez danışmanım Sayın Yrd. Doç. Dr. Aydan BEKAR'a, alan araştırmamda bana yardımcı olan arkadaşlarım Harun YALÇIN'a ve Dilek AYDOĞAN'a Caffedocia Restoran sahibi ve çalışanlarına ve son olarak çalışma süresince yanımda olan değerli annem Hava BELPINAR'a teşekkürlerimi sunarım.

Ayşe BELPINAR

ÖZET

Bu çalışmada, Kapadokya Bölgesi'ne tatil amaçlı Asya, Avrupa ve Amerika kıtasından gelen turistlerin, gastronomi turizmine yönelik görüşlerinin kültürlerarası karşılaştırılması incelenmiştir. Araştırmanın örneklemini Kapadokya Bölgesi'ne tatil için gelip konaklayan 401 yabancı (Asya kıtası, Avrupa kıtası, Amerika kıtası) turist oluşturmaktadır. Araştırma verileri, araştırmacı tarafından geliştirilen anket formu ile elde edilmiştir. Verilerin analizinde, mutlak ve yüzde değer, student's testi, varyans analizi kullanılmıştır.

Turistlerin % 56'sı (226 kişi) Asya, % 25'i (100 kişi) Avrupa ve % 19'u (75 kişi) Amerika kıtasında yaşamaktadır. Asya, Avrupa ve Amerika kıtasından gelen turistlerden kadın turistlerin, erkek turistlere oranla çoğunlukta olduğu, yaklaşık yarısının 20-29 yaş arasında olduğu, yarısından fazlasının evli olduğu belirlenmiştir. Tatil amaçlı gelen turistlerin çoğunlukla hazır yemek (Fastfood, McDonald's KFC vb.) restoranlarda yemek yemeyi tercih ettikleri (3.78 ± 1.20) görülmektedir. Yörelere özgü yemek programları ve gösterilerini izledikleri ve takip ettikleri (3.70 ± 1.15), gastronomi turizmine ilişkin görüşlerinde, cinsiyetin ve medeni durumun çoğunlukla etkili olmadığı, yaşın ise önemli olduğu saptanmıştır. Gastronomi turizmine ilişkin görüşleri, turistlerin yaşadıkları kıtalara göre karşılaştırıldığında, Amerika kıtasından gelenler için, tatil yerini seçmede mutfak kültürünün daha önemli etken olduğu, Avrupa'dan gelenlerin çoğunlukla lüks restoranları veya hazır yemek restoranlarını tercih ettikleri, her üç kıtadan gelen turistlerin yöresel yiyecek ve içecekleri tatma oranı ortalamalarının düşük olduğu görülmektedir.

Turistlerin gastronomi turizmine ilişkin tutum ve davranışları incelendiğinde, turistlerin yarısından fazlasının yöresel yemekleri daha sağlıklı ve besleyici buldukları, yöresel lezzetleri tadarken gürültüden uzaklaştıklarını ve dinlendiklerini düşündükleri belirlenmiştir. 'Yöresel yemekleri tadarken gürültüden uzaklaştığımı düşünüyorum', 'Yöresel yemeklerin daha besleyici olduğunu düşünüyorum', 'Yöresel yiyecek ve içecek tatmanın beni daha sağlıklı yapacağını düşünüyorum' ifadelerinin ortalamalarının, turistlerin geldikleri kıtalara göre karşılaştırıldığında; Amerika'dan gelenlerin ortalamalarının, Asya ve Avrupa'dan gelenlerden daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, Gastronomi Turizmi, Yöresel Yiyecek ve İçecekler, Yiyecek Kültürü, Kapadokya.

ABSTRACT

In this study, the intercultural comparison of opinions about gastronomy tourism of tourists who came from Asia, Europe and America continents is examined. 401 tourists who came to Cappadocia region for vacation and stay are the sample of this study. The data of this study have been obtained from a survey form that was developed by the researcher. Absolute and percent value, student's test, variance analyze and Turkey test were used in data analysis. 56% (226 people) of the tourists live in Asia, 25% (100 person) live in Europe and 19% (75 person) live in America continent.

It was determined that there are more of female who came from Asia, Europe and America continents, relatively to the male tourists, approximately half of them are in the ages between 20-29 and more than half of them are married. It is observed that tourists who came for vacation mostly eat convenience food in fast food, McDonalds, KFC restaurants etc. It is stated that they can watch and follow local food programs and shows (3.70 ± 1.15), sex and marital status are not mostly effective on the opinions about gastronomy tourism, age is on the other hand matters. When opinions About gastronomy tourism are compared according to continents, it is seen that for the ones who came from America continent, food culture is a more important factor while choosing vacation place, ones who came from Europe mostly prefer luxury restaurants and convenience food restaurants, the ratio of tasting local food and drinks of the ones coming from all three continents are low.

When tourist attitudes and behaviors about gastronomy tourism are examined, it is determined that more than half of the tourists find local food healthier and nutritious, thy think they are staying away from noise and get to rest while tasting local food. The when average of the statements like "I think I get away from noise while tasting local food" I find local food more nutritious "I think tasting local food will make me healthier" are compered according to the places where tourists came from, the average of the ones from America is stated to be more than the average of the ones from Asia and Europe.

Keywords: Gastronomy, Gastronomy tourism, Local Food-Drinks, Food Culture, Cappadocia.

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ	i
ÖZET	ii
ABSTRACT	iv
İÇİNDEKİLER	vi
TABLolar VE ŞEKİLLER LİSTESİ	viii

BİRİNCİ BÖLÜM

1. GİRİŞ	1
1.1. Araştırmanın Problem Durumu	1
1.2. Problem Cümlesi	2
1.3. Araştırmanın Amacı ve Alt Amaçları	2
1.4. Araştırmanın Önemi	3
1.5. Araştırmanın Varsayımları	4
1.6. Araştırmanın Sınırlılıkları	4

İKİNCİ BÖLÜM

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE	5
2.1 Gastronomi Kavramı	5
2.1.1. Gastronominin Tarihçesi	6
2.1.2. Gastronominin Üretici-Tüketici Yönündeki Boyutları	8
2.1.3. Gastronominin Diğer Bilimlerle İlişkisi	10
2.2. Yiyecek ve İçecek Kültürümüz	11
2.3. Gastronomi Turizmi	13
2.3.1. Gastronomi Turizminin Amaç ve İşlevleri	15
2.4. Turizm ve Gastronomi.....	16
2.4.1. Turizmde Gastronominin Yeri ve Önemi	17
2.4.2. Gastronomi Turizminin Uluslararası Boyuttaki Yeri ve Önemi	19
2.4.3. Gastronomi Turizminin Türk Turizmindeki Yeri ve Önemi.....	21

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. YÖNTEM	23
3.1. Araştırmanın Modeli	23
3.2. Evren ve Örneklem.....	23

3.3.	Verilerin Toplanması.....	24
3.3.1.	Güvenilirlik Analizi	28
3.3.2.	Ölçeği Oluşturan İfadelere İlişkin Analiz Sonuçları.....	28
3.4.	Verilerin Analizi.....	29

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

4.	BULGULAR ve TARTIŞMA	30
4.1.	Turistlerin Sosyo Demografik Özellikleri ve Türkiye’de Konaklama Yerleri ile İlgili Bilgiler	31
4.2.	Turistlerin Gastronomi Turizmine İlişkin Görüşleri	33
4.3.	Turistlerin Yöresel Yiyecek ve İçeceklere İlişkin Tutum ve Davranışlarına İlişkin Bulgular.....	57

BEŞİNCİ BÖLÜM

5.	SONUÇ ve ÖNERİLER.....	76
	KAYNAKÇA	79
	EK-1-Anket Formu	82
	KİŞİSEL BİLGİLER.....	85

TABLOLAR VE ŞEKİLLER LİSTESİ

Tablo 1. Gastronomi Turizmine İlişkin Turistlerin Görüşlerine Ait Faktör Analizi ve Ortaya Çıkan Faktör Yükleri	26
Tablo 2. Turistlerin Yöresel Yiyecek ve İçeceklerle İlişkin Tutum ve Davranışlarına Ait Faktör Analizi ve Ortaya Çıkan Faktör Yükleri	27
Tablo 3. Ölçeklere Ait Cronbach's Alpha Güvenilirlik Katsayıları.....	28
Tablo 4. Normal Dağılım Testi	28
Tablo 5. Turistlere ilişkin Sosyo Demografik Özellikler (n=401)	32
Tablo 6. Turistlerin Gastronomi Turizmine İlişkin Görüşleri (n=401).....	34
Tablo 7. Turistlerinin Gastronomi Turizmine İlişkin Görüşlerinin Cinsiyete Göre Karşılaştırılması (n=401).....	35
Tablo 8. Turistlerin Gastronomi Turizmine İlişkin Görüşlerinin Medeni Duruma Göre Karşılaştırılması (n=401).....	37
Tablo 9. Turistlerin Gastronomi Turizmine İlişkin Görüşlerinin Yaşa Göre Karşılaştırılması (n=401).....	40
Tablo 10. Turistlerin Gastronomi Turizmine İlişkin Görüşlerinin Gelir Durumuna Göre Karşılaştırılması (n=401).....	45
Tablo 11. Turistlerin Gastronomi Turizmine İlişkin Görüşlerinin Konaklama Yerlerine Göre Karşılaştırılması (n=401).....	51
Tablo 12. Turistlerin Gastronomi Turizmine İlişkin Görüşlerinin Milliyetlerine Göre Karşılaştırılması (n=401).....	56
Tablo 13. Turistlerin Yöresel Yiyecek ve İçeceklerle İlişkin Tutum ve Davranışlarına İlişkin Betimsel Bulgular	58
Tablo 14. Turistlerin Gastronomi Turizmine İlişkin Tutum ve Davranışlarının Cinsiyete Göre Karşılaştırılması (n=401).....	59
Tablo 15. Turistlerin Gastronomi Turizmine İlişkin Tutum ve Davranışlarının Medeni Duruma Göre Karşılaştırılması (n=401)	61

Tablo 16. Turistlerin Gastronomi Turizmine İlişkin Tutum ve Davranışlarının Yaşa Göre Karşılaştırılması (n=401).....	62
Tablo 17. Turistlerin Gastronomi Turizmine İlişkin Tutum ve Davranışlarının Eğitim Durumuna Göre Karşılaştırılması (n=401).....	66
Tablo 18. Turistlerin Gastronomi Turizmine İlişkin Tutum ve Davranışlarının Konaklama Yerlerine Göre Karşılaştırılması (n=401)	69
Tablo 19. Turistlerin Gastronomi Turizmine İlişkin Tutum ve Davranışlarının Milliyetlere Göre Karşılaştırılması (n=40).....	74
Şekil 1. Turistlerin Yaşadıkları Kıtalar	33

BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞ

Bu bölümde; araştırmanın problem durumuna, problem cümlesine, amacına, önemine, varsayımlar ve sınırlılıklarına yer verilmiştir.

1.1. Araştırmanın Problem Durumu

Gastronomi, ayrılmaz bir şekilde, destinasyon ve destinasyon imajına bağlıdır (Kivela ve Crotts, 2005). Turizm olgusu ise ülkeleri birbirine yakınlaştıran bir aktivitedir . Bu yakınlaşmada, yemeklerin oynadığı rolün önemi tartışmasızdır. Turist gittiği ülkenin veya bölgenin farklı yemeklerini yer, değişik lezzetlerdeki yemekleri denmekten hoşlanır, zevk alır (Gökdemir, 2009).

Gastronominin temel sorunu ne pişirmek değildir. Gastronominin temel çalışma alanı, nasıl pişirmektir. Dolayısıyla pişen yemeğin; görünümü, lezzeti, tadı, rengi ve dokusunun nasıl olduğudur. Yine gastronomide yemeğin orijinaline sadık kalınması da önemlidir. Gastronomide sanatçı ya da uzman, gurme (ya da gastronom) diye adlandırılır (Baysal ve Küçükaslan, 2009).

Gastronominin bölgesel kapsamda da önemi büyüktür. Kırsal turizm alanında faaliyet gösteren işletmeler, turistlere yöresel yiyecek ve içecek sunmaktadırlar. Turistler de gittikleri yerlerde yöresel lezzetleri tatmak istemektedirler. Geniş bir açıdan bakıldığında, yiyecek ve içecek hayatın vazgeçilmezleri arasındadır ve yeri doldurulmazdır. İnsanlar hayatlarının bir kısmını yiyecek ve içecek tüketirken geçirir. Bu zamanın en yüksek faydayla geçmesi, gastronominin ana konusudur. Ayrıca bir sosyal etkinlik olarak yemek pişirme de seyahat nedenlerinden biridir. İnsanlar farklı tatlar tatmanın yanında bu tatları yapmayı öğrenmek istemektedirler. Yiyecek ve içecek her yönüyle turizm etkinlikleri için çekicilik öğesidir (Kesici, 2012).

Gastronomi ile ilgili literatür incelendiğinde, bu konuda yeterli bilimsel çalışmanın yapılmadığı görülmektedir. Türk yemekleri, dünya yemekleri arasındadır. Dolayısıyla Türk mutfak kültürünün tanıtılmasında turizm önemli bir araçtır. Bunun

için Türkiye'yi ziyaret eden turistlerin yöresel yiyecek ve içecekleri tüketme konusundaki görüşleri ve eğilimlerini saptamak amacıyla bilimsel araştırmalara ihtiyaç duyulmaktadır. Bu nedenle bu araştırma, Kapadokya'yı ziyaret eden yabancı turistlerin gastronomi turizmine yönelik görüşleri ile tutum ve davranışlarını belirlemek amacıyla planlanmış ve yürütülmüştür.

1.2. Problem Cümlesi

Bu çalışmada, Kapadokya Bölgesine gelen yabancı turistlerin gastronomi turizmine ilişkin görüşleri ile tutum ve davranışları kültürlerarası nasıl bir farklılık göstermektedir? Sorusuna cevap aranmaktadır. Bu kapsamda çalışmanın alt problemleri şunlardır.

Alt Problemler;

- Kapadokya Bölgesine ziyaret amaçlı gelen yabancı turistlerin sosyo demografik özellikleri nelerdir?
- Yabancı turistlerin gastronomi turizmine yönelik görüşleri ile sosyo demografik özellikleri arasında bir ilişki var mıdır?
- Yabancı turistlerin gastronomi turizmine yönelik tutum ve davranışları ile sosyo demografik özellikleri arasında bir ilişki var mıdır?
- Kapadokya'ya ziyaret amaçlı gelen turistlerin kıtalara göre dağılımı nasıldır?

1.3. Araştırmanın Amacı ve Alt Amaçları

Bu çalışmanın amacı, Kapadokya Bölgesini ziyaret amaçlı gelen ve gastronomik faaliyetlere katılan turistlerin, gastronomi turizmine yönelik görüşleri ile tutum ve davranışlarını inceleyip, kültürlerarası karşılaştırılmasını yapmaktır. Bu kapsamda çalışmanın alt problemleri şunlardır.

Araştırmanın alt amaçları;

- Kapadokya Bölgesi'ne tatil amaçlı gelen yabancı turistlerin sosyo demografik özelliklerini belirlemek,

- Yabancı turistlerin gastronomi turizmine yönelik görüşleri ile sosyo demografik özellikleri arasındaki ilişkiyi belirlemek,
- Yabancı turistlerin gastronomi turizmine yönelik tutum ve davranışları ile sosyo demografik özellikleri arasındaki ilişkiyi belirlemek,
- Yabancı turistlerin kıtalara göre dağılımını belirlemektir.

1.4. Araştırmanın Önemi

Gastronomi, dünya çapında her geçen gün hızla büyümektedir. Önemi her geçen gün artarak devam etmektedir. Türkiye gibi mutfağı ile uluslararası platformda önemli bir yere sahip olan ülkeler, yeme-içme kültürleri ile turizm için vazgeçilmez destinasyonlardandır. Türkiye’de son yıllarda, gastronomi turizmi gelişme göstermektedir. Üniversitelerde gastronomi bölümleri açılmakta ve bu alanda bilimsel çalışmalar yapılmaktadır. Günümüzde insanlar, yedikleri ve içtikleriyle her geçen gün daha fazla ilgili olmaya başlamışlardır. Zengin yiyecek ve içecek kültürüyle büyük bir avantaja sahip olan Türkiye, bu avantajı birçok alanda değerlendirebilecek durumdadır (Kesici, 2012).

Geçmişten gelen köklü mutfak kültürüyle, Türkiye’nin gastronomi turizminde önemli bir yeri vardır. Günümüzüm en gözde sektörlerinden olan yiyecek-içecek sektörü gittikçe gelişmekte ve buna paralel olarak rekabet artmaktadır. Yiyecek-içecek işletmelerin, talebin esnek olması, sunulan hizmetin üretim ve satışının aynı zamanda olması ve hizmetin stoklanamaması gibi yiyecek-içecek sektörüne özgü özelliklerinden dolayı değişen çevre koşullarına daha hızlı uyum sağlamak zorundadır. Yeme-içme turizm için vazgeçilmez unsurlardandır. Çünkü yeme-içme karşılanması zorunlu gereksinimlerdendir. Bu nedenle yiyecek-içecek işletmelerine ihtiyaç duyulmuştur (Baysal ve Küçükaslan, 2009).

Her geçen gün önemi artan gastronominin, turizm faaliyetleri kapsamında ne derece önemli olduğunu saptamak amacıyla yapılan bu çalışmanın, literatürde önemli bir boşluğu dolduracağı düşünülmektedir. Yapılan literatür incelemesinde gastronomi turizmine yönelik turist görüşleri ile tutum ve davranışlarının kültürlerası karşılaştırılması kapsamında ele alınan bilimsel çalışmaların yeterli olmadığı

belirlenmiştir. Bu nedenle bu çalışmada, gastronomi turizmine yönelik turist görüşleri ile tutum ve davranışlarının kültürlerarası karşılaştırılması ele alınarak incelenmiştir.

1.5. Araştırmanın Varsayımları

Araştırma aşağıdaki varsayımlara bağlı olarak yürütülmüştür.

- Kapadokya'ya gelen ve gastronomik faaliyetlere katılan yabancı turistlerin davranışını incelemek için anket formu yeterlidir.
- Araştırmaya katılan yabancı turistler, anket formundaki soruları doğru olarak cevaplamıştır.

1.6. Araştırmanın Sınırlılıkları

- Araştırma sadece Kapadokya Bölgesini ziyaret eden yabancı turistler ile yürütülmüştür.
- Araştırma verileri 01.06.2013 – 30.08.2013 tarihleri arasında toplanmıştır.

İKİNCİ BÖLÜM

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Bu bölümde gastronomi ve gastronomi turizmi ile ilgili temel kavramlar üzerinde durulmuş, turizmde gastronomi turizmin önemi açıklamaya çalışılmıştır.

2.1 Gastronomi Kavramı

Gastronomi, “içinde barındırdığı tüm sanatsal ve bilimsel unsurlarla yiyecek ve içeceklerin, tarihsel gelişme sürecinden başlayarak tüm özelliklerinin ayrıntılı bir biçimde anlaşılması, uygulanması ve geliştirilerek günümüz şartlarına uyarlanması çalışmalarını kapsayan bir bilim dalı” olarak tanımlanabilir (Eren, 2007).

Altıntel (2009) ise gastronomiyi “insan refahı ve gıdasını ilgilendiren her konuda sağlanmış kapsamlı bilgi birikimidir” şeklinde tanımlamaktadır.

Gastronominin genel tanımına bakıldığında, çağdaş gastronominin durumu toplumda görecelidir. İnsanlar ne geleneksel yemeklere ne üst tabaka yemekleriyle ne de sadece bir ülkenin özel bir yemeği ile ilgilenir. Toplumun gastronomi ile yakından ilgilenen her bir ferdi, bu üç kesimle bağdaştırılan yemeklerin hepsiyle; uygun yer, zaman ve mekanda ilgilenmektedir (Hatipoğlu, 2010).

Britannica ansiklopedisi gastronomiyi “seçme, hazırlama, servis etme ve iyi yiyecekten zevk alma sanatı” olarak tanımlar. Klasik tanımı ise ‘iyi yeme ve içme araştırmaları’ olarak kabul görmüştür (Kivela ve Crotts, 2005).

Hegarty (2009) ise gastronomiyi özü bilgi, estetik ve deneysel duyuşal ifadelerin yanı sıra duygu içinde bulunulan; heyecan, aşk, eğlence vb. unsurları kapsayan bir bilim olarak tanımlamaktadır. Gastronomi biliminin gelişmesiyle birlikte; gurmeler, şefler, yemek uzmanları ortaya çıkmıştır. Bu alanda eğitimler vermeye başlanmıştır. Gastronomi esasen sosyal yaşamın bir tezahürüdür. Gastronomi ve besin seçimi, insanların bilgi ve deneyimlerinin geliştiği bir alanda, televizyonlarda gıda programlarının genişletilmesi ve buna bağlı olarak ünlü şeflerin ortaya çıkması ile gastronomide canlanma olmuştur. Yemek faaliyetlerinin başlaması

insan yaşamıyla başlayan eski bir geçmişe sahiptir. Gastronomi, sadece yemeklerin pişirilmesi değil; pişirilmesiyle birlikte yemeklerin güvenli tüketimi, yemeklerin dağıtımı, kombinasyonu, yemeklerin işlenmesi ile devam eden bir süreci de ifade etmektedir.

Gastronominin öznelerini dört başlık altında toplamak mümkündür. Bunlar üretim ve tüketim boyutları ile gastronom ve gurmedir.

- **Gastronom**

Yemek pişirme sanatçısı veya ustasıdır. Gastronom, iyi yiyecek konusunda, şöhreti olan bir restoranın sahibi veya bir ev sahibidir. Gastronom, mutfak ve servis sanatları uzmanıdır. Gastronom, gastronomi sanatında eğitilmiş kişidir. Gastronom, yiyecek ve içecek konusunda önemli yol katetmiş kişidir (hasimsolmaz.tr, 2014).

- **Gurme**

Yemek ve içecek konularında incelikleri takdir edilen kişidir. Gurme, bir yemeğin malzemesindeki egotizmi ve uyumu, pişirilmesindeki incelikleri, pişirilirken ona katılan ruhu bilen ve takdir eden kişidir. Gurme, iyi yiyecek heveslisi, sadece zevk için yaşayan, yemek konusunda aşırı titiz ve zarifliklere tutkun kişidir. Görüldüğü gibi yemek yemeyi sevmek gurme olmaya yetmemektedir. Gurme olabilmek için kişi, kendisini gastronomi konusuna severek adamalı ve gastronomiyi hobi edinmelidir. Gurme, iyi ve kötü yiyecekleri birbirinden ayırt edebilecek, yargılayabilecek düzeyde eğitilmiş olmalıdır. Yiyecek ve içecek malzemelerinin niteliklerini yakından tanımalı, hazırlama, pişirme ve sunumun inceliklerini, yeme ve içme geleneklerini bilmelidir (hasimsolmaz tr, 2014).

2.1.1 Gastronominin Tarihçesi

“İnsanın, hem et hem otla beslenmesinin nedeni, başka bir tercihi olmamasıdır” der bir düşünür (Fumey ve Etcheverria, 2007).

Belge (2008)'ye göre insanoğlu varoluşundan bu yana yaşamını sürdürebilmek için, yemek yemenin bir zorunluluk olduğu gerçeğini koşullar karşısında keşfetmiş, böylece et ve ot hayatının vazgeçilmez besin kaynakları haline

gelmiştir. İnsanlar için yeme ve içme zorunlu ihtiyaç olmasından dolayı gastronominin tarihi insanlığın varoluşuna kadar dayanmaktadır. Yeme kavramının oluşması da klişe bir soru haline dönüşmüş olan ”yemek için mi yaşamalı, yaşamak için mi yemeli” felsefesini insanın karşısına çıkarmaktadır. Oysaki yemek kavramı evrenselleşip anlamı derinleştikçe, bu felsefenin geçmişte daha fazla önem arz eden bir konu olduğu ve şimdilerde daha farklı soruların kafaları kurcaladığı söylenebilir.

İlk çağ dönemi, insanın yaşamak için yediği ve hatta ne yediğini bilmeksizin sadece yaşama amacıyla yediği zamanlardır. Eti pişirme gibi bir yöntem ateş bulunmadan önce keşfedilmediği için, etin yumuşaması için bekletildiği de bilinmektedir. İnsanların hayatlarını idame ettirebilmeleri için anılan dönem ”leş” yemeklerin bile önceleri başka tercih olmaksızın yenildiği ilkel bir zaman dilimidir (Belge, 2008).

Ateşin bulunmasıyla birlikte insanlar yemeklerini pişirerek beslenmeye, lezzeti arttırma ve çiğnemeyi kolaylaştırma amaçlı çeşitli yöntemler aramaya başlamışlardır. Yabani bitkileri ehlileştirerek üretip, üretilen bitkileri de saklama yoluna gitmişlerdir. Bitkilerden yararlandıkdça, avcılığın yanı sıra ekip-biçme faaliyetleri ve toplayıcılık faaliyetleri de ortaya çıkmıştır. Böylece et ağırlıklı beslenmeden öte, ot ağırlıklı beslenme şekli artarak, bütün bunlara bağılı olarak yemek türleri ve biçimleri gelişim göstermiştir. Medeniyetin temelleri atıldıkça, ateşle beraber pişirme yöntemleri ilerlemeye başlamıştır. Önceleri hayvanların kemiklerinden kabuklarından üretilen ve zamanla maden işlenmesiyle metal kaplara dönüşen kap kacakların kullanımını gündeme getirmiş ve böylece mutfak düşüncesinin ilkel çağlarda oluşum göstermeye başladığı belirlenmiştir (Ciğerim, 2001).

Yemek pişirme sanatının temellerinin Mezopotamya’da atıldığı tespit edilmiştir. Zaman içerisinde bu mutfak, Anadolu ve Çin mutfağı olarak ayrılmıştır. Mutfaklar birbirini etkilemiştir. Çin mutfağı Japon mutfağını, Anadolu mutfağı da Mısır mutfağını geliştirmiştir. Mısır mutfağının da (Grek) eski Yunan mutfağını etkisi altına aldığı saptanmıştır. Grek mutfağı da böylece Roma mutfağını etkilemiş, bundan Fransız mutfağı etkilenmiş ve sonrasında da Fransız mutfağı İngiliz

mutfağına ilham kaynağı olmuştur. Bütün bu etkileşimler sonucunda, milletlerin kendi benliklerini yansıtan mutfak kültürleri oluşum göstermiştir (Ciğerim, 2001).

İnsanlar ilk çağlardan bugüne kadar seyahat olayına katılmaktadır. Dolayısıyla da evlerinden uzaklaştıkları andan itibaren konaklama, yeme-içme ve diğer ihtiyaçları için beklentiye girmektedir. Bu beklentilerden dolayı önceleri münferit olarak görülmeye başlayan yiyecek içecek işletmelerinin tarihsel geçmişi çok eskiye dayanmaktadır. Bugünkü otelciliğin ilk temsilcileri batıda hanlar, doğuda ise kervansaraylar şeklinde hizmet üretirken, batıda hizmet veren hanlar ticari işletmeler şeklinde hizmet üretirken doğuda hizmet üreten kervansaraylar ise ticaret faaliyetlerinde bulunan tacirlere ücret almadan hizmet sunmaktaydı. Bundan dolayı da bir ticari işletme niteliğine sahip değillerdi. Han ve kervansarayların gelişimine paralel olarak yiyecek-içecek işletmeleri de gelişim göstermiştir. Gün geçtikçe şartlar iyileşmiş ve insanların refah seviyesi yükselmiştir. Böylece turizm faaliyetlerine olan talep artmıştır (Baysal ve Küçükaslan, 2009).

İnsanoğlunun uzun süren varoluş mücadelesinde, temel gereksinimlerinden birisi olarak kabul edilen yemek karşımıza çıkmaktadır. İnsanlar, bu varoluş mücadelesinde yaşamsal faaliyetlerinin devamlılığını sağlayabilmek ve yaşamlarını sürdürebilmek için diğer ihtiyaçlarını ikinci planda tutmuş veya göz ardı edebilmiştir. Bu ihtiyacı karşılayabilmek için acımasız doğa koşullarıyla ve kendilerinden çok güçlü, vahşi hayvanlarla bile mücadeleye girmekten kaçınmamışlardır. Dolayısıyla insanoğlu temel gereksinimini karşılayabilmek için birçok tehlikeyi göze almıştır (Gökdemir, 2009).

2.1.2 Gastronominin Üretici-Tüketici Yönündeki Boyutları

Gastronominin hem üretim hem de tüketim boyutu birlikte ele alındığında (güzel bir yemek oluşturulması, sunumu ve oluşturulan üründen tüketicinin haz duyması aşamasına kadar olan süreç) kültür, tarih, anane, yetenek, tecrübe, gelenek ve görenekler gibi unsurlarla harmanlanmış bir gastronomun emeğinin sergilenmesi söz konusudur (Dilsiz, 2010).

Gastronominin işlevi temel ilkelere dayanarak, yiyecek haline dönüştürülebilecek her şeyi arayan, sağlayan ve hazırlayan herkese rehberlik

sağlamaktır. Bu konuda istekli ve gayretli olan herkese yardımcı olmaktır. Gastronomi yemeğini hazırlamasında mesleği ne olursa olsun insanın arkasındaki gerçek motivasyon gücüdür. Gastronomi üretim ve tüketim boyutları altında sınıflandırıldığında şu tanımlar elde edilmektedir (hasimsolmaz.tr, 2014).

- **Üretim Boyutu**

- Mükemmel yemek hazırlama, pişirme, sunma ve iyi masa hazırlama sanatı ve bilimi.
- İyi yeme ile ilgili faaliyetler ve bilgi birikimi, yemek pişirme, aşçılık ile ilgili prensipler ve uygulamalardır.
- İyi yemek ile ilgili faaliyetler ve bilgi birikimidir.

- **Tüketim Boyutu**

- İyi yiyecek ve içecekten hoşlanmak.
- İyi yemek yeme konusunda abartılı aşk ve lüks yiyeceklerle düşkünlük ve tutkudur.
- Lüks yiyeceklere düşkünlük ve tutkudur.
- Yiyecek hazırlama, sunma ve yemenin sanat ve bilimidir.
- Belirli bölge ve ülkelerle ilgili, mutfak gelenek ve göreneklerini de içeren, iyi yiyecek yeme bilim ve sanatıdır.
- Damak tadı ve iştah gibi zevkler amacı ile deneme ve yanılmanın, tarihsel bilginin, kültürün, alışkanlığın, yeteneğin, emeğin, ihtimamın ve aşkın kazanılmış beğenilerimize uygun olarak, ahenkli bir şekilde bir araya gelmesidir.

Hatipoğlu (2010)'na göre ise, iyi yemek pişirmek için tercih edilen malzemeler, zevkli sunumlar hazırlamak için üretilen ekipmanlar, yemek pişirme prensipleri doğrultusunda hazırlanan kurslar, yazılan kitaplar, düzenlenen sempozyum ve konferanslar gastronominin üretim boyutuna örnek olarak sayılabilir. Bir restoranda servis edilen yemekler içinde mümkün olan en iyi seçeneği yeme arzusu,

gastronominin tüketim boyutunun ilk maddesini oluşturmaktadır. Yenilmek istenen bir yemek için zaman, mekan, mesafe ve maddiyat gözetilmeksizin en iyi yapan yere gitme arzusu ise ikinci maddeyi oluşturmaktadır. Yılın her mevsimi bulunamayan ya da çok pahalı olan yiyeceklere olan düşkünlük ise tüketim boyutunun son maddesini oluşturmaktadır. Sonuç olarak gastronomi, gerek üretim gerekse de tüketim boyutu ile diğer disiplinlerin ilgi alanına giren pek çok konuda çarpan etkisi yaratmaktadır.

2.1.3 Gastronominin Diğer Bilimlerle İlişkisi

Gastronomi birçok bilim dalıyla iç içedir. Hem sosyoloji bilimleriyle hem de fen bilimleri ile etkileşim içerisindedir. Tarih, fizik, kimya, gıda, psikoloji ve hepsinden önemlisi sanatla ve estetik değerlerle ilgilidir. Yeme-içme insanın temel ihtiyacı olmasına karşın gastronomi yeme ve içmede estetik ve güzellik de arayan bir sanat olarak değerlendirilmektedir. İnsan, diğer canlı varlıklardan farklı olarak en temel ihtiyacını sanata dönüştürmüştür. İnsan için, insan tarafından yapılmakta ve bütün insanlar tarafından paylaşılmaktadır. Bu nedenle de yüce bir sanat olarak değerlendirilmektedir (hasimsolgun.tr, 2014).

İnsan için birincil ihtiyaç olan yeme-içme olayı, gastronomik bir yaklaşım ile ihtiyaçlar sıralamasında merdivenin en tepesinde yer almaktadır. Yeme-içme ile gastronomi arasındaki fark, örtünme ve giyinme arasındaki farktan daha büyüktür. İnsanlar gözleri, burunları ve kulakları kapalı yiyemezler. İnsanın bütün duyguları ve algılarına hitap edebilen gastronomi estetik değerlerin tamamı bünyesinde taşır. Yiyecek ve içeceklerin görsel, işitsel, tatsal güzelliklerinin ve lezzetlerinin ortaya çıkarılması sanattır. Bu nedenle hazırlanan her yemek tabağı ve içkinin sunulduğu bardağın estetiği ve güzelliği birer sanat eseridir (hasimsolgun.tr, 2014).

Gastronomi ayrıca fen ve sosyal bilimler için zengin bir araştırma alanıdır. Konu yeme-içme ile ilgili olduğundan, beslenme bilimi ile doğrudan ilişkili olarak tadın fizyolojisi ve tat alma, şarap üretimi, besin öğelerinin insan vücudundaki işlevleri, gıda maddelerinin seçiminde niteliklerinin belirlenmesi, gıdaların fiziksel, kimyasal ve biyolojik olarak bozulmalarının önlenmesi için hijyen ve sanitasyon kurallarına uygun üretim süreçlerinin geliştirilmesi açısından büyük oranda fen bilimlerine dayanmaktadır (hasimsolgun.tr, 2014).

İnsanların yemek yeme nedenleri, tercihleri ve bunları etkileyen nedenlerle ilgili konular ise psikoloji biliminin araştırma alanına girmektedir. Gastronomi, sosyolojik ve ekonomik açıdan yiyecek ve içeceğin paylaşılması, toplumsal iletişimdeki yeri, evde ve dışarıda yemek yeme nedenleri ve motivasyonu gibi geniş bir araştırma alanı oluşturmaktadır. Bunun yanında mutfakta kullanılan araç gereçlerin evrimi anlaşılmasına çalışıldığında tarih bilimine, insan kültürünün en önemli unsuru olan yerel menüleri misafirlere sunma yolları ararken pazarlama bilimine, otantik bir ürün tasarlarken halk bilimine başvurulmaktadır. Farklı disiplinler gastronominin değişik bir boyutuna ışık tutarak gastronominin doğasının anlaşılmasına ve konuya hakimiyet sağlanması bağlamında, gastronom ve gurmelere katkı sağlamaktadır. Gastronomi çok boyutlu bir sanat ve disiplinler arası bir bilimdir (hasimsolgun.tr, 2014).

2.2 Yiyecek ve İçecek Kültürümüz

Türk Mutfağının genel özelliklerini Güler (2007) genel olarak şu şekilde sıralamıştır;

- Türk yemekleri tarım ve hayvansal ürünlere dayanır
- Halkımızın yaşadığı coğrafi bölgelere göre değişiklik göstermektedir
- Tarihi gelişimi içerisinde sosyal yapıya göre de değişiklikler göstermektedir
- Özel günler ve törenlere göre değişiklikler göstermektedir
- Gelenek ve görenekler ile dini inanç yemek çeşitlerinin etkilemiştir

Bu özellikler Türk Mutfağının çeşitliliğini oluşturmuş ve halen kendine özgü kalmasını sağlamıştır. Diğer dünya mutfaklarında ayırt edilebilecek birçok unsura sahip olması farklı olma avantajını doğurmuştur. Gastronomi uzmanlarına göre, Türk mutfağı dünyanın önemli mutfaklarından ve dünya mutfakları arasında önemli yere sahip olan sayılı mutfaklardan biridir (Güler, 2007).

Yemek ile ilgili alışkanlıklar, toplumdan topluma farklılık göstermektedir. Bu tür alışkanlıklar, o toplumun kültürel bir parçasıdır. Toplumun yaşam şekli o toplumun beslenme kültürünü yansıtmaktadır.

Yaşam şeklinin değişmesi, beslenme alışkanlıklarının ve kültürünü yansıtmaktadır. Yaşam şeklinin değişmesi, beslenme alışkanlıklarının ve kültürün değişmesinde önemli bir etkidir. Türk mutfak kültürü denildiğinde; Türkiye toprakları üzerinde yaşayan insanların tüketmiş olduğu yiyecek ve içecekler ile bunların hazırlanmasında, pişirilmesinde ve saklanmasında kullanılan araç gereç ve teknikler anlaşılmalıdır. Türkiye’de yerel mutfakların özgün etkilerini içinde barındıran köklü ve çok yönlü bir mutfak kültürü yaşamaktadır. Diğer kültürler ile yaşanan etkileşim, Asya ve Anadolu mutfaklarının sunmuş olduğu ürünlerin çeşitliliği, Selçuklu ve Osmanlı saraylarında gelişen yeni tatlar gibi nedenler bugünkü Türk mutfak kültürünün çeşitlenmesinde ve şekillenmesinde rol oynamıştır. Bir ülkenin mutfağı aynı zamanda o ülkenin tarihini, kültürünü, gelenek ve göreneklerini de yansıtır (Güler, 2007).

Her kültürün dini inanışına göre de yeme-içme kültürleri değişiklik göstermektedir. Örneğin; Müslümanlar domuz eti, Hindular sığır eti, Çinliler de süt tüketmemektedir. Bir milletin inanç sistemi yeme-içme kültürünü doğrudan etkilemektedir (Hatipoğlu, 2010).

Yeme ve içme insanların bir araya gelmelerine de aracı olmaktadır. Uzun süre görüşülemeyen arkadaşlar ile buluşma, sinema, tiyatro gibi sosyal etkinliklerden sonra yenilen yemek örnekleri düşünüldüğünde, yemeklerin dostluk, arkadaşlık ve iletişim aracı olduğu sonucu da elde edilmektedir. Bazı yiyeceklerin sadece bazı toplumlara has olması, merak olgusunu da beraberinde getirmekte, turistik gezi için yer değiştiren kişilerin yeni tatlar ile tanışmasına zemin hazırlamaktadır (Hatipoğlu, 2010).

Güler (2007)’e göre Türk mutfak kültürü kökleri çok eskilere dayanan, zenginlik kaynaklarını geniş bir coğrafyaya yayılmasından alan ve çeşit zenginliği olan dünyanın en büyük mutfakları arasında yer almaktadır. Türkiye’de yerel mutfakların özgün etkilerini içinde barındıran, köklü ve çok yönlü bir mutfak kültürü yaşamaktadır. Geleneksel olarak sofralarda yer alan yemekler, çorba, etli yemekler, zeytinyağlı sebzeler, salata ve tatlılardır.

Türk Mutfak kültüründe sofrada çabuk yemek yemek, bir tabaktan birlikte yemek, yemeğe başlamadan besmele çekmek ve yemek sonunda sofraya dua yapmak gibi alışkanlıklar geçmişten günümüze kadar devam etmiştir. Bugün bile, hala bu

alışkanlıkların devam ettiği görülmektedir. Türk milletinin kültürüne bağlı bir millet olması bu geleneğin devamında önemli bir rol oynamıştır (Güler, 2010).

Türk toplumunun genel karakteristiği gereği bireylerin birbirlerini ziyaret etmelerinde birlikte olmak için bahane bulmak gerekliliği duyarlar. Bahane, genellikle yiyecek-içecek faaliyetleri olarak karşımıza çıkar. Bu çerçevede, asıl amaçları birbirlerini ziyaret etmek olan bireylere, yiyecek-içecek olgusu aracılık ederek, toplumdaki sosyal etkileşim düzeylerini olumlu yönde artırıcı yönde rol üstlenmektedir. Türklerde yeme-içme; eş, akraba, dost ve arkadaşların bir araya gelme sebeplerindedir. Aynı zamanda Türk kültüründe toplum olarak yiyecek ve içecek olgusuna önemli bir kültürel miras gözüyle bakılır (Avcıkurt, Sarioğlan ve Girgin, 2007).

2.3 Gastronomi Turizmi

Turistler bir bölgeyi kültürel amaçlı ziyaret ettiğinde o bölgenin ya da ülkenin mutfağını merak etmektedirler. Özellikle yöreye özgü yöresel yiyecek ve içecekleri tatmak ve bunun yanında yapımını da öğrenmek istemektedirler. Son dönemlerde, birçok turist bir bölgeyi ziyaretinde, o bölgenin yemek kültürünü tanımak, bölgeye özgü lezzetleri tatmak, yemek hazırlık ve üretim aşamalarını görmek gibi nedenler o bölgeyi tercihinde temel oluşturmuştur (turizmtrend.com, 2014).

“Gastronomi turizmi, restoran ve otellerde turistler için yemeklerin hazırlanması yerine, yerel yiyecek ve içeceklerle ilgili deneyim yaşamak amacıyla turistlerin seyahat etmesidir.” Yemek, bir toplumun kendisini ve yaşama tarzını ifade şeklidir. Kültür, gastronomi turizminin göz ardı edilemez önemli bir parçasıdır. Yemek turizmi, bir özel ilgi turizmi olmasının yanında, ev sahibi bölgenin yemek sayesinde kültürel özelliklerinin de öğrenilmesi yemek turistini, aynı zamanda kültür turisti haline getirmektedir (turizmtrend.com, 2014)

Gastronomi turizminin kökeni tarım, kültür ve turizmde yatmaktadır. Bu üç unsur, gastronomi turizminin bölgesel bir çekicilik ve deneyim olarak pazarlanmasına ve konumlandırılmasına fırsat sağlamaktadır.

Tarım, ürünü sunmaktadır. Kültür, tarihi ve otantiği, turizm ise alt yapı ve hizmetleri sağlamaktadır. Tüm bu unsurlar, gastronomi turizmi altında buluşmaktadır (turizmtrend.com, 2014).

Dilsiz (2010)'e göre, insanlar alışık olmadıkları tatlara o yerde yaşadıkça alışabilirler. Türkiye'ye gelip de hayatında kebab yememiş bir yabancı, belki başlangıçta yadırgadığı bu lezzetin zamanla kendisine güzel geldiğini, damağında hoş bir tat bıraktığını düşünebilir. Aslında bir çocuğun, ana lisanı dışında farklı bir lisanı ilk defa duyduğunda hissettiği farklılık duygusu, yemek kültürü için de söylenebilmektedir. Alışılmışın dışına çıkılan bir lezzet, kişinin sahip olduğu kültürel değerlerin dışında olduğundan oluşan değişim, toplumsal yapıda olduğu gibi yemek kültüründe de kendisini gösterecektir. Çünkü insanlar, yaşadıkları toplumun her türlü kuralından etkilendikleri gibi o toplumun yemek kültüründen de etkilenmektedirler. Maymun beyni, çekirge, köpek eti gibi herkesçe yenilebilir diye tescillenmemiş besinleri yiyen toplumların, yedikleri şeyler bazı kültürler için iğrenç kabul edilirken; otobur oldukları için kesilmesi normal kabul edilen dana, sığır, kuzu vs. etlerinin yenmesi olması gereken bir davranış olarak nitelendirilmektedir. Bu durum da aslında evrenselleşen bazı yargıların, insan beyninde baştan güzel-çirkin, ahlaklı-ahlaksız gibi tabuların oluşmasına sebep olduğunu göstermektedir.

Bir bölgenin turizm açısından gelişebilmesi için, o bölgeye özgü çekiciliklerin belirlenmesi ve belirlenen bu değerlerin hedef pazarda tanıtılması gerekmektedir. Günümüzde, bir bölgenin cazibe merkezi olmasında yeme-içme kültürünün önemi giderek artmaktadır. Batı Avrupa zenginlerinin İtalya'nın Toscana bölgesinde, keçi peyniri ile şarap içmeye gitmeleri buna güzel bir örnektir. İtalya'nın Toscana bölgesi, Türkiye ile kıyaslandığında doğal güzellikler açısından benzer özellikler göstermektedir. Türkiye'nin sahip olduğu doğal güzellikler ve zengin yeme-içme kültürü yörede yaşayan insanlarımıza hatırlatılmalıdır. Halkımız, zengin mutfak kültürümüzden gurur duymalı ancak atalarından kalan Türk mutfağını tahrif etmeden, günümüz teknolojilerinden yararlanarak ülkemize gelen yabancı konuklara, mutfağımızı gerçek değerleriyle özgün bir şekilde sunabilmelidir. Mutfak kültürünün korunabilmesi ve tahrif olmadan gelecek nesillere aktarılabilmesi için yöresel yiyecek ve içeceklerin korunması ve bu alanda faaliyetlerin artırılıp tanıtımının yapılması gerekmektedir (Denizer, 2008).

2.3.1 Gastronomi Turizminin Amaç ve İşlevleri

Turizm sektöründe gastronomik aktiviteler günden güne değer kazanmaktadır. Ülke tanıtımında kültürel-tarihi mirasın yanında, yemek kültürüyle de ön plana çıkan ülkeler, bu özellikleri ile gastronomi turizminin önemini ortaya koymaktadır. Gastronomi turizmi kapsamında faaliyetlerde bulunan, İspanya'nın en önemli turizm gelirine sahip şehirlerinden birisi olan Barselona, turizm gelirinin % 30'dan fazlasını gastronomik faaliyetlerden karşılamaktadır (arsiv.sabah.tr, 2014).

Akdeniz ülkelerinin başta Fransa, İspanya, İtalya olmak üzere turizmde rakiplerine fark atmasının temelinde yatan sebep var olan kültürel ve doğal zenginliklerini en güzel şekilde pazarlamalarıdır. Türkiye de ise bu tanıtımın yeterli olmadığı görülmektedir. Gastronomi turizmi kapsamında önemli bir potansiyele sahip olan Türkiye, mevcut potansiyel unsurları efektif hale getiremediği için gastronomi turizmi anlamında gelişim gösterememiştir. Turizmde tanıtım eksikliği olduğu sürece, bir ülkenin potansiyel değerlerini ön plana çıkartması beklenemez. Çünkü her ülkenin bulunduğu coğrafi topraklar, o yerin iklim koşulları ile bağdaşan yemek kültürlerini oluşturmuştur. Akdeniz ülkelerinde yeşillik ağırlıklı beslenme görülürken, soğuk iklim kuşağı ülkelerde tatlı ağırlıklı beslenme şekli görülmesi o bölgenin yaşamsal koşulları sonucu ortaya çıkmıştır (Dilsiz, 2010).

Dilsiz (2010)'e göre Türkiye, orta kuşakta yer alan ve yılda dört mevsimi yaşayan, var olan doğal güzelliklerinin (fauna ve bitki örtüsü çeşitliliği) yanı sıra, tarihi ve kültürel mirasıyla da günümüz koşullarında işletmeler, müşteriye maksimum düzeyde tatmin etme amacıyla yeni stratejileri belirlemektedirler. Gastronomi kavramı, turizm sektöründe önemi gitgide artan bir olgu olmasıyla beraber, doğru bir yatırım aracı olarak kullanıldığı zaman gelecek vaateden bir ekonomik getiri kaynağı da olabilir. Bunun en güzel örnekleri gastronomik faaliyetlerden dolayı turistik imajını arttırmış olan İspanya, İtalya ve Fransa gibi Akdeniz ülkeleridir.

Günümüzde gastronomi, toplumların kendi içlerinde yaşadıkları bir konu olmanın ötesinde ülke pazarlanmasında ve tanıtımında önemli pay sahibi bir olgu haline dönüşmüştür. Çeşitli festival ve sempozyumlar ile adı geçen kavramın değeri uluslararası boyut kazanmakta ve gastronomik aktivitelerin turizmdeki yeri böylece

her geçen gün daha da artmaktadır. İnsanların her geçen gün yedikleriyle ve içtikleriyle ilgilenmeleri bu önemi arttırmaktadır. Bu anlamda bilinçli turist profiline ortaya çıkması ve sadece gastronomik faaliyetlere katılmak için seyahat etmeleri gastronomi turizmini prestijli alternatif turizm haline getirmektedir (Dilsiz, 2010).

2.4 Turizm ve Gastronomi

Günümüzde insanlar yedikleri ve içtikleriyle her geçen gün daha fazla ilgili olmaya başlamıştır. Herhangi bir gazetede hemen hemen her gün yiyecek veya içeceklerle ilgili haberin yer alması bunu en belirgin kanıtıdır. Ayrıca Amerika Birleşik Devletleri'nde 1994 yılında 1775 olan yerel Pazar sayısının 2010 yılına gelindiğinde 6132'ye çıkarak % 245.5 artması yerel organik ürünlere verilen önemin arttığının diğer bir göstergesidir. Zengin yiyecek ve içecek kültürüyle büyük bir avantaja sahip olan Türkiye, bulunduğu coğrafi konum itibarıyla bu avantajı birçok alanda değerlendirebilecek durumdadır (Kesici, 2012).

Gastronomi ile turizm birbiriyle hiç şüphesiz ilişkilidir. Öyle ki; bir ülke, gelen turistlere sadece doğasıyla tarihiyle ülkesini tanıtmakla kalmaz, aynı zamanda yemekleriyle de ülkesinin tanıtımını yapabilir. Çünkü bir ülkenin yemek kültürü o ülkenin aynı zamanda tarihini de yansıtır. Dolayısıyla gastronomi, ayrılmaz bir şekilde destinasyon ve destinasyon imajına bağlıdır. Gastronomi turizmine katılacak turistlerin destinasyon seçiminde gidilecek ülkenin ya da bölgenin mutfağı önemli rol oynamaktadır (Kivela ve Crotts, 2005).

Turizmden daha fazla gelir elde etmek ve dünya turizm pastasından payını artırmak isteyen ülkeler, turizmin çeşitlendirilmesi ve on iki aya yayılması için ülkelerin turistik ürün bileşenlerinde cazibe-çekicilik unsurunu yeterli bulmayıp kültürel öğeleri, özellikle de gastronomi kültürünü ön plana çıkarmak istemektedirler. Böylece gastronomi turizmle bütünleşerek gerek iç, gerekse dış turizmde önemini artırarak ülke ekonomisine de artı gelir olarak katkıda bulunmaktadır.

Gastronomi Turistlerin destinasyon seçiminde de etkili olabilmektedir. Çünkü ülke mutfaklarını tanımaya, mutfak kültürlerini araştırmaya yönelik seyahatler

giderek artmaktadır. Turizm olayına katılan her turist gittiği ülkenin mutfağını da merak eder (neu.edu.tr, 2014).

2.4.1 Turizmde Gastronominin Yeri ve Önemi

Gökdemir (2009)'e göre, turizm olgusu ülkeleri birbirine yakınlaştıran bir olaydır. Bu yakınlaşmada gastronomi kültürü de önemli bir araç olmaktadır. Yemekler, ülkelerin reklam aracı olarak bile kullanılabilir. Bugün Avrupa ve Amerika'da insanların zevklerinden birisi de hafta sonlarında, boş zamanlarında bu alanda etkin ülkelerin restoranlarına giderek değişik yemekler yemeleridir. Yemek kültürü olmayan Amerika'da ticari kuruluşlar, bu boşluğu doldurmak için ülke içinde çok çeşitli etnik restoranlar açmışlardır. Hamburger kültürünün yarattığı tek düzelik, bu sayede zengin bir etnik restoranda giderilmektedir.

Doğum, evlenme, ölüm gibi insan hayatının her evresi yiyecek ve içeceklerle yoğrulmuştur. Nerede iki ya da üç kişi bir araya gelirse, orada mutlaka yiyecek ve içecek olur. Biyolojik ve sosyal anlamı olarak her tür kültürde yiyecekler, yaşamı renklendiren bir öğedir. Hele mutfak kültürleri zengin olan Türkiye, Çin, Fransa gibi ülkelerde yiyeceklerin fonksiyonları, diğer ülkelere oranla daha da önem kazanmaktadır (Gökdemir, 2009).

Kesici (2012)'ye göre gastronomi, turizm sektöründe önemli bir yere sahiptir. Yiyecek-içecek, kişilerin temel ihtiyaçları olduğu müddetçe bu önem devam edecektir. Dolayısıyla gastronomi aracılığıyla da turistler, ülkeler birbirine yakınlaşmaktadırlar. Örneğin, Akdeniz mutfağı denildiğinde o bölge ve coğrafyadaki yemek kültürü akla gelmektedir. Öyle ki her ülkenin kendi kültürüne ait yeme-içme alışkanlıkları vardır. Bu bağlamda kültürün temel taşı yeme-içmedir. Buradan hareketle, yiyecek-içecek turizmde vazgeçilmez unsurlardandır. Turizm genel anlamda içinde birçok etkinliği barındırmaktadır. Gastronomi ile turizm yakından ilişkilidir. Turizm, içinde mutfak kültürünü mutlaka barındırmaktadır. Turistler gastronomi turizm faaliyetine katılarak gittikleri ülkenin kültürünü tanıyabilmektedirler. Yöresel lezzetleri tatmaktadırlar. Böylelikle o ülke ile ilgili belli bir fikir sahibi olmaktadır.

Gastronomide yöresel yiyecek kadar yöresel içecek de önem arz etmektedir. Turistler gittikleri bölge ya da ülkeye özgü yöresel içecekleri de tatmak istemektedirler. Bazı bölge ya da yöreler içecekleriyle meşhurdur. Örneğin İtalya'nın Toscana bölgesi şarabıyla meşhurdur. Seyahat esnasında şarapla bütünleşmiş güzel bir akşam yemeği zevkli ve güzel bir anı olarak kalır. Tatildeyken akşam dışarıda yemek yeme duygusu çok özeldir. Çünkü çoğunlukla kişisel tecrübelerle yeme-içme konusunda yer değişikliği arzu edilmektedir. Ayrıca bu tecrübelerle damak tadımızın değişmesine, yeme-içme alışkanlıklarımızın gelişmesine yol açar ve ziyaret ettiğimiz yerlerin kültürleriyle bütünleşir. Çok fazla tatil tecrübesi olan seyahatçilerin tecrübeleri sık sık canlı bir şekilde yaşamış sanki oraya gidip görmüş gibi olursunuz. Bu bağlamda yerin yiyecek endüstrisi bu tecrübelerle insanlara bir fikir oluşmasına ön ayak olur. Bu nedenle mutfak bilgisi ve gastronomi, turizmde hayati bir rol oynar. Örneğin, bazı seyahat organizasyonları düzenli bir şekilde Fransa'ya İtalya'ya, Asya'ya gurme veya mutfak tatilleri sunmaktadırlar (İnceöz, 2009).

Turizm açısından, yiyecek ve içecek olarak tanımlanabilecek olan gastronomi, gerek iç ve gerek dış turizm için vazgeçilmez bir unsurdur. Mutfak ve mutfak kültürü turist için destinasyon tercihiinde en çok ilgi duyulan çekicilik unsuru olmaktadır. Bir ülkedeki bir bölgenin hatta bir yörenin özgün yemeği, özgün lezzeti turizm gastronomisi için önem taşımaktadır. Bu durum turistin tatil zevkini artırmada rol oynar. Çünkü her turist gittiği ülkenin mutfağını, lezzetlerini merak eder. Gidilen ülkede orada yaşayan kişilerin neler yediğini neler içtiğini keşfetmek turistin ilgisini çeker (neu.edu.tr, 2014).

Pullphothong ve Sopha (2011)'a göre gastronomi, turistlerin destinasyonu deneyimlemelerinde büyük bir rol oynamaktadır. Bazı gezginlerin kendine özgü gastronomisini yaşamak için gittikleri destinasyona tekrar gitme eğilimi içerisinde oldukları görülmektedir. Gastronomi turizmi ziyaretçilere hem otantik mutfak eğitimi hem de destinasyon ile bağlantılı öğrenme, takdir ve bağlantı anlamında katkı sağlamaktadır. Etkileyici yiyecek ve içecek deneyimleri sunan gastronomi turizmi, seyahat için önemli bir motivasyon oluşturmaktadır.

Gökdemir (2009)'e göre mutfak kültürü sosyo-kültürel açıdan hem o ulusun ve kültürün özgün bir yönünü oluşturmakta hem de ulusları birbirine kaynaştıran bir

araç olmaktadır. Gerçekten yiyecekler farklı kültürleri anlamının temel işaretidir. Yiyecek hazırlama, dağıtım ve tüketimi herhangi bir toplumda toplumsal ilişkilerin baskın karakterini yansıtır.

2.4.2. Gastronomi Turizminin Uluslararası Boyuttaki Yeri ve Önemi

Gastronomi, son yıllarda turizm sektörünün en çok ele aldığı konulardan birisi haline gelmiştir. Bunun nedeni, temel ihtiyaç niteliğinde olan yeme-içme gereksinimini karşılanma talebinin, tatilde dahi insanların en vazgeçilmez isteği olmasıdır. Bu bağlamda sunulan yemeklerin, kişilerin gittikleri yerde kaldıkları otelden memnuniyetle ayrılmasına veya tatminsizlik yaşamasına sebebiyet verdiği de belirlenmiştir. Turistik beldelerdeki her konaklama işletmesi bir bakıma tanıtım materyali konumunda olduğundan, hizmetteki aksaklıklar o yerin imajına gölge düşürmektedir. Bu nedenle yıldızlı veya yıldızsız konaklama hizmeti sunan bütün işletmelerin, misafirlerine sanki kendileri orada konaklıyormuş duygusuyla en düzgün hizmeti sunması gereklidir. Ayrıca modern çağın getirdiği kolaylıklar sayesinde insanlar, daha rahat tatillerini yapabilmektedirler ve farklı birçok uygun tatil imkanlarıyla karşılaşabilmektedirler. Dolayısıyla gastronomi turizmine olan talep her geçen gün artarak devam etmektedir (Dilsiz, 2010).

Dilsiz (2010)'e göre, rekabetin boyutlarının arttığı, o nedenle hizmette kusursuzluğun ön plana çıktığı günümüz koşullarında işletmeler, müşteriye maksimum düzeyde tatmin etme amacı içinde hareket ederken, aynı zamanda müşteri sürekliliğininin de devamını sağlamak amacıyla stratejiler belirlemektedirler. Bu zorlu yarışta ortaya konan her yeni ürün veya yatırım projesi, işletme için fırsat yaratabileceği gibi tehdit de oluşturabilir. Bu kapsamda gastronomi turizmi fırsat oluşturma da alternatif turizm şekli olarak rekabette ülkeye katkı sağlayabilmektedir.

Gastronomi bazı turistik yerlerin pazarlanmasında çok önemli bir rol oynamıştır. Gastronomi turizminin önemini fark eden bazı seyahat acenteleri, düzenli olarak İrlanda, İspanya Portekiz gibi ülkelere gastronomi turları imkanı sağlamaktadırlar. Gastronomi turları bu bölgelerde yoğunlaşmaktadır.

Ayrıca İtalya ve Fransa'da gastronomi veya gurme turları, Toskana ve çevresinde pişirme dersleri ile tatil imkanları mevcuttur. Bu turlardaki etkinlikler özetlenecek olursa;

- Yerel peynir üreticilerinin gezilmesi
- Atölyelerde peynir çalışmaları
- Kırsal alanda yer mantarları avcılığı
- Yerel pazar gezintileri
- Zeytinyağı üreticilerini ziyaretler ve zeytinyağı tadımı
- Üst sınıf yemek dersleri
- Smokehouse (et ve balığın odun tütsüsü ile kurutulduğu ve saklandığı yapılar) gezileri
- Üzüm bağı gezileri, bağ bozumu etkinlikleri
- Şarap eğitimi amaçlı şarap üreticilerinin gezilmesi ve şarap tadım turları
- Yerel yiyecek ve içecek festivali
- Evde mutfak dersleri

Aynı zamanda Avrupa'nın dışında Avustralya'nın Melbourne ve Sydney şehirlerinde sık sık yiyecek ve şarap olarak pazarlanan restoran destinasyonlarına talep yüksektir (Kivela ve Crotts, 2005).

Gastronomi turizminde önemli yere sahip olan yöresel yiyecek ve şarap gidilecek yerin imajı haline gelmiştir. Daha çok üretilen bir imajdır. Diğer taraftan, gitgide artan turist sayısıyla bazı yerler diğerlerinden eşsiz gastronomileriyle ayrılırlar. Örneğin, Tuscany'deki aşçılık tatilleri, Fransa'da Lyon, Melbourne restoranları ve şarap sunumu, Münich'in Oktoberfest, Bordoux'un şarap tatma turları vb. sıralanabilir. Bu tür bölgeler için turistlerin gözünde en önemli özelliği gastronomidir. Seyahat medyası gastronomi ile ilgili haberlere son dönemlerde oldukça fazla yer ayrılmaktadır. Epicure ve Gurme dergileri gastronomi ile ilgili

haberlere yer vermektedir. Ünlü mutfak şefleri bu dergilerde yeni tatlarla eski tatları buluşturmakta ve sürekli bir keşif ve gelişim yaratmaktadırlar. Ayrıca dergi aracılığıyla gastronomiyle turisti buluşturmaktadırlar. Bu yüzden gastronomiyle gidilecek yer arasındaki ilişki çok alakalıdır (İnceöz, 2009).

Günümüzde turizmde gelişen rekabet ortamı artık ülkelerin yalnızca tarihi değerlerini, ören yerlerini, denizini, güneşini, kumsalını pazarlamakla kalmamakta, aynı zamanda mutfak kültürlerini de ön plana çıkarmaktadırlar. Günümüzde gastronomi, turistlerin tatil yerini seçme sebeplerinin en önemlilerinden biri haline gelmiştir. Örneğin İtalya, turizm tanıtım politikasını yaparken sadece kültürel mirasını değil aynı zamanda mutfağında yer alan ‘pasta’ dediği makarnaya, farklı çeşitlendirmelerle hazırladıkları pizzayı pazarlamaktadır. Toscana bölgesi şarap sayesinde dünyanın en tanınmış bölgelerinden biri haline gelmiştir. Yine Fransa’da Bordeaux, Bourgogne şaraplarıyla meşhur olan bölgelerdendir. Bu anlamda Türkiye’de de markalaşacak birçok yöresel yiyecek ve içecek mevcuttur. Önemli olan bu mevcut unsurları değerlendirebilmek ve bunun tanıtımını dünya çapında yapabilmektir (neu.edu.tr, 2014).

2.4.3 Gastronomi Turizminin Türk Turizmindeki Yeri ve Önemi

Gastronomik aktivitelere verilen önemin, uluslararası boyuttaki yeri kadar gastronomi bilincinin ulusal boyuttaki önemi de göz ardı edilemez. Bir toplumda, bireylerin iyi yemek yemek, iyi içki içmek ve iyi lokantaya gitmek gibi alışkanlıkları yoksa, o ülkede yiyecek içecek sektörünün gelişebilmesi şüphesiz zordur. Türk turizminde, gastronomi konusunda ciddi bir tanıtım sorunu yaşanmaktadır. Yemek kültürünün uluslararası boyutta pazarlanmasından öte kendi içerisinde bilinirliğini sağlamak da gerekir. Yedi bölgede farklı yöresel lezzetler bulunduğu halde, özellikle gençlerin fastfood alışkanlığı elde etmesi sonucu yabancı toplumların yemek kültürlerine ilgi göstermeleri ve bu anlayışla yabancı markaların her yerde fastfood zincirleri oluşturmaları, Türk yemek kültürünün tanıtımında aksaklıklara yol açmaktadır. Yöresel yiyecek ve içeceklerin tanıtımı yapılmalı bazı yöre ya da bölgede öne çıkan yemeklerin de markalaştırılması sağlanmalıdır. Türkiye her bölgede oluşmuş coğrafi çeşitlilik avantajı sebebiyle bölgesel farklı lezzetleri de içerisinde barındırma özelliği kazanmıştır. Ancak gastro seyahatlere paket turlarda

önem vermeyen bir ülke olunması, Türkiye'nin ulusal ve uluslararası boyutta yemek konusunda etkinliğinin azalmasına neden olmaktadır (Dilsiz, 2010).

Ülkemizin diğer ülke mutfakları gibi dünya mutfağına sunabileceğı birçok özgün yemeğı bulunmaktadır. Yerel destinasyonlara olan ilgi kuşkusuz lokal gastronomik değerlerin de ortaya çıkarılarak değerlendirilmesine olanak yaratabilecektir. Ülkeler artık yöre mutfaklarıyla da tanınmaya başlamıştır. Mutfak ağırlıklı etkinlikler, fuarlar, yemek yarışmaları da bu tanıtımı tetiklemede önemli rol oynamaktadır (neu.edu.tr, 2014).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

YÖNTEM

Bu bölümde araştırmanın modeli, evren ve örnekleme, veri toplama aracının hazırlanması ve güvenilirlik analizi, verilerin toplanması ve analizi ile ilgili bilgilere yer verilmiştir.

3.1 Araştırmanın Modeli

Araştırma, tarama modellerinden tekil tarama modeli kullanılarak yapılmış, betimleyici bir araştırmadır. Tarama modeli, var olan bir durumu var olduğu şekliyle betimlemeyi amaçlayan yaklaşımlardır. Olayların nedenleri üzerinde durmak yerine, onların içinde buldukları koşulları, özellikleri ve aralarındaki ilişkiyi bulmaya çalışmaktadır. Araştırmaya konu olan olay, birey ya da nesne, kendi koşulları içinde var olduğu gibi tanımlanmaya çalışılır. Onları herhangi bir şekilde değiştirme, etkileme çabası gösterilmez. Tekil tarama modeli; değişkenlerin tek tek, tür ya da miktar olarak oluşumlarının belirlenmesi amacı ile yapılan araştırma modelidir (Karasar, 2008). Bu çalışmada tekil tarama yaklaşımıyla, Kapadokya'yı ziyaret eden turistlerin, sosyo demografik özellikleri, gastronomi turizmine ilişkin görüşleri ile yöresel yiyecek ve içeceklerle ilişkin tutum ve davranışları incelenmiştir.

3.2 Evren ve Örneklem

Bu çalışmanın evrenini, Kapadokya Bölgesini ziyaret eden yabancı turistler oluşturmaktadır. Nevşehir Valiliğinden yapılan açıklamaya göre 2012 yılı sonu itibarıyla Kapadokya Bölgesini, 2 milyon 572 bin 816 yerli ve yabancı turist ziyaret etmiştir (nevsehir.gov.tr, 2014).

Çalışmada yabancı turistlerin gastronomi turizmine yönelik turist görüşlerinin kültürlerarası karşılaştırılması konusu incelendiği için çalışma evreni gastronomi turizmi kapsamında yöresel yiyecek ve içecekleri tadan yabancı turistlerle sınırlandırılmıştır.

Çalışmanın örneklemini ise gastronomi turizmi faaliyetleri kapsamında yöresel yiyecek ve içecekleri tadan yabancı turistler arasından kolayda örnekleme

yöntemiyle 451 turist oluşturmaktadır. Verilerin doğruluk kontrolü yapılmış ve eksik bilgilerin bulunduğu veriler değerlendirme dışı bırakılmıştır. Böylece değerlendirmeye 401 yabancı turist alınmıştır.

Araştırma evren ve örneklemini Kapadokya'daki yabancı turistler olarak tercih edilmesinin sebebi yabancı turistlerin çoğunlukla yaz aylarında Kapadokya'ya gelmesi ile birlikte yöresel yiyecek hizmeti sunan işletmelerin hizmet faaliyetlerinde artışın olmasıdır. Bu nedenle çalışma, Kapadokya'ya gelen ve gastronomik faaliyetlerde bulunan yabancı turistler ile yapılmıştır.

Ayrıca araştırmacının Nevşehir'de ikamet etmesi de Kapadokya Bölgesi'nin seçiminde etkili olmuş ve araştırmanın yürütülmesinde kolaylık sağlayacağı düşünülmüştür.

3.3 Verilerin Toplanması

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket formu kullanılmıştır (EK-1-). Veri toplama aracı olarak kullanılan anket formu, konu ile ilgili çalışmalar (Kivela ve Crofts, 2005; Bekar, ve Kılıç, 2011) incelendikten sonra hazırlanmış, ayrıca uzman görüşlerine başvurulmuştur. Hazırlanan anket formunda yer alan muhtemel hataları düzeltmek ve kullanılmayan soruları tespit etmek amacıyla, 30 turist üzerinde ön denemesi yapılmıştır. Ön deneme sonunda gelen öneriler dikkate alınarak eksiklikler giderilmiş ve hatalı olan sorular düzeltilmiştir.

Anket formu üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde cinsiyet, yaş, medeni durumu, eğitim durumu, meslek, gelir durumu gibi turistlerin sosyo demografik özellikleri; turistlerin konaklama yerleri ve hangi ülkeden geldiklerine ilişkin 8 soru bulunmaktadır. İkinci bölümde turistlerin gastronomi turizmine ilişkin görüşleri, üçüncü bölümde ise turistlerin yiyecek ve içeceklerle ilişkin tutum ve davranışları ile ilgili sorular yer almaktadır.

Birinci bölümde yer alan sorular açık uçlu ve kapalı uçlu olarak, ikinci ve üçüncü bölümde yer alan turistlerin gastronomi turizmine ilişkin görüşleri ile yiyecek ve içeceklerle ilişkin tutum ve davranışlarını ölçmeye yönelik ifadeler ise beşli likert ölçeği şeklinde hazırlanmıştır. Likert ölçeği, olumludan olumsuz olma üzere

‘Kesinlikle Katılıyorum’, ‘Katılıyorum’, ‘Orta Düzeyde Katılıyorum’, ‘Katılmıyorum’ ve ‘Kesinlikle Katılmıyorum’ şeklinde beş aralıkta belirlenerek sınıflandırılmıştır. Veri toplama aracı olarak kullanılan soru formunda yer alan turistlerin gastronomi turizmine ilişkin görüşleri (Tablo, 1) ile yöresel yiyecek ve içeceklerle ilişkin tutum ve davranışlarına ilişkin ölçeğe (Tablo, 2) faktör analizi uygulanmıştır.

Tablo 1’de gastronomi turizmine ilişkin turistlerin görüşlerine ait faktör analizi sonuçlarını, faktör yüklerine göre büyükten küçüğe doğru sıralanmış bir halde göstermektedir.

Araştırma sorularından oluşan ölçeğin alt boyutlarını tespit etmek amacıyla faktör analizi yapılmıştır. Faktör yapısını belirlemek amacıyla, 401 kişinin ölçeğe verdiği yanıtlardan elde edilen puanlara, temel bileşenler faktör analizi uygulanmıştır. Veri setinin faktör analizine uygunluğunun test edilmesi için, Kaiser – Meyer – Olkin (KMO) örneklem yeterliliği testi ve Bartlett küresellik testi uygulanmıştır. KMO değeri kabul edilebilir sınır olan 0.70’in üzerinde 0.77 olarak tespit edilmiş, Bartlett küresellik testi de 0,50’nin üzerinde olduğu ve 0,05 önem derecesinde anlamlı olduğundan veri seti faktör analizine uygun bulunmuştur. Bulunan KMO katsayısı verilerin analize uygun olduğunu göstermektedir. Varyansı açıklama oranının 0.50 ve üzerinde olması ölçütü esas alınmıştır.

Temel bileşenler yöntemi ve varimax döndürme yöntemi kullanılarak sorular analiz edilmiştir. Örneklem yeterliliği ölçüsü 0,50 değerinin altında kalan, faktör altında tek kalan, birbirine yakın faktör ağırlıkları olan ve faktör ağırlığı 0,50’nin altında olan ‘Yöresel yiyecek ve içecekleri yerinde tatmak benim için çok önemlidir’ ve ‘Tatilim esnasında yöresel mutfağa ait yemeklerin servis edildiği restoranlarda yemek yerim’ ifadeler analizden çıkarılarak yapılan faktör analizinde öz değerleri 1 ve üzerinde olan 4 faktör elde edilmiştir. Toplam açıklanan varyans % 55.085 olarak bulunmuştur.

Tablo 1. Gastronomi Turizmine İlişkin Turistlerin Görüşlerine Ait Faktör Analizi ve Ortaya Çıkan Faktör Yükleri

Faktörün Adı	Soru İfadesi	Faktör Ağırlıkları	Faktörün Açıklayıcılığı(%)
Faktör 1	Tatil dönüşü evime götürmek için yöresel reçetelerin bulunduğu yemek kitapları satın alırım.	0.789	16.085
	Tatil dönüşü evime götürmek için yöresel mutfak ekipmanları satın alırım.	0.746	
	Yörelere özgü yemek programları ve gösterilerini izlerim, takip ederim.	0.732	
	Yöresel yemeklerin yapılışını öğrenmeye çalışırım.	0.705	
	Tatil dönüşü evime götürmek için yöreye özgü ürünleri satın alırım.	0.540	
Faktör 2	Restoranlara sadece meşhur mutfak şeflerinin hazırladığı lezzetleri tatmak için giderim.	0.787	14.490
	Temalı (butik, mimari ve sanatsal açıdan özel) restoranlarda yemek yerim.	0.744	
	Lüks restoranlarda yemek yerim.	0.634	
	Farklı mutfaklara ait yemeklerin servis edildiği restoranlarda yemek yerim.	0.547	
	Tatil yerini seçmemde yöresel mutfak kültürü benim için önemli bir etkidir.	0.533	
Faktör 3	Pazarlardan alışık olduğum yemek malzemelerini satın alırım.	0.773	12.385
	Gittiğim destinasyonda yemek hazırlarım.	0.744	
	Alışık olduğum yemeklerin servis edildiği yerlerde yemek yerim.	0.595	
	Hazır yemek (fastfood, McDonald's, KFC vb.) restoranlarında yemek yerim.	0.558	
Faktör 4	Tatilim esnasında yöresel yiyecek- içecekleri mutlaka tadarım.	0.822	12.085
	Tatilim esnasında yöreye özgü baharatları mutlaka tadarım.	0.764	
	Tatilim esnasında yöresel ürünlerin satıldığı halk pazarlarını takip ederim.	0.592	
Toplam			55,085
Kaiser - Meyer – Olkin Ölçek Geçerliliği			0.775
Bartlett's Küresellik Testi		Ki Kare	1728.702
		p değeri	0.000

Tablo 2'de turistlerin yöresel yiyecek ve içeceklere ilişkin tutum ve davranışlarına ait faktör analizi sonuçlarını, faktör yüklerine göre büyükten küçüğe doğru sıralanmış bir halde göstermektedir. Araştırma sorularından oluşan ölçeğin alt boyutlarını tespit etmek amacıyla faktör analizi yapılmıştır. Faktör yapısını belirlemek amacıyla, 401 kişinin ölçeğe verdiği tepkilerden elde edilen puanlara, temel bileşenler faktör analizi uygulanmıştır. Veri setinin faktör analizine

uygunluğunun test edilmesi için, Kaiser – Meyer – Olkin (KMO) örneklem yeterliliği testi ve Bartlett küresellik testi uygulanmıştır. KMO değeri kabul edilebilir sınır olan 0.70'in üzerinde 0.81olarak tespit edilmiş, Bartlett küresellik testi de 0,50'nin üzerinde olduğu ve 0,05 önem derecesinde anlamlı olduğundan veri seti faktör analizine uygun bulunmuştur. Bulunan KMO katsayısı verilerin analize uygun olduğunu göstermektedir. Varyansı açıklama oranının 0.50 ve üzerinde olması ölçütü esas alınmıştır.

Temel bileşenler yöntemi ve varimax döndürme yöntemi kullanılarak sorular analiz edilmiştir. Yapılan faktör analizinde öz değerleri 1 ve üzerinde olan 3 faktör elde edilmiştir. Toplam açıklanan varyans % 63.498 olarak bulunmuştur.

Tablo 2. Turistlerin Yöresel Yiyecek ve İçeceklerle İlişkin Tutum ve Davranışlarına Ait Faktör Analizi ve Ortaya Çıkan Faktör Yükleri

Faktörün Adı	Soru İfadesi	Faktör Ağırlıkları	Faktörün Açıklayıcılığı (%)
Faktör 1	Bu yöreye tatile gelmek isteyenlere yöresel yiyecek ve içecekleri tatmalarını önereceğim.	0.833	22.051
	Bu yöreye tatile gelmek isteyenlere yöresel mutfak kültürü hakkında bilgi vermek istiyorum.	0.746	
	Yöresel yiyecek ve içecekleri yerinde tatmak, insana otantik bir hava veriyor.	0.666	
	Yöresel yiyecek ve içecekler bana yerel halkın kültürü ile ilgili bilgi veriyor.	0.612	
Faktör 2	Yöresel yiyecek ve içeceklerin daha besleyici olduğunu düşünüyorum.	0.791	21.952
	Yöresel lezzetleri tadarken, gürültüden uzaklaştığımı düşünüyorum.	0.710	
	Yöresel yiyecek ve içecekleri tatmanın beni sağlıklı yapacağını düşünüyorum.	0.704	
	Yöresel mutfaklarda yiyecek ve içecek çeşitliliğinin daha fazla olduğunu düşünüyorum.	0.605	
Faktör 3	Yöresel yiyecek ve içecekler bana her zaman canlılık verir.	0.871	19.495
	Yöresel yiyecek ve içecekleri tatmak beni heyecanlandırır.	0.736	
	Yöresel yiyecek ve içeceklerin beni dinlendirdiğini düşünüyorum.	0.714	
Toplam			63.498
Kaiser - Meyer – Olkin Ölçek Geçerliliği			0.815
Bartlett's Küresellik Testi		Ki Kare	1638.158
		p değeri	0.000

3.3.1 Güvenilirlik Analizi

Araştırma değişkenlerine ait tanımlayıcı değerlere, değişkenlerin birbirleriyle ilişkilerine yönelik analizlere geçmeden önce; faktör analizi neticesinde gruplandırılma biçimleri kesinleşen sorular elde edilen sonuçlara göre birleştirilerek güvenilirlik analizine tabi tutulmuştur. Tablo 3 ölçeklerin güvenilirlik analizinin sonuçlarını ortaya koymaktadır.

Tablo 3. Ölçeklere Ait Cronbach's Alpha Güvenilirlik Katsayıları

Ölçekler	Soru Sayısı	Güvenilirlik Katsayısı
Gastronomi Turizmine İlişkin Turistlerin Görüşlerine Ait Ölçek	17	0.748
Turistlerin Yöresel Yiyecek ve İçeceklerle İlişkin Tutum ve Davranışlarına Ait Ölçek	11	0.840

Faktörlerin içsel tutarlılıklarının hesaplanmasında Cronbach Alpha değerleri kullanılmıştır. Güvenilirlik katsayılarının 0,74 ve 0,84 oldukları görülmektedir. Bu değerler literatürde öngörülen 0,60 ve 0,70 gibi alt limit kriterlerini sağlamaktadırlar (Cronbach, 1990; Sekaran, 2000; Punch, 2005). Dolayısıyla, Tablo 3 araştırmada kullanılan ölçeklerin içsel tutarlılığa sahip olduklarını ortaya koymaktadır.

3.3.2 Ölçeği Oluşturan İfadelere İlişkin Analiz Sonuçları

Kullanılan ölçeklerin dağılımının normalliği SPSS programı yardımıyla Kolmogorov – Smirnov testi ile analiz edilmiştir. Test sonuçları Tablo 4'te sunulmuştur.

Tablo 4. Normal Dağılım Testi

<i>Kolmogorov-Smirnov Test Sonucu</i>	
N	401
Kolmogorov-Smirnov Z	2.674
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,08

Test sonucuna göre kullanılan ölçeklerin normal dağılım gösterdiği ($p > 0,05$) görülmektedir. Çözümlenmeler parametrik teknikler kullanılarak yapılmıştır.

3.4 Verilerin Analizi

Çalışmada elde edilen verilerin istatistiksel analizi için SPSS 15 paket programı kullanılmıştır. Anket verileri 401 kişinin verdiği cevaplar üzerinden analiz edilmiştir.

Verilerin analizi 3 aşamada gerçekleştirilmiştir. Birinci aşamada, turistlerin sosyo demografik (uyruk, cinsiyet, yaş, eğitim, yıllık gelir durumu) özellikleri ve yapmakta oldukları tatile ilişkin bilgiler mutlak ve yüzde değerler kullanılarak analiz edilmiş, tablo ve grafik ile sunulmuştur (Tablo 5, Şekil 1)

İkinci aşamada, turistlerin gastronomi turizmine ilişkin görüşleri ile yöresel yiyecek ve içeceklerle ilişkin tutum ve davranışları ortalama ve standart sapma kullanılarak tablolandırılmıştır (Tablo 6, 13).

Üçüncü aşamada, turistlerin gastronomi turizmine ilişkin görüşleri ile yöresel yiyecek ve içeceklerle ilişkin tutum ve davranışları, turistlerin sosyo demografik (uyruk, cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim, yıllık gelir durumu, konaklama yeri) özellikleri ile karşılaştırılmıştır. İki grubun cinsiyete ve medeni duruma göre karşılaştırması amacıyla student's t testi (Tablo 7, 8,14,15) üç veya daha fazla grubun (eğitim durumu, yaş, yıllık gelir durumu, konaklama yeri, milliyeti) karşılaştırılması amacıyla varyans analizi yöntemi uygulanmıştır (Tablo 9, 10, 11, 12, 16, 17, 18, 19) Varyans analizi sonunda fark bulunan gruplarda farkın hangi gruplardan kaynaklandığını belirlemek amacı ile tukey testinden yararlanılmıştır. Turistlerin gastronomi turizmine ilişkin görüşlerinin eğitim durumu ile; gastronomi turizmine ilişkin tutum ve davranışlarının gelir durumu ile karşılaştırılmasında istatistiksel olarak anlamlı sonuç tespit edilemediği için tablo şeklinde verilmemiştir. Bütün istatistiksel analizlerde önemlilik seviyesi olarak $p < 0,05$ ve $p < 0,01$ değerleri kabul edilmiştir.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

BULGULAR ve TARTIŞMA

Bu bölümde turistlerin gastronomi turizmine ilişkin görüşleri, tutum ve davranışlarını tespit etmek için uygulanan anket formu sonuçlarından elde edilen bulgular sunulmuştur. Çalışmada elde edilen bulgular;

- Turistlerin sosyo demografik özellikleri, Türkiye’de tatilleri esnasında konaklama yerleri ile ilgili bilgiler
- Turistlerin gastronomi turizmine ilişkin görüşleri
- Turistlerin yöresel yiyecek ve içeceklere ilişkin tutum ve davranışları olmak üzere üç ana başlık altında verilmiştir.

4.1. Turistlerin Sosyo Demografik Özellikleri ve Türkiye’de Konaklama Yerleri ile İlgili Bilgiler

Tablo 5’te, araştırmaya katılan turistlerin % 56.4’ü kadın, % 43.6’sı erkektir. Yaş dağılımları incelendiğinde % 46.9’u 20-29 yaş aralığında, % 20.7’si 30-39 yaş aralığında olduğu görülmektedir.

Medeni durumuna göre ise % 65.8’i evli, % 33.9’u bekar olduğu görülmektedir. Eğitim durumuna göre turistlerin % 46.1’i lisansüstü veya doktora mezunu, % 14.4 ‘ünün ilköğretim mezunu, % 34.7’sinin lisans mezunu olduğu görülmektedir.

Turistlerin % 52.9’unun 10 bin € ve altında aylık ortalama geliri olduğu % 13.7 aylık gelirinin 10.001-20.000 £ arasında olduğu, % 10.7’sinin ise aylık gelirinin 50.001 £ ve üzerinde olduğu dikkati çekmektedir. Meslek grubuna göre değerlendirildiğinde profesyoneller % 42.9 ile yöneticilerin % 20.9 çoğunlukta olduğu görülmektedir. Turistlerin % 61.3’ü otellerde konaklamaktadırlar. % 20.7’si pansiyonlarda ve % 10.5’i butik otellerde konakladıkları görülmektedir. Gününbirlik ziyarette bulunanların, akraba yanında erkeklerin ve apart otelde konaklayanların yüzdesi ise oldukça düşüktür. Ağırlıklı olarak turistlerin konaklama yeri seçiminde oteller tercih edilmektedir.

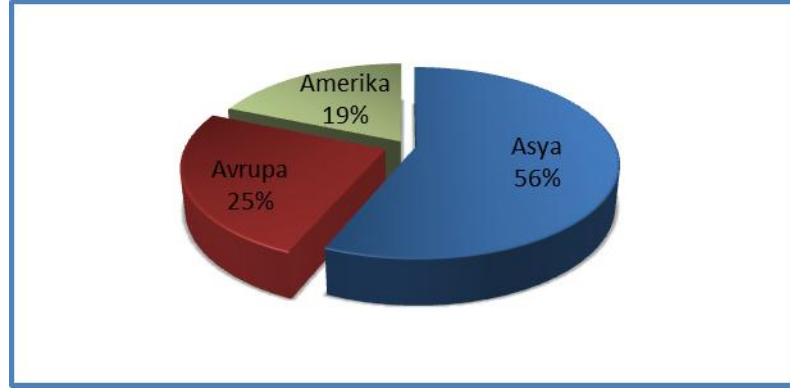
Brokaj (2014)’ın Vlora bölgesine gastronomik faaliyetlere katılmak amacıyla gelen turistlerin % 71’nin evli olduğu; Yurtseven (2011)’in Gökçeada’daki gastronomik turizm faaliyetleri ile ilgili yaptığı çalışmada ise gastronomik faaliyetlere katılan turistlerin yarıdan fazlasının eğitim durumunun lisans ve üstü olduğu belirlenmiştir. Bu çalışmada da turistlerin çoğunluğunun evli ve eğitim düzeyinin lisans ve üstü olması diğer çalışmaları desteklemektedir.

Tablo 5. Turistlere ilişkin Sosyo Demografik Özellikler (n=401)

Sosyo Demografik Özellikler	n	%
Cinsiyet		
Kadın	226	56.4
Erkek	175	43.6
Yaş		
19 yaş ve altı	31	7.7
20 – 29 yaş aralığı	188	46.9
30 – 39 yaş aralığı	83	20.7
40 – 49 yaş aralığı	48	12.0
50 yaş ve üzeri	51	12.7
Medeni Durum		
Cevapsız	1	0.2
Evli	264	65.8
Bekar	136	33.9
Eğitim Düzeyi		
Cevapsız	2	0.5
İlkokul	5	1.2
Ortaokul	53	13.2
Lisans	139	34.7
Yüksek Lisans veya Doktora	185	46.1
Mesleki Eğitim	17	4.2
Aylık Ortalama Gelir Düzeyi (€)		
Cevapsız	14	3.5
10 Bin € ve altı	212	52.9
10.001 – 20.000	55	13.7
20.001 – 30.000	33	8.2
30.001 – 40.000	26	6.5
40.001 – 50.000	18	4.5
50.001 ve üzeri	43	10.7
Kişinin Mesleği / Unvanı		
Cevapsız	20	5.0
Yönetici	84	20.9
Profesyonel (Doktor, Avukat vb.)	172	42.9
Teknik Uzman	56	14.0
Hizmet ve Satış Personeli	43	10.7
El İşçiliği ve El Sanatı İşçiliği	8	2.0
Öğrenci	18	4.5
Turistlerin Konakladığı Yerler		
Cevapsız	1	0.2
Otel	246	61.3
Günübirlik Ziyaret	12	3.0
Butik Otel	42	10.5
Apart Otel	7	1.7
Pansiyon	83	20.7
Akraba Yanında	3	0.7
Tatil Köyü	7	1.7

Şekil 1. araştırmaya katılan turistlerin yaşadıkları kıtaları göstermektedir. 401 katılımcının % 56'sı (226 kişi) Asya, % 25'i (100 kişi) Avrupa ve % 19'u (75 kişi) Amerika kıtasında yaşamaktadır.

Şekil 1. Turistlerin Yaşadıkları Kıtalar



4.2. Turistlerin Gastronomi Turizmine İlişkin Görüşleri

Tablo 6'da 401 katılımcının gastronomi turizmine yönelik görüşlerine ilişkin değerleri incelendiğinde, en yüksek ortalamaya sahip ifadenin, “Hazır yemek (Fastfood, McDonald’s, KFC vb.) restoranlarında yemek yerim” ifadesi olduğu görülmektedir (3.78 ± 1.20). Bu ifadeyi sırayla; “Yörelere özgü yemek programları ve gösterilerini izlerim, takip ederim,” “Tatil dönüşü evime götürmek için yöresel reçetelerin bulunduğu yemek kitapları satın alırım” ifadeleri takip etmektedir.

“Hazır yemek (Fast-food, McDonald’s, KFC vb.) restoranlarda yemek yerim” ifadesinin ortalaması 3.78 iken, ‘Yörelere özgü yemek programları ve gösterilerini izlerim, takip ederim’ ifadesi 3.70 ve “Tatil dönüşü evime götürmek için yöresel reçetelerin bulunduğu yemek kitapları satın alırım” ifadesi 3.65 şeklinde saptanmıştır.

“Tatil dönüşü evime götürmek için yöresel mutfak ekipmanları satın alırım” ifadesinin ortalaması 3.58 iken, “Lüks restoranlarda yemek yerim” ifadesine cevap veren turistlerin ortalaması ise 3.56 şeklinde belirlenmiştir. Farklı mutfaklara ait yemeklerin servis edildiği restoranlarda yemek yemeyi tercih eden turistlerin ortalamasının 2.37 ± 1.02 olduğu görülmektedir. Alışık olunan yemeklerin servis edildiği yerlerde yemek yemeyi tercih eden turistlerin ortalaması 3.29’dur. “Yöresel

yemeklerin yapılışını öğrenmeye çalışırım” ifadesine verilen cevapların ortalaması 3.24 şeklindedir. Pazarlardan alışık olunan yemek malzemelerini satın alan turistlerin ortalaması 3.10 şeklinde tespit edilmiştir.

Tablo 6. Turistlerin Gastronomi Turizmine İlişkin Görüşleri (n=401)

İfadeler	\bar{X}	S.S
Tatil yerini seçmemde yöresel mutfak kültürü benim için önemli bir etkidir.	2.28	1.04
Temalı (butik, mimari ve sanatsal açıdan özel) restoranlarda yemek yerim.	2.84	1.16
Restoranlara sadece meşhur mutfak şeflerinin hazırladığı lezzetleri tatmak için giderim.	3.01	1.17
Farklı mutfaklara ait yemeklerin servis edildiği restoranlarda yemek yerim.	2.37	1.02
Alışık olduğum yemeklerin servis edildiği yerlerde yemek yerim.	3.29	1.16
Lüks restoranlarda yemek yerim.	3.56	1.09
Hazır yemek (Fastfood, McDonald's, KFC vb.) restoranlarında yemek yerim.	3.78	1.20
Gittiğim destinasyonda yemek hazırlarım.	3.49	1.18
Pazarlardan alışık olduğum yemek malzemelerini satın alırım.	3.10	1.19
Tatilim esnasında yöresel yiyecek- içecekleri mutlaka tadarım.	1.72	0.82
Tatilim esnasında yöreye özgü baharatları mutlaka tadarım.	2.05	1.03
Tatilim esnasında yöresel ürünlerin satıldığı halk pazarlarını takip ederim.	2.27	0.99
Tatil dönüşü evime götürmek için yöreye özgü ürünleri satın alırım.	2.66	1.19
Tatil dönüşü evime götürmek için yöresel mutfak ekipmanları satın alırım.	3.58	1.09
Tatil dönüşü evime götürmek için yöresel reçetelerin bulunduğu yemek kitapları satın alırım.	3.65	1.11
Yörelere özgü yemek programları ve gösterilerini izlerim, takip ederim.	3.70	1.15
Yöresel yemeklerin yapılışını öğrenmeye çalışırım.	3.24	1.19

Tablo, 7’de turistlerin gastronomi turizmine ilişkin görüşlerinin cinsiyete göre dağılımı verilmiştir.

“Tatil yerimi seçmemde yöresel mutfak kültürü benim için önemli bir etkidir” ifadesine verilen cevapların ortalaması, kadınlarda 2.34 iken, erkeklerde 2.21’dir. Temalı (butik, mimari ve sanatsal açıdan özel) restoranlarda yemek yemeyi tercih eden turistlerin ortalaması, kadınlarda 2.89±1.18’dir. Erkeklerde ise 2.77± 1.13 şeklinde saptanmıştır. Kadınlarda ortalamanın erkeklere göre yüksek olduğu tespit edilmiştir. “Restoranlarda sadece meşhur mutfak şeflerinin hazırladığı lezzetleri tatmak için giderim” ifadesine verilen cevapların ortalaması kadınlarda 3.08 iken erkeklerde 2.94; “Farklı mutfaklara ait yemeklerin servis edildiği restoranlarda yemek yerim” ifadesinde ise kadınlarda ortalama 2.35 iken, erkeklerde 2.38’dir. “Alışık olduğum yemeklerin servis edildiği yerlerde yemek yerim” ifadesine verilen

cevaplarda, kadınların ortalaması 3.28 iken, erkeklerde ise 3.30 olarak belirlenmiştir. “Hazır yemek (Fastfood, McDonald’s KFC vb.) restoranlarda yemek yerim” ifadesine verilen cevapların ortalamalarının kadın (3.77±1.21) ve erkeklerde (3.78±1.19) yüksek olduğu görülmektedir. “Pazarlarda alışık olduğum yemek malzemelerini satın alırım” ifadesi ile cinsiyet arasında anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir (p<0.05). Bu ifadeye verilen cevapların ortalaması kadınlarda 2.97±1.14 ve erkeklerde 3.27±1.23 şeklindedir. Erkeklerin ortalamasının kadınlardan yüksek olduğu belirlenmiştir. Erkeklerin bu konuda daha duyarlı oldukları görülmektedir. “Tatilim esnasında yöreye özgü baharatları mutlaka tadarım” ifadesine verilen cevapların ortalaması incelendiğinde, erkeklerin ortalamasının (2.15±1.12) kadınların ortalamasından (1.98±0.95) şeklinde olduğu saptanmıştır. Farkın istatistiksel olarak anlamı olduğu belirlenmiştir (p<0.05).

Tablo 7. Turistlerinin Gastronomi Turizmine İlişkin Görüşlerinin Cinsiyete Göre Karşılaştırılması (n=401)

İfadeler	Cinsiyet	n	\bar{X}	S.S.	F	t	p
Tatil yerini seçmemde yöresel mutfak kültürü benim için önemli bir etkidir.	Kadın	226	2.34	1.02	0.007	1.242	0.935
	Erkek	175	2.21	1.06			
Temalı (butik, mimari ve sanatsal açıdan özel) restoranlarda yemek yerim.	Kadın	226	2.89	1.18	0.158	1.048	0.691
	Erkek	175	2.77	1.13			
Restoranlara sadece meşhur mutfak şeflerinin hazırladığı lezzetleri tatmak için giderim.	Kadın	226	3.08	1.17	0.038	1.168	0.846
	Erkek	175	2.94	1.18			
Farklı mutfaklara ait yemeklerin servis edildiği restoranlarda yemek yerim.	Kadın	226	2.35	1.01	0.444	-	0.278
	Erkek	175	2.38	1.04			
Alışık olduğum yemeklerin servis edildiği yerlerde yemek yerim.	Kadın	226	3.28	1.16	0.383	-	0.156
	Erkek	175	3.30	1.17			
Lüks restoranlarda yemek yerim.	Kadın	226	3.55	1.07	0.241	-	0.219
	Erkek	175	3.58	1.12			
Hazır yemek(Fastfood, McDonald’s, KFCvb.) restoranlarında yemek yerim.	Kadın	226	3.77	1.21	0.001	-	0.023
	Erkek	175	3.78	1.19			
Gittiğim destinasyonda yemek hazırlarım.	Kadın	226	3.36	1.21	2.463	-	2.470
	Erkek	175	3.65	1.12			
Pazarlardan alışık olduğum yemek malzemelerini satın alırım.	Kadın	226	2.97	1.14	4.237	-	2.513
	Erkek	175	3.27	1.23			
Tatilim esnasında yöresel yiyecek- içecekleri mutlaka tadarım.	Kadın	226	1.65	0.77	1.269	-	1.742
	Erkek	175	1.80	0.89			

Tablo 7'nin Devamı

İfadeler	Cinsiyet	n	\bar{X}	S.S	F	t	p
Tatilim esnasında yöreye özgü baharatları mutlaka tadarım.	Kadın	226	1.98	0.95	4.743	-	0.030*
	Erkek	175	2.15	1.12		1.573	
Tatilim esnasında yöresel ürünlerin satıldığı halk pazarlarını takip ederim.	Kadın	226	2.14	0.96	1.857	-	0.174
	Erkek	175	2.43	1.02		2.938	
Tatil dönüşü evime götürmek için yöreye özgü ürünleri satın alırım.	Kadın	226	2.65	1.17	0.950	-	0.330
	Erkek	175	2.68	1.22		0.246	
Tatil dönüşü evime götürmek için yöresel mutfak ekipmanları satın alırım.	Kadın	226	3.58	1.09	0.027	-	0.869
	Erkek	175	3.59	1.10		0.172	
Tatil dönüşü evime götürmek için yöresel reçetelerin bulunduğu yemek kitapları satın alırım.	Kadın	226	3.64	1.08	1.060	-	0.304
	Erkek	175	3.66	1.15		0.189	
Yörelere özgü yemek programları ve gösterilerini izlerim, takip ederim.	Kadın	226	3.62	1.14	0.001	-	0.981
	Erkek	175	3.81	1.16		1.689	
Yöresel yemeklerin yapılışını öğrenmeye çalışırım.	Kadın	226	3.12	1.20	0.473	-	0.492
	Erkek	175	3.40	1.16		2.382	

p* $<$ 0.05

Tablo, 8'de turistlerin gastronomi turizmine ilişkin görüşlerinin medeni duruma göre dağılımı gösterilmiştir.

“Tatil yerimi seçmemde yöresel mutfak kültürü benim için önemli bir etkendir” ifadesine verilen cevapların ortalamasının, evli olan turistlerde 2.35 iken, bekar olan turistlerde 2.15 olduğu tespit edilmiştir. ”Restoranlarda sadece meşhur mutfak şeflerinin hazırladığı lezzetleri tatmak için giderim” ifadesine verilen cevapların ortalaması, evlilerde 3.05 iken bekarlarda 2.94 olarak belirlenmiştir. Farklı mutfaklara ait yemeklerin servis edildiği restoranlarda yemek yemeyi tercih eden evli turistlerin ortalaması 2.40 iken, bekar turistlerin ise 3.21'dir. “Alışık olduğum yemeklerin servis edildiği yerlerde yemek yerim” ifadesinin ortalaması evlilerde 3.21 ve bekarlarda 3.43 olarak tespit edilmiştir. Bekar turistlerin ortalamasının (3.43 \pm 1.19) evli turistlerin ortalamasından (3.21 \pm 1.15) daha yüksek olduğu görülmektedir. Bekar turistlerin bu konuda daha duyarlı oldukları dikkat çekmektedir. “Hazır yemek (Fastfood, Mc Donald's KFC vb.) restoranlarda yemek yerim” ifadesine verilen cevapların her iki medeni durumda da yüksek olduğu tespit edilmiştir. Evlilerde (3.57 \pm 1.25), bekarlarda ise (4.18 \pm 0.99) olduğu görülmektedir. Farkın istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır (p $<$ 0.05).

Tablo 8. Turistlerin Gastronomi Turizmine İlişkin Görüşlerinin Medeni Duruma Göre Karşılaştırılması (n=401)

İfadeler	Medeni Durum	n	\bar{X}	S.S.	F	t	p																																																																																																																																																																																												
Tatil yerini seçmemde yöresel mutfak kültürü benim için önemli bir etkidir.	Evli	264	2.35	1.05	0.267	1.765	0.605																																																																																																																																																																																												
	Bekar	136	2.15	1.02				Temalı (butik, mimari ve sanatsal açıdan özel) restoranlarda yemek yerim.	Evli	264	2.81	1.12	0.555	-0.646	0.457	Bekar	136	2.89	1.22	Restoranlara sadece meşhur mutfak şeflerinin hazırladığı lezzetleri tatmak için giderim.	Evli	264	3.05	1.16	0.012	0.901	0.914	Bekar	136	2.94	1.19	Farklı mutfaklara ait yemeklerin servis edildiği restoranlarda yemek yerim.	Evli	264	2.35	1.01	1.418	-0.514	0.234	Bekar	136	2.40	1.06	Alışık olduğum yemeklerin servis edildiği yerlerde yemek yerim.	Evli	264	3.21	1.15	1.236	-1.804	0.267	Bekar	136	3.43	1.19	Lüks restoranlarda yemek yerim.	Evli	264	3.56	1.07	0.689	-0.048	0.407	Bekar	136	3.57	1.14	Hazır yemek (fastfood, McDonald's, KFC vb.) restoranlarında yemek yerim.	Evli	264	3.57	1.25	11.855	-5.288	0.001*	Bekar	136	4.18	0.99	Gittiğim destinasyonda-yerde yemek hazırlarım.	Evli	264	3.38	1.19	1.814	-2.420	0.179	Bekar	136	3.68	1.14	Pazarlardan alışık olduğum yemek malzemelerini satın alırım.	Evli	264	2.94	1.16	0.696	-3.880	0.405	Bekar	136	3.42	1.18	Tatilim esnasında yöresel yiyecek-icecekleri mutlaka tadarım.	Evli	264	1.78	0.82	0.002	2.079	0.966	Bekar	136	1.60	0.83	Tatilim esnasında yöreye özgü baharatları mutlaka tadarım.	Evli	264	2.20	1.03	0.247	4.064	0.620	Bekar	136	1.76	0.96	Tatilim esnasında yöresel ürünlerin satıldığı halk pazarlarını takip ederim.	Evli	264	2.32	1.01	1.799	1.521	0.181	Bekar	136	2.16	0.96	Tatil dönüşü evime götürmek için yöreye özgü ürünleri satın alırım.	Evli	264	2.75	1.18	0.015	1.846	0.902	Bekar	136	2.51	1.19	Tatil dönüşü evime götürmek için yöresel mutfak ekipmanları satın alırım.	Evli	264	3.58	1.07	1.294	-0.266	0.256	Bekar	136	3.61	1.13	Tatil dönüşü evime götürmek için yöresel reçetelerin bulunduğu yemek kitapları satın alırım.	Evli	264	3.69	1.12	0.001	0.859	0.981	Bekar	136	3.59	1.11	Yörelere özgü yemek programları ve gösterilerini izlerim, takip ederim.	Evli	264	3.68	1.14	0.013	-0.497	0.910	Bekar	136	3.74	1.18	Yöresel yemeklerin yapılışını öğrenmeye çalışırım.	Evli	264	3.30	1.16	1.318	1.293	0.252
Temalı (butik, mimari ve sanatsal açıdan özel) restoranlarda yemek yerim.	Evli	264	2.81	1.12	0.555	-0.646	0.457																																																																																																																																																																																												
	Bekar	136	2.89	1.22				Restoranlara sadece meşhur mutfak şeflerinin hazırladığı lezzetleri tatmak için giderim.	Evli	264	3.05	1.16	0.012	0.901	0.914	Bekar	136	2.94	1.19	Farklı mutfaklara ait yemeklerin servis edildiği restoranlarda yemek yerim.	Evli	264	2.35	1.01	1.418	-0.514	0.234	Bekar	136	2.40	1.06	Alışık olduğum yemeklerin servis edildiği yerlerde yemek yerim.	Evli	264	3.21	1.15	1.236	-1.804	0.267	Bekar	136	3.43	1.19	Lüks restoranlarda yemek yerim.	Evli	264	3.56	1.07	0.689	-0.048	0.407	Bekar	136	3.57	1.14	Hazır yemek (fastfood, McDonald's, KFC vb.) restoranlarında yemek yerim.	Evli	264	3.57	1.25	11.855	-5.288	0.001*	Bekar	136	4.18	0.99	Gittiğim destinasyonda-yerde yemek hazırlarım.	Evli	264	3.38	1.19	1.814	-2.420	0.179	Bekar	136	3.68	1.14	Pazarlardan alışık olduğum yemek malzemelerini satın alırım.	Evli	264	2.94	1.16	0.696	-3.880	0.405	Bekar	136	3.42	1.18	Tatilim esnasında yöresel yiyecek-icecekleri mutlaka tadarım.	Evli	264	1.78	0.82	0.002	2.079	0.966	Bekar	136	1.60	0.83	Tatilim esnasında yöreye özgü baharatları mutlaka tadarım.	Evli	264	2.20	1.03	0.247	4.064	0.620	Bekar	136	1.76	0.96	Tatilim esnasında yöresel ürünlerin satıldığı halk pazarlarını takip ederim.	Evli	264	2.32	1.01	1.799	1.521	0.181	Bekar	136	2.16	0.96	Tatil dönüşü evime götürmek için yöreye özgü ürünleri satın alırım.	Evli	264	2.75	1.18	0.015	1.846	0.902	Bekar	136	2.51	1.19	Tatil dönüşü evime götürmek için yöresel mutfak ekipmanları satın alırım.	Evli	264	3.58	1.07	1.294	-0.266	0.256	Bekar	136	3.61	1.13	Tatil dönüşü evime götürmek için yöresel reçetelerin bulunduğu yemek kitapları satın alırım.	Evli	264	3.69	1.12	0.001	0.859	0.981	Bekar	136	3.59	1.11	Yörelere özgü yemek programları ve gösterilerini izlerim, takip ederim.	Evli	264	3.68	1.14	0.013	-0.497	0.910	Bekar	136	3.74	1.18	Yöresel yemeklerin yapılışını öğrenmeye çalışırım.	Evli	264	3.30	1.16	1.318	1.293	0.252	Bekar	136	3.13	1.25								
Restoranlara sadece meşhur mutfak şeflerinin hazırladığı lezzetleri tatmak için giderim.	Evli	264	3.05	1.16	0.012	0.901	0.914																																																																																																																																																																																												
	Bekar	136	2.94	1.19				Farklı mutfaklara ait yemeklerin servis edildiği restoranlarda yemek yerim.	Evli	264	2.35	1.01	1.418	-0.514	0.234	Bekar	136	2.40	1.06	Alışık olduğum yemeklerin servis edildiği yerlerde yemek yerim.	Evli	264	3.21	1.15	1.236	-1.804	0.267	Bekar	136	3.43	1.19	Lüks restoranlarda yemek yerim.	Evli	264	3.56	1.07	0.689	-0.048	0.407	Bekar	136	3.57	1.14	Hazır yemek (fastfood, McDonald's, KFC vb.) restoranlarında yemek yerim.	Evli	264	3.57	1.25	11.855	-5.288	0.001*	Bekar	136	4.18	0.99	Gittiğim destinasyonda-yerde yemek hazırlarım.	Evli	264	3.38	1.19	1.814	-2.420	0.179	Bekar	136	3.68	1.14	Pazarlardan alışık olduğum yemek malzemelerini satın alırım.	Evli	264	2.94	1.16	0.696	-3.880	0.405	Bekar	136	3.42	1.18	Tatilim esnasında yöresel yiyecek-icecekleri mutlaka tadarım.	Evli	264	1.78	0.82	0.002	2.079	0.966	Bekar	136	1.60	0.83	Tatilim esnasında yöreye özgü baharatları mutlaka tadarım.	Evli	264	2.20	1.03	0.247	4.064	0.620	Bekar	136	1.76	0.96	Tatilim esnasında yöresel ürünlerin satıldığı halk pazarlarını takip ederim.	Evli	264	2.32	1.01	1.799	1.521	0.181	Bekar	136	2.16	0.96	Tatil dönüşü evime götürmek için yöreye özgü ürünleri satın alırım.	Evli	264	2.75	1.18	0.015	1.846	0.902	Bekar	136	2.51	1.19	Tatil dönüşü evime götürmek için yöresel mutfak ekipmanları satın alırım.	Evli	264	3.58	1.07	1.294	-0.266	0.256	Bekar	136	3.61	1.13	Tatil dönüşü evime götürmek için yöresel reçetelerin bulunduğu yemek kitapları satın alırım.	Evli	264	3.69	1.12	0.001	0.859	0.981	Bekar	136	3.59	1.11	Yörelere özgü yemek programları ve gösterilerini izlerim, takip ederim.	Evli	264	3.68	1.14	0.013	-0.497	0.910	Bekar	136	3.74	1.18	Yöresel yemeklerin yapılışını öğrenmeye çalışırım.	Evli	264	3.30	1.16	1.318	1.293	0.252	Bekar	136	3.13	1.25																				
Farklı mutfaklara ait yemeklerin servis edildiği restoranlarda yemek yerim.	Evli	264	2.35	1.01	1.418	-0.514	0.234																																																																																																																																																																																												
	Bekar	136	2.40	1.06				Alışık olduğum yemeklerin servis edildiği yerlerde yemek yerim.	Evli	264	3.21	1.15	1.236	-1.804	0.267	Bekar	136	3.43	1.19	Lüks restoranlarda yemek yerim.	Evli	264	3.56	1.07	0.689	-0.048	0.407	Bekar	136	3.57	1.14	Hazır yemek (fastfood, McDonald's, KFC vb.) restoranlarında yemek yerim.	Evli	264	3.57	1.25	11.855	-5.288	0.001*	Bekar	136	4.18	0.99	Gittiğim destinasyonda-yerde yemek hazırlarım.	Evli	264	3.38	1.19	1.814	-2.420	0.179	Bekar	136	3.68	1.14	Pazarlardan alışık olduğum yemek malzemelerini satın alırım.	Evli	264	2.94	1.16	0.696	-3.880	0.405	Bekar	136	3.42	1.18	Tatilim esnasında yöresel yiyecek-icecekleri mutlaka tadarım.	Evli	264	1.78	0.82	0.002	2.079	0.966	Bekar	136	1.60	0.83	Tatilim esnasında yöreye özgü baharatları mutlaka tadarım.	Evli	264	2.20	1.03	0.247	4.064	0.620	Bekar	136	1.76	0.96	Tatilim esnasında yöresel ürünlerin satıldığı halk pazarlarını takip ederim.	Evli	264	2.32	1.01	1.799	1.521	0.181	Bekar	136	2.16	0.96	Tatil dönüşü evime götürmek için yöreye özgü ürünleri satın alırım.	Evli	264	2.75	1.18	0.015	1.846	0.902	Bekar	136	2.51	1.19	Tatil dönüşü evime götürmek için yöresel mutfak ekipmanları satın alırım.	Evli	264	3.58	1.07	1.294	-0.266	0.256	Bekar	136	3.61	1.13	Tatil dönüşü evime götürmek için yöresel reçetelerin bulunduğu yemek kitapları satın alırım.	Evli	264	3.69	1.12	0.001	0.859	0.981	Bekar	136	3.59	1.11	Yörelere özgü yemek programları ve gösterilerini izlerim, takip ederim.	Evli	264	3.68	1.14	0.013	-0.497	0.910	Bekar	136	3.74	1.18	Yöresel yemeklerin yapılışını öğrenmeye çalışırım.	Evli	264	3.30	1.16	1.318	1.293	0.252	Bekar	136	3.13	1.25																																
Alışık olduğum yemeklerin servis edildiği yerlerde yemek yerim.	Evli	264	3.21	1.15	1.236	-1.804	0.267																																																																																																																																																																																												
	Bekar	136	3.43	1.19				Lüks restoranlarda yemek yerim.	Evli	264	3.56	1.07	0.689	-0.048	0.407	Bekar	136	3.57	1.14	Hazır yemek (fastfood, McDonald's, KFC vb.) restoranlarında yemek yerim.	Evli	264	3.57	1.25	11.855	-5.288	0.001*	Bekar	136	4.18	0.99	Gittiğim destinasyonda-yerde yemek hazırlarım.	Evli	264	3.38	1.19	1.814	-2.420	0.179	Bekar	136	3.68	1.14	Pazarlardan alışık olduğum yemek malzemelerini satın alırım.	Evli	264	2.94	1.16	0.696	-3.880	0.405	Bekar	136	3.42	1.18	Tatilim esnasında yöresel yiyecek-icecekleri mutlaka tadarım.	Evli	264	1.78	0.82	0.002	2.079	0.966	Bekar	136	1.60	0.83	Tatilim esnasında yöreye özgü baharatları mutlaka tadarım.	Evli	264	2.20	1.03	0.247	4.064	0.620	Bekar	136	1.76	0.96	Tatilim esnasında yöresel ürünlerin satıldığı halk pazarlarını takip ederim.	Evli	264	2.32	1.01	1.799	1.521	0.181	Bekar	136	2.16	0.96	Tatil dönüşü evime götürmek için yöreye özgü ürünleri satın alırım.	Evli	264	2.75	1.18	0.015	1.846	0.902	Bekar	136	2.51	1.19	Tatil dönüşü evime götürmek için yöresel mutfak ekipmanları satın alırım.	Evli	264	3.58	1.07	1.294	-0.266	0.256	Bekar	136	3.61	1.13	Tatil dönüşü evime götürmek için yöresel reçetelerin bulunduğu yemek kitapları satın alırım.	Evli	264	3.69	1.12	0.001	0.859	0.981	Bekar	136	3.59	1.11	Yörelere özgü yemek programları ve gösterilerini izlerim, takip ederim.	Evli	264	3.68	1.14	0.013	-0.497	0.910	Bekar	136	3.74	1.18	Yöresel yemeklerin yapılışını öğrenmeye çalışırım.	Evli	264	3.30	1.16	1.318	1.293	0.252	Bekar	136	3.13	1.25																																												
Lüks restoranlarda yemek yerim.	Evli	264	3.56	1.07	0.689	-0.048	0.407																																																																																																																																																																																												
	Bekar	136	3.57	1.14				Hazır yemek (fastfood, McDonald's, KFC vb.) restoranlarında yemek yerim.	Evli	264	3.57	1.25	11.855	-5.288	0.001*	Bekar	136	4.18	0.99	Gittiğim destinasyonda-yerde yemek hazırlarım.	Evli	264	3.38	1.19	1.814	-2.420	0.179	Bekar	136	3.68	1.14	Pazarlardan alışık olduğum yemek malzemelerini satın alırım.	Evli	264	2.94	1.16	0.696	-3.880	0.405	Bekar	136	3.42	1.18	Tatilim esnasında yöresel yiyecek-icecekleri mutlaka tadarım.	Evli	264	1.78	0.82	0.002	2.079	0.966	Bekar	136	1.60	0.83	Tatilim esnasında yöreye özgü baharatları mutlaka tadarım.	Evli	264	2.20	1.03	0.247	4.064	0.620	Bekar	136	1.76	0.96	Tatilim esnasında yöresel ürünlerin satıldığı halk pazarlarını takip ederim.	Evli	264	2.32	1.01	1.799	1.521	0.181	Bekar	136	2.16	0.96	Tatil dönüşü evime götürmek için yöreye özgü ürünleri satın alırım.	Evli	264	2.75	1.18	0.015	1.846	0.902	Bekar	136	2.51	1.19	Tatil dönüşü evime götürmek için yöresel mutfak ekipmanları satın alırım.	Evli	264	3.58	1.07	1.294	-0.266	0.256	Bekar	136	3.61	1.13	Tatil dönüşü evime götürmek için yöresel reçetelerin bulunduğu yemek kitapları satın alırım.	Evli	264	3.69	1.12	0.001	0.859	0.981	Bekar	136	3.59	1.11	Yörelere özgü yemek programları ve gösterilerini izlerim, takip ederim.	Evli	264	3.68	1.14	0.013	-0.497	0.910	Bekar	136	3.74	1.18	Yöresel yemeklerin yapılışını öğrenmeye çalışırım.	Evli	264	3.30	1.16	1.318	1.293	0.252	Bekar	136	3.13	1.25																																																								
Hazır yemek (fastfood, McDonald's, KFC vb.) restoranlarında yemek yerim.	Evli	264	3.57	1.25	11.855	-5.288	0.001*																																																																																																																																																																																												
	Bekar	136	4.18	0.99				Gittiğim destinasyonda-yerde yemek hazırlarım.	Evli	264	3.38	1.19	1.814	-2.420	0.179	Bekar	136	3.68	1.14	Pazarlardan alışık olduğum yemek malzemelerini satın alırım.	Evli	264	2.94	1.16	0.696	-3.880	0.405	Bekar	136	3.42	1.18	Tatilim esnasında yöresel yiyecek-icecekleri mutlaka tadarım.	Evli	264	1.78	0.82	0.002	2.079	0.966	Bekar	136	1.60	0.83	Tatilim esnasında yöreye özgü baharatları mutlaka tadarım.	Evli	264	2.20	1.03	0.247	4.064	0.620	Bekar	136	1.76	0.96	Tatilim esnasında yöresel ürünlerin satıldığı halk pazarlarını takip ederim.	Evli	264	2.32	1.01	1.799	1.521	0.181	Bekar	136	2.16	0.96	Tatil dönüşü evime götürmek için yöreye özgü ürünleri satın alırım.	Evli	264	2.75	1.18	0.015	1.846	0.902	Bekar	136	2.51	1.19	Tatil dönüşü evime götürmek için yöresel mutfak ekipmanları satın alırım.	Evli	264	3.58	1.07	1.294	-0.266	0.256	Bekar	136	3.61	1.13	Tatil dönüşü evime götürmek için yöresel reçetelerin bulunduğu yemek kitapları satın alırım.	Evli	264	3.69	1.12	0.001	0.859	0.981	Bekar	136	3.59	1.11	Yörelere özgü yemek programları ve gösterilerini izlerim, takip ederim.	Evli	264	3.68	1.14	0.013	-0.497	0.910	Bekar	136	3.74	1.18	Yöresel yemeklerin yapılışını öğrenmeye çalışırım.	Evli	264	3.30	1.16	1.318	1.293	0.252	Bekar	136	3.13	1.25																																																																				
Gittiğim destinasyonda-yerde yemek hazırlarım.	Evli	264	3.38	1.19	1.814	-2.420	0.179																																																																																																																																																																																												
	Bekar	136	3.68	1.14				Pazarlardan alışık olduğum yemek malzemelerini satın alırım.	Evli	264	2.94	1.16	0.696	-3.880	0.405	Bekar	136	3.42	1.18	Tatilim esnasında yöresel yiyecek-icecekleri mutlaka tadarım.	Evli	264	1.78	0.82	0.002	2.079	0.966	Bekar	136	1.60	0.83	Tatilim esnasında yöreye özgü baharatları mutlaka tadarım.	Evli	264	2.20	1.03	0.247	4.064	0.620	Bekar	136	1.76	0.96	Tatilim esnasında yöresel ürünlerin satıldığı halk pazarlarını takip ederim.	Evli	264	2.32	1.01	1.799	1.521	0.181	Bekar	136	2.16	0.96	Tatil dönüşü evime götürmek için yöreye özgü ürünleri satın alırım.	Evli	264	2.75	1.18	0.015	1.846	0.902	Bekar	136	2.51	1.19	Tatil dönüşü evime götürmek için yöresel mutfak ekipmanları satın alırım.	Evli	264	3.58	1.07	1.294	-0.266	0.256	Bekar	136	3.61	1.13	Tatil dönüşü evime götürmek için yöresel reçetelerin bulunduğu yemek kitapları satın alırım.	Evli	264	3.69	1.12	0.001	0.859	0.981	Bekar	136	3.59	1.11	Yörelere özgü yemek programları ve gösterilerini izlerim, takip ederim.	Evli	264	3.68	1.14	0.013	-0.497	0.910	Bekar	136	3.74	1.18	Yöresel yemeklerin yapılışını öğrenmeye çalışırım.	Evli	264	3.30	1.16	1.318	1.293	0.252	Bekar	136	3.13	1.25																																																																																
Pazarlardan alışık olduğum yemek malzemelerini satın alırım.	Evli	264	2.94	1.16	0.696	-3.880	0.405																																																																																																																																																																																												
	Bekar	136	3.42	1.18				Tatilim esnasında yöresel yiyecek-icecekleri mutlaka tadarım.	Evli	264	1.78	0.82	0.002	2.079	0.966	Bekar	136	1.60	0.83	Tatilim esnasında yöreye özgü baharatları mutlaka tadarım.	Evli	264	2.20	1.03	0.247	4.064	0.620	Bekar	136	1.76	0.96	Tatilim esnasında yöresel ürünlerin satıldığı halk pazarlarını takip ederim.	Evli	264	2.32	1.01	1.799	1.521	0.181	Bekar	136	2.16	0.96	Tatil dönüşü evime götürmek için yöreye özgü ürünleri satın alırım.	Evli	264	2.75	1.18	0.015	1.846	0.902	Bekar	136	2.51	1.19	Tatil dönüşü evime götürmek için yöresel mutfak ekipmanları satın alırım.	Evli	264	3.58	1.07	1.294	-0.266	0.256	Bekar	136	3.61	1.13	Tatil dönüşü evime götürmek için yöresel reçetelerin bulunduğu yemek kitapları satın alırım.	Evli	264	3.69	1.12	0.001	0.859	0.981	Bekar	136	3.59	1.11	Yörelere özgü yemek programları ve gösterilerini izlerim, takip ederim.	Evli	264	3.68	1.14	0.013	-0.497	0.910	Bekar	136	3.74	1.18	Yöresel yemeklerin yapılışını öğrenmeye çalışırım.	Evli	264	3.30	1.16	1.318	1.293	0.252	Bekar	136	3.13	1.25																																																																																												
Tatilim esnasında yöresel yiyecek-icecekleri mutlaka tadarım.	Evli	264	1.78	0.82	0.002	2.079	0.966																																																																																																																																																																																												
	Bekar	136	1.60	0.83				Tatilim esnasında yöreye özgü baharatları mutlaka tadarım.	Evli	264	2.20	1.03	0.247	4.064	0.620	Bekar	136	1.76	0.96	Tatilim esnasında yöresel ürünlerin satıldığı halk pazarlarını takip ederim.	Evli	264	2.32	1.01	1.799	1.521	0.181	Bekar	136	2.16	0.96	Tatil dönüşü evime götürmek için yöreye özgü ürünleri satın alırım.	Evli	264	2.75	1.18	0.015	1.846	0.902	Bekar	136	2.51	1.19	Tatil dönüşü evime götürmek için yöresel mutfak ekipmanları satın alırım.	Evli	264	3.58	1.07	1.294	-0.266	0.256	Bekar	136	3.61	1.13	Tatil dönüşü evime götürmek için yöresel reçetelerin bulunduğu yemek kitapları satın alırım.	Evli	264	3.69	1.12	0.001	0.859	0.981	Bekar	136	3.59	1.11	Yörelere özgü yemek programları ve gösterilerini izlerim, takip ederim.	Evli	264	3.68	1.14	0.013	-0.497	0.910	Bekar	136	3.74	1.18	Yöresel yemeklerin yapılışını öğrenmeye çalışırım.	Evli	264	3.30	1.16	1.318	1.293	0.252	Bekar	136	3.13	1.25																																																																																																								
Tatilim esnasında yöreye özgü baharatları mutlaka tadarım.	Evli	264	2.20	1.03	0.247	4.064	0.620																																																																																																																																																																																												
	Bekar	136	1.76	0.96				Tatilim esnasında yöresel ürünlerin satıldığı halk pazarlarını takip ederim.	Evli	264	2.32	1.01	1.799	1.521	0.181	Bekar	136	2.16	0.96	Tatil dönüşü evime götürmek için yöreye özgü ürünleri satın alırım.	Evli	264	2.75	1.18	0.015	1.846	0.902	Bekar	136	2.51	1.19	Tatil dönüşü evime götürmek için yöresel mutfak ekipmanları satın alırım.	Evli	264	3.58	1.07	1.294	-0.266	0.256	Bekar	136	3.61	1.13	Tatil dönüşü evime götürmek için yöresel reçetelerin bulunduğu yemek kitapları satın alırım.	Evli	264	3.69	1.12	0.001	0.859	0.981	Bekar	136	3.59	1.11	Yörelere özgü yemek programları ve gösterilerini izlerim, takip ederim.	Evli	264	3.68	1.14	0.013	-0.497	0.910	Bekar	136	3.74	1.18	Yöresel yemeklerin yapılışını öğrenmeye çalışırım.	Evli	264	3.30	1.16	1.318	1.293	0.252	Bekar	136	3.13	1.25																																																																																																																				
Tatilim esnasında yöresel ürünlerin satıldığı halk pazarlarını takip ederim.	Evli	264	2.32	1.01	1.799	1.521	0.181																																																																																																																																																																																												
	Bekar	136	2.16	0.96				Tatil dönüşü evime götürmek için yöreye özgü ürünleri satın alırım.	Evli	264	2.75	1.18	0.015	1.846	0.902	Bekar	136	2.51	1.19	Tatil dönüşü evime götürmek için yöresel mutfak ekipmanları satın alırım.	Evli	264	3.58	1.07	1.294	-0.266	0.256	Bekar	136	3.61	1.13	Tatil dönüşü evime götürmek için yöresel reçetelerin bulunduğu yemek kitapları satın alırım.	Evli	264	3.69	1.12	0.001	0.859	0.981	Bekar	136	3.59	1.11	Yörelere özgü yemek programları ve gösterilerini izlerim, takip ederim.	Evli	264	3.68	1.14	0.013	-0.497	0.910	Bekar	136	3.74	1.18	Yöresel yemeklerin yapılışını öğrenmeye çalışırım.	Evli	264	3.30	1.16	1.318	1.293	0.252	Bekar	136	3.13	1.25																																																																																																																																
Tatil dönüşü evime götürmek için yöreye özgü ürünleri satın alırım.	Evli	264	2.75	1.18	0.015	1.846	0.902																																																																																																																																																																																												
	Bekar	136	2.51	1.19				Tatil dönüşü evime götürmek için yöresel mutfak ekipmanları satın alırım.	Evli	264	3.58	1.07	1.294	-0.266	0.256	Bekar	136	3.61	1.13	Tatil dönüşü evime götürmek için yöresel reçetelerin bulunduğu yemek kitapları satın alırım.	Evli	264	3.69	1.12	0.001	0.859	0.981	Bekar	136	3.59	1.11	Yörelere özgü yemek programları ve gösterilerini izlerim, takip ederim.	Evli	264	3.68	1.14	0.013	-0.497	0.910	Bekar	136	3.74	1.18	Yöresel yemeklerin yapılışını öğrenmeye çalışırım.	Evli	264	3.30	1.16	1.318	1.293	0.252	Bekar	136	3.13	1.25																																																																																																																																												
Tatil dönüşü evime götürmek için yöresel mutfak ekipmanları satın alırım.	Evli	264	3.58	1.07	1.294	-0.266	0.256																																																																																																																																																																																												
	Bekar	136	3.61	1.13				Tatil dönüşü evime götürmek için yöresel reçetelerin bulunduğu yemek kitapları satın alırım.	Evli	264	3.69	1.12	0.001	0.859	0.981	Bekar	136	3.59	1.11	Yörelere özgü yemek programları ve gösterilerini izlerim, takip ederim.	Evli	264	3.68	1.14	0.013	-0.497	0.910	Bekar	136	3.74	1.18	Yöresel yemeklerin yapılışını öğrenmeye çalışırım.	Evli	264	3.30	1.16	1.318	1.293	0.252	Bekar	136	3.13	1.25																																																																																																																																																								
Tatil dönüşü evime götürmek için yöresel reçetelerin bulunduğu yemek kitapları satın alırım.	Evli	264	3.69	1.12	0.001	0.859	0.981																																																																																																																																																																																												
	Bekar	136	3.59	1.11				Yörelere özgü yemek programları ve gösterilerini izlerim, takip ederim.	Evli	264	3.68	1.14	0.013	-0.497	0.910	Bekar	136	3.74	1.18	Yöresel yemeklerin yapılışını öğrenmeye çalışırım.	Evli	264	3.30	1.16	1.318	1.293	0.252	Bekar	136	3.13	1.25																																																																																																																																																																				
Yörelere özgü yemek programları ve gösterilerini izlerim, takip ederim.	Evli	264	3.68	1.14	0.013	-0.497	0.910																																																																																																																																																																																												
	Bekar	136	3.74	1.18				Yöresel yemeklerin yapılışını öğrenmeye çalışırım.	Evli	264	3.30	1.16	1.318	1.293	0.252	Bekar	136	3.13	1.25																																																																																																																																																																																
Yöresel yemeklerin yapılışını öğrenmeye çalışırım.	Evli	264	3.30	1.16	1.318	1.293	0.252																																																																																																																																																																																												
	Bekar	136	3.13	1.25																																																																																																																																																																																															

p* < 0.05

Tablo 9’da görüldüğü gibi turistlerin gastronomi turizmine ilişkin görüşlerinin yaşa göre dağılımı incelendiğinde “Tatil yerimi seçmemde yöresel mutfak kültürü benim için önemli bir etkidir” 19 ve altı yaş grubundaki turistlerin bu ifadeye verdikleri cevapların ortalaması 2.39 iken, 20-29 yaş aralığındaki turistlerin ise 2.24 şeklinde tespit edilmiştir. 30-39 yaş aralığındaki turistlerde ortalama 2.31’dir. 40-49 yaş aralığındaki turistlerde 2.29 ve 50 yaş ve üzeri turist grubunda ise ortalama 2.27 şeklindedir.

Temalı (butik, mimari ve sanatsal açıdan özel) restoranlarda yemek yemeyi tercih eden turistlerin ortalaması, 19 yaş ve altı grubundakilerde 2.61, 20-29 yaş aralığındaki turistlerde 2.81 şeklindedir. 30-39 yaş aralığındaki turistlerde ortalama, 2.84 iken 40-49 yaş aralığındaki turistlerde 3.04 ve 50 yaş ve üzeri turist grubunda 2.90 şeklinde tespit edilmiştir. Temalı restoranlarda yemek yemeyi, tercih edenlerin daha çok 40-49 yaş aralığında olan turistler (3.04 ± 1.12) oldukları dikkati çekmektedir. “Restoranlara sadece meşhur mutfak şeflerinin hazırladığı lezzetleri tatmak için giderim” ifadesine verilen cevapların ortalamaları, 20-29 yaş aralığındaki turistlerde (2.89 ± 1.14) diğer yaş gruplarına göre daha düşük olduğu saptanmıştır. 19 yaş ve altı turist grubunda bu ortalama, 3.42 iken, 20-29 yaş aralığındaki turistlerde 2.89, 30-39 yaş aralığındaki turistlerde ise 2.98 olarak belirlenmiştir. 40-49 yaş aralığındaki turistlerde ortalama, 3.25 ve 50 yaş ve üzeri turistlerde 3.06 şeklindedir. Farkın istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermediği tespit edilmiştir ($p > 0.05$). Turistlerin, tatilleri esnasında yöresel yiyecek- içecekleri tatma konusundaki eğilimlerinin yaş gruplarına göre düşük olduğu saptanmıştır. 19 yaş ve altı turistlerde (1.68 ± 0.79) ortalama ile bu ifadeye cevap veren, diğer yaş aralığındaki turistlere oranla düşük olduğu belirlenmiştir. 20-29 yaş aralığındaki turistlerde ortalama 1.80 ± 0.86 , 30-39 yaş aralığındaki turistlerde, 1.75 ± 0.85 , 40-49 yaş aralığındaki turistlerde, 1.65 ± 0.81 ve 50 yaş ve üzeri turist grubunda 1.47 ± 0.67 şeklindedir. Farkın istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermediği tespit edilmiştir ($p > 0.05$). “Alışık olduğum yemeklerin servis edildiği yerlerde yemek yerim” ifadesinde ortalamaların yaş gruplarına göre farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Bu farkın tukey testi sonucuna göre, 19 yaş ve altı turistler ile 20-29 ve 50 yaş ve üzeri turistler arasında, 20-29 yaş arası turistler ile 50 yaş üzeri

turistler arasında, ayrıca 30-39 yaş arası turistler ile 50 yaş ve üzeri turistler arasında olduğu tespit edilmiştir.

“Lüks restoranlarda yemek yerim” ifadesinde ortalamaların yaş gruplarına göre farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Bu farkın tukey testi sonucuna göre, 19 yaş ve altı turistler ile 20-29 ve 40-49 yaş arası turistler ve 50 yaş ve üzeri turistler arasında, ayrıca 20-29 yaş arası turistler ile 30-39 yaş arası turistler arasında ve 40-49 yaş arası turistler ile 50 yaş üzeri turistler arasında olduğu tespit edilmiştir.

“Hazır yemek (fastfood, McDonald’s, KFC vb.) restoranlarında yemek yerim” ifadesinde ortalamaların yaş gruplarına göre farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Bu farkın tukey testi sonucuna göre, 19 yaş ve altı turistler ile 30-39 yaş arası turistler ile 40-49 yaş ve 50 yaş üzeri turistler arasında, 20-29 yaş arası turistler ile 30-39 yaş arası turistler ile 40-49 yaş arası turistler ve 50 yaş üzeri turistler arasında, 30-39 yaş arası turistler ve 50 yaş üzeri turistler arasında olduğu tespit edilmiştir. “Gittiğim destinasyonda yemek hazırlarım” ifadesinde ortalamaların yaş gruplarına göre farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Bu farkın 19 yaş ve altı turistler ile 20-29 yaş aralığındaki turistler arasında olduğu ve 20-29 yaş aralığındaki turistlerle 30-39 yaş, 40-49 yaş ve 50 ve üzeri yaş grubundaki turistler arasında olduğu tespit edilmiştir ($p<0.05$). “Tatilim esnasında yöreye özgü baharatları mutlaka tadarım” ifadesinde ortalamaların yaş gruplarına göre farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Bu farkın tukey testi sonucuna göre, 19 yaş ve altı turistlerle 30-39 yaş aralığındaki turistler ile 40-49 yaş aralığındaki turistler ve 50 yaş ve üzeri turistler arasında, ayrıca 20-29 yaş arası turistler ile 30-39 yaş aralığındaki turistler ile 40-49 yaş aralığındaki turistler ve 50 yaş ve üzeri turistler arasında ve 40-49 yaş aralığındaki turistler ile 50 yaş ve üzeri turistler arasında olduğu tespit edilmiştir ($p<0.05$).

Bekar, Kılıç ve Şahin (2011)’in yapmış oldukları çalışmada, seçkin restoranlarda yemek yeme faktörü ile yaş arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Bu farklılığın 19-29 yaş grubu turistler ile 30-39 yaş grubu turistler ve 50 yaş üzeri turistler arasında olduğu saptanmıştır. Ayrıca aynı çalışmada aşına olunan restoranlarda yemek yeme faktörünün yaşa göre anlamlı farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Yaş arttıkça aşına olunan restoranların daha fazla tercih

edildiği tespit edilmiştir. Bu çalışmada da 50 yaş ve üzeri turist grubunun çoğunlukla aşına olunan restoranları tercih etmesi diğer çalışmaları desteklemektedir.

Tablo 9. Turistlerin Gastronomi Turizmine İlişkin Görüşlerinin Yaşa Göre Karşılaştırılması (n=401)

İfadeler	Yaş	n	\bar{X}	SH _x	Var. K.	K. T.	K. O.	F	p
Tatil yerini seçmemde yöresel mutfak kültürü benim için önemli bir etkindir.	19 ve altı	31	2.39	1.20	G. Arası	0.690	0.172	0.157	0.960
	20-29	188	2.24	0.93	Grup İçi	436.028	1.101		
	30-39	83	2.31	1.13	Toplam	436.718			
	40-49	48	2.29	1.11					
	50 ve üstü	51	2.27	1.13					
Toplam		401	2.28	1.04					
Temalı (butik, mimari ve sanatsal açıdan özel) restoranlarda yemek yerim.	19 ve altı	31	2.61	1.20	G. Arası	3.934	0.983	0.730	0.572
	20-29	188	2.81	1.16	Grup İçi	533.852	1.348		
	30-39	83	2.84	1.07	Toplam	537.786			
	40-49	48	3.04	1.12					
	50 ve üstü	51	2.90	1.26					
Toplam		401	2.84	1.16					
Restoranlara sadece meşhur mutfak şeflerinin hazırladığı lezzetleri tatmak için giderim.	19 ve altı	31	3.42	1.31	G. Arası	10.714	2.679	1.960	0.100
	20-29	188	2.89	1.14	Grup İçi	541.196	1.367		
	30-39	83	2.98	1.10	Toplam	551.910			
	40-49	48	3.25	1.21					
	50 ve üstü	51	3.06	1.24					
Toplam		401	3.01	1.17					
Farklı mutfaklara ait yemeklerin servis edildiği restoranlarda yemek yerim.	19 ve altı	31	2.26	1.03	G. Arası	3.050	0.763	0.719	0.579
	20-29	188	2.38	0.99	Grup İçi	420.062	1.061		
	30-39	83	2.36	1.02	Toplam	423.112			
	40-49	48	2.54	1.01					
	50 ve üstü	51	2.22	1.17					
Toplam		401	2.37	1.02					

Tablo 9'un Devamı

İfadeler	Yaş	n	\bar{X}	SHx	Var .K.	K.T.	K.O.	F	p
Alışık olduğum yemeklerin servis edildiği yerlerde yemek yerim.	19 ve altı	31	3.35	1.19	G. Arası	14.849	3.712	2.778 (1-2.5) (2-5) (3-5)	0.027*
	20-29	188	3.12	1.14	Grup İçi	529.171	1.336		
	30-39	83	3.31	1.20	Toplam	544.020			
	40-49	48	3.44	1.18					
	50 ve üstü	51	3.69	1.06					
Toplam		401	3.29	1.16					
Lüks restoranlarda yemek yerim.	19 ve altı	31	3.32	1.13	G. Arası	14.811	3.703	3.175 3.175 (1-2.4.5) (2.3-4.5)	0.014*
	20-29	188	3.53	1.05	Grup İçi	461.818	1.166		
	30-39	83	3.36	1.19	Toplam	476.628			
	40-49	48	3.92	0.94					
	50 ve üstü	51	3.82	1.05					
Toplam		401	3.56	1.09					
Hazır yemek (fastfood, McDonald's, KFC vb.) restoranlarında yemek yerim.	19 ve altı	31	3.48	1.31	G. Arası	52.942	13.235	9.948 9.948 (1-3.4.5) (2-3.4.5) (3-5)	0.000*
	20-29	188	3.46	1.27	Grup İçi	526.859	1.330		
	30-39	83	3.99	1.01	Toplam	579.800			
	40-49	48	4.19	0.96					
	50 ve üstü	51	4.39	0.91					
Toplam		401	3.78	1.20					
Gittiğim destinasyonda yemek hazırlarım.	19 ve altı	31	3.61	1.08	G. Arası	13.295	3.324	2.398 (1-2) (2-3.4.5)	0.051*
	20-29	188	3.30	1.22	Grup İçi	548.880	1.386		
	30-39	83	3.71	1.06	Toplam	562.175			
	40-49	48	3.56	1.38					
	50 ve üstü	51	3.67	1.01					
Toplam		401	3.49	1.18					
Pazarlardan alışık olduğum yemek malzemelerini satın alırım.	19 ve altı	31	2.90	1.16	G. Arası	10.199	2.550	1.810	0.126
	20-29	188	2.98	1.15	Grup İçi	557.811	1.409		
	30-39	83	3.29	1.14	Toplam	568.010			
	40-49	48	3.10	1.32					
	50 ve üstü	51	3.35	1.27					
Toplam		401	3.10	1.19					

Tablo 9'un Devamı

İfadeler	Yaş	n	\bar{X}	SHx	Var.K.	K.T.	K.O.	F	p
Tatilim esnasında yöresel yiyecek- içecekleri mutlaka tadarım.	19 ve altı	31	1.68	0.79	G. Arası	4.692	1.173	1.717	0.145
	20-29	188	1.80	0.86	Grup İçi	270.465	0.683		
	30-39	83	1.75	0.85	Toplam	275.157			
	40-49	48	1.65	0.81					
	50 ve üstü	51	1.47	0.67					
Toplam		401	1.72	0.82					
Tatilim esnasında yöreye özgü baharatları mutlaka tadarım.	19 ve altı	31	2.29	1.07	G. Arası	20.517	5.129	5.024 1- 3.4.5) (2- 3.4.5) (4-5)	0.001*
	20-29	188	2.23	1.03	Grup İçi	404.276	1.021		
	30-39	83	1.86	1.00	Toplam	424.793			
	40-49	48	2.00	1.01					
	50 ve üstü	51	1.63	0.87					
Toplam		401	2.05	1.03					
Tatilim esnasında yöresel ürünlerin satıldığı halk pazarlarını takip ederim.	19 ve altı	31	2.55	1.15	G. Arası	2.837	0.709	0.709	0.586
	20-29	188	2.26	1.00	Grup İçi	396.076	1.000		
	30-39	83	2.22	0.88	Toplam	398.913			
	40-49	48	2.21	0.92					
	50 ve üstü	51	2.27	1.13					
Toplam		401	2.27	0.99					
Tatil dönüşü evime götürmek için yöreye özgü ürünleri satın alırım.	19 ve altı	31	2.84	1.29	G. Arası	6.888	1.722	1.212	0.305
	20-29	188	2.74	1.15	Grup İçi	562.663	1.421		
	30-39	83	2.42	1.18	Toplam	569.551			
	40-49	48	2.67	1.31					
	50 ve üstü	51	2.67	1.17					
Toplam		401	2.66	1.19					
Tatil dönüşü evime götürmek için yöresel mutfak ekipmanları satın alırım.	19 ve altı	31	3.61	1.14	G. Arası	3.925	0.981	0.810	0.519
	20-29	188	3.48	1.03	Grup İçi	479.527	1.211		
	30-39	83	3.66	1.11	Toplam	483.451			
	40-49	48	3.65	1.13					
	50 ve üstü	51	3.75	1.24					
Toplam		401	3.58	1.09					

Tablo 9'un Devamı

İfadeler	Yaş	n	\bar{X}	SHx	Var.K.	K.T.	K.O.	F	p
Tatil dönüşü evime götürmek için yöresel reçetelerin bulunduğu yemek kitapları satın alırım.	19 ve altı	31	3.71	1.00	G. Arası	2.057	0.514	0.410	0.802
	20-29	188	3.66	1.12	Grup İçi	497.066	1.255		
	30-39	83	3.52	1.16	Toplam	499.122			
	40-49	48	3.73	1.04					
	50 ve üstü	51	3.71	1.17					
Toplam		401	3.65	1.11					
Yörelere özgü yemek programları ve gösterilerini izlerim, takip ederim.	19 ve altı	31	4.10	0.94	G. Arası	8.139	2.035	1.526	0.194
	20-29	188	3.60	1.16	Grup İçi	527.951	1.333		
	30-39	83	3.65	1.20	Toplam	536.090			
	40-49	48	3.83	1.13					
	50 ve üstü	51	3.78	1.15					
Toplam		401	3.70	1.16					
Yöresel yemeklerin yapılışını öğrenmeye çalışırım.	19 ve altı	31	3.32	1.22	G. Arası	0.403	0.101	0.070	0.991
	20-29	188	3.25	1.17	Grup İçi	570.615	1.441		
	30-39	83	3.23	1.23	Toplam	571.017			
	40-49	48	3.19	1.17					
	50 ve üstü	51	3.22	1.23					
Toplam		401	3.24	1.19					

p* < 0.05 1: 19 yaş ve altı 2: 20-29 yaş 3: 30-39 yaş 4: 40-49 yaş 5: 50 yaş ve üzeri

Tablo 10'da ise turistlerin gastronomi turizmine ilişkin görüşleri gelir durumuna göre karşılaştırılmıştır.

“Tatil yerimi seçmemde yöresel mutfak kültürü benim için önemli bir etkindir” ifadesine verilen cevapların ortalaması, 10 bin £ ve altı gelire sahip turist grubunda 2.39 iken, 10001-20000 £ gelire sahip turist grubunda ortalamanın 2.16 olduğu görülmektedir. 20001-30000 £ gelire sahip turist grubunda 1.85 ve 30001-40000 £ gelire sahip turist grubunda 2.46 olduğu tespit edilmiştir. 40001-50000 £ gelire sahip turist grubunda ise 1.94 ve 50001 £ ve üzeri gelire sahip turist grubunda ortalamanın 2.23 olduğu belirlenmiştir. Farkın istatistiksel olarak anlamsız olduğu tespit edilmiştir (p > 0.05). “Temalı (butik, mimari ve sanatsal açıdan özel) yemek yerim” ifadesine verilen cevapların ortalaması incelendiğinde, 10 bin £ ve altı gelire

sahip turistlerin ortalaması 2.91 iken, 10001-20000 £ aralığında gelire sahip turistlerde 3.07 şeklindedir. 20001-30000 £ aralığında gelire sahip turistlerin bu ifadeye verdikleri cevapların ortalaması 2.76 iken, 30001-40000 £ aralığındaki turistlerde 2.50 olduğu görülmektedir. 4001-50000 £ aralığında gelire sahip turistlerin cevapların ortalaması 2.56 ve 5001 £ ve üstü gelire sahip turistlerde 2.63 şeklinde belirlenmiştir. Farkın istatistiksel olarak anlamsız olduğu tespit edilmiştir ($p>0.05$). Turistlerin tatilleri esnasında yöresel yiyecek ve içecekleri mutlaka tatma konusunda gelir durumuna göre karşılaştırıldığında isteksiz oldukları görülmektedir. 20001-30000 £ aralığında gelire sahip turistlerde verilen cevapların ortalamasının (1.48 ± 0.71) ile, diğer gelir grubundaki turistlerden düşük olduğu saptanmıştır. Farkın istatistiksel olarak anlamsız olduğu belirlenmiştir ($p>0.05$).

“Restoranlara sadece meşhur mutfak şeflerinin hazırladığı lezzetleri tatmak için giderim” ifadesinde ortalamaların gelir gruplarına göre farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Bu farkın tukey testi sonucuna göre, 10 bin euro ve altı gelire sahip turistler ile 30001-40000 euro arası gelire sahip turistler ile 40001-50000 euro gelire sahip turistler ile 50001 euro ve üzeri gelire sahip turistler arasında, ayrıca, 10001-20000 euro arası gelire sahip turistler ile 20001-30000 euro arası gelire sahip turistler ve 30001-40000 euro arası gelire sahip turistler ile 40001-50000 euro arası gelire sahip turistler ile 50001 euro üzeri gelire sahip turistler arasında olduğu tespit edilmiştir ($p<0.05$).

Konuyla ilgili Bekar, Kılıç ve Şahin (2011)’in Hatay’da yapmış oldukları çalışmada, seçkin restoranlarda yemek yeme faktörü ile turistlerin gelir düzeyi arasında anlamlı farklılık olduğunu saptamışlardır. Geliri yüksek olan turistlerin çoğunlukla seçkin restoranları tercih ettikleri belirlenmiştir. Tayland’da yapılan çalışmada, Tayland Ayutthaya’ya gelen turistlerin günlük kişi başına 1,489,96 baht harcadıkları, bu oranın gıda ile ilgili etkinliklerde seyahat bütçelerinin yaklaşık yarısını (% 48)’ini oluşturduğu tespit edilmiştir (Pullphothong ve Sopa, www.ijbts-journal.com). Bu çalışmada da geliri yüksek olan turistlerin meşhur mutfak şeflerinin hazırladığı yemekleri tatmak için restoranlara gittiği ayrıca turistlerin gelir durumu yükseldikçe yöresel mutfak kültürüne ait yiyecek ve içecekleri tatmaya daha istekli oldukları görülmektedir.

Tablo 10. Turistlerin Gastronomi Turizmine İlişkin Görüşlerinin Gelir Durumuna Göre Karşılaştırılması (n=401)

İfadeler	Gelir Durumu	n	\bar{X}	SH _x	Var. K.	K. T.	K. O.	F	p
Tatil yerini seçmemde yöresel mutfak kültürü benim için önemli bir etkindir.	Cevapsız	14	2.36	1.15	G. Arası	12.371	2.062	1.914	0.077
	10 bin € ve altı	212	2.39	1.05	Grup İçi	424.347	1.077		
	10001-20000 €	55	2.16	1.05	Toplam	436.718			
	20001-30000 €	33	1.85	0.83					
	30001-40000 €	26	2.46	1.14					
	40001-50000 €	18	1.94	0.80					
	50001 € ve üstü	43	2.23	1.06					
Toplam		401	2.28	1.04					
Temalı (butik, mimari ve sanatsal açıdan özel) restoranlarda yemek yerim.	Cevapsız	14	2.79	1.12	G. Arası	10.555	1.759	1.315	0.249
	10 bin € ve altı	212	2.91	1.14	Grup İçi	527.231	1.338		
	10001-20000 €	55	3.07	1.05	Toplam	537.786			
	20001-30000 €	33	2.76	1.11					
	30001-40000 €	26	2.50	1.24					
	40001-50000 €	18	2.56	1.33					
	50001 € ve üstü	43	2.63	1.27					
Toplam		401	2.84	1.16					
Restoranlara sadece meşhur mutfak şeflerinin hazırladığı lezzetleri tatmak için giderim.	Cevapsız	14	3.29	1.20	G. Arası	19.845	3.308	2.449 (1-4.5.6) (2.3-4.5.6) (4-5)	0.025*
	10 bin € ve altı	212	3.16	1.14	Grup İçi	532.065	1.350		
	10001-20000 €	55	3.00	1.15	Toplam	551.910			
	20001-30000 €	33	3.00	1.19					
	30001-40000 €	26	2.77	0.99					
	40001-50000 €	18	2.39	1.24					
	50001 € ve üstü	43	2.65	1.28					
Toplam		401	3.01	1.17					

Tablo 10'un Devamı

İfadeler	Gelir Durumu	n	\bar{X}	SHx	Var.K.	K.T.	K.O.	F	p
Farklı mutfaklara ait yemeklerin servis edildiği restoranlarda yemek yerim.	Cevapsız	14	2.14	0.66	G. Arası	9.101	1.517	1.444	0.197
	10 bin € ve altı	212	2.44	0.97	Grup İçi	414.011	1.051		
	10001-20000 €	55	2.31	1.05	Toplam	423.112			
	20001-30000 €	33	2.00	1.09					
	30001-40000 €	26	2.65	0.97					
	40001-50000 €	18	2.39	1.19					
	50001 € ve üstü	43	2.26	1.20					
Toplam		401	2.37	1.02					
Alışık olduğum yemeklerin servis edildiği yerlerde yemek yerim.	Cevapsız	14	3.21	1.47	G. Arası	5.909	0.985	0.721	0.633
	10 bin € ve altı	212	3.36	1.12	Grup İçi	538.111	1.366		
	10001-20000 €	55	3.07	1.18	Toplam	544.020			
	20001-30000 €	33	3.33	1.11					
	30001-40000 €	26	3.35	1.02					
	40001-50000 €	18	3.44	1.04					
	50001 € ve üstü	43	3.09	1.41					
Toplam		401	3.29	1.16					
Lüks restoranlarda yemek yerim.	Cevapsız	14	3.71	1.13	G. Arası	9.730	1.622	1.368	0.226
	10 bin € ve altı	212	3.64	1.05	Grup İçi	466.899	1.185		
	10001-20000 €	55	3.65	1.07	Toplam	476.628			
	20001-30000 €	33	3.58	1.03					
	30001-40000 €	26	3.23	0.99					
	40001-50000 €	18	3.50	1.15					
	50001 € ve üstü	43	3.23	1.30					
Toplam		401	3.56	1.09					

Tablo 10'un Devamı

İfadeler	Gelir Durumu	n	\bar{X}	SHx	Var.K.	K.T.	K.O.	F	p
Hazır yemek (fastfood, McDonald's, KFC vb.) restoranlarında yemek yerim.	Cevapsız	14	3.50	1.34	G. Arası	7.240	1.207	0.830	0.547
	10 bin € ve altı	212	3.73	1.22	Grup İçi	572.561	1.453		
	10001-20000 €	55	3.64	1.36	Toplam	579.800			
	20001-30000 €	33	3.91	1.07					
	30001-40000 €	26	4.08	0.84					
	40001-50000 €	18	4.00	1.14					
	50001 € ve üstü	43	3.91	1.13					
Toplam		401	3.78	1.20					
Gittiğim destinasyonda yemek hazırlarım.	Cevapsız	14	3.43	1.01	G. Arası	10.099	1.683	1.201	0.305
	10 bin € ve altı	212	3.41	1.20	Grup İçi	552.075	1.401		
	10001-20000 €	55	3.35	1.17	Toplam	562.175			
	20001-30000 €	33	3.79	1.08					
	30001-40000 €	26	3.88	0.99					
	40001-50000 €	18	3.67	1.18					
	50001 € ve üstü	43	3.51	1.31					
Toplam		401	3.49	1.18					
Pazarlardan alışıık olduğum yemek malzemelerini satın alırım.	Cevapsız	14	3.00	1.17	G. Arası	6.284	1.047	0.735	0.622
	10 bin € ve altı	212	3.08	1.15	Grup İçi	561.726	1.426		
	10001-20000 €	55	2.87	1.11	Toplam	568.010			
	20001-30000 €	33	3.30	1.10					
	30001-40000 €	26	3.31	1.01					
	40001-50000 €	18	3.28	1.27					
	50001 € ve üstü	43	3.16	1.55					
Toplam		401	3.10	1.19					

Tablo 10'un Devamı

İfadeler	Gelir Durumu	n	\bar{X}	SHx	Var.K.	K.T.	K.O.	F	P
Tatilim esnasında yöresel yiyecek- içecekleri mutlaka tadarım.	Cevapsız	14	1.71	0.91	G. Arası	2.834	0.472	0.683	0.663
	10 bin € ve altı	212	1.74	0.82	Grup İçi	272.323	0.691		
	10001-20000 €	55	1.73	0.87	Toplam	275.157			
	20001-30000 €	33	1.48	0.71					
	30001-40000 €	26	1.81	0.89					
	40001-50000 €	18	1.89	0.83					
	50001 € ve üstü	43	1.65	0.84					
Toplam		401	1.72	0.82					
Tatilim esnasında yöreye özgü baharatları mutlaka tadarım.	Cevapsız	14	1.86	1.02	G. Arası	3.629	0.605	0.566	0.757
	10 bin € ve altı	212	2.11	1.04	Grup İçi	421.164	1.069		
	10001-20000 €	55	2.09	1.05	Toplam	424.793			
	20001-30000 €	33	1.97	1.13					
	30001-40000 €	26	2.08	1.09					
	40001-50000 €	18	2.06	0.80					
	50001 € ve üstü	43	1.84	0.89					
Toplam		401	2.05	1.03					
Tatilim esnasında yöresel ürünlerin satıldığı halk pazarlarını takip ederim.	Cevapsız	14	2.29	1.06	G. Arası	2.571	0.429	0.426	0.862
	10 bin € ve altı	212	2.25	0.94	Grup İçi	396.342	1.006		
	10001-20000 €	55	2.29	1.06	Toplam	398.913			
	20001-30000 €	33	2.12	0.96					
	30001-40000 €	26	2.50	1.10					
	40001-50000 €	18	2.22	0.87					
	50001 € ve üstü	43	2.35	1.17					
Toplam		401	2.27	0.99					

Tablo 10'un Devamı

İfadeler	Gelir Durumu	n	\bar{X}	SHx	Var.K.	K.T.	K.O.	F	p
Tatil dönüşü evime götürmek için yöreye özgü ürünleri satın alırım.	Cevapsız	14	2.86	1.35	G. Arası	7.037	1.173	0.821	0.554
	10 bin € ve altı	212	2.66	1.17	Grup İçi	562.514	1.428		
	10001-20000 €	55	2.80	1.20	Toplam	569.551			
	20001-30000 €	33	2.45	1.22					
	30001-40000 €	26	2.35	1.09					
	40001-50000 €	18	2.94	1.16					
	50001 € ve üstü	43	2.67	1.26					
Toplam		401	2.66	1.19					
Tatil dönüşü evime götürmek için yöresel mutfak ekipmanları satın alırım.	Cevapsız	14	3.86	0.86	G. Arası	3.817	0.636	0.523	0.791
	10 bin € ve altı	212	3.62	1.12	Grup İçi	479.635	1.217		
	10001-20000 €	55	3.51	0.99	Toplam	483.451			
	20001-30000 €	33	3.36	1.19					
	30001-40000 €	26	3.69	0.92					
	40001-50000 €	18	3.56	1.24					
	50001 € ve üstü	43	3.51	1.16					
Toplam		401	3.58	1.09					
Tatil dönüşü evime götürmek için yöresel reçetelerin bulunduğu yemek kitapları satın alırım.	Cevapsız	14	3.71	0.99	G. Arası	12.200	2.033	1.645	0.133
	10 bin € ve altı	212	3.73	1.06	Grup İçi	486.922	1.236		
	10001-20000 €	55	3.75	1.15	Toplam	499.122			
	20001-30000 €	33	3.24	1.17					
	30001-40000 €	26	3.81	0.93					
	40001-50000 €	18	3.22	1.06					
	50001 € ve üstü	43	3.51	1.35					
Toplam		401	3.65	1.11					

Tablo 10'unun Devamı

İfadeler	Gelir Durumu	n	\bar{X}	SHx	Var.K.	K.T.	K.O.	F	p
Yörelere özgü yemek programları ve gösterilerini izlerim, takip ederim.	Cevapsız	14	3.86	1.09	G. Arası	11.648	1.941	1.459	0.191
	10 bin € ve altı	212	3.80	1.14	Grup İçi	524.441	1.331		
	10001-20000 €	55	3.82	1.12	Toplam	536.090			
	20001-30000 €	33	3.33	1.13					
	30001-40000 €	26	3.65	0.97					
	40001-50000 €	18	3.44	0.92					
	50001 € ve üstü	43	3.44	1.40					
Toplam		401	3.70	1.15					
Yöresel yemeklerin yapılışını öğrenmeye çalışırım.	Cevapsız	14	3.43	1.01	G. Arası	3.307	0.551	0.382	0.890
	10 bin € ve altı	212	3.31	1.21	Grup İçi	567.711	1.441		
	10001-20000 €	55	3.16	1.27	Toplam	571.017			
	20001-30000 €	33	3.09	1.18					
	30001-40000 €	26	3.19	0.93					
	40001-50000 €	18	3.17	0.98					
	50001 € ve üstü	43	3.12	1.31					
Toplam		401	3.24	1.19					

p* < 0.05 1:10 bin £ ve altı 2:10001-20000 £ 3:20001-30000 £ 4:30001-40000 £ 5: 40001-50000 £ 6:50001 £ ve üzeri

Tablo 11'de turistlerin gastronomi turizmine ilişkin görüşlerinin konaklama yerlerine göre karşılaştırıldığında "Hazır yemek (Fasfood, Mc Donald'KFC vb) restoranlarında yemek yerim" ifadesine verilen cevapların ortalaması, otelde konaklayanlarda 3.75 iken, pansiyonda konaklayanlarda ise 3.98 ve butik otelde konaklayanlarda 3.71 olarak saptanmıştır. Akraba yanında kalanların bu ifadeye verdikleri cevapların ortalaması, 4.67, apart otelde konaklayanların 2.86, günübirlik ziyarette bulunanların 3.67 ve tatil köyünde konaklayanların 3.43 şeklindedir. Farkın istatistiksel olarak anlamsız olduğu belirlenmiştir (p>0.05).

“Tatilim esnasında yöresel yiyecek- içecekleri mutlaka tadarım” ifadesine verilen cevapların otelde ve pansiyonda konaklayanlarda 1.71, butik otelde konaklayanlarda 1.69 iken, günübirlik ziyarette bulunanlarda 1.83 olarak tespit edilmiştir. Apart otelde konaklayanlarda 2.14, akraba yanında konaklayanlarda 1.00 ve tatil köyünde konaklayanlarda 1.86 olarak saptanmıştır Farkın istatistiksel olarak anlamsız olduğu tespit edilmiştir ($p>0.05$).

“Temalı (butik, mimari ve sanatsal açıdan özel) restoranlarda yemek yerim” ifadesinde ortalamaların konaklama yerlerine göre farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Bu farkın tukey testi sonucuna göre, otelde konaklayan turistler ve günübirlik ziyaret eden turistler ile butik otelde konaklayan turistler ile apart otelde konaklayan turistler ile pansiyonda konaklayan turistler ile akraba yanında konaklayan turistler ile tatil köyünde konaklayan turistler arasında, ayrıca günübirlik ziyaret eden turistler ve apart otelde konaklayan turistler ile pansiyonda konaklayan turistler ile akraba yanında konaklayan turistler ile tatil köyünde konaklayan turistler arasında olduğu tespit edilmiştir ($p<0.05$).

Tablo 11. Turistlerin Gastronomi Turizmine İlişkin Görüşlerinin Konaklama Yerlerine Göre Karşılaştırılması (n=401)

İfadeler	Konaklama	n	\bar{X}	SH _x	Var. K.	K. T.	K. O.	F	P
Tatil yerini seçmemde yöresel mutfak kültürü benim için önemli bir etkidir.	Cevapsız	1	4.00	-	G. Arası	11.909	1.701	1.574	0.142
	Otel	246	2.26	0.98	Grup İçi	424.809	1.081		
	Günübirlik Ziyaret	12	2.00	0.73	Toplam	436.718			
	Butik Otel	42	2.21	1.20					
	Apart Otel	7	1.57	0.53					
	Pansiyon	83	2.47	1.18					
	Akraba Yanı	3	2.33	0.57					
	Tatil Köyü	7	1.86	0.69					
Toplam		401	2.28	1.04					

Tablo 11'in Devamı

İfadeler	Konaklama	n	\bar{X}	SHx	Var.K.	K.T.	K.O.	F	p
Temalı (butik, mimari ve sanatsal açıdan özel) restoranlarda yemek yerim.	Cevapsız	1	5.00	-	G. Arası	23.541	3.363	2.570 (1- 2.3.4.5.6.7) (3-4.5.6.7) (4-5.6.7) (5-6.7) (6-7)	0.013*
	Otel	246	2.85	1.13	Grup İçi	514.244	1.309		
	Günübirlik Ziyaret	12	2.50	1.16	Toplam	537.786			
	Butik Otel	42	2.57	1.30					
	Apart Otel	7	1.71	1.11					
	Pansiyon	83	3.00	1.10					
	Akraba Yanı	3	3.67	0.57					
	Tatil Köyü	7	3.29	1.11					
Toplam		401	2.84	1.16					
Restoranlara sadece meşhur mutfak şeflerinin hazırladığı lezzetleri tatmak için giderim.	Cevapsız	1	4.00	-	G. Arası	11.650	1.664	1.211	0.296
	Otel	246	3.04	1.16	Grup İçi	540.260	1.375		
	Günübirlik Ziyaret	12	2.25	1.05	Toplam	551.910			
	Butik Otel	42	3.10	1.37					
	Apart Otel	7	2.57	0.53					
	Pansiyon	83	2.99	1.14					
	Akraba Yanı	3	3.67	1.52					
	Tatil Köyü	7	3.29	1.11					
Toplam		401	3.01	1.17					
Farklı mutfaklara ait yemeklerin servis edildiği restoranlarda yemek yerim.	Cevapsız	1	3.00	-	G. Arası	7.911	1.130	1.070	0.382
	Otel	246	2.42	1.04	Grup İçi	415.201	1.056		
	Günübirlik Ziyaret	12	2.08	1.44	Toplam	423.112			
	Butik Otel	42	2.10	0.85					
	Apart Otel	7	1.86	1.34					
	Pansiyon	83	2.45	0.96					
	Akraba Yanı	3	2.00	0.00					
	Tatil Köyü	7	2.29	1.11					
Toplam		401	2.37	1.02					

Tablo 11'in Devamı

İfadeler	Konaklama	n	\bar{X}	SHx	Var.K.	K.T	K.O.	F	p
Alışık olduğum yemeklerin servis edildiği yerlerde yemek yerim.	Cevapsız	1	5.00	-	G. Arası	9.546	1.364	1.003	0.429
	Otel	246	3.35	1.06	Grup İçi	534.474	1.360		
	Günübirlik Ziyaret	12	3.00	1.41	Toplam	544.020			
	Butik Otel	42	3.31	1.15					
	Apart Otel	7	2.71	1.11					
	Pansiyon	83	3.19	1.41					
	Akraba Yanı	3	3.67	0.57					
	Tatil Köyü	7	2.86	1.06					
Toplam		401	3.29	1.16					

p* < 0.05 1: Otel 2: Günübirlik Ziyaret 3: Butik Otel 4: Apart Otel 5: Pansiyon 6: Akraba Yan 7: Tatil Köyü

Tablo 12'de turistlerin gastronomi turizmine ilişkin görüşlerinin milliyetlerine göre karşılaştırılması incelenmiştir.

“Tatil yerini seçmemde yöresel mutfak kültürü benim için önemli bir etkindir” ifadesine verilen cevapların ortalamaları incelendiğinde Asyalıların 2.13, Avrupalıların 2.46, Amerikalıların ise 2.49 olduğu görülmektedir. Farkın Asyalılar ile Avrupalı ve Amerikalılar arasında olduğu görülmektedir. “Temalı (butik, mimari ve sanatsal açıdan özel) restoranlarda yemek yerim” ifadesinde Avrupalıların diğer milliyetlere göre daha yüksek ortalamaya (3.11±1.09) sahip oldukları görülmektedir. Bunu sırasıyla Amerikalılar (2.83±1.23) ve Asyalılar (2.73±1.14) izlemektedir. İstatistiksel olarak anlamlı olan farkın Asyalıların Avrupalılar ile, Avrupalıların Amerikalılar ile arasında olduğu tespit edilmiştir. ‘Restoranlara sadece meşhur mutfak şeflerinin hazırladığı lezzetleri tatmak için giderim’ ifadesine verilen cevapların ortalamaları incelendiğinde Asyalıların 2.80, Avrupalıların 3.42 ve Amerikalıların 3.13 ortalamaya sahip oldukları ve milliyetlere göre farklılık gösterdiği görülmektedir. Farklılık Asya ve Avrupa ile Amerikalılar arasında, ayrıca, Avrupa ve Amerikalılar arasındadır.

“Farklı mutfaklara ait yemeklerin servis edildiği restoranlarda yemek yerim” ifadesinde Avrupalıların daha yüksek ortalamaya (2.56 ± 1.04) sahip oldukları görülmektedir. Bunu sırasıyla Asyalılar (2.39 ± 0.96) ve Amerikalılar (2.03 ± 1.11) izlemektedir. İstatistiksel olarak anlamlı olan farkın Asya ve Amerika arasında, ayrıca Avrupa ve Amerika arasında olduğu görülmektedir.

“Alışık olduğum yemeklerin servis edildiği yerlerde yemek yerim” ifadesinin milliyetlere göre farklılık gösterdiği görülmektedir. Farklılık Asyalıların Avrupalılar ile Amerikalılar arasındadır. ‘Lüks restoranlarda yemek yerim’ ifadesine verilen cevapların ortalamaları incelendiğinde Asyalıların 3.35, Avrupalıların 4.04 ve Amerikalıların 3.56 ortalamaya sahip oldukları ve farkın istatistiksel olarak anlamlı olduğu tespit edilmiştir ($p < 0.05$). Farkın Asyalılar ile Avrupalılar arasında ayrıca Avrupalılar ve Amerika arasında olduğu görülmektedir. “Hazır yemek (Fastfood, McDonald’s, KFC vb.) restoranlarında yemek yerim” ifadesine verilen cevapların ortalamaları incelendiğinde Asyalıların 3.64, Avrupalıların 4.06 ve Amerikalıların 3.80 ortalamaya sahip oldukları belirlenmiştir. Fark Asya ve Avrupa arasındadır. ‘Gittiğim destinasyonda yemek hazırlarım’ ifadesinde Amerikalıların daha yüksek ortalamaya (3.77 ± 1.13) sahip oldukları görülmektedir. Bunu sırasıyla Avrupalılar (3.64 ± 1.14) ve Asyalılar (3.32 ± 1.19) izlemektedir. İstatistiksel olarak anlamlı olan farkın Asyalılar, Amerika ile Avrupa arasında olduğu saptanmıştır.

“Tatilim esnasında yöresel yiyecek- içecekleri mutlaka tadarım” ifadesinin milliyetlere göre farklılık gösterdiği görülmektedir. Farkın Asyalıların Avrupalılar ile Amerikalılar arasındadır. “Tatilim esnasında yöreye özgü baharatları mutlaka tadarım” ifadesine verilen cevapların ortalamaları incelendiğinde Asyalıların 2.23, Avrupalıların 1.77 ve Amerikalıların 1.91 ortalamaya sahip, farkın istatistiksel olarak anlamlı olduğu tespit edilmiştir. ($p < 0.05$). Farkın Asyalıların Avrupalılar ile Amerikalılar arasında olduğu görülmektedir. “Tatil dönüşü evime götürmek için yöreye özgü ürünleri satın alırım” ifadesine verilen cevapların ortalamaları incelendiğinde Asyalıların 2.88, Avrupalıların 2.32 ve Amerikalıların 2.47 ortalamaya sahip oldukları görülmektedir. ($p < 0.05$). Fark Asyalıların, Avrupa ve Amerikalılar ile arasında olduğu belirlenmiştir. “Tatil dönüşü evime götürmek için

yöresel mutfak ekipmanları satın alırım” ifadesinde Amerikalıların daha yüksek ortalamaya (3.83 ± 1.21) sahip oldukları görülmektedir. Bunu sırasıyla Asyalılar (3.58 ± 1.06) ve Avrupalılar (3.40 ± 1.07) izlemektedir. İstatistiksel olarak anlamlı olan farkın Asya ve Amerika arasında, ayrıca Avrupa ve Amerika arasında olduğu görülmektedir.

“Yörelere özgü yemek programları ve gösterilerini izlerim, takip ederim” ifadesinin milliyetlere göre istatistiksel olarak anlamlı fark gösterdiği görülmektedir. Fark Asyalıları ile Avrupalılar ve Amerikalılar arasındadır. “Yöresel yemeklerin yapılışını öğrenmeye çalışırım” ifadesine verilen cevapların ortalamaları incelendiğinde Asyalıların 3.36, Avrupalıların 2.88, Amerikalıların ise 3.36 oldukları ve farkın istatistiksel olarak anlamlı olduğu tespit edilmiştir ($p < 0.05$). Farkın Asya ve Avrupa arasında ayrıca Avrupa ve Amerika arasında olduğu görülmektedir. Brokaj, (2014) tarafından yapılan çalışmada turistlerin Vlora bölgesine yöresel yiyecek ve içecekleri tatmak için geldikleri sonucu tespit edilmiştir. Turistlerin % 77’i yerel kimlikli restoranlarda yemek yemeyi tercih ettikleri sonucu belirlenmiştir. Bu çalışmada da benzer sonuç elde edilmiştir.

Kivela ve Crotts (2005) tarafından Hong Kong’da yapılan çalışma sonucunda turistlerin % 21’nin Hong Kong’a gelmelerinin en önemli nedeninin farklı yemekleri tatmak olduğu belirlenmiştir. Bu çalışmada da turistlerin tatil yerini seçmelerinde yöresel mutfak kültürünün önemli bir etken olduğu sonucu elde edilmiştir.

Tablo 12. Turistlerin Gastronomi Turizmine İlişkin Görüşlerinin Milliyetlerine Göre Karşılaştırılması (n=401)

İfadeler	Milliyet	n	\bar{X}	SH _x	Var. K.	K. T.	K. O.	F	P
Tatil yerini seçmemde yöresel mutfak kültürü benim için önemli bir etkidir.	Asya	226	2.13	0.96	G. Arası	11.853	5.926	5.552 (1-2,3)	0.004*
	Avrupa	100	2.46	1.02	Grup İçi	424.865	1.068		
	Amerika	75	2.49	1.21	Toplam	436.718			
	Toplam	401	2.28	1.04					
Temalı (butik, mimari ve sanatsal açıdan özel) restoranlarda yemek yerim.	Asya	226	2.73	1.14	G. Arası	10.258	5.129	3.870 (1-2) (2-3)	0.022*
	Avrupa	100	3.11	1.09	Grup İçi	527.528	1.325		
	Amerika	75	2.83	1.23	Toplam	537.786			
	Toplam	401	2.84	1.16					
Restoranlara sadece meşhur mutfak şeflerinin hazırladığı lezzetleri tatmak için giderim.	Asya	226	2.80	1.14	G. Arası	28.246	14.123	10.734 (1-2,3) (2-3)	0.000*
	Avrupa	100	3.42	1.03	Grup İçi	523.664	1.316		
	Amerika	75	3.13	1.27	Toplam	551.910			
	Toplam	401	3.01	1.17					
Farklı mutfaklara ait yemeklerin servis edildiği restoranlarda yemek yerim.	Asya	226	2.39	0.96	G. Arası	12.574	6.287	6.095 (1-3) (2-3)	0.002*
	Avrupa	100	2.56	1.04	Grup İçi	410.538	1.032		
	Amerika	75	2.03	1.11	Toplam	423.112			
	Toplam	401	2.37	1.02					
Alışık olduğum yemeklerin servis edildiği yerlerde yemek yerim.	Asya	226	3.01	1.09	G. Arası	47.163	23.582	18.890 (1-2)	0.000*
	Avrupa	100	3.83	1.09	Grup İçi	496.857	1.248		
	Amerika	75	3.39	1.20	Toplam	544.020			
	Toplam	401	3.29	1.16					
Lüks restoranlarda yemek yerim.	Asya	226	3.35	1.11	G. Arası	32.627	16.314	14.623 (1-2)	0.000*
	Avrupa	100	4.04	0.84	Grup İçi	444.001	1.116		
	Amerika	75	3.56	1.13	Toplam	476.628			
	Toplam	401	3.56	1.09					

Tablo 12'nin Devamı

İfadeler	Milliyet	n	\bar{X}	SH _x	Var. K.	K.T	K.O	F	P
Tatil yerini seçmemde yöresel mutfak kültürü benim için önemli bir etkidir.	Asya	226	2.13	0.96	G.arası	11.853	5.926	5.552 (1-2.3)	0.004*
	Avrupa	100	2.46	1.02	Grup içi	424.865	1.068		
	Amerika	75	2.49	1.21	Toplam	436.718			
Toplam		401	2.28	1.04					
Temalı (butik, mimari ve sanatsal açıdan özel) restoranlarda yemek yerim.	Asya	226	2.73	1.14	G.arası	10.258	5.129	3.870 (1-2) (2-3)	0.022*
	Avrupa	100	3.11	1.09	Grup içi	527.528	1.325		
	Amerika	75	2.83	1.23	Toplam	537.786			
Toplam		401	2.84	1.16					

p* < 0.05 1 :Asya 2:Avrupa 3: Amerika

4.3. Turistlerin Yöresel Yiyecek ve İçeceklerle İlişkin Tutum ve Davranışlarına İlişkin Bulgular

Tablo 13'de, 401 katılımcının gastronomi turizmine yönelik görüşlerine ilişkin ortalamaları incelendiğinde en yüksek ortalamaya (2.79 ± 1.14) sahip ifadenin, 'Yöresel lezzetleri tadarken, gürültüden uzaklaştığımı düşünüyorum' ifadesi olduğu görülmektedir. Bu ifadeyi sırasıyla 'Yöresel yiyecek ve içecekleri tatmanın beni sağlıklı yapacağını düşünüyorum' (2.63 ± 1.00) 'Yöresel yiyecek ve içeceklerin daha besleyici olduğunu düşünüyorum' (2.55 ± 1.04) 'Yöresel yiyecek ve içeceklerin beni dinlendirdiğini düşünüyorum' (2.45 ± 1.01) ifadeleri takip etmektedir. 'Bu yöreye gelmek isteyenlere yöresel yiyecek ve içecekleri tatmalarını önereceğim' ifadesinin ortalaması 1.73 ± 0.84 iken, 'Yöresel yiyecek ve içecekleri tatmak beni heyecanlandırır' ifadesi 1.78 ± 0.80 ve 'Yöresel yiyecek ve içecekleri yerinde tatmak insana otantik bir hava veriyor' ifadesi 1.84 ± 0.90 şeklindedir. Farkın istatistiksel olarak anlamsız olduğu tespit edilmiştir ($p > 0.05$). 'Yöresel yiyecek ve içecekler bana yerel halkın kültürü hakkında bilgi veriyor' ifadesi 1.85 ± 0.83 , 'Bu yöreye tatile gelmek isteyenlere yöresel mutfak kültürü hakkında bilgi vermek istiyorum' ifadesi

ise 2.01 ± 0.93 şeklindedir. ‘Yöresel yiyecek ve içecekler bana her zaman canlılık verir’ 2.08 ± 0.87 ve ‘Yöresel mutfaklarda yiyecek ve içecek çeşitliliğinin daha fazla olduğunu düşünüyorum’ 2.33 ± 0.99 şeklinde tespit edilmiştir. Farkın istatistiksel olarak anlamsız olduğu saptanmıştır ($p > 0.05$).

Tablo 13. Turistlerin Yöresel Yiyecek ve İçeceklere İlişkin Tutum ve Davranışlarına İlişkin Betimsel Bulgular

İfadeler	\bar{X}	S.S
Yöresel yiyecek ve içecekleri tatmak beni heyecanlandırır.	1.78	0.80
Yöresel yiyecek ve içecekler bana her zaman canlılık verir.	2.08	0.87
Yöresel yiyecek ve içeceklerin beni dinlendirdiğini düşünüyorum.	2.45	1.01
Yöresel yiyecek ve içecekleri tatmanın beni sağlıklı yapacağını düşünüyorum.	2.63	1.00
Yöresel yiyecek ve içeceklerin daha besleyici olduğunu düşünüyorum.	2.55	1.04
Yöresel yiyecek ve içecekleri yerinde tatmak, insana otantik bir hava veriyor.	1.84	0.90
Yöresel lezzetleri tadarken, gürültüden uzaklaştığımı düşünüyorum.	2.79	1.14
Yöresel mutfaklarda yiyecek ve içecek çeşitliliğinin daha fazla olduğunu düşünüyorum.	2.33	0.99
Yöresel yiyecek ve içecekler bana yerel halkın kültürü ile ilgili bilgi veriyor.	1.85	0.83
Bu yöreye tatile gelmek isteyenlere yöresel mutfak kültürü hakkında bilgi vermek istiyorum.	2.01	0.93
Bu yöreye tatile gelmek isteyenlere yöresel yiyecek ve içecekleri tatmalarını önereceğim.	1.73	0.84

Tablo 14’de turistlerin gastronomi turizmine ilişkin tutum ve davranışlarının cinsiyete göre dağılımı verilmiştir.

“Bu yöreye gelmek isteyenlere yöresel yiyecek ve içecekleri tatmalarını önereceğim” ifadesine verilen cevapların ortalamalarının, kadın turistlerde (1.67±0.84) iken, erkek turistlerde (1.81± 0.83) olduğu görülmektedir. Bununla birlikte en yüksek ortalamaya sahip ifadenin; “Yöresel lezzetleri tadarken, gürültüden uzaklaştığımı düşünüyorum” ifadesi olduğu görülmektedir. Kadın turistlerin bu ifadeye verdikleri cevabın ortalaması (2.81±1.17) iken, erkek turistlerde ise bu ortalama (2.75±1.12) olarak belirlenmiştir. ‘Yöresel yiyecek ve içecekler bana yerel halkın hakkında bilgi veriyor’ ifadesinde verilen cevapların cinsiyete göre istatistiksel olarak anlamlı fark gösterdiği saptanmıştır (p<0.05). Bu farkın erkeklerde (1.92±0.83) ortalama ile kadınlardan (1.79±0.83) yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 14. Turistlerin Gastronomi Turizmine İlişkin Tutum ve Davranışlarının Cinsiyete Göre Karşılaştırılması (n=401)

İfadeler	Cinsiyet	n	\bar{X}	S.S.	F	t	p																																																																																												
Yöresel yiyecek ve içecekleri tatmak beni heyecanlandırır.	Kadın	226	1.74	0.77	0.658	-1.110	0.418																																																																																												
	Erkek	175	1.83	0.84				Yöresel yiyecek ve içecekler bana her zaman canlılık verir.	Kadın	226	2.07	0.84	2.794	-0.234	0.095	Erkek	175	2.09	0.91	Yöresel yiyecek ve içeceklerin beni dinlendirdiğini düşünüyorum.	Kadın	226	2.48	1.00	0.002	0.697	0.962	Erkek	175	2.41	1.01	Yöresel yiyecek ve içecekleri tatmanın beni sağlıklı yapacağımı düşünüyorum.	Kadın	226	2.69	0.98	1.061	1.451	0.304	Erkek	175	2.55	1.02	Yöresel yiyecek ve içeceklerin daha besleyici olduğunu düşünüyorum.	Kadın	226	2.63	1.05	0.004	1.743	0.951	Erkek	175	2.45	1.02	Yöresel yiyecek ve içecekleri yerinde tatmak, insana otantik bir hava veriyor.	Kadın	226	1.82	0.90	0.679	-0.613	0.410	Erkek	175	1.87	0.90	Yöresel lezzetleri tadarken, gürültüden uzaklaştığımı düşünüyorum.	Kadın	226	2.81	1.17	0.043	0.479	0.835	Erkek	175	2.75	1.12	Yöresel mutfaklarda yiyecek ve içecek çeşitliliğinin daha fazla olduğunu düşünüyorum.	Kadın	226	2.37	1.02	1.293	0.930	0.256	Erkek	175	2.27	0.95	Yöresel yiyecek ve içecekler bana yerel halkın kültürü ile ilgili bilgi veriyor.	Kadın	226	1.79	0.83	4.160	-1.574	0.042*
Yöresel yiyecek ve içecekler bana her zaman canlılık verir.	Kadın	226	2.07	0.84	2.794	-0.234	0.095																																																																																												
	Erkek	175	2.09	0.91				Yöresel yiyecek ve içeceklerin beni dinlendirdiğini düşünüyorum.	Kadın	226	2.48	1.00	0.002	0.697	0.962	Erkek	175	2.41	1.01	Yöresel yiyecek ve içecekleri tatmanın beni sağlıklı yapacağımı düşünüyorum.	Kadın	226	2.69	0.98	1.061	1.451	0.304	Erkek	175	2.55	1.02	Yöresel yiyecek ve içeceklerin daha besleyici olduğunu düşünüyorum.	Kadın	226	2.63	1.05	0.004	1.743	0.951	Erkek	175	2.45	1.02	Yöresel yiyecek ve içecekleri yerinde tatmak, insana otantik bir hava veriyor.	Kadın	226	1.82	0.90	0.679	-0.613	0.410	Erkek	175	1.87	0.90	Yöresel lezzetleri tadarken, gürültüden uzaklaştığımı düşünüyorum.	Kadın	226	2.81	1.17	0.043	0.479	0.835	Erkek	175	2.75	1.12	Yöresel mutfaklarda yiyecek ve içecek çeşitliliğinin daha fazla olduğunu düşünüyorum.	Kadın	226	2.37	1.02	1.293	0.930	0.256	Erkek	175	2.27	0.95	Yöresel yiyecek ve içecekler bana yerel halkın kültürü ile ilgili bilgi veriyor.	Kadın	226	1.79	0.83	4.160	-1.574	0.042*	Erkek	175	1.92	0.83								
Yöresel yiyecek ve içeceklerin beni dinlendirdiğini düşünüyorum.	Kadın	226	2.48	1.00	0.002	0.697	0.962																																																																																												
	Erkek	175	2.41	1.01				Yöresel yiyecek ve içecekleri tatmanın beni sağlıklı yapacağımı düşünüyorum.	Kadın	226	2.69	0.98	1.061	1.451	0.304	Erkek	175	2.55	1.02	Yöresel yiyecek ve içeceklerin daha besleyici olduğunu düşünüyorum.	Kadın	226	2.63	1.05	0.004	1.743	0.951	Erkek	175	2.45	1.02	Yöresel yiyecek ve içecekleri yerinde tatmak, insana otantik bir hava veriyor.	Kadın	226	1.82	0.90	0.679	-0.613	0.410	Erkek	175	1.87	0.90	Yöresel lezzetleri tadarken, gürültüden uzaklaştığımı düşünüyorum.	Kadın	226	2.81	1.17	0.043	0.479	0.835	Erkek	175	2.75	1.12	Yöresel mutfaklarda yiyecek ve içecek çeşitliliğinin daha fazla olduğunu düşünüyorum.	Kadın	226	2.37	1.02	1.293	0.930	0.256	Erkek	175	2.27	0.95	Yöresel yiyecek ve içecekler bana yerel halkın kültürü ile ilgili bilgi veriyor.	Kadın	226	1.79	0.83	4.160	-1.574	0.042*	Erkek	175	1.92	0.83																				
Yöresel yiyecek ve içecekleri tatmanın beni sağlıklı yapacağımı düşünüyorum.	Kadın	226	2.69	0.98	1.061	1.451	0.304																																																																																												
	Erkek	175	2.55	1.02				Yöresel yiyecek ve içeceklerin daha besleyici olduğunu düşünüyorum.	Kadın	226	2.63	1.05	0.004	1.743	0.951	Erkek	175	2.45	1.02	Yöresel yiyecek ve içecekleri yerinde tatmak, insana otantik bir hava veriyor.	Kadın	226	1.82	0.90	0.679	-0.613	0.410	Erkek	175	1.87	0.90	Yöresel lezzetleri tadarken, gürültüden uzaklaştığımı düşünüyorum.	Kadın	226	2.81	1.17	0.043	0.479	0.835	Erkek	175	2.75	1.12	Yöresel mutfaklarda yiyecek ve içecek çeşitliliğinin daha fazla olduğunu düşünüyorum.	Kadın	226	2.37	1.02	1.293	0.930	0.256	Erkek	175	2.27	0.95	Yöresel yiyecek ve içecekler bana yerel halkın kültürü ile ilgili bilgi veriyor.	Kadın	226	1.79	0.83	4.160	-1.574	0.042*	Erkek	175	1.92	0.83																																
Yöresel yiyecek ve içeceklerin daha besleyici olduğunu düşünüyorum.	Kadın	226	2.63	1.05	0.004	1.743	0.951																																																																																												
	Erkek	175	2.45	1.02				Yöresel yiyecek ve içecekleri yerinde tatmak, insana otantik bir hava veriyor.	Kadın	226	1.82	0.90	0.679	-0.613	0.410	Erkek	175	1.87	0.90	Yöresel lezzetleri tadarken, gürültüden uzaklaştığımı düşünüyorum.	Kadın	226	2.81	1.17	0.043	0.479	0.835	Erkek	175	2.75	1.12	Yöresel mutfaklarda yiyecek ve içecek çeşitliliğinin daha fazla olduğunu düşünüyorum.	Kadın	226	2.37	1.02	1.293	0.930	0.256	Erkek	175	2.27	0.95	Yöresel yiyecek ve içecekler bana yerel halkın kültürü ile ilgili bilgi veriyor.	Kadın	226	1.79	0.83	4.160	-1.574	0.042*	Erkek	175	1.92	0.83																																												
Yöresel yiyecek ve içecekleri yerinde tatmak, insana otantik bir hava veriyor.	Kadın	226	1.82	0.90	0.679	-0.613	0.410																																																																																												
	Erkek	175	1.87	0.90				Yöresel lezzetleri tadarken, gürültüden uzaklaştığımı düşünüyorum.	Kadın	226	2.81	1.17	0.043	0.479	0.835	Erkek	175	2.75	1.12	Yöresel mutfaklarda yiyecek ve içecek çeşitliliğinin daha fazla olduğunu düşünüyorum.	Kadın	226	2.37	1.02	1.293	0.930	0.256	Erkek	175	2.27	0.95	Yöresel yiyecek ve içecekler bana yerel halkın kültürü ile ilgili bilgi veriyor.	Kadın	226	1.79	0.83	4.160	-1.574	0.042*	Erkek	175	1.92	0.83																																																								
Yöresel lezzetleri tadarken, gürültüden uzaklaştığımı düşünüyorum.	Kadın	226	2.81	1.17	0.043	0.479	0.835																																																																																												
	Erkek	175	2.75	1.12				Yöresel mutfaklarda yiyecek ve içecek çeşitliliğinin daha fazla olduğunu düşünüyorum.	Kadın	226	2.37	1.02	1.293	0.930	0.256	Erkek	175	2.27	0.95	Yöresel yiyecek ve içecekler bana yerel halkın kültürü ile ilgili bilgi veriyor.	Kadın	226	1.79	0.83	4.160	-1.574	0.042*	Erkek	175	1.92	0.83																																																																				
Yöresel mutfaklarda yiyecek ve içecek çeşitliliğinin daha fazla olduğunu düşünüyorum.	Kadın	226	2.37	1.02	1.293	0.930	0.256																																																																																												
	Erkek	175	2.27	0.95				Yöresel yiyecek ve içecekler bana yerel halkın kültürü ile ilgili bilgi veriyor.	Kadın	226	1.79	0.83	4.160	-1.574	0.042*	Erkek	175	1.92	0.83																																																																																
Yöresel yiyecek ve içecekler bana yerel halkın kültürü ile ilgili bilgi veriyor.	Kadın	226	1.79	0.83	4.160	-1.574	0.042*																																																																																												
	Erkek	175	1.92	0.83																																																																																															

Tablo 14'ün Devamı

İfadeler	Cinsiyet	n	\bar{X}	S.S.	F	T	p
Bu yöreye tatile gelmek isteyenlere yöresel mutfak kültürü hakkında bilgi vermek istiyorum.	Kadın	226	1.97	0.94	0.008	-1.118	0.930
	Erkek	175	2.07	0.92			
Bu yöreye tatile gelmek isteyenlere yöresel yiyecek ve içecekleri tatmalarını önereceğim.	Kadın	226	1.67	0.84	0.084	-1.621	0.772
	Erkek	175	1.81	0.83			

p* < 0.05

Tablo 15’de turistlerin gastronomi turizmine ilişkin tutum ve davranışlarının medeni duruma göre dağılımı gösterilmiştir.

“Bu yöreye gelmek isteyenlere yöresel yiyecekler ve içecekleri tatmalarını önereceğim” ifadesine verilen cevapların ortalamasının hem evli hem de bekarlarda diğer ifadelere göre düşük olduğu görülmektedir. Evli turistlerin bu ifadeye verdikleri cevapların ortalamasının 1.71, bekar turistlerin ise 1.77 olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte, “Yöresel lezzetleri tadarken, gürültüden uzaklaştığımı düşünüyorum” ifadesine verilen cevapların ortalamasının evli ve bekarlarda yüksek olduğu görülmektedir. Evli turistlerin bu ifadeye verdikleri cevapların ortalamasının (2.89±1.07), bekar turistlerden (2.60±1.26) daha yüksek ve farkın istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir (p<0.05). “Yöresel yiyecek ve içecekler bana her zaman canlılık verir” ifadesinin ortalaması evlilerde 2.07±0.79, bekarlarda ise 2.11±1.01 şeklindedir.

“Yöresel yiyecek ve içeceklerin beni dinlendirdiğini düşünüyorum” evlilerde ortalama, 2.65±0.94, bekarlarda 2.61±1.10 şeklinde belirlenmiştir (p<0.05). Farkın istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır. “Yöresel yiyecek ve içecekleri tatmanın beni sağlıklı yapacağını düşünüyorum”, ifadesi evlilerde 2.65±0.94 iken, bekarlarda 2.61±1.10 şeklinde belirlenmiş olup, bu ifadelerin evli ve bekar olma durumuna göre anlamlı farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. “Yöresel lezzetleri tadarken, gürültüden uzaklaştığımı düşünüyorum” ifadelerinin evli ve bekar olma durumuna göre anlamlı farklılık gösterdiği belirlenmiştir (p<0.05).

Tablo 15. Turistlerin Gastronomi Turizmine İlişkin Tutum ve Davranışlarının Medeni Duruma Göre Karşılaştırılması (n=401)

İfadeler	Medeni durum	n	\bar{X}	S.S.	F	T	p																																																																																																																				
Yöresel yiyecek ve içecekleri tatmak beni heyecanlandırır.	Evli	264	1.78	0.77	2.800	-1.121	0.095																																																																																																																				
	Bekar	136	1.79	0.86				Yöresel yiyecek ve içecekler bana her zaman canlılık verir.	Evli	264	2.07	0.79	7.431	-0.424	0.007*	Bekar	136	2.11	1.01	Yöresel yiyecek ve içeceklerin beni dinlendirdiğini düşünüyorum.	Evli	264	2.41	0.95	4.085	-1.117	0.044*	Bekar	136	2.54	1.09	Yöresel yiyecek ve içecekleri tatmanın beni sağlıklı yapacağını düşünüyorum.	Evli	264	2.65	0.94	4.408	0.337	0.036*	Bekar	136	2.61	1.10	Yöresel yiyecek ve içeceklerin daha besleyici olduğunu düşünüyorum.	Evli	264	2.59	1.02	0.216	1.028	0.642	Bekar	136	2.48	1.08	Yöresel yiyecek ve içecekleri yerinde tatmak, insana otantik bir hava veriyor.	Evli	264	1.88	0.90	0.063	1.044	0.802	Bekar	136	1.78	0.89	Yöresel lezzetleri tadarken, gürültüden uzaklaştığımı düşünüyorum.	Evli	264	2.89	1.07	10.877	2.326	0.001*	Bekar	136	2.60	1.26	Yöresel mutfaklarda yiyecek ve içecek çeşitliliğinin daha fazla olduğunu düşünüyorum.	Evli	264	2.34	1.01	0.647	0.200	0.422	Bekar	136	2.32	0.94	Yöresel yiyecek ve içecekler bana yerel halkın kültürü ile ilgili bilgi veriyor.	Evli	264	1.83	0.81	1.704	-0.471	0.193	Bekar	136	1.88	0.89	Bu yöreye tatile gelmek isteyenlere yöresel mutfak kültürü hakkında bilgi vermek istiyorum.	Evli	264	1.96	0.93	0.171	-1.654	0.679	Bekar	136	2.13	0.93	Bu yöreye tatile gelmek isteyenlere yöresel yiyecek ve içecekleri tatmalarını önereceğim.	Evli	264	1.71	0.79	3.508	-0.714	0.062
Yöresel yiyecek ve içecekler bana her zaman canlılık verir.	Evli	264	2.07	0.79	7.431	-0.424	0.007*																																																																																																																				
	Bekar	136	2.11	1.01				Yöresel yiyecek ve içeceklerin beni dinlendirdiğini düşünüyorum.	Evli	264	2.41	0.95	4.085	-1.117	0.044*	Bekar	136	2.54	1.09	Yöresel yiyecek ve içecekleri tatmanın beni sağlıklı yapacağını düşünüyorum.	Evli	264	2.65	0.94	4.408	0.337	0.036*	Bekar	136	2.61	1.10	Yöresel yiyecek ve içeceklerin daha besleyici olduğunu düşünüyorum.	Evli	264	2.59	1.02	0.216	1.028	0.642	Bekar	136	2.48	1.08	Yöresel yiyecek ve içecekleri yerinde tatmak, insana otantik bir hava veriyor.	Evli	264	1.88	0.90	0.063	1.044	0.802	Bekar	136	1.78	0.89	Yöresel lezzetleri tadarken, gürültüden uzaklaştığımı düşünüyorum.	Evli	264	2.89	1.07	10.877	2.326	0.001*	Bekar	136	2.60	1.26	Yöresel mutfaklarda yiyecek ve içecek çeşitliliğinin daha fazla olduğunu düşünüyorum.	Evli	264	2.34	1.01	0.647	0.200	0.422	Bekar	136	2.32	0.94	Yöresel yiyecek ve içecekler bana yerel halkın kültürü ile ilgili bilgi veriyor.	Evli	264	1.83	0.81	1.704	-0.471	0.193	Bekar	136	1.88	0.89	Bu yöreye tatile gelmek isteyenlere yöresel mutfak kültürü hakkında bilgi vermek istiyorum.	Evli	264	1.96	0.93	0.171	-1.654	0.679	Bekar	136	2.13	0.93	Bu yöreye tatile gelmek isteyenlere yöresel yiyecek ve içecekleri tatmalarını önereceğim.	Evli	264	1.71	0.79	3.508	-0.714	0.062	Bekar	136	1.77	0.93								
Yöresel yiyecek ve içeceklerin beni dinlendirdiğini düşünüyorum.	Evli	264	2.41	0.95	4.085	-1.117	0.044*																																																																																																																				
	Bekar	136	2.54	1.09				Yöresel yiyecek ve içecekleri tatmanın beni sağlıklı yapacağını düşünüyorum.	Evli	264	2.65	0.94	4.408	0.337	0.036*	Bekar	136	2.61	1.10	Yöresel yiyecek ve içeceklerin daha besleyici olduğunu düşünüyorum.	Evli	264	2.59	1.02	0.216	1.028	0.642	Bekar	136	2.48	1.08	Yöresel yiyecek ve içecekleri yerinde tatmak, insana otantik bir hava veriyor.	Evli	264	1.88	0.90	0.063	1.044	0.802	Bekar	136	1.78	0.89	Yöresel lezzetleri tadarken, gürültüden uzaklaştığımı düşünüyorum.	Evli	264	2.89	1.07	10.877	2.326	0.001*	Bekar	136	2.60	1.26	Yöresel mutfaklarda yiyecek ve içecek çeşitliliğinin daha fazla olduğunu düşünüyorum.	Evli	264	2.34	1.01	0.647	0.200	0.422	Bekar	136	2.32	0.94	Yöresel yiyecek ve içecekler bana yerel halkın kültürü ile ilgili bilgi veriyor.	Evli	264	1.83	0.81	1.704	-0.471	0.193	Bekar	136	1.88	0.89	Bu yöreye tatile gelmek isteyenlere yöresel mutfak kültürü hakkında bilgi vermek istiyorum.	Evli	264	1.96	0.93	0.171	-1.654	0.679	Bekar	136	2.13	0.93	Bu yöreye tatile gelmek isteyenlere yöresel yiyecek ve içecekleri tatmalarını önereceğim.	Evli	264	1.71	0.79	3.508	-0.714	0.062	Bekar	136	1.77	0.93																				
Yöresel yiyecek ve içecekleri tatmanın beni sağlıklı yapacağını düşünüyorum.	Evli	264	2.65	0.94	4.408	0.337	0.036*																																																																																																																				
	Bekar	136	2.61	1.10				Yöresel yiyecek ve içeceklerin daha besleyici olduğunu düşünüyorum.	Evli	264	2.59	1.02	0.216	1.028	0.642	Bekar	136	2.48	1.08	Yöresel yiyecek ve içecekleri yerinde tatmak, insana otantik bir hava veriyor.	Evli	264	1.88	0.90	0.063	1.044	0.802	Bekar	136	1.78	0.89	Yöresel lezzetleri tadarken, gürültüden uzaklaştığımı düşünüyorum.	Evli	264	2.89	1.07	10.877	2.326	0.001*	Bekar	136	2.60	1.26	Yöresel mutfaklarda yiyecek ve içecek çeşitliliğinin daha fazla olduğunu düşünüyorum.	Evli	264	2.34	1.01	0.647	0.200	0.422	Bekar	136	2.32	0.94	Yöresel yiyecek ve içecekler bana yerel halkın kültürü ile ilgili bilgi veriyor.	Evli	264	1.83	0.81	1.704	-0.471	0.193	Bekar	136	1.88	0.89	Bu yöreye tatile gelmek isteyenlere yöresel mutfak kültürü hakkında bilgi vermek istiyorum.	Evli	264	1.96	0.93	0.171	-1.654	0.679	Bekar	136	2.13	0.93	Bu yöreye tatile gelmek isteyenlere yöresel yiyecek ve içecekleri tatmalarını önereceğim.	Evli	264	1.71	0.79	3.508	-0.714	0.062	Bekar	136	1.77	0.93																																
Yöresel yiyecek ve içeceklerin daha besleyici olduğunu düşünüyorum.	Evli	264	2.59	1.02	0.216	1.028	0.642																																																																																																																				
	Bekar	136	2.48	1.08				Yöresel yiyecek ve içecekleri yerinde tatmak, insana otantik bir hava veriyor.	Evli	264	1.88	0.90	0.063	1.044	0.802	Bekar	136	1.78	0.89	Yöresel lezzetleri tadarken, gürültüden uzaklaştığımı düşünüyorum.	Evli	264	2.89	1.07	10.877	2.326	0.001*	Bekar	136	2.60	1.26	Yöresel mutfaklarda yiyecek ve içecek çeşitliliğinin daha fazla olduğunu düşünüyorum.	Evli	264	2.34	1.01	0.647	0.200	0.422	Bekar	136	2.32	0.94	Yöresel yiyecek ve içecekler bana yerel halkın kültürü ile ilgili bilgi veriyor.	Evli	264	1.83	0.81	1.704	-0.471	0.193	Bekar	136	1.88	0.89	Bu yöreye tatile gelmek isteyenlere yöresel mutfak kültürü hakkında bilgi vermek istiyorum.	Evli	264	1.96	0.93	0.171	-1.654	0.679	Bekar	136	2.13	0.93	Bu yöreye tatile gelmek isteyenlere yöresel yiyecek ve içecekleri tatmalarını önereceğim.	Evli	264	1.71	0.79	3.508	-0.714	0.062	Bekar	136	1.77	0.93																																												
Yöresel yiyecek ve içecekleri yerinde tatmak, insana otantik bir hava veriyor.	Evli	264	1.88	0.90	0.063	1.044	0.802																																																																																																																				
	Bekar	136	1.78	0.89				Yöresel lezzetleri tadarken, gürültüden uzaklaştığımı düşünüyorum.	Evli	264	2.89	1.07	10.877	2.326	0.001*	Bekar	136	2.60	1.26	Yöresel mutfaklarda yiyecek ve içecek çeşitliliğinin daha fazla olduğunu düşünüyorum.	Evli	264	2.34	1.01	0.647	0.200	0.422	Bekar	136	2.32	0.94	Yöresel yiyecek ve içecekler bana yerel halkın kültürü ile ilgili bilgi veriyor.	Evli	264	1.83	0.81	1.704	-0.471	0.193	Bekar	136	1.88	0.89	Bu yöreye tatile gelmek isteyenlere yöresel mutfak kültürü hakkında bilgi vermek istiyorum.	Evli	264	1.96	0.93	0.171	-1.654	0.679	Bekar	136	2.13	0.93	Bu yöreye tatile gelmek isteyenlere yöresel yiyecek ve içecekleri tatmalarını önereceğim.	Evli	264	1.71	0.79	3.508	-0.714	0.062	Bekar	136	1.77	0.93																																																								
Yöresel lezzetleri tadarken, gürültüden uzaklaştığımı düşünüyorum.	Evli	264	2.89	1.07	10.877	2.326	0.001*																																																																																																																				
	Bekar	136	2.60	1.26				Yöresel mutfaklarda yiyecek ve içecek çeşitliliğinin daha fazla olduğunu düşünüyorum.	Evli	264	2.34	1.01	0.647	0.200	0.422	Bekar	136	2.32	0.94	Yöresel yiyecek ve içecekler bana yerel halkın kültürü ile ilgili bilgi veriyor.	Evli	264	1.83	0.81	1.704	-0.471	0.193	Bekar	136	1.88	0.89	Bu yöreye tatile gelmek isteyenlere yöresel mutfak kültürü hakkında bilgi vermek istiyorum.	Evli	264	1.96	0.93	0.171	-1.654	0.679	Bekar	136	2.13	0.93	Bu yöreye tatile gelmek isteyenlere yöresel yiyecek ve içecekleri tatmalarını önereceğim.	Evli	264	1.71	0.79	3.508	-0.714	0.062	Bekar	136	1.77	0.93																																																																				
Yöresel mutfaklarda yiyecek ve içecek çeşitliliğinin daha fazla olduğunu düşünüyorum.	Evli	264	2.34	1.01	0.647	0.200	0.422																																																																																																																				
	Bekar	136	2.32	0.94				Yöresel yiyecek ve içecekler bana yerel halkın kültürü ile ilgili bilgi veriyor.	Evli	264	1.83	0.81	1.704	-0.471	0.193	Bekar	136	1.88	0.89	Bu yöreye tatile gelmek isteyenlere yöresel mutfak kültürü hakkında bilgi vermek istiyorum.	Evli	264	1.96	0.93	0.171	-1.654	0.679	Bekar	136	2.13	0.93	Bu yöreye tatile gelmek isteyenlere yöresel yiyecek ve içecekleri tatmalarını önereceğim.	Evli	264	1.71	0.79	3.508	-0.714	0.062	Bekar	136	1.77	0.93																																																																																
Yöresel yiyecek ve içecekler bana yerel halkın kültürü ile ilgili bilgi veriyor.	Evli	264	1.83	0.81	1.704	-0.471	0.193																																																																																																																				
	Bekar	136	1.88	0.89				Bu yöreye tatile gelmek isteyenlere yöresel mutfak kültürü hakkında bilgi vermek istiyorum.	Evli	264	1.96	0.93	0.171	-1.654	0.679	Bekar	136	2.13	0.93	Bu yöreye tatile gelmek isteyenlere yöresel yiyecek ve içecekleri tatmalarını önereceğim.	Evli	264	1.71	0.79	3.508	-0.714	0.062	Bekar	136	1.77	0.93																																																																																												
Bu yöreye tatile gelmek isteyenlere yöresel mutfak kültürü hakkında bilgi vermek istiyorum.	Evli	264	1.96	0.93	0.171	-1.654	0.679																																																																																																																				
	Bekar	136	2.13	0.93				Bu yöreye tatile gelmek isteyenlere yöresel yiyecek ve içecekleri tatmalarını önereceğim.	Evli	264	1.71	0.79	3.508	-0.714	0.062	Bekar	136	1.77	0.93																																																																																																								
Bu yöreye tatile gelmek isteyenlere yöresel yiyecek ve içecekleri tatmalarını önereceğim.	Evli	264	1.71	0.79	3.508	-0.714	0.062																																																																																																																				
	Bekar	136	1.77	0.93																																																																																																																							

p* < 0.05

Tablo 16’da, turistlerin gastronomi turizmine ilişkin tutum ve davranışlarının yaşa göre karşılaştırılması incelenmiştir.

“Yöresel yiyecek ve içecekleri tatmak beni heyecanlandırır” ifadesine cevap veren turistlerin ortalaması, 19 ve altı yaş grubundaki turistlerde 1.94 ± 0.89 iken, 20-29 yaş aralığındaki turistlerde ise 1.78 ± 0.78 şeklinde tespit edilmiştir. 30-39 yaş aralığındaki turistlerde ortalamanın (1.71 ± 0.72), diğer yaş grupları ile karşılaştırıldığında düşük ortalamaya sahip olduğu dikkati çekmektedir. Ortalamanın 40-49 yaş aralığında 1.73 ± 0.79 ve 50 yaş ve üzeri turistlerde 1.84 ± 0.94 olduğu saptanmıştır. Farklılığın istatistiksel olarak anlamsız olduğu belirlenmiştir ($p > 0.05$).

“Yöresel yiyecek ve içeceklerin beni dinlendirdiğini düşünüyorum” ifadesinde ortalamaların yaş gruplarına göre farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Bu farkın tukey testi sonucuna göre, 19 yaş ve altı turistler ve 20-29 yaş arası turistler ile 40-49 yaş arası turistler arasında, ayrıca 20-29 yaş arası turistler ve 30-39 yaş arası turistler ile 40-49 yaş arası turistler ile 50 yaş ve üzeri turistler arasında, aynı zamanda 30-39 yaş arası turistler ve 40-49 yaş arası turistler ile 50 yaş ve üzeri turistler arasında, olduğu tespit edilmiştir ($p<0.05$).

Yöresel yiyecek ve içecekleri yerinde tatmanın otantik bir hava vereceğini belirten turistlerde, ortalamaların 30-39 yaş aralığında (1.75 ± 0.79) diğer yaş gruplarına göre düşük olduğu tespit edilmiştir. 20-29 yaş aralığında 1.85 ± 0.87 iken, 19 yaş ve altı turistlerde 1.87 ± 1.08 'dir. 50 yaş ve üzeri yaş grubundaki turistlerde 1.84 ± 0.92 ve 40-49 yaş aralığında ortalamaların 1.96 ± 1.05 şeklindedir. Farkın istatistiksel olarak anlamsız olduğu saptanmıştır ($p>0.05$).

“Bu yöreye tatile gelmek isteyenlere yöresel yiyecek ve içecekleri tatmalarını önereceğim” ifadesine verilen cevapların ortalaması, 19 ve altı yaş turistlerde 1.81, 20-29 yaş aralığındaki turistlerde 1.74 ve 30-39 yaş aralığındaki turistlerde 1.59 şeklinde belirlenmiştir. 40-49 yaş aralığında olan turistlerin bu ifadeye verdikleri cevapların ortalaması 1.81 iken, 50 ve üzeri yaş grubundaki turistlerde 1.76 şeklindedir. Bu ifadenin yaş gruplarına göre düşük ortalamaya sahip olduğu gözlenmiştir. 20-29 yaş aralığındaki turistler, bu ifadeye verdikleri cevapların ortalamasının 1.74 ± 0.83 ile diğer yaş aralığındaki turistlere göre düşük olduğu saptanmıştır. Farkın istatistiksel olarak anlamsız olduğu tespit edilmiştir ($p>0.05$).

Tablo 16. Turistlerin Gastronomi Turizmine İlişkin Tutum ve Davranışlarının Yaşa Göre Karşılaştırılması (n=401)

İfadeler	Yaş	n	\bar{X}	SH _x	Var. K.	K. T.	K. O.	F	p
Yöresel yiyecek ve içecekleri tatmak beni heyecanlandırır.	19 ve altı	31	1.94	0.89	G. Arası	1.474	0.369	0.571	0.684
	20-29	188	1.78	0.78	Grup İçi	255.772	0.646		
	30-39	83	1.71	0.72	Toplam	257.247			
	40-49	48	1.73	0.79					
	50 ve üstü	51	1.84	0.94					
Toplam		401	1.78	0.80					

Tablo 16'nın Devamı

İfadeler	Yaş	n	\bar{X}	SHx	Var.K.	K.T.	K.O.	F	p
Yöresel yiyecek ve içecekler bana her zaman canlılık verir.	19 ve altı	31	2.19	0.91	G. Arası	2.507	0.627	0.819	0.513
	20-29	188	2.01	0.79	Grup İçi	302.940	0.765		
	30-39	83	2.10	0.95	Toplam	305.446			
	40-49	48	2.13	0.89					
	50 ve üstü	51	2.22	0.98					
Toplam		401	2.08	0.87					
Yöresel yiyecek ve içeceklerin beni dinlendirdiğini düşünüyorum.	19 ve altı	31	2.61	0.95	G. Arası	12.933	3.233	4.247 (1-2.4) (2-3.4.5) (3.4-5)	0.012*
	20-29	188	2.28	0.90	Grup İçi	394.368	0.996		
	30-39	83	2.58	1.09	Toplam	407.302			
	40-49	48	2.48	1.14					
	50 ve üstü	51	2.76	1.03					
Toplam		401	2.45	1.00					
Yöresel yiyecek ve içecekleri tatmanın beni sağlıklı yapacağını düşünüyorum.	19 ve altı	31	2.74	0.99	G. Arası	1.489	0.372	0.369	0.831
	20-29	188	2.59	0.94	Grup İçi	399.887	1.010		
	30-39	83	2.64	1.12	Toplam	401.377			
	40-49	48	2.75	1.02					
	50 ve üstü	51	2.61	1.00					
Toplam		401	2.63	1.00					
Yöresel yiyecek ve içeceklerin daha besleyici olduğunu düşünüyorum.	19 ve altı	31	2.58	1.05	G. Arası	1.142	0.285	0.260	0.903
	20-29	188	2.57	0.99	Grup İçi	434.160	1.096		
	30-39	83	2.58	1.06	Toplam	435.302			
	40-49	48	2.54	1.18					
	50 ve üstü	51	2.41	1.06					
Toplam		401	2.55	1.04					
Yöresel yiyecek ve içecekleri yerinde tatmak, insana otantik bir hava veriyor.	19 ve altı	31	1.87	1.08	G. Arası	1.440	0.360	0.440	0.779
	20-29	188	1.85	0.87	Grup İçi	323.662	0.817		
	30-39	83	1.75	0.79	Toplam	325.102			
	40-49	48	1.96	1.05					
	50 ve üstü	51	1.84	0.92					
Toplam		401	1.84	0.90					

Tablo 16'nın Devamı

İfadeler	Yaş	n	\bar{X}	SHx	Var.K.	K.T.	K.O.	F	p
Yöresel lezzetleri tadarken, gürültüden uzaklaştığımı düşünüyorum.	19 ve altı	31	2.81	1.13	G. Arası	3.669	0.917	0.693	0.597
	20-29	188	2.84	1.04	Grup İçi	523.887	1.323		
	30-39	83	2.60	1.24	Toplam	527.556			
	40-49	48	2.79	1.25					
	50 ve üstü	51	2.86	1.24					
Toplam		401	2.79	1.14					
Yöresel mutfaklarda yiyecek ve içecek çeşitliliğinin daha fazla olduğunu düşünüyorum.	19 ve altı	31	2.58	1.11	G. Arası	3.097	0.774	0.784	0.536
	20-29	188	2.28	0.98	Grup İçi	391.108	0.988		
	30-39	83	2.27	1.01	Toplam	394.204			
	40-49	48	2.35	0.95					
	50 ve üstü	51	2.41	0.96					
Toplam		401	2.33	0.99					
Yöresel yiyecek ve içecekler bana yerel halkın kültürü ile ilgili bilgi veriyor.	19 ve altı	31	1.87	0.76	G. Arası	2.765	0.691	0.986	0.415
	20-29	188	1.82	0.85	Grup İçi	277.649	0.701		
	30-39	83	1.80	0.77	Toplam	280.414			
	40-49	48	2.06	0.93					
	50 ve üstü	51	1.78	0.80					
Toplam		401	1.85	0.83					
Bu yöreye tatile gelmek isteyenlere yöresel mutfak kültürü hakkında bilgi vermek istiyorum.	19 ve altı	31	2.23	1.23	G. Arası	5.765	1.441	1.659	0.159
	20-29	188	1.90	0.90	Grup İçi	344.145	0.869		
	30-39	83	2.08	0.90	Toplam	349.910			
	40-49	48	2.00	0.89					
	50 ve üstü	51	2.20	0.91					
Toplam		401	2.01	0.93					
Bu yöreye tatile gelmek isteyenlere yöresel yiyecek ve içecekleri tatmalarını önereceğim.	19 ve altı	31	1.81	0.98	G. Arası	2.227	0.557	0.779	0.540
	20-29	188	1.74	0.83	Grup İçi	283.145	0.715		
	30-39	83	1.59	0.76	Toplam	285.372			
	40-49	48	1.81	0.86					
	50 ve üstü	51	1.76	0.88					
Toplam		401	1.73	0.84					

p* < 0.05 1: 19 yaş ve altı 2: 20 - 29 yaş 3: 30 - 39 yaş 4: 40 - 49 yaş 5: 50 yaş ve üzeri

Tablo 17’de turistlerin gastronomi turizmine ilişkin tutum ve davranışlarının eğitim durumuna göre dağılımı gösterilmiştir.

“Bu yöreye tatile gelmek isteyenlere yöresel yiyecek ve içecekleri tatmalarını önereceğim” ifadesinin ilkökul mezunu turistlerin verdikleri cevabın ortalamasında 1.40 iken, ortaokul mezunları turistlerde 1.83 ve lisans mezunu turistlerde 1.77 olarak belirlenmiştir. Mesleki eğitim mezunu turistlerde bu ortalamanın 1.71 ve yüksek lisans ve doktora mezunu turistlerde 1.68 şeklinde olduğu tespit edilmiştir ($p>0.05$). Farkın istatistiksel olarak anlamsız olduğu saptanmıştır.

“Yöresel lezzetleri tadarken, gürültüden uzaklaştığımı düşünüyorum” ifadesine verilen yanıtların ortalamasının yüksek olduğu dikkati çekmektedir. İlkokul mezunlarının bu ifadeye verdikleri cevabın ortalaması 2.40, ortaokul mezunu turistlerin ise 3.04, ve lisans mezunu turistlerde 2.78 şeklindedir. Mesleki eğitim mezunu turistlerin verdikleri cevapların ortalaması 2.47 ve yüksek lisans/doktora mezunu turistlerin ise 2.75 olarak tespit edilmiştir ($p>0.05$). Farkın istatistiksel olarak anlamsız olduğu belirlenmiştir.

“Bu yöreye tatile gelmek isteyenlere yöresel mutfak kültürü hakkında bilgi vermek istiyorum” ifadesinde ortalamaların eğitim durumuna göre farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Bu farkın tukey testi sonucuna göre, ilkökul mezunu turistler ile ortaokul mezunu turistler arasında olduğu ve ortaokul mezunu turistler ile mesleki eğitim mezunu turistler arasında olduğu saptanmıştır ($p < 0.05$).

Bekar, Kılıç ve Şahin (2011) çalışmalarında, yöresel yemek restoranlarında yemek yeme ile tüketicilerin eğitim durumu arasında anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca aynı çalışmada yeni yemekler deneme ile eğitim durumu arasında anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir. Bu çalışmada da benzer sonuçlara ulaşılmıştır.

Tablo 17. Turistlerin Gastronomi Turizmine İlişkin Tutum ve Davranışlarının Eğitim Durumuna Göre Karşılaştırılması (n=401)

İfadeler	Eğitim durumu	n	\bar{X}	SH _x	Var. K.	K. T.	K. O.	F	P
Yöresel yiyecek ve içecekleri tatmak beni heyecanlandırır.	Cevapsız	2	1.50	0.70	G. Arası	3.831	0.766	1.194	0.311
	İlkokul	5	1.60	0.54	Grup İçi	253.416	0.642		
	Ortaokul	53	1.96	1.05	Toplam	257.247			
	Lisans	139	1.68	0.69					
	YL / Doktora	185	1.79	0.80					
	Mesleki Eğitim	17	1.94	0.74					
Toplam		401	1.78	0.80					
Yöresel yiyecek ve içecekler bana her zaman canlılık verir.	Cevapsız	2	2.00	1.41	G. Arası	6.156	1.231	1.625	0.152
	İlkokul	5	2.40	0.89	Grup İçi	299.290	0.758		
	Ortaokul	53	2.36	1.00	Toplam	305.446			
	Lisans	139	1.99	0.79					
	YL / Doktora	185	2.05	0.87					
	Mesleki Eğitim	17	2.18	0.88					
Toplam		401	2.08	0.87					
Yöresel yiyecek ve içeceklerin beni dinlendirdiğini düşünüyorum.	Cevapsız	2	2.50	0.70	G. Arası	4.131	0.826	0.809	0.543
	İlkokul	5	2.60	1.14	Grup İçi	403.171	1.021		
	Ortaokul	53	2.62	1.07	Toplam	407.302			
	Lisans	139	2.35	0.92					
	YL / Doktora	185	2.45	1.05					
	Mesleki Eğitim	17	2.71	0.92					
Toplam		401	2.45	1.00					
Yöresel yiyecek ve içecekleri tatmanın beni sağlıklı yapacağını düşünüyorum.	Cevapsız	2	3.50	0.70	G. Arası	8.888	1.778	1.789	0.114
	İlkokul	5	2.40	1.14	Grup İçi	392.489	0.994		
	Ortaokul	53	2.87	1.11	Toplam	401.377			
	Lisans	139	2.47	0.91					
	YL / Doktora	185	2.69	1.01					
	Mesleki Eğitim	17	2.53	1.06					
Toplam		401	2.63	1.00					

Tablo 17'nin Devamı

İfadeler	Eğitim Durumu	n	\bar{X}	SHx	Var.K.	K.T.	K.O.	F	p
Yöresel yiyecek ve içeceklerin daha besleyici olduğunu düşünüyorum.	Cevapsız	2	2.00	1.41	G. Arası	5.605	1.212	1.031	0.399
	İlkokul	5	2.20	0.83	Grup İçi	429.697	1.088		
	Ortaokul	53	2.70	0.99	Toplam	435.302			
	Lisans	139	2.45	0.96					
	YL / Doktora	185	2.62	1.12					
	Mesleki Eğitim	17	2.29	0.92					
Toplam		401	2.55	1.04					
Yöresel yiyecek ve içecekleri yerinde tatmak, insana otantik bir hava veriyor.	Cevapsız	2	3.50	2.12	G. Arası	8.637	1.727	2.156	0.058
	İlkokul	5	1.60	0.89	Grup İçi	316.465	0.801		
	Ortaokul	53	1.83	0.87	Toplam	325.102			
	Lisans	139	1.83	0.88					
	YL / Doktora	185	1.81	0.88					
	Mesleki Eğitim	17	2.24	1.03					
Toplam		401	1.84	0.90					
Yöresel lezzetleri tadarken, gürültüden uzaklaştığımı düşünüyorum.	Cevapsız	2	3.00	0.00	G. Arası	6.109	1.222	0.926	0.464
	İlkokul	5	2.40	1.14	Grup İçi	521.447	1.320		
	Ortaokul	53	3.04	1.27	Toplam	527.556			
	Lisans	139	2.78	1.09					
	YL / Doktora	185	2.75	1.14					
	Mesleki Eğitim	17	2.47	1.23					
Toplam		401	2.79	1.14					
Yöresel mutfaklarda yiyecek ve içecek çeşitliliğinin daha fazla olduğunu düşünüyorum.	Cevapsız	2	2.00	0.00	G. Arası	8.601	1.720	1.762	0.120
	İlkokul	5	1.80	0.83	Grup İçi	385.603	0.976		
	Ortaokul	53	2.64	1.09	Toplam	394.204			
	Lisans	139	2.35	0.90					
	YL / Doktora	185	2.23	1.02					
	Mesleki Eğitim	17	2.35	0.93					
Toplam		401	2.33	0.99					

Tablo 17'nin Devamı

İfadeler	Eğitim Durumu	n	\bar{X}	SHx	Var.K.	K.T.	K.O.	F	p
Yöresel yiyecek ve içecekler bana yerel halkın kültürü ile ilgili bilgi veriyor.	Cevapsız	2	3.00	1.41	G. Arası	5.829	1.166	1.677	0.139
	İlkokul	5	1.60	0.54	Grup İçi	274.585	0.695		
	Ortaokul	53	1.98	0.90	Toplam	280.414			
	Lisans	139	1.78	0.83					
	YL / Doktora	185	1.82	0.81					
	Mesleki Eğitim	17	2.12	0.78					
Toplam		401	1.85	0.83					
Bu yöreye tatile gelmek isteyenlere yöresel mutfak kültürü hakkında bilgi vermek istiyorum.	Cevapsız	2	2.50	0.70	G. Arası	10.321	2.064	2.401 (1-2) (2-5)	0.037*
	İlkokul	5	1.80	1.30	Grup İçi	339.589	0.860		
	Ortaokul	53	2.32	1.07	Toplam	349.910			
	Lisans	139	2.09	0.93					
	YL / Doktora	185	1.90	0.87					
	Mesleki Eğitim	17	1.71	0.77					
Toplam		401	2.01	0.93					
Bu yöreye tatile gelmek isteyenlere yöresel yiyecek ve içecekleri tatmalarını önereceğim.	Cevapsız	2	2.00	1.41	G. Arası	1.997	0.399	0.557	0.733
	İlkokul	5	1.40	0.54	Grup İçi	283.375	0.717		
	Ortaokul	53	1.83	0.93	Toplam	285.372			
	Lisans	139	1.77	0.81					
	YL / Doktora	185	1.68	0.84					
	Mesleki Eğitim	17	1.71	0.92					
Toplam		401	1.73	0.84					

p*0.05 1:İlkokul 2:Ortaokul 3:Lisans 4:Yüksek lisans/Doktora 5:Mesleki Eğitim

Tablo, 18'de turistlerin gastronomi turizmine ilişkin tutum ve davranışlarının konaklama yerlerine göre dağılımı gösterilmiştir.

“Yöresel yiyecek ve içecekleri tatmak beni heyecanlandırır” ifadesine verilen cevapların ortalaması incelendiğinde, otelde konaklayan turistlerin bu ifadeye verdikleri cevabın ortalaması 1.70, butik otelde konaklayan turistlerin 1.81 ve apart otelde konaklayan turistlerin ise 1.86 olduğu belirlenmiştir. ”Yöresel lezzetleri

tadarken, gürültüden uzaklaştığımı düşünüyorum” ifadesine verilen cevapların ortalamasının yüksek olduğu görülmektedir. Otelde konaklayan turistlerin bu ifadeye verdikleri cevabın ortalaması 2.82, butik otelde konaklayan turistlerin 2.60 ve apart otelde konaklayan turistlerin ise 2.84 olarak tespit edilmiştir. Farkın istatistiksel olarak anlamsız olduğu tespit edilmiştir ($p>0.05$).

“Yöresel yiyecek ve içecekleri yerinde tatmak, insana otantik bir hava veriyor” ifadesinde ortalamaların konaklanılan yere göre farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Bu farkın tukey testi sonucuna göre, otelde konaklayan turistler ve butik otelde konaklayan turistler ile apart otelde konaklayan turistler, akraba yanında konaklayan turistler, tatil köyünde konaklayan turistler arasında, ayrıca günübirlik ziyaretçiler, butik otel ve apart otelde konaklayan turistler ile pansiyon ve akraba yanında konaklayan turistler arasındadır. Pansiyonda konaklayan turistler ve akraba yanında konaklayan turistler ile tatil köyünde konaklayan turistler arasında olduğu belirlenmiştir ($p<0.05$).

Tablo 18. Turistlerin Gastronomi Turizmine İlişkin Tutum ve Davranışlarının Konaklama Yerlerine Göre Karşılaştırılması (n=401)

İfadeler	Konaklama	n	\bar{X}	SH _x	Var. K.	K. T.	K. O.	F	P
Yöresel yiyecek ve içecekleri tatmak beni heyecanlandırır.	Cevapsız	1	2.00	-	G. Arası	1.449	0.207	0.318	0.946
	Otel	246	1.80	0.83	Grup İçi	255.798	0.651		
	Günübirlik Ziyaret	12	1.50	0.52	Toplam	257.247			
	Butik Otel	42	1.79	0.81					
	Apart Otel	7	1.57	0.78					
	Pansiyon	83	1.77	0.75					
	Akraba Yanı	3	1.67	1.15					
	Tatil Köyü	7	1.86	0.69					
Toplam		401	1.78	0.80					

Tablo 18'in Devamı

İfadeler	Eğitim Durumu	n	\bar{X}	SHx	Var.K.	K.T.	K.O.	F	p
Yöresel yiyecek ve içecekler bana her zaman canlılık verir.	Cevapsız	1	3.00	-	G. Arası	3.897	0.557	0.726	0.650
	Otel	246	2.14	0.90	Grup İçi	301.550	0.767		
	Günübirlik Ziyaret	12	2.00	0.85	Toplam	305.446			
	Butik Otel	42	1.98	0.84					
	Apart Otel	7	2.14	0.90					
	Pansiyon	83	1.96	0.80					
	Akraba Yanı	3	1.67	0.57					
	Tatil Köyü	7	2.14	0.90					
Toplam		401	2.08	0.87					
Yöresel yiyecek ve içeceklerin beni dinlendirdiğini düşünüyorum.	Cevapsız	1	3.00	-	G. Arası	8.359	1.194	1.176	0.315
	Otel	246	2.52	1.00	Grup İçi	398.942	1.015		
	Günübirlik Ziyaret	12	2.17	1.11	Toplam	407.302			
	Butik Otel	42	2.62	1.14					
	Apart Otel	7	2.14	1.21					
	Pansiyon	83	2.25	0.92					
	Akraba Yanı	3	2.00	1.00					
	Tatil Köyü	7	2.29	0.75					
Toplam		401	2.45	1.00					
Yöresel yiyecek ve içecekleri tatmanın beni sağlıklı yapacağını düşünüyorum.	Cevapsız	1	3.00	-	G. Arası	11.521	1.646	1.659	0.118
	Otel	246	2.75	0.97	Grup İçi	389.855	0.992		
	Günübirlik Ziyaret	12	2.42	0.99	Toplam	401.377			
	Butik Otel	42	2.62	1.20					
	Apart Otel	7	2.14	1.06					
	Pansiyon	83	2.37	0.95					
	Akraba Yanı	3	2.67	1.15					
	Tatil Köyü	7	2.43	0.78					
Toplam		401	2.63	1.00					

Tablo 18'in Devamı

İfadeler	Eğitim Durumu	n	\bar{X}	SHx	Var.K.	K.T.	K.O.	F	p
Yöresel yiyecek ve içeceklerin daha besleyici olduğunu düşünüyorum.	Cevapsız	1	3.00	-	G. Arası	12.560	1.794	1.668	0.11
	Otel	246	2.66	1.01	Grup İçi	422.742	1.076		
	Günübirlik Ziyaret	12	2.08	1.08	Toplam	435.302			
	Butik Otel	42	2.31	1.17					
	Apart Otel	7	2.14	1.06					
	Pansiyon	83	2.47	1.05					
	Akraba Yanı	3	3.00	0.00					
	Tatil Köyü	7	2.00	0.57					
Toplam		401	2.55	1.04					
Yöresel yiyecek ve içecekleri yerinde tatmak, insana otantik bir hava veriyor.	Cevapsız	1	4.00	-	G. Arası	20.047	2.864	3.689 (1-3.4.6.7) (2.3.4-5.6) (5-6.7)	0.001*
	Otel	246	1.87	0.88	Grup İçi	305.055	0.776		
	Günübirlik Ziyaret	12	1.67	0.89	Toplam	325.102			
	Butik Otel	42	1.55	0.67					
	Apart Otel	7	1.57	0.78					
	Pansiyon	83	1.88	0.92					
	Akraba Yanı	3	3.67	2.30					
	Tatil Köyü	7	1.57	0.53					
Toplam		401	1.84	0.90					
Yöresel lezzetleri tadarken, gürültüden uzaklaştığımı düşünüyorum.	Cevapsız	1	4.00	-	G. Arası	13.264	1.895	1.448	0.185
	Otel	246	2.82	1.13	Grup İçi	514.292	1.309		
	Günübirlik Ziyaret	12	2.92	1.31	Toplam	527.556			
	Butik Otel	42	2.60	1.21					
	Apart Otel	7	2.00	0.81					
	Pansiyon	83	2.84	1.14					
	Akraba Yanı	3	3.67	1.52					
	Tatil Köyü	7	2.14	0.90					
Toplam		401	2.79	1.14					

Tablo 18'in Devamı

İfadeler	Eğitim Durumu	n	\bar{X}	SHx	Var.K.	K.T.	K.O.	F	p
Yöresel mutfaklarda yiyecek ve içecek çeşitliliğinin daha fazla olduğunu düşünüyorum.	Cevapsız	1	4	-	G. Arası	5.491	0.784	0.793	0.593
	Otel	246	2.37	1.00	Grup İçi	388.713	0.989		
	Günübirlik Ziyaret	12	2.08	1.08	Toplam	394.204			
	Butik Otel	42	2.24	0.90					
	Apart Otel	7	2.14	1.06					
	Pansiyon	83	2.29	0.96					
	Akraba Yanı	3	2.33	0.57					
	Tatil Köyü	7	2.00	1.15					
Toplam		401	2.33	0.99					
Yöresel yiyecek ve içecekler bana yerel halkın kültürü ile ilgili bilgi veriyor.	Cevapsız	1	3.00	-	G. Arası	7.661	1.094	1.577	0.141
	Otel	246	1.91	0.86	Grup İçi	272.753	0.694		
	Günübirlik Ziyaret	12	1.42	0.51	Toplam	280.414			
	Butik Otel	42	1.62	0.69					
	Apart Otel	7	2.14	0.69					
	Pansiyon	83	1.80	0.82					
	Akraba Yanı	3	1.67	1.15					
	Tatil Köyü	7	1.86	0.90					
Toplam		401	1.85	0.83					
Bu yöreye tatile gelmek isteyenlere yöresel yiyecek ve içecekleri tatmalarını önereceğim.	Cevapsız	1	3.00	-	G. Arası	3.063	0.438	0.609	0.748
	Otel	246	1.70	0.81	Grup İçi	282.309	0.718		
	Günübirlik Ziyaret	12	1.67	0.98	Toplam	285.372			
	Butik Otel	42	1.81	0.89					
	Apart Otel	7	1.86	1.06					
	Pansiyon	83	1.77	0.86					
	Akraba Yanı	3	1.33	0.57					
	Tatil Köyü	7	1.86	1.21					
Toplam		401	1.73	0.84					

p* < 0.05 1:Otel 2:Günübirlik Ziyaret 3:Butik Otel 4:Apart Otel 5:Pansiyon 6:Akraba Yanı 7:Tatil Köyü

Tablo 19'da turistlerin gastronomi turizmine ilişkin tutum ve davranışlarının milliyetlerine göre karşılaştırılması verilmiştir. "Yöresel yiyecek ve içeceklerin beni dinlendirdiğini düşünüyorum" (2.79±1.08), "Yöresel yiyecek ve içecekleri tatmanın

beni sağlıklı yapacağını düşünüyorum” (2.84±1.07), “Yöresel yiyecek ve içecekler bana her zaman canlılık verir” (2.23±0.95), “Yöresel yiyecek ve içeceklerin daha besleyici olduğunu düşünüyorum” (2.71±0.89), “Yöresel lezzetleri tadarken, gürültüden uzaklaştığımı düşünüyorum” (3.08±1.19) ifadelerine verilen cevapların milliyetlere göre karşılaştırıldığında, en yüksek ortalamanın Amerika kıtasından gelen turistlere ait olduğu tespit edilmiştir. ‘Yöresel yiyecek ve içecekleri tatmak beni heyecanlandırır’ (1.82±0.81),

“Yöresel yiyecek ve içecekleri yerinde tatmak, insana otantik bir hava veriyor” (1.92±0.84), “Yöresel mutfaklarda yiyecek ve içecek çeşitliliğinin daha fazla olduğunu düşünüyorum” (2.35±0.98), “Yöresel yiyecek ve içecekler bana yerel halkın kültürü ile ilgili bilgi veriyor” (1.86±0.84), “Bu yöreye tatile gelmek isteyenlere yöresel yiyecek ve içecekleri tatmalarını önereceğim” (1.83±0.84) ifadelerine verilen cevapların milliyetlere göre karşılaştırıldığında, en yüksek ortalamanın Asya kıtasından gelen turistlere ait olduğu saptanmıştır.

“Yöresel yiyecek ve içecekleri yerinde tatmak, insana otantik bir hava veriyor” (1.71±0.90), ‘Yöresel mutfaklarda yiyecek ve içecek çeşitliliğinin daha fazla olduğunu düşünüyorum’ (2.26±0.93), “Bu yöreye tatile gelmek isteyenlere yöresel yiyecek ve içecekleri tatmalarını önereceğim” (1.58±0.80) ifadelerine verilen cevapların milliyetlere göre karşılaştırıldığında, en düşük ortalamanın Avrupa kıtasından gelen turistlere ait olduğu belirlenmiştir. “Yöresel yiyecek ve içecekler bana her zaman canlılık verir” ifadesinin milliyetlere göre farklılık gösterdiği görülmektedir (p<0.05). Farklılık Asyalılar ile Amerikalılar arasındadır. “Yöresel yiyecek ve içeceklerin beni dinlendirdiğini düşünüyorum” ifadesine verilen cevapların ortalamaları incelendiğinde, Asyalıların 2.35, Avrupalıların 2.42, Amerikalıların ise 2.79 ortalamaya sahip oldukları ve farkın istatistiksel olarak anlamlı olduğu tespit edilmiştir (p<0.05). Farkın Asyalılar ile Amerikalılar ve Avrupalılar ile Amerikalılar arasında olduğu görülmektedir. “Yöresel lezzetleri tadarken, gürültüden uzaklaştığımı düşünüyorum” ifadesinin milliyetlere göre farklılık gösterdiği görülmektedir (p<0.05). Farklılık Asyalı turistler ile Amerikalı turistler arasındadır. “Bu yöreye tatile gelmek isteyenlere, yöresel yiyecek ve

içecekleri tatmalarını önereceğim” ifadesine verilen cevapların ortalamaları incelendiğinde, Asyalıların 1.83, Avrupalıların 1.58 ve Amerikalıların 1.63 şeklinde tespit edilmiştir. Farkın istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır ($p < 0.05$). Farklılık Asyalılar ile Avrupalılar arasındadır.

Tablo 19. Turistlerin Gastronomi Turizmine İlişkin Tutum ve Davranışlarının Milliyetlere Göre Karşılaştırılması (n=40)

İfadeler	Milliyet	n	\bar{X}	SH _x	Var. K.	K. T.	K. O.	F	p
Yöresel yiyecek ve içecekleri tatmak beni heyecanlandırır.	Asya	226	1.82	0.81	G. Arası	0.898	0.449	0.697	0.499
	Avrupa	100	1.74	0.78	Grup İçi	256.349	0.644		
	Amerika	75	1.71	0.80	Toplam	257.247			
Toplam		401	1.78	0.80					
Yöresel yiyecek ve içecekler bana her zaman canlılık verir.	Asya	226	1.98	0.83	G. Arası	5.410	2.705	3.588 (1-3)	0.029*
	Avrupa	100	2.20	0.88	Grup İçi	300.036	0.754		
	Amerika	75	2.23	0.95	Toplam	305.446			
Toplam		401	2.08	0.87					
Yöresel yiyecek ve içeceklerin beni dinlendirdiğini dřtnyorum.	Asya	226	2.35	0.96	G. Arası	10.674	5.337	5.355 (1-3) (2-3)	0.005*
	Avrupa	100	2.42	1.01	Grup İçi	396.628	0.997		
	Amerika	75	2.79	1.08	Toplam	407.302			
Toplam		401	2.45	1.00					
Yöresel yiyecek ve içecekleri tatmanın beni sağlıklı yapacağını dştnyorum.	Asya	226	2.56	1.00	G. Arası	4.504	2.252	2.259	0.106
	Avrupa	100	2.64	0.92	Grup İçi	396.872	0.997		
	Amerika	75	2.84	1.07	Toplam	401.377			
Toplam		401	2.63	1.00					
Yöresel yiyecek ve içeceklerin daha besleyici olduğunu dřtnyorum.	Asya	226	2.48	1.08	G. Arası	3.176	1.588	1.462	0.233
	Avrupa	100	2.59	1.04	Grup İçi	432.126	1.086		
	Amerika	75	2.71	0.89	Toplam	435.302			
Toplam		401	2.55	1.04					

Tablo 19' un Devamı

İfadeler	Milliyet	n	\bar{X}	SHx	Var.K.	K.T.	K.O.	F	p
Yöresel yiyecek ve içecekleri yerinde tatmak, insana otantik bir hava veriyor.	Asya	226	1.92	0.84	G. Arası	3.644	1.822	2.256	0.106
	Avrupa	100	1.71	0.90	Grup İçi	321.458	0.808		
	Amerika	75	1.77	1.04	Toplam	325.102			
Toplam		401	1.84	0.90					
Yöresel lezzetleri tadarken, gürültüden uzaklaştığımı düşünüyorum.	Asya	226	2.67	1.10	G. Arası	9.506	4.753	3.652 (1-3)	0.027*
	Avrupa	100	2.82	1.17	Grup İçi	518.050	1.302		
	Amerika	75	3.08	1.19	Toplam	527.556			
Toplam		401	2.79	1.14					
Yöresel mutfaklarda yiyecek ve içecek çeşitliliğinin daha fazla olduğunu düşünüyorum.	Asya	226	2.35	0.98	G. Arası	0.616	0.308	0.312	0.732
	Avrupa	100	2.26	0.93	Grup İçi	393.588	0.989		
	Amerika	75	2.33	1.08	Toplam	394.204			
Toplam		401	2.33	0.99					
Yöresel yiyecek ve içecekler bana yerel halkın kültürü ile ilgili bilgi veriyor.	Asya	226	1.86	0.84	G. Arası	0.118	0.059	0.084	0.919
	Avrupa	100	1.84	0.86	Grup İçi	280.296	0.704		
	Amerika	75	1.81	0.80	Toplam	280.414			
Toplam		401	1.85	0.83					
Bu yöreye tatile gelmek isteyenlere yöresel mutfak kültürü hakkında bilgi vermek istiyorum.	Asya	226	2.02	0.91	G. Arası	0.021	0.011	0.012	0.988
	Avrupa	100	2.02	1.04	Grup İçi	349.889	0.879		
	Amerika	75	2.00	0.83	Toplam	349.910			
Toplam		401	2.01	0.93					
Bu yöreye tatile gelmek isteyenlere yöresel yiyecek ve içecekleri tatmalarını önereceğim.	Asya	226	1.83	0.84	G. Arası	5.195	2.597	3.690 (1-2)	0.026*
	Avrupa	100	1.58	0.80	Grup İçi	280.177	0.704		
	Amerika	75	1.63	0.86	Toplam	285.372			
Toplam		401	1.73	0.84					

p* < 0.05 1: Asya 2: Avrupa 3: Amerika

BEŞİNCİ BÖLÜM

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu araştırma, Kapadokya Bölgesinin ziyaret eden Asya Amerika ve Avrupa kıtası ülkelerinden gelen yabancı turistlerin, gastronomi turizmine yönelik görüşlerinin kültürlerarası karşılaştırılması incelenmiştir. Araştırmanın örneklemini Kapadokya Bölgesi'ne tatil için gelip konaklayan 401 yabancı turist oluşturmaktadır. Araştırma verileri, araştırmacı tarafından geliştirilen anket formu ile elde edilmiştir. Faktör analizi, mutlak ve yüzde değerler, student's t testi, varyans analizi kullanılmıştır.

Turistlerin sosyo demografik özellikleri genel olarak incelendiğinde, turistlerin çoğunluğu kadın, 20-29 yaş aralığında, evli ve otelde konakladığı görülmektedir. Farklı ülkelerden gelen turistler, geldikleri ülkelerin buldukları kıtalara göre sınıflandırılmış ve sonuç olarak yarısından fazlasının Asya'dan, geri kalanının ise Avrupa ve Amerika'dan geldiği belirlenmiştir. Turistlerin gastronomi turizmine ilişkin görüşleri incelendiğinde; hazır yemek (Fastfood, McDonald's, KFC vb) yerim, yörelere özgü yemek programlarını takip ederim, lüks restoranlarda yemek yerim tatil dönüşü evime götürmek için yöresel reçetelerin bulunduğu yemek kitapları satın alırım ifadelerinin ortalamalarının yüksek olduğu görülmektedir.

Gastronomi turizmine ilişkin görüşleri cinsiyete göre karşılaştırıldığında pazarlardan alışık olduğum yemek malzemelerini satın alırım ve tatilim esnasında yöreye özgü baharatları mutlaka tadırım ifadelerinin ortalamalarının erkeklerde; medeni duruma göre karşılaştırıldığında hazır yemek restoranlarında yemek yerim ifadesinin ortalamasının bekarlarda daha yüksek olduğu belirlenmiştir ($p<0.05$) Turistlerin yaş gruplarının gastronomi turizmine ilişkin görüşleri üzerinde önemli olduğu tespit edilmiştir. 40 ve üstü yaş grubu turistlerin alışık oldukları yemeklerin servis edildiği yerlerde ve lüks restoranlarda yemek yemeyi tercih ettikleri, 29 yaş ve altı turistlerin çoğunlukla tatilleri esnasında yöreye özgü baharatları mutlaka tatmayı tercih ettikleri görülmektedir.

Eğitim durumunun ise turistlerin görüşleri üzerinde anlamlı fark göstermediği belirlenmiştir. Gastronomi turizmine ilişkin turistlerin görüşleri, turistlerin geldikleri

kıtalara göre karşılaştırıldığında, Amerika kıtasından gelenlerin diğer kıtalardan gelenlere göre tatil yerini seçmede yöresel mutfak kültürünün önemli bir etken olarak görüldüğü, gittikleri destinasyonda yemek hazırladıkları, evlerine götürmek için yöresel mutfak ekipmanları satın aldıkları saptanmıştır. Avrupa kıtasından gelenlerin, temalı restoranlarda yemek yemeyi tercih ettikleri, restoranlarda sadece meşhur mutfak şeflerinin hazırladıkları lezzetleri tatmak için gittikleri, lüks restoranlarda yemek yedikleri ve yörelere özgü yemek programları ve gösterilerini izledikleri ve takip ettikleri; Asya kıtasından gelenlerin ise tatilleri esnasında yöresel yiyecek içecekleri, baharatları mutlaka tatmayı tercih ettikleri, yöresel ürünlerin satıldığı halk pazarlarını takip ettikleri belirlenmiştir.

Turistlerin yöresel yiyecek ve içeceklere ilişkin tutum ve davranışları incelendiğinde; turistlerin yöresel lezzetleri tadarken gürültüden uzaklaştıklarını ve yöresel lezzetlerin kendilerini sağlıklı yapacağını daha besleyici olduklarını düşündükleri görülmektedir. Turistlerin yöresel yiyecek ve içeceklere ilişkin tutum ve davranışları ile cinsiyet arasında çoğunlukla anlamlı bir ilişki olmadığı belirlenmiştir. Medeni duruma göre incelendiğinde yöresel yiyecek ve içecekleri tatmanın daha sağlıklı yapacağını düşünenlerin ortalaması evli olanlarda daha yüksektir. Turistlerin yaş gruplarına göre ise yaş arttıkça yöresel yiyecek ve içeceklerin dinlendirdiğini düşünenlerin ortalaması yükselmektedir. Turistlerin yöresel yiyecek ve içeceklere ilişkin tutum ve davranışları üzerinde gelir durumunun istatistiksel olarak anlamlı fark göstermediği belirlenmiştir. Araştırma sonuçlarına göre turistlerin yaşadıkları kıtalar tutum ve davranışlar üzerinde etkili olan bir unsurdur.

Amerika kıtasından gelen turistlerin; yöresel yiyecek ve içecekler bana her zaman canlılık verir, yöresel yiyecek ve içeceklerin beni dinlendirdiğini düşünüyorum. Yöresel lezzetleri tadarken gürültüden uzaklaştığımı düşünüyorum ifadelerine verdikleri cevapların ortalamalarının diğer kıtalardan gelen turistlerden daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu yöreye tatile gelmek isteyenlere yöresel yiyecek ve içeceklerini tatmalarını önereceğim ifadesine verilen cevapların ortalamalarının Asya kıtasından gelen turistler için daha yüksektir.

Araştırmada elde edilen bulgular ışığında şunlar önerilmektedir;

- Globalleşen ve insanların artık oturup bir arada yemek yiyecekleri kadar zamanın kalmadığı dolayısıyla yöresel yiyeceklerin ve mutfak kültürünün unutulmaya yüz tuttuğu günümüz dünyasında, yöresel yiyecek ve içeceklerle Türk mutfak kültürüne sahip çıkılarak bu alanda gastronomi turizmini ülkemizde efektif hale getirilerek köklü kültüre sahip türk yemeklerini uluslar arası platformda tanıtılması sağlanmalı, bu yönde destinasyon oluşturulması için çalışmalar yapılmalıdır
- Yabancı turistlerin ilgi gösterdiği ve talebin fazla olduğu yöresel yiyeceklerin neler olduğu ortaya çıkarılıp markalaştırılmalıdır. Örneğin Kapadokya Bölgesiyle özdeşleşmiş olan testi kebabı ve Nevşehir tavaşı yemekleri gibi. Yiyeceklerin ülke imajını yansıtan yöresel yiyecek ve içeceklerin tercih edilmesine katkı sağlanmalıdır
- Yöresel yiyecek ve içecek kültürünün kaybolmasının önüne geçebilmek adına, gerek resmi gerek özel kuruluşlar dayanışma içerisinde bulunarak bu alanda eğitim veren okul ya da kurslar açılmalı var olan kurumlar da geliştirilmelidir. Kültürel zenginlik olan yöresel yiyecek ve içeceklerimizin tanıtımı ve reklamı iyi yapılmalı ve bu reklam ve tanıtımlar gerek medyayla gerekse ülkeye gelen turistlere acenteler aracılığıyla yapılmalıdır. Uluslar arası yayın yapan TV'lerde yöresel yiyecek reklamlarına fazlaca yer verilmelidir
- Üniversite alanında yiyecek içecek işletmeciliği bölümlerinin sayısı arttırılmalı ve akademik çalışmaların sayısı çoğaltılmalı, bu yönde akademik çalışmalara, araştırmalara ağırlık verilmelidir.

Bu çalışma sadece Orta Anadolu'nun turistik destinasyonu olan Kapadokya Bölgesi ve bu bölgeye gelen Kapadokya'ya özgü yöresel yiyecek ve içecekleri tadan turistlerle sınırlandırılmıştır. Bundan sonra yapılacak çalışmalarda farklı milliyetten olan turistlerin de çalışma kapsamına alınması, ayrıca farklı bölgelerde de gastronomi turizmine ilişkin çalışmaların yapılması önerilmektedir. Böylece yapılacak çalışmaların yöresel yiyecek ve içeceklerin korunmasında ve geliştirilmesinde katkı sağlanacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Altinel, H. (2009). *Gastronomide Menü Yönetimi*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Avcıkurt, C, Sarıoğlan M. ve Girgin, K.G. (2007). *Yiyecek-İçecek Olgusuna Sosyolojik Bir Bakış*, I. Ulusal Gastronomi Sempozyumu, Antalya.
- Baysal, A. ve Küçükaslan, N. (2009). *Beslenme İlkeleri ve Menü Planlaması*. Ekin Basım Yayın Dağıtım, Bursa.
- Bekar, A. ve Kılıç, B. (2011). *Tüketicilerin alışverişten sofraya gıda güvenliğine yönelik turum ve davranışları*, Finans Politika ve Ekonomik Yorumlar Dergisi, 48(562):0-0
- Bekar, A. ve Kılıç, B. (2012) *Turistlerin Gelir Düzeylerine Göre Destinasyondaki Gastronomi Turizmi Etkinliklerine Katılımları*, 2. Kırsal Turizm Sempozyumu, Aksaray.
- Bekar, A. ve Kılıç, B. , Şahin, Ö. (2011) *Gastro Turizm ve Turistik Tüketicilerin Gastro Turizme Yönelik Görüşleri*, 12. Ulusal Turizm Kongresi: 516-524. Akçakoca.
- Belge, M. (2008). *Tarih Boyunca Yemek Kültürü*, İletişim Yayıncılık, İstanbul.
- Brokaj, M. (2014). *The Impact of the Gastronomic Offer in Choosing Tourism Destination: The Case of Albania*, Academic Journal of Interdisciplinary Studies MCSER Publishing, Rome-Italy Vol.3 No. 2.
- Ciğirim, N. (2001). *Batı ve Türk Mutfağı'nın Gelişimi, Etkileşimi ve Yiyecek İçecek Hizmetlerinde Türk Mutfağının Yerine Bir Bakış*, Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar, Yayın No: 28, Ankara.
- Cronbach, U. (1990). *Essentials of Psychological Testing*. Fifth Ed., New York: HarperCollins.
- Dilsiz, B. (2010). *Türkiye'de Gastronomi ve Turizm (İstanbul Örneği)*,

Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Dündar, D. (2008). *Türk Turizmin Gelişmesinde Türk mutfağının önemi; ve bugün için yapılması gerekenler*, II. Ulusal Gastronomi Sempozyumu, Antalya.

Eren, S. (2007). *Türk Mutfağı ve Haccp Sistemi Mutfak Profesyonellerinin Haccp Bilgilerinin Ölçülmesi*, I. Ulusal Gastronomi Sempozyumu, 10-11 Nisan, Antalya, Türkiye.

Fumey, G. ve Etcheverria, O. (2007). *Dünya Mutfakları Atlası*, NTV Yayınları, Çev: İsmail Yerguz.

Gökdemir, A. (2009). *Mutfak hizmetleri yönetimi*, Detay yayıncılık Ankara.

Güler, S. (2007). *Türk Mutfağının Değişim Nedenleri Üzerine Genel Bir Değerlendirme*, 1. Ulusal Gastronomi Sempozyumu ve Sanatsal Etkinlikler, 2007 Antalya.

Güler, S. (2010). *Türk Mutfak Kültürü ve Yeme İçme Alışkanlıkları*. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi Sayı:26.

Hatipoğlu, A. (2010). *İnançların Gastronomi Üzerine Etkileri: Bodrum'daki Beş Yıldızlı Otellerin Mutfak Yöneticilerinin Görüşlerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.

Hegarty, J. (2009). *How Might Gastronomy be a Suitable Discipline for Testing the Validity of Different Modern and Postmodern Claims About What May be Called Avant-Garde?* Hospitality and Tourism Education, Daars, Sallins, Ireland.

İnceöz, S. (2009). *Turistlerin Seyahat Motivasyonunun Belirlenmesinde Türk Mutfağına Yönelik Durum Değerlendirmesi*, III. Ulusal Gastronomi Sempozyumu, Antalya.

Karasar, N. (2008). *Bilimsel Araştırması Yöntemi*. Ankara: Nobel Yayınları.

Kesici, M. (2012). *Kırsal Turizme Olan Talepte Yöresel Yiyecek ve İçecek Kültürünün Rolü*. KMÜ Sosyal ve Ekonomi İk Araştırmalar Dergisi 14 (23): 33-37.

Kivela, J. Crotts. ve J. C. (2005) *Gastronomy Tourism: A Meaningful Travel Market Segment*. Journal of Culinary Science & Technology, Vol. 4(2/3) 2005.

Punch, K. (2005). *Introduction to Social Research – Quantitative and Qualitative Approach*. Second Ed., Sage Publications Inc., California.

Sekaran, U. (2000). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach. Third Edi.*, New York: John Wiley & Sons, Inc.

Sopha, C. Pullphothong, L. *Gastronomic Tourism in Ayutthaya, Thailand*. School of Culinary Art, Suan Dusit Rajabhat Universty and School Of Tourism and Hospitality Suan Dusit Rajabhat Universty, Bangkok, Thailand. Erişim adresi: http://www.ijbts-journal.com/images/main_1366796758/0043-Ladapha.pdf, Erişim Tarihi: 01.07.2014.

Yurtseven, H. R. (2011). *Sustainable Gastronomic Tourism in Gokceada (Imbros): Local and Authentic Perspectives*, International Journal of Humanities and Social Science, Vol. 1 No. 18.

<http://www.turizmtrend.com/akademi/yayinlar/gastronomi-turizmi-ve-hatay-mutfak-kulturu-5130.html>. (Erişim Tarihi: 15.05.2014 Saat:19:15).

<http://www.neu.edu.tr/tr/node/5551>. (Erişim Tarihi:15.05.2014 Saat:19:23).

<http://tr.wikipedia.org/wiki/Gastronomi>. (Erişim Tarihi: 15.05.2014 Saat:19:27).

<http://hasimsolmaz.tr.gg/Gastronomi.htm>. (Erişim Tarihi: 15.05.2014 Saat:20:38).

<http://arsiv.sabah.com.tr/2007/07/08/haber,D42FC372DD9645DE98878B92E2FF534A.html>. (Erişim Tarihi: 15.05.2014 Saat:19:40).

<http://turizmguzel.com/haber/kapadokyayi-2012-yilinda-ne-kadar-turist-ziyaret-etti-h13616.html> (Erişim Tarihi: 16.05.2014 Saat:00:52).

EK-1-Anket Formu

INTERCULTURAL COMPARISION OF TOURIST VIEWS FOR CULINARY TOURISM

Dear Participant,

This questionnaire form is prepared for my master thesis that I prepare in the Tourism Management Department, **Muğla Sıtkı Koçman** University. Answering the questions sincerely and objectively will increase the questionnaire's value. The answers given to the questions will not be used for any purposes and impose any obligation to the respondent.

Thank you for your interest.

Graduate Student Ayşe BELPINAR
Muğla Sıtkı Koçman University

1. Socio-demographic characteristics

Please indicate your nationality:

Sex	Age(Year)	Marital Status	Educational Status	Average Monthly Income	Profession	Stopover Destination
1 () Female	1 () 19 or younger	1 () Single	1 () Primary School	1() 10.000 £ or less	1 () Director or Manager	1 () Hotel
2 () Male	2 () 20-29	2 () Married	2 () Bachelor Degree	2 () 10.001-20.000 £	2 () Professional Doctor, Lawyer, teacher...	2 () Daytrip
	3 () 30-39		3 () Secondary School	3 () 20.001-30.000£	3 () Clerical/ administration	3 () Boutique Hotel
	4 () 40-49		4 () Master or doctoral degree	4 () 30.001-40.000£	4 () Technical Professions (technician, nursing...)	4 () Apart Hotel
	5 () 50 or over		5 () Vocational Education	5 () 40.001-50.000 £	5 () Service and Sales personnel	5 () Pension
				6 () 50.001 or more	6 () Manual or Crafts worker	6 () Homestay
						7 () Holiday Village

2. Tourist views for Culinary Tourism

		Strongly Agree	Agree	Moderately Agree	Disagree	Strongly Disagree
1	Tasting regional foods and beverages on site is very important for me.					
2	Regional cuisine culture is a very important factor for me in choosing the holiday spot.					
3	I eat in the restaurants where regional cuisine foods are served during my holiday.					
4	I eat in themed (boutique, architectural and artistic) restaurants.					
5	I go to the restaurants in order to taste the flavours prepared by the famous cuisine chiefs.					
6	I eat in Restaurants where the different cuisine foods are served.					
7	I eat in Restaurants where the foods I'm used to are served.					
8	I eat in luxurious restaurants.					
9	I eat in Fast Food Restaurants (fast food, McDonald's, KFC etc.).					
10	I prepare food in the destination/place where I go.					
11	I buy vegetables etc. that I'm used to at the markets.					
12	I certainly taste the regional foods and beverages during my holiday.					
13	I certainly taste the indigenous spices during my holiday.					
14	I go to the public-markets where the regional products are sold during my holiday.					
15	I buy indigenous products in order to take to my home after holiday.					
16	I buy regional kitchen equipments in order to take to my home after holiday.					
17	I buy recipe books in order to take to my home after holiday.					
18	I watch, follow regional cooking shows and programs.					
19	I try to learn how to cook regional foods.					

3. Attitudes and behaviours of tourists related to the regional foods and beverages

		Strongly Agree	Agree	Moderately Agree	Disagree	Strongly Disagree
1	Tasting regional foods and beverages gets me excited.					
2	Tasting regional foods and beverages freshens me up.					
3	I think regional foods and beverages rest me.					
4	I think tasting regional foods and beverages makes me healthy.					
5	I think regional foods and beverages are more nutritious.					
6	Tasting regional foods and beverages on site gives an authentic atmosphere to people.					
7	I think tasting regional flavours gets me away from the noise.					
8	I think there is more food and beverage variety in regional cuisines.					
9	Regional foods and beverages give information me about the local community.					
10	I want to give information about the regional cuisine culture to those who want to come to this region for holiday.					
11	I will suggest those who want to come to this region for holiday to taste regional foods and beverages.					

4. Do you think the regional cuisine culture is introduced sufficiently in this region?
5. What are the important deficiencies in serving regional cuisine culture to tourists in this region?
6. What is the most important factor that impresses you about the regional cuisine culture during you holiday?

KİŞİSEL BİLGİLER

Adı Soyadı : Ayşe BELPINAR

Doğum Yeri : Ortaköy / Aksaray

Doğum Yılı : 20.07.1986

Medeni Hali : Bekar

EĞİTİM VE AKADEMİK BİLGİLER

Lise : 2000-2003 Gülşehir Lisesi / Nevşehir

Ön Lisans : 2005-2007 Erciyes Üniversitesi Nevşehir Meslek Yüksek Okulu /
Turizm ve Seyahat İşletmeciliği

Lisans : 2007-2011 Muğla Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik
Yüksek Okulu / Seyahat İşletmeciliği

Yabancı Dil : İngilizce, Arapça

