

Gönderilme Tarihi (Submitted) : 30.09.2020  
Revizyon Tarihi (Revised ) : 13.11.2020  
Kabul Tarihi (Accepted) : 01.01.2021

TURED  
JOTOĞ



## Turizm Rehberliği Öğrencilerinin Gastronomi Rehberliğine Bakış Açısı\*

### *The Point of View of Tourism Guidance Students on Gastronomy Guidance*

**Alperen KÖK** 

Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Türkiye  
*Aydın Adnan Menderes University, Social Sciences Institute, Turkey*  
E-Mail: alpkok.ak@gmail.com

**Selda KARAHAN** 

Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Türkiye  
*Kocaeli University, Social Sciences Institute, Turkey*  
E-Mail: seldakarahan82@gmail.com

**Dr. Öğr. Üyesi Hande AKYURT KURNAZ** 

Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Türkiye  
*Bolu Abant Izzet Baysal University, Faculty of Tourism, Turkey*  
E-Mail: handekurnaz@ibu.edu.tr

**Doç. Dr. Alper KURNAZ** 

Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Türkiye  
*Bolu Abant Izzet Baysal University, Faculty of Tourism, Turkey*  
E-Mail: alperkurnaz@ibu.edu.tr

#### Öz

**Amaç ve Önem:** Turist rehberliği, turistlere bölgenin tanıtılması, iletişim kalitesinin oluşması, bir ülkenin kültürel ve tarihi değerlerinin farklı kültürlerle aktarılması açısından önemli bir role sahiptir. Günümüzde ülkelerin tarihi ve kültürel çeşitliliği özel ilgi turizmine duyulan ilgiyi artırmıştır. Bu bağlamda turist rehberlerinin belirli bir alanda uzmanlaşması ihtiyacı ortaya çıkmıştır. Özel ilgi turizmi türlerinden biri olan gastronomi turizmine olan ilginin artması, “Gastronomi Rehberliği” alanının her geçen gün daha da önem kazandığını göstermektedir. Bu araştırma, lisans düzeyinde turizm rehberliği eğitimi alan öğrencilerin gastronomi rehberliği alanına bakış açılarını değerlendirmek amacıyla yapılmıştır.

**Yöntem:** Yapılan bu araştırma nicel veri toplama yöntemlerinden biri olan anket tekniği ile yürütülmüştür. Afyonkarahisar, Aydın, Bolu, Eskişehir, İstanbul ve Mersin’de turizm rehberliği alanında lisans düzeyinde eğitim alan öğrencilere sorular yöneltilmiştir. 354 öğrenci anketi cevaplandırmış olup, kullanılabilir nitelikte olan 308 anket analizlerde kullanılmıştır.

**Bulgular:** Çalışmanın bulguları arasında turizm rehberliği öğrencilerinin gastronomi rehberliğini bir çalışma alanı olarak gördüğü, gastronomi rehberliğinin yeni bir çalışma alanı olarak kabul edildiği, ülke açısından verimli bir çalışma alanı olduğu, tanıtımda ve turistlerle yerel halk arasındaki iletişimde önemli olabileceği yer almıştır.

**Özgünlük/Bilimsel Katkı:** Turizm rehberliğinde uzmanlaşma önemli bir konudur. Uzmanlaşma açısından yapılan çalışmalar da sektöre ve turizm rehberliği öğrencilerine faydalı olmaktadır. Bu çalışma gastronomi rehberliği konusunda nicel veri toplama yöntemi desteklenerek gerçekleştirilen az sayıdaki çalışmalardan biri olması sebebiyle önem taşımaktadır. Hem gelecek çalışmalar açısından hem de diğer uzmanlaşma konuları açısından sektöre ve literatüre yardımcı olacağı düşünülmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Turist rehberliği, gastronomi, gastronomi rehberliği.

**Makale Türü:** Araştırma makalesi

---

**Atf için (for cited);** Kök, A., Karahan, S., Akyurt Kurnaz, H. ve Kurnaz, A. (2021). Turizm rehberliği öğrencilerinin gastronomi rehberliğine bakış açısı, *Turist Rehberliği Dergisi*, 4(1), 1-18.

\* Bu çalışma, I. Conference on Managing Tourism Across Continents’de sözlü olarak sunulan bildirinin geliştirilmiş halidir.



### Abstract

**Purpose and Importance:** Tourist guidance has an important role in introducing the region to tourists, establishing the quality of communication, and transferring the cultural and historical values of a country to different cultures. Today, the historical and cultural diversity of countries has increased the interest in special interest tourism. In this context, tourist guides should specialize in a certain area. The interest in gastronomy tourism, which is one of the special interest tourism types, is increasing. The field of "Gastronomy Guidance" is getting more and more important with each passing day. This research was carried out to evaluate the perspectives of students who are undergraduate tourism guidance education in the field of gastronomy guidance.

**Methodology:** This study was conducted with questionnaire technique, which is one of the quantitative data collection methods. Questions were asked to the students studying at the undergraduate level in tourism guidance in Afyonkarahisar, Aydın, Bolu, Eskisehir, Istanbul and Mersin. 354 students answered the questionnaire and 308 usable questionnaires were used in analysis.

**Findings:** Among the findings of the study, tourism guidance students adopted gastronomic guidance as a field of study. Gastronomic guidance has been accepted as a new field of study. It has been stated that it is a productive working area for the country and can be important in promotion and communication between tourists and local people.

**Originality/Value:** Specialization in tourism guidance is an important issue. Studies conducted in terms of specialization are beneficial to the sector and tourism guidance students. This study is important because it is one of the few studies carried out by supporting quantitative data collection method on gastronomic guidance. It is thought that it will help the sector and the literature in terms of future studies and other specialization issues.

**Keywords:** Tourist guiding, gastronomy, gastronomy guidance.

**Paper Type:** Research article

### Giriş

Günümüzde post modern turistlerin beklentilerinin ve ihtiyaçlarının çeşitlilik göstermesiyle alternatif turizm türlerine olan talebin arttığı ve bu doğrultuda yeme-içme faaliyetlerine verilen önemin de artmaya başladığı görülmektedir. Potansiyelin farkında olan bütün ülkeler, rekabet avantajı sağlamak için mutfak kültürlerinin tanıtım faaliyetlerini geliştirmeye yönelik çalışmaktadırlar. Gastronomi turizmi, turistler için artık seyahat motivasyonu unsurlarından biri olmaktan çıkarak, seyahatin temel amaçlarından biri haline gelmektedir (Rand & Heat, 2006). Bu açıdan turist rehberlerinin destinasyonlardaki gastronomik öğelerle ilgili bilgisinin yeterli olması ve gastro-turist olarak nitelendirilen seyahatteki temel amacı gastronomik deneyimler yaşamak olan turistlerin beklentilerini karşılamak için gastronomi uzmanı rehberlerin yetiştirilmesi büyük önem taşımaktadır. Ülkemizin tarihi ve zengin mutfak kültürü, gastronomi turizminde dünyada lider olabilecek özelliklere sahiptir (Durlu Özkaya & Can, 2012: 31-32). Son yıllarda gastronomi alanında birçok proje ve çalışma yapılsa da ülkemizin potansiyeli düşünüldüğünde yetersiz kaldığı görülmektedir. Özellikle Gastronomi Rehberliği ile ilgili yapılan çalışmaların ve eğitimlerin ülkemizin gelecekte gastronomi alanında çok önemli yerlere gelmesine büyük fayda sağlayacağı düşünülmektedir. Literatür incelendiğinde turist rehberliği ve gastronomi rehberliği kavramı ile ilgili çok az sayıda çalışma (Irigüler & Güler, 2015; Başoda vd., 2018; Akay & Özöğütçü, 2019; Akyurt Kurnaz & Kurnaz, 2019) olduğu görülmüştür. Gastronomi rehberliğinin giderek daha fazla önem kazanacağı düşünüldüğünde, turizm rehberliği eğitimi alan veya almakta olan kişilerin bu kavrama bakış açılarının ölçülmesinin literatüre katkı sağlayacağı ve araştırmadan elde edilecek bulguların değerlendirilmesinin turizmin gelişmesine önemli faydaları olabileceği öngörülmüştür.



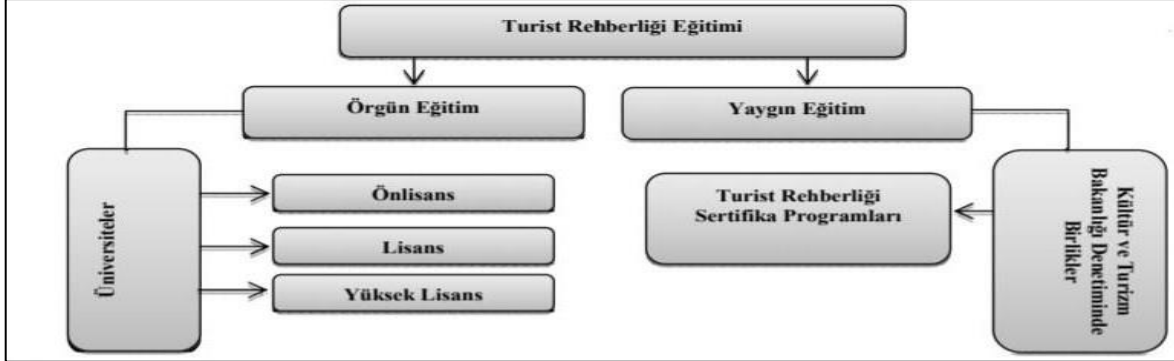
## 1. Turist Rehberliği Mesleği

Turist rehberi, turistlerin seyahatlerinde buldukları destinasyonları turistlere tanıtan, ziyaret ettikleri bölgenin doğal, tarihi ve kültürel çekiciliklerine yönelik bilgi aktaran, temsil ettiği destinasyonu tüm özellikleriyle tanıtan kişidir (İrigüler & Güler, 2015). Turist rehberi, Dünya Rehberler Federasyonu Örgütü'nün (WFTGA) tanımına göre; “Ziyaretçilere seçtikleri dilde rehberlik yapan ve bulunduğu bölgenin kültürel ve doğal mirasını yorumlayan, bulunduğu bölgenin ilgili kurumlarınca kabul edilmiş bir donanına sahip kişi” olarak tanımlanmaktadır (Başoda, 2018). Jensen (2010) ise turist rehberlerini, turist ile seyahat ettikleri ülke arasındaki sosyal ve kültürel anlamda aracılık yapan kişi olarak tanımlamaktadır. Dahles (2002) ise, turistlere seyahatleri boyunca yardımcı olan ve gezdikleri destinasyonları onlar için daha anlamlı kılan bir hizmet çalışanı olarak tanımlamaktadır (Acar, 2018). Bu tanımlardan yola çıkarak turist rehberlerinin bir destinasyonun kültürel elçisi oldukları düşünülebilmektedir. Turist rehberliği insan ilişkilerinin yoğun olduğu bir meslektir. Turist rehberlerinin görevi, sorumlu oldukları turlarda tanıtım, organizasyon, bilgilendirme, eğlendirme gibi turistlerin beklentilerine yönelik hizmetler sunmaktır (Yarcan, 2007). Ülkeler sahip oldukları turistik değerlerle ilgili konularda, kendilerini en iyi şekilde anlatacak yabancı dil bilen rehberler yetiştirmekte, rehberlik mesleğini kültürel alışverişin gerçekleşmesinde önemli bir elçi olarak görmektedirler (Çakmak, 2018: 82).

Turist Rehberliği Hizmeti; 6326 sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu kapsamında düzenlenen 26/12/2014 tarih ve 29217 sayılı Resmî Gazete’de yayınlanan Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği’nde “Seyahat acentacılığı faaliyeti niteliğinde olmamak kaydıyla kişi veya grup hâlindeki yerli veya yabancı turistlerin gezi öncesinde seçmiş oldukları dil kullanılarak ülkenin kültür, turizm, tarih, çevre, doğa, sosyal veya benzeri değerleri ile varlıklarının kültür ve turizm politikaları doğrultusunda tanıtılarak gezdirilmesini veya seyahat acentaları tarafından düzenlenen turların gezi programının seyahat acentasının yazılı belgelerinde tanımladığı ve tüketiciye satıldığı şekilde yürütülüp acente adına yönetilmesi” olarak tanımlanmaktadır (Resmî Gazete, 2014). Bu tanıma göre; profesyonel tur rehberlerinin temel görevleri, seyahat işletmesi adına tur programını uygulamak ve turistlere doğru bilgi aktarımı sağlamaktır (Olçay vd., 2015: 354). Ap & Wong (2001)’e göre; başarılı bir tur rehberinin bu görevleri yerine getirirken aynı zamanda işini tutkuyla yapmak, insanları sevmek, işine ilgi ve merak duymak, samimi olmak gibi özelliklere de sahip olması gerekmektedir.

Turist rehberliği mesleğinde uzmanlaşmak, doğru ve kapsamlı bilgi paylaşımı, ehliyet, performans, turistlerin beklenti ve ihtiyaçlarının en yüksek düzeyde ve hızla karşılanması, seyahat ettikleri yerlerle ilgili deneyimlerini arttırması, hizmet kalitesi, memnuniyet, turizmde çeşitliliğin sağlanmasıyla mevsimsellik sorununun ortadan kaldırılması, turist profilinin zenginleşmesi gibi olumlu etkiler yaratmaktadır (Köroğlu & GÜDÜ Demirebulat, 2017: 63). Ülkemizde turist rehberliği eğitimi örgün ve yaygın eğitim olmak üzere iki şekilde verilmektedir. 2012 yılında turist rehberliği meslek yasasının çıkması ve bununla birlikte turizm fakültelerinin kurulması ile Turist rehberliği eğitimi ile ilgili çalışmalar artmış ve bu konu daha fazla önem kazanmaya başlamıştır (İstanbul DİNÇER & ÇAKMAK, 2018).

**Şekil 1**  
*Turist Rehberliği Eğitimi*



**Kaynak:** Zengin & Eker, 2016

Ülkemizdeki turist rehberliği eğitimi, Avrupa Birliği ülkeleri ile karşılaştırıldığında ve mesleki teknik derslerin yetersiz olduğu, uygulama ağırlıklı derslerin ise artırılması gerektiği görülmektedir. Eker & Zengin (2016) ise çalışmalarında, eğitimlerin belirlenmiş bir standartta olmadığını, kurumlara göre farklılık gösterdiğini, rehberlik ile alakası olmayan derslerin fazla olduğunu ve bu durumun rehberlik eğitimini olumsuz etkilediğini belirtmişlerdir (İstanbulu Dinçer & Çakmak, 2018). Farklı seviyelerde ve farklı sürelerde verilen eğitimi alan kişilerin aynı unvana sahip olmaları ise rehber niteliklerinin ve kalitelerinin farklılaşmasına neden olmakta ve haksız bir rekabet ortamı yaratmaktadır (Hacıoğlu, 2008).

**Tablo 1**  
*Turizm Fakültelerinin Turist Rehberliği Bölümlerindeki Ders Müfredatları*

Ders Kategorisi	Ders Adı
Tarih	<ul style="list-style-type: none"><li>• Türk Tarihi</li><li>• Türk Tarihi 1</li><li>• Türk Tarihi 2</li><li>• Genel Türk Tarihi ve Kültürü</li><li>• Türk Tarihi ve Kültürü</li></ul>
Kültür, Sanat ve Edebiyat	<ul style="list-style-type: none"><li>• Türk Folklorü</li><li>• Türk Mimari ve Sanatı</li><li>• Türk Halk Bilimi ve El Sanatı</li><li>• Türk Mutfağı</li><li>• Dünya ve Türk Mutfağı</li><li>• Gastronomi</li><li>• Türk Halk Bilimi ve Geleneksel El Sanatları</li><li>• Türk Kültürü ve El Sanatları</li><li>• Türk Halk Bilimi</li><li>• Türk Resim Sanatı</li><li>• Sanat Eserleri ve Türk Müzeleri</li><li>• Türk Edebiyatı</li><li>• Türk Edebiyatına Giriş</li></ul>
Din ve İnanç	<ul style="list-style-type: none"><li>• Türk ve Anadolu Mitolojileri</li></ul>

**Kaynak:** İstanbulu Dinçer ve Çakmak, 2018: 72



Turizm fakültelerinin turist rehberliği ile ilgili ders müfredatlarına bakıldığında; gastronomi, Türk mutfağı, dünya mutfaklarına yönelik eğitimlerin yer aldığı fakat yetersiz olduğu görülmektedir. Tablo 2’de farklı turist rehberliği programlarında verilen gastronomi içerikli iki dersin kıyaslaması verilmiştir. “Türk Mutfak Kültürü” isimli dersin haftalık içeriğine bakıldığında bütünüyle Türk mutfağı ve kültürüne yönelik bir müfredat üzerine düzenlendiği görülmektedir. “Türk ve Dünya Mutfağı Kültürü” dersine bakıldığında ise Türk mutfak kültürüne çok az yer verildiği, ders içeriğinin dünya mutfakları üzerine yoğunlaştığı görülmektedir (İstanbullu Dinçer & Çakmak, 2018: 73).

**Tablo 2**

*Gastronomi ile İlgili Ders Müfredatının Karşılaştırılması*

Türk Mutfak Kültürü	<ul style="list-style-type: none"><li>• Türk Mutfağının Tarihçesi</li><li>• Türk Mutfağında Çorbalar</li><li>• Türk Mutfağında Sebzeler</li><li>• Türk Mutfağında Dolmalar</li><li>• Türk Mutfağında Kebaplar</li><li>• Türk Mutfağında Yahniler</li><li>• Türk Mutfağında Köfteler</li><li>• Türk Mutfağında Tava Yemekleri</li><li>• Türk Mutfağında Yumurta Yemekleri</li><li>• Türk Mutfağında Börekler</li><li>• Türk Mutfağında Hamur İşleri</li><li>• Türk Mutfağında Hoşafklar</li></ul>
Türk ve Dünya Mutfağı Kültürü	<ul style="list-style-type: none"><li>• Kültür Kavramı ve Mutfak Kültürü</li><li>• Uluslararası Gastronomiye Genel Bakış</li><li>• Türk Mutfak Kültürü</li><li>• Kuzey Avrupa Yiyecek İçecek Kültürü</li><li>• İber Yarımadası Yiyecek İçecek Kültürü</li><li>• Fransa Mutfağı</li><li>• İtalya Mutfağı</li><li>• Balkan Ülkeleri Mutfağı</li><li>• Yunanistan Mutfağı</li><li>• Rusya Mutfağı</li><li>• Çin Mutfağı</li><li>• Japonya Mutfağı</li></ul>

**Kaynak:** İstanbullu Dinçer & Çakmak, 2018: 73

Türkiye için çok önemli bir turistik çekicilik unsuru olan gastronomi hakkında mutfağımızın tanıtımını yapmak ve turistlere bilgi aktarmak açısından turist rehberliği büyük önem taşımaktadır. Bu bağlamda, gastronomi turizmi faaliyetlerine cevap verebilecek alt yapının en kısa zamanda oluşturulması gerekmektedir (İrigüler & Güler, 2015).

## 2. Gastronomi Turizminde Rehberlik ve Gelişme Perspektifleri

Günümüz şartlarında yüksek hızda yaşanan modern yaşam şartlarında insanlar yemek pişirmek için daha az zaman harcamaktadırlar. Bu sebeple dışarıda yemek yemek ve yemekle ilgili etkinlikler ve festivallere katılmak birçok insan için ilgi çekici bir aktivite haline gelmiştir (Hall et al., 2003: 102). Turistlerin en önemli seyahat motivasyonları ve beklentileri arasında, daha önce görmedikleri yerleri ziyaret etmek ve farklı kültürleri tanımanın yanında, farklı kültürlerle ait lezzetleri deneyimlemek ve yeni tecrübeler yaşamak isteği de yer almaktadır (Durlu Özkaya &



Cömert, 2014: 63). Smith & Xiao (2008) çalışmalarında, eşsiz bir yemek deneme arzusunun, seyahat motivasyon faktörleri arasında ilk sıralarda yer aldığını belirtmiştir. Yöresel yemekleri tadan turistlerin kendi kültürlerinden farklı bir kültür deneyimi yaşayabilmesi memnuniyetlerine olumlu yönde etki etmektedir (Yuan, 2015: 17). Şarap ve yemek kültürü ile ilgili olan turistlerin kültür, tarih, sanat ve rekreasyon etkinliklerini içeren turizm faaliyetleriyle ilgilenen turistler ile arasında mutlak bir ilişki olduğu sonucuna varılmıştır (Yıldız, 2009: 81). Gastronomi diğer turizm faaliyetleri ile karşılaştırıldığında ise, mevsimsellik sorununu ortadan kaldıracak özellikler taşımasıyla turizm endüstrisinin geleceği için önem taşımaktadır (Kesici, 2012: 35).

Seyahatlerde turistlerin bir kısmı sadece yaşamsal ihtiyaçlarını karşılamak için yemek yemekte, bir kısmı ise buldukları destinasyonun yerel yemeklerini ve mutfak kültürlerini öğrenmek için yöresel yemekler sunan bir işletmeye gitmektedirler. Günümüz şartlarında gastronomi ile ilgili dergiler, televizyon programları ile bilgiler dünyaya kolayca yayılmakta ve bu tanıtım araçları seyahatlerle ilişkilendirilmektedir. Bu sayede gastronomiye ilgi duyan insanlar bu kanallar ile öğrendikleri yemekleri, restoranları deneyimlemek, ünlü şefleri görmek için seyahatler planlamaktadırlar. Dünyada genellikle gastronomiye yönelik turlar üç kategoriden oluşmaktadır (Yüncü, 2010: 31):

- Yiyecek-içecek yapımı, tadımı ve pişirme tekniklerine yönelik eğitimleri kapsayan turlar,
- Bir destinasyonun yerel yemeğini tatmak veya dünyaca ünlü bir şefin hazırladığı yemeği yemek amacıyla düzenlenen turlar,
- Özellikle bir ürün için düzenlenen ve o ürünün üreticileri ile turistlerin buluşmasını sağlayan turlardır.

Gastronomi turlarının programları; bölgelerin mutfak kültürlerinin tanıtımına, eğitimine ve deneyimlenmesine odaklı detaylar içermesi gerekmektedir. Ülkemizde turist rehberleri gastronomiye yönelik hazırlanan paket turların çoğunda, yakın destinasyonların yöresel mutfaklarının genel tanıtımı ve bununla birlikte destinasyonların kültürel ve tarihi çekiciliklerinin tanıtımını içeren bilgiler sunmaktadır. Yeterli bilgi ve donanıma sahip rehberler tarafından yönetilen, yerel mutfak kültürüne yönelik deneyimlere odaklı ve daha az destinasyonu içeren tur programları gastronomik deneyimler yaşamak isteyen turistler için giderek önem kazanmaktadır (Kızılırmak vd., 2016: 259).

Akay & Özöğütçü (2019), turist rehberleri üzerinde yaptıkları araştırmada, çoğunluğunun mutfak konusunda eğitim almadığını, kitaplar, dergiler, TV programları ve internet kaynakları ile bilgilere ulaştıklarını ortaya koymuştur. Turist rehberleri, turistlerin seyahatleri boyunca ziyaret ettikleri yerlerdeki yerel lezzetler hakkındaki bilgiler ve yerel yiyecek-içeceklerin sunumunun o yöreye özgü bir şekilde yapılması açısından, turistlerin üzerinde güven unsuru oluşturmaktadır. Bu sebeple turist rehberlerinin, doğru ve kapsamlı bilgiler vermeleri turistler için önem taşımaktadır (Çalışkan, 2013). Turist rehberliğinde gastronomi profili üç boyutu kapsamaktadır (Başoda vd., 2018);

- Gastronomi uzmanlığı,
- Paket turları,
- Turist rehberliği

Turist rehberleri açısından gastronomi uzmanlığının boyutları aşağıdaki tabloda belirtilmektedir. Bu tabloya göre gastronomi uzmanlığı; belirli bir destinasyonun yerel mutfak kültürüne yönelik konu, etkinlik ve mekan uzmanlığı olarak ele alınmıştır (Başoda vd., 2018). Gastronomi uzmanlığının mekan uzmanlığı boyutunda yerel kültür ve gastronominin yanında tarihi



ve coğrafi bilgi ve deneyimlerin de önemli olduğu görülmektedir.

**Tablo 3**

*Turist Rehberleri Açısından Gastronomi Uzmanlığı Boyutları*

Belirli Bir Destinasyonun Yerel Mutfak Kültürü		
Konu Uzmanlığı	Etkinlik Uzmanlığı	Mekan Uzmanlığı
<ul style="list-style-type: none"><li>• Bölge turizmi hakkında derinlemesine bilgi</li><li>• Gastronomiye yatkınlık</li><li>• Eğitim</li><li>• Gastronomi hakkında temel bilgi</li><li>• Yerel halka yönelik derinlemesine bilgi</li><li>• Gastronomi turistleri hakkında derin bilgi</li><li>• Gastronomi turları hakkında derinlemesine bilgi</li><li>• Gastronomi rehberliği hakkında derinlemesine bilgi</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Gastronomi etkinlikleri hakkında temel bilgi</li><li>• Etkinlik uzmanlığı</li><li>• Yöresel mutfak uygulamaları hakkında derinlemesine bilgi, beceri, deneyim</li><li>• Yöresel mutfaka has etkinlikler hakkında derinlemesine bilgi, beceri ve deneyim</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Özel alanlar yapılar hakkında derinlemesine bilgi ve deneyim</li><li>• Tarihi alanlar hakkında derinlemesine bilgi ve deneyim</li><li>• Coğrafya hakkında derinlemesine bilgi ve deneyim</li><li>• Arazi ve güzergahlar hakkında bilgi ve deneyim</li><li>• Kuruluşlar hakkında derinlemesine bilgi ve deneyim</li></ul>

**Kaynak:** (Brillant-Savarin, 1825; Long, 1998; Gillespie & Cousins, 2001; Scarpato, 2002; Hall & Sharples, 2003; Mitchell & Hall, 2003; Ontario Turizm Bakanlığı, 2005; Shenoy, 2005 akt. Başoda vd., 2019: 1819; Kivela & Crotts, 2006; İlhan, 2006; Gökdemir, 2009; Horng & Tsai, 2010; Kesici, 2012; Çağlı, 2012; Deveci vd., 2013; Güzel vd., 2015; Kızılırmak vd., 2016; Başaran, 2017; İrigüler & Güler, 2017; National Institute of Open Schooling, 2018).

Turist rehberlerine yönelik yapılan başka bir araştırmada; rehberlerin büyük çoğunluğunun, ülkemizin sahip olduğu zengin mutfak kültürü ile gastronomi turizmi için yüksek potansiyeli olduğunu düşündükleri ve gastronomi rehberi olarak uzmanlaşmanın gerekliliğine inandıkları sonucu ortaya konulmuştur (İrigüler & Güler, 2015: 14). Bazı turist rehberlerinin ise destinasyonların mutfak ve yemek kültürleri ile ilgili çeşitli kaynaklardan ulaştıkları bilgilerin gastronomi turlarında rehberlik yapmak için yeterli olabileceğini düşündükleri görülmüştür (Akay & Özöğütçü, 2019: 11). Ülkemizde gastronomi turizminin gelişmesi açısından turist rehberlerinin iki önemli rolü bulunmaktadır; bu turizm çeşidinin potansiyel olarak var olduğunu turiste hissettirmek; ve gastronomi alanında kendisini geliştirerek sundukları hizmette zengin mutfak kültürünü ve turistlere doğru bir şekilde aktarmaktır. Var olan potansiyel ve turistlerin bu yöndeki ilgi ve talebi, turist rehberlerinin bu konuda kendilerini geliştirmesi ile birlikte tam anlamıyla gastronomi odaklı turların hizmete sunulması için gastronomi alanında uzman olan gastronomi rehberlerine ihtiyaç duyulmasını sağlamıştır.

Gastronomi rehberliği; gastronomi uzmanlığı olan turist rehberleri tarafından, turistlerin seyahat ettikleri destinasyonun yerel mutfak kültürü ile tanışmasını ve o yörenin mutfakla ilgili kültürüne özgü değerlere yönelik turistlere derin bilgilendirme ve deneyim kazandırma amacıyla sunulan rehberlik hizmetleri olarak tanımlanmaktadır. Turist rehberleri açısından gastronomi



rehberliği, mutfak kültürüne özgü bilgilendirme ve deneyim kazandırma olarak iki boyutta incelenmektedir (Başoda vd., 2018). Ülkemizde son yıllarda turist rehberlerine yönelik gastronomi uzmanlığı eğitim ve sertifika programları yapılsa da bu eğitimlerin yetersiz olduğu ve gastronomi rehberlerinin sayısının oldukça az olduğu bilinmektedir. Bu nedenle Türkiye’de gastronomi turu olarak düzenlenen birçok tur program içeriği tam olarak gastronomiye özgü yapılamamaktadır. Gastronomi rehberlerinin yetiştirilmesi için turizmle ve gastronomi ile ilgili bazı kurumların işbirliğiyle çalışmalar yapıldığı bilinmektedir. Turistlerin bu yöndeki talep ve beklentilerinin giderek arttığı düşünüldüğünde gastronomi rehberliği eğitimlerinin giderek daha da önem kazanacağı öngörülmektedir.

### 3. Yöntem

Bu araştırma turizm rehberliği eğitimi alan lisans öğrencilerinin gastronomi rehberliği çalışma alanına olan bakış açılarını belirlemek amacıyla yapılmıştır. Son yıllarda turizm rehberliğinde önemli konulardan biri meslekte uzmanlaşma ihtiyacı olmuştur. Bu bağlamda yapılan bu çalışma gastronomi rehberliği çalışma alanı konusunda farkındalık yaratma çabası açısından önemli olmaktadır. Yapılan bu araştırmanın modeli tarama modelidir. Tarama modeli var olan bir durumu olduğu şekliyle betimlemeyi amaçlayan araştırma yaklaşımlarından biridir (Mazlum & Atalay Mazlum, 2017) Araştırmanın temel sorusu; turizm rehberliği öğrencilerinin gastronomi rehberliğine bakış açısı nedir? şeklinde belirlenmiştir.

Araştırma evrenini Türkiye’de lisans düzeyinde turizm rehberliği eğitimi alan öğrenciler oluştururken, araştırmanın örneklemini Afyonkarahisar, Aydın, Bolu, Eskişehir, İstanbul, Konya ve Mersin illerinde turizm rehberliği eğitimi alan lisans öğrencileri oluşturmaktadır. Örneklem seçimi kolayda örneklem yöntemi ile belirlenmiş olup, veri toplama yöntemi olarak anket tercih edilmiştir. Örneklemin belirlenmesinde temel etken ulaşılabilirlik olmuştur. Araştırmanın ölçeği, Şahin ve Acun (2016), Özdemir Yılmaz (2011) ve Terzi & Tezci (2007)’nin yılında yapmış oldukları araştırmalardan uyarlanarak oluşturulmuştur. Bu araştırmalar temel olarak öğretmenlik mesleği ve turizm rehberliği mesleğine ait tutumların belirlenmesi ile ilgili olduğundan ifadeler gastronomi rehberliğine uyarlanmıştır. Bu bağlamda hem gastronomi rehberliği alanına yönelik çalışmaların sayı olarak az olmasından dolayı hem de araştırma ölçeğinde yer alan ifadelerin uyarlanması sebebiyle uzman görüşlerine başvurularak araştırma ölçeğinde yer alan ifadeler geliştirilmiştir. Bu amaçla gastronomi çalışma alanında uzman 3 akademisyen ve gastronomi çalışma alanında rehberlik yapan 3 turist rehberi ile araştırma ifadeleri gözden geçirilmiştir. Araştırma ölçeğinin uyarlanmasının ardından anket formu oluşturulmuş olup, çevrimiçi ortamda veriler elde edilmiştir. Anket formu iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde öğrencilere ait tanımlayıcı bilgilere yer verilirken ikinci bölümde ise gastronomi rehberliği çalışma alanı ile ilgili ifadeler yer almıştır. Bu aşamada herhangi bir ifade çıkarımı olmamıştır. Anket formunda yer alan gastronomi rehberliği çalışma alanına ait ifadelerin cevaplandırılmasına 5’li Likert tipi ölçek kullanılmıştır (1-Hiç Katılmıyorum, 5-Tamamen Katılıyorum).

Araştırmaya devam edilmesi aşamasında önemli bir geçiş olan ön uygulama gerçekleştirilmiş olup (150 öğrenci), ölçeğin güvenilirliğine bakılmıştır. Bu bağlamda araştırmanın yüksek güvenilirliğe sahip (Cronbach’s Alpha) ,968 olduğu görülmüştür. Bu doğrultuda araştırmanın verileri toplanmaya devam edilmiştir. Değerlendirmeye alınan anket sayısı 308 olmuştur. Öğrencilerin verdikleri cevaplar doğrultusunda yapılan Kolmogorov-Smirnov analiz sonucunda normal dağılım olduğu saptanmıştır ( $p>0,05$ ).

Yapılan faktör analizi sonucunda ifadelerden biri, 400 altında değere sahip olmasından dolayı analizlerden çıkarılmış ve faktör analizi tekrar yapılmıştır. Tekrarlanan faktör analizi sonuçları





doğrultusunda KMO değeri, 964 olarak tespit edilmiştir. Bu bağlamda toplam 37 ifade 5 faktör altında incelenmiştir.

Ankete katılan öğrencilere ait tanımlayıcı bilgiler frekans ve yüzde analizleri yardımıyla yorumlanırken, gastronomi rehberliği ile ilgili ifadelerle ait boyutların belirlenmesinde faktör analizi yapılmıştır. Ayrıca tanımlayıcı bilgilere göre faktörleri oluşturan ifadelerle yönelik katılımcı görüşleri arasında farklılık olup olmadığını belirlemek amacıyla t-testi ve Anova analizi yapılmıştır.

#### 4. Bulgular

Araştırmaya katılan öğrencilerin hem demografik bilgilerine hem de üniversite ve meslek bilgilerine ait bilgiler Tablo 4’de yer almaktadır. Tabloya göre araştırmaya katılan öğrencilerin çoğu kadın, 18-19 yaş aralığında, 1. Sınıfta okuyan, 1-5. sıralardaki tercihine yerleşmiş, bölümü isteyerek seçen ve meslek hakkında bilgisi olan öğrencilerden oluşmaktadır. Üniversiteleri şehirleri incelendiğinde ise Afyon ve Konya ilk sırada yer almıştır. Diğer şehirlerin de sayılarının birbirine yakın olduğu tespit edilmiştir. Araştırmaya katılan öğrencilerin %85’i turizm rehberliği bölümünü isteyerek seçmiş olmakla birlikte; meslek hakkında bilgi sahibi oldukları incelenen sonuçlar arasındadır. Bu bağlamda öğrencilerin bölüm ve içeriği hakkında bilinçli oldukları ifade edilebilir.

**Tablo 4**  
*Demografik Özellikler*

Özellik	Gruplar	N	%
Cinsiyet	Erkek	131	42,5
	Kadın	177	57,5
Yaş	18-19	71	23,1
	20	55	17,9
	21	60	19,5
	22-23	67	21,8
	24 ve üzeri	55	17,9
Sınıf	1	105	34,1
	2	69	22,4
	3	53	17,2
	4	70	22,7
	Uzatma	11	3,6
Tercih	1-5	204	66,2
	6-10	58	18,8
	11 ve üzeri	46	14,9
Üniversite	Afyon	59	19,2
	Aydın	48	15,6
	Bolu	36	11,7
	Eskişehir	38	12,3
	İstanbul	35	11,4
	Konya	58	18,8
	Mersin	34	11,0
Bölümü İsteyerek Seçme	Evet	262	85,1
	Hayır	46	14,9
Meslek Hakkında Bilgi	Evet	243	78,9
	Hayır	65	21,1



Araştırmaya katılan turizm rehberliği öğrencilerinin gastronomi rehberlik çalışma alanına yönelik bakış açıları incelendiğinde, verilen cevapların genellikle orta düzeyde olduğu görülmüştür. Verilen cevaplara ait en yüksek ortalamaya ait ifadeler aşağıda belirtilmektedir;

- Turist rehberliği meslek derslerinde başarılı olmayı önemserim ( $\bar{x}=4,17$ ).
- Türkiye’yi tanıtmının etkili yöntemlerinden biri de düzenlenen gastronomi turlarıdır ( $\bar{x}=4,10$ ).
- Halen okumakta olduğum turizm rehberliği programını isteyerek seçtim ( $\bar{x}=4,03$ ).

**Tablo 5**  
*Turizm Rehberliği Öğrencilerinin Gastronomi Rehberliğine ait Bakış Açısı*

İfadeler	( $\bar{x}$ )	ss
Gastronomi rehberi olma düşüncesi bile bana cazip geliyor	3,43	1,16
Gastronomi rehberi olmayı kendime yakıştırıyorum	3,45	1,16
Gastronomi rehberi olacağıma düşünmek beni mutlu ediyor	3,31	1,18
Tekrar bir çalışma alanında bulunmam gerekse gastronomi rehberliğini tercih ederim	3,06	1,16
Gastronomi rehberliğinin bana göre bir çalışma alanı olduğunu düşünüyorum	3,60	1,21
Gastronomi rehberliğinin yaşam tarzıma uygun olduğunu düşünüyorum	3,46	1,14
Gastronomi rehberliğinin kişiliğime uygun olduğunu düşünüyorum	3,45	1,15
Gastronomi rehberliğinde başarılı olacağıma inanıyorum	3,57	1,16
Gastronomi rehberliği ile ilgili olan turizm rehberliği bölümünü seçmiş olmaktan memnunum	3,70	1,17
Gastronomi rehberliğinde karşılaşacağım zorlukları aşabileceğime inanıyorum	3,62	1,13
Zor şartlar altında dahi gastronomi rehberliği yapmak isterim	3,03	1,17
Gastronomi rehberliği gerekliliklerini yerine getirme konusunda kendime güveniyorum	3,52	1,13
Gastronomi rehberliğine karşı özel bir yeteneğim olduğu kanısındayım	3,18	1,21
Gastronomi rehberliğinde üretken ve yaratıcı olabilmem için bana fırsatlar vereceğini düşünüyorum	3,46	1,12
Gastronomi rehberliğini profesyonel bir şekilde yürütebileceğime inanıyorum	3,45	1,19
Gastronomi konusunda insanlara bilmedikleri bir şeyleri anlatacak olma düşüncesi beni mutlu ediyor	3,72	1,22
Turist rehberliği mesleğinde gastronomi rehberi olan insanlara sempati duyarım	3,83	1,04
Turist rehberliğinde çalışma alanı olarak gastronomi rehberliğini tavsiye ederim	3,36	1,20
Gastronomi rehberi olduğumda yapabileceğim çok şey olduğunu düşünüyorum	3,42	1,12
Gastronomi rehberliğinin çalışma koşulları bana çekici geliyor	3,39	1,09
Turist rehberliği meslek derslerinde başarılı olmayı önemserim	4,17	,98
Gastronomi rehberliği yapan kişilerle sohbet etmekten hoşlanırım	3,90	,97
Gastronomi ve rehberlik konularında konuşur, tartışırım	3,68	1,07
Bilgili ve yeterli bir gastronomi rehberi olacağıma düşünüyorum	3,45	1,17
Gastronomi rehberliğinin toplumda bana saygınlık kazandıracağına inanıyorum	3,51	1,14
Halen okumakta olduğum turizm rehberliği programını isteyerek seçtim	4,03	1,16
Gastronomi rehberliği çalışma alanının bana faydalı olacağına inanıyorum	3,91	1,09
Gastronomi konularında konuşmak beni mutlu eden faaliyetler arasında yer alır	3,61	1,05
Gastronomi rehberi olduğumda çevre tarafından bana yeterli değerin verileceğine inanıyorum	3,32	1,11
Gastronomi rehberliği çalışma alanında mesleğimi devamlı yapabilirim	3,40	1,04
Gastronomi rehberlik çalışma alanının devamlılığı bana güven veriyor	3,37	1,09
Gastronomi rehberi olduğumda rahat bir şekilde iş bulabilirim	3,07	1,04
Gastronomi rehberliğinin çok fazla bilgi birikimi getireceğinin farkındayım	3,94	1,02
Gastronomi rehberi olmak için, yeni yemekler deneyimlemeye ve sık seyahat etmeye hazırım	3,85	1,18
Gastronomi rehberliğini, turistler ile yerel halkın kaynaşmasında önemli bir çalışma alanı olarak görüyorum.	3,99	,93
Gastronomi turizminin, turistler ile yerel halkın kaynaşmasında önemli bir yol olduğunu düşünüyorum.	4,02	,92
Türkiye’yi tanıtmının etkili yöntemlerinden biri de düzenlenen gastronomi turlarıdır.	4,10	,94



Bu bağlamda araştırmaya katılan turizm rehberliği öğrencilerinin meslek derslerine önem verdiği, gastronominin Türkiye'nin tanıtımında etkili rolünün olduğunu düşündüklerini ve okudukları programı isteyerek seçtikleri yönünde olmuştur. Verilen cevaplar doğrultusunda en düşük ifadeler ise aşağıda belirtildiği şekildedir;

- Zor şartlar altında dahi gastronomi rehberliği yapmak isterim ( $\bar{x}=3,03$ ).
- Tekrar bir çalışma alanında bulunmam gerekse gastronomi rehberliğini tercih ederim ( $\bar{x}=3,06$ ).
- Gastronomi rehberi olduğumda rahat bir şekilde iş bulabilirim ( $\bar{x}=3,07$ ).

Düşük ifadelerle göre; zor şartların gastronomi rehberliği yapmalarını etkileyeceği, tekrar bir çalışma alanı bulmaları gerekirse gastronomi rehberliğini seçme durumlarının daha düşük olduğu ve gastronomi rehberi olduklarında rahat bir şekilde iş bulmaları konusunda endişeli oldukları belirlenmiştir.

Elde edilen cevaplar incelendiğinde, ortalama açısından yüksek ifadelerden biri “Gastronomi turizminin, turistler ile yerel halkın kaynaşmasında önemli bir yol olduğunu düşünüyorum ( $\bar{x}=4,0227$ )”, olmuştur. Bu ifade, yerel halk ile turistlerin ortak noktada buluşabileceği bir alan olan gastronomi alanının önemli olduğunu göstermektedir. Son yıllarda kültür turizmine ve yerel mutfak kültürünün gelişmiş olduğu destinasyonlara yönelik turistik talebin arttığı düşünüldüğünde gastronominin temel bir aracı olduğunu da görmek mümkündür.

Yapılan açıklayıcı faktör analizine göre, KMO değeri ,964 olarak hesaplanmıştır. Bartlett Küresellik testinin ise istatistiksel olarak anlamlı sonuç verdiği görülmüştür ( $p<0,05$ ). Bu analizde 5 faktör boyutu elde edilmiştir. 5 faktör boyut kapsamında 37 maddeden oluşan yapının toplam varyansı %71,996 oranından açıkladığı görülmüştür. Sosyal bilimlerde açıklanan varyansın %40 ile %60 arasında olması yeterli olarak kabul edilebilmektedir (Çokluk vd., 2010). Faktör grupları içerisinde 1. boyuta 22, 2. boyutta 5, 3. boyutta 4, 4. boyutta 3 ve 5. boyutta ise 3 ifade yer almaktadır. Faktör grup isimleri araştırmacılar tarafından belirlenmiştir.

1. faktör: Gastronomi Rehberliği İnancı
2. faktör: Gastronomi Rehberliğinin Faydaları
3. faktör: Gastronomi Rehberliği Bilgi Alışverişi
4. faktör: Meslek Olarak Gastronomi Rehberliği
5. faktör: Geleceğe Yönelik Gastronomi Rehberliği



**Tablo 6**  
*Gastronomi Rehberliği Çalışma Alanına Yönelik Faktör Analizi*

İfadeler	Boyutlar				
	1	2	3	4	5
Gastronomi rehberliğinde başarılı olacağıma inanıyorum	,816				
Gastronomi rehberi olacağıma düşünmek beni mutlu ediyor	,813				
Gastronomi rehberliğini profesyonel bir şekilde yürütebileceğime inanıyorum	,811				
Gastronomi rehberliği gerekliliklerini yerine getirme konusunda kendime güveniyorum	,807				
Gastronomi rehberliğine karşı özel bir yeteneğim olduğu kanısındayım	,802				
Zor şartlar altında dahi gastronomi rehberliği yapmak isterim	,785				
Gastronomi rehberi olmayı kendime yakıştırıyorum	,774				
Tekrar bir çalışma alanında bulunmam gerekse gastronomi rehberliğini tercih ederim	,765				
Gastronomi rehberliğinin kişiliğime uygun olduğunu düşünüyorum	,765				
Gastronomi rehberliğinde karşılaşacağım zorlukları aşabileceğime inanıyorum	,763				
Bilgili ve yeterli bir gastronomi rehberi olacağıma düşünüyorum	,758				
Gastronomi rehberliğinin yaşam tarzıma uygun olduğunu düşünüyorum	,732				
Gastronomi rehberi olma düşüncesi bile bana cazip geliyor	,732				
Gastronomi konusunda insanlara bilmedikleri bir şeyleri anlatacak olma düşüncesi beni mutlu ediyor	,711				
Gastronomi rehberliğinin çalışma koşulları bana çekici geliyor	,709				
Gastronomi rehberliğinde üretken ve yaratıcı olabilmem için bana fırsatlar vereceğini düşünüyorum	,654				
Gastronomi rehberi olduğumda yapabileceğim çok şey olduğunu düşünüyorum	,607				
Gastronomi konularında konuşmak beni mutlu eden faaliyetler arasında yer alır	,576				
Gastronomi rehberliği çalışma alanında mesleğimi devamlı yapabilirim	,553				
Gastronomi rehberliği ile ilgili olan turizm rehberliği bölümünü seçmiş olmaktan memnunum	,521				
Gastronomi rehberliğinin toplumda bana saygınlık kazandıracağına inanıyorum	,490				
Turist rehberliği mesleğinde gastronomi rehberi olan insanlara sempati duyarım	,465				
Gastronomi turizmini, turistler ile yerel halkın kaynaşmasında önemli bir yol olduğunu düşünüyorum.		,798			
Türkiye'yi tanıtmamın etkili yöntemlerinden biri de düzenlenen gastronomi turlarıdır.		,777			
Gastronomi rehberliğini, turistler ile yerel halkın kaynaşmasında önemli bir çalışma alanı olarak görüyorum.		,769			
Gastronomi rehberliğinin çok fazla bilgi birikimi getireceğinin farkındayım		,565			
Gastronomi rehberi olmak için, yeni yemekler deneyimlemeye ve sık seyahat etmeye hazırım		,517			
Turist rehberliği meslek derslerinde başarılı olmayı önemserim			,732		
Gastronomi ve rehberlik konularında konuşur, tartışırım			,625		
Gastronomi rehberliği yapan kişilerle sohbet etmekten hoşlanırım			,594		
Halen okumakta olduğum turizm rehberliği programını isteyerek seçtim			,583		
Gastronomi rehberi olduğumda rahat bir şekilde iş bulabilirim				,724	
Gastronomi rehberlik çalışma alanının devamlılığı bana güven veriyor				,660	
Gastronomi rehberi olduğumda çevre tarafından bana yeterli değer verileceğine inanıyorum				,542	
Turist rehberliğinde çalışma alanı olarak gastronomi rehberliğini tavsiye ederim					,782
Gastronomi rehberliği çalışma alanının bana faydalı olacağına inanıyorum					,782
Gastronomi rehberliğinin bana göre bir çalışma alanı olduğunu düşünüyorum					,655
KMO			,964		
Bartlett			,000 (p<0,05)		
Bartlett x <sup>2</sup>			11149,078		
Özdeğer	20,284	2,468	1,611	1,220	1,056
Varyans Açıklama Oranı %	54,822	6,669	4,353	3,297	2,855
Toplam Varyans Açıklama Oranı %			71,996		
Cronbach's Alpha (Tüm Ölçek)			,968		



**Tablo 7**  
*Gastronomi Rehberliğine İlişkin Görüşlerin Cinsiyete Göre Karşılaştırılması*

Boyutlar	Cinsiyet	N	X	SS	F	p
Gastronomi Rehberliği İnancı	Erkek	131	-,043	1,054	1,976	,517
	Kadın	177	,031	,959		
Gastronomi Rehberliğinin Faydaları	Erkek	131	-,111	,993	,180	,091
	Kadın	177	,082	,999		
Gastronomi Rehberliği Bilgi Alışverişi	Erkek	131	-,113	1,142	2,394	,088
	Kadın	177	,083	,873		
Meslek Olarak Gastronomi Rehberliği	Erkek	131	,059	1,011	,577	,368
	Kadın	177	-,044	,991		
Geleceğe Yönelik Gastronomi Rehberliği	Erkek	131	,080	,991	,006	,224
	Kadın	177	-,059	1,004		

p<0,05

Gastronomi rehberliği çalışma alanı ile cinsiyet karşılaştırılmamasında yapılan t testine göre, cinsiyetin gastronomi rehberliği çalışma alanında belirleyici bir değişken olmadığı görülmüştür.

**Tablo 8**  
*Gastronomi Rehberliğine İlişkin Görüşlerin Yaş Gruplarına Göre Karşılaştırılması*

Faktör	Yaş Boyutu	N	X	SS	F	p
Gastronomi Rehberliği İnancı	18-19	71	-,207	,905	1,235	,296
	20	55	,050	1,011		
	21	60	,055	1,062		
	22-23	67	-,009	1,062		
	24 ve üzeri	55	,168	,945		
	Toplam	308	,000	1,000		
Gastronomi Rehberliğinin Faydaları	18-19	71	,084	,943	,353	,842
	20	55	-,054	1,132		
	21	60	-,096	,937		
	22-23	67	-,006	1,012		
	24 ve üzeri	55	,058	1,004		
	Toplam	308	,000	1,000		
Gastronomi Rehberliği Bilgi Alışverişi	18-19	71	,141	1,027	,877	,478
	20	55	-,179	1,321		
	21	60	-,038	,936		
	22-23	67	-,018	,952		
	24 ve üzeri	55	,061	,660		
	Toplam	308	,000	1,000		
Meslek Olarak Gastronomi Rehberliği	18-19	71	,137	1,041	3,285	,012
	20	55	-,107	,884		
	21	60	-,262	1,195		
	22-23	67	-,094	,949		
	24 ve üzeri	55	,331	,772		
	Toplam	308	,000	1,000		
Geleceğe Yönelik Gastronomi Rehberliği	18-19	71	-,022	1,007	,798	,528
	20	55	,136	,903		
	21	60	-,172	1,093		
	22-23	67	,000	,9119		
	24 ve üzeri	55	,080	1,082		
	Toplam	308	,000	1,000		

\*p<0,05



Yapılan Anova testi sonuçlarında yaş değişkenine göre 4. faktörde yer alan ifadelerle ilişkin görüşlerde anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir. Hangi belirleyici etmenler arasında ilişkinin olduğunu belirleme amacıyla Tukey testi yapılmıştır. Bu bağlamda 4. Faktör grubunda 21 ile 24 ve üzeri yaş grupları arasından anlamlı farklılık bulunmuştur. Faktör 4 açısından yaş değişkeni belirleyici bir değişken olduğu görülmüştür.

**Tablo 9**

*Gastronomi Rehberliğine İlişkin Görüşlerin Tercih Sırasına Göre Karşılaştırılması*

Faktör	Tercih Sırası Boyutu	N	X	SS	F	p
Gastronomi Rehberliği İnancı	1-5	204	,035	1,001	,479	,620
	6-10	58	-,109	,891		
	11 ve üzeri	46	-,018	1,126		
	Total	308	,000	1,000		
Gastronomi Rehberliğinin Faydaları	1-5	204	,087	,910	3,094	,047
	6-10	58	-,066	,871		
	11 ve üzeri	46	-,305	1,408		
	Total	308	,000	1,000		
Gastronomi Rehberliği Bilgi Alışverişi	1-5	204	,027	1,043	,480	,620
	6-10	58	,008	,913		
	11 ve üzeri	46	-,132	,911		
	Total	308	,000	1,000		
Meslek Olarak Gastronomi Rehberliği	1-5	204	-,044	1,006	,809	,446
	6-10	58	,144	,840		
	11 ve üzeri	46	,014	1,147		
	Total	308	,000	1,000		
Geleceğe Yönelik Gastronomi Rehberliği	1-5	204	,033	,978	,669	,513
	6-10	58	,007	,934		
	11 ve üzeri	46	-,155	1,169		
	Total	308	,000	1,000		

\*p<0,05

Gastronomi rehberliğine ilişkin görüşlerin tercih sırasına göre karşılaştırılmasında yapılan Anova analizine göre, faktör 2 boyutunda anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir. Tukey testine göre tercih sırası 1-5 ile 11 ve üzeri grupları arasında anlamlı farklılık görülmüştür.

Araştırmaya katılan katılımcıların üniversitelerinin bulunduğu şehre göre farklılık olup olmadığını belirlemek amacıyla yapılan Anova testinde şehir değişkenine göre 4. Faktör grubu ile şehirler arasında anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir. Tukey testine göre Mersin ve İstanbul arasında anlamlı fark olduğu görülmüştür. Bu bağlamda meslek olarak gastronomi rehberliği boyutunda şehir belirleyici bir etken olarak incelenmiştir.



**Tablo 10**

*Gastronomi Rehberliğine İlişkin Görüşlerin Üniversite Şehrine Göre Karşılaştırılması*

Faktör	Tercih Sırası Boyutu	N	X	SS	F	p
Gastronomi Rehberliği İnancı	Afyon	59	,2101669	,98628288	1,133	,343
	Aydın	48	-,2565179	1,01091295		
	Bolu	36	-,0626941	1,02947146		
	Eskişehir	38	-,0226797	,99009631		
	İstanbul	35	-,0726805	,91425436		
	Konya	58	,0147398	1,03192081		
	Mersin	34	,1388452	1,00438254		
	Total	308	,0000000	1,00000000		
Gastronomi Rehberliğinin Faydaları	Afyon	59	-,0529992	1,21491026	,180	,982
	Aydın	48	-,0421900	1,13974917		
	Bolu	36	,0796381	,62440008		
	Eskişehir	38	-,0199580	,79488521		
	İstanbul	35	,1086047	,87325492		
	Konya	58	,0259169	1,01810898		
	Mersin	34	-,0664953	1,06181783		
	Total	308	,0000000	1,00000000		
Gastronomi Rehberliği Bilgi Alışverişi	Afyon	59	-,1176890	1,11338670	,405	,876
	Aydın	48	,0788195	1,25926197		
	Bolu	36	-,0069649	,92067218		
	Eskişehir	38	-,0571896	,78862970		
	İstanbul	35	,1684201	,64903596		
	Konya	58	,0342356	,99747623		
	Mersin	34	-,0675326	1,02099710		
	Total	308	,0000000	1,00000000		
Meslek Olarak Gastronomi Rehberliği	Afyon	59	-,1469602	,99766231	2,441	,026
	Aydın	48	,1324097	,91657892		
	Bolu	36	,1999924	,85276220		
	Eskişehir	38	,0564454	,93021184		
	İstanbul	35	,3720558	,86185088		
	Konya	58	-,1250533	1,20833789		
	Mersin	34	-,3764274	,94695094		
	Total	308	,0000000	1,00000000		
Geleceğe Yönelik Gastronomi Rehberliği	Afyon	59	-,0626073	1,10205124	,967	,448
	Aydın	48	,0547114	1,13560044		
	Bolu	36	-,1015545	,93018501		
	Eskişehir	38	-,0426289	,87647424		
	İstanbul	35	,3371567	,77865315		
	Konya	58	-,1255897	1,05673961		
	Mersin	34	,0537430	,90733043		
	Total	308	,0000000	1,00000000		

\*p<0,05



## 5. Sonuç

Son yıllarda turizm rehberliği mesleği, uzmanlaşma çalışmalarının önem kazandığı bir meslek olmuştur. Farklı alanlarda uzmanlaşmanın olması, turizm çeşitliliği ile doğru orantılı bir şekilde ilerlemektedir. Bu turizm çeşitlerinden biri olan gastronomi, popüler bir özel ilgi turizm çeşidi olarak kabul edilmektedir. Bu çalışma son yıllarda popüler bir turizm çeşidi olan gastronomi ile turizm rehberliğini ortak bir çatı altında incelemek üzere yapılmıştır. Rehberlikte uzmanlaşma alanlarından biri olan gastronomi uzmanlığının önemini vurgulamak, çalışmanın temel hedeflerinden biri olmuştur. Gastronomi rehberliği alanında uzmanlaşma, rehberlik mesleği içerisinde niş pazara hitap eden bir çalışma alanı olmaktadır. Yapılan bu çalışma turizm rehberliği öğrencilerinin gastronomi rehberliğine yönelik bakış açılarını belirlemek amacıyla yapılmıştır. Bu bağlamda anket veri toplama yöntemi ile çalışmanın verileri toplanmıştır.

Bu çalışmanın sonucunda turizm rehberliği öğrencilerinin gastronomi rehberliğini bir çalışma alanı olarak gördüğü ortaya çıkmıştır. Yeni bir çalışma alanı olan gastronomi rehberliğinin ülkesel açıdan verimli olduğu belirlenmiştir. Türkiye'nin tanıtılmasında gastronomi turlarının önemli olduğu, turistler ile yerel halk arasında bir köprü olabileceği görüşü ortaya çıkmaktadır. Ayrıca öğrencilerin gastronomi bilgisine yönelik kendilerine güvendikleri, fakat Türkiye'nin gastronomi haritasını bildikleri konusunda kendilerine güvenmedikleri elde edilen sonuçlar arasındadır. Bu bağlamda gastronomi ile ilgili içeriklerin ders müfredatlarına eklenmesi önerilmektedir. Kültür ve Turizm Bakanlığı, TUREB, rehber odaları ve ilgili yetkili kurumlar tarafından gastronomide uzmanlık eğitimlerine yönelik çalışmaların artırılması ve sertifika programlarının düzenlenmesi önerilmektedir. Amacı gastronomik deneyimler yaşamak olan turistlerin turist rehberlerinden beklentilerine yönelik çalışmalar yapılması, düzenlenecek uzmanlık eğitimlerine yön verebilecektir. Bu açıdan bakıldığında, konuyla ilgili profesyonel turist rehberlerinin bakış açılarını ölçmeye yönelik çalışmalar yapılması da fayda sağlayabilecektir. Gastronomi uzmanı rehberlerin tanıtımının öne çıkarılması ile gastronomi turlarının kalitesinin artabileceği ve gastronomi uzmanı rehberliği kavramının yaygınlaşarak zaman içinde turistlerin beklentilerinden biri haline dönüşebileceği düşünülmektedir. Bu sebeple seyahat acentalarının özellikle gastronomi turlarının satış ve pazarlama çalışmalarında gastronomi uzman rehberliği kavramına önem vermesi önerilmektedir. Gastronomi rehberliği çalışma alanı haricindeki farklı uzmanlık alanlarına yönelik bakış açılarının belirlenmesi üzerine çalışmaların yapılması mümkündür. Ayrıca hem lisans hem de ön lisans turizm rehberliği öğrencilerine de çalışmanın yapılarak karşılaştırmaların yapılması araştırmanın önerileri arasındadır.

## Kaynakça

- Akay, B. & Özgütçü, B. (2019). Turist rehberlerinin gastronomi bilgisi ve algısının tavsiye niyetine etkisi. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(1), 1412-1424.
- Akyurt Kurnaz, H. & Kurnaz, A. (2019). Gastronomi rehberliği alanında uzmanlaşma, İçinde Ö. Güzel & Ö. Köroğlu (Ed.). *Turist Rehberliğinde Uzmanlaşma* (1. baskı, ss. 199-230). Nobel Yayıncılık.
- Ap, J. & Wong, K. (2001). Case study on tour guiding: Professionalism, issues and problems. *Tourism Management*, 22(2001), 551-563.
- Başoda, A. , Aylan, S. , Kılıçhan, R. & Acar, Y. (2018) . Gastronomi uzmanlığı, turları ve rehberliği: Kavramsal bir çerçeve. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(3), 1809-1926.
- Cömert, M. & Durlu Özkaya, F. (2014). Gastronomi turizminde Türk mutfağının önemi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(2), 62-66.
- Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G. & Büyüköztürk, Ş. (2010). *Sosyal bilimler için çok değişkenli istatistik*. Pegem Akademi.





- Durlu-Özkaya, F. & Can, A. (2012). Gastronomi turizminin destinasyon pazarlamasına etkisi. *Türk Tarım Dergisi*, 206, 28-33.
- Eker, N. & Zengin, B. (2016). Turist rehberliği eğitiminin değerlendirilmesi: Profesyonel turist rehberleri üzerine bir uygulama. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 5(4), 65-74.
- Hacıoğlu, N. (2008, 244-247). *Türkiye’de profesyonel turist rehberliği eğitiminde yeni bir yaklaşım* [Konferans Sunumu]. 3. Ulusal Turizm Kongresi, Balıkesir.
- Hall, C. M., Sharples, L., Mitchell, R., Macionis, N. & Cambourne, B. (2003). *Food tourism around the world: Development, management and markets*. Butterworth-Heinemann.
- İrigüler, F. & Güler, M. E. (2015, Aralık, 10-12). *Türkiye’deki profesyonel turist rehberlerinin gastronomi turizmine bakışı* [Konferans Sunumu]. I. International Gastronomic Tourism Congress, İzmir.
- İstanbullu Dinçer, F. & Çakmak, T. F. (2018). Turist rehberliği bölümleri ders programlarının Türk kimliği açısından incelenmesi. *International Journal of Contemporary Tourism Research*, 2, 67-75.
- Kesici, M. (2012). Kırsal turizme olan talepte yöresel yiyecek ve içecek kültürünün rolü, *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(23), 33-37.
- Kızılırmak, İ., Oflluoğlu M. & Şişik, L. (2016). Türkiye’de uygulanan gastronomi turları rotalarının web tabanlı analizi ve değerlendirmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(1), 258-269.
- Mazlum, M. M. & Atalay Mazlum, A. (2017). Sosyal bilimlerde araştırma yönteminin belirlenmesi. *Route Educational and Social Science Journal*, 4(4), 1-21.
- Olcay, A., Bozgeyik, Y., Akköz, H. & Sürme, H. (2015). Profesyonel turist rehberlerinin performanslarının yerli turistler tarafından değerlendirilmesi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 7(2), 349-374.
- Özdemir Yılmaz, G. (2011). Lisans düzeyinde turist rehberliği eğitimi alan öğrencilerin mesleğe bakış açılarının belirlenmesine yönelik bir araştırma. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14(26), 281-298.
- Rand, G.E. & Heat, E. (2006). Towards a framework for food tourism as an element of destination marketing. *Current Issues in Tourism*, 9(3), 206-234.
- Smith, S. L. J. & Xiao, H. G. (2008). Culinary tourism supply chains: A preliminary examination. *Journal of Travel Research*, 46, 289-299.
- Şahin, S., & Acun, A. (2016). Turizm rehberliği öğrencilerinin mesleğe yönelik tutumları. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(2), 563-580.
- Terzi, Y. & Tezci, Y. (2007). Necatibey eğitim fakültesi öğrencilerinin öğretmenlik mesleğine ilişkin tutumları. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 52(52), 593-614
- Turist Rehberliği Meslek Kanunu (2014), T.C. Resmi Gazete, 29217, 26 Aralık 2014
- Yenipınar, U. & Zorkirişçi A. (2013), Türkiye ve Avrupa Birliği ülkelerinde turist rehberliği eğitimi, *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(2), 111-136.
- Yıldız, Ö. E. (2009). Türkiye’de şarap turizmi: Çeşme örneğinde ürün geliştirme modeli [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. Dokuz Eylül Üniversitesi.
- Yuan, S. (2015). Reflections on local specialties and gastronomic tourism. *Chinese Studies*, 4, 15-19.
- Yüncü, H. R. (2010). Sürdürülebilir turizm açısından gastronomi turizmi ve Perşembe yaylası. 10. Aybastı-Kabataş Kurultayı. *Aybastı-Kabataş Kurultayı Yayınları* No:11.



### **ETİK ve BİLİMSEL İLKELER SORUMLULUK BEYANI**

Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde (veri toplama, yazım vb.), tüm etik kurallara ve bilimsel atıf gösterme ilkelerine riayet edildiğini, herhangi bir hataya mahal vermemek için yayımdan önce makalenin bir intihal programı aracılığıyla da kontrol edildiğini yazarlar beyan eder. Ayrıca yazarlar aşığıda sıralanan hususları kabul etmiştir:

1. Çalışmada yer alan ve kullanılan tüm kaynaklara, bilimsel araştırma yöntemleri ve etik ilkeler doğrultusunda atıf yapılmıştır.
  2. Çalışmada tüm yazarların akademik-bilimsel olarak doğrudan ve ortak katkısı vardır.
  3. Bu çalışma, yazarların özgün bir çalışmasıdır.
  4. Bütün yazarlar dergiye gönderilen makaleyi görmüş ve sonuçlarını onaylamıştır.
  5. Çalışmada kullanılan denek/deneklere ilişkin herhangi bir etik ihlal yapılmamış, kullanılan tüm veri toplama yöntemlerinde bilimsel etik ilkelere göre hareket edilmiştir.
  6. Çalışma daha önceden bilimsel bir toplantıda sunulan özet veya bu çalışmanın daha kısa hali ise, makalede bu durum belirtilmiştir.
  7. Çalışmada, hiçbir suç unsuru veya kanuna aykırı ifade bulunmamakla birlikte, araştırma yapılırken kanuna aykırı herhangi bir yöntem kullanılmamış olup, çalışma ile ilgili tüm yasal izinler alınmış ve etik kurallara uygun hareket edilmiştir.
- Aksi bir durumun tespiti halinde Turist Rehberliği Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazarlarına aittir.

Tarih : 13 / 11 / 2020  
Sorumlu Yazar : Alperen KÖK