

**YERLİ TURİSTLERİN GASTRONOMİ TURİZMİNE YÖNELİK TUTUMLARININ
DEMOGRAFİK ÖZELLİKLER AÇISINDAN İNCELENMESİ: GAZİANTEP ÖRNEĞİ**
*Examining of Domestic Tourists' Attitudes Towards Gastronomic Tourism in Terms of Demographic
Attributes: The Case of Gaziantep*

* Dr. Öğr. Üyesi Cenk Murat KOÇOĞLU

ÖZET

Gastronomi turizmi bireyleri harekete geçiren önemli bir seyahat motivasyonu sağlamaktadır. Bireylerin turizm faaliyetlerine katılmada ve destinasyon tercihlerinde, gastronomi turizminin rolü büyüktür. Bununla birlikte demografik özelliklerin gastronomi turizmine yönelik tutumlar üzerinde belirleyici olduğu görülmektedir. Bu araştırma, yerli turistlerin Gaziantep'in gastronomi turizmine yönelik tutumlarının belirlenmesi ve bu tutumların demografik özellikler açısından incelenmesi üzerine odaklanmaktadır. Araştırma Gaziantep'e gelen yerli turistler üzerinde uygulanmış ve veri toplamada anket tekniğinden faydalanılmıştır. Bu kapsamda 401 yerli turiste yüz-yüze şekilde anket uygulanmıştır. Elde edilen bulgulara göre; yerli turistlerin Gaziantep'in gastronomi turizmine yönelik tutumlarının oldukça olumlu olduğu belirlenirken, bu tutumların yaş, eğitim ve gelir seviyesi açısından farklı değerlendirildiği, cinsiyet açısından ise bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi Turizmi, Gastronomi Turizmine Yönelik Tutumlar, Yerli turistler, Gaziantep.

ABSTRACT

Gastronomic tourism provides significant motivation that prompts individuals. Gastronomic tourism has an important role in joining tourism activities and destination preferences. At the same time, it is seen that demographic attributes are determinative of the attitudes for gastronomic tourism. The research focuses on determining of domestic tourists' attitudes for gastronomic tourism in Gaziantep and examining the attitudes with regards to demographic attributes. Questionnaire technique was used for data gathering and face-to-face questionnaire forms were conducted on 401 domestic tourists in Gaziantep. According to the findings; it was ascertained that domestic tourists' attitudes for gastronomic tourism in Gaziantep were highly positive and these attitudes varied across age, education and income levels, but they didn't vary across gender.

Keywords: Gastronomic Tourism, Attitudes Towards Gastronomic Tourism, Domestic Tourists, Gaziantep.



Yayın Bilgileri

Kabul tarihi: 11.03.2019

Yayın tarihi: 28.03.2019

Yazar Bilgileri

*ORCID: 0000-0002-9888-6051

*Email: cenk-murat@hotmail.com



*Yerli Turistlerin Gastronomi Turizmine Yönelik Tutumlarının Demografik Özellikler Açısından İncelenmesi:
Gaziantep Örneği*
Cenk Murat KOÇOĞLU

GİRİŞ

Son yıllarda özel ilgi turizm türleri içerisinde önemli bir yer tutan turizm türlerinin başında gastronomi turizmi gelmektedir. Özellikle turizmi 12 aya yayma noktasında önemli bir alternatif turizm çeşidi olan gastronomi turizmi, destinasyonların tanıtımında ve pazarlanmasında da önemli olgu haline gelmiştir. Özellikle her bölgede oluşmuş coğrafi çeşitlilik avantajı sebebi ve bölgesel farklı lezzetleri de içerisinde barındırma özelliği ile Dünyanın zengin gastronomi kültürüne sahip ülkelerinden biri olan Türkiye, bu potansiyelini etkin bir şekilde kullanıp, gastronomi turizmi alanında da kendini konumlandırmasının önemi büyüktür.

Genel olarak yemek yeme ihtiyacı fizyolojik bir olgu olmakla birlikte, bireyler sadece bu fizyolojik ihtiyaçları karşılamak istememekte, aynı zamanda boş zamanlarını değerlendirerek sosyal ihtiyaçları da karşılamaktadır. Bu açıdan bakıldığında farklı kültürlerle ait yiyecek ve içecekleri yine o kültüre özgü bir biçimde tüketmek amacıyla seyahat etme faaliyeti (Durlu-Özkaya ve Can, 2012) olarak adlandırılan gastronomi turizminin, turizm deneyiminin önemli bir parçası ve temel seyahat motivasyonu olabileceği ifade edilmektedir (Mckrecher vd., 2008; Hacıoğlu vd., 2009; Horng vd., 2012).

Destinasyonların tanıtılmasında ve marka haline gelmelerinde gastronominin önemi gitgide artmaktadır. Bununla birlikte bu alanda yapılan çalışmaların sayısında da belirgin bir artış dikkat çekmektedir. Genellikle araştırmacıların destinasyon ve yerel mutfak ilişkisi (Küçükaltan, 2009; Horng ve Tsai, 2010; Harrington ve Ottenbacher, 2010; Çevik ve Saçılık, 2011; Canizares ve Guzman 2012; Durlu Özkaya ve Can, 2012; Aydoğan vd., 2016) turistlerin gastronomi turizmine yönelik tutumları (Cohen ve Avieli, 2004; Kim, Eves ve Scarles, 2009; Chang, Kivela ve Mak, 2011; Bekar ve Belpınar, 2015; Akın, 2018), turistlerin gastronomik deneyime ilişkin beklenti ve memnuniyetleri (Shenoy 2005; Correia vd., 2008; Nam ve Lee, 2011; Chaney ve Ryan, 2012) gibi konularda araştırmalar yaptığı görülmektedir. Bu çalışmada ise, yerli turistlerin Gaziantep'te gastronomi turizmine yönelik tutumlarının demografik değişkenlere göre farklılık gösterip göstermediği tespit edilmeye çalışılmıştır.

Günümüzde birçok destinasyon kendine özgü yemek kültürleri ile kendilerini konumlandırmakta ve gastronomi turizminin oluşturduğu avantajlardan yararlanmak istemektedirler. Bu destinasyonların başında Gaziantep gelmektedir. Gaziantep kendine özgü yerel yemekleri ile ünlenmiş ve kendi ismi ile anılan neredeyse dünyadaki tek mutfaktır (Altinel, 2009:178). Gaziantep'in çeşitli kültürlerin buluşması sebebiyle oluşan zengin mutfağında, yaklaşık 475 çeşit yemek türü yer almaktadır. Bu özelliklerinden dolayı 2015'te UNESCO tarafından Gastronomi Şehri unvanı ile de önemli bir gastronomi destinasyonu olduğu tescillenmiştir (Zgurovski ve Akın, 2016).

Demografik özelliklerin bilhassa tutum ve algıyı etkileyip, farklılaştırdığı ifade edilmektedir. Özellikle Gastronomi turizmine yönelik tutumların demografik değişkenlere göre farklılaştığına yönelik birçok çalışma vardır (Guzman ve Canizares, 2011; Kılıç ve Bekar, 2012; Aydoğdu, Okay ve Köse, 2016; Kargiglioğlu ve Akbaba, 2016; Çelik ve Aksoy, 2017; Akın, 2018). Bu çalışmalarda kadınların, yaşları büyük olanların, eğitim ve



*Yerli Turistlerin Gastronomi Turizmine Yönelik Tutumlarının Demografik Özellikler Açısından İncelenmesi:
Gaziantep Örneği*

Cenk Murat KOÇOĞLU

gelir seviyesi yüksek olanların, gastronomi turizmine yönelik tutumlarının olumlu olduğu ifade edilmiştir. Bu kapsamda araştırmanın amacı, yerli turistlerin Gaziantep'te gastronomi turizmine yönelik tutumlarını belirlemek ve bu tutumların demografik özelliklere göre farklılık gösterip göstermediğini tespit etmektir.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Gastronomi Turizmi ve Önemi

Gastronomi kavramı, Yunanca gaster (mide) ve namas (yasa) sözcüklerinden oluşmuştur. Mil (2009) bu kavramın Fransız diline yerleşmiş bir kelime olduğunu ifade etmiştir. Gastronomi üzerine pek çok tanımlama mevcuttur. Antik Yunan dönemine dayanan bu tanımlama (Wilkins ve Hill, 1994: 35), günümüze değin farklı anlamlar kazanarak devam etmektedir. Gillespie ve Cousins (2001) gastronomiyi tanımlamanın kolay olmadığını vurgulamıştır. Gastronomi, herhangi bir ülke veya bölgenin kendine özgü mutfağını birbirinden ayıran özelliklerini, yiyecek hazırlama tekniklerini ve yeme-içme alışkanlıklarını ifade etmek için kullanılmaktadır (Cömert ve Özkaya, 2014: 63).

Tüketicilerin herhangi bir yiyecek-içecek işletmesini tercih etmesi sadece fizyolojik ihtiyaçlarını gidermekle ilgili olmayıp, yemek yerken, iyi zaman geçirmek, eğlenmek, yeni lezzetler tatmak ve boş zamanlarını değerlendirmek ile ilgilidir. (Bekar, Kılıç ve Şahin, 2011). Yeme ve içme faaliyetleri bir toplumun olağan gereksinimleri ile ilgili olmaktan daha çok bu faaliyetlerin verdiği keyif ve mutlulukla ilişkilidir (Scarpato, 2002). Bu açıdan bakıldığında, gastronominin turizm deneyiminin ayrılmaz bir parçası olduğu değerlendirilmektedir (Cömert ve Durlu-Özkaya, 2014: 63). Gastronomi turizmi, son yıllarda üzerinde dikkatle durulan bir alan olarak nitelendirilmektedir. Önceki araştırmalar; birbirlerinden farklılıklar arz etse de, gastronomi turizminin varlığı ve seyahat motivasyonları arasında yer almasıyla ilgili bir noktada birleşilmektedir (Sarışık ve Özbay, 2015:264).

Gastronomi turizmi, yiyecek-içecek deneyimi ile seyahat deneyimini bir arada sunarken aynı zamanda bir tür gastronomik hareketlilik olarak ifade edilmektedir (Kargiglioğlu ve Akbaba, 2016: 88). Gastronomi turizmi; turizm ile yiyecek ve içecekler arasındaki bağlantının ifade edilmesidir. (Du Rand, 2006). Shenoy'a (2005) göre gastronomi turizmi bir bölge ya da destinasyonu yiyecek-içecek amacıyla seyahat etmek anlamında açıklanmaktadır. Wolf'e (2006) göre, gastronomi turizmi, bir destinasyonun yiyecek ve içeceklerini keşfetmek ve ender gastronomi tecrübelerinin tadını çıkarmak amacıyla seyahat etmek olarak tanımlanmıştır.

Gastronomi turizminin, turistlerin yedikleri yemeklerle ilgili elde ettikleri deneyimler, yerel gıda ürünlerinin üretimi ve kırsal alanların kalkınmasında olumlu etkiler oluşturduğu belirtilmektedir (Quan ve Wang, 2004: 303). Gastronomi turizmi, tarım, kültür ve turizmi ortak noktada birleştirmekte ve önemli bir çekicilik unsuru olarak pazarlanmasına katkıda bulunmaktadır. Bu açıdan; tarım, ürünü ortaya çıkarmakta, kültür; tarihi ve otantikliği, turizm ise; alt yapı ve hizmetleri sağlamaktadır (Yüncü, 2010: 29). Hall ve Sharples (2003) hangi tür ziyaretlerin gastronomi turizm faaliyetleri arasında yer alacağını; özel bir yiyecek-içeceği ve belli bir yöreye ait bir ürünü tüketme isteği ve belirli bir aşçının hazırladığı bir yemeği tatma isteği olarak açıklamıştır. Bir ülkenin veya bölgenin



*Yerli Turistlerin Gastronomi Turizmine Yönelik Tutumlarının Demografik Özellikler Açısından İncelenmesi:
Gaziantep Örneği*
Cenk Murat KOÇOĞLU

gastronomik karakter ve özelliklerinin farklı olması, gastronomi turizmine yönelik net bir tanımın ortaya konulmasını zorlaştırmıştır (Santich, 2004).

Genel olarak gastronomi turizminde destinasyonların farklı amaçla ziyareti sırasında yiyecek-içecek tüketimi yeterli görülmemekte, turistlerin birincil veya diğer seyahat amaçları içerisinde gastronomi etkinliğinin yer alması ve destinasyona ulaşımın ardından bu etkinliğin bir parçası olunması ön koşul olarak değerlendirilmektedir (Sarışık ve Özbay, 2015: 275).

Günümüzde gastronomi, turistlerin tatil yeri seçme nedenlerinde, önemli bir olgu haline gelmiştir (Bozok ve Kahraman, 2015). Başka bir ülkeyi veya bölgeyi ziyaret eden insanların beklentileri arasında, yeni yerler görmenin yanında farklı mutfak kültürlerini keşfetme yeni tatlarla tanışarak farklı deneyimler yaşama arzusu da yatmaktadır (Doğdubay vd., 2011).

Birçok araştırma; yemeklerin, şarabın ve yemek yemenin verdiği keyif ve memnuniyet duygusunun turist deneyimlerinde anahtar rol oynadığını, destinasyonlara seyahat kararlarında ve destinasyonların sadık müşteri kazanmalarında gastronomik değerlerin çok önemli bir rol oynadığını ortaya koymaktadır (Kivela ve Crofts, 2006; Du Rand ve Heat, 2006; Fox, 2007; Gross vd., 2008; Harrington ve Ottenbacher 2010; Lin vd. 2011; Aksu, Diker ve Korkmaz, 2018). Bir bölgenin mutfak kültürü, o bölgenin seçiminde ve turistlerin o bölgede yaşadığı deneyim üzerinde oldukça etkilidir (McKercher vd., 2008:137).

Gaziantep'te Gastronomi Turizmi

Gastronomi turizmi, yerel kültürün turistler tarafından tüketilen bir parçası; bölgesel turizmin gelişmesinde önemli bir değer, rekabetçi bölgelerin pazarlanmasında önem arz eden bir unsurdur (Giritlioğlu ve Karaman, 2017: 392). Gastronomi turizmi ile bazı destinasyonlar rekabet avantajı sağlamakta ve bu da bölgedeki turizm faaliyetlerini harekete geçirmektedir (Quan ve Wang, 2004). Gastronomi turizmi birçok ülkede ulusal ürünlere katkı sağlayarak hızlı ve başarılı bir şekilde gelişim göstermektedir. Dolayısıyla yiyecek, turizme destek eleman olmaktan çıkarak bir destinasyonu ziyaret etmek için vazgeçilmez bir etken haline gelmiştir (Soronica, 2016). Turistler seyahatleri sırasında toplam tatil bütçelerinin yaklaşık %25'ini yiyecek ve içecek için ayırmaktadırlar. Destinasyonların, gastronomi turizminin yerel, bölgesel, ulusal ekonomik kalkınmayı canlandırması açısından öneminin bilincinde olmaları gerekmektedir. (Şimşek ve Selçuk, 2018: 29).

Anadolu'nun ilk yerleşim yerlerinden biri olan Gaziantep, tarih boyunca birçok medeniyete ve farklı kültüre tanıklık etmiştir. Dolayısıyla Gaziantep ilinin hem tarih boyunca önemli bir ticaret merkezi olması, hem de Osmanlı döneminde Araplar, Kürtler, Ermeniler ve Türkmenlerin birlikte yaşaması kültürel etkileşime önemli katkı sağlamıştır. Bu çeşitliliğin kültürel dokuyu zenginleştirdiği ve bu zenginliğin de şehrin mutfağına başarılı bir şekilde yansıdığı bilinmektedir (Aksoy ve Sezgi, 2015: 85).

Zengin bir mutfak kültürüne sahip olan Gaziantep, bunu bütün dünyaya ispatlamıştır. Şöyle ki dünyadaki tüm mutfaklar ait oldukları ülkelerin isimleriyle anılırken (Fransız, Çin, Meksika, İtalyan mutfağı gibi), Gaziantep mutfağı, kendi ismi ile anılan neredeyse dünyadaki tek mutfaktır (Altınel, 2009:178). Gaziantep'in çeşitli kültürlerin buluşması



*Yerli Turistlerin Gastronomi Turizmine Yönelik Tutumlarının Demografik Özellikler Açısından İncelenmesi:
Gaziantep Örneği*
Cenk Murat KOÇOĞLU

nedeniyle oluşan zengin mutfağında, yaklaşık 475 çeşit yemek türü yer almaktadır. Gaziantep yemekleri, Türk ve dünya mutfakları içerisinde önemli konuma sahiptir. Geçmişten günümüze bir miras titizliği ile aktarılan yemeklerin ve tatlıların yapımındaki titizlik, hazırlama, pişirmede gösterilen beceri aynı zamanda yemeklerin yapımında kullanılan baharatlar, salçalar, soslar, karışımlar, Gaziantep yemekleri ile tatlılarının ünlü olmasında ve aranılan damak tadının oluşmasına büyük katkı sağlamıştır (Gaziantep Ticaret Odası, 2011: 12). UNESCO, şehirlerin gastronomik mükemmelliklerini 2005'ten itibaren 'Gastronomi Şehri' unvanıyla ödüllendirmektedir. Avrupa, Asya ve Amerika başta olmak üzere farklı kıtalardan toplam 25 şehrin yer aldığı bu ağa 2015 yılında tarihi, kültürel ve doğal alanlar bakımından zengin bir ülke olarak ifade edilen Türkiye'den Gaziantep dahil olmuştur (Zgurovski ve Akın, 2016: 57).

YÖNTEM

Bu bölümde araştırmanın amacı ve önemi, veri toplama yöntemi, araştırmanın hipotezleri ile araştırmanın evreni ve örnekleme yönelik bilgiler verilmiştir.

Veri Toplama Yöntemi

Araştırmada nicel araştırma yöntemlerinden anket tekniği ile veriler toplanmıştır. Ankete ilişkin sorular Çelik ve Aksoy (2017) tarafından gerçekleştirilen bir araştırmadan elde edilmiştir. Anket formu iki bölümden oluşmuş, ilk bölümde yerli turistlere yönelik demografik özellikleri belirlemek amacıyla sorular oluşturulurken, ikinci bölümde Gaziantep'e gelen yerli turistlerin Gaziantep'in gastronomi turizmine yönelik tutumları belirlenmeye çalışılmıştır. Sorulara ilişkin ifadeler 5'li Likert ölçeğinde "1-kesinlikle katılmıyorum ve 5-kesinlikle katılıyorum" şeklinde yapılandırılmıştır.

Araştırmanın Amacı ve Önemi

Gastronomi turizmine yönelik çalışmaların özellikle son yıllarda arttığı görülmektedir. Bu çalışmaların artmasında, gastronominin turizme kattığı değer ortaya çıkması ve gastronomi turizminin özellikle ülkemiz gibi zengin mutfak kültürüne sahip olması gibi unsurların etkili olduğunu söylemek mümkündür. Gastronomi turizmi ile birlikte turistik faaliyetlerin 12 aya yayılması, önemli bir destinasyon çekicilik unsuru olması ve destinasyonların tanıtılmasında oldukça etkili olduğu bilinen bir gerçektir. Bu kapsamda araştırmanın amacı, yerli turistlerin Gaziantep'in gastronomi turizmine yönelik tutumlarını belirlemek ve bu tutumları demografik özellikler açısından incelemektir. Araştırmanın özellikle zengin yerel mutfağı ile ve UNESCO tarafından gastronomi şehri olması ile ünlenen bir şehir olan Gaziantep'te yapılmasının önemli olduğu değerlendirilmektedir. Bununla birlikte araştırmanın yerli turistlerin gastronomi turizmine yönelik tutumları ve bu tutumların demografik özelliklere göre farklılık oluşturup oluşturmadığını ortaya koyması da önemli görülmektedir.

Literatürde Türk mutfağı üzerine yerli ve yabancı turistlere yönelik çok sayıda çalışma olmasına rağmen (Özdemir ve Kınay, 2004; Güler ve Olgaç, 2010; Şanlıer vd., 2012; Cömert ve Durlu Özkaya, 2014; Kargiglioğlu ve Akbaba, 2016; Çelik ve Aksoy, 2017); bu çalışmalar arasında Gaziantep'e gelen yerli turistler üzerinde sınırlı sayıda çalışma mevcuttur (Giritlioğlu ve Karaman, 2017; Öksüz, 2017; Şimşek ve Selçuk, 2018).



*Yerli Turistlerin Gastronomi Turizmine Yönelik Tutumlarının Demografik Özellikler Açısından İncelenmesi:
Gaziantep Örneği*
Cenk Murat KOÇOĞLU

Araştırmanın Hipotezleri

Araştırmada yerli turistlerin demografik özelliklerinin Gaziantep'e ilişkin gastronomi turizmine yönelik tutumları üzerinde bir farklılık oluşturup oluşturmadığı belirlenmeye çalışılmıştır. Literatürdeki çalışmalara bakıldığında (Guzman ve Canizares, 2011; Kılıç ve Bekar, 2012; Aydoğdu, Okay ve Köse, 2016; Kargiglioğlu ve Akbaba, 2016; Çelik ve Aksoy, 2017; Akın, 2018) turistlerin yaş, cinsiyet, eğitim ve gelir düzeyleri ile gastronomi turizmine yönelik tutumlar arasında farklılık olduğu ifade edilmiştir. Bu çalışmalar kapsamında aşağıdaki hipotezler oluşturulmuştur.

H₁: Yerli turistlerin cinsiyetleri ile Gastronomi Turizmi 'ne yönelik tutumları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark vardır.

H₂: Yerli turistlerin yaşları ile Gastronomi Turizmi 'ne yönelik tutumları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark vardır.

H₃: Yerli turistlerin eğitim düzeylerine ile Gastronomi Turizmi 'ne yönelik tutumları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark vardır.

H₄: Yerli turistlerin gelir düzeyleri ile Gastronomi Turizmi 'ne yönelik tutumları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark vardır.

Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini Gaziantep'e gelen yerli turistler oluşturmaktadır. Çalışmada evren hacminin çok olmasından dolayı örnekleme yoluna başvurulmuştur. Bu çerçevede araştırma problemine cevap verebilecek kişilerin seçilmesinde tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Araştırmada yerli turistlere ulaşma gücü nedeniyle anketler yüz yüze olarak turistlerin kaldıkları otel işletmelerinde Temmuz ve Ağustos 2018'de uygulanmıştır. Örneklem sayısının belirlenmesinde, Sekaran (2003) tarafından önerilen örneklem büyüklüğü tablosundan yararlanılmıştır. Gaziantep İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü verilerine göre 2018'de Gaziantep'te konaklayan yerli turist sayısı 562.563'tür. Örneklem büyüklüğü tablosunda 0,95 güven aralığında ve $\pm 0,05$ hata oranında, örneklem büyüklüğünün 384 kişinin yeterli olduğu ifade edilmektedir. Bu çalışmaya anket doldurma teklifini kabul eden 401 kişi dâhil edilmiştir.

BULGULAR

Tablo 1'de turistlerin demografik verilerine yönelik bulgular yer almaktadır.

Tablo:1. Araştırmaya Katılan Turistlerin Demografik Özellikleri

Cinsiyet	Frekans	%	Eğitim Durumu	Frekans	%
Kadın	194	48,5	İlköğretim	33	8,3
Erkek	206	51,5	Ortaöğretim	85	21,3
Toplam	400	100	Ön Lisans	84	21,0
Yaş	Frekans	%	Lisans	198	49,5
18-27 yaş	45	11,3	Toplam	400	100
28-37 yaş	77	19,3	Gelir	Frekans	%
38-47 yaş	164	41,0	2000 TL ve altı	40	10,0
48 yaş ve üstü	114	28,5	2000-4000 TL	128	32,0
Toplam	400	100	4001- 6000 TL	147	36,8
			6001 TL ve üstü	85	21,3
			Toplam	400	100



*Yerli Turistlerin Gastronomi Turizmine Yönelik Tutumlarının Demografik Özellikler Açısından İncelenmesi:
Gaziantep Örneği*

Cenk Murat KOÇOĞLU

Tablo 1'e göre, cinsiyet olarak katılımcıların hemen hemen eşit sayıda olmakla birlikte erkeklerin sayıca biraz daha fazla olduğu görülmektedir. Katılımcıların yaşları incelendiğinde yaklaşık %41'inin (164 kişi) orta yaş grubunda olduğu görülmektedir. Katılımcıların eğitim durumları incelendiğinde yaklaşık %50'sinin lisans mezunlarından oluştuğu görülmektedir. Katılımcıların gelir düzeylerine bakıldığında, en büyük grubu yaklaşık %37 ile (147 kişi) 4001-6000TL arası gelire sahip bireyler oluşturmaktadır.

Tablo 2. Turistlerin Gaziantep ile İlgili İstatistikleri

Gaziantep'e Geliş Sayısı	Frekans	%
İlk defa	274	68,5
İkinci defa	72	18,0
Üç ve daha fazla	54	13,5
Gaziantep'i Çekici Kılan Faktörler	Frekans	%
Tarihi, dini ve kültürel çekicilikleri	128	32,0
Misafirperverlik	89	22,3
Zengin mutfağı	147	36,8
Çok kültürlü yapısı	25	6,3
Doğal güzellikleri	11	2,8
Gaziantep'te Kalış Süresi	Frekans	%
1 Gün	41	10,3
2 Gün	111	27,8
3-4 Gün	98	24,5
5-6 Gün	83	20,8
1 hafta ve Fazlası	67	16,8
Gaziantep Mutfağına İlişkin Bilgi Düzeyi	Frekans	%
Hiçbir bilgim yoktu	39	9,8
Yazılı ve görsel medya aracılığıyla bilgi sahibiydim	122	30,5
Tanıdıklarım aracılığıyla bilgi sahibiydim	153	38,3
Sosyal medya aracılığıyla bilgi sahibiydim	86	21,5

Tablo 2'de yerli turistlerin Gaziantep ile ilgili; geliş sayısı, bu destinasyonu çekici kılan faktörler, Gaziantep'te kalış sayısı ve yerli turistlerin Gaziantep mutfağına ilişkin bilgi düzeylerine yönelik bilgiler yer almaktadır. Buna göre, yerli turistlerin Gaziantep'e geliş sayılarına bakıldığında büyük çoğunluğunun şehre ilk kez geldikleri görülmektedir. Gaziantep'e gelen yerli turistlerin kalış süreleri incelendiğinde, yaklaşık %28'inin 2 gün kaldıkları, %25'inin de 3-4 gün arasında kaldıkları görülmektedir. Yerli turistlerin Gaziantep'i çekici kılan faktörlere yönelik verdikleri cevaplara bakıldığında, yaklaşık %37'sinin zengin mutfağının önemli bir çekicilik olduğunu, %32'si tarihi ve kültürel çekiciliklerinin önemli olduğunu, %22'si de misafirperverliğin önemli bir çekici faktör olduğunu ifade etmiştir. Yerli turistlerin Gaziantep'e gelmeden önce şehrin mutfağına ilişkin bilgi düzeylerine bakıldığında; %38 ile tanıdıklar aracılığı ile bilgi sahibi olduklarını ifade ettikleri görülmektedir. Bu ifadeyi %30 ile yazılı ve görsel medya aracılığı ile, cevabı takip etmektedir. Hiçbir bilgim yoktu cevabını verenler %10 ile en küçük grubu



*Yerli Turistlerin Gastronomi Turizmine Yönelik Tutumlarının Demografik Özellikler Açısından İncelenmesi:
Gaziantep Örneği*
Cenk Murat KOÇOĞLU

oluşturmaktadır. Buna göre, yerli turistlerin büyük çoğunluğunun Gaziantep'in mutfağına ilişkin bilgi düzeylerinin olduğu değerlendirilmektedir. Bununla birlikte yerli turistlerin Gaziantep'i önemli bir gastronomi şehri olarak gördükleri verilen cevaplardan anlaşılmaktadır.

Tablo 3. Gaziantep'in Gastronomi Turizmine Yönelik Tutumların Ortalamaları

Gastronomi Turizmine Yönelik Tutumlar	Ort.	S.Sap.
Yöresel yiyecek ve içecekler bana yerel halkın kültürü ile ilgili bilgi verir.	4,20	,94112
Gaziantep'in tanıtılmasında yerel mutfak ön planda tutulmalıdır.	4,20	,92120
Gaziantep'te satılan yiyecekler lezzetli ve doyurucudur.	4,18	,88008
Gaziantep'in sahip olduğu yemek kültürüyle çekici bir şehir olduğunu düşünüyorum.	4,17	,95657
İkamet ettiğim şehre döndüğümde Gaziantep yemeklerinden yakınlarıma bahsetmek isterim.	4,16	,95510
Gaziantep'te satılan yerel gıdalardan satın alırım	4,10	,95316
Gaziantep mutfağı kültürel bir değerdir ve korunması gerekir.	4,08	,95606
Gaziantep'te satılan yiyecek ve içecekler Gaziantep kültürünü temsil eder.	4,02	,97424
Gaziantep'i ziyaret etmemde, yörenin yemek kültürünü tanıma isteğim etkili olmuştur.	4,00	1,0166
Gaziantep'in yerel yiyeceklerini sıra gecesinde tatmak için konaklama süremi uzatmak isterim.	3,99	1,0830
Yöresel gıdalardan (fıstık, fıstık ezmesi vb.) temin etmek için Gaziantep'te kalış süremi uzatmak isterim.	3,97	1,0504
Gaziantep mutfağı hakkında bilgi sahibi olmak için konaklama süremi uzatmak isterim	3,93	1,0354
Eve dönerken Gaziantep'in yerel yemek tariflerini içeren yemek kitapları satın alırım.	3,93	1,1195
Yöresel yiyecek ve içecekleri yerinde tatmak için seyahat ederim.	3,83	1,1443

Tablo 3'te yerli turistlerin gastronomi turizmine yönelik tutumlarının ortalamaları yer almaktadır. Buna geçmeden önce ölçeğin güvenilirlik seviyesine bakılmış ve cronbach alpha değerinin 0,884 olduğu tespit edilmiştir. Yerli turistlerin gastronomi turizmine yönelik ifadelerden en fazla katıldığı ifadenin "Yöresel yiyecek ve içecekler bana yerel halkın kültürü ile ilgili bilgi verir" (4,20) şeklinde olduğu, bu ifadeyi, "Gaziantep'in tanıtılmasında yerel mutfak ön planda tutulmalıdır" (4,20) ve "Gaziantep'te satılan yiyecekler lezzetli ve doyurucudur" (4,18) ifadelerinin takip ettiği belirlenmiştir. Diğer yandan gastronomi turizmine yönelik en düşük algılanan ifadenin, "Yöresel yiyecek ve içecekleri yerinde tatmak için seyahat ederim" (3,83) şeklinde olduğu, bu ifadeyi "Gaziantep mutfağı hakkında bilgi sahibi olmak için konaklama süremi uzatmak isterim" (3,93) ve "Eve dönerken Gaziantep'in yerel yemek tariflerini içeren yemek kitapları satın alırım" (3,93) ifadelerinin izlediği görülmektedir. Tüm ifadelerin genel ortalamasının 4,05 olduğu dikkate alındığında, yerli turistlerin Gaziantep'in gastronomi turizmine yönelik tutumlarının oldukça olumlu olduğu anlaşılmaktadır.



*Yerli Turistlerin Gastronomi Turizmine Yönelik Tutumlarının Demografik Özellikler Açısından İncelenmesi:
Gaziantep Örneği*
Cenk Murat KOÇOĞLU

Yerli Turistlerin Demografik Özellikleri Açısından Gaziantep Gastronomi Turizmine Yönelik Tutumları

Yerli turistlerin demografik özellikleri (cinsiyet, yaş, eğitim ve gelir) bakımından Gaziantep'in gastronomi turizmine yönelik tutumlarının farklılık gösterip göstermediği analiz edilmiştir. Bu kapsamda öncelikle verilerin normal dağılıp dağılmadığı, çarpıklık ve basıklık değerleri ile kontrol edilmiş ve çarpıklık ve basıklık değerleri -1,5 ile +1,5 arasında olduğundan dolayı (Tabachnick ve Fidell, 2013), normal dağıldığı kabul edilmiştir. Bu kapsamda, fark testleri olarak t testi ve varyans analizi ayrıca farklılığın hangi değişkenlerden kaynaklandığının belirlenmesinde de Tukey testi kullanılmıştır.

Tablo 4. Gastronomi Turizmine Yönelik Tutumların Demografik Özellikler Açısından Farkına Yönelik t testi ve ANOVA Tablosu

Değişkenler	Gruplar	n	\bar{x}	t/F	p	Tukey
Cinsiyet	Kadın	194	4,07	,462	,644	-
	Erkek	206	4,04			
Yaş	18-27yaş (a)	45	3,92	2,730	0,044	a-d
	28-37yaş (b)	77	3,99			
	38-47yaş (c)	164	4,07			
	48yaşveüstü (d)	114	4,13			
Eğitim	İlköğretim (a)	33	3,82	3,589	0,014	a-d
	Ortaöğretim (b)	85	3,95			
	ÖnLisans (c)	84	4,09			
	Lisans(d)	198	4,11			
Gelir	2000TLvealtı (a)	40	3,69	6,703	0,000	a-b a-c a-d
	2001-4000TL (b)	128	4,07			
	4001-6000TL (c)	147	4,09			
	6001 TLve üstü (d)	85	4,11			

p<0,05

Tablo 4'te yerli turistlerin Gaziantep'in gastronomi turizmine yönelik tutumlarının demografik özellikler açısından karşılaştırılmasına ilişkin bağımsız örneklem t testi, tek yönlü ANOVA ve Tukey testi tablosu yer almaktadır. Öncelikle yerli turistlerin Gaziantep gastronomi turizmine yönelik tutumlarının cinsiyetlerine göre farklılaşma durumu, bağımsız örneklem t testi ile analiz edilmiş ve yerli turistlerin cinsiyetlerine göre (p=,195) gastronomi turizmine yönelik tutumlarının farklılık göstermediği tespit edilmiştir.

Yerli turistlerin Gaziantep'in gastronomi turizmine yönelik tutumlarının yaş, eğitim ve gelir düzeylerine göre farklılaşma durumları tek yönlü ANOVA ile test edilmiş ve yerli turistlerin yaş (p= 0,044), eğitim (p=0,014) ve gelir düzeylerine (p=0,000) gastronomi turizmine yönelik tutumlarının farklılaştığı belirlenmiştir. Yerli turistlerin yaşları ile ilgili



*Yerli Turistlerin Gastronomi Turizmine Yönelik Tutumlarının Demografik Özellikler Açısından İncelenmesi:
Gaziantep Örneği*
Cenk Murat KOÇOĞLU

Tukey testi sonuçlarına bakıldığında 18-27 yaş arasındaki turistler ile 48 yaş ve üstü turistlerin gastronomiye yönelik tutumlarının farklı olduğu görülmektedir. Ayrıca ortalamalara bakıldığında yerli turistlerin yaşları arttıkça gastronomiye yönelik tutumlarının daha olumlu oldukları tespit edilmiştir. Diğer yandan yerli turistlerin eğitim durumları ile ilgili Tukey testi sonuçları incelendiğinde, ilköğretim mezunu turistler ile lisans mezunu turistlerin, gastronomi turizmine yönelik tutumlarının farklılaştığı görülmektedir. Eğitim durumuyla ilgili ortalamalara bakıldığında, turistlerin eğitim durumları arttıkça gastronomi turizmine yönelik tutumlarının daha olumlu olduğu belirlenmiştir. Son olarak yerli turistlerin gelir düzeyleri ile ilgili Tukey test sonuçlarına bakıldığında, 2000 TL ve altı gelire sahip olanlar ile diğer bütün gelir düzeylerinin birbirleri ile anlamlı şekilde farklılaştığı görülmektedir. Gelir düzeyi ile ilgili ortalamalar incelendiğinde, turistlerin gelir düzeyleri yükseldikçe gastronomi turizmine yönelik tutumlarının daha olumlu olduğu tespit edilmiştir. Tüm bu sonuçlar kapsamında **H₁** hipotezi reddedilirken **H₂**, **H₃** ve **H₄** hipotezleri kabul edilmiştir.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Son yıllara önemli bir alternatif turizm türü olan gastronomi turizmi, bir destinasyonun ziyaret ya da tercih edilmesinde önemli bir motivasyon faktörü olarak görülmektedir. Bu nedenle özellikle turizmin 12 aya yayılmasında ülkemiz açısından üzerinde önemle durulan bir turizm türü haline gelmiş ve önemli gastronomi şehirleri ortaya çıkmıştır. Bunlardan biri de UNESCO tarafından gastronomi şehri olarak tescillenen Gaziantep'tir. Bu araştırma, yerli turistlerin Gaziantep'in gastronomi turizmine yönelik tutumlarının belirlenmesi ve bu tutumların demografik özellikler açısından incelenmesini öngörmektedir.

Elde edilen analiz sonuçlarına göre; yerli turistlerin demografik verileri incelendiğinde cinsiyet olarak birbirine yakın değerler almakla birlikte erkek sayısının biraz daha fazla olduğu, çoğunlukla orta yaş grubunda oldukları, büyük çoğunluğunun üniversite mezunu olduğu ve yarısından fazlasının 4000 TL ve üstü gelire sahip oldukları tespit edilmiştir. Bu durum Gaziantep'i ziyaret eden yerli turistlerin genellikle orta yaşlı, eğitim ve gelir düzeyi yüksek kişilerden oluştuğunu göstermektedir. Nitekim daha önceki araştırmalar da (Guzman ve Canizares, 2011; Şahin ve Ünver, 2015; Giritlioğlu ve Karaman, 2017; Şimşek ve Selçuk, 2018) bu sonuçları destekler niteliktedir.

Diğer bulgulara bakıldığında, yerli turistlerin Gaziantep'e çoğunlukla ilk kez geldiği, Gaziantep'i çekici kılan en büyük faktörün, zengin mutfağı ile tarihi ve kültürel yapısı olduğu, çoğunlukla 2-4 gün arasında Gaziantep'te kaldıkları ve Gaziantep mutfağına ilişkin bilgi kaynaklarının çoğunlukla, tanıdıklardan ve yazılı ve görsel basından geldiğini ifade etmişlerdir. Bu sonuç Gaziantep'in bir gastronomi şehri olduğunun yerel turistlerce de kabul edildiği ve Gaziantep mutfağına ilişkin bilgi düzeylerinin olduğunu ve bilgi kaynaklarının genellikle tanıdıklar ile yazılı ve görsel medyadan edindiklerini göstermektedir. Benzer şekilde Giritlioğlu ve Karaman (2017) tarafından yapılan araştırmada da yerli turistlerin Gaziantep'te çoğunlukla 2-3 gece kaldıkları tespit edilirken, Gülcan vd. (2017) ile Çelik ve Aksoy, (2017) tarafından yapılan araştırmalarda da genellikle faydalanılan bilgi kaynaklarının tanıdıklar aracılığı ile gerçekleştiği ifade edilmiştir.



*Yerli Turistlerin Gastronomi Turizmine Yönelik Tutumlarının Demografik Özellikler Açısından İncelenmesi:
Gaziantep Örneği*

Cenk Murat KOÇOĞLU

Yerli turistlerin Gaziantep'in gastronomi turizmine yönelik tutumları incelendiğinde, gastronomi turizmine yönelik tutumlarının oldukça olumlu olduğu belirlenmiştir. Bu sonuç yerli turistlerin gastronomi turizmine yönelik tutumlarının genellikle olumlu olduğunu açıklar niteliktedir. Nitekim Kargiglioğlu ve Akbaba (2016) ile Çelik ve Aksoy (2017) tarafından yapılan araştırmalarda da aynı sonuçlar tespit edilmiştir.

Araştırmanın hipotezlerine yönelik sonuçlara bakıldığında, yerli turistlerin demografik özelliklerinden; yaş, eğitim ve gelir seviyesi bakımından Gaziantep'in gastronomi turizmine yönelik tutumlarının farklı değerlendirdikleri, cinsiyet açısından ise bir fark olmadığı ortaya konmuştur. Yerli turistlerin yaş arttıkça, eğitim ve gelir seviyesi yükseldikçe, Gaziantep'in gastronomi turizmine yönelik tutumlarının daha olumlu olduğu tespit edilmiştir. Bu durum yerli turistlerin demografik özelliklerinin gastronomi turizmine yönelik tutumları farklılaştırdığını ortaya koymaktadır. Nitekim Aydoğdu vd. (2016) ile Akın (2018) tarafından yapılan araştırmalarda, cinsiyet ile gastronomi turizmine yönelik tutumlar arasında farklılık yok iken, eğitim, yaş ve gelir seviyesi açısından farklılık olduğu belirlenmiştir. Benzer şekilde Guzman ve Canizares (2011) İspanya'ya gelen yerli turistlerin eğitim seviyeleri yükseldikçe gastronomi turizmine daha fazla önem verdikleri, Kılıç ve Bekar (2012) tarafından yapılan araştırmada ise, gelir seviyesi yükseldikçe gastronomi turizmine daha fazla önem verdikleri tespit edilmiştir.

Elde edilen tüm bu sonuçlardan yola çıkılarak, şu önerilerin verilmesi yerinde olacaktır; Gaziantep'e gelen yerli turistlerin genellikle orta yaş grubunda, eğitim ve gelir seviyesi açısından yüksek seviyede göz önüne alındığında, özellikle diğer yaş, eğitim ve gelir grubundaki kişileri de Gaziantep'e çekmek için onlara özel reklam ve tanıtım faaliyetlerinin yapılması, gastronomi turlarının uygulanması ve gastronomi turizmini sevdirecek faaliyetlerin yürütülmesi gerekmektedir. Nitekim, Gaziantep'e gelen yerli turistlerin bilgi kaynaklarını çoğunlukla tanıdıkları, yazılı ve görsel medyadan edindikleri bilgiler oluşturduğu dikkate alındığında, özellikle bu tür tutundurma stratejileri ile yerli turistlere ulaşmaları gerekmektedir. Yerli turistlerin gastronomi turizmine yönelik tutumlarının genel olarak olumlu olsa da özellikle yöresel yiyeceklerin tanıtılması ve bu destinasyona gelen turistlere tattırılması ile ilgili faaliyetlerin yürütülmesi gerekmektedir. Ayrıca restoranlarda Gaziantep mutfağına ilişkin yöresel yiyeceklerin sunulması hem tanıtım noktasında hem de yerli tarım ürünlerinin teşvik edilmesinde önemli bir unsur olacaktır. Bununla birlikte Gaziantep mutfağına yönelik tanıtıcı kitap, dergi, tv. vb. unsurların basımının ve yayının yapılması ve yerli turistlere ulaştırılması, gastronomi fuar ve festivallerin yürütülmesi de gastronomi turizmine olan tutum ve ilgiyi artıracaktır. Diğer yandan yerli turistlerin demografik özelliklerinin Gaziantep'in gastronomi turizmine yönelik tutumları üzerinde belirleyici olduğu, bu nedenle özellikle gençlerin eğitim ve gelir seviyesi düşük olanların daha fazla dikkate alınması, bu gruptaki turistlere gastronomi turizmine yönelik tutumlarını daha olumlu hale dönüştürecek pazarlama stratejilerinin yürütülmesi gerekmektedir.

Bu araştırma Gaziantep'e gelen yerli turistler ile ve Gaziantep'in gastronomi turizmine yönelik tutumları ile sınırlıdır. Bu nedenle gelecekte yapılan araştırmaların yabancı turistler üzerinde de gerçekleştirilmesi ve yerli turistler ile gastronomi turizmine yönelik tutumlarının karşılaştırılmasına yönelik araştırmaların yapılması önerilmektedir.



*Yerli Turistlerin Gastronomi Turizmine Yönelik Tutumlarının Demografik Özellikler Açısından İncelenmesi:
Gaziantep Örneği*
Cenk Murat KOÇOĞLU

KAYNAKÇA

- Akın, A. (2018). Gaziantep'in Gastronomi Şehri Olarak Belirlenmesinde Demografik Değişkenlerin Etkisi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(2), 299-316.
- Aksoy, M. ve Sezgi, G.(2015).Gastronomi Turizmi ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi Gastronomik Unsurlar. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(3), 79-89.
- Aksu M., Diker O., Korkmaz C.I. (2018). An Analysis of The Relationship between Destination Marketing and Gastronomy Tourism in: Social Sciences Researches in Globalizing World. R. Efe, M. Rusev, E. Straus, C. Avcıkurt, A. Soykan, B. Parlak (Editörler). Sofia: St. Kliment Ohridski University Press, ss.477-487.
- Altınel, H. (2009). Gastronomide Menü Yönetimi, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, İstanbul.
- Aydoğdu, A., Okay, E. ve Köse, Z. (2016). Destinasyon Tercihinde Gastronomi Turizmi'nin Önemi: Bozcaada Örneği. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 120-132.
- Bekar, A. Ve Belpınar, A. (2015). Turistlerin Gastronomi Turizmine İlişkin Görüşlerinin Milliyetlerine Göre Değerlendirilmesi. *Journal of Yasar University*, 10(38), 6519-6530.
- Bekar, A., Kılıç, B. ve Şahin, Ö. (2011). Gastro Turizm ve Turistik Tüketicilerin Gastro Turizme Yönelik Görüşleri. 12. Ulusal Turizm Kongresi. 30 Kasım-4 Aralık, Akçakoca: 516-524.
- Bozok, D. ve Kahraman, K. (2015). Kırsal Turizmde Yöresel Yemek Kültürünün Rolü. Balıkesir:*Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 5 (1): 85-90.
- Canizares, S. S ve Guzman L. T.(2012), Gastronomy as a Tourism Resource: Profile of the Culinary Tourist, *Current Issues in Tourism*, 15 (3): 229-245.
- Chaney, S. ve Ryan, C. (2012). Analyzing the Evolution of Singapore's World Gourmet Summit: An Example of Gastronomic Tourism, *International Journal of Hospitality Management*, 31: 309– 318.
- Chang, R.C.Y., Kivela, J. ve Mak, A.H.N. (2011). Attributes That Influence The Evaluation of Travel Dining Experience: When East Meets West. *Tourism Management*, 32, 307-316.
- Correia, A., Moital, M., Da Costa, F.C., Peres, R. (2008). The Determinants Of Gastronomic Tourists' Satisfaction: A Second-Order Factor Analysis. *Food service Journal*, Vol. 19 (3), p164-176.
- Cohen, E. and Avieli, N. (2004). Food in Tourism: Attraction And İmpediment. *Annals of Tourism Research*, 31 (4), 755–778.
- Cömert, M. & Özkaya, F. D., (2014). Gastronomi Turizminde Türk Mutfağının Önemi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*. 2(2), 62-66.



*Yerli Turistlerin Gastronomi Turizmine Yönelik Tutumlarının Demografik Özellikler Açısından İncelenmesi:
Gaziantep Örneği*
Cenk Murat KOÇOĞLU

- Çelik, M. ve Aksoy, M. (2017). Yerli Turistlerin Gastronomi Turizmine Yönelik Tutumları: Şanlıurfa Örneği, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 5(3), 422-434.
- Çevik, S. ve Saçılık, M. Y. (2011). Destinasyonun Rekabet Avantajı Elde Etmesinde Gastronomi Turizminin Rolü: Erdek Örneği. *12. Ulusal Turizm Kongresi, 30 Kasım-4 Aralık 2011, 503-515.*
- Doğdubay, M., Sarıoğlan, M., ve Saatçi, G. (2011). Destinasyon Pazarlamasında Yerel Yönetimlerin Gastronomik Öğeleri Kullanma Eğilimlerinin Ölçülmesine Yönelik Bir Araştırma. *V.Ulusal Gastronomi Sempozyumu, Antalya.*
- Durlu-Özkaya, F., & Can, A. (2012). Gastronomi Turizminin Destinasyon Pazarlamasına Etkisi. *Türktarım, Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı Dergisi, 206, 28-33.*
- Du Rand, G. E. (2006). The Role of Local Food in Destination Marketing, A South African Situational Analysis. Degree Doctor of Philosophy. University of Pretoria, Department of Tourism Management.
- DuRand, G. ve Heath, E. (2006). Towards a Framework For Food Tourism As An Element Of Destination Marketing, *Current Issues in Tourism, 9: 206-34*
- Fox, R. (2007). Reinventing the Gastronomic Identity of Croatian Tourist Destinations, *International Journal of Hospitality Management, 26: 546-559.*
- Gaziantep Ticaret Odası, (2011). Hayat Boyu Rekabet Projesi, Turizm ve Hayat Boyu Öğrenme Açısından Gaziantep İli Mevcut Durum Analiz Raporu.
- Gillespie, C. ve Cousins, J. A. (2001). European Gastronomy into the 21st Century, Burlington (USA): Butterworth- Heinemann.
- Giritlioğlu, İ. ve Karaman, M. (2017). Gaziantep Mutfağına Yerli Turistlerin Bakış Açılarına Yönelik Bir Uygulama. *Sosyal Bilimler Dergisi, 7(14), 389-414.*
- Gross, M. J., Brien, C. ve Brown, G. (2008). Examining The Dimensions Of A Lifestyle Tourism Destination. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research, 2 (1): 44-66.*
- Guzman, T.L. ve Canizares, S.S. (2011). Gastronomy, Tourism and destination differentiation: a casestudy in Spain. *Review of Economics & Finance, September, 63-72.*
- Güler, S. ve Olgaç, S. (2010). Lisans Düzeyinde Eğitim Gören Öğrencilerin Türk Mutfağının Tanıtım ve Pazarlanmasına İlişkin Görüşleri (Anadolu Üniversitesi Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu Örneği). *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, (28), 227-238.*
- Gülcan, B., Güçer, E., Oktay, K., Kızanıklı, M.M. (2017). Orta Asya Türk Devletlerinde Türkiye'nin Turistik İmajı: Kırgızistan ve Kazakistan'da Bir Alan Araştırması, 81, 105-137.



*Yerli Turistlerin Gastronomi Turizmine Yönelik Tutumlarının Demografik Özellikler Açısından İncelenmesi:
Gaziantep Örneği*

Cenk Murat KOÇOĞLU

- Hacıoğlu, N., Girgin, K.,G. ve Giritioğlu, İ. (2009). Yiyecek İçecek İşletmelerinin Pazarlama Faaliyet Faaliyetlerinde Yöresel Mutfakların Kullanımı: Balıkesir Örneği. 3. Ulusal Gastronomi Sempozyumu 17-18 Nisan, Antalya.
- Hall, M. ve Sharples, L. (2003). Food Tourism Around The World, İçinde M. Hall, L. Sharples, R. Mitchell, N. Macionis ve B. Cambourne, The Consumption of Experiences or the Experience of Consumption? An Introduction to the Tourism of Taste (ss. 1-25). Londra: Butterworth Heinemann.
- Harrington, R. J. ve Ottenbacher, M. C. (2010). Culinary Tourism: A Case Study of the Gastronomic Capital, *Journal of Culinary Science & Technology*, 8: 14-32.
- Hornig, J. ve Tsai, C. (2010). Government web sites for promoting East Asian culinary tourism: a cross-national analysis. *Tourism Management*, 31, 74-85.
- Hornig, J., Hornig, S., ve Tsai, C., J. (2012). Culinary Tourism Strategic Development: an Asia-Pacific Perspective. *International Journal Of Tourism Research*, 14, 40-55.
- Kargılioğlu, Ş. ve Akbaba, A. (2016). Yerli Gastro turistlerin Eğitim Seviyeleri ve Yaş Gruplarına Göre Destinasyondaki Gastronomi Turizmi Etkinliklerine Katılımları: Gaziantep'i Ziyaret Eden Gastro Turistler Üzerine Bir Araştırma. *Journal of Tourism And Gastronomy Studies*, 4(1) 87-95.
- Kim, Y.G., Eves, A. Ve Scarles, C. (2009). Building A Model Of Local Food Consumption On Trips And Holidays: A Grounded Theory Approach. *International Journal of Hospitality Management*, 28, 423-431.
- Kivela, J. ve Crofts, J. C. (2006). Tourism and Gastronomy: Gastronomy's Influence on How Tourists Experience a Destination, *Journal of Hospitality and Tourism Research* 30: 354-77.
- Küçükaltan, G. (2009). Küreselleşme Sürecinde Gastronomide Yöresel Tatların Turistlerin Destinasyon Tercihlerine ve Ülke Ekonomilerine Etkileri. 3. Ulusal Gastronomi Sempozyumu Bildirileri, 17-18 Nisan Antalya.
- Lin, Y. C., Pearson, E. T. ve Liping, A. (2011). Food As A Form Of Destination Identity: A Tourism Destination Brand Perspective, *Tourism And Hospitality Research*, 11 (1): 30-48.
- McKrecher, B., Okumuş F., ve Okumuş, B. (2008). Food Tourism as a Viable Market Segment: It's All How You Cook The Numbers. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 25(2), 137-148.
- Nam, J. H. ve Lee, T. J. (2011). Foreign Travelers' Satisfaction with Traditional Korean Restaurants, *International Journal of Hospitality Management*, 30, 982-989.
- Öksüz, E.N. (2017). Gaziantep Şehrinin Destinasyon Marka İmajı ve Destinasyon Aidiyeti: Yerli Turistler Üzerine Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi. Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Gaziantep.



*Yerli Turistlerin Gastronomi Turizmine Yönelik Tutumlarının Demografik Özellikler Açısından İncelenmesi:
Gaziantep Örneği*

Cenk Murat KOÇOĞLU

- Özdemir, B. ve Kınay, F. (2004). Yabancı Ziyaretçilerin Türk Mutfağına İlişkin Görüşleri: Antalya'yı Ziyaret Eden Alman ve Rus Turistler Üzerine Bir Araştırma, *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2, 25-28.
- Quan, S. ve Wang, N. (2004). Towards A Structural Model of The Tourist Experience: An Illustration From Food Experiences in Tourism. 25(3), 297 -330.
- Santich, B. (2004). The Study of Gastronomy and Its Relevance to Hospitality Education and Training, *Hospitality Management*, 23: 15-24.
- Sarıışık, M. ve Özbay, G. (2015). Gastronomi Turizmi Üzerine Bir Literatür İncelemesi *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 26(2), 264-278.
- Scarpato, R. (2002). Tourism Gastronomy, İçinde A-M Hjalager ve G. Richards (Editörler). *Gastronomy as a Tourist Product: The Perspectives of Gastronomy Studies*. (51-59) Londra: Routledge
- Sekaran, U. (2003). *Research Methods for Business*. New York: John Wiley High Education Press.
- Shenoy, S. S. (2005). Food tourism and the culinary tourist. Unpublished Doctora Thesis. Clemson University, Canada.
- Sorokina, A. (2016). Typology of Gastronomy Tourists And Tourism. Unpublished Master Thesis. International Hellenic University School Of Economics, Business Administration & Legal Studies: Themi.
- Şahin, G. G. ve Ünver, G. (2015). Destinasyon Pazarlama Aracı Olarak Gastronomi Turizmi: İstanbul'un Gastronomi Turizmi Potansiyeli Üzerine Bir Araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(2), 63-73.
- Şanlıer, N., Cömert, M., ve Özkaya, D. F. (2012). Gençlerin Türk Mutfağına Bakış Açısı. *Milli Folklor*, 24 (94), 152-161.
- Şimşek, A. ve Selçuk, G. N. (2018). Gastro-turistlerin Tipolojisinin Belirlenmesi: Gaziantep Ölçeğinde Bir Araştırma. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 28-43.
- Tabachnick, B. G. ve Fidell, L. S. (2013). *Using Multi variate Statistics*. Boston: Pearson.
- Wolf, E. (2006). *Culinary tourism: the hidden harvest*. Dubuque, IA: Kendall/Hunt Publishing Company.
- Wilkins, J. ve Hill, S. (1994). *The Life of Luxury*. Blackawton, Totnes: Prospect Books.
- Yüncü, H. (2010). Sürdürülebilir Turizm Açısından Gastronomi Turizmi ve Perşembe Yaylası. 10. Aybastı-Kabataş Kurultayı: Yerel Değerler ve Yayla Turizmi içinde (s. 28-34). Şengel, S. (Edt.) Detay Anatolia Akademik Yayıncılık, Ankara.
- Zgurovski, K. ve Akın, A. (2016). Spor Turizminin Gelişimine Yönelik Alan Araştırması (Gaziantep örneği). *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 13 (1), 47-59.