



Yerli Gastroturistlerin Eğitim Seviyeleri ve Yaş Gruplarına Göre Destinasyondaki Gastronomi Turizmi Etkinliklerine Katılımları: Gaziantep'i Ziyaret Eden Gastroturistler Üzerine Bir Araştırma (Participation of Local Gastrotourists to Gastronomy Events and Activities According to the Education Levels and Age Groups: A Research on Gastrotourists Visiting Gaziantep)

*Şaban KARGİGLİOĞLU^a, Atilla AKBABA^b

^a Başkent University, Vocational School of Social Sciences, Cookery Program, 06810 Ankara/Turkey

^b İzmir Kâtip Çelebi University, Faculty of Tourism, Department of Gastronomy and Culinary Arts, 35620 İzmir/Turkey

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi: 03.11.2015

Kabul Tarihi: 12.01.2016

Anahtar Kelimeler

Gastronomi

Gastronomi turizmi

Gaziantep

Turist

Gastroturist

Öz

Bu çalışmanın amacı, gastronomi turistleri, demografik özellikleri ve destinasyondaki davranışları konularında bilgi birikimine katkıda bulunmaktır. Bu kapsamda araştırma, Gaziantep ilini gastronomi turizmi kapsamında ziyaret eden yerli gastroturistlerin, eğitim seviyeleri ve yaş gruplarına göre destinasyondaki gastronomi turizmi etkinliklerine katılım durumlarını incelemektedir. Örneklem grubu, Gaziantep'i ziyaret eden yerli gastronomi turistleri, kolayda yöntemle seçilmiş 416 yerli turistten oluşmaktadır. Araştırmada veri toplama aracı olarak anket kullanılmış; elde edilen veriler mutlak ve % değer, faktör analizi ve varyans analizi ile değerlendirilmiştir. Araştırma sonucunda elde edilen bulgulara göre turistlerin gelir düzeylerinin gastronomi turizmi etkinliklerine katılımlarında önemli bir değişken olduğu, gelir seviyesi yüksek turistlerin yöresel ve seçkin restoranları tercih eden, yöresel ürünlere ilgi duyan, çeşitli gastronomik ürünleri satın alan tüketiciler olduğu belirlenmiştir.

Keywords

Gastronomy

Gastronomy Tourism

Gaziantep

Tourist

Gastrotourist

Abstract

The aim of this study is to contribute to the knowledge gastronomy tourists, demographics and behavior issues in the destination. In this context, research, who visited Gaziantep province scope of domestic gastrotourist of the gastronomic tourism, according to the education level and age group examines its involvement in gastronomy tourism activities in the destination. As a sample group, the domestic gastronomy tourists visiting Gaziantep consisted of 416 tourists, who were selected by the convenience sample method. A questionnaire was used for data collection of the study. Results of the data were evaluated using absolute and percentage values, factor analysis and variance analysis. According to the results, the level of income is an important factor for tourist participation in gastronomy tourism activities. It is also specified that tourists who have high level of income prefer regional and exclusive restaurants and they are kind of consumers who are interested in regional products and purchase various gastronomic products.

* Sorumlu Yazar

skargiglioglu@gmail.com (Ş. Kargiglioğlu)

GİRİŞ

Eski çağlardan bu yana insanlar çeşitli sebeplerle seyahat etmişlerdir. Zamanla turizm ve turist kavramının ortaya çıkmasıyla birlikte insanların seyahat etme amaçlarına göre turizm çeşitleri oluşmaya başlamış ve gün geçtikçe trendlere göre turizm çeşitlerinde farklılaşmalar yaşanmıştır. Günümüzde her yıl milyonlarca insan, sürekli yaşadıkları yerlerden geçici sürelerle ayrılarak başka ülkelere veya bölgelere gitmekte ve buralarda gezip-görme, dinlenme, eğlenme-öğrenme gibi psikolojik, sosyal ve kültürel gereksinimlerini karşılamaktadırlar. Ekonomik ve sosyal anlamda geniş etkiler doğuran ve turizm olarak nitelendirilen bu olay günümüz uygarlığının temel bir özelliğini oluşturmaktadır (Uçkun, 2004:28).

Turizm sektörü gelişmek ve çeşitliliğini arttırmak için gastronominin çekiciliğinden yararlanmaktadır. Gastronomi yemek pişirme sanatı, iyi yemek merakı, mutfak kültürü olarak nitelendirilmektedir. Turizm ekseninde, yiyecek ve içecek kültürü olarak tanımlanabilecek olan gastronomi, gerek iç ve gerekse dış turizm için vazgeçilmez bir unsurdur (Aslan, 2010: 41).

Turizmde son yıllarda, yemek ve şarap için büyüyen bir talep söz konusudur ve bu turizm endüstrisi için önemli bir turizm çeşidi haline almaktadır. Örneğin; İtalya, şarap ve zeytinyağı bölgeleriyle ünlüdür. Temelde gastronomi turizmi, çiftlik ve şarap üretilen yerlere düzenlenen turların yanı sıra yiyecek ürünlerini test etmeyi de kapsayan gurme turlarından oluşmaktadır. Ek olarak, gastronomi turizmi aynı zamanda turistlere, özel bir bölgenin kendine has kültürünü ve geçmişiyi ilintili tecrübelerini ender bir tecrübe olarak yaşatır. Destinasyonların ziyaretçilerine sunmuş olduğu yerel tatlar, bölgesel pazarlamada destinasyonların yerli ve yabancı turistler tarafından tercih edilmesinde önemli bir rol oynamaktadır (Dilsiz, 2010: 20).

Gastronomi turizmi, yeni bir yiyecek ve içecek deneyimi yaşamak için seyahat motivasyonu yaratan ve seyahat davranışlarının güdülenmesine önemli ölçüde yardımcı olan turizm şekli olarak tanımlanabilmekte ve bir tür gastronomik hareketliliği ifade etmektedir. Gastronomi turizmi, bölgeye özgü yemeklerin sunulmasıyla o bölgeye ait kültürel kimliği ve mirası yansıtmakta ve böylece yerel destinasyonlar için rekabet avantajı sağlamada etkili bir araç olmaktadır (Çalışkan, 2013: 41). Gastronomi amaçlı seyahat eden turistlerin % 70'i gittikleri yerlerde bölgesel yiyecekler tatmakta, yemek tarifleri almakta ve şarap gibi bazı gastronomik ürünleri devamlı ikamet ettikleri yerlere götürerek bunları arkadaşları ve aileleri ile paylaşmaktadırlar. Böylece ülke/bölge tanıtımına dolaylı katkı sağlamaktadırlar (<http://www.atme.org/pubs/uploads/TMDWinter2008CulinaryTourism.pdf>).

Bu kapsamda seyahatlerin ara ürünü olarak görülen yeme-içme faaliyeti bir turizm çeşidi olarak karşımıza çıkmakta, yeme-içme eksenli turistik faaliyetlerin destinasyon, kalış süresi vb. gibi etmenleri etkilediği gözlemlenmektedir. Çalışma kapsamında Gaziantep'i ziyaret eden yerli turistler üzerinde bir araştırma yapılarak,

turistlerin düşünceleri ve görüşleri çerçevesinde ortaya çıkan veriler irdelenmiştir.

GASTRONOMİ

Gastronomi kelimesinin etimolojik kökeni incelendiğinde, kelimenin Yunanca 'gastros' (mide) ve 'nomos' (yasa, kural) sözcüklerinden oluştuğu görülmektedir (Tez, 2012: 9). Bu kelimelerden yola çıkılarak yapılan tanımlarda Gastronomi; yemeği iyi yeme merakı, sağlığa uygun, iyi düzenlenmiş, hoş ve lezzetli mutfak, yemek düzeni ve sistem olarak ifade edilmektedir (TDK, 24.02.2015).

Bir başka tanıma göre ise gastronomi, yiyecek ve içeceklerin tarihsel gelişme sürecinden başlayarak tüm özelliklerinin ayrıntılı bir biçimde anlaşılması, uygulanması ve geliştirilerek günümüz şartlarına uyarlanması çalışmaları kapsayan, aynı zamanda bilimsel ve sanatsal unsurlarla katkı sağlayan bir bilim dalıdır (Deveci ve diğerleri, 2013: 29-34).

Diğer tanımlar ise, yemeği ana eksenine alarak güzel sanatlar, sosyal bilimler ve doğa bilimlerini kapsayan çok sayıda kültürel bileşeni inceleyen disiplinler arası bir faaliyet olarak ele alınmaktadır (Cailein, 2006: 2). Gastronomi, sık sık pişirme ve iyi yeme sanatı olarak adlandırılır, ancak bu sadece gastronomi disiplininin bir kısmıdır. Bazıları gastronominin kültür ve yemek arasındaki ilişkinin çalışılması olduğunu önermişlerdir. Gastronomiyle yakından ilgili biri, genellikle yemek ve özellikle olmamakla beraber genelde şarap tatma, hazırlama, deneyimleme ve deneyselleştirme, araştırma, keşfetme, anlama ve yazma ile iç içedir (Savarin, 2009: 61).

Gastronomi kelimesi ilk kez Jacques Berchoux adlı bir Fransız tarafından 1804'te yayımlanan bir şiir ile doğduğu ifade edilmektedir. Şiirde, Berchoux gastronomiyi yiyecek ve içeceği en iyi şekilde tüketmek olarak tanımlamıştır (Scarpato, 2002: 51-70). Bundan önce, gastronomi pek çok yerde geçen ve tanımlanması oldukça zor bir kelimeydi, çünkü yemek, içmek ve yiyecek ile ilintili her şeyi kapsayan oldukça geniş bir anlama sahipti. Son olarak, 1835'te gastronomi kelimesi bir Fransız sözlüğüne dâhil edilerek "iyi yeme sanatı" olarak ifade edildi. Fakat Santich, gastronomiyi, "gösterişli yiyecek ve içeceklerle bütünleşmiş, bunun yemek pişirme ve hazırlamaya da yansımış olduğu gösterişli yemek" olarak tanımladı (aktaran Ab Karim, 2004: 15).

Scarpato'ya göre, gastronomi kelimesinin keşfinden iki yüz yıl sonra, Yazar Atheene, eski tarihçilerin, şairlerin ve filozofların yaşam tarzlarını geniş çapta yazmaya başladı. Atheene, o günlerde yiyecek ve içeceğin nasıl ünlendiği hakkında ayrıntılı olarak yazdı. Yunan ve Roma imparatorluklarından yazarlar da sadece yemek pişirme konusunda yazdılar, fakat gastronomi odaklı yazmadılar. Benzer bir şekilde, İtalyanlar orta çağda gastronomiyi keşfetti ve tıptan tarıma kadar hayatın her yönüyle birleştirdiler. Yiyecek, sağlıklı yaşam ve iyi beslenme davranışlarıyla ilgili olarak tıp çalışmalarına da dâhil edildi (Scarpato, 2002: 51-70). Ek olarak, Scarpato, o günlerde yiyecek ve içecek konusunda yer alan insanların yiyecek-

içecek alanıyla doğrudan ilişkili yetenek ve yeterliliklere sahip olmadığını, insanların yemek ve içmek konusunda bilgileri zevkleri kadar olduğunu vurguladı. Temel olarak, yemek onların uzmanlık alanlarından çok yaşam tarzlarıydı.

Gastronomiyle ilgili ilk resmi çalışma Jean Anthelme Brillat-Savarin tarafından ele alınmıştır ve bu çalışma 1825'te 'Tadın Fizyolojisi' adlı eserde yayımlanarak sayısız defa İngilizceye çevrilmiştir. Ünlü Fransız gastronom Brillat-Savarin gastronomiyi 'insanın beslenmesi ile ilgili olan her şeyin sistematik bir incelemesi' olarak tanımlamıştır. Savarin, gastronomiyi, yenilebilir yiyeceklerin sınıflandırmasını yaptığı için doğa tarihinde bir bölüm, yiyecekleri kalitesine ve niteliklerine göre ayırdığı için fiziğin bir parçası, uygun kompozisyonu buluncaya dek farklı bileşimleri denediği için kimyanın bir parçası olarak görmekte, ticaretten, ekonomi politikasına kadar gastronomiye her alanda bir anlam yüklemekte ve pay vermektedir (Savarin, 2009: 61).

GASTRONOMİ VE TURİZM

Beslenme, büyüme, yaşamın sürdürülmesi ve sağlığın korunması için besinlerin kullanılmasıdır. Beslenme, insan gereksinimlerinin başında gelir. İklim koşulları uygun olduğu zaman konutsuz ve giysisiz yaşanabilir, fakat beslenmeden yaşam olanaksızdır (Baysal, 2002: 9).

Tüketicilerin yiyecek içecek işletmelerini tercih etmeleri de sadece fizyolojik ihtiyaçlarını gidermek için değil, aynı zamanda yemek yeme sürecinde iyi zaman geçirmek, yiyecekten ve atmosferden zevk almak, yeni lezzetler tatmak, boş zamanlarını değerlendirmek (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.).

Gastronomi, ülke ya da bölge mutfaklarını birbirinden ayıran özellikleri, bir ülkenin ya da bölgenin yiyeceklerini, yeme-içme alışkanlıklarını ve yiyecek hazırlama tekniklerini ifade etmektedir" (Cömert ve Özkaya, 2014: 63). Her milletin, ülkenin yapısı ve alışkanlıklarına göre oluşan kendine özgü bir mutfağı vardır. Mutfak kültürü denildiğinde söz konusu olan destinasyonda yaşayan insanların beslenmesini sağlayan yiyecek ve içecekler, bunların hazırlanması, pişirilmesi, korunması; bu işlemler için gerekli araç-gereç ve teknikler ile yemek yeme adabı ve mutfak çevresinde gelişen tüm uygulamalar ve inanışlar ortaya çıkmaktadır (Kesici, 2012:34). Wolf'e göre (2006), mutfak sanatları ya da gastronomi turizmi, "bir destinasyonun yemek ve içeceklerini keşfetme ve tatma amacıyla seyahat etmek, kalıcı ve ender gastronomi tecrübelerinin tadını çıkarmak" olarak tanımlanmıştır. Gastronomi turizminin, turistlerin yedikleri yemeklerden edindikleri tecrübeler, lokal gıda ürünlerinin üretimi ve çiftçilik ile, kırsal alanların kalkınmasına fayda sağladığı görülmektedir (Quan ve Wang, 2004: 303).

Wolf'e göre (2006), mutfak sanatları ya da gastronomi turizmi, "bir destinasyonun yemek ve içeceklerini keşfetme ve tatma amacıyla seyahat etmek, kalıcı ve ender gastronomi tecrübelerinin tadını çıkarmak" olarak tanımlanmıştır. Bu tanım Finkelstein (1989) ve Kivela ve Johns'un (2006) ilk

araştırmalarında geçmektedir. Bu çalışmalar, tatildeyken hislerin ve anıların yemek yemeyi çok özel ve etkileyici yaptığını önermektedir. Çünkü bunların genellikle kişiselleşen tecrübelerle aktarıldığını düşünmektedirler (Finkelstein,1989). Gastronomi turizmi, destinasyonun, yemek hizmetleri endüstrisinin anahtar fonksiyonlarından biri olduğunu ve bunu bireylerin tatilde veya yolda yaşamaları gerektiğine inandıkları duygu ve tecrübelerin sağlanması olduğunu vurgulamaktadır (Kivela ve Crotts, 2006: 30). Gastronomi, kültür ve yemek arasındaki ilişkiyi inceleyen yeme-içme bilimi ve sanatı olarak tanımlanmakta, yapılan çeşitli araştırmalarda gastronominin turizm deneyiminin ayrılmaz bir parçası olduğu vurgulanmaktadır (Cömert ve Özkaya, 2014, s.63).

Birçok araştırma, çok sayıda destinasyonun gastronomiyi pazarlama aracı olarak kullandığını ve hatta çoğunun da turizmi, gastronomiyi desteklemekte kullandığını göstermektedir. Ancak bu tip pazarlama çabalarının olabileceğinden çok daha az etkili olduğu konusunda işaretler mevcuttur. Gastronomi ürününün ayrımından dolayı, birçok gastronomi turisti turizmi anlamamaktadır. İhtiyaç duyulan şey gastronomi turizmi ve gastronomi turizmi piyasasıyla ilgili daha fazla bilgilidir. İnsanlar birçok sebepten seyahat ederler. Turizmi özendiren türler, turist çeşitleri kadar fazladır. Tüketicilerce ortaya konan istek yelpazesi geniş olmasına rağmen, birçok araştırma bireysel isteklerce açığa çıkarılan ihtiyaçlara bakarak bu resmi basitleştirmeyi denemiştir. Bu, gastronomi ve turizmin yakın bir ilişkiye sahip olduğu anlamına gelmektedir.

Wolf'a göre (2006), Gastronomi turizmi, yiyecek ve içeceğin turizm endüstrisindeki yeri nedeniyle ekonomik ve toplumsal kalkınmaya büyük katkıda bulunabilecek potansiyeli olan bir turizm türüdür (aktaran Akgöl, 2012: 19). Dünyada hemen hemen her mutfağın temel sayılacak bazı özellikleri söz konusudur. Bunlar o mutfağı ötekilerden ayıran özellikler olarak tanımlanır (Beşirli, 2010: 160). Bu kapsamda düşünüldüğünde yiyecek ve içecekler sadece açlık gereksinimini gidermede kullanılan bir araç değil, aynı zamanda turist tercihleri üzerinde de belirleyici bir etkidir.

Gastronomi turizmi, bölgeye özgü yemeklerin sunulmasıyla o bölgeye ait kültürel kimliği ve mirası yansıtmakta ve böylece yerel destinasyonlar için rekabet avantajı sağlamada etkili bir araç olmaktadır (Çalışkan, 2013: 41). Ayrıca; gastronomi turizmi bölge ya da ülke açısından rekabet avantajı ve marka olma avantajı da sağlamaktadır. Dolayısıyla ekonomik kalkınma ve destinasyon gelişimi açısından kültürel mutfak önemli bir durumdur. Gastronomi turizminin kalkınması ve bölgeye finansal destek sağlayabilmesi için resmi anlamda yardım ve çalışmalar yapılması gerekmektedir (Henderson, 2009: 307-316).

GAZİANTEP'TE GASTRONOMİ TURİZMİ

Turistlerin bir ülkeyi ziyaret etmelerinde önemli faktörlerden bir tanesinin o ülkenin mutfak kültürünü tanımak isteği olduğu bilinmektedir. Her ülkenin mutfak yapısı incelendiğinde, yiyeceklerin hazırlanması, pişirilmesi, kullanılan araç-gereçler farklı özellikler göstermektedir. Türkiye'de bölgeler arasında farklı yemek türlerini bulmak

mümkündür. Özellikle yaşanan bölgenin iklimi ve yetiştirilen sebze ve meyveler o bölgenin mutfak kültürünü ve çeşit zenginliğini etkilemektedir. Bu farklılıklar iller arasında bile değişiklikler gösterebilmektedir (Pekyaman, 2008, s.19).

Gaziantep, Akdeniz Bölgesi ile Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nin birleşme noktasında yer almaktadır. Genellikle dalgalı ve engebeli arazi yapısının hâkim olduğu ilin yüzölçümü 6.222 km²'dir. İlin doğusunda Şanlıurfa, batısında Osmaniye ve Hatay, kuzeyinde Kahramanmaraş, güneyinde Suriye, kuzeydoğusunda Adıyaman ve güneybatısında Kilis bulunmaktadır (aktaran Aktaş, 2008: 523).

Anadolu Mutfağını Araştırma Geliştirme ve Koruma Derneği Başkanı Tahir Tekin Öztan, "Bir ülkenin tanıtımı o ülkenin mutfağından geçer. Biz de tanıtım için her zaman her yerde üzerimize düşeni yapacağız. Gaziantep tanıtıldıkça kentimize daha çok turist gelecektir. Bölgemiz ve kültürümüz tanıtıldıkça dünyanın ilgisini çekmeye devam edecektir. Bu nedenle tanıtım faaliyetlerimizi yurt içi ve yurt dışında sürdürüyoruz. Yaşayan kültürel mirasımıza sahip çıkmak, tanımak ve tattırmak zorundayız." diyerek gastronomi turizminin önemini vurgulamıştır. Proje yönetmeni Fikret Yıldız ise, "Zengin bir mirasa sahip Gaziantep, her yıl çok sayıda yerli ve yabancı turisti de ağırlayan önemli bir turizm şehridir. UNESCO Dünya Mirası listesine aday Zeugma Antik Kenti ve Yesemek Taş Ocağı ve Heykel Atölyesi de kentin tanıtımına katkı sağlayacaktır. Sadece bu iki kültür merkezini değil, Gaziantep'in en az bunlar kadar önemli diğer kültürel merkezlerini ve sosyal yaşamını da belgelemeye çalışıyoruz." Gaziantep mutfağının belgeseli çekiliyor diye açıklamalarda bulunmuştur. (<http://gold.ajanspress.com.tr/extp/ndm4mj15mjkmmssyxntu3jj1zmtq3oq=#.vnpvvdksvtw>).

Gaziantep mutfak kültürünü tanıtmayı amaçlayan Emine Göğüş Mutfak Müzesi'nde, özel vitrinlerde sergilenen çeşitli mutfak eşyaları geçmiş dönemlerdeki mutfak kültürü hakkında bilgiler vermektedir. Dar sokakları ile ünlü Gaziantep Kalesi eteklerinde, tarihi Göğüş Konağında hayat bulan ülkemizin ilk mutfak müzesinde; bayram yemeği yuvarlamanın yapılması, soğuk kış gecelerinde tandır başında yenilen bastık, sucuk, ceviz, kahve-mırna pişirilmesi vb. yöresel detaylar, Gaziantep yöresine özgü kıyafetler eşliğinde mankenlerle canlandırılmaktadır.

Gaziantep Mutfağı, seneler boyunca geleneklerinin ve yöresel damak lezzetinin zenginliği ile ülkemiz ve dünya mutfakları arasında ayrıcalıklı bir yere sahiptir. Gaziantep mutfağında ilk bakışta dikkati çeken en önemli husus, kullanılan malzemede gösterilen titizliktir. Yemeği oluşturan tüm malzeme büyük titizlik içerisinde seçilmekte, değişik tat ve lezzet veren baharatlar, salçalar ve karışımlar yemeklerde bol miktarda kullanılmaktadır. Gaziantep yemeklerinde, yemeğin güzelliğinde, lezzetinde malzemenin niteliği kadar yemeği pişirenin ustalığının ve el becerisinin de payı büyüktür.

Türk Patent Enstitüsü ve Ankara Ticaret Odası'nın yaptığı bir araştırmaya göre Gaziantep 291 çeşit yemek ile Türkiye'nin en zengin mutfağına sahip il olarak belirlenmiştir (<http://www.haberler.com>). Anadolu Mutfağı'nı Koruma, Araştırma ve Geliştirme Derneği, Gaziantep Gastronomi ve Aşçılar Derneği ile Gaziantep Kulübü Derneği'nin ortak çalışması ile bu yemeklerden 30 tanesi 2012 yılında coğrafi tescil belgesi ile tescillenmiştir.

Gaziantep ilinde belediye işletme belgesi olarak 42 adet restoran bulunmaktadır(www.ika.org.tr). İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'nden alınan verilere göre toplamda 5923 kişi kapasiteli 12 adet Turizm İşletme Belgesi Lokanta ile 100 kişilik 1 adet müstakil eğlence yeri vardır. Gaziantep Ticaret Odası'na kayıtlı yiyecek işletmelerinin sayısı ise catering hizmeti sunanlar ile kantin işletmeleri hariç 272 adettir(www.e.gto.org.tr).

Gaziantep İl Kültür Turizm Müdürlüğü'nün 2014 yılı istatistiklerine göre, Gaziantep iline gelen toplam yerli turist sayısı 149,310'dur. Şehre gelen turistlerin gastronomi turisti olarak ayrıca istatistiği tutulmadığından restoran kapasitesi ve kente gelen yerli turist sayısı örneklem seçiminde belirleyici olmuştur.

• Gaziantep Yemeklerinin Özellikleri

Mevsime bağlı olarak meyve ve sebzelerin, tahılların, baharatların ve değişik türdeki salçaların bir arada kullanıldığı tencere yemekleri yöresel damak lezzetini ziyaretçilere sunmaktadır. Bu yörede haşlama, ızgara, tava, sote, kavurma, tencere yemekleri ve fırın yemekleri hazırlanmaktadır (<http://www.gaziantepturizm.gov.tr/Eklenti/37393,gaziantep-yemekleri.pdf?0>).

Hemen hemen herkesin damak tadına hitap eden Gaziantep yemeklerindeki lezzetin sırrı, yalnız yemek pişirenlerin tecrübe ve becerisinden kaynaklanmamakta. Yörede doğal şartlarda üretilen bitkisel ve hayvansal ürünlerdeki yüksek aroma ve tadında bu lezzette payı bulunmaktadır. Gaziantep yemeklerinin bazı özelliklerini şöyle sıralayabiliriz (<http://www.gaziantepturizm.gov.tr/Eklenti/37393,gaziantep-yemekleri.pdf?0>):

• Yemeklerde kullanılan baharatlar değişiktir. Örneğin; yoğurtlu yemeklerde haspir (safran) veya nane, bazı yemek ve çorbalarda tarhın, ciğer kebabında kimyon, aşurede rezene, sütlaçta tarçın kullanılır.

• Her yerde bir ya da iki çeşit ekşi kullanılırken, Gaziantep mutfağında tam yedi çeşit ekşi bulundurulur ve yemeğine göre kullanılır. Limon, limon tuzu, koruk, koruk pekmezi, sumak tozu, sumak ekşisi, nar ekşisi. Örneğin: Bamyaya koruk, sarmaya erik, lahana ve pancar sarmasına nar ekşisi, sulu salataya sumak ekşisi kullanılır.

• Hem sağlık, hem tat, hemde iştah verici olan taze sarımsak bir çok yemekte kullanılır, öyle ki "sarımsak aşısı" diye tek başına bir yemek ya da yarı yarıya katıldığı bakla tavası vardır.

Tarihi zenginliği ve coğrafi konumuyla ülkemizin en önemli yerleşim merkezlerinden biri olan Gaziantep, yemeklerinin çeşitliliği ile Türk Mutfak geleneğini renklendiren özgün bir kültürel yapı ortaya koymaktadır. Gaziantep'in kadim tarihi her alanda olduğu gibi mutfak kültüründe de kendini sürekli hissettirir. Öyle ki, Ali Eşref Dede'nin Yemek Risalesi'nde (18.yy.) bölge mutfağında yer alan Ciğer (Cartlak) Kebabı, Taze Peynir Helvası ve Badıncan Dolmasının günümüzde aynı adlarla ve benzer şekillerde yapıldığı görülür. Çok daha eskilerde, Dede Korkut Masallarında adı geçen kara kavurma, yahni, borani, sarımsak aşısı ve katmer sofralarda hep başköşededir. Gaziantep Mutfağı ulusal ve uluslararası boyutta tanınan bir yerel mutfak klasiği olarak tanımlanabilir (www.gaziantepturizm.gov.tr, 01.03.2015).

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırmanın Amacı

Bu çalışmanın amacı, gastronomi turistleri, demografik özellikleri ve destinasyondaki davranışları konularında bilgi birikimine katkıda bulunmaktır. Bu kapsamda araştırma, Gaziantep ilini gastronomi turizmi kapsamında ziyaret eden yerli gastroturistlerin, eğitim seviyeleri ve yaş gruplarına göre destinasyondaki gastronomi turizmi etkinliklerine katılım durumlarını incelemektedir.

Veri Toplama Yöntemi

Veri toplama aracı olarak yapılandırılmış anket formu kullanılmasına karar verilmiştir. Veri toplama aracının içerik geçerliliğinin sağlanabilmesi için konu ile ilgili bilimsel yazın taranarak bu alanda daha önce yapılan çalışmalardan bilgiler sağlanmıştır. Bilimsel yazın incelemesi ile elde edilen bilgilerin değerlendirilmesi ve benzer alanlardaki araştırmalarda kullanılmış soru formlarının (Akal, 1995; Gürbüz, 2000; Cengiz ve diğerleri, 2004) incelenmesi sonucunda, bu çalışmada kullanılan veri toplama aracının ana çerçevesi oluşturulmuştur. Hazırlanan taslak form, ilgili alanda uzman akademisyenler tarafından görülmüş ve taslak üzerinde gerekli görülen düzenlemeler yapılmıştır. Anket formuna son şekli verildikten sonra ön uygulama aşamasına geçilmiştir.

Ön Uygulama (Pilot Test)

Araştırmalarda amaç, çok veri toplamak değil, sağlam (geçerli ve güvenilir) veriler toplamaktır (Karasar, 2005: 111). Bir araştırmada kullanılan ölçeğin geçerlilik ve güvenilirliği araştırmanın sonuçları açısından önemlidir. Güvenilirlik deyimi toplanan verilerin ne ölçüde tesadüfi hatadan (veya örnekleme hatasından) arındığını belirtir. Bunun da ölçüsü, ölçeğin farklı zamanlarda veya farklı gruplarda aynı sonuçları hangi ölçüde verdiğidir (Kurtuluş, 2006: 303). Ön uygulama aşamasında amaç, ifadelerin anlaşılabilirliğinin önüne geçmek ve geçerliliği kontrol etmektir. Ön uygulama, Kasım 2014'de Gaziantep'i gastronomi amaçlı ziyaret eden 33 turist ile yüz yüze görüşme tekniğiyle yapılmıştır. Ön uygulamadan elde edilen verilere SPSS programı ile güvenilirlik testi yapılmıştır. Ankette bulunan sorular için yapılan geçerlilik-güvenilirlik testi sonuçları, birinci grup için, 0,689, ikinci grup için,

0,715, üçüncü grup için 0,726 olarak hesaplanmıştır. Buna göre anketin uygulanma işlemine geçilmiştir.

Araştırmanın Uygulanması

Araştırmada ön uygulama yapılmış ardından ankete son şekli verilerek, 2014 İl Kültür Turizm Müdürlüğü'nün turizm verilerine göre, hazırlanan anket formu kenti gastronomi amacıyla ziyaret eden yerli gastronomi turistlerine uygulanmıştır. Araştırmanın ana kütlesi 149,310 olduğundan örneklem sayısı 384 bulunmuştur. Buna göre en az 384 turistten veri toplandığı takdirde örneklem ana kütesini temsil edecektir. Anketler, Kasım 2014 ile Mart 2015 arasında yüz yüze uygulanmıştır. Anketin tamamlanma süresi yaklaşık olarak 8 dakika olarak belirlenmiştir. Yapılan uygulamada toplamda 432 adet anket kağıdı basılmış ve uygulanmıştır. Bunlardan bazıları eksik işaretlemeler yapıldığından 416 adet anket değerlendirmeye alınmıştır.

Verilerin Çözümlemesi

Anket yoluyla toplanan bilgilerin analizinde sosyal bilimler için geliştirilmiş olan SPSS 22.0 istatistik paket programı kullanılmıştır. Non-parametrik analiz tekniği olan Kruskal Wallis ve Mann Whitney-U testi ile analiz edilmiştir.

ARAŞTIRMA BULGULARI VE YORUMLANMASI

Turistlerin Sosyo-Demografik Özellikleri İle İlgili Bilgiler

Soru formunun demografik veriler ile ilgili bölümünde yer alan her bir soru frekans dağılımları açısından analiz edilmiştir. Bu bölümden elde edilen veriler Tablo 1'de frekans ve yüzde dağılımı olarak sunulmaktadır. Tablo 1'de görüldüğü gibi araştırma kapsamına alınan turistlerin yaş aralıkları incelendiğinde % 2,6'sı (11 kişi) 18-24 yaş arasında, % 11,8'i (49 kişi) 25-34 yaş arasında, % 32,7'si (136 kişi) 35-44 yaş arasında, % 31,3'ü (130 kişi) 45-54 yaş arasında, % 19,7'si (82 kişi) 55-64 yaşında, % 1,9'u (8 kişi) 65 ve üzeri yaş grubundadır. Araştırmaya katılanlardan 266 kişinin 35-54 yaş aralığında olması nedeniyle gastronomi turizmini tercih eden yerli gastronomi turistleri arasında orta yaş grubunun fazla olduğu söylenebilir. 416 katılımcının eğitim seviyesine bakıldığında, % 1,4'ü (6 kişi) hiç eğitim almamış, % 17,3'ü (72 kişi) ilköğretim mezunu, % 24,8'i (103 kişi) lise mezunu, % 21,2'si (88 kişi) önlisans mezunu, % 31,5'i (131) lisans mezunu ve % 3,8'i (16 kişi) doktora mezunu olduğu belirlenmiştir. Katılımcılardan 237 kişinin yüksek öğretim düzeyinde eğitim almış olduğundan bu turizm türünü tercih eden turistlerin eğitim düzeylerini yüksek olduğu söylenebilir.

Tablo 1. Turistlerin Eğitim Seviyesi ve Yaş Gruplarına Göre Dağılımı (n=416)

Değişkenler		Sayı	Yüzde (%)
Yaş	18-24	11	2,6
	25-34	49	11,8
	35-44	136	32,7
	45-54	130	31,3
	55-64	82	19,7
	65 ve üzeri	8	1,9
Eğitim Seviyesi	Hiç eğitim almadım	6	1,4
	İlköğretim	72	17,3
	Lise	103	24,8
	Önlisans	88	21,2
	Lisans	131	31,5
	Lisansüstü	16	3,8

Tablo 2. Turistlerin Yaş Grupları ile Gastronomi Turizmi Etkinliklerine Katılım Durumları (n:416)

Yemek İçerikli Aktivitelere Karşı Bakış Açısı	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	>65	Toplam
	Ortalama						
Yiyeceğim şeyler konusunda oldukça hassasım.	3,18	3,41	3,63	3,68	4,12	4,50	3,72
Yeni açılmış etnik restoranları denemekten hoşlanırım.	3,09	3,98	3,73	3,67	3,87	4,63	3,77
Yemek içerikli aktivitelere katılmak yaptığım en eğlenceli şeylerden biridir.	3,91	3,27	3,58	3,32	3,50	4,00	3,46
Zamanımın büyük kısmı yemek içerikli aktivitelerle geçmektedir.	4,09	3,08	3,53	3,33	3,48	3,88	3,43
Yemek içerikli seyahatlere katılım tercihim, bir başka aktiviteyle değiştirmek beni oldukça düşündürür.	3,82	3,16	3,63	3,60	3,40	3,50	3,52
Ortalama	3,61	3,38	3,62	3,52	3,67	4,10	3,58

Tabloda gastronomi turistinin yemek içerikli aktivitelere karşı bakış açısında en fazla ortalama değere (=4,10) sahip 65 yaş üzerindeki yaş grubunun gösterdiği görülmektedir. Gastronomi turizmi seyahatlerindeki gastronomi turistinin yemek içerikli aktivitelere karşı bakış açısında en az ortalama ise cevap ortalaması en düşük (=3,38) olan 25-34 yaş aralığındaki yaş grubuna ait olduğu görülmektedir. Diğer gruptakiler gastronomi turizmi seyahatlerindeki genel tercih önermelerine en fazla 'Katılıyorum' cevabı verirken 25-34 yaş grubunun genel cevabı 'Emin değilim' olmuştur.

Tablo 3. Turistlerin Yaş Grupları ile Gastronomi Turizmi Etkinliklerine Katılım Durumları (n:416)

Değişken	n	Sıra Ortalaması	χ^2	p	
Yaş	18-24	11	211,77	6,114	0,295
	25-34	49	184,91		
	35-44	136	212,58		
	45-54	130	201,58		
	55-64	82	219,23		
	65 ve üzeri	8	281,44		

Analiz sonuçlarına göre sıra ortalamalarına bakıldığında 65 yaş üzerindeki yaş grubundaki katılımcıların gastronomi turizmi seyahatlerindeki yemek içerikli aktivitelere karşı bakış açıları diğer yaş gruplarına göre az da olsa fazladır. Ancak % 5 anlamlılık düzeyi için $p>0,05$ olduğundan gastronomi turizmindeki genel tercihleri bakımından 'Gaziantep iline gelen yerli gastronomi turistlerinin yaş grupları ile gastronomi seyahatlerindeki yemek içerikli aktivitelere karşı bakış açıları arasında anlamlı bir farklılık vardır' hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 4. Turistlerin Eğitim Seviyeleri ile Gastronomi Turizmi Etkinliklerine Katılım Durumları (n:416)

Yemek İçerikli Aktivitelere Karşı Bakış Açısı	Hiç eğitim almadım	İlköğretim	Lise	Önlisans	Lisans	Lisansüstü	Toplam
	Ortalama						
Yiyeceğim şeyler konusunda oldukça hassasım.	3,33	3,74	3,57	3,69	3,79	4,25	3,72
Yeni açılmış etnik restoranları denemekten hoşlanırım.	4,00	3,57	3,88	3,87	3,71	3,69	3,77
Yemek içerikli aktivitelere katılmak yaptığım en eğlenceli şeylerden biridir.	3,17	3,53	3,21	3,45	3,63	3,63	3,46
Zamanımın büyük kısmı yemek içerikli aktivitelerle geçmektedir.	2,33	2,97	3,45	3,49	3,67	3,38	3,43
Yemek içerikli seyahatlere katılım tercihim, bir başka aktiviteyle değiştirmek beni oldukça düşündürür.	3,33	3,60	3,27	3,51	3,71	3,44	3,52
Ortalama	3,23	3,48	3,47	3,60	3,70	3,67	3,58

Tabloda gastronomi turistinin yemek içerikli aktivitelere karşı bakış açısında en fazla ortalama değere (=3,70) sahip lisans eğitim düzeyinin gösterdiği görülmektedir. Gastronomi turizmi seyahatlerindeki gastronomi turistinin yemek içerikli aktivitelere karşı bakış açısında en az ortalama ise cevap ortalaması en düşük (=3,23) olan hiç eğitim almayan eğitim düzeyine ait olduğu görülmektedir. Gaziantep iline gelen yerli gastronomi turistlerinin eğitim düzeyleri ile gastronomi turizmindeki yemek içerikli aktivitelere karşı bakış açısı arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını ölçmek için uygulanan Kruskal Wallis H- Testi sonuçları ise şöyledir. Tablo 5'de katılımcıların eğitim değişkenine göre gastronomi turistinin yemek içerikli aktivitelere karşı bakış açıları Kruskal Wallis testi verilmiştir.

Tablo 5. Turistlerin Eğitim Seviyeleri ile Gastronomi Turizmi Etkinliklerine Katılım Durumları (n:416)

Değişken	n	Sıra Ortalaması	χ^2	p
Hiç eğitim almadım	6	148,17		
İlköğretim	72	191,99		
Eğitim Düzeyi Lise	103	195,86	7,149	0,210
Ön lisans	88	212,77		
Lisans	131	226,46		
Lisansüstü	16	216,28		

Analiz sonuçlarına göre sıra ortalamalarına bakıldığında lisans eğitim düzeyindeki katılımcıların gastronomi turizmi seyahatlerindeki yemek içerikli aktivitelere karşı bakış açıları diğer eğitim düzeylerine göre az da olsa fazladır. Ancak % 5 anlamlılık düzeyi için $p>0,05$ olduğundan gastronomi turizmindeki genel tercihleri bakımından 'Gaziantep iline gelen yerli gastronomi turistlerinin eğitim düzeyleri ile gastronomi seyahatlerindeki yemek içerikli aktivitelere karşı bakış açıları arasında anlamlı bir farklılık vardır' hipotezi reddedilmiştir.

SONUÇ

Araştırma örnek grubunun yaş gruplarına ayrılan turistlerden en fazla 35-44 yaş aralığındaki (n=136) ve 45-54 yaş aralığındaki (n=130) turistlerin en az ise 65 yaş ve üzeri (n=8) ve 18-24 yaş aralığındaki (n=11) örnek grubu oluşturduğu görülmektedir. Bulgulara göre Gaziantep'e gastronomi turizmi amacıyla gelen yerli turistlerin büyük çoğunluğu orta yaş grubu turistlerden oluşmaktadır. Örnek grubundaki turistlerin eğitim durumlarına bakıldığında en fazla lisans mezunu turistlerin (n=131) olduğu ve bunu lise mezunlarının (n=103) takip ettiği görülmektedir. Gaziantep'te gastronomi turizmine ilişkin bulgulara bakıldığında örnek gruptaki turistlerin eğitim seviyesinin artmasıyla gastronomi turizmine olan ilgi ve katılımın arttığı gözlemlenmiştir.

Anketlerin uygulanma aşamasında gözlemlenen ve anketlerden alınan geri bildirim halkın turizm konusunda yeterli bilince sahip olmadığı ve Gaziantep ilinin gerek gastronomi turizmi anlamında gerekse Türkiye turizminden yeterli turizm payına ulaşamadığı, turist sayısının çok aşağıda olduğu gözlemlenmiştir.

Gaziantep mutfağını tanıtmaya ve gastronomi turizminin geliştirilmesine yönelik olarak hazırlanan tanıtım filminin bölgenin yerli gastronomi turisti sayısını artırma faaliyetlerinden biri olarak gösterilebilir. Bölgede gastronomi etkinliklerinin artırılıp gelenekselleştirilmesi bölgenin gastronomi turizminde bilinirliğinin yanında tercih edilmesini de arttıracaktır. Gaziantep ilinin yöresel lezzetlerinden baklavanın şehirde her noktadan temin edilebildiği hatta havaalanından da ulaşılabildiği, şehre gelen turistlerin evlerine ya da hediye olarak satın almak istemeleri durumunda ulaşılabilişliğini kolaylaştırmaktadır.

Şehirdeki birinci sınıf restoranların yanı sıra daha düşük ücretlere hizmet sunan lokantaların da şehre özgü yiyecek ve içecekleri sunması şehre gidip gastronomi turizminden yararlanmak isteyen orta ve düşük gelir seviyesindeki

kişilere de hitap etmektedir. Şehirde yeme-içme aktivitelerine, yemek yiyip bir şeyler içmek için giden turistler, şehirdeki bulunan han ve çarşılarında yiyip içtikleri şeylerin pişirme araç ve gereçlerini bulup satın alma faaliyetinde bulunabilmektedir. Şehirde bulunan Emine Göğüş Mutfak Müzesi, şehre gelen turistlerin, şehrin dünden bugüne yeme-içme alışkanlıkları, pişirme kapları, geçmişteki yiyecek-içecek aktiviteleri, kullandıkları sebze, meyve, kuru baklagillerin ne olduğunu gözlemleyip hangi saklama koşullarını kullandıklarını görebilirler.

KAYNAKÇA

- AbKarim, Shahrin, Muhammad. (2006). Culinary Tourism As A Destination Attraction: An Empirical Examination Of The Destination's Food Image And Information Sources
- Akal, Z. (1995) "Toplam Kalite Yönetimi ve Performans Ölçme ve Değerlendirme Sistemleri", Verimlilik Dergisi Özel Sayısı, MPM Yayını, ss. 85-89.
- Aktaş, Gürhan. (2008). Turizm Coğrafyası. Ankara: Detay Yayınevi, s.523.
- Akgöl, Yasemin. (2012). Gastronomi turizmi ve türkiye'yi ziyaret eden yabancı turistlerin gastronomi deneyimlerinin değerlendirilmesi, Mersin: Mersin Üniversitesi Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi.
- Aslan, Hasan. (2010). Gastronomi Turizminin Turizm Eğitimi Programlarındaki Yeri ve Önemi-Bir Uygulama. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Konya.
- Baysal, Ayşe. ve Küçükaslan, Nazife. (2003). Beslenme ilkeleri ve menü planlama. Bursa: Ekin Kitabevi. s.11.
- 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.
- Beşirli, H. (2010). Yemek, Kültür ve Kimlik. Milli Folklor Dergisi, 22 (87): 159 – 169.
- Cailein, Gillespie. (2006). European Gastronomy into the 21 st Century. Elsevier: U.K. s.2.
- Cengiz E., Acuner, T. ve Baki, B. (2004) "Yurtkur Trabzon Yurdu Müdürlüğünde Toplam Kalite Yönetimine Geçişte Ortaya Çıkabilecek Sorunların Tespiti Amacıyla Yapılan Bir Araştırma", D.E.Ü. Sosyal Bilimler Dergisi, 6(1), ss. 77-93.
- Cömert, M., & Özkaya, F. D., (2014). Gastronomi turizminde Türk mutfağının önemi. Journal of Tourism and Gastronomy Studies. 2(2), 62-66.
- Çalışkan, Onur. (2013). Gastronomic Identity In Terms Of Destination Competitiveness And Travel Motivation. Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 1 (2): 39 – 51.

- Deveci, Bilal., Türkmen, Serkan., ve Avcıkurt, Cevdet, Kırsal turizm ile gastronomi turizmi ilişkisi: Bigadiç örneği. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 3(2): 29-34.
- Dilsiz, Beril. (2010). Türkiye’de Gastronomi ve Turizm (İstanbul örneği), (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ABD.
- Finkelstein, J. Martin. (1989). *Dining out: A sociology of modern manners*. Cambridge, England: Polity.
- Gürbüz, A.(2000) “Türkiye’deki Otel İşletmelerinde Toplam Kalite Yönetiminin Uygulanabilirliğine Yönelik Bir Araştırma”, *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 11(2), ss. 45–56.
- Hall, C. M., Sharples, E., Mitchell, R., Macionis, N., & Cambourne, B. (2003). *Food Tourism around the world: Development, management and markets* (Vol. First):Butterworth Heinemann.
- Hall, C.M. & Sharples, L. 2003. The consumption of experiences or the experience of consumption? An introduction to the tourism of taste in food tourism around the world. Elsevier Butterworth-Heinemann, Oxford, 1-24.
- Henderson, Joan C (2009). *Food Tourism Reviewed*, *British Food Journal*, Cilt: 111, Sayı: 4, ss: 317-326.
- Karasar, N. (2005) *Bilimsel Arastırma Yontemi*, Nobel Yayın Dağıtım: Ankara, s.111.
- Kesici, M. (2012). Kırsal Turizme Olan Talepte Yöresel Yiyecek ve İçecek Kültürünün Rolü. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14 (23): 33 – 37.
- Kivela, Jaksu ve Crofts, John C. (2006). Tourism and gastronomy: gastronomy's influence on how tourists experience a destination. *Journal of Hospitality and Tourism Research* 30: 354-77.
- Kurtuluş, Kemal. (2006). *Pazarlama Araştırmaları, Literatür Yayıncılık*, İstanbul, s. 303
- Pekyaman, A.(2008). ‘Turistik Satın alma Davranışında Destinasyon İmajının Rolü Afyonkarahisar Bölgesinde Bir Araştırma’, *Yayımlanmamış Doktora Tezi*, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyonkarahisar.
- Quan, San. & Wang, Ning. Towards a structural model of the tourist experience: An illustration from food experiences in tourism. *Cilt: 25, Sayı: 3, 2004, ss. 297-30*.
- Savarin, Jean. (2009). *The psichiology of Taste or Meditations on Transcendental Gastronomy*, Everymans Library: Londra, s.61.
- Scarpato, R. Kristen. (2002). *Perspective of gastronomy studies*. (ss. 51-70) Editörler Hjalager, A, ve Richard, G. *Tourism and Gastronomy*. Routledge. London.
- Tez, Zeki, *Lezzetin Tarihi, Geçmişten bugüne yiyecek, içecek ve keyif vericiler*, Hayyikitap: İstanbul, s.9.
- Uçkun, Savaş. (2004). “İşletme ve İşletme Türleri”, Editörler: Demirkol, S. ve Zengin B., *Turizm İşletmeleri, Değişim Yayınları*, İstanbul.
- Wolf, Erik. (2006). *Culinary tourism the hidden harvest*. Abd- Iowa: Kendall/Hunt Publishing Company.
- <http://www.atme.org/pubs/uploads/TMDWinter2008CulinaryTourism.pdf> (03.11.2014)
- <https://e.gto.org.tr/Firms> (08.11.2014)
- www.gaziantepturizm.gov.tr (01.03.2015)
- <http://www.gaziantepturizm.gov.tr/Eklenti/37393,gaziantep-yemekleri.pdf?0> (03.11.2014)
- <http://gold.ajanspress.com.tr/extp/ndm4mj15mjkmmssyxntu3jjizmtq3oq==#.vnpvvdksvtw> (30.03.2015)
- <http://www.haberler.com/turkiye-nin-en-zengin-mutfagi-avrupa-da-gorucuye-3686316-haberi> (28.10.2014)
- <http://www.ika.org.tr/Gaziantep-icerik-51.html> (18.10.2014)
- <http://www.tdk.gov.tr/> (24.02.2015)

Extensive Summary

Participation of Local Gastrotourists to Gastronomy Events and Activities According to the Education Levels and Age Groups: A Research on Gastrotourists Visiting Gaziantep

Introduction

The demand for gastronomy tourism has increased in Turkey, as it has in many countries, thanks to the distinctive aspects such as its geographical location, climatic variety etc. In this study, the statistical results of the participation of the domestic gastronomy tourists in the activities regarding gastronomy tourism and their attitudes were presented.

The gastronomy journey includes various visits to gastronomic festivals, food fairs, and producers of food, cooking shows and demonstrations, everything to have a chance of tasting a quality food product. In general, it is a trip with the aim of taking part in any activity related to food. (Hall & Sharples 2013.) Such developments have spurred an interest in experiencing the unique and indigenous food, food products and cuisines of a

destination, so much so that people are often traveling to a destination specifically to experience the local cuisines or to taste the dishes of its 'celebrity chef' (Mitchell & Hall, 2003).

The aim of this study is to contribute to the knowledge gastronomy tourists, demographics and behavior issues in the destination. In this context, research, who visited Gaziantep province scope of domestic gastroturist of the gastronomic tourism, according to the education level and age group examines its involvement in gastronomy tourism activities in the destination.

As a sample group, the domestic gastronomy tourists visiting Gaziantep consisted of 416 tourists, who were selected by the convenience sample method. A survey, which was created from Shenoy for collecting this size of data before, was used as a means of collecting data. The data collected in survey method were analyzed with Mann Whitney U and Kruskal Wallis H-tests. A questionnaire was used for data collection of the study. Results of the data were evaluated using absolute and percentage values, factor analysis and variance analysis. According to the results, the level of income is an important factor for tourist participation in gastronomy tourism activities. It is also specified that tourists who have high level of income prefer regional and exclusive restaurants and they are kind of consumers who are interested in regional products and purchase various gastronomic products.