

## Destinasyon Tercihinde Gastronomi Turizmi'nin Önemi: Bozcaada Örneği

Yrd. Doç. Dr. Aydoğan AYDOĞDU  
Kastamonu Üniversitesi, Turizm ve Otel İşletmeciliği Bölümü  
aydoganaydogdu@yandex.com

Esin ÖZKAYA OKAY  
Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği A.B.D.  
esinozkaya17@gmail.com

Zeynep Ceren KÖSE  
Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği A.B.D.  
z.cerenkose@gmail.com

### Özet

Yöreye özgü ürünlerin tadılması, bu yörelerin farklılıklarının ortaya çıkarılması ve bu ürünlerin de bazı ziyaretçiler için ülke, bölge veya turistik varış noktasının tercihinde önemli rol oynaması, destinasyonların tanıtılması açısından önemsenmektedir. Destinasyonlara yönelik gerçekleştirilen turizm etkinlikleri ve gidilen yerlerdeki gastronomi ürünleri birbirlerini tamamlar nitelikte olabilmektedir. Doğal güzelliklerin yanı sıra kültürel çekicilikler açısından da zengin bir varlığa sahip olan Bozcaada, kendine özgü zengin bir mutfağı da bünyesinde barındırmaktadır. Bu bağlamda çalışmada Bozcaada'yı ziyaret eden turistlerin destinasyon seçimlerinde Gastronomi Turizmi'nin oynamış olduğu rolün belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu amacı gerçekleştirmek için öncelikle ilgili yazın (literatür) incelemesi yapılmıştır. Elde edilen ikincil verilerin yardımıyla hazırlanan anket formu aracılığıyla Bozcaada'yı ziyaret eden turistlerin görüşleri alınmıştır. Araştırmanın nüfusu 2015 yılı Temmuz ayında Bozcaada'yı ziyaret eden konuklardır. Kolayda ve gönüllü örneklem yöntemleriyle seçilen 300 kişi ise araştırmanın örneklemini oluşturmuştur. Araştırmanın verileri, yapılandırılmış anket formları aracılığıyla yürütülen yüz-yüze görüşme tekniği ile toplanmıştır. Sosyal Bilimler için geliştirilmiş bir paket program yardımıyla sıklık, oran, t testi ve Kruskal Wallis testleri aracılığıyla veriler çözümlenmiştir. Çözümleme ile elde edilen sonuçlar Gastronomi Turizmi'nin Bozcaada'ya yönelik turizm talebinde rol oynayabileceği ve bir çekim gücü olarak kullanılabilirliği biçiminde değerlendirilmiştir. Araştırma sonuçları özellikle Gastronomi Turizmi'ne katılan bireylerin destinasyon seçin kıstasları, katılım güdeleri ve genel profilleri bakımından ilgili yazına katkı sağladığına inanılmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** *Gastronomi Turizmi, Destinasyon Seçim, Bozcaada.*

### The Importance of Gastronomic Tourism on Destination Choice: A Case Study From Bozcaada-Turkey

#### Abstract

Tourism activities towards destinations and gastro products on destinations can complete each other. Tasting local products, discovering new tastes or finding differences between areas and the importance of these products on people's destination choices between countries or regions are very important for destination marketing. Bozcaada has a rich and diverse cuisine besides natural and cultural beauties. The aim of this study is to determine the opinions of the people who choose Bozcaada related to gastronomic tourism and destination choices. In this context literature was reviewed. Opinions of tourists visited Bozcaada before were taken via

questionnaire prepared with the help of secondary data. Guests visited Bozcaada in July/2015 were the population of this research. The sampling of the study was 300 people chosen by convenience and volunteer sampling. The research data were collected via structured-interview questionnaires. Data were analyzed via a package program developed for social sciences by using frequency, t and Kruskal Wallis tests. According to the results Gastronomic Tourism can be evaluated as one of attraction factors to increase demands in Bozcaada.

**Key Words:** *Gastronomic Tourism, Destination Choice, Bozcaada.*

## **Giriş**

Gastronomi Turizmi birçok ülke ve bölge için yeni bir turizm pazarını temsil etmekte ve turistik destinasyonlar ile bu destinasyonlardaki girişimciler için benzersiz bir rekabet avantajı sağlamaktadır (Horng&Tsai, 2010). Gastronomi ve Gastronomi Kültürü misafir için destinasyon tercihi en çok ilgi duyulan çekicilik unsurlarının başında gelmektedir. Zira her misafir gittiği ülkenin mutfağını, lezzetlerini merak etmektedir (Çalışkan, 2013; Göker, 2011; duRand & Heath, 2006). Bu durumun misafirin tatil zevkini ve keyfini de arttırmada önemli bir rol oynadığı hususunda geniş bir uzlaşma vardır (Zağralı ve Akbaba, 2015; Aslan, Güneren ve Çoban, 2014; Kesici, 2012; Hamlacıbaşı, 2008). Çünkü gidilen ülkede yaşayan kişilerin neler yiyip içtiğini keşfetmek misafirin ilgisini çekerek bir tür eğlenceye dönüşebilmektedir (Küçükaltan, 2009).

Yiyecek kavramının turizm yaşantısını oluşturan temel elemanlarından birisi olması ve konaklama sürecinin önemli bir boyutunu oluşturmasına rağmen, özel anlamda Yiyecek Turizmi, genel anlamda ise yiyeceğin sosyo-kültürel özelliklerini de içeren bir kavram olarak tanımlanabilecek Gastronomi Turizmi'ne yönelik uluslararası yazında sınırlı sayıda araştırma bulunmaktadır (Hall&Sharples, 2003). Türkiye'de yapılan çalışmalar incelendiğinde ise Gastronomi Turizmi'ne yönelik yapılmış araştırmaların da yeterli düzeyde olmadığı görülmektedir. Yapılanların ise genelde misafirlerin Türk Mutfağı ile ilgili görüşlerini belirtme amacına odaklandığı söylenebilir (Albayrak, 2013; Şanlıer, 2005; Özdemir ve Kınay, 2004). Buna karşın destinasyonların tanıtımında Gastronomi Turizmi çok önemli bir rol oynamaktadır (Birdir ve Akgöl, 2015; Kodaş ve Dikici, 2012).

Günümüzde giderek ivme kazanan küreselleşme olgusunun dünyayı tıpa tıp aynı veya benzer ürünlerin sunulduğu bir pazar haline getirmeye başladığı düşünülmektedir (Toksöz ve Aras, 2016).Gastronomi Turizmi gibi alternatif turizm çeşitlerinin hayata geçirilmesi, sosyo-kültürel mirasa sahip çıkmayı gerektirmesi, hatta bunu özendirme tarihsel ve kültürel mirasın korunması ve gelecek kuşaklara aktarılması açısından da önemlidir (Hall, Mitchell&Sharpless, 2003: 25). Bu bağlamda yoğun kültürel çekicilikleri bünyesinde bulunduran Bozcaada ve Bozcaada'ya bağlı yerleşkelerin, hali hazırda büyük bir turistik hareket oluşturmasında Yöresel Mutfak konusunda da öne çıkabilecek unsurları içinde barındırıp barındırmadığı ve Gastronomi Turizmi'nin destinasyon pazarlamasında tercih nedeni olup olmadığı ve önemi misafirlerin görüşleri göz önünde bulundurularak belirlenmeye çalışılmıştır. Çalışma, misafirlerin Gastronomi Turizmi üzerindeki ilgilerini ve hangi etmenin Gastronomi Turizmi kapsamında destinasyon tercihi etkili olduğunu tespit etmek üzerine yoğunlaşmıştır. Bununla birlikte araştırmaya katılan bireylerin Bozcaada'da sunulan yeme ve içme olanaklarından elde ettikleri doyumlara da ölçülmek istenmiştir. Böylece adayı ziyaret edenlerin Bozcaada'yı yeniden ziyaret etmenin yanı sıra başkalarına tavsiye edecek olup olmadıkları adaya yönelik sürdürülebilir bir turizm talebi açısından da önemsenmektedir.

Anlatılanlar ışığında araştırmanın yanıt aradığı birincil soru Bozcaada'yı ziyaret eden turistlerin ziyaret kararı alırken adada sunulan Gastronomi Turizmi olanaklarının tercihleri üzerinde etkisi var mıdır? sorusudur. Bununla birlikte adayı ziyaret eden turistlerin memnuniyetlerinin de ölçülerek yeniden ziyaret etme ve başkalarına tavsiye etme ya da etmeme durumlarının yanıtları da aranmaktadır.

Araştırmada ayrıca katılımcıların destinasyon tercihlerinde cinsiyet, eğitim düzeyi, yaş ve gelir gibi demografik değişkenler açısından herhangi anlamlı bir farkın olup olmadığı da ortaya konmak istenmiştir. Bu amaca koşut araştırmada şu hipotezler geliştirilmiştir:

H<sub>1</sub>: Gastronomi Turizmi'ni tercih etmede cinsiyet açısından anlamlı bir fark vardır.

H<sub>2</sub>: Gastronomi Turizmi'ni tercih etmede eğitim düzeyi açısından anlamlı bir fark vardır.

H<sub>3</sub>: Gastronomi Turizmi'ni tercih etmede yaş düzeyi açısından anlamlı bir fark vardır.

H<sub>4</sub>: Gastronomi Turizmi'ni tercih etmede gelir düzeyi açısından anlamlı bir fark vardır.

Çalışma, ilgili yazında var olan bilgiye dayalı bir gerekçeli sorun sunumunun yer aldığı giriş bölümü ile başlamıştır. Girişi, Gastronomi Turizmi ile ilgili araştırmalar (literatür) izlemiştir. İlgili araştırmalar bölümünden sonra araştırmanın yöntemi ve bileşenlerine yer verilmiştir. Çalışma, bulguları izleyen tartışma ve öneriler kısmı ile sona ermiştir.

### **Literatür İncelemesi**

Mutfak Turizmi<sup>1</sup> kavramı; ilgili yazında hem Yiyecek Turizmi hem de Gastronomi Turizmi başlığı altında incelenmektedir. Misafirlerin bir destinasyonu ziyaret etme nedenleri arasında o bölgenin mutfak kültürü yer almaktadır (Zagrallı ve Akbaba, 2015; Çevik ve Saçılık, 2011). Her destinasyonda yerel halkın yeme-içme kültürü farklılık göstermekte bu da gelen misafirlerin ilgisini çekmektedir (Baytok, Ermen, Gürel, Dalkıranoglu, Güney ve Töre, 2001).

Mutfak, bir bölge ve halkla özdeşleşmiş olan yemeğin hazırlanışında kullanılan malzemeler, pişirme, sunma ve yeme yöntemlerinin bileşimidir (Gvion&Trostler, 2008).Mutfak denildiğinde sadece bir ulusun mutfağına ait yiyecek ve içecekler değil aynı zamanda bu yiyecek ve içeceklerin temin edilmesi, hazırlanması ve servis edilmesine ilişkin yöntemler, servisinde kullanılan araç ve gereçler, mutfakın konumu ve mimarisi, yemek törenleri ve benzeri faaliyetler de anlatılmak istenmektedir (Ciğerim, 1999). Hangi konuda olursa olsun geçmiş, yaşanan zamana ve geleceğe yansıyan bir kültür birikimi, köklü toplumların varlığına işaret etmektedir. Yemek Kültürü de, köklü geleneksel öğretileri kurallaşmış ve aktarılmakta olan kültürün elemanı olarak, toplumların sahip olduğu temel değerlerdendir (Haydaroğlu vd., 2003).

Mutfak kavramı bir taraftan fiziki bir alan gibi düşünülerek, diğer taraftan da kültürle ilişkisi kurularak iki ayrı şekilde tanımlanabilmektedir (Aktaş ve Özdemir, 2005). Mutfak Turizmi genel anlamda insanların yiyecekler ve bu yiyeceklerle ilgili yaşantılarını tanımlayan bir kavramdır. Mutfak Turizmi kavramı “birincil ve ikincil yiyecek üreticilerini, yiyecek festivallerini ziyaret etmek, yiyecekleriyle tanınmış belirli ülkelerdeki veya bölgelerdeki konaklama işletmelerinde ve restoranlarda üretilen yiyecekleri tatmak ve tanımak amacıyla yapılan seyahatler” olarak tanımlanabilir (Hall&Sharples, 2003; Hall&Mitchell, 2000).

Mutfak Turizmi kavramı 1998 yılında LucyLong tarafından yazına kazandırılan bir terimdir (Karim&Chi, 2010). Turistlerin yiyecek tüketimlerinin belirgin olarak hangi odak noktalarından oluştuğunu belirlemek amacıyla, turistlerin seyahatlerinde yiyeceğin (a) ana çekici unsur olarak; (b) ikincil ya da destek unsur olarak; (c) günlük rutinin bir parçası olarak tercih edilmekte ve tüketilmekte olduğu saptanmıştır (Quan&Wang,2004). Mutfak Turizmi (ulusal ve uluslararası yazındaki daha çok kullanılan adıyla Gastronomi Turizmi) çeşitli yönlerini göz önünde bulundurarak, yiyeceğin turizm pazarlama stratejilerine nasıl katkı sağlayacağı, bugünkü araştırmalarda daha öncelikli ve açık bir hal almıştır. Gastronomi Turizmi, tatil yörelerinde önerilen en çekici olanaklardan biri olarak düşünülmekte olup bir tatil yerinin pazarlanmasında stratejinin bir parçasını oluşturabilir. (Şengül ve Türkay, 2016; Aslan vd., 2014).

---

<sup>1</sup>Bu çalışmada Mutfak Turizmi ve Yemek Turizmi kavramları Gastronomi Turizmi ile eş anlamlı olarak kullanılmakta olup daha çok Gastronomi Turizmi olarak anılmaktadır.

### **Araştırmanın Yöntemi**

Bu bölümde araştırmanın kapsamı, tasarım türü, kaynağı, nüfusu (tanımlanmış evren= anakütle), örnekleme, modeli ve yöntemi, veri toplama tekniği ve aracı, araştırmanın süresi, analiz yöntemi, güvenilirlik ve geçerlik konuları açıklanmaktadır.

### **Araştırmanın Kapsamı**

Bu çalışmanın temel amacı Çanakkale'nin ilçesi Bozcaada'yı ziyaret eden ziyaretçilerin/turistlerin Bozcaada'yı ziyaret etme kararlarında Yemek Turizminin ne ölçüde etkili olduğunu ortaya koymaktır. Dahası Bozcaada'yı ziyaret eden turistlerin Yemek Turizmi kapsamında almış oldukları ürün ve hizmetlerden ne ölçüde memnun oldukları ve adayı yeniden ziyaret etme konusundaki görüşlerinin saptanması da araştırmanın alt amacını oluşturmaktadır.

Araştırma amaçlarını gerçekleştirmek için iki aşamalı bir yol izlenmiştir. Öncelikle Gastronomi Turizmi ve bireyleri Gastronomi Turizmi'ne katılmaya iten olgular ilgili yazındaki bilgi birikimine başvurularak incelenmiştir. Alanyazından elde edilen bilgiler ışığında bir ölçek hazırlanmış ve Bozcaada'yı ziyaret eden turistlere uygulanarak adayı ziyaret tercihlerinde adada sunulan yeme içme olanaklarının (Gastronomi Turizmi'nin) ne ölçüde etkili olduğu ortaya konmuştur. Ayrıca ziyaretçilerin Gastronomi Turizmi kapsamında Bozcaada'da sunulan ürün ve hizmetlerden ne ölçüde memnun oldukları da araştırma kapsamında yer almaktadır.

### **Araştırmanın Tasarım Türü (Modeli) ve Yöntemi**

Bu araştırma, giriş bölümünde yapılan gerekçeli sorun formülasyonu ve bu formülasyona bağlı olarak ortaya konan araştırma soru ve hipotezleri kısmında vurgulandığı gibi Bozcaada'yı ziyaret eden konukların (turistlerin) Bozcaada'yı tercih nedenleriyle, ziyaret sonrası doyumlarını ortaya koymayı amaçlamaktadır.

Yukarıda vurgulanan amaçları en uygun ve ekonomik biçimde sağlayacak olan model "Tarama" dır. Bu nedenle bu çalışmada işe koşulan yapı "Tarama Modeli"dir. Tarama Modelleri, geçmişte ya da halen var olan bir durumu var olduğu şekliyle betimlemeyi amaçlayan araştırma yaklaşımlarıdır. Bu modelde araştırmaya konu olan olay, birey ya da nesne kendi koşulları içinde olduğu gibi tanımlanmaya çalışılır. Onları herhangi bir şekilde değiştirme ve ya da etkileme çabası gösterilmez. Bir başka ifade ile var olan durum olduğu gibi ortaya konur (Karasar, 2005: 77-81).Tarama Modeli'nde bilimin gözleme, kaydetme, olaylar arasındaki ilişkileri saptama, kontrol edilen değişmez ilişkiler üzerinde genellemelere varma vardır. Bir başka ifade ile bilimin tasvir işlevi ön plandadır (Yıldırım,1966: 67).

Anlatılanlar ışığında araştırmanın bir İlişkisel Tarama Modeli olduğu ifade edilebilir. Bu modelle araştırma sorularına geçerli ve güvenilir yanıt(lar) bulabilmek ve hipotezleri test etmek amacıyla öncelikle ilgili yazın derinlemesine taranmıştır. Elde edilen ikincil verilerden hareketle bir görüşme (anket) formu hazırlanmış ve yüz-yüze görüşme tekniği ile uygulanmıştır. Hazırlanan anket formunda yer alan ifadelerin bazıları açık uçlu bazıları ise kapalı uçlu bir niteliğe sahiptir. Ayrıca görüşme formunun hazırlanmasında yöneltilecek soru ya da gereksinim duyulan saptamalar için nominal, sıralama, aralık ölçekleri bir arada kullanılmıştır. Bu ifadeler ışığında araştırmanın *niceliksel tasarımlı* bir araştırma olduğu ifade edilebilir. Zira araştırmanın amaçları doğrultusunda nesnel, geçerli ve güvenilir bilgi toplamak amacıyla araştırmaya katılan turistlere temel olarak 5'li likert ölçeği ile hazırlanmış ifadelerin çoğunlukta olduğu bir anket uygulanmıştır. Anketin birinci bölümünde, turistlerin demografik özelliklerinin saptanmasına yönelik sorular yer almaktadır. İkinci bölümünde ise turistlerin destinasyon tercihinde etkili olan etmenlerin saptanmasına yönelik ifadelerin yer aldığı ölçek kullanılmıştır. Ölçek temel olarak duRand&Heath (2006)'in yanı sıra Okumuş ve arkadaşları tarafından yapılan çalışmalardan esinlenerek Demir (2011) tarafından geliştirilmiştir. Aslına büyük ölçüde sadık

kalınan ölçekte katılımcıların milliyetleri, yaşları, gelir durumları, eğitim düzeyleri vb. sorularda doğrudan bazı değişiklikler yapılmış, bazılarında ise küçük ilave veya eksiltmelere gidilmiştir.

### **Araştırmanın Kaynağı, Nüfusu, Örnekleme ve Süresi**

Araştırmanın kaynağı Bozcaada'yı ziyaret eden turistlerdir. Araştırmanın nüfusunu ise araştırmanın yürütüldüğü 2015 yılı Temmuz ayı boyunca Bozcaada'da bulunan konuklar oluşturmaktadır.

Bozcaada'yı ziyaret eden kişi sayılarının saptanması temel olarak çok kolay bir olgu olarak görülmektedir. Zira araştırmanın yürütüldüğü varış noktasına yalnızca deniz taşıtları ile ulaşılabilir. Ancak araştırma sürecinde ve sonrasında ortaya konulan tüm çabalara rağmen ne Bozcaada Belediyesi'nden, ne de adaya ulaşımı sağlayan Gestaş firmasından herhangi bir veriye ulaşılabilmektedir. Bu konuda güvenilir tek kaynak Doğan ve Morkoç'un 2015 yılında yayınlanan "Türkiye'de yerel yönetimler ve turizm" adlı çalışmalarıdır. Doğan ve Morkoç anılan çalışmaları Bozcaada'yı 2013 yılında ziyaret eden kişi sayısını TÜİK'e dayandırarak 128.563 olarak bildirmektedirler (Doğan ve Morkoç, 2015, s. 33).

Çalışmada adayı ziyaret eden her bir bireyin temsiline olanak veren basit tesadüfi örneklem yönteminin uygulanmasının çok zor olması nedeni ile araştırmanın örnekleme belirlemede kolayda örnekleme yargısal ve gönüllülük teknikleri ile birlikte uygulandığı çok düzeyli örnekleme yöntemi benimsenmiştir.

Araştırmaya 300 birey katılmıştır. Katılımcı sayısının belirlenmesinde herhangi bir ölçüt temel alınmamış olmakla birlikte 300 kişilik bir sayının araştırmacılar açısından psikolojik bir eşik teşkil ettiği ifade edilebilir. Nitekim araştırmanın kolayda örnekleme tekniğinin yanı sıra yargısal ve gönüllülük yaklaşımlarıyla yürütülmesi ile elde edilecek verilerin anakütleli temsili bilimsel olarak olanaklı olmamakla birlikte araştırma soru ve hipotezleri için gerekli nesnel, geçerli ve güvenilir bilgileri sağlaması için 300 katılımcının yeterli olduğu düşünülmektedir.

### **Araştırmanın Sınırlılıkları**

Araştırma 2015 yılının Temmuz ayı süresince Bozcaada'da uygulanmış olup, anılan tarihte, Bozcaada'yı ziyaret eden bireyler ile sınırlıdır. Görüşmelerde kullanılan anket formları yalnızca Türkçe olarak hazırlandığı için Türkçe'ye hâkim 16 yaşından büyük bireyler araştırmanın bir diğer sınırlılığı olarak ifade edilebilir.

### **Araştırmanın Veri Toplama Aracı ve Tekniği**

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket formları kullanılmıştır. Anket formları yukarıda da vurgulandığı gibi ilgili yazın taraması sonucu elde edilen ikincil verilerden yararlanılarak oluşturulmuştur. Bu hesapça anket formlarının hazırlanmasında Demir (2011)'in duRand&Heath (2006)'in yanı sıra Okumus ve arkadaşlarının (2007) çalışmalarından esinlenerek "Gastronomi Turizminin Destinasyon Pazarlamasındaki Önemi" adlı Yüksek Lisans tezi için geliştirdiği ölçekten büyük ölçüde yararlanılmıştır (Demir, 2011; Okumus, Okumus&McKercher, 2007; duRand&Heath, 2006).

Araştırmacılar, araştırma sorularına ve hipotezlerine geçerli ve güvenilir yanıtlar bulma amacıyla hazırladıkları anket formunu veri toplama aracı olarak kullanmışlardır.

Araştırmacılar:

- Bozcaada'ya gelen giden konukların tek ulaşım kanalı olan iskelede, akşam dönüş saatlerinde dönüş yapan turistlere amaçlı (yargısal) bir biçimde yaklaşarak katılım konusunda gönüllü olan bireylerle,

- Plajlarda, otellerde ve restoranlarda aynı yaklaşımın ortaya konduğu gönüllülerle yüz yüze görüşerek araştırmayı yürütmüşlerdir.

### Araştırmanın Analiz Yöntemi

Araştırmada elde edilen veriler niteliklerine göre analiz edilmiştir. Bu hesapça nitel ölçekle hazırlanmış kategorik değişkenlere (demografiklere) verilen yanıtlar sıklık (frekans), oran (yüzde) ve önem önceliği (sıralama) vb. biçimde değerlendirilmiştir.

Nitel büyüklük içeren veriler ise araştırma soru ve hipotezlerinin karakteristiğine bağlı olarak çıkarımsal istatistik bağlamında çözümlenmiştir. Çözümlemelerde Sosyal Bilimler için geliştirilmiş bir paket program kullanılmıştır.

Özluce araştırmada elde edilen verilerin analizinde ortalama, standart sapma gibi betimleyici istatistiklerin yanı sıra t-testi ve parametrik olmayan istatistik testlerine başvurulmuştur. Başka bir ifadeyle Bozcaada'yı ziyaret eden turistlerin demografik özellikleri ile Bozcaada'yı tercih etmeleri arasında anlamlı farklar olup olmadığını ortaya koymaya yönelik iki grup bağımsız örneklem için t-testi (t), ikiden fazla gruplar için ise Kruskal Vallis testi kullanılmıştır.

### Bulgular

Araştırmada elde edilen veriler temel olarak kategorik ve çıkarımsal istatistik bakış açıları ile irdelenmiştir.

**Tablo 1. Araştırmada görüşüne başvurulmuş katılımcıların demografik özelliklerine göre dağılımları**

Değişkenler		Erkek	%	Kadın	%	Erkek Kadın	Erkek Kadın%
Medeni Durum	Evli	14	4,66	112	37,33	126	42
	Bekar	75	25	73	24,33	148	49,33
	Boşanmış	5	1,66	13	4,33	18	6
	Ayrı	3	1	5	1,66	8	2,66
Medeni Durum Toplamı		97	32,26	203	67,74	<b>300</b>	<b>100</b>
Yaş	16-24	9	3	3	1	12	4
	25-29	60	20	70	23,33	130	43,33
	30-39	13	4,33	74	24,66	87	29
	40-49	13	4,33	11	3,66	24	8
	50-59	2	0,66	8	2,66	10	3,33
	60+	0	-	37	12,33	37	12,34
Yaş Toplamı		97		203		<b>300</b>	<b>100</b>
Eğitim	İlkokul	0	-	0	-	-	-
	Ortaokul	18	6	4	1,33	22	7,33
	Lise	26	8,66	20	6,66	46	15,33
	Önlisans	17	5,66	36	12,00	53	17,66
	Lisans	28	9,33	23	7,66	51	17
	Y. Lisans	4	1,33	59	19,66	63	21,00
	Doktora	4	1,33	61	20,33	65	21,66
Eğitim Toplamı		97	32,33	203	67,66	<b>300</b>	<b>100</b>

Tablo 1’de katılımcıların demografik bilgileri topluca verilmiştir. Araştırmaya katılanların büyük çoğunluğunu (% 67) kadınlar oluşturmaktadır. Demografik değişkenlerde öne çıkan bir başka önemli sonuç katılımcıların eğitim düzeyleridir. Bulgular katılımcıların büyük bir bölümünün (%70) üniversite eğitimi aldığını ortaya koymaktadır.

**Tablo 2. Katılımcıların Bozcaada’yı tercihlerinde rol oynayan etmenlerin önem düzeyleri**

İfadeler	$\bar{X}$	S.S.
Özgünlük	4,5933	0,63978
Dinlenme	4,49	0,75618
Doğal Çevre	4,4733	0,59762
Seyahat Hizmetleri	4,44	0,78855
Ulaşım Hizmetleri	4,4333	0,71221
Konaklama Hizmetleri	4,4233	0,65744
Sosyal Faktörler	4,4133	2,49464
Kültür / Sanat	4,3667	0,71221
Yöre Halkı / Personel	4,3445	0,85042
<b>Yerel Mutfak</b>	<b>4,31</b>	<b>0,71339</b>
Paranın Değeri	4,2833	0,83188
Tarihi Yerler	4,23	0,83231
Kültürel Faktörler	4,16	0,94377
Ekonomik Faktörler	4,1333	0,95845
Hava Şartları	4,1333	1,1104
Güvenlik	3,8867	1,16261
Rekreasyon Faaliyetleri	3,8833	1,01645
<b>Ulusal Mutfak</b>	<b>3,6733</b>	<b>1,28275</b>
Politik ve Yasal Faktörler	3,67	1,44963
Teknolojik Faktörler	3,5786	1,4481
Gece Hayatı	3,5267	1,33237
Alışveriş	3,1367	1,38964
Aile Bağları	3,1133	1,41911

1= hiç önemli değil, 2= Önemsiz, 3= Ne önemli ne de önemsiz, 4= Önemli, 5= Son derece önemli

Tablo2 değerleri incelendiğinde ise 4,60 aritmetik ortalama ile **Özgünlük** faktörü en belirleyici etmen olarak karşımıza çıkmaktadır. Diğer yandan 3,11’lik değeri ile Aile Bağları faktörünün ise turistlerin Bozcaada seçimlerinde en az etkili olan faktör olduğu anlaşılmaktadır.

Diğer yandan araştırmanın ana amacı olan destinasyon tercihinde gastronominin etkisinin ortaya konması amacı ile elde edilen bulgular değerlendirildiğinde oldukça ilginç bir sonuç ortaya çıkmıştır. Zira aritmetik ortalamalar incelendiğinde Yerel Mutfak seçeneği ortalamasının 4,31, standart sapmasının ise 0,71339, Ulusal Mutfak seçeneği için ise sırasıyla 3,6733 ve 1,28275 olduğu görülmektedir. Bu değerlerin Bozcaada’yı tercih eden turistlerin tercihlerinde Gastronomi Turizmi bileşenlerinin diğer etmenlere göre çok da önemli bir rol oynamadığı biçiminde yorumlanabilir.

Araştırmanın hipotezleri ise bağımsız örneklem t testi ve Kruskal Wallis testi aracılığı ile çözümlenmiştir. Çözümleme sonucu elde edilen bulgular aşağıda verilmektedir.

$H_1$ : “Gastronomi Turizmi’ni tercih etmede cinsiyet bakımından anlamlı bir fark vardır” hipotezi ile ilgili yapılan bağımsız örneklem t testi sonucu aşağıdaki gibidir.

Tablo 3 değerleri incelendiğinde katılımcıların Gastronomi Turizmi tercihlerinde cinsiyet açısından anlamlı bir farkın olmadığı görülmektedir ( $p>0,05$ ). Bu durumda  $H_1$  Hipotezi kabul edilmemiştir<sup>2</sup>.

**Tablo 3. Katılımcıların cinsiyetiyle Gastronomi Turizmi tercihlerine yönelik bağımsız örneklem t testi**

Cinsiyet	n	$\bar{X}$	S.S.	t	P
Erkek	97	4,0748	0,5227	0,18	0,986
Kadın	203	4,0739	0,3636	0,16	

$t_{(298)} = 0986, p>0,05$ .

Araştırmanın 2.,3. ve 4. hipotezleri, grupların ikiden fazla, örneklemin kolayda örneklem olarak belirlenmiş olması nedenleri ile parametrik olmayan test araçlarından Kruskal Wallis testi aracılığıyla çözümlenmiştir. Çözümleme sonuçları izleyen tablolarda toplulaştırılarak verilmiş sonrasında ise yorumlanmıştır.

Hipotezler:

$H_2$ : “Gastronomi Turizmi’ni tercih etmede eğitim düzeyi açısından anlamlı bir fark vardır”

$H_3$ : “Gastronomi Turizmi’ni tercih etmede yaş düzeyi açısından anlamlı bir fark vardır”

$H_3$ : “Gastronomi Turizmi’ni tercih etmede gelir düzeyi açısından anlamlı bir fark vardır” biçiminde formüle edilmişlerdir.

**Tablo 4. Katılımcıların eğitim, gelir ve yaş bakımından grup sıralama ölçek puan ortalamaları**

Eğitim			Gelir			Yaş		
Okul Düzeyi	n	Ortalama	Gelir Düzeyi	n	Ortalama	Yaş Grubu	n	Ortalama
İlkokul	0	-	Geliri Yok	13	102,77	16-24	12	120,38
Ortaokul	22	168,75	1000-1500	28	243,70	25-29	130	192,47
Lise	46	180,98	1501-2000	58	219,02	30-39	87	135,54
Önlisans	53	97,29	2001-2500	28	137,93	40-49	24	143,98
Lisans	51	105,24	2501-3000	25	121,16	50-59	10	105,60
Yüksek lisans	63	216,22	3001-3500	43	150,83	60+	37	64,35
Doktora	65	137,90	3501+	105	103,91			
Toplam	300			300			300	

<sup>2</sup> Araştırmada görüşüne başvurulmuş katılımcıların sayısı ve kullanılan ölçek bağımsız örneklem t testi yapmaya uygun olmakla birlikte araştırmacılar Gastronomi Turizmi’ni tercihte katılanların cinsiyetleri arasında anlamlı bir farkın var olup olmadığını Mann Whitney testiyle de çözümlenmişlerdir. Mann Whitney testi sonucu da anlamlı bir farkın olmadığı sonucunu vermiştir.

Aşağıdaki tabloda katılımcıların Eğitim, Gelir ve Yaş Bakımından Grup Sıralama Ölçek Puan Ortalamaları verilmiştir.

Diğer yandan katılımcıların Eğitim, Gelir ve Yaş Durumlarına Göre Tanımlayıcı İstatistikleri ise Tablo 5'te görülmektedir.

**Tablo 5. Katılımcıların eğitim, gelir ve yaş durumlarına göre tanımlayıcı istatistikleri**

	n	Ortalama	S.S.	En küçük değer	En büyük değer
<b>Eğitim Durumu</b>	300	4,0742	0,4208	1,91	6,91
	300	4,9400	1,5910	2,00	7,00
<b>Yaş</b>	300	4,0742	0,4208	1,91	5,91
	300	3,0033	1,3867	1,00	6,00
<b>Gelir</b>	300	4,0742	0,42982	1,91	5,91
	300	4,9100	1,9870	1,00	7,00

Üçüncü, 4. ve 5. hipotezlerin test edilebilmesi için yapılan Kruskal Wallis istatistik çözümlemesi sonuçları Tablo 6'da verilmiştir.

**Tablo 6. Katılımcıların eğitim, gelir ve yaş durumlarına Kruskal Wallis istatistik sonuçları<sup>a,b</sup>**

<b>KruskalWallis<sup>a</sup></b>	<b>Eğitim<sup>b</sup></b>	<b>Yaş<sup>b</sup></b>	<b>Gelir<sup>b</sup></b>
Ki-Kare – Chi-Square	78,982	74,699	107,506
Serbestlik Derecesi - df	5	5	6
Anlamlılık testinin p değeri-Asymp. Sig.	0,000	0,000	0,000

a. Kruskal Wallis Testi

b. Grup Değişkeni

Kruskal Wallis istatistiği sonuçları Gastronomi Turizmi'ni tercih eden bireylerin Eğitim, Yaş ve Gelir durumları ile anlamlı bir farkın var olduğunu  $p < 0,05$  ortaya koymuştur. Bu durumda:

$H_2$ : "Gastronomi Turizmi'ni tercih etmede eğitim düzeyi açısından anlamlı bir fark vardır"

$H_3$ : "Gastronomi Turizmi'ni tercih etmede yaş düzeyi açısından anlamlı bir fark vardır"

$H_3$ : "Gastronomi Turizmi'ni tercih etmede gelir düzeyi açısından anlamlı bir fark vardır" hipotezlerinin tümü kabul edilmiştir.

Araştırmada hipotez testlerinin yanı sıra katılımcıların Bozcaada'yı ziyaretleri sürecinde Gastronomi Turizmi çerçevesinde restoranlardan duydukları memnuniyet/memnuniyetsizlik de ölçülmek istenmiş idi. Araştırma verileri katılımcıların Bozcaada'da kurulu restoranlardan çok da memnun olmadıklarını ortaya koymuştur. Nitekim görüşme formunda yöneltilen uluslararası, ulusal, yerel, hızlı yemek (fastfood) ve seyyar restoran hizmeti veren sunuculardan memnuniyeti sorgulayan ifadelerle ilgili ortalamalar görece düşüktür denebilir. Gastronomi Turizmi ile ilişkilendirilebilecek sunucularla ilgili memnuniyet sorgulayan ifadeler ve verilen yanıtların

ortalamları tablo 7’de verilmiştir. Yeme içme hizmeti sunan işletmelerle ilgili memnuniyet ortalamaları incelendiğinde yerel restoranların 4,0033 ile en yüksek memnuniyet ortalamasına sahip olduğu görülmektedir. Ulusal restoranlar 3,9433 ortalama ile yerel restoranları izlemiştir. Seyyar restoranlar ve/ya seyyar satıcılarla ilgili memnuniyet ortalaması ise 3,7191’dir. Bu ortalamaların, 3,5233 ortalamaya sahip hızlı yemek (fastfood) restoranlarından ve 2,6900 ortalamaya sahip uluslararası restoranlardan daha yüksek olması anlamlıdır. Bu sonuçların Bozcaada’yı ziyaret eden konukların öncelikle yerel restoranları ve ulusal restoranları uluslararası restoranlara ve bir ölçüde uluslararası restoran olan fastfood restoranlara göre daha fazla beğenmiş olmaları yeme içme tercihleri açısından yerel ve ulusal restoranlar tercih ettikleri biçiminde yorumlanabilir. Gastronomi Turizmi tercihini sorgulayan ifadelere verilen yanıtlar hatırlanacak olur ise Yerel Mutfak seçeneği ortalamasının 4,31, Ulusal Mutfak seçeneği için ise 3,6733 idi. Bu ortalamaların memnuniyet ortalamalarına yakın ancak daha düşük olduğu görülmektedir.

**Tablo 7. Katılımcıların Bozcaada’daki restoranlardan elde ettikleri doyuma ilişkin veriler**

	Uluslararası Restoranlar	Ulusal Restoranlar	Yerel Restoranlar	Hızlı Yemek Restoranları	Seyyar Restoranlar veya satıcılar
<b>Ortalama</b>	2,6900	3,9433	4,0033	3,5233	3,7191
<b>n</b>	300	300	300	300	299
<b>Standart S.</b>	1,35894	1,08815	,96250	1,15205	1,06878

Araştırmada Bozcaada’yı ziyaret edenlerin yeniden ziyaret etme konusundaki isteklilikleri de sorgulanmıştır. Katılımların verdikleri yanıtlar tablo 8’de verilmiştir.

**Tablo 8. Bozcaada’yı ziyaret eden bireylerin yeniden ziyaret konusundaki düşünceleri**

İfade	Kişi	Yüzde
Belki	4	1,3
İsterim	182	60,7
Bir sonraki deneyim için sabırsızlanıyorum	114	38
Toplam	300	100

Tablo değerleri incelendiğinde Bozcaada’yı ziyaret eden konukların neredeyse tamamı adayı yeniden ziyaret etmek istediklerini belirtmişlerdir.

Araştırmada görüşüne başvuru katılımcıların Bozcaada’yı başkalarına tavsiye etmeyi isteyip istemedikleri sorusuna verdikleri yanıtlar tablo 9’da verilmiştir.

**Tablo 9. Bozcaada’yı ziyaret eden bireylerin başkalarına tavsiye etme konusundaki düşünceleri**

İfade	Kişi	Yüzde
Belki	12	4
Tavsiye ederim	288	96
Toplam	300	100

Araştırma bulguları katılımcıların Bozcaada’yı başkalarına tavsiye etme konusunda oldukça istekli oldukları saptanmıştır. Bu sonucun Bozcaada’yı ziyaret edenlerin yapmış oldukları ziyaretten memnun oldukları sonucuyla da uyumlu olduğu ifade edilebilir.

## **Güvenirlilik ve Geçerlik**

Araştırmada geçerliği ve güvenilirliği kanıtlanmış bir ölçek kullanılmış olsa da araştırmada işe koşulan veri toplama aracında (anket formu) yer alan ifadelerle ilgili güvenilirlik testi yapılmıştır. Yapılan güvenilirlik analizi sonucunda kullanılan ölçeğin Cronbach's alfa değeri ,908 olarak hesaplanmıştır. Bu sonucun Sekaran (2000) ve Nunnally (1967)'ye göre oldukça yüksek ölçüde güvenilir olduğu söylenebilir (Sekaran, 2000, p., 207; Nunnally, 1967, p. 248).

## **Sonuç**

Bu çalışmada Bozcaada'yı ziyaret eden turistlerin ziyaret tercihlerinde adada sunulan Gastronomi Turizmi olanaklarının ne ölçüde etkili olduğu ortaya konmuştur. Araştırma sonuçları Bozcaada'da sunulan yeme içme olanaklarının adaya yönelik tercihte önemli bir rol oynamadığı saptanmıştır. Araştırma verileri duRand ve Heath (2006)'in yanı sıra Okumus vd.'nin (2007) çalışmalarından esinlenerek Demir (2011) tarafından geliştirilen ölçek ile yüz yüze görüşme tekniği ile elde edilmiştir. Toplanan veriler aritmetik ortalama, standart sapma bağımsız örneklem t testi, Kruskal Wallis testi ile sosyal bilimler için geliştirilmiş bir program yardımıyla çözümlenmiştir.

Araştırmada Bozcaada'yı ziyaret eden turistlerin ziyaret kararlarında adada Gastronomi Turizmi çerçevesinde sunulan yeme içme olanaklarının dışında özgünlük, doğa, kültürel olanaklar, sosyal faktörler, gece hayatı vb. etmenlerin etkili olduğu vurgulanmıştır.

Diğer yandan çalışmada araştırma ölçeğinden yararlanan Demir'in Kuşadası'nda yürütmüş olduğu çalışmada da katılımcıların yaklaşık %70'inin üniversite eğitimi alan bireylerden oluştuğu görülmektedir. Anılan katılımcıların gelir durumlarının Avrupa ortalamaları civarında olduğu bir başka ifade ile yaklaşık % 60'ının aylık 2.000 ila 4.000 ABD doları arasında bir gelir sahip oldukları saptanmıştır. Demir'in çalışmasına katılan turistlerin Kuşadası destinasyonunu seçmelerinde rol oynayan etmenler ise % 44 oranında (102 kişi) sosyal yaşam, % 27,2 oranında (63 kişi) ise mutfak etmeninin rol oynadığı görülmüştür (Demir, 2011: 56-61). Bu bulgular Kuşadası'nı ziyaret eden turistlerin gece hayatını mutfağa göre daha çekici buldukları biçiminde yorumlanabilirse de mutfak çekim gücünün hiç de yabana atılacak bir oran olmadığı düşünülmektedir.

Araştırmada ayrıca Gastronomi Turizmi çerçevesinde Bozcaada'yı ziyaret eden turistlerin tercihlerinde cinsiyet, eğitim, yaş, gelir vb. değişkenleri arasında anlamlı farklar olup olmadığı da tespit edilmiştir. Araştırma sonuçları Bozcaada'yı ziyaret eden turistlerin cinsiyetleri ile adayı Gastronomi Turizmi çerçevesinde tercihleri arasında anlamlı bir farkın bulunmadığını ortaya koymuştur. Diğer yandan Bozcaada'yı ziyaret eden misafirlerin eğitim, gelir ve yaşları ile Gastronomi Turizm çerçevesinde adayı ziyaret tercihleri arasında anlamlı bir fark bulunmuştur.

Araştırmada yanıtı aranan konukların adayı yeniden ziyaret etme ve başkalarına tavsiye etme konularındaki isteklilikleri de ölçülmüştür. Elde edilen veriler ışığında ziyaretçilerin adayı yeniden ziyaret etme ve başkalarına tavsiye etmede çok istekli oldukları saptanmıştır.

Araştırma ile Bozcaada'yı ziyaret eden turistlerin profilleri de ortaya konmuştur. Adayı ziyaret edenlerden kolayda örnekleme yöntemi ile seçilen 300 kişilik örneklemin 203 kişisinin (%67) kadın, 97 kişisinin (33) ise erkek olduğu saptanmıştır. Dahası bu kitle içerisinde yüksek lisans ve doktora mezunu olanların toplam örneklemin %42'sine (sırasıyla % 19,7 ve 20,3) karşılık geldiği ortaya konmuştur. Bu değer içerisinde yer alan kadınların oranının erkeklere göre çok daha fazla ve gelirlerinin de 3500 TL üzerinde olduğu saptanan bir diğer durumdur. Bu olgu Bozcaada'yı eğitilmiş ve yüksek gelir sahibi kişilerin ziyaret ettiği biçiminde yorumlanabilir. Bu bulgu ışığında yüksek lisans ve doktora mezunlarının destinasyon tercihlerinde yeme içme olanaklarını kapsayan Gastronomi Turizmi'ne daha fazla önem atfettikleri ifade edilebilir.

## Kaynakça

- Aktaş, A.,& Özdemir, B. (2005). *Otel İşletmelerinde Mutfak Yönetimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Albayrak, A. (2013). Farklı milletlerden turistlerin Türk mutfağına ilişkin görüşlerinin saptanması üzerine bir çalışma, *Journal of Yasar University*, 30(8), 5049-5063.
- Aslan, Z.,Güneren, E. ve Çoban, G. (2014), Destinasyon Markalaşma Sürecinde Yöresel Mutfağın Rolü: Nevşehir Örneği, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 2/4 (2014), 3-13.
- Baytok, A.,Emren, A., Gürel, N., Dalkıranoglu, A., Töre, H. ve Güney H. (2001). *Afyonkarahisar Mutfağı*. Ankara: Uyum Ajans.
- Birdir, K.,& Akgöl, Y. (2015). Gastronomi turizmi ve Türkiye'yi ziyaret eden yabancı turistlerin gastronomi deneyimlerinin değerlendirilmesi. *İşletme Ve İktisat Çalışmaları Dergisi*, 3(2), 57-68.
- Ciğerim, N. (1999). *Kapadokya Yöresi Mutfağı, 2000'li Yıllara Girerken Kapadokya'nın Turizm Değerlerine Yeniden Bir Bakış*. Hafta Sonu Semineri VI, Erciyes Üniversitesi Nevşehir Turizm İşletmecilik ve Otelcilik Yüksekokulu, Nevşehir, (26-28 Kasım).
- Çalışkan, O. (2013). Destinasyon Rekabetçiliği ve Seyahat Motivasyonu Bakımından Gastronomik Kimlik, *Journal Of Tourism And Gastronomy Studies* (2), 39-51.
- Çevik, S., ve Saçılık, M. (2011). *Destinasyonun Rekabet Avantajı Elde Etmesinde Gastronomi Turizminin Rolü: Erdek Örneği*. Düzce: 12. Ulusal Turizm Kongresi, (30 Kasım-4 Aralık).
- Demir, C. (2011). *Gastronomi Turizminin Destinasyon Pazarlamasındaki Önemi*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi,Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Doğan, M. ve Morkoç, D. K. (2015). Türkiye'de Yerel Yönetimler ve Turizm, *Yerel Yönetimler Dergisi*, 24 ( 4 Ekim), 27-57.
- duRand, G. E.,&Heath, E. (2006). Towards a framework for food tourism as an element of destination marketing. *Current Issues in Tourism*, 9(3), 206-234.
- Göker, G. (2011). Destinasyon Çekicilik Unsuru Olarak Gastronomi Turizmi (Balıkesir İli Örneği). Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Gvion, L. & Trostler, N. (2008). From Spaghetti and Meatballs through Hawaiian Pizza to Sushi: The Changing Nature of Ethnicity in American Restaurants, *The Journal of Popular Culture*, 41(6): 950-974.
- Hall, M. & Mitchell, R. (2000). "Wine Tourism in the Mediterranean: A Tool for Restructuring and Development", *Thunderbird International Business Review*, (42), 445- 465.
- Hall, 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 Development, management and markets*, Edited by Hall, M.C.,Sharples, L., Michell, R., Macionis, N. And Cambourne, B. (I. Series), Butterworth-Heinemann an Imprint of Elsevier Linacre, Burlington.
- Hall, M.C.,Mitchell, R. & Sharples, L. (2003). Consuming places: the role of food, wine and tourism in regional development, in *Food Tourism Around The World; Development, Managment and Markets* Edited by Hall, M.C.,Sharples, L., Michell, R., Macionis, N. And Cambourne, B. (I. Series), Butterworth-Heinemann an Imprint of Elsevier Linacre, Burlington.
- Hamlacıbaşı, F.Ü. (2008). *Yiyecek Turizmi ve Yiyecek Turizmi Açısından Bozcaada'nın Kaynakları*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale On Sekiz Mart Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Haydaroglu, İ., Eroglu, H., Özçelik, S., Özgüdenli, O. G., Pamuk, B., Sina, A., & Swietochowski, T. (2003). Osmanlı Saray Mutfağından Notlar. Ankara Üniversitesi, Dil ve Tarih Coğrafya Fakültesi, *Tarih Araştırmaları Dergisi*, 22(34), 1-9.
- Hornig, J.-S., (Simon) Tsai, C.-T., (2009). Government websites for promoting East Asian culinary tourism: A cross national analysis, *Tourism Management*, 31(1), 74-85 .

- Karasar, N. (2005). *Bilimsel araştırma yöntemi: Kavramlar, ilkeler, teknikler*. (15. Baskı) Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Karim, A. S. & Chi, C. G. Q. (2010), "Culinary Tourism as a Destination Attraction: An Empirical Examination of Destinations Food Image, *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 19(6), 531-555.
- Kesici, M. (2012). Kırsal Turizme Olan Talepte Yöresel Yiyecek Ve İçecek Kültürünün Rolü, *KMÜ, Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14 (23), 33-37.
- Kodaş, D., ve Dikici, E. (2012). Ahlat, Kırsal Bölgesinde Gastronomi Turizminin Muhtemel Toplumsal Etkileri Üzerine Nitel Bir Çalışma, *Aksaray Üniversitesi, İİBF Dergisi* 4(2), 51-69.
- Küçükaltan, G., (2009). *Küreselleşme Sürecinde Gastronomide Yöresel Tatların Turistlerin Destinasyon Tercihlerine ve Ülke Ekonomilerine Etkileri*, 3. Ulusal Gastronomi Sempozyumu, Antalya, 17-18 Nisan.
- Ngoc, N. T. (2014). *Factors affecting tourist satisfaction of HoChiMinh City destination* Unpublished Doctoral Dissertation, International University HCMC, Vietnam.
- Nunnally, J. C. (1967). *Psychometric Theory*, New York: McGrawHill.
- Okumus, B., Okumus, F. & McKercher, B. (2007). Incorporating Local and International Cuisines in the Marketing of Tourism Destinations: The Cases of Hong Kong and Turkey, *Tourism Management*, 28(1), pp. 253-261.
- Özdemir, B., & Kınay, F. (2000). Yabancı Ziyaretçilerin Türk Mutfağına İlişkin Görüşleri: Antalya'yı Ziyaret Eden Alman ve Rus Turistler Üzerine Bir Araştırma, *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2004(2): 5-28.
- Quan, S., & Wang, N. (2004). Towards a structural model of the tourist experience: An illustration from food experiences in tourism. *Tourism management*, 25(3), 297-305.
- Sekaran, U. (2000). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*, Third Ed., New York: John Wiley and Sons.
- Şanlıer, N. (2005). Yerli ve yabancı turistlerin Türk mutfağı hakkındaki görüşleri. *Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 25(1), 213-227.
- Şengül, S., & Türkay, O. (2016). Akdeniz Mutfak Kültürünün Gastronomi Turizmi Bağlamında Değerlendirilmesi, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 4 (Special issue1), 86-99.
- Toksöz, D ve Aras, S. (2016), Turistlerin Seyahat Motivasyonlarında Yöresel Mutfakın Rolü, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 4 (Special issue1), 174-189.
- Yıldırım, C. (1966). *Eğitimde Araştırma Metotları*. Ankara: Akyıldız Matbaası.
- Zağralı, E., & Akbaba, A. (2015). Turistlerin Destinasyon Seçiminde Yöresel Yemeklerin Rolü: İzmir Yarımadası'nı Ziyaret Eden Turistlerin Görüşleri Üzerine Bir Araştırma, *Journal of Yaşar University*, 10(40), 6633-6644.