

GAZİANTEP MUTFAĞINA YERLİ TURİSTLERİN BAKIŞ AÇILARINA YÖNELİK BİR UYGULUMA

Intended An Application to The Gazianteps Cuisine of Local Tourists

İbrahim GİRİTLİOĞLU*
Mesut KARAMAN**

ÖZ

Gastronomi turizmi, günümüz alternatif turizm türleri içinde dikkat çeken önemli turizm türlerinden biridir ve bu doğrultuda son yıllarda turizmdeki payı gittikçe artmaktadır. Bu bağlamda Gaziantep ilinin turistik zenginlik unsurlarının başında “mutfağı” yani yöresel yiyecek ve içecekleri gelmektedir. Yapılan bu araştırmanın amacını, Gaziantep’i ziyaret eden yerli turistlerin Gaziantep mutfağına özgü düşünceleri ve Gaziantep mutfağına yönelik bakış açılarının tespit edilmesi oluşturmaktadır. Belirtilen amaç doğrultusunda geliştirilen anket formu, tesadüfi olmayan örneklem yöntemlerinden kolayda örneklem yöntemiyle 2015 yılının Mayıs ve Haziran aylarında Gaziantep’i ziyaret eden 384 kişi üzerinde gerçekleştirilmiştir. Yapılan araştırma sonucunda Gaziantep’i ziyaret eden yerli turistlerin Gaziantep mutfağına ait yemeklerin kalorisinin yüksek, yemek çeşidinin zengin ve yemeklerini lezzetli bulmaktadırlar. Turistlerin Gaziantep mutfağına yönelik bakış açısının “Gaziantep mutfağı”, “Gaziantep mutfak kültürü” ve “Yerel mutfak” olmak üzere üç boyuttan oluştuğu tespit edilmiştir. Öte yandan Gaziantep’i ziyaret eden yerli turistlerin Gaziantep mutfağına yönelik algı düzeyinin ise “çok yüksek” seviyede olduğu bu çalışmada ortaya konulan diğer bir bulgu olmuştur.
Anahtar kelimeler: Yerel mutfak, Gaziantep mutfağı, Yerli Turist, Gaziantep.

ABSTRACT

Gastronomy Tourism is a substantial and conspicuous tourism type among other alternative tourism types of today and accordingly, its share on tourism has been increasing by degrees recently. In this regard, among the main touristic values of Gaziantep city comes its “Cuisine”, in other words, foods and beverages. The aim of this research is to determine the view points and thoughts of local tourists visiting Gaziantep on the Gaziantep cuisine. The survey form developed in the line with the mentioned purpose was conducted on 384 people who visited Gaziantep in June

* Doç. Dr. Gaziantep Üniversitesi, Turizm Fakültesi, girithioglu@gantep.edu.tr

**Gaziantep Üniversitesi Yüksek Lisans Öğrencisi, mesutkaraman@gantep.edu.tr

2015 with convenience sampling method, which is one of the non-random sampling methods. At the end of the research, the local tourists who visited Gaziantep has found the dishes of Gaziantep as rich in calories, having a rich variety of foods and delicious. It's been determined that the tourists' viewpoints towards Gaziantep cuisine have been composed of the three dimensions of "Gaziantep Cuisine, Gaziantep Cuisine Culture and Local Cuisine. Moreover, another finding put forth in this research is that the perception level of the local tourists who visited Gaziantep has been quite high.

Keywords: Local Cuisine, Gaziantep Cuisine, Local Tourist, Gaziantep

GİRİŞ

Turizm, günümüzün en önemli boş zaman değerlendirme aktivitelerinden biridir (Çağlı, 2012:1). Turizm sektöründe, geleneksel tatil anlayışı olarak bilinen “deniz-güneş-kum” üçlüsünün haricinde alternatif turizm çeşitleri de gelişim göstererek son yıllardaki önemini hızla arttırmıştır. Nitekim hızla gelişen ve değişim gösteren turizm sektörü, turistler için çok sayıda alternatif sunmaktadır. Öte yandan çağımızda yaşanan teknolojik yenilikler ile özellikle ulaşım, iletişim ve bilgi teknolojilerinde meydana gelen gelişmeler sonucunda küresel bir kültür ortaya çıkmıştır (Öter ve Özdoğan, 2005:128).

İnsanların seyahat etme nedenlerinin arasına her geçen gün bir yenisi eklenmektedir. Turizm endüstrisiyle iç içe geçmiş olan yiyecek içecek endüstrisi de insanların seyahat etme nedenleri arasındaki yerini hızla almaya başlamıştır. Bu bakımdan yemek yeme artık zorunluluk olmaktan ziyade destinasyonlar için alternatif bir çekim gücü hâline dönüşmüştür. Diğer taraftan yerel yemekler, destinasyonların pazarlanabilmesi için bir çekicilik motifi oluşturarak talebe etki eden unsurlar arasında bulunmaktadır (Zağralı, 2014:1-2). Bu anlamda sahip olunan gastronomik zenginlikler, destinasyonlar açısından pazarlama aracı olarak yaygın bir şekilde kullanılmaktadır. Gastronomik zenginliklerin destinasyonların sahip olduğu mimari, iklim, fiyat ve diğer özellikleri ile benzer olduğu durumlarda ise bir ürün farklılaştırma unsuru olarak kullanılmaktadır. Nitekim ülkemizin elinde bulundurduğu gastronomik zenginlikler dikkate alındığı zaman, henüz tam olarak kullanılmayan önemli bir gastronomi turizmi potansiyelinin olduğu görülmektedir (Üner, 2014:1-2).

Ülkelerin turizm potansiyellerinin tanıtılmasında yerel mutfak unsurlarını kullanma isteği her geçen gün artmaktadır. Yeme-içmenin bilime ve sanata dönüştürülmesi olarak da ifade edilen gastronomi, artık turizm sektörüyle bütünleşmeye ve ülke tanıtımlarında daha aktif bir rol oynamaya başlamıştır (Aydın, 2015:1). Yemek ve kültür kavramını bir araya getirip birleştiren gastronomi, turizm pazarlamasında destinasyonlara avantaj sunan ve yeni bir turizm türünün ortaya çıkmasına olanak sağlayan bir unsurdur (Aksoy ve Sezgi, 2015:79). Bir destinasyonun tarihi ve doğal güzellikleri kadar yemek kültürü de turistler açısından merak uyandıran etmenler arasında yer almaktadır. Bu bağlamda Türk mutfağı

391 / İbrahim GİRİTLİOĞLU-Mesut KARAMAN

birçok yöresel lezzeti bünyesinde barındıran özgün bir mutfaktır (Ardıç Yetiş, 2015:12). Pekçok kaynakta Türk mutfacı, dünyanın en zengin ilk üç mutfacı arasında gösterilmektedir (Doğdubay, 2000:5; Özdemir ve Kınay, 2004:4-5; Şanlıer, 2005:214; Güler ve Olgaç, 2010:27). Türk mutfacını, sıralamada ilk üç sıraya taşıyan çeşit zenginliğinin Orta Asya ve Anadolu topraklarının sunduğu ürünlerdeki çeşitlilik, uzun tarihi süreç boyunca birbirinden farklı birçok kültürle yaşanan etkileşim sonucunda Selçuklu ve Osmanlı gibi imparatorluklarının saraylarında keşfedilen yeni tatlar sayesinde geliştiği bilinmektedir (Hatipoğlu, 2014:1).

Gaziantep mutfacına ait yiyecek ve içeceklerin, destinasyon çekiciliğini artırıcı bir kültürel tanıtım aracı olarak kullanılması mümkündür. Kısaca yiyecek-içecek olarak ifade edilen yemek, bir kültürün maddi ögesi olup bu bağlamda bazı yiyeceklerin sadece bazı bölgelere özgü olması durumu turistler açısından merak olgusunu beraberinde getirmektedir. Öte yandan turistik gezi için yer değiştiren bireyler, gittikleri destinasyonlarda yeni tatlar ile tanışma olanağı yakalamaktadır. Gastronomi turizmi, Gaziantep'in zengin kültüründen kaynaklı gastronomi altyapısı sayesinde Gaziantep'in kalkınması için stratejik bir araç olarak değerlendirilebilir. Bir bölgede gastronomi turizminin gelişebilmesi için o bölgedeki gastronomi ürünlerinin varlığı ile birlikte bölgenin diğer gastronomi turizmi bileşenlerindeki ciddi düzeyde ihtiyaç bulunmaktadır (Yarış, 2014:1).

1. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1.1. Gastronomi Turizmi

Beslenme, vücudun büyüme ve gelişmesi, yıpranan hücrelerin onarımı ve yaşamın sağlıklı olarak devam ettirilebilmesi için bireyin enerji ve madde ihtiyacının giderilmesine denilmektedir (Aymanıuy ve Sarioğlu, 2007:10). Beslenme kültürü, toplumun yaşam biçimiyle doğrudan bağlantılıdır. Zira mutfak, bir uygarlık belirtisi ve kültürün vazgeçilmez bir parçasıdır (Şanlıer vd., 2012:153). Mutfak kültürü kavramı, beslenmeyi sağlayan yemek, yiyecek, içecek türleri ve bunların hazırlanma, pişirilme, muhafaza edilme ve tüketilme sürecini, buna bağlı mekân ve ekipmanı, yeme-içme geleneği ile bu çerçevede gelişen inanış ve uygulamalardan meydana gelen bütünsel ve kendine özgü kültürel bir yapıyı anlatmaktadır (Şahbaz, 2011:15). İnsanoğlu geçmişten günümüze kadar, diğer bütün canlılardan farklı olarak birincil gereksinimlerden birini oluşturan beslenmeyi bir sanata dönüştürmüştür (Düzgün ve Durlu Özkaya, 2015:43). Turizm açısından ele alındığında mutfak kültürü, bir ülkeye turist çeken önemli etkenlerden birisidir. Turizm hareketinin altında yatan en önemli nedenlerden birisi ise değişik kültürleri tanıma isteğidir ve mutfak kültürü de bunun bir parçası durumundadır. Buna bağlı olarak ortaya çıkan gastronomi turizmi ve gastronomi turları, günümüzde gittikçe daha fazla ilgi gören turizm faaliyetleri olarak karşımıza çıkmaktadır (Kılıç, 2010:7).

Literatürde gastronomi turizmi üzerine yapılan tanımlar incelendiğinde bu kavram üzerine birbirinden farklı çok sayıda tanımın yapıldığı görülmekle birlikte

söz konusu tanımların ise genel olarak turistlerin bir bölgenin sahip olduğu yöresel yiyecek ve içecekleri tatmak veya o bölgedeki yöresel yiyecek ve içeceklerin yapılışını görmek amacıyla yaptıkları seyahatler şeklinde odaklandığı söylenebilir. Gastronominin konusu yiyecek ve içecek ile ilgili her şey dolayısıyla insandır (Üner, 2014:15). Gastronomi turizminin kökenini “tarım-kültür-turizm” oluşturmaktadır. Bu üç öğeden tarım, mahsulü yani yiyeceği sunmakta; kültür, tarihi ve otantikliği sergilemekte ve turizm ise altyapıyı ve hizmetleri tedarik etmektedir. Bu üç bileşen günümüzde “gastronomi turizmi deneyimi” olarak isimlendirilmektedir (Eren, 2011:10; Cömert ve Özkaya, 2014:63; Ardıç Yetiş, 2015:13). Genel olarak gastronomi turizmi, turistlerce tüketilen yerel kültürün bir unsuru, bölgesel turizmin gelişmesinde önemli bir öge, yerel tarım ve ekonomik gelişimin bir parçası ve rekabetçi bölgelerin pazarlanmasında önemli bir etmendir (Akgöl, 2012:3). Gastronomi turizmi, daha önce deneyimlenmemiş yiyecek ve içeceklerin deneyimini elde edebilmek için seyahat motivasyonu oluşturan ve yeme-içme odaklı seyahat davranışlarının tetiklenmesine ciddi derecede etki eden bir turizm türüdür (Güzel, 2016:27). Gastronomi turizmi, gelir düzeyi yüksek, 35-55 yaş aralığında, entellektüel, farklı mutfak kültürlerine sahip destinasyonlara seyahat etmekten haz duyan ve ürünleri üretildikleri yerde tüketmek isteyen, değişik deneyimlere açık olan, tecrübelerini başka bireylerle paylaşmak isteyen turistlerin tercih ettiği bir turizmi çeşididir (Şahin ve Ünver, 2015:70).

Genel hatlarıyla ele alındığında gastronomi turizmi, yerel kültürün turistler tarafından tüketilen bir parçası; bölgesel turizmin gelişmesinde önemli bir değer; rekabetçi bölgelerin pazarlanmasında önem arz eden bir unsur ve turistlerce tüketilen ürün ve hizmetlerin önemli bir içeriğidir. Tüm bu sebeplerden dolayı turizm sektörünün vazgeçilmez tamamlayıcısının ve baş aktörlerden birisinin yiyecek ve içecek etkinlikleri olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır (Kesici, 2012:35). Gastronomi, dünya çapında her geçen gün hızla büyümekte ve gastronominin önemi her geçen gün artarak devam etmektedir (Belpınar, 2014:3). Altınel (2009:2-3)’e göre gastronomi turizmine konu olan gastronominin “üretim, tüketim ve üretim-tüketim” olmak üzere üç farklı boyutu bulunmaktadır. Bu bağlamda gastronominin boyutları şu şekilde ifade edilebilir:

Üretim Boyutuyla Gastronomi

- İyi yemek hazırlama, pişirme, sunma ile güzel masa kurma sanatı,
- İyi yemek yemeyle ilgili faaliyetler ve bilgi birikimi,
- Yemek pişirme-aşçılıkla ilgili prensip ve uygulamalardır.

Tüketim Boyutuyla Gastronomi

- İyi yiyecek ve içecekten hoşlanma,
- İyi yemek yeme hususundaki davranışlar,
- Lüks ve lezzetli yiyeceklere karşı düşkünlük ve tutkudur.

Üretim ve Tüketim Boyutuyla Gastronomi

- Yiyeceklerin hazırlanma, pişirilme ve servis edilme süreci,
- Yemeğin uygun kurallar içerisinde araç-gereç kullanılarak sunulup, yenilme sanatı,
- Menüde yer alan yemeklerin ne kadar satıldığıdır.

Gidilecek tatil bölgesinin sahip olduğu yerel mutfak, turistlerin tatil kalitelerini arttırmak için önemli bir unsurdur (Bezirgan ve Koç, 2014:919). Yemek, bir destinasyonda bulunan yerel mutfak öğelerinin tanıtımının yapılmasına önemli düzeyde katkı sağlamaktadır. Yerel mutfak sayesinde ilgili destinasyon önemli bir turistik merkez haline gelebilmektedir. Bu açıdan değerlendirildiğinde, bir bölgenin yemeğinin tanıtılmasının ve yemeği tüketen turistlerin de yemekten beklentilerinin belirlenmesinin, destinasyonların gastronomi turizmi çerçevesinde gelişmesine önemli katkılar sağlayacağı ifade edilebilir (Bayrakçı, 2014:21).

1.2. Türk Mutfağı ve Gaziantep Mutfağının İçerik ve Özellikleri

Her ulus, ülkenin yapısına ve alışkanlıklarına göre meydana gelen kendine has bir mutfağa sahiptir. Mutfak kültürü denildiğinde söz konusu olan hususlar gidilecek yerde yaşayan bireylerin beslenmesini sağlayan yiyecek ve içecekler, bunların hazırlanıp pişirilmesi ve muhafaza edilmesi; bu işlemler için lazım olan araç-gereç ve teknikler ile yemek yeme adabı ve mutfak çevresinde gelişen tüm uygulama ve inanışlar akla gelmektedir (Durlu Özkaya vd., 2013:16; Erdek, 2011:74). Ülkelerin kendi yemek kültürleriyle meydana getirmiş olduğu algılar, başka ülkeler tarafından kullanılmayan zenginlik unsurlarıdır. Çünkü ülkelerin gastronomi kültür değerleri kendi kimlikleriyle markalaşan ürünlerdir (Akgöl, 2012:30). Dünyada ün yapmış mutfakların kendine özgü özelliklerine bakıldığında üç temel kavram ortaya çıkmaktadır. Bunlar: yemek yeme ve sunma usullerinin diğer kültürlerce biliniyor ve uygulanıyor olması yani “tanınmışlık”; yemekleri üretme ve servis etme usullerinin bütünüyle mutfağa ait olması yani “özgünlük” ve mutfak kapsamında üretilen yemeklerin bolluğu yani “çeşitlilik”tir. Bu açıdan düşünüldüğünde Türk mutfağı bu kavramların hepsini bünyesinde barındıran zengin bir mutfak olma özelliği göstermektedir (Hatipoğlu, 2014:1).

Türk mutfağının zenginliğinden bahsederken “Türk” sözcüğünü etnik anlamda ele almak yanlış olacaktır. Çünkü Türkiye mutfağı, Türkler Anadolu’ya gelmeden önce de varlığını sürdürmüştür. Üstelik bu mutfak sürekli değişikliklere ve etkilenmelere maruz kalmıştır. Türkler Anadolu’ya gelmeden önce Perslerin, Yunanların, Arapların istilaları, son olarak da gerçekleştirilen Haçlı Seferleri Türk yemeklerini çeşitlendirmiş ve yemeklerin zenginleşmesini sağlamıştır (Göker, 2011:38; Doğdubay ve Giritlioğlu, 2008:437). Türk mutfağının zenginliği, dünyanın geniş bir alanında etkili olan Türk kültürel değerlerinden gelmektedir (Erdek, 2011:73).

Türk mutfak kültürünün oluşumuna yönelik özellikler şu başlıklar altında toplanabilmektedir. Göçebelik ve tarımsal ekonomik yapı, dinin etkisi, sosyo-ekonomik seviye, yaşam sürülen coğrafi bölgelere göre değişiklik göstermesi ve başka kültürlerden etkilenme ve onları etkileme şeklindedir (Akgöl, 2012:52). Türklerin temel gıda ürünlerinin başında koyun eti ve süt ürünleri gelmektedir. Kuru

baklagiller, Türk mutfak kültürünün simgesi olmuş ve bilakis kırsal kesimlerde çok daha fazla tercih edilmiştir. Türk mutfak kültüründe sebzelerde önemli bir yer tutmaktadır. Soğan nerdeyse bütün yemeklerin baş malzemesidir. Sebzelerin etle birlikte soğanlı, domatesli ya da salçalı pişirilmesi yaygındır. Genellikle yemeklere katılan soğan, kıyma et, salça ve hatta sebzeler su ilave edilmeden önce yağda kavrulmaktadır (Albayrak, 2013:5053). Türk sofrasında süt tek başına tüketildiği gibi tereyağı, peynir, yoğurt, ayran, çökelek gibi ürünlerle ve sütlü ve yoğurtlu yemek ile tatlılarda yoğun bir şekilde kullanılmaktadır (Göker, 2011:39). Diğer mutfak kültürlerinden farklı olarak yoğurt, Türk mutfağında son derece önemli bir yer teşkil eder. Yoğurt, yemeklerin üzerine konularak ya da yemeğin yanına konulmasıyla tüketilmektedir. Bunun yanı sıra yoğurda su ve tuz ilave edilmesiyle elde edilen ayran Türk mutfağına has olan önemli bir içecektir (Albayrak, 2013:5053). Dünyanın en zengin mutfaklarından biri olan Türk mutfağının yukarıdakilerden farklı olan diğer nitelikleri ise aşağıdaki şekilde sıralanabilir (Seyitoğlu ve Çalışkan, 2014:26):

- Türk mutfağında ana öge olan yiyecek ekmektir.
- Kendiliğinden yetişip büyüyen ot, mantar ve köklerden özellikle kırsal bölgelerde geniş ölçüde faydalanılmaktadır.
- Yemeklerde çok çeşitli baharatlar yaygın olarak kullanılmaktadır.
- Yemeklerde genel anlamda tuz kullanımı fazladır.

Genel olarak Türk mutfağı tahıl, çeşitli sebze ve bir miktar etle sulu olarak hazırlanan yemek türleri, çorbalar, zeytinyağlılar ve hamur işleri ile kendiliğinden yetişen otlarla hazırlanan yemeklerden oluşmaktadır. Yöreden yöreye farklılık gösteren lezzetleri barındıran yeme-içme tarzları, özel gün, kutlama ve törenler Türk mutfağında ayrı bir anlam taşımaktadır. Türk mutfağı, çeşit zenginliği ve damak tadına uygunluk yönünden olduğu kadar birçok yemek türüyle sağlıklı ve dengeli beslenme ve vejetaryen mutfağına kaynaklık edebilecek örnekleri bünyesinde barındırmaktadır (<http://aregem.kulturturizm.gov.tr>, 16.10.2017). Türk mutfağının içerisinde yer alan yemekleri içerik ve yapılış teknikleri bakımından çorbalar, kebablar, köfteler, sarma-dolmalar, yahniler, börekler, pilavlar, etli/zeytinyağlı sebze yemekleri, kuru baklagil yemekleri, tavuk-balık-yumurta yemekleri, salatalar, turşular, ekmekler ve tatlılar olarak sınıflandırılabilir (Demir, 2011:37). Bu sınıflandırma ise Türk mutfağının içerik olarak zenginliğini ortaya koymaktadır. Türk mutfağının sahip olduğu zenginliğinin temelini ise içinde barındırdığı yöresel mutfaklar oluşturmaktadır. Türk mutfağının içerisinde en zengin yöresel mutfak ise Gaziantep mutfağıdır (Un, 2009:35-36; www.atonet.org.tr, 24.03.2015).

Gaziantep mutfağı, yeme-içme kültürü bakımından incelendiğinde, Türk mutfağı içerisinde kendine özgü belirleyici ve ayırt edici özellikleri olan mutfaklardan birisidir. Gaziantep'in yemek kültürü Türk yemek kültürü gibi coğrafi koşulları ve çeşitli etnik grupları coğrafyasında barındırması nedeniyle zengin bir mutfak olma özelliğini eline bulundurmaktadır. Gaziantep mutfak kültürünün bu denli gelişmesini sağlayan sebepler şu şekilde sıralanabilir (www.gaziantepturizm.gov.tr, 13.10.2017):

395 / İbrahim GİRİTLİOĞLU-Mesut KARAMAN

- Altı bin yıla yakın tarihi bir geçmişe sahip olması,
- Yörede yaşam sürmüş olan kültürlerin etkisi,
- Doğu'dan Batı'ya İpek Yolu üzerinde yer alması,
- Kuzeyden ve kuzeybatıdan güneye geçiş yolu üzerinde bulunması,
- Coğrafi konumuna bağlı iklim koşullarının etkisi,
- 2200-2300 yıl önce dünyada en fazla nüfusun yaşadığı Mezopotamya'nın en batısındaki Zeugma'da yaşanmış olan kültür zenginliği,
- Yörede yaşayan insanların mevcut etkenlerin dışında, kimliklerinin yarattığı farklılıkla ortaya çıkan özgün yapının etkisidir.

Zengin bir mutfak kültürüne sahip olan Gaziantep, bunu bütün dünyaya ispatlamıştır. Şöyleki dünyadaki tüm mutfaklar ait oldukları ülkelerin isimleriyle anılırken (Fransız, Çin, Meksika, İtalyan mutfağı gibi), Gaziantep mutfağı, kendi ismi ile anılan neredeyse dünyadaki tek mutfaktır. Diğer taraftan Gaziantep'iler, "Yaşamak için yiyen değilde yemek için yaşayan insanlar." şeklinde tanımlanmaktadır (Altınel, 2009:178). Yemek yeme olayının neredeyse gün ışımadan başladığı şehirde zaman zaman ertesi sabaha kadar devam eden bir yeme içme faaliyeti yaşanmaktadır. Kırmızı etin beslenmede önemli bir yerinin olduğu Gaziantep'te, baklagiller ve tahıl tüketimi de önemli bir yer tutmaktadır. Öte yandan Gaziantep mutfağına ait yemeklerde et, nohut ve bulgur kullanımının oldukça yaygın olduğu görülmektedir (Şahin, 2015:59). Gaziantep gastronomisinin bu derecede zengin üretim boyutuna yön veren bazı önemli özellikleri bulunmakta ve bu özellikler ise aşağıdaki şekilde sıralanabilmektedir (Altınel, 2009:175-177):

- Kazan yemeklerinde kabın kalın, ateşin ise çok harlı olmamasına, kebab pişirmede kullanılan kömürün ise meşeden olmasına dikkat edilmektedir.
- Etli yemekler yapılırken hayvan gövdesinin hangi kısmının kullanılacağı önemlidir. Örneğin, bamyada koyun, lahmacunda döş ve kaburga, şiş kebabında küşleme (yörede kuzu bonfileye verilen isim) ve çiğ köftede ise but eti kullanılmaktadır.
- Taze sarımsak, hem sağlık hem de tat ve iştah vermesi sebebiyle birçok yemekte kullanılmaktadır. Hatta başlı başına bir yemek olan "sarımsak aşısı" ile yarısı sarımsak olan "bakla tavası" sarımsakla yapılan en önemli yemeklerdir.
- Lahmacun harcına soğan yerine, bolca maydanoz doğranır. Döş ya da kaburga eti, bol maydanoz, domates, biber ve baharattan oluşan bu harca biraz yoğurt ilave edilip zırhta çekilir ve fırınlarda pişirilir. Pişirilen lahmacunların arasına közde pişmiş çekirdeksiz patlıcan salatası konur ve dörde katlanarak yenilir.
- Tahin ve pekmez doğrudan tüketilmeyip ateş üstünde eritilerek daha lezzetli olması sağlanır. Hatta salatalarda bolca kullanılan marul da bu karışıma batırılarak tüketilmektedir.

- Buğdayın haşlanmışına yörede hedik denilmekte ve bu yiyecek içine ceviz içi, nar taneleri, rezene, tarçın, haşlanmış nohut ve toz şeker ilave edilerek ikram edilir.
- Yörede “keme” olarak adlandırılan bir çeşit mantar vardır ve bu mantarın kebap, tavası, sulu yemeği, dolması ve kış için de kurutmalığı yapılmaktadır.
- Yörede etli ve sebze yemeklerin çoğunluğu yoğurtla pişirilmektedir. Başka bir mutfakta yoğurdun yemeklerde bu kadar yaygın bir şekilde kullanıldığı görülmemektedir.
- Yemeklerde ağırlıklı olarak bölgede yetişen yerel malzemeler kullanılmaktadır.

Gaziantep mutfağında yer alan yemeklerin diğer bazı özellikleri şöyle sıralanabilir: Yemeklerde kullanılan baharatlar yemeklere göre farklılık göstermekte ve Gaziantep mutfağında yedi çeşit ekşi (limon, limon tuzu, koruk, koruk pekmezi, sumak tozu, sumak ekşisi, nar ekşisi) bulunmakla birlikte bu ekşiler yemeğin türüne göre değişiklik göstermektedir (Gaziantep İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü: Gaziantep Yemekleri, 2016:6).

Gaziantep mutfak kültüründe kebablar önemli bir yer tutmaktadır. Kebablar için et makinesinden çekilmiş kıyma yerine zırh ile kıyılmış et tercih edilmektedir. Çünkü zırh ile kıyılan etin lezzeti daha iyi alınmaktadır. Zırh kıymasının hazırlanmasında sinirsiz ve yağsız, kara et olarak tabir edilen et ile birlikte dös eti kullanılır. Öte yandan kebaba lezzetini veren ayrıca eklenen kuyruk yağıdır (Öney Tan, 2012:62). Arapça “kebbeb” kelimesinden dilimize “kebab” olarak geçen bu yemeğin Gaziantep’te her çeşidi yapılmaktadır. Kebablar kullanılan etin şekline (kıyma ya da tike olmasına) ve kullanılan sebze veya meyveye göre (soğan kebabı, yenidünya kebabı) değişik adlar almaktadır (Tokuz, 2002:105). Sonuç olarak Gaziantep mutfağı sahip olduğu yemek zenginliği ve çeşitliliği ile Türk mutfağının öncelikli yerel mutfakları arasında yer almaktadır (Gaziantep Turizm Elçileri Derneği, 2011:25).

2. YÖNTEM

2.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu araştırma, Gaziantep ilini ziyaret eden ve en az bir gece konaklama yapan yerli turistlerin Gaziantep mutfağına yönelik görüşleri ile tutum ve davranışlarının belirlenmesi amacıyla gerçekleştirilmiştir. “Deniz-güneş-kum” merkezli klasikleşen turizm kavramına alternatif olarak gösterilecek turizm faaliyetleri kapsamında, Gaziantep ilinin turizm potansiyellerinden birisi olan Gastronomi turizminin bu araştırmada değerlendirilmesi amaçlanmıştır.

İlgili yazında Türk mutfağı üzerine yerli ve yabancı turistlerin bakış açılarının ortaya konulmasına yönelik çok sayıda çalışmanın olduğu tespit edilirken (Akman, 1998; Şanlıer, 2005; Özdemir ve Kınay, 2004; Güler ve Olgaç, 2010; Şanlıer vd., 2012); bu çalışmalar arasında Türkiye’nin en zengin mutfaklarından biri

397 / İbrahim GİRİTLİOĞLU-Mesut KARAMAN

olan Gaziantep mutfağı üzerine bu amaçla bir çalışmanın yapılmadığı görülmekte ve bu durum da araştırmanın önemini ortaya koymaktadır.

2.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırma 2015 yılının Mayıs ve Haziran aylarında yapılmıştır. Araştırmanın evrenini, Gaziantep ilini 2015 yılının Mayıs ve Haziran aylarında ziyaret eden 12823 yerli turist oluşturmaktadır (Gaziantep İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 11.04.2016). Veriler 2015 yılının Mayıs ve Haziran aylarında araştırmaya katılmayı kabul eden 384 yerli turistten anket yöntemi kullanılarak elde edilmiştir. Yapılan bu araştırmada veri elde etmede kullanılan örneklem yöntemi ise tesadüfi olmayan örneklem yöntemlerinden kolayda örneklem yöntemidir. Kolayda örneklem yönteminde araştırmaya uygun olan tüm bireylerin araştırmaya dahil edilmesi ve “En iyi örnek en kolay bulunan örnektir.” felsefesine sahip olduğu için söz konusu araştırmada bu örneklem yöntemi kullanılmıştır (www.yildiz.edu.tr, 2017:177; Çiçek ve Doğan, 2009:207). Turistlere doldurulan 600 anketten veri elde etmeye elverişli 384 anket analize tabi tutulmuş ve böylelikle araştırma 384 katılımcıdan oluşmuştur. Elde edilen örneklem sayısının araştırma evrenini temsil etme yeterliliğine sahip olup olmadığına yönelik Ural ve Kılıç (2013:47) tarafından geliştirilen Tablo 1’den yararlanılmıştır. İlgili tabloya göre, araştırma örneklemini oluşturan 384 anket Gaziantep’i ziyaret eden yerli turistleri oluşturan araştırma evrenini temsil etme ve araştırma sonuçlarının genelleştirilme özelliğine sahip olduğu ifade edilebilir.

Tablo 1: Evren Büyüklüklerine Karşılık Gelen Örneklem Büyüklükleri

N – n	N – n	N – n	N – n	N – n
10 – 10	100 – 80	230 – 144	500 – 217	4000 – 351
20 – 19	110 – 86	240 – 148	550 – 226	5000 – 357
30 – 28	120 – 92	250 – 152	600 – 234	10000 – 370
40 – 36	130 – 97	300 – 169	650 – 242	20000 – 377
50 – 44	140 – 103	360 – 186	700 – 254	30000 – 379
60 – 52	150 – 108	400 – 196	800 – 260	40000 – 380
70 – 59	170 – 118	420 – 201	1000 – 278	50000 – 381
80 – 66	200 – 132	440 – 205	2000 – 322	75000 – 382
90 – 73	220 – 140	460 – 210	3000 – 341	100000 – 384

N: Evren büyüklüğü / **n:** Örneklem büyüklüğü

Kaynak: Ural ve Kılıç, 2013:47

2.3. Araştırma Verilerinin Toplanma Tekniği ve Analizi

Araştırmada veri toplama yöntemlerinden biri olan anket yöntemi kullanılmıştır. Anket, cevaplandırıcının daha önce belirlenmiş sıralamada ve yapıda oluşturulan sorulara yanıt verilmesiyle verilerin elde edilmesinden oluşan bir

yöntemdir. Büyük gruplar üzerinde uygulama yapmaya ve araştırma amacına yönelik çok fazla veri toplamaya olanak sağlaması, ekonomik olması, elde edilen verilerin sayısal olarak ifade edilebilmesi, verilere çok hızlı ulaşma olanağı sunması ve elde edilen verilerin bilgisayar programlarında işlenmesi gibi nedenlerden dolayı bu tekniğe başvurulmuştur (Yarış, 2014:54). Araştırmada kullanılan anket formu daha önce ilgili yazında kullanılan ölçekler dikkate alınarak (Özdemir ve Kınay, 2004; Şanlıer, 2005; Akgöl, 2012; Yarış, 2014; Bayrakçı, 2014; Albayrak, 2013) ve bu ölçekler üzerinde bazı uyarlamalar yapılarak geliştirilmiştir.

Araştırma kapsamında geliştirilen anket formu üç bölümden oluşmaktadır. Anket formunun birinci bölümünde, Gaziantep’i ziyaret eden ve en az bir gece konaklama yapan yerli turistler hakkında tanıtıcı bilgilere yönelik (cinsiyet, yaş, medeni durum, gelir vb.) yedi soruya; ikinci bölümünde, Gaziantep’i ziyaret eden yerli turistlerin Gaziantep mutfağına özgü düşüncelerine yönelik yirmi soruya; üçüncü bölümünde ise Gaziantep’i ziyaret eden yerli turistlerin Gaziantep mutfağına bakış açılarına yönelik on dört soruya yer verilmiştir. Anket formunun ikinci ve üçüncü bölümünde beşli likert tipi derecelendirme ölçeği kullanılmış olup her iki bölüm ölçeğine ilişkin değerlendirmeler: “1=kesinlikle katılmıyorum, 2=katılmıyorum, 3=kararsızım, 4=katılıyorum ve 5=kesinlikle katılıyorum” şeklinde derecelendirilmiştir. Araştırma verileri, “SPSS 22.0” Programı ile analiz edilmiş, katılımcıların demografik özelliklerini belirleyebilmek için frekans ve yüzde dağılımlarından yararlanılmıştır. Öte yandan verilerin analizinde aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri kullanılmıştır. Araştırmanın analiz aşamasında cevapların aritmetik ortalamaları “1” değerine yaklaştıkça araştırmaya katılan yerli turistlerin Gaziantep mutfağına özgü düşüncelerine ve Gaziantep mutfağına bakış açılarına yönelik algısının düşük, “5” değerine yaklaştıkça turistlerin Gaziantep mutfağına özgü düşünceleri ile Gaziantep mutfağına bakış açılarına yönelik algısının ise yüksek düzeyde şekillendiğinin ifade edilmesine karar verilmiştir. Araştırmada verilerin analiz aşamasında elde edilen aritmetik ortalamaların değişim aralığı ise şu şekilde hesaplanmıştır (Özlü, 2016:87; Kızılcık, 2016:107).

- Değişim Aralığı = 5-1=4
- Değişim Aralığı = 4/5 = 0,80

Araştırmaya katılan yerli turistlerin Gaziantep mutfağına özgü düşünceleri ile Gaziantep mutfağına bakış açılarına yönelik algılarının ortaya konulmasında belirleyici aralıklar ve ölçüm sonuç derecelerinin yorumlanma bilgileri Tablo 2’de verilmiştir (Özlü, 2016:87; Kızılcık, 2016:107; Giritlioğlu ve Kızılcık, 2016:37). Söz konusu tabloda yerli turistlerin Gaziantep mutfağına özgü düşüncelerine ve Gaziantep mutfağına bakış açılarına yönelik algılarının ortaya konulmasında elde edilen aritmetik ortalamaları ve aritmetik ortalamalara göre ifade edilecek sonuçlar yer almaktadır.

Tablo 2: Aritmetik Ortalamaların Denk Geldiği Seçeneklerin Aralık Değerlerine Göre Dağılımı

Ağırlık	Seçenekler	Aritmetik Ortalamaların Aralık	Sonuç
---------	------------	--------------------------------	-------

399 / İbrahim GİRİTLİOĞLU-Mesut KARAMAN

		Değerleri	
5	Kesinlikle Katılıyorum	4,20-5,00	Çok Yüksek Düzeyde
4	Katılıyorum	3,40-4,19	Yüksek Düzeyde
3	Kararsızım	2,60-3,39	Orta Düzeyde
2	Katılmıyorum	1,80-2,59	Düşük Düzeyde
1	Kesinlikle Katılmıyorum	1,00-1,79	Oldukça Düşük Düzeyde

2.4. Araştırmanın Güvenilirliği

Gaziantep’i ziyaret eden yerli turistlerin Gaziantep mutfağına özgü düşüncelerinin tespit edilmesine yönelik bulguları ortaya koymayı amaçlayan ölçeğin Cronbach’s Alpha katsayısı hesaplanmış ve bu değer 0,798 olduğu tespit edilmiştir. Diğer yandan Gaziantep’i ziyaret eden yerli turistlerin Gaziantep mutfağına bakış açılarının tespit edilmesine yönelik bulguları ortaya koymayı amaçlayan ölçeğin Cronbach’s Alpha değerinin ise 0,876 olduğu tespit edilmiştir. Genellikle güvenilirlik değeri olarak “Cronbach’s Alpha”nın hesaplandığı sosyal bilimlerde güvenilirlik değeri ağırlıklı standart değişim ortalaması olarak adlandırılır ve bu değer “0 ile 1” arasında bir değer almaktadır (Kalaycı, 2010:405). Akbulut (2010:80)’a göre Cronbach’s Alpha katsayısı (α) $0,00 \leq \alpha < 0,40$ olduğunda ölçek güvenilir değil; $0,40 \leq \alpha < 0,60$ olduğunda ölçek düşük düzeyde güvenilir; $0,60 \leq \alpha < 0,80$ arasında olduğunda ölçek oldukça güvenilir; $0,80 \leq \alpha < 1,00$ olduğunda ise ölçek yüksek derecede güvenilirdir. Bu kapsamda ilgili araştırmada geliştirilen ölçekler “oldukça” ve “yüksek derecede güvenilir”dir.

Tablo 3: Kullanılan Ölçeklere İlişkin Güvenilirlik Değerleri

Ölçekler	Cronbach's Alpha (α)
Gaziantep’i ziyaret eden yerli turistlerin Gaziantep mutfağına özgü düşüncelerin tespit edilmesine yönelik ifadeler (20)	0,798
Gaziantep’i ziyaret eden yerli turistlerin Gaziantep mutfağına bakış açılarının tespit edilmesine yönelik ifadeler (14)	0,876

3. BULGULAR

Bu bölümde analiz sonucu elde edilen bulgulara yer verilmiştir. Araştırmanın bulgular bölümü dört alt başlıktan meydana gelmektedir. Bulgular bölümünün birinci alt başlığında, araştırmaya katılan yerli turistler hakkında tanıtıcı bilgilere yönelik bulgular yer almaktadır. Bulgular bölümünün ikinci alt başlığında, Gaziantep’i ziyaret eden yerli turistlerin Gaziantep mutfağına özgü düşüncelerine yönelik bulgulara yer verilmiştir. Bulgular bölümünün üçüncü alt başlığında Gaziantep’i ziyaret eden yerli turistlerin Gaziantep mutfağına bakış açılarını oluşturan boyutlara yönelik bulgulara yer verilmiştir. Bulgular bölümünün dördüncü ve son alt başlığında ise Gaziantep’i ziyaret eden yerli turistlerin Gaziantep mutfağını algılama düzeyine yönelik bulgular ortaya konulmuştur.

3.1. Araştırmaya Katılan Yerli Turistler Hakkında Tanıtıcı Bilgiler

Bulgular bölümünün ilk alt başlığını araştırmaya katılan yerli turistler hakkında tanıtıcı bilgilere yönelik bulgular oluşturmaktadır. Tablo 4’e göre; araştırmaya katılan yerli turistlerin %51,6’sı kadınlardan, %48,4’ü ise erkeklerden oluşmaktadır. Katılımcıların %25’i 26-35 yaş, %37’si 36-49 yaş, %22,9’u ise 50-64 yaş aralığındadır. Katılımcıların medeni durumlarına bakıldığında ise %65,9’u evli ve %33,3’ü ise bekârdır. Katılımcıların %27,1’i lise, %19,8’i ön lisans, %33,3’ü ise lisans mezunu olduğu tespit edilmiştir. Araştırmaya katılan yerli turistlerin %21,1’i memur, %15,6’sı emekli, %11,7’si ise özel sektörde üst düzey yönetici oldukları tespit edilmiştir. Katılımcıların %16,4’ü 1001-2000 TL, %33,9’u 2001-3000 TL, %17,7’si 3001-4000 TL, %16,4’ü ise 4001-5000 TL arasında bir gelire sahip olduğu saptanmıştır. Öte yandan Gaziantep ilini ziyaret eden turistlerin %33,9’u 2 gece, %29,7’si 3 gece ve %14,3’ü ise 4 gece Gaziantep ilinde konaklama yaptığı tespit edilmiştir.

Tablo 4: Araştırmaya Katılan Yerli Turistler Hakkında Tanıtıcı Bilgiler

Değişkenler	n	Yüzde (%)	Değişkenler	n	Yüzde (%)
<i>Cinsiyetiniz</i>			<i>Medeni Durumunuz</i>		
Kadın	198	51,6	Evli	253	65,9
Erkek	186	48,4	Bekâr	128	33,3
Toplam	384	100	Diğer	3	0,8
			Toplam	384	100
<i>Geliriniz</i>			<i>Yaşınız</i>		
0-1000 TL	33	8,6	15-25 yaş	42	10,9
1001-2000 TL	63	16,4	26-35 yaş	96	25
2001-3000 TL	130	33,9	36-49 yaş	142	37
3001-4000 TL	68	17,7	50-64 yaş	88	22,9
4001-5000 TL	63	16,4	65 yaş ve üzeri	16	4,2

401 / İbrahim GİRİTLİOĞLU-Mesut KARAMAN

5001 TL ve Üstü	27	7	Toplam	384	100
Toplam	384	100			
Mesleğiniz			Eğitim Düzeyiniz		
Memur	81	21,1	İlkokul	14	3,6
İşçi	36	9,4	Ortaokul	19	4,9
Emekli	60	15,6	Lise	104	27,1
Özel Sektörde Üst Düzey Yönetici	45	11,7	Ön lisans	76	19,8
Kamuda Üst Düzey Yönetici	30	7,8	Lisans	128	33,3
Serbest Meslek	33	8,6	Yüksek Lisans	32	8,3
Öğrenci	39	10,2	Doktora	11	2,9
Esnaf	27	7	Toplam	384	100
Diğer	33	8,6			
Toplam	384	100			
Gaziantep'te Ne Kadar Süre Konaklandı					
1 gece				40	10,4
2 gece				130	33,9
3 gece				114	29,7
4 gece				55	14,3
5 gece				23	6
6 gece ve üzeri				22	5,7
Toplam				384	100

3.2. Gaziantep'i Ziyaret Eden Yerli Turistlerin Gaziantep Mutfağına Özgü Düşüncelerine Ait Bulgular

Bulgular bölümünün bu başlığında araştırmaya katılan yerli turistlerin Gaziantep mutfağına özgü düşüncelerine ait bulgulara yer verilmiştir. Bu amaç doğrultusunda araştırmaya katılan turistlere sorulan 20 ifade ve bu ifadelere turistlerin vermiş oldukları cevaplar üzerinden elde edilen aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri Tablo 5'te verilmiştir.

İlgili tabloya göre, araştırmaya katılan yerli turistlerin Gaziantep mutfağına özgü algılarının “yüksek seviyede” (\bar{X} :3,937; s.s:0,959) olduğu tespit edilmiştir.

Yerli turistler Gaziantep mutfağının “kalorisinin yüksek” olduğu (\bar{X} :4,386; s.s:0,775), “yemek çeşidinin zengin” olduğu (\bar{X} :4,379; s.s:0,805) ve “yemeklerinin lezzetli” (\bar{X} :4,336, s.s:0,794) olduğunu düşündükleri tespit edilmiştir. Bununla birlikte yerli turistler Gaziantep mutfağının “görünüşünün güzel” olduğu (\bar{X} :4,294; s.s: 0,726), “doyurucu” olduğu (\bar{X} :4,287; s.s: 0,759) ve “iştah açıcı” (\bar{X} :4,237; s.s: 0,842) olduğunu düşünmektedir. Öte yandan yerli turistler tarafından Gaziantep mutfağına yönelik en düşük düzeyde algılanan önermeler ise “bu mutfağın tuzlu” olduğu (\bar{X} :3,274; s.s:1,207) ve “sindiriminin kolay” (\bar{X} :3,193, s.s:1,205) olduğu önermeleridir.

Tablo 5: Katılımcıların Gaziantep Mutfağına Özgü Düşüncelerine Yönelik Bulgular

İfadeler	Aritmetik Ortalama (\bar{X})	Standart Sapma (s.s)
Kalorisi yüksektir	4,386	0,775
Yemek çeşidi zengindir	4,379	0,805
Lezzetlidir	4,336	0,794
Görünüşü güzeldir	4,294	0,726
Doyurucudur	4,287	0,759
İştah açıcıdır	4,237	0,842
Fazla etlidir	4,165	0,978
Kokusu hoştur	4,151	0,922
Damak tadına uygundur	4,122	0,823
Besleyicidir	4,076	0,793
Baharatlıdır	4,045	0,999
Aşırı soğanlı ve sarımsaklıdır	4,016	1,052
Fazla yağlıdır	3,794	1,129
Sağlıklıdır	3,712	1,017
Hijyeniktir	3,650	1,051
Salçalıdır	3,648	1,200
Tatlıları çok şekerlidir	3,569	1,037
Tatlıları çok yağlıdır	3,402	1,069
Tuzludur	3,274	1,207

403 / İbrahim GİRİTLİOĞLU-Mesut KARAMAN

Sindirimi kolaydır	3,193	1,205
İfadelerin ortalaması	3,937	0,959

3.3. Gaziantep’i Ziyaret Eden Yerli Turistlerin Gaziantep Mutfağına Bakış Açılarını Oluşturan Boyutlara Yönelik Bulgular

Yerli turistlerin Gaziantep mutfağına bakış açılarını oluşturan boyutların ortaya konulması amacıyla keşifsel faktör analizi yapılmıştır. Yerli turistlerin Gaziantep mutfağına bakış açılarını oluşturan boyutların belirlenmesinde rotasyona tabi tutulmamış matrisin yorumlanması oldukça güç olduğundan faktör analizinde matrisin rotasyona tabi tutulması gerekmektedir. Faktör analizi yapılarak ortaya çıkan faktörler “Varimax” rotasyonuna tabi tutulmuştur. Anketin ilgili bölümlerine ait değişkenler arasındaki ilişkiyi en iyi yansıtan en az faktör sayısını belirlemek amacıyla Kaiser Kriteri göz önünde bulundurulmuş ve araştırmada döndürülmemiş temel bileşenler (Principal Components) yöntemi kullanılmıştır (Özlü, 2016:92-93).

Yapılan faktör analizi sonucunda Yerli turistlerin Gaziantep mutfağına ait bakış açılarının üç boyut ve bu boyutlara bağlı 14 önermeye sahip olduğu tespit edilmiştir. Tablo 6’ya göre faktör analizinde ortaya konulan boyutların toplam varyansı açıklama oranı %56,872 olduğu ve önermelerin faktör yük değerlerinin ise 0,397 ile 0,842 arasında değişim gösterdiği görülmüştür. Bu işlemler sonunda yerli turistlerin Gaziantep mutfağına ait bakış açılarını oluşturan birinci boyut "Gaziantep Mutfağı" şeklinde adlandırılmış olup bu boyutun 5 önermeye sahip olduğu tespit edilmiştir. Yerli turistlerin Gaziantep mutfağına ait bakış açılarını oluşturan ikinci boyut "Gaziantep Mutfak Kültürü" olarak adlandırılmış ve bu boyutun da 5 önermeye sahip olduğu görülmüştür. Öte yandan yerli turistlerin Gaziantep mutfağına ait bakış açılarını oluşturan üçüncü boyut ise "Yerel Mutfak" şeklinde adlandırılmış ve bu boyutun ise 4 önermeye sahip olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 6: Gaziantep’i Ziyaret Eden Yerli Turistlerin Gaziantep Mutfağına Bakış Açılarını Oluşturan Boyutlara Yönelik Bulgular

İfade No	İfadeler	Faktörler		
		1	2	3
	Gaziantep Mutfağı			
S.2	Gaziantep mutfağı şehrin marka algısını arttırmaktadır.	0,842		
S.3	Şehir imajı oluşturmada Gaziantep mutfağı önemli bir unsurdur.	0,813		
S.1	Gaziantep mutfağı Gaziantep turizmi açısından önemlidir.	0,747		
S.4	Bölgenin sürdürülebilir rekabet avantajı kazanmasında Gaziantep mutfağı önemli bir unsurdur.	0,609		

S.9	Gaziantep'te ziyaretçi sayısının artmasında Gaziantep mutfağı önemlidir.	0,491		
Gaziantep Mutfak Kültürü				
S.13	Gaziantep mutfak kültürünün gelecek nesillere koruyarak aktarılmasında eğitim kurumlarına büyük işler düşmektedir.		0,814	
S.14	Gaziantep mutfak kültürü daha etkin bir şekilde tanıtılmalıdır.		0,720	
S.11	Turizm faaliyetlerinin bütün yıla yayılmasında Gaziantep mutfak kültürünün önemli bir yeri vardır.		0,659	
S.12	Gaziantep mutfak kültürünü uluslararası düzeyde tanıttacak festival ve yarışmalar organize edilmelidir.		0,657	
S.10	Gaziantep, mutfak kültürü sayesinde daha fazla gelir elde etmektedir.		0,472	
Yerel Mutfak				
S.6	Bölgede yerel mutfak hizmeti sunan ticari yeme-içme işletmeleri diğer yiyecek-içecek işletmelerine nazaran daha fazla talep görmektedir.			0,802
S.7	Gaziantep mutfak kültürü turistlerin daha fazla alışveriş yapmalarına neden olmaktadır.			0,781
S.5	Bölgede hizmet sunan ticari yeme-içme işletmeleri sayı ve çeşitlilik bakımından bölge için önemlidir.			0,484
S.8	Gaziantep mutfağı ülke ve dünya çapında bilinen tatlara sahiptir.			0,397
Özdeğer		5,508	1,255	1,199
Faktörlerin Varyansı Açıklama Oranı (%)		39,34	8,964	8,568
Toplam Varyansın Açıklanma Oranı (%)		56,872		

3.4. Gaziantep'i Ziyaret Eden Yerli Turistlerin Gaziantep Mutfağını Algılama Düzeyine Yönelik Bulgular

Bulgular bölümünün bu başlığını, Gaziantep'i ziyaret eden yerli turistlerin Gaziantep mutfağını algılama düzeyine yönelik bulgular oluşturmakta olup yerli turistlerin Gaziantep mutfağını algılama düzeyine yönelik elde edilen bulgular Tablo 7'de verilmiştir. İlgili tabloya göre yerli turistlerin Gaziantep mutfağına yönelik algı seviyesinin "çok yüksek" düzeyde (\bar{X} :4,218; s.s:0,772) olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte yerli turistlerin Gaziantep mutfağına ait bakış açıları boyutlara göre

405 / İbrahim GİRİTLİOĞLU-Mesut KARAMAN

incelendiğinde, yerli turistlerin “Gaziantep mutfağı” boyutu (\bar{X} :4,284; s.s:0,764) ile “Gaziantep Mutfak Kültürü” boyutunda (\bar{X} :4,348; s.s:0,705) "çok yüksek" düzeyde bir algıya sahip olduğu tespit edilirken “Yerel mutfak” boyutunda ise (\bar{X} :4,023; s.s:0,848) "yüksek" düzeyde bir algıya sahip olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 7: Gaziantep’i Ziyaret Eden Yerli Turistlerin Gaziantep Mutfağını Algılama Düzeyine Yönelik Bulgular

Boyutlar	İfade No	Gaziantep Mutfağına Ait Bakış Açılarının Tespitine Yönelik İfadeler	Aritmetik Ortalama (\bar{X})	Standart Sapma (s.s)
Gaziantep Mutfağı	S.1	Gaziantep mutfağı Gaziantep turizmi açısından önemlidir.	4,417	0,746
	S.3	Şehir imajı oluşturmada Gaziantep mutfağı önemli bir unsurdur.	4,298	0,742
	S.2	Gaziantep mutfağı şehrin marka algısını arttırmaktadır.	4,279	0,790
	S.9	Gaziantep’te ziyaretçi sayısının artmasında Gaziantep mutfağı önemlidir.	4,279	0,743
	S.4	Bölgenin sürdürülebilir rekabet avantajı kazanmasında Gaziantep mutfağı önemli bir unsurdur.	4,146	0,796
	Genel Ortalama		4,284	0,764
Gaziantep Mutfak Kültürü	S.14	Gaziantep mutfak kültürü daha etkin bir şekilde tanıtılmalıdır.	4,456	0,641
	S.12	Gaziantep mutfak kültürünü uluslararası düzeyde tanıtacak festival ve yarışmalar organize edilmelidir.	4,393	0,743
	S.13	Gaziantep mutfak kültürünün gelecek nesillere koruyarak aktarılmasında eğitim kurumlarına büyük işler düşmektedir.	4,333	0,707
	S.10	Gaziantep, mutfak kültürü sayesinde daha fazla gelir elde etmektedir.	4,282	0,717
	S.11	Turizm faaliyetlerinin bütün yıla yayılmasında Gaziantep mutfak kültürünün önemli bir yeri vardır.	4,278	0,718

		Genel Ortalama	4,348	0,705
Yerel Mutfak	S.8	Gaziantep mutfağı ülke ve dünya çapında bilinen tatlara sahiptir.	4,261	0,772
	S.6	Bölgede hizmet sunan ticari yeme-içme işletmeleri sayı ve çeşitlilik bakımından bölge için önemlidir.	4,128	0,756
	S.5	Bölgede yerel mutfak hizmeti sunan ticari yeme-içme işletmeleri diğer yiyecek-içecek işletmelerine nazaran daha fazla talep görmektedir.	3,896	0,915
	S.7	Gaziantep mutfak kültürü turistlerin daha fazla alışveriş yapmalarına neden olmaktadır.	3,807	0,947
	Genel Ortalama		4,023	0,848
Gaziantep Mutfağına Ait Bakış Açılarının Tespitine Yönelik Genel Ortalama			4,218	0,772

SONUÇ ve TARTIŞMA

Teknoloji ve iletişim imkânlarının gelişmesi mesafeleri daha yakın bir hale getirmiş ve bu durum coğrafyaları birbirine daha fazla yaklaştırarak kültür alışverişine ivme kazandırmıştır. Günümüzde turistlerin istek ve beklentileri sosyo-kültürel faktörlerden etkilenmekte ve bu faktörler ise turistlerin tatil yeri seçiminde öncelikli bir rol oynamaktadır. Öte yandan bir ülkenin, bölgenin veya şehrin mutfak kültürü o yeri ziyaret eden yerli veya yabancı turistlerin tatil tecrübeleri içerisinde önemli bir yer tutmaktadır. Bu sebeple yerli veya yabancı turistlerin Türk mutfağına yada Gaziantep mutfağına dair görüşleri hakkında bilgi edinmek turizm sektörüne önemli ölçüde katkı sağlayacaktır. Bu kapsamda yapılan bu araştırmanın amacını Gaziantep'i ziyaret eden ve en az bir gece konaklama yapan yerli turistlerin Gaziantep mutfağına özgü düşünceleriyle Gaziantep mutfağına yönelik bakış açılarının tespit edilmesi oluşturmaktadır.

Araştırma kapsamında Gaziantep'i ziyaret eden yerli turistlerin demografik özellikleri incelendiğinde turistlerin yarısından fazlasını kadın turistlerin (%51,6) oluşturduğu tespit edilmiştir. Elde edilen bu bulgu Karakulak (2016:49) tarafından Trakya Bölgesini ziyaret eden yerli turistler üzerinde yapılan araştırmanın bulgusu ile benzerlik göstermektedir. İlgili araştırmaya göre Trakya Bölgesini ziyaret eden yerli turistlerin yarısından fazlasını (%53,4) kadın turistlerin oluşturduğu tespit edilmiştir.

407 / İbrahim GİRİTLİOĞLU-Mesut KARAMAN

Yapılan araştırmada Gaziantep'i ziyaret eden yerli turistlerin yaş aralıklarının genellikle 36-49 yaş (%37), 26-35 yaş (%25) ve 50-64 yaş (%22,9) aralığındaki turistlerden oluştuğu tespit edilmiştir. Bu durum ise Gaziantep'i ziyaret eden yerli turistlerin genellikle orta yaş sınıfında olduğunu göstermektedir. Elde edilen bu bulgu Kargiglioğlu ve Akbaba (2016:92) tarafından Gaziantep ilini ziyaret eden yerli turistler üzerine yapılan araştırmanın bulgusu ile benzerlik göstermektedir. Söz konusu araştırmaya göre Gaziantep'i ziyaret eden yerli turistlerin genellikle 35 ile 54 yaş aralığında olduğu tespit edilmiştir.

Gaziantep'i ziyaret eden yerli turistlerin büyük bir kısmının gelir seviyesi yüksek olan (2001-4000 TL arası; %51,6) yerli turistlerden oluştuğu tespit edilmiştir. Gaziantep'i ziyaret eden yerli turistlerin gelir seviyesinin yüksek olması destinasyonu daha sık ziyaret etmelerinde önemli bir etkiye sahip olduğu ifade edilebilir. Elde edilen bu bulgu Öksüz (2017:99) tarafından yapılan araştırmanın bulgusu ile benzerlik göstermektedir. Öksüz (2017) tarafından yapılan araştırmaya göre Gaziantep'i ziyaret eden yerli turistlerin önemli bir bölümünün (2001-4000 TL arası; %48,3) aynı düzeyde bir gelire sahip olduğu tespit edilmiştir.

Yapılan araştırmada Gaziantep destinasyonu çok farklı meslek gruplarındaki turistler tarafından tercih edildiği tespit edilmiş olup yerli turistlerin meslek grupları incelendiğinde memurların (%21,1), emeklilerin (%15,6), özel sektördeki üst düzey yöneticilerin (%11,7) ve öğrencilerin (%10,2) bu şehri yoğun bir şekilde ziyaret ettiği söylenebilir.

Araştırmaya katılan turistlerin Gaziantep mutfağına özgü düşüncelerinin yüksek seviyede (\bar{X} :3,937) olduğu görülmüştür. Öte yandan yerli turistlerin Gaziantep mutfağının "kalisinin yüksek" olduğunu (\bar{X} :4,386), "yemek çeşidinin zengin" olduğunu (\bar{X} :4,379) ve "yemeklerinin lezzetli" olduğunu (\bar{X} :4,336) düşündükleri tespit edilirken yerli turistlerin Gaziantep mutfağına yönelik en düşük düzeyde sahip olduğu düşünceler ise "bu mutfağın tuzlu" (\bar{X} :3,274) ve "sindiriminin kolay" (\bar{X} :3,193) olduğudur.

Araştırmada Gaziantep'i ziyaret eden yerli turistlerin Gaziantep mutfağına bakış açılarını tespit etmek amacıyla geliştirilen ölçeğin "Gaziantep Mutfağı", "Gaziantep Mutfak Kültürü" ve "Yerel mutfak" olmak üzere 3 boyuttan ve bu 3 boyuta bağlı 14 önermeden oluştuğu tespit edilmiştir. Öte yandan Gaziantep'i ziyaret eden yerli turistlerin, Gaziantep mutfağına bakış açısını oluşturan boyutlar içerisinde varyansı en yüksek düzeyde açıklanan boyutun "Gaziantep mutfağı" boyutu olduğu görülmüştür. Bu bulgu Gaziantep'i ziyaret eden yerli turistlerin Gaziantep mutfağına ait bakış açılarının en yüksek düzeyde "Gaziantep Mutfağı" boyutundan etkilendiğini göstermektedir.

Yerli turistlerin, Gaziantep mutfağına bakış açıları boyutlara göre incelendiğinde turistler en düşük düzeyde "Yerel Mutfak" boyutunu (\bar{X} :4,023) algıladıkları en yüksek düzeyde ise "Gaziantep Mutfak Kültürü" boyutunu (\bar{X} :4,348) algıladıkları tespit edilmiştir. Bu bulgu ise yerli turistlerin Gaziantep mutfağına bakış

açılarında "Gaziantep Mutfak Kültürü" boyutuna bağlı önermelerde yüksek seviyede bir algıya sahip olduğunu göstermektedir. Ayrıca turistlerin Gaziantep mutfağına yönelik bakış açısının genel olarak "çok yüksek" olması, yerli turistlerin Gaziantep mutfağından duydukları memnuniyeti göstermektedir. Gaziantep turizm sektöründeki paydaşlara faydalı olacağı düşüncesiyle araştırmada yerli turistlerin yiyecek deneyimlerine ilişkin görüşleri alınmış ve elde edilen bulgulara istinaden kamu kurum ve kuruluşları ile turizm sektör temsilcilerine bazı önerilerde bulunulmuştur. Bu önermeler ise şu şekilde ifade edilebilir.

- Gaziantep destinasyonunda gastronomi turizminin geliştirilmesi için Gaziantep mutfağı temalı daha fazla yiyecek-içecek işletmesinin açılması önerilebilir.
- Günümüz turistlerinin daha fazla teknoloji odaklı hareket ettikleri düşünüldüğünde, yöresel yemek web sayfası tasarımları daha yüksek oranda önem arz etmektedir. Bu bağlamda, Gaziantep ile ilgili olarak özellikle mutfak kültürünü ve yöresel yiyeceklerini tanıtan web sayfaları kurulmalı ve bu hususta profesyonel web tasarım uzmanlarından destek alınmalıdır.
- Gaziantep'te yerel yönetimler ile kamu kurum ve kuruluşları, özel sektör temsilcileri ve sivil toplum kuruluşları işbirliğinde gastronomi turizmini daha etkin hale getirecek, Gaziantep mutfağının ulusal ve uluslararası platformda tanıtımının yapılmasını sağlayacak kongre ve fuarlara katılım sağlanabilir.
- Gaziantep il merkezindeki işletmeler bölgenin mutfak kültürünü tanıtım aracı olarak daha fazla ön plana çıkararak çalışmalar yapabilir.
- Yöresel yemek yapma maliyetinin yüksek olmasından dolayı yiyecek-içecek işletme sahipleri bu yemeklerin restoranlarında üretiminin yapılmasına çok sıcak bakmamaktadır. Gaziantep Büyükşehir Belediyesi'nin yöresel yemeklerin unutulmaması ve daha fazla gün yüzüne çıkması için kendi işletmelerinde yöresel yemeklere daha çok yer verecek çeşitli teşvik ve düzenlemeler yapılabilir.
- Gaziantep mutfağını akademik alanda araştıran ve bu mutfağa yönelik uygulama yapma imkânı tanıyan birimlerin kurulması sağlanabilir.
- Araştırmaya katılan yerli turistler Gaziantep yemeklerini fazla baharatlı, yağlı ve salçalı bulduklarını belirtmişlerdir. Nitekim daha önce Albayrak (2013) ve Şanlıer (2005) tarafından Türk mutfağı üzerine yapılan çalışmalarda da benzer sonuçlar elde edilmiştir. Gaziantep yemeklerinin salçalı, baharatlı ve yağlı olması her ne kadar Türk mutfak kültürüne özgü bir yapı olsa da misafir memnuniyeti oluşturma açısından işletmelerin misafirlere sipariş alma aşamasında konuya ilişkin detaylı bilgi sunması önerilebilir.
- Araştırmada, Gaziantep yemeklerinin özellikleri arasında en düşük beğeni ortalamasına sahip özelliklerin Gaziantep yemeklerinin tuzlu ve sindirimini kolay olmadığı ile tatlılarının çok şekerli ve yağlı olma özelliğinin olduğu tespit edilmiştir. Bu bulgudan hareketle yiyecek içecek işletmelerinde sunulan Gaziantep mutfağına özgü yiyecekler yağ, tuz ve şeker miktarı yönünden dengelenerek lezzet ve görünüş açısından çeşitli değişikliklerin yapılması önerilebilir.
- Yiyecek-içecek işletmelerinin menülerinde sunulan Gaziantep yemeklerinin aslı bozulmadan otantik değerlerle birlikte sunumu yapılarak yemeklerin

409 / İbrahim GİRİTLİOĞLU-Mesut KARAMAN

görünüşüne de önem verilebilir. Ayrıca Gaziantep mutfağındaki ağır yemeklerin özellikle turistlerin yoğun olduğu sıcak yaz aylarında biraz hafifletilerek veya daha fazla garnitürle birlikte sunulması da önerilebilir.

KAYNAKÇA

AKBULUT, Y. (2010). Sosyal Bilimlerde SPSS Uygulamaları. İdeal Kültür Yayıncılık, İstanbul.

AKGÖL, Y. (2012). Gastronomi Turizmi ve Türkiye'yi Ziyaret Eden Yabancı Turistlerin Gastronomi Deneyimlerinin Değerlendirilmesi. Yüksek Lisans Tezi, Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı, Mersin.

AKMAN, M. (1998). Yabancı Turistlerin Türk Mutfağından Beklentileri, Yararlanma Durumları ve Türk Mutfağının Turizme Katkısı Üzerine Bir Araştırma. Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Ev Ekonomisi Anabilim Dalı, Ankara.

AKSOY, M. ve Sezgi, G. (2015). Gastronomi Turizmi ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi Gastronomik Unsurları. Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 3(3), 79-89.

ALBAYRAK, A. (2013). Farklı Milletlerden Turistlerin Türk Mutfağına İlişkin Görüşlerinin Saptanması Üzerine Bir Çalışma. Journal of Yasar University, 30(8), 5049-5063.

ALTINEL, H. (2009). Gastronomide Menü Yönetimi. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, İstanbul.

ARDIÇ Yetiş, Ş. (2015). Kapadokya Yemek Kültürü ve Mustafapaşa Beldesi (Sinassos) Örneği. Journal of Tourism and Gastronomy, (3)2, 12-19.

AYDIN, E. (2015). Gastronomi Turizminin Şehir Markalaşmasına Etkisi: Afyonkarahisar İli Örneği. Yüksek Lisans Tezi, Afyonkocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı, Afyonkarahisar.

AYMANKUY, Y. ve Sarıoğlan, M. (2007). Yiyecek-İçecek Felsefesi ve Beslenme Alışkanlığının Geliştirilmesine Yönelik Bir Model Önerisi. I. Ulusal Gastronomi Sempozyumu (4-5 Mayıs 2007). Antalya.

BAYRAKCI, S. (2014). Yerel Yemek Tüketim Motivasyonlarının Turistlerin Tekrar Ziyaret Niyetlerine Etkisi: Gaziantep'i Ziyaret Eden Yerli Turistler

Üzerine Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi, Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Mersin.

BELPINAR, A. (2014). Gastronomi Turizmine Yönelik Turist Görüşlerinin Kültürlerarası Karşılaştırılması: Kapadokya Örneği. Yüksek Lisans Tezi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Muğla.

BEZİRGAN, M. ve Koç, F. (2014). Yerel Mutfakların Destinasyona Yönelik Aidiyet Oluşumuna Etkisi: Cunda Adası Örneği. Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 7 (34), 917-928.

CÖMERT, M. ve Durlu Özkaya, F. (2014). Gastronomi Turizminde Türk Mutfağının Önemi. Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 2(2), 62-66.

ÇAĞLI, I. B. (2012). Türkiye’de Yerel Kültürün Turizm Odaklı Kalkınmadaki Rolü: Gastronomi Turizmi Örneği. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Şehir ve Bölge Planlama Anabilim Dalı, İstanbul.

ÇİÇEK, R. ve Doğan, İ. C. (2009). Müşteri Memnuniyetinin Artırılmasında Hizmet Kalitesinin Ölçülmesine Yönelik Bir Araştırma: Niğde İli Örneği. Afyonkocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 11(1), 199-217.

DEMİR, C. (2011). Mutfak Turizminin Destinasyon Pazarlamasındaki Önemi. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Eğitimi Anabilim Dalı, Ankara.

DOĞDUBAY, M. (2000). Türkiye’de Özellikle Restoranlarda Pazarlama Sorunları ve Çözüm Önerileri (Bir Örnek Uygulama). Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı, Balıkesir.

DOĞDUBAY, M. ve Giritlioğlu İ. (2008). Mutfak Turizmi. Hacıoğlu, N. ve Avcıkurt, C. (Ed), Turistik Ürün Çeşitlendirmesi, (s.433-456), Nobel Yayınevi, Ankara.

DURLU Özkaya, F., Sünnetçioğlu, S. ve Can, A. (2013). Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi Hareketliliğinde Coğrafi İşaretlemenin Rolü. Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 1(1), 13-20.

DÜZGÜN, E.ve Durlu Özkaya, F. (2015). Mezopotamya’dan Günümüze Mutfak Kültürü. Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 3(1), 41-47.

411 / İbrahim GİRİTLİOĞLU-Mesut KARAMAN

ERDEK, F. (2011). Yiyecek içecek İşletmelerinin Pazarlama Faaliyetlerinde Yöresel Mutfağın Kullanımı. Yüksek Lisans Tezi, Trakya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Edirne.

EREN, D. (2011). Alternatif Bir Turizm Çeşidi Olarak Mutfak Turizminin Değerlendirilmesine İlişkin Sektör Temsilcilerinin Görüşlerinin İncelenmesi Üzerine Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi, Düzce Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm ve Otel İşletmeciliği Anabilim Dalı, Düzce.

Gaziantep İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Gaziantep Yemekleri (2016). Gaziantep Valiliği.

Gaziantep Turizm Elçileri Derneği (GTED). (2011). Gaziantep Turizm Analizi Projesi (GTAP), Gaziantep.

GİRİTLİOĞLU, İ. ve Kızılcık, O. (2016). Turizme Hizmet Sunan Pastane İşletmelerinde Çalışan Dondurma Üretim Personelinin Hijyen ve Gıda Güvenliğine İlişkin Bilgi ve Uygulama Düzeyi Üzerine Bir Araştırma. Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 8(15), s.301-319.

GÖKER, G. (2011). Destinasyon Çekicilik Unsuru Olarak Gastronomi Turizmi: Balıkesir İli Örneği. Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı, Balıkesir.

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.

GÜZEL, M.O. (2016).Şehir Turizmine Hizmet Veren Otel İşletmelerinin Yeşil Yıldız Kriterlerini Uygulama Düzeyi: Gaziantep ve Hatay İllerinde Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Gaziantep.

HATIPOĞLU, A. (2014). Osmanlı Saray Mutfağı'nın Gastronomi Turizmi Çerçevesinde İncelenmesi. Doktora Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Sakarya.

KALAYCI, Ş. (2010). SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri. Asil Yayın Dağıtım, Ankara.

KARAKULAK, Ç. (2016). Coğrafi İşaretleme Yoluyla Gastronomik Kimlik Oluşturma ve Gastronomik Kimliğin Destinasyon Pazarlamasındaki Rolü: Trakya Örneği. Yüksek Lisans Tezi, Muğla Sıtkı Koçman

- KARGİGLİOĞLU**, Ş. ve Akbaba, A. (2016). Yerli Gastroturistlerin Eğitim Seviyeleri ve Yaş Gruplarına Göre Destinasyondaki Gastronomi Turizmi Etkinliklerine Katılımları: Gaziantep'i Ziyaret Eden Gastroturistler Üzerine Bir Araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(1), 87-95.
- KESİCİ**, M. (2012). Kırsal Turizme Olan Talepte Yöresel Yiyecek ve İçecek Kültürünün Rolü KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 14 (23): 33-37.
- KILIÇ**, N. (2010). Türk Mutfağının Ege-Akdeniz Karakterinin Kültürel ve Turistik Açından İncelenmesi: Ayvalık Örneği. Uzmanlık Tezi, Kültür ve Turizm Bakanlığı Güzel Sanatlar Genel Müdürlüğü, Ankara.
- KIZILCIK**, O. (2016). Turizm Hizmet Sunan Pastane İşletmelerinde Çalışan Geleneksel Maraş Dondurması üretim Personelinin Hijyen ve Gıda Güvenliğine İlişkin Bilgi ve Uygulama Düzeyi Üzerine Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Gaziantep.
- 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.
- ÖNEY** Tan, A. (2012). Güneşin ve Ateşin Tadı. Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.
- ÖTER**, Z., ve Özdoğan, O. N. (2005). Kültür Amaçlı Seyahat Eden Turistlerde Destinasyon İmajı: Selçuk-Efes Örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 16(2), ss:127-138.
- ÖZDEMİR**, 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*, Sayı:2, ss:5-28.
- ÖZLÜ**, B. (2016). Otel İşletmelerinin Yiyecek İçecek Ünitelerinde Çalışan İşgörenlerin İş Tatmini ve İş Gören Devir Hızı Algısı: Gaziantep'te Bulunan 4 ve 5 Yıldızlı otelleri Üzerine Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Gaziantep.

413 / İbrahim GİRİTLİOĞLU-Mesut KARAMAN

SEYİTOĞLU, F.ve Çalışkan, O. (2014). Turizm Literatüründe Türk Mutfağı Üzerine Yapılan Araştırmaların Değerlendirilmesi. Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 2(4), 23-35.

ŞAHBAZ, E. (2011). Yiyecek Turizmi ve Yiyecek Turizmi Ürünleri. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Ankara.

ŞAHİN E. (2015). Bir Destinasyon Unsuru Olarak Yerel Gastronominin Marka Şehir Pazarlamasında Etkileri: Gaziantep Örneği. Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı, Gaziantep.

ŞAHİN, 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.

ŞANLIER N. (2005). Yerli ve Yabancı Turistlerin Türk Mutfağı Hakkındaki Görüşleri. Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi, Cilt:25, Sayı:1, 213-227.

ŞANLIER, N., Cömert, M. ve Durlu Özkaya, F. (2012). Gençlerin Türk Mutfağına Bakış Açısı. Milli Folklor Dergisi, Yıl:24, Sayı:94.

TOKUZ, G. (2002). Gaziantep ve Kilis Mutfak Kültürü. Gaziantep Üniversitesi Vakfı Yayını, Gaziantep.

UN, H. (2009). Turizmin Çeşitlendirmesi Açısından Geleneksel Türk Mutfağının Değerlendirilmesi. Uzmanlık Tezi, Kültür ve Turizm Bakanlığı Araştırma ve Eğitim Genel Müdürlüğü, Ankara.

ÜNER, E. H., (2014). Her Şey Dâhil Sistemde Türkiye Gastronomi Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesi. Yüksek Lisans Tezi, Atılım Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm Yönetimi Anabilim Dalı, Ankara.

URAL, A. ve Kılıç, İ. (2013). Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS İle Veri Analizi. Detay Yayıncılık, 4.Baskı, Ankara.

YARIŞ, A., (2014). Mardin'de Gastronomi Turizmi: Turist Görüşlerine İlişkin Bir Uygulama. Yüksek Lisans Tezi, Mardin Artuklu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı, Mardin.

ZAĞRALI, E. (2014). Destinasyon Çekicilik Unsuru Olarak Mutfak Turizmi (İzmir Yarımadası Örneği).Yüksek Lisans Tezi, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, İzmir.

İnternet Kaynakları

<http://aregem.kulturturizm.gov.tr/TR,12762/genel-ozellikleriyle-turk-mutfak-kulturu.html> (Erişim Tarihi: 16.10.2017).

<http://www.atonet.org.tr/yeni/index.php?p=1473&l=1> (Erişim Tarihi: 24.03.2015).

<http://www.gaziantepkulturturizm.gov.tr/TR,127980/giris-cikis-yapan-yerli-yabancituristic-sayilari.html> “Gaziantep İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü” (Erişim Tarihi: 11.04.2016).

<http://www.gaziantepturizm.gov.tr/TR,52328/gastronomi-turizmi.html> (Erişim Tarihi: 13.10.2017).

<http://www.yildiz.edu.tr/~kosker/ornekleme.pdf> (Erişim Tarihi: 13.10.2017).

