1. ULUSLARARASI TÜRK DÜNYASI TURİZM SEMPOZYUMU

BİLDİRİLER KİTABI

19-21 KASIM 2015
KASTAMONU

kastamonu

1. ULUSLARARASI TÜRK DÜNYASI TURİZM SEMPOZYUMU

19-21 KASIM 2015
KASTAMONU

BİLDİRİLER KİTABI

3 Mart Konferans Merkezi
19-21 Kasım 2015
Kastamonu / Türkiye

1. ULUSLARARASI TÜRK DÜNYASI TURİZM SEMPOZYUMU

Editörler
Doç. Dr. Kutay OKTAY
Yrd. Doç. Dr. Muharrem AVCI
Yrd. Doç. Dr. Canan TANRISEVER
Yrd. Doç. Dr. Aydoğan AYDOĞDU
Arş. Gör. Hüseyin PAMUKÇU

Yayına Hazırlayanlar
Arş. Gör. Hüseyin PAMUKÇU
Arş. Gör. Emrah YAŞARSOY

Kapak Tasarım
Yrd. Doç. Dr. Canan TANRISEVER
Arş. Gör. Hüseyin PAMUKÇU
Ramazan YAŞAR

İletişim
Kastamonu Üniversitesi, Turizm Fakültesi
Kuzeykent Mah. Orgeneral Atilla Ateş Paşa Cad. No: 15/A
Merkez/ KASTAMONU
E-mail : turizm@kastamonu.edu.tr
Web : http://turizm.kastamonu.edu.tr/index.php/tr/
Tel : (0 366) 280 16 39 – 16 34
Belgegeçer : (0 366) 215 13 64

Not: Bu kitapta yer alan bildirilerin her türlü bilimsel ve mali sorumluluğu yazar / yazarlarına aittir.

SEMPOZYUM DÜZENLEME KURULU

ONURSAL SEMPOZYUM BAŞKANLARI

Prof. Dr. Seyit AYDIN-Kastamonu Üniversitesi Rektörü/Türkiye

Prof. Dr. Sebahattin BALCI-Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi Rektörü/Kırgızistan

Prof. Dr. Mehmetgali SARIBEKOV-Dulati Taraz Devlet Üniversitesi Rektörü/Kazakistan

Prof. Dr. Sabri HİZMETLİ-Yabancı Diller ve Mesleki Kariyer Üniversitesi Rektörü/Kazakistan

SEMPOZYUM KOORDİNATÖRLERİ

Prof. Dr. Saim ATEŞ-Sempozyum Düzenleme Kurulu Başkanı, Kastamonu Üniversitesi/Türkiye

Doç. Dr. Elmira FAİZOVA-Dulati Taraz Devlet Üniversitesi/Kazakistan

Doç. Dr. Barış ERDEM-Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi/Kırgızistan

Doç. Dr. Bilgehan GÜLCAN-Gazi Üniversitesi/Türkiye

Doç. Dr. Binali MAMOEV-Yabancı Diller ve Mesleki Kariyer Üniversitesi / Kazakistan

ORGANİZASYON KOMİTESİ

Prof. Dr. Saim ATEŞ-Sempozyum Düzenleme Kurulu Başkanı Kastamonu Üniversitesi/Türkiye

Doç. Dr. Elmira FAİZOVA-Dulati Taraz Devlet Üniversitesi/Kazakistan

Doç. Dr. Barış ERDEM-Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi/Kırgızistan

Doç. Dr. Bilgehan GÜLCAN-Gazi Üniversitesi/Türkiye

Doç. Dr. Kutay OKTAY-Kastamonu Üniversitesi/Türkiye

Doç. Dr. Şenol ÇAVUŞ- Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi/Kırgızistan

Yrd. Doç. Dr. Muharrem AVCI-Kastamonu Üniversitesi/Türkiye

Yrd. Doç. Dr. Aydoğan AYDOĞDU-Kastamonu Üniversitesi/Türkiye

Yrd. Doç. Dr. Canan TANRISEVER-Kastamonu Üniversitesi/Türkiye

Yrd. Doç. Dr. Cüneyt TOKMAK-Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi/Kırgızistan

Yrd. Doç. Dr. Fazıl ŞENOL- Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi/Kırgızistan

Yrd. Doç. Dr. Aliya ZHUSSANBAEVA- Dulati Taraz Devlet Üniversitesi/Kazakistan

Öğr. Gör. Dr. Bakıt TURDUMAMBETOV-Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi/Kırgızistan

Öğr. Gör. Dr.Ulanbek ALIMOV, Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi/Kırgızistan

Öğr. Gör. Maiya MYRZABEKOVA-Kastamonu Üniversitesi/Türkiye

Öğr. Gör. Sapargül TURDUBEKOVA-Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi/Kırgızistan

Öğr. Gör. Gülmira SAMATOVA-Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi/Kırgızistan

Öğr. Gör. Kımbat ASANOVA-Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi/Kırgızistan

Öğr. Gör. Dinara İSAKOVA-Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi/Kırgızistan

Öğr. Gör. Nadira TURGANBAYEVA-Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi/Kırgızistan

Öğr. Gör. Anipa SULAYMANKULOVA-Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi/Kırgızistan

Öğr. Gör. Narıngül MARGAZİYEVA-Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi/Kırgızistan

Araş. Gör. Hüseyin PAMUKÇU-Kastamonu Üniversitesi/Türkiye

BİLİM KURULU

A. Akın AKSU, Prof. Dr., Akdeniz Üniversitesi/Türkiye

Adem ŞAHİN, Prof. Dr., TOBB Üniversitesi/Türkiye

Ahmet İNCEKARA, Prof. Dr., İstanbul Üniversitesi/Türkiye

Ardak MUHAMMEDİYEVA, Doç. Dr., Doğu Kazakistan Milli Üniversitesi/Kazakistan

Arslanbek ÇORMONOV, Prof. Dr., Turizm Akademisi/Kırgızistan

Aydoğan AYDOĞDU, Yrd. Doç. Dr., Kastamonu Üniversitesi/Türkiye

Bakyt TURDUMAMBETOV, Dr., Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi/Kırgızistan

Binali MAMOEV, Doç. Dr., Yabancı Diller ve Kariyer Üniversitesi/ Kazakistan

Bahadur BİLALOV, Doç. Dr., Azerbaycan Turizm Enstitüsü/Azerbaycan

Barış ERDEM, Doç. Dr., Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi/Kırgızistan

Bermet CURUPOVA, Prof. Dr., Kırgızistan Ekonomi Üniversitesi/Kırgızistan

Bilgehan GÜLCAN, Doç. Dr., Gazi Üniversitesi/Türkiye

Burhan ŞENER, Yrd. Doç. Dr., Karatay Üniversitesi / Türkiye

Burhanettin ZENGİN, Doç. Dr., Sakarya Üniversitesi/Türkiye

Canan TANRISEVER, Yrd. Doç. Dr., Kastamonu Üniversitesi/Türkiye

Canıl ÇUBUROVA, Prof. Dr., Kırgızistan Ekonomi Üniversitesi/Kırgızistan

Cemal İNCE, Yrd. Doç. Dr., Gazi Osmanpaşa Üniversitesi / Türkiye

Cevat TOSUN, Prof. Dr., Gazi Üniversitesi/Türkiye

Cevdet AVCIKURT, Prof. Dr., Balıkesir Üniversitesi/Türkiye

Cihan ÇOBANOĞLU, Prof. Dr., University of South Florida/ABD

Cusup PİRİMBAEV, Prof. Dr., Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi/Kırgızistan

Cüneyt TOKMAK, Yrd. Doç. Dr., Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi/Kırgızistan

Ercan SIRAKAYA TÜRK, Prof. Dr., University of South Carolina/ABD

Elena ABENOVA, Doç. Dr., Kazakistan Ekonomi Üniversitesi/ Kazakistan

Fazıl ŞENOL, Yrd. Doç. Dr., Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi/Kırgızistan

Fevzi OKUMUŞ, Prof. Dr., University of Central Florida/ABD

Füsun İSTANBULLU DİNÇER, Prof. Dr., İstanbul Üniversitesi

Galimkair MUTANOF, Prof. Dr., Alfarabi Kazakistan Milli Üniversitesi/Kazakistan

Gül GÜNEŞ, Doç. Dr., Atılım Üniversitesi/Türkiye

Gülcamal CAPAROVA, Doç. Dr., Turan Astana Üniversitesi/Kazakistan

Gürel ÇETİN, Yrd. Doç. Dr., İstanbul Üniversitesi/Türkiye

Hilmi Rafet YÜNCÜ, Yrd. Doç. Dr.,Anadolu Üniversitesi/Türkiye

Haluk TANRIVERDİ, Doç. Dr., İstanbul Üniversitesi/Türkiye

İsmail KIZILIRMAK, Prof. Dr., İstanbul Üniversitesi/Türkiye

Kamil YAĞCI, Yrd. Doç. Dr., Pamukkale Üniversitesi/Türkiye

Köbögön ATIŞEV, Prof. Dr., Kırgızistan Ekonomi Üniversitesi/Kırgızistan

Kurtuluş KARAMUSTAFA, Prof. Dr., Erciyes Üniversitesi/Türkiye

Kutay OKTAY, Doç. Dr., Kastamonu Üniversitesi/Türkiye

Nazmi KOZAK, Prof. Dr.,Anadolu Üniversitesi/Türkiye

Mariyaş CUBANOVA, Doç. Dr., Kazakistan Uluslararası İlişkiler Üniversitesi/Kazakistan

Mehmet ERKAN, Prof. Dr., İstanbul Üniversitesi/Türkiye

Mehmet SARIIŞIK, Prof. Dr., Sakarya Üniversitesi/Türkiye

Mehmet YEŞİLTAŞ, Prof. Dr., Gazi Üniversitesi/Türkiye

Metin TEBERLER, Doç. Dr., İstanbul Teknik Üniversitesi/ KKTC

Mithat ZEKİ DİNÇER, Prof. Dr., İstanbul Üniversitesi/Türkiye

Muharrem AVCI, Yrd. Doç. Dr., Kastamonu Üniversitesi/Türkiye

Muharrem TUNA, Prof. Dr., Gazi Üniversitesi/Türkiye

Muhsin HALİS, Prof. Dr., Kastamonu Üniversitesi/Türkiye

Muzaffer UYSAL, Prof. Dr., Virginia Polytechnic Institute & State University/ABD

Necdet HACIOĞLU, Prof. Dr., Balıkesir Üniversitesi/Türkiye

Nilüfer KOÇAK, Prof. Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi/Türkiye

Oğuz TÜRKAY, Doç. Dr., Sakarya Üniversitesi/Türkiye

Orhan AKOVA, Doç. Dr., İstanbul Üniversitesi/Türkiye

Orhan BATMAN, Prof. Dr., Sakarya Üniversitesi/Türkiye

Ozan BAHAR, Prof. Dr., Muğla Üniversitesi/Türkiye

Öcal USTA, Prof. Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi/Türkiye

Önder MET, Doç. Dr., Balıkesir Üniversitesi/Türkiye

Özkan TÜTÜNCÜ, Prof. Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi/Türkiye

Özgür ARPACI, Yrd. Doç. Dr., Kırklareli Üniversitesi / Türkiye

Özgür ASLAN, Doç. Dr., İstanbul Üniversitesi/Türkiye

Sabır MACİTOV, Doç. Dr., Kökçeta Pedagoji Üniversitesi/Kazakistan

Sabri HİZMETLİ, Prof. Dr., Yabancı Diller ve Kariyer Üniversitesi/ Kazakistan

Saim ATEŞ, Prof. Dr., Kastamonu Üniversitesi/Türkiye

Salih KUŞLUVAN, Prof. Dr., İstanbul Medeniyet Üniversitesi/Türkiye

Sarsena AMANCOLOVA, Doç. Dr., Doğu Kzakistan Milli Üniversitesi/Kazakistan

Sebahattin KARAMAN, Yrd. Doç. Dr. Balıkesir Üniversitesi/Türkiye

Svetlana SIRMBARD, Prof. Dr., Bişkek Finans ve Ekonomi Akademisi/Kırgızistan

Ş. UALİHANOVA, Prof. Dr., Kökçeta Pedagoji Üniversitesi/Kazakistan

Şehnaz DEMİRKOL, Yrd. Doç. Dr., İstanbul Üniversitesi/Türkiye

Şenol ÇAVUŞ, Doç. Dr., Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi/Kırgızistan

Şevki ULAMA, Yrd. Doç. Dr., Sakarya Üniversitesi/Türkiye

Tatyana İMANGULOVA, Doç. Dr., Turizm ve Spor Üniversitesi/Kazakistan

Temirbek ÇODURAEV, Prof. Dr., İ. Arabaev Üniversitesi/Kırgızistan

Ulanbek ALIMOV, Dr. Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi/Kırgızistan

Yasin BOYLU, Doç. Dr., Gazi Üniversitesi/Türkiye

Yusuf TUNA, Prof. Dr., İstanbul Şehir Üniversitesi/Türkiye

Zeynep ASLAN Prof. Dr. Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi/Türkiye

Zulfigarlı Muharrem PAŞA, Doç. Dr., Azerbaycan Turizm Enstitüsü/Azerbaycan

SEMPOZYUM SEKRETERYASI

Araş. Gör. Hüseyin PAMUKÇU-Kastamonu Üniversitesi/Türkiye

İÇİNDEKİLER

1. OTURUM 1
ÖTÜKEN SALONU 1
Kültürel Değerlerin Turizmdeki Yeri ve Önemi: Kastamonu Örneği
Dr. Enis YETER **2**

Türk Dünyası Gençlik Turizmi Kampları: Pilot Bir Proje Olarak Kastamonu Örneği
Doç. Dr. Kutay OKTAY, Yrd. Doç. Dr. Muharrem AVCI, Gülmira SAMATOVA **7**

Modern İpek Yolu Ortak Tur Projesi'nin Hayata Geçirilmesi İçin Bir Öneri: İpek Yolu Kültürel Miras Uzman Rehber Eğitim ve Sertifika Programı
Yrd. Doç. Dr. Nazım ÇOKİŞLER **15**

ALTAY SALONU 25
KKTC Turizminin Dünü ve Bugünü
Prof. Dr. Erhan ARIKLI **26**

Türkiye'nin Planlama Deneyimi ve Türk Dünyası İçin Turizm Alanında Fırsatlar
Doç. Dr. Sibel Mehter AYKIN **31**

Avrupa Birliğine Üyelik Sürecinde Avrupa ve Türk Turizm Politikalarında Yaşanan Güncel Gelişmeler
Yrd. Doç. Dr. Özhan DEMİRKOL, Arş. Gör. Samet GÖKKAYA, Arş. Gör. Ayşegül ACAR **39**

ORHUN SALONU 50
The Role of Tourism in Turkic World in Terms of International Relations (IR): A Social Constructivist Approach
Samet YÜCE **51**

Türk Dünyası Coğrafyasının Manevi İkliminde Hz. Pir Şeyh Şa'ban-ı Veli ve Kastamonu
Yrd. Doç. Dr. Muharrem AVCI **61**

2. OTURUM 71
ÖTÜKEN SALONU 71
Состояния и перспективы развития туризма в Республике Казахстан
Orazkül DOSIMOVA **72**

Потенциал развития халяль туризма в Кыргызстане
Dr. Bakıt TURDUMAMBETOV **78**

Лечебно-оздоровительный туризм в Казахстане: особенности и перспективы развития
Yrd. Doç. Dr. Altınay MOLDAŞEVA **84**

ALTAY SALONU 90
Ferhat Mirze Gacar`ın "Sefername" Eserinde İstanbul`un Tarihsel Anıtları
Prof. Dr. Tahira HASANZADE **91**

Müze Turizmi Kapsamında İstanbul'daki Topkapı Sarayı ve Paris'teki L'ouvre Müzelerinin Turizm Potansiyellerinin Karşılaştırılmasına Yönelik Bir Araştırma
Prof. Dr. İsmail KIZILIRMAK, Yrd. Doç. Dr. Suna Muğan ERTUĞRAL, Serol DİLMAÇ **95**

Doğu Anadolu ve Nahçivan Bölgesinin Tarihi ve Mimarlık Abidelerinin Turistik Açıdan Tebliği (Ortaçağ Seyyahlarının "Seyahatname"Leri Esasında)
Doç. Dr. Mübariz AĞALAROV **106**

Türk Dünyasında Turizm ve Kültürel Miras İlişkisini İrdelemek
Doç. Dr. Derya TELLAN **116**

ORHUN SALONU 128

Kültür Turizmi Alanlarında Turizmin Çeşitlendirilmesi Eleştirel Bir Bakış: Safranbolu Unesco Dünya Miras Alanı
Arş. Gör. Serdar CEYLAN, Prof. Dr. Mehmet SOMUNCU **129**

Azerbaycan'la Türkiye Arasındaki Ekonomik ve Politik İlişkilerde Ekoturizmin Perspektifleri
Doç. Dr. Mahammad JABRAYİLOV **142**

Termal Turizmin Geleneksel Kullanımı: Kırgızistan Örneği
Yrd. Doç. Dr. Cüneyt TOKMAK, Öğr. Gör. Kımbat ASANOVA **149**

Diaspora Turizmi: Türkiye-Azerbaycan Örneği
Yrd. Doç. Dr. Canan TANRISEVER, Arş. Gör. Emrah YAŞARSOY, Arş. Gör. Hüseyin PAMUKÇU **163**

3. OTURUM 172

ÖTÜKEN SALONU 172

Turizm İşletmelerinde Sosyal Sorumluluk Yaklaşımları: 4 ve 5 Yıldızlı Konaklama İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma
Prof. Dr. Orhan BATMAN, Öğr. Gör. Makbule Civelek ORUÇ, Öğr. Gör. Derya KAYA GÖK, Gülnar MİRZAYEVA **173**

Otel İşletmelerinde Dış Kaynak Kullanımı: Bartın İli Örneği
Doç. Dr. Abdullah KARAKAYA, Öğr. Gör. Emine GENÇ **183**

Rekabet Stratejilerinin Değerlendirilmesi: Bakü'deki Otel İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma
Doç. Dr. Oğuz TÜRKAY, Gülnar MİRZAYEVA **194**

Возможности использования кластерного подхода в развитии туризма региона
Zauzat MUSSABAYEVA **206**

Ankara İlinde 4 ve 5 Yıldızlı Otellerde Çalışan Mutfak Personeli İle Aşçılık Alanında Yükseköğrenim Gören Öğrencilerin Moleküler Gastronomi Konusundaki Bilgi ve Görüşleri
Öğr. Gör. Ali Kemal KEMER, Öğr. Gör. Özkan ERDEM **208**

ALTAY SALONU 223

Ormanların Turizm Yatırımları İçin Tahsisi
Yrd. Doç. Dr. Yavuz GÜLOĞLU, Arş. Gör. Alper BULUT, Öğr. Gör. Figen AŞIKOĞLU **224**

Sivas'ta Yeni Bir Turizm Destinasyon Alanı: Yıldızdağı (Sivas) Kış Sporları Turizm Merkezi
Arş. Gör. Aykut CAMCI, Yrd. Doç. Dr. Salih BİRİNCİ, Arş. Gör. Çağlar Kıvanç KAYMAZ **238**

Ulaşım Sektörünün Turizme Etkisi Hakkında Konaklama İşletmelerinin Algısı: Kastamonu Örneği
Doç. Dr. Serkan DİLEK, Yrd. Doç. Dr. Ali KONAK, Orhan DEPİŞGEN **249**

Asker Yemin Törenlerinin Varış Noktası Ekonomisine Etkileri: Kastamonu Örneği
Yrd. Doç. Dr. Aydoğan AYDOĞDU, Esin ÖZKAYA, Adem ÇOLAK, Arş. Gör. Emrah YAŞARSOY **261**

ORHUN SALONU 275

Macera Turizmi ve Risk: Fethiye Destinasyonu Üzerine Bir Değerlendirme
Yrd. Doç. Dr. Ayşe ÇELİK YETİM **276**

Şanlıurfa İlinde İnanç Turizmi
Yrd. Doç. Dr. Mehmet AKBIYIK **287**

Outbound Medical Tourism in Kyrgyzstan
Madina ÖZTÜRK **298**

Seyahat Acentelerinin Bakış Açısından Ayı Gözlemciliğinin Uygulanabilirliği: Kastamonu Örneği
Öğr. Gör. Çağdaş TURAN **309**

Helal Konseptli Otel İşletmeleri: Türkiye'deki Mevcut Durum Üzerine Bir Araştırma
Arş. Gör. Hüseyin PAMUKÇU, Yrd. Doç. Dr. Özgür ARPACI **319**

Kanyon Turizmi Açısından Değerlendirilmesi Gereken Bir Yöre: Küre Ersizlerdere – Karacehennem Kanyonu
Prof. Dr. Bilgin Ünal İBRET, Emin CANSIZ **332**

4. OTURUM 342
ÖTÜKEN SALONU 342

Brand Management as a Toolkit For Tourism Development: Case of Small Cities
Prof. Dr. Aldashov BAKHTİYAR, Doç. Dr. Elmira FAİZOVA **343**

Şehirlerin Tanıtımında Turistik Yerlerin Önemi Ve Trabzon İli Üzerinde Bir Değerlendirme
Doç. Dr. M. Asıf YOLDAŞ, Dursun DAL **350**

Восприятие Турции Казахстанскими туристами как привлекательной дестинации
Doç. Dr. Elmira FAİZOVA **367**

Girişimcilerin İşletme İsmi Seçiminde Odaklandığı Noktalar: Bişkek'te Faaliyet Gösteren Konaklama İşletmeleri Üzerine Bir İnceleme
Doç. Dr. Barış ERDEM, Nadira ALIMKULOVA **373**

Yöresel Yemeklerin Etkili Satış Teknikleri: Amasya Yemekleri Örneği
Doç. Dr. Kutay OKTAY, Nesrin ÖNAL, Gülmira SAMATOVA **389**

ALTAY SALONU 397

Kastamonu'nun Taşköprü İlçesindeki Pompeiopolis Kazılarının Turizm Potansiyeli
Prof. Dr. Latife SUMMERER **398**

Açık Sema Altında Müze -Kobustan ve Hattuşa (Turizmin Gelişmesinde Tarihin Özü veya Tarihselliğin Mahiyeti)
Prof. Dr. Sabina NEMATZADE, Doç. Dr. Sabira NEMATZADE, Prof. Dr. Hormet JAVADOVA **398**

Doğal ve Kültürel Miras Alanlarının Turizm Açısından Yorumlanması: Amasra Kenti Örneği
Yrd. Doç. Dr. Nurhan KOÇAN, Arş. Gör. Ahmet ERGÜN **421**

Yöneticilerin Kültür Turizmi Algısı: Safranbolu Destinasyonu Örneği
Yrd. Doç. Dr. Nurettin AYAZ, Ömer Ceyhun APAK, Taner BATI **429**

Arkeolojik Turizmin Alacahöyük Kırsal Yerleşmesinin Gelişimine Etkisi
Yrd. Doç. Dr. Kübra ERHAN, Dr. Ayşe AKKURT, Arş. Gör. Ferdi AKBAŞ **444**

ORHUN SALONU 459

Ecotourism is Sustaınable, Nature-Oriented Direction of Tourist Activity
Doç. Dr. Sholpan Sh. KARBAYEVA, Anastasia KIM **460**

Kırsal Turizmde Sürdürülebilirliğin Sağlanması İçin Turizm İşletmelerinin Sorunlarına Yönelik Bir Araştırma: Safranbolu Yörük Köyü Örneği
Yrd. Doç. Dr. Yasin DÖNMEZ, Yrd. Doç. Dr. Fatih TÜRKMEN, Doç. Dr. Suat ÇABUK **465**

Orman Ekosistemlerinin Ekoturizm ve Rekreasyon Fonksiyonunun Orman Amenajman Planlaması Açısından Değerlendirilmesi
Doç. Dr. Sedat KELEŞ, Arş. Gör. Sinan BULUT **477**

Kastamonu'nun Ekoturizm Potansiyeli
Yrd. Doç. Dr. Çiğdem SAKICI, Yük. Müh. Suzan ÇELİK **488**

5. OTURUM 488
ÖTÜKEN SALONU 501

Yükseköğretimde Öğrenci Doyumu: Kastamonu Üniversitesi, Turizm Fakültesi Örneği
Yrd. Doç.Dr.Aydoğan AYDOĞDU,Öğr. Gör. Cenk Murat KOÇOĞLU, Bahar ÇİÇEK,Esin ÖZKAYA **502**

Kariyer Stratejileri, Kişilik-Kariyer Uyumu ve Kariyer Memnuniyeti İlişkisi: Restoran Yöneticileri Üzerine Bir Araştırma
Doç. Dr. Oğuz TÜRKAY, Öğr. Gör. Serkan ŞENGÜL, Şevin BİRER **518**

Turizm İşletmelerinde Çalışanların Bireysel Farklılıklarından Kaynaklanan Çatışmaların Yönetilmesi Üzerine Bir Araştırma
Prof. Dr. Füsun İstanbullu DİNÇER, Öğr. Gör. Gönül AKIN, Öğr. Gör. Gözde OĞUZBALABAN, Arş. Gör. Fazıl KAYA **531**

Halkla İlişkiler Faaliyetleri Açısından Tüketici Şikayetlerinin Değerlendirilmesi: Konaklama İşletmeleri Şikâyetlerine Yönelik Bir Araştırma
Şeyda LİMON, Yrd. Doç. Dr. Özgür ARPACI **545**

ALTAY SALONU 556

Nasıl Zanaat ve Halk Sanatları Şehri Olunur?
Yrd. Doç. Dr. Bilal YALÇIN **557**

Türk Mutfak Kültüründe Sofra Adabı
Öğr. Gör. Berker ÇİFTÇİ, Yrd. Doç. Dr. Yasemin Ersoy **568**

Müze Deneyimi: Göreme Açık Hava Müzesi Örneği
Yrd. Doç. Dr. Ayşe ÇELİK YETİM , Arş. Gör. Dr. Mehmet UMUR **573**

Savaşların Turizme Etkileri
Arş. Gör. Özgür KIZILDEMİR, Yrd. Doç. Dr. Alper BOZKURT **587**

Antik Çağlardan Bir Sağlık Kültü, Glykon;
Murat KARASALİHOĞLU **596**

ORHUN SALONU 607

Sürdürülebilir Turizm ve Konaklama İşletmeleri İçin Yeşil Anahtar Eko-Etiketi
Doç. Dr. Gül GÜNEŞ, Engin ASLAN **608**

Landscape Ecological Maintenance of Tourism and Recreation Activities (In the Example of the Almaty Region)
Doç. Dr. Sholpan Sh. KARBAYEVA, Baimuldanova Anel TALGATOVNA **618**

Yerli Turistlerin Demografik Özelliklerinin Rekreasyon ve Turizm Talepleri Üzerine Etkisi: Küre Dağları Milli Parkı Örneği
Yrd. Doç. Dr. Nur BELKAYALI, Yrd. Doç. Dr. Korhan ENEZ, Merve Damla YURTSEVEN **625**

Türk Bahçelerinin Tasarım Özellikleri ve Rekreasyon Açısından İncelenmesi
Yrd. Doç. Dr. Özgür Burhan TİMUR, Arş. Gör. İbrahim AYTAŞ **641**

Osmanlı Dönemi Tarihi Yapılarının Turizm Açısından Sürdürülebilirliği: Safranbolu Örneği
Öğr. Gör. Kerim COŞKUN, Öğr. Gör. Muhammet Fatih SANCAR, Öğr. Gör. Safa ACAR **653**

6. OTURUM..... 663
ÖTÜKEN SALONU 663
İşletme Performansında Bilişim Sistem Uygulamalarının Rolü: Premier Palace Oteli Örneği
Gülten DEMİRAL, Doç. Dr. Abdullah KARAKAYA, Tuğba YEĞİN..... **664**

Индустрия медицинского туризма и направления ее модернизации
Yrd. Doç. Dr. Altınay MOLDAŞEVA..... **675**

İnternet Üzerinden Kurulan Kısa Süreli Tatil ve Paket Tur Sözleşmeleri İle Tüketici Haklarına Genel Bir Bakış
Öğr. Gör. Yonca AYDINOĞLU, Yrd. Doç. Dr. Yavuz GÜLOĞLU **680**

Çevrimiçi Satıştan Sanal Organizasyona: Seyahat Acentalarının Bilgi Teknolojilerine Uyumu
Arş. Gör. Turan OKUL, Yrd. Doç. Dr. Güntekin ŞİMŞEK..... **695**

Büyük Veri (Big Data): Turizm İşletmeleri İçin Yeni Bir Fırsat
Öğr. Gör. Eda AVCI **706**

ALTAY SALONU 715
Türkiye'de Engelsiz Turizm İçin Yapılması Gerekenler
Yrd. Doç. Dr. Ali KORKMAZ **716**

The Influence of Turkish-Muslim Culture in Albanian Tourism
Sashenka NDREKA, Mevlud ZENELHASANİ..... **729**

Din Görevlilerinin Turizmin Sosyo-Kültürel Etkilerine İlişkin Bakış Açılarının Değerlendirilmesi: İstanbul Örneği
Arş. Gör. Eyüp KARAYILAN, Yrd. Doç. Dr. Şehnaz DEMİRKOL..... **736**

Resıdents' Attitudes and Perception Towards Tourism Development: The Case of Safranbolu
Arş. Gör. Pembe SAYGIN, Arş. Gör. Ayşegül ACAR, Arş. Gör. Samet GÖKKAYA..... **749**

Futbol Müsabakalarına İzleyici Olarak Katılımı Etkileyen Güdüler: Eskişehirspor Taraftarları Üzerine Bir Ön Çalışma
Arş. Gör. Çağdaş AYDIN, Yrd. Doç. Dr. Çağıl Hale ÖZEL..... **761**

ORHUN SALONU..... 772
Yöresel Yemeklerin Menülerde Yer Alma Düzeyi: Kastamonu Konakları Örneği
Yrd.Doç.Dr.Mustafa SANDIKÇI, Yrd.Doç.Dr.Aydoğan AYDOĞDU, Arş. Gör. Hüseyin PAMUKÇU . **773**

Sosyal Medyada Paylaşılan Yöresel Yemek Fotoğraflarının Turistlerin Seyahat Tercihleri Üzerindeki Etkisi
Yrd. Doç. Dr. Burak ERYILMAZ, Öğr. Gör. Serkan ŞENGÜL **786**

Yabancı Turistlerin Türk Mutfağına İlişkin Görüş ve Düşüncelerinin Genel Değerlendirmesi
Öğr. Gör. Sercan KADAM, Öğr. Gör. İhsan KAZKONDU, Öğr. Gör. Gökhan ŞALLI..... **799**

Türk Kültüründe Helva'nın Yeri ve Önemi
Öğr. Gör. Berker ÇİFTÇİ, Prof. Dr. Ali Fuat ERSOY..... **809**

Yerli Turistlerin Yöresel Yemek Tüketimi Motivasyonlarının Gelecek Niyetleri Üzerine Etkisi: Eskişehir Örneği
Arş. Gör. Barış DEMİRCİ, Arş. Gör. Beybala TİMUR, Arş. Gör. Orhan Can YILMAZDOĞAN, Arş. Gör Yasin Emre OĞUZ..... **816**

Kırgızistan'ın Kırsal Turizminde Alternatif Bir Konaklama Birimi Olarak Bozüy
Doç. Dr. Bilgehan GÜLCAN, Öğr. Gör. Naringül MARGAZİYEVA, Öğr. Gör. Kımbat ASANOVA**….827**

YERLİ TURİSTLERİN YÖRESEL YEMEK TÜKETİMİ MOTİVASYONLARININ GELECEK NİYETLERİ ÜZERİNE ETKİSİ: ESKİŞEHİR ÖRNEĞİ

Arş. Gör. Barış DEMİRCİ
Eskişehir Osmangazi Üniversitesi
Turizm Fakültesi
bdemirci@ogu.edu.tr

Arş. Gör. Beybala TİMUR
Eskişehir Osmangazi Üniversitesi
Turizm Fakültesi
beybalat@ogu.edu.tr

Arş. Gör. O. Can YILMAZDOĞAN
Eskişehir Osmangazi Üniversitesi
Turizm Fakültesi
cyilmazdogan@ogu.edu.tr

Arş. Gör. Yasin Emre OĞUZ
Eskişehir Osmangazi Üniversitesi
Turizm Fakültesi
yeoguz@ogu.edu.tr

ÖZET
Yöresel yemek tüketimi turistik deneyimin en temel öğelerinden biridir. Bu bakımdan çalışmada Eskişehir bölgesini ziyaret eden yerli turistlerin yöresel yemek tüketimi motivasyonlarını ortaya koymak ve bu motivasyonlarının gelecek niyetleri üzerindeki etkisini incelemek amaçlanmıştır. Araştırma evrenini Eskişehir'de yöresel yemek deneyiminde bulunan yerli turistler oluşturmaktadır. Kültür ve Turizm Bakanlığı verilerine göre 2013 yılında Eskişehir'e gelen yerli turist sayısı 191.987 kişidir. Genel olarak yöresel yemek deneyiminde bulunan yerli turistlerle ilgili herhangi bir veri bulunmadığından evren tam olarak tanımlanamamaktadır. Bu yüzden, kolayda örnekleme yöntemi ile Eskişehir'de yöresel yemek hizmeti sunan yiyecek içecek işletmelerinden hizmet satın alan 390 yerli turist örneklem olarak alınmıştır. Anketler incelendiğinde, 30 anketin eksik ya da hatalı doldurulduğu belirlenmiş ve söz konusu anketler değerlendirme dışında tutularak 360 anketten elde edilen veriler analiz edilmiştir. Analiz aşamasında faktör analizi, korelasyon analizi ve regresyon analizinden yararlanılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre, yerli turistlerin yöresel yemek tüketim motivasyonlarının yüksek olduğu ve gelecek niyetlerinin %11,3'ünün bu motivasyonla açıklanabileceği tespit edilmiştir.
Anahtar Kelimeler: Yöresel yemek tüketimi, motivasyon, gelecek niyeti, Eskişehir.

ABSTRACT
Local food consumption is one of the essential part of touristic experience. In this context, this study aims to determine domestic tourists' local food consumption motivations and to examine the effect of these motivations on their future intentions who visit Eskisehir. Research population

consists of domestic tourists who participated to local food consumption experience. According to Ministry of Culture and Tourism, 191.987 domestic tourists have visited Eskisehir in 2013. Due to lack of data about domestic tourists who experienced local food in Eskisehir, defining research population completely is not possible. Thus, data gathered from 390 domestic tourist who consumed local food in restaurants in Eskisehir. When data is processed, 30 surveys were unable to include into analysis due to mistakes. So 360 surveys were included to analysis. Factor analysis, correlation analysis and regression analysis were conducted through the process. Results indicate that domestic tourists' local food consumption motivation is intense and %11,3 of their future intentions could be explained with this motivation.
Key Words: Local Food Consumption, Motivation, Future Intention, Eskisehir.

GİRİŞ

Turizm kapsamında bakıldığında motivasyon, kişinin davranışlarına yön veren ve kişiyi seyahat etmeye veya turistik aktivitelere katılmaya iten psikolojik, içsel ihtiyaçlar bütünü olarak tanımlanabilir (Crompton & McKay, 1997). Turistler gittikleri bölgelerde motivasyonları doğrultusunda hareket ederler. Turizmin doğasında yeni yerler ve kültürler keşfetme güdüsü mevcut olduğu gibi, yeni ve farklı lezzetleri tatma güdüsü de turizmde önemli bir konuma sahiptir.
Ancak tüketicilerin yiyecek tüketim tercihleri sürekli değişebilmektedir. Günümüzde insanlar artık besleyici, doğal, doğaya ve hayvanlara önem veren ve güvenli yiyecekleri tercih etmektedirler (Rezai, Teng, Mohamad & Shamsudin, 2012). Bu anlamda yöresel yiyecekler, turistlere sağlıklı ve taze yiyecek alternatifleri sunacağı gibi yerel üreticileri ve ekonomiyi destekleyecektir. Ayrıca doğaya en az şekilde zarar verecek yöntemlerle üretildikleri için çevre açısından da büyük tehlike arz etmemektedirler (Plank, 2006; Lyson, 2004; Harper & Le Beau, 2003) .

Bunlara ek olarak yöresel yiyecekleri tatmak, hem kültürel bir aktivite, hem de bir eğlence çeşidi olarak görüldüğü için, yöresel yiyecekleri tatmanın turistik deneyimin temel öğelerinden biri olduğunu söylemek mümkündür. Nitekim yöresel yiyecekler, destinasyonlarda, turistlere, değişik tatların ve farklı geleneklerin tanıtılmasında önemli bir rol oynamaktadır (Fields, 2002; Kivela & Crotts, 2006).

Her ne kadar yöresel yiyecekler turistik deneyimin önemli bir parçası olarak görülse de hangi yiyeceklerin yöresel yiyecek kapsamına girdiği konusunda genel geçer bir görüş bulunmamaktadır. Bununla birlikte, literatürde yöresel yiyeceğin ne olduğuyla ilgili kesin bir tanımlama bulunmamaktadır (Jones, Comfort & Hillier, 2004; Feagan, 2007). Ancak yöresel yiyeceklerin, belirli bir coğrafi bölge sınırları içerisinde üretilen ve sunulan yiyecekler olduğu görüşü, genel kabul görmüş görüşlerden biridir (Martinez, Hand, Dapra & Pollack, 2010). Bu kapsamda, bu çalışmada Eskişehir bölgesindeki yerli turistlerin yöresel yiyecek tüketim motivasyonları incelenmiştir.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Yiyecek seçimi, bir kişi tarafından, satın alma sırasında bilinçli ve bilinçsizce verilen kararlar serisidir (Herne, 1995). Genel bir bakış açısıyla, yiyecek seçimleri yiyecekleri üreten, işleyen ve dağıtan tedarikçiler için bir tüketici talebi oluşturur (Sobal, Bisogni, Devine & Jastran, 1998). Yiyecek tercihi; tercihler, kimlikler ve kültürel anlamların ifadesi iken, aynı zamanda hayatın sembolik, ekonomik ve sosyal bileşenlerinin temel bir parçasıdır (Sobal, Khan & Bisogni, 2006).

McIntosh, Goeldner ve Ritchie (1995) turistlerin seyahat etmelerine neden olan motivasyonların; fiziksel motivasyon, kültürel motivasyon, insanlar arası motivasyon ve durum ve prestij motivasyonlarından oluşan 4 kategoriye dahil olduğunu belirtirken Fields (2002), bu motivasyonların turizmdeki yiyecekle ilişkili olarak değerlendirilebileceğini belirtmiştir. Bu çalışmanın ardından; Kim, Eves ve Scarles (2009) 20 kişiyle yaptıkları görüşmeler sonucunda yöresel yiyecek tüketme motivasyonunu etkileyen 9 adet faktör belirlemiştir. Bunlar heyecan verici deneyim, rutinden kaçış, sağlık endişeleri, öğrenme isteği, gerçek bir deneyim yaşama isteği, birliktelik, saygınlık, duyusal çekicilik ve fiziksel çevredir.

Turistlerin yiyecek tüketim tercihlerini etkileyen belirgin etkenlerin araştırıldığı nitel çalışmada Mak, Lumbers, Eves ve Chang (2012), ilgili alanyazını incelemiş ve bu çalışmalardaki yiyecek tüketimi ile sosyolojik araştırmalardaki kavramları sentezleyerek turistlerin yiyecek tüketimini etkileyen 5 adet sosyo-kültürel ve psikolojik faktör tanımlamışlardır. Bu etkenler; kültürel/dini etkenler, sosyo-demografik faktörler, yiyecek tercihiyle alakalı kişisel etkenler, geçmiş deneyimler ve motivasyonel faktörlerdir. Araştırma sonuçlarında motivasyonel etkenlerin 5 ana boyutta toplanabileceği ortaya çıkmıştır. Bu boyutlar semboliklik, zorunluluk, karşıtlık, genişlik ve zevkliliktir.

Kesici (2012) kırsal turizme olan talepte yöresel yiyecek ve içecek kültürünün rolünü konu edindiği çalışmasında, kırsal turizm ile birlikte bu turizm türünü geliştirme konusunda yöresel yiyecek içeceklerin rolünü incelemiştir. Sonuçlara göre yöresel yiyecek içecekler, iyi bir bölge imajı yaratmada önemli bir rol oynayabilmektedir. Ayrıca bu bölgeleri ziyaret eden turistler yöresel yiyecek içeceklerin tariflerini alarak kendi yakın çevrelerine de tanıtmaktadırlar.

Saito ve Saito (2013) turistlerin, yöresel ürünler kullanılarak üretilen yiyecekleri, yöresel olmayanlara oranla daha fazla seçtiğini belirtmiştir. Satın alıcıları bu seçime yönelten motivasyonların, yöresel yiyeceklerin daha kaliteli ve yöreye özgü olduğu düşüncesinden kaynaklandığını öne sürmüşlerdir. Bu vurgudan hareketle çalışmada, bu iki motivasyonun, müşteri referans noktalarından yola çıkarak, ürün talebine yaptığı göreceli katkıları belirlemeye çalışmışlardır. Bu amaçla yöresel buğdaydan üretilen ekmek talebi üzerine tercih metodu uygulamışlardır. Sonuç olarak, Japon müşterilerin yöresel buğdayla

yapılan ekmeğe, kendilerine daha faydalı olacağı için büyük bir önem verdiği ve sıklıkla bu ekmekleri satın alan kişilerin dışardan gelen ürünleri almaya pek sıcak bakmadığı ortaya çıkmıştır.

Ballute ve Berger (2014) organik ve yöresel yiyeceklerin tüketiminde algıları ve motivasyonları konu edindikleri çalışmada, bu iki kavramın tanımları ve algıları arasındaki ilişkiler ile organik ve yöresel yiyecekler konularında gelişen trendleri incelemeyi hedeflemişlerdir. Amerika'nın kuzeydoğusundaki üniversite öğrencileri gelecekteki müşteriler olarak görülmüş, anket yoluyla yapılan çalışmada öğrencilerin mevcut alışveriş alışkanlıkları, algıları ve motivasyonları ve mezun olduktan sonra bunlarla ilgili ne tür değişiklikler bekledikleri sorulmuştur. Genel olarak öğrencilerin yöresel ve organik ürünleri tüketmenin faydalarının ve iki kavramın birbirinden farklı olduğunun bilincinde oldukları görülmüştür. Öğrenciler hem organik hem de yöresel yiyeceklerin eşit derecede önemli olduğunu belirtseler de, organik yiyecekleri tüketmenin yöresel yiyecekleri tüketmekten daha sağlıklı olduğunu düşünmektedirler.

Literatürde yapılan çalışmalar incelendiğinde yöresel yiyecek tüketimi motivasyonlarını etkileyen faktörlerin yaşam tarzı, sağlıklı yaşam düşüncesi, inançlar, kültürel değerler, psikolojik süreçler, demografik özellikler, ekonomik koşullar, değişen tüketici ihtiyaçları, ürünlerin geldiği yerler ve lezzet gibi faktörler olduğu görülmektedir. Bu çalışma da Eskişehir'e gelen yerli turistlerin yöresel yiyecek tüketimi motivasyonlarını etkileyen faktörleri belirlemek amacıyla gerçekleştirilmiştir.

ARAŞTIRMA MODELİ VE HİPOTEZLER

Turistlerin yöresel yiyecekleri tüketme motivasyonları son 10 yıldır akademik düzeyde incelenmesine rağmen, bu konuda yapılan çalışmalar hala başlangıç evresindedir ve temel ilkeleri ortaya koymaktadır. (Kim & Eves, 2012). Yapılan çalışmalarda yöresel yiyecek ve içecek tüketimi motivasyonlarında etkili olan faktörlerin; kültürel deneyim, heyecan, kişiler arası ilişki, duyusal çekicilik ve sağlık endişeleri olduğu görülmüştür (Fields, 2002; Kim, Eves & Scarles, 2009).

Kültürel deneyimin literatürde, tarih bilgisi ve farklı ülkeler hakkında bilgi edinme ve o kültürlerle ilgili otantik deneyimler yaşamayla edinilebildiği vurgulanmaktadır. Hjalager (2003), tatil sırasında kişilerin yöresel yiyecek ve içecekleri tüketmeleriyle yöresel yemek kültürünü paylaştıklarını vurgulamıştır. Bununla birlikte Getz (2000), yöresel yiyecek tüketim deneyiminin, yöresel kültürü tanımak ve bölge insanlarının bu yiyecekleri nasıl tükettiğini öğrenmek için bir fırsat olduğunu belirtmiştir. Buna göre,

H_1: Kültürel deneyim ile gelecek niyeti arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Heyecan faktörü, heyecan verici deneyim ve rutinden kaçış öğelerinden oluşmaktadır. Mayo ve Jarvis (1981) bu iki kavramın benzer psikolojik çıktılarının olduğunu belirtmiştir. Mansfield (1992) seyahat motivasyonunun

kişilerin içlerinde bulamadıklarını dışarıda aramalarından kaynaklandığını, bu tür ihtiyaçların büyük çoğunlukla toplumun yaşayış biçimi ve rutinden meydana geldiğini belirtmiştir. Kim ve Eves de (2012) yöresel yiyecek tüketim motivasyonlarının heyecan verici deneyim ve rutinden kaçma isteğiyle ilişkili olduğunu vurgulamıştır. Buna göre;

H_2: Heyecan ile gelecek niyeti arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Kişiler arası ilişki; sosyalleşme, ailenin bir araya gelmesi ve kişinin kendini başkalarına ifade edebilmesi gibi kavramları içermektedir. Bu nedenle kişiler arası iletişimin insanlar arasındaki sosyal, duygusal ve karşılıklı ilişkiler olduğunu söylemek mümkündür (Kim & Eves, 2012). Buna göre kişiler arası ilişkinin, kişinin ailesi ve arkadaşlarıyla bir araya gelme isteği olduğu kadar, normal çevrelerinin dışındaki insanlarla tanışma isteği olduğunu söylemek mümkündür (Fodness, 1994; Hallberg, 2003, Pollard, Kirk & Cade, 2002). Literatürdeki bazı çalışmalarda belirtildiği üzere tatillerde yiyecek tüketimi, insanlar arasındaki sosyal ve duygusal ilişkiler göz önünde bulundurulduğunda, turistlerin kendilerini diğerlerinden farklı hissetmelerini, tercihlerini ve ağız tatlarını bu bölgedeki insanlarla paylaşmalarına imkan vermektedir (Fields, 2002; Pollard, Kirk & Cade, 2002). Buna göre,

H_3: Kişiler arası ilişki ile gelecek niyeti arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Turistlerin sağlık endişesi de yiyecek tüketim motivasyonları üzerinde doğrudan etkili bir faktördür. Glanz, Basil, Maibach, Goldberg ve Snyder (1998) yiyecek tüketimindeki en önemli faktörün sağlıklı yaşam tarzı düşüncesi olduğunu belirtirken, Mooney ve Walbourn (2001) kişilerin ağırlık, sağlık ve doğal olmayan içeriklerinden dolayı belli başlı yiyecekleri tüketmekten kaçındığını vurgulamıştır. Buna göre,

H_4: Sağlık endişesi ile gelecek niyeti arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Duyusal çekicilik; bireylerin yeni bir yiyecek deneyimi yaşamak istediklerinde yapacakları tercihlerde göz önünde bulundurdukları duyusal özellikleri ifade etmektedir (Pollard, Steptoe & Wardle, 1998). Literatürdeki genel düşünce, turistlerin deneyim çeşitliliği ihtiyacının dokunma, koku alma, tat alma ve görme gibi duyular ile ilişkili olduğudur (Boniface, 2003; Dann & Jacobsen, 2002; Kim, Eves & Scarles, 2009; Kivela & Crotts, 2006). Buna göre,

H_5: Duyusal çekicilik ile gelecek niyeti arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Yöresel yiyecekler, destinasyonlarda, turistlere değişik tatların ve farklı geleneklerin tanıtılmasında önemli bir rol oynamaktadır (Fields, 2002; Kivela & Crotts, 2006). Yöresel yiyecek içecekler iyi bir bölge imajı yaratmada önemli bir rol oynayabilmektedir. Ayrıca bu bölgeleri ziyaret eden turistler yöresel yiyecek içeceklerin tariflerini alarak kendi yakın çevrelerine de tanıtmaktadırlar (Kesici, 2012). Saito ve Saito (2013) turistlerin, yöresel ürünler kullanılarak üretilen yiyecekleri yöresel olmayanlara oranla daha çok seçtiğini belirtmiştir.

H_6: Yöresel yemek tüketim motivasyonunun gelecek niyeti üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

YÖNTEM

Eskişehir'e gelen yerli turistlerin yöresel yemek tüketim motivasyonlarını ortaya koymak ve bu motivasyonlarının gelecekle ilgili niyetleri üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla yapılan bu araştırma amaç ve düzey yönünden uygulama araştırmaları kapsamındadır (Dinler, 1998: 9).

Araştırmada veri toplama aracı olarak Kim ve Eves' in (2012) çalışmasından uyarlanan anket kullanılmıştır. Söz konusu anket formu iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik 4 ifade; ikinci bölümde ise katılımcıların yöresel yemeklerle ilgili değerlendirmelerini ve gelecek niyetleri belirlemeye yönelik 26 ifade bulunmaktadır. İkinci bölümdeki ifadelerin yanıt kategorileri oluşturulurken Likert tipi 5'li derecelendirmeden yararlanılmıştır. Katılımcıların gelecek niyetleri, "Tekrar yöresel yemek yemek isterim" ve "Yöresel yemekleri tavsiye ederim" ifadeleriyle belirlenmeye çalışılmıştır.

Araştırmanın Amacı ve Önemi

Araştırmanın amacı, Eskişehir'de yöresel yemek deneyiminde bulunan yerli turistlerin yöresel yemek tüketim motivasyonlarını ortaya koymak ve bu motivasyonlarının gelecek niyetleri üzerindeki etkisini belirlemektir. Yöresel yemekler hem turistik çekicilik unsuru olması hem de yemeklerin hazırlanmasında yerel malzemeler kullanıldığından bölgesel kalkınmaya destek olması bakımından önemlidir. Literatür tarandığında turistlerin yöresel yemek tüketim motivasyonlarının ortaya konulması ile çalışmaların sınırlı olması araştırmayı önemli kılmaktadır. Ayrıca bu motivasyonların gelecek niyeti üzerindeki etkisinin belirlenmesinin de literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Verilerin Analizi ve Güvenirlik

Kim ve Eves' in (2012) turistlerin yöresel yemek tüketim motivasyonlarını belirlemeye yönelik geliştirdikleri ölçeğin yapı geçerliğini sınamak amacıyla faktör analizi yapılmış ve faktör analizi sonucu ortaya çıkan boyutlara göre hipotezler belirlenmiştir. Söz konusu ölçek Cronbach Alpha yöntemiyle güvenirlik analizine tabi tutulmuş ve α = ,806 olarak hesaplanmıştır. Anket formlarıyla elde edilen veriler güncel istatistik programında analiz edilmiş; yüzde, frekans, aritmetik ortalama ve standart sapma yardımıyla tablo haline getirilmiş ve araştırmanın amacına uygun olarak yorumlanmıştır. Hipotezleri test etmek için korelasyon ve regresyon analizleri yapılmıştır. Regresyon analizinde uç değerler (outliers) önem arz ettiğinden (Akbulut, 2010: 69) tüm uç değerler kontrol edilmiş ve 5 yordayan değişken için kritik Mahalanobis uzaklık değeri olan 20,52'den yüksek olan dört anket formu analiz dışında tutulmuştur.

BULGULAR

Bu bölümde katılımcıların demografik özelliklerine, yöresel yemek tüketim motivasyonlarına ve bu motivasyonlarının gelecek niyeti üzerindeki etkisine ilişkin bulgular yer almaktadır.

Demografik Değişkenlere İlişkin Bulgular

Katılımcıların genel özellikleri incelendiğinde %52,2'sinin erkek ve %79,2'sinin bekâr olduğu görülmektedir.

Tablo 1-Katılımcıların Genel Özellikleri

		n	%			n	%
Cinsiyet	Kadın	172	47,8	**Medeni durum**	Bekar	285	79,2
	Erkek	188	52,2		Evli	75	20,8
Yaş	18-25	232	64,4	**Eğitim durumu**	İlköğretim	14	3,9
	26-35	81	22,5		Lise	113	31,4
	36-45	24	6,7		Önlisans	37	10,3
	46-55	16	4,4		Lisans	180	50,0
	55+	7	1,9		Lisansüstü	16	4,4

Araştırmaya katılan yerli turistlerin yarıdan fazlasının (%64,4) 18-25 yaş aralığında ve yarısın (%50,0) lisans düzeyinde eğitime sahip oldukları belirlenmiştir.

Faktör Analizine İlişkin Bulgular

Yöresel yemek tüketim motivasyonu ile ilgili ölçeğin yapı geçerliğini sınamak için faktör analizi yapılmıştır. Verilerin faktör analizine uygunluğu Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) katsayısı ve Barlett Sphericity testi sonuçları da anlamlıdır (x^2=1554,950; p<0,000). Her iki test sonucuna bakıldığında, yöresel yemek tüketim motivasyonuna ilişkin verilerle faktör analizinin yapılmasının uygun olduğu görülmüştür.

Faktör analizi sonucunda özdeğeri birden büyük beş boyut belirlenmiştir. Belirlenen bu beş boyut toplam varyansın %51,968'ini açıklamaktadır. Belirlenen bu boyutlar "kültürel deneyim", "heyecan", "kişilerarası ilişki", "sağlık endişesi" ve "duyusal cazibe" olarak isimlendirilmiştir.

Korelasyon Analizine İlişkin Bulgular

Yöresel yemek tüketim motivasyonu alt boyutları ile gelecek niyeti (GN) arasındaki ilişkiyi ve ilişkinin yönünü ortaya koymak için korelasyon analizi yapılmıştır.

Tablo 2-Korelasyon Analizine İlişkin Bulgular

	x	s.s.	KD	HE	Kİ	SE	DC	GN
KD	4,01	0,653	-					
HE	3,7	0,731	,357**	-				
Kİ	3,58	0,680	,277**	,333**	-			
SE	3,57	0,717	,461**	,348**	,283**	-		
DC	4,05	0,658	,231**	,126**	,216**	,172**	-	
GN	4,04	0,706	,172**	,168**	,226**	,259**	,194**	-
**Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).								

Yapılan korelasyon analizine göre yöresel yemek tüketim motivasyonu alt boyutları olan "kişisel deneyim", "heyecan", "kişilerarası ilişki", "sağlık endişesi" ve "duyusal cazibe" ile "gelecek niyeti" arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. Sonuçlar Kim ve Eves'in (2012) çalışmasıyla örtüşmektedir. Buna göre yerli turistlerin yöresel yemek tüketim motivasyonları arttıkça gelecek niyetlerinin de artacağını söylemek mümkündür.

Regresyon Analizine İlişkin Bulgular

Yöresel yemek tüketim motivasyonunun (YYTM) gelecek niyeti üzerinde etkisi olup olmadığını, varsa etki derecesini ortaya koymak için regresyon analizi yapılmıştır.

Tablo 3-Regresyon Analizine İlişkin Bulgular

Değişken	B	Standart Hata	β	t	p	Tolerance	VIF
Sabit	2,018	0,301		6,700	0,000		
YYTM	0,539	0,079	0,339	6,784	0,000	1,000	1,000
R= ,339	R^2= ,115	ΔR^2= ,113	Durbin-Watson= 1,727				
F = 12,773		p< 0,001					

Regresyon analizi sonuçlarına göre gelecek niyetinin yordanması için kurulan modelin anlamlı olduğu görülmektedir ($p<0,001$). Buna göre yöresel yemek tüketim motivasyonunun gelecek niyeti üzerinde etkisi olduğu (r=,339); gelecek niyetinin % 11,3'ünün yöresel yemek tüketim motivasyonu ile açıklanabileceği tespit edilmiştir. Analiz sonucunda; kurulan hipotezler kabul edilmiştir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmada Eskişehir yöresindeki yerli turistlerin yöresel yiyecek tüketim motivasyonları incelenmeye çalışılmıştır. Çalışma turistlerin yöresel yiyecek tüketim motivasyonlarını belirleyen faktörlerin ortaya koyulması konusunda literatüre katkı sağlamaktadır. Çalışmada, daha önce literatürde tanımlanmış olan motivasyonlar (Kim & Eves, 2012; Kim, Eves & Scarles, 2009; Bastamipour, Mohamadi & Pourashraf, 2013; Ballute & Berger, 2014) göz

önünde bulundurularak Eskişehir bölgesini ziyaret eden turistlerin motivasyonları incelenmiştir.

Araştırmanın sonuçları hem pazarlama uzmanlarına hem de yiyecek içecek sektöründeki işletmelere bir takım yol gösterici uyarılar sunmaktadır. Buna göre pazarlama uzmanlarının, turistleri, ortaya koyulan motivasyonlar doğrultusunda tatil sırasında yöresel yiyecek tüketmeye teşvik edecek çalışmalar yapmaları önerilebilir. Bu amaçla, kültürel deneyim motivasyonunu destekleyecek, yöresel yemek kültürünü tanımaya yardımcı olabileceği düşünülen yöresel yiyeceklerin nasıl yapıldığını öğrenme, hazırlama sürecine katılma gibi imkanların sunulması faydalı olacaktır. Çalışmada öne çıkan motivasyonlardan duyusal cazibeyle alakalı olarak bir bölgede yöresel yiyecek içeceklerin tüketilmesi ile zenginleştirilebilecek turistik deneyimler yöreye özgü bir kimlik ve imaj kazandırmada faydalı olabilecektir. Bölgedeki aşçılar ve şeflerin yöreye özgü yiyeceklerle ilgili becerilerini geliştirmeleri ve bölgeye özgü yiyecek çeşitliliğini artırmaları için teşvik edilmelerinin faydalı olacağı düşünülmektedir. Bu yiyeceklerin tat ve kokularının zenginleştirilmesi ile turistlerin heyecan duygusuyla bölgeye gelmelerinin sağlanabileceği düşünülmektedir. Bölgede yöresel yiyecek içeceklerin tüketimini teşvik edecek festival vb. etkinliklerin gerçekleştirilmesi de bu tatları tecrübe etmek isteyen turistleri bölgeye çekeceğinden, kişiler arası ilişkilerin geliştirilmesi açısından faydalı olabilecektir. Yöreye özgü yiyecek içeceklerin tamamen organik ve yörede yetiştirilmiş ürünlerle yapılması da turistlerin sağlık endişesi motivasyonlarını olumlu yönde etkileyip, bu turistleri bölgeye çekebileceği düşünülmektedir.

Yöresel yemekler kültürün bir parçası olması sebebiyle bir turistik çekicilik unsuru olarak değerlendirilmektedir. Ayrıca, yöresel tatların seyahat deneyiminde kalıcı etkisi olduğundan yöresel yemeklerin tercih edilecek yer seçiminde önemli bir faktör olduğu söylenebilir (Eskişehir Turizm Master Planı, 2011: 20).

Yöresel yiyecek tüketimi hem kültürel bir aktivite olarak hem de eğlence çeşidi olarak sunulabilmesi nedeniyle turistik deneyimlerin en temel öğelerinden biridir (Hjalager & Richards, 2002). Yöresel yemek tüketiminin teşvik edilmesi, gerek turistleri yöreye çekme açısından gerekse yöre kültürünün sürdürülebilirliği açısından büyük öneme sahiptir. Gelecek çalışmalarda, yöresel yemek tüketimi ve sürdürülebilirlik konuları, yöresel yemek tüketimi motivasyonlarının kapsamı genişletilerek çalışılabilir.

KAYNAKÇA

Akbulut, Y. (2010). *Sosyal Bilimlerde SPSS Uygulamaları*. İstanbul: İdeal Kültür Yayıncılık.

Ballute, A.K. & Berger, P.D. (2014). *The Perceptions of and Motivations for Purchase of Organic and Local Foods.* Journal of Contemporary Issues in Business Research, 3(1), 1-18.

Bastamipour, M., Mohamadi, E. & Pourashraf, Y. (2013). *Investigating Local Foods Consumption in Ilam.* Advances in Environmental Biology, 7(8), 1956-1963.

Boniface, P. (2003). *Tasting Tourism: Travelling for Food and Drink.* Aldershot; Burlington, Vt.: Ashgate.

Crompton, J. L. & McKay, S. L. (1997). *Motives of Visitors Attending Festival Events,* Annals of Tourism Research, 24, 425-439.

Dann, G. M. & Jacobsen, J. K. (2002). *Leading the Tourist by the Nose*, in G. M. S. Dann (Ed.), The Tourist as a Metaphor of the Social World. New York: CABI Publishing.

Dinler, Z. (1998). *Bilimsel Araştırma ve İnternet'e Bağlı Bilgi Merkezleri El Kitabı.* Bursa: Ekin Kitapevi Yayınları.

Eskişehir Turizm Master Planı 2011-2015 (2011). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları No: 2426.

Feagan, R. (2007). *The Place of Food: Mapping out the Local in Local Food Systems*. Progress In Human Geography, 31(1), 23-42.

Fields, K. (2002). *Demand for the Gastronomy Tourism Product: Motivational Factors*. In A. Hjalager, & G. Richards (Eds.), Tourism and Gastronomy, London: Routledge.

Fodness, D. (1994). *Measuring Tourist Motivation*. Annals of Tourism Research, 21(3), 555-581.

Getz, D. (2000). *Explore Wine Tourism: Management, Development & Destinations*. New York: Cognizant Communication Corporation.

Glanz, K., Basil, M., Maibach, E., Goldberg, J. & Snyder, D. (1998). *Why Americans Eat What They Do*. Journal of the American Dietetic Association, 98(10), 1118-1126.

Hallberg, D. (2003). *Synchronous Leisure, Jointness and Household Labor Supply*. Labour Economics, 10(2), 185-203.

Harper, C. L. & Le Beau, B.F. (2003). *Food, Society, and Environment*. Upper Saddle River. New Jersey: Prentice Hill.

Herne, S. (1995). *Research on Food Choice and Nutritional Status in Elderly People:* A Review. British Food Journal, 97 (9), 12–29.

Hjalager, A. (2003). *What Do Tourists Eat and Why? Towards A Sociology of Gastronomy and Tourism.* In J. Collen, & G. Richards (Eds.), Gastronomy and tourism. Belgium: Academie Voor de Streekgebonden Gastronomie.

Hjalager, A. & Richards, G. (2002). *Tourism and Gastronomy*. London: Routledge.

Jones, P., Comfort D. & Hillier, D. (2004). *A Case Study of Local Food and Its Route to market in the UK*. British Food Journal, 106(4), 328-335.

Kesici, M. (2012). *Kırsal Turizme Olan Talepte Yöresel Yiyecek ve İçecek Kültürünün Rolü.* KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 14 (23), 33-37.

Kim, Y. & Eves, A. (2012). *Construction and Validation of A Scale to Measure Tourist Motivation to Consume Local Food*. Tourism Management, 33, 1458-1467.

Kim, Y., Eves, A. & Scarles, C. (2009). *Building A Model of Local Food Consumption on Trips and Holidays: A Grounded Theory Approach.* International Journal of Hospitality Management, 28(3), 423-431.

Kivela, J. & Crotts, J. (2006). *Tourism and Gastronomy: Gastronomy's Influence on How Tourists Experience A Destination.* Journal of Hospitality and Tourism Research, 30(3), 354-377.

Lyson, T. (2004). *Civic Agriculture: Reconnecting Food, Farm and Family.* Lebanon, NH: Tufts.

Martinez, S., Hand, M., Dapra, M. & Pollack, S. (2010). *Local Food Systems Concepts, Impacts, and Issues United States Department of Agriculture*. Economic Research Service, Economic Research Report, Number 97.

Mak, A., Lumbers, M., Eves, A. & Chang, R.C.Y. (2012) *Factors Influencing Tourist Food Consumption.* International Journal of Hospitality Management, 31, 928– 936.

Mansfeld, Y. (1992). *From Motivation to Actual Travel*. Annals of Tourism Research, 19(3), 399-419.

Mayo, E. & Jarvis, L. P. (1981). *The Psychology of Leisure Travel*. Boston MA: CBI.

McIntosh, R.W., Goeldner, C. R. & Ritchie, J. R. B. (1995). *Tourism Principles, Practices, Philosophies* (7th ed.). New York: Wiley.

Mooney, K. M. & Walbourn, L. (2001). *When College Students Reject Food: not Just A Matter of Taste.* Appetite, 36, 41-50.

Plank, N. (2006) *Real Foods: What to Eat and Why.* New York: Bloomsbury.

Pollard, J., Kirk, S. & Cade, J. E. (2002). *Factors Affecting Food Choice in Relation Fruit and Vegetable Intake: A Review.* Nutrition Research Reviews, 15, 373-387.

Pollard, T., Steptoe, A. & Wardle, J. (1998). *Motives Underlying Healthy Eating: Using the Food Choice Questionnaire to Explain Variation in Dietary Intake.* Journal of Biosocial Science, 30(2), 165-179.

Rezai, G., Teng, P. K., Mohamad, Z. & Shamsudin, M. N. (2012). *Consumer Awareness Consumption Intention towards Green Foods.* African Journal of Business Management, 6(12), 4496-4503.

Saito, H. & Saito, Y. (2013). *Motivations for Local Food Demand by Japanese Consumers: A Conjoint Analysis with Reference-Point Effects.* Agribusiness, 29(2), 147–161.

Sobal, J., Bisogni, C.A., Devine, C.M. & Jastran, M. (2006). *A Conceptual Model of the Food Choice Process over the Llife Course.* In: Shepherd, R., Raats, M. (Eds.), The Psychology of Food Choice. CAB International, Oxfordshire, 1–18.

Sobal, J., Khan, L.K. & Bisogni, C.A. (1998). *A Conceptual Model of the Food and Nutrition System*. Social Science and Medicine, 47, 853–863.