



Gaziantep'in Gastronomi Şehri Olarak Belirlenmesinde Demografik Değişkenlerin Etkisi (The Effect of Demographic Factors on Determination of Gaziantep as a Gastronomy City)

*Aliye AKIN^a 

^a Gaziantep University Tourism and Hospitality Vocational School, Gaziantep/Turkey

Makale Geçmişi

Gönderim

Tarihi: 05.05.2018

Kabul Tarihi: 10.06.2018

Anahtar Kelimeler

Turizm

Gastronomi

Kültürel miras

Öz

Çalışma, gastronomi ve ikram hizmetleri bölümünde eğitim alan öğrencilerin demografik özellikleri ile Gaziantep'i gastronomi şehri olarak belirleyen faktörler arasındaki farklılığı tespit etmek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Ayrıca öğrencilerin gözünde Gaziantep'i gastronomi şehri olarak belirleyen faktörlerin ortaya konması diğer bir amaçtır. Bu amaçlar kapsamında kolayda örneklem yöntemi ile 175 öğrenciye anketler uygulanarak, veriler elde edilmiştir. Elde edilen veriler çeşitli istatistiksel analizlere tabi tutularak, araştırma sonuçlandırılmıştır. Buna göre eğitim düzeyi ile Gaziantep'i gastronomi şehri olarak belirleyen faktörler arasında farklılık gösterdiği; cinsiyet ile ise Gaziantep'i gastronomi şehri olarak belirleyen faktörler arasında farklılık bulunmadığı tespit edilmiştir. Bununla beraber araştırmacı tarafından oluşturulan 56 yargının ortalamalarının 3,5'un üzerinde olduğu, dolayısıyla katılımcıların oluşturulan tüm yargılara karşı düşüncelerinin olumlu olduğu saptanmıştır. Buradan hareketle Gaziantep'in gastronomi şehri olarak belirlenmesinde yetiştirilen fıstığın, bakliyatın, üretilen farklı piyaz, pilav, kebab ve kazan yemek türlerinin, sunulan yiyecek ve içeceklerdeki gıda güvenliği ile hijyenin etkili olduğu ortaya konmuştur. Son olarak şehrin baharat yolunun üzerinde olması, nitekim farklı baharatların mutfakta yer alması, ulusal ve uluslararası arenada yemeklerin tanınması olmasının da Gaziantep şehrinin gastronomi şehri olarak belirlenmesinde etkin bir unsur olduğu tespit edilmiştir.

Keywords

Tourism

Gastronomy

Cultural heritage

Abstract

The study was conducted in order to determine the difference between the demographic characteristics of the students who were educated in gastronomy and catering services and the factors determining Gaziantep as a gastronomy city. In addition, it is another aim to reveal the factors that determine Gaziantep as a gastronomy city in the eyes of students. For these purposes, data were obtained by applying questionnaires to 175 students using the easy sampling method. The obtained data were subjected to various statistical analysis and the research was concluded. According to this, it was determined that there is a difference between education level and factors determining Gaziantep as gastronomy city. But it was determined that there was no difference between gender and factors determining Gaziantep as a gastronomy city. In addition, it was determined that the average of 56 judges formed by the researcher is over 3.5. In this direction, it was determined that the participants had a positive attitude towards this judgment. From this point of view, in the determination of Gaziantep as a gastronomy city, it was determined that the different types of pistachio, pulses, rice, kebab and cauldron produced were effective in food safety and hygiene in the food and beverages offered. The fact that the city is on the spice road, that different spices are included in the kitchen, and that food is known in the national and international arena is an effective factor in determining Gaziantep as a gastronomy city.

* Sorumlu Yazar.

E-posta: aliyeakin@gantep.edu.tr (A. Akın)

GİRİŞ

Günümüzde turizm gün geçtikçe hızlı bir biçimde büyüme göstermektedir. Dolayısıyla farklı turizm türlerine karşı eğilimin arttığı söylenebilir (Akin, 2016: 25). İnsanlar artık deniz, kum ve güneşten oluşan tatil turizminin dışında farklı deneyimler elde etmek amacıyla çeşitli turizm etkinlikleri içerisinde yer almaktadır. Geçmişini merak eden insanoğlunun geçmişin güncel yansıması olan kültürleri öğrenme isteği her geçen gün artış göstermektedir (Aksoy ve Sezgi, 2015: 80). Bu doğrultuda kültür; süreçler (insanların düşünceleri ve yaşama biçimleri) ve bu süreçler sonunda oluşan ürünleri (binalar, el sanatları, yemek-beslenme alışkanlıkları ve gelenekler) kapsamaktadır. Kültürel miras ise, “bir neslin kendinden sonra gelen nesle bıraktığı doğal veya kültürel değerleri ifade etmektedir. Kültürel mirası, somut ve somut olmayan (soyut) kültürel miras olarak iki grupta incelemek mümkündür. Geçmişten miras kalan gelenekler, müzik, dans, dil, din, mutfak kültürü ve yemek pişirme tarzları somut olmayan kültürel miras kapsamında değerlendirilmektedir. Somut kültürel miras kapsamında ise, anıtlar, tarihi binalar, yemekler, müzik aletleri, evler, müzeler, kültürel dokuya sahip eşyalar, el sanatları ürünleri ve arkeolojik kalıntılar yer almaktadır (Çapar ve Yenipınar, 2016: 103).

İfade edilen kültürü en güzel yansıtan örneklerden biri şüphesiz yöresel mutfaklardır. Nitekim bu durum giderek artan bir turist talebi oluşturmaktadır. Dolayısıyla turist talebini oluşturan kavramlar meydana gelmektedir. Bu kavramlardan biri ise gastronomidir. Gelişen turizmde yer alan gastronomi bu sebeple önem arz etmektedir (Aksoy ve Sezgi, 2015: 80).

Gerçekleştirilen literatür taraması sonucunda gastronomi kavramı ile ilgili çeşitli tanımlar yapılmıştır. Gastronomi kavramı; yiyecek ve içecek ile ilgili kullanılan malzemelerin nasıl kullanılması gerektiğini anlatan, farklı mutfak kültürlerinin arasındaki benzerlik ile farklılığı ortaya koyan, bir yemekten alınan tadı doruk noktasına çıkarmayı amaçlayan, tarih, kültür, yemeği bir arada sunmaya çalışan bir bilim dalı olarak ifade edilebilir (Akgöl, 2012: 17). Başka bir ifadeyle gastronomi; içinde barındırdığı tüm sanatsal, bilimsel unsurlarla yiyecek ve içeceklerin tarihsel gelişme sürecinden başlayarak, tüm özelliklerinin detaylı biçimde anlaşılması, uygulanması, geliştirilerek günümüz şartlarına uyarlanması olarak tanımlanmaktadır (Aksoy ve Sezgi, 2015: 80). Gastronomi turizmi ise turistler ve yöre halkı arasında gastronomik ürünlerin paylaşımı yolu ile gerçekleştirilen kültürel bir etkinliktir (Silkes vd., 2013: 336). İfade edilen tanımlardan da anlaşılacağı üzere gastronomi; sadece yeme içme sanatı olmayıp, yiyecek ve içecek ile ilişkili her bileşenin bilimle, sanatla, kültürle olan etkileşiminden meydana gelmektedir. Bu yönüyle gastronominin geniş bir alanı kapsadığı ortadadır. Turizmde bu alanlardan birisi olduğu bilinen bir gerçektir. Özellikle turizm destinasyonundaki yerel mutfağa turistlerin ilgisinin artması, restoran yönetimi ile ilgili araştırmaların çoğalması, beslenme alışkanlıklarının, gıda bilimi ve güvenliğinin turizm endüstrisinde önem kazanması gastronomi ile turizmin sıkı bir ilişki içerisinde olduğu göstermektedir (Çalışkan, 2013: 39). Yemek ve mutfak yerel hayatın, tarihin, kültürün, ekonominin, toplumun bir ürünü olmakla beraber tarihsel süreç boyunca yerel yaşam tarzı tarafından şekillendirdiğinden çok sayıda turizm destinasyonu, turistik ürünlerini güçlendirmek için gastronomiden faydalanmaktadır. (Boyne, Hall ve Williams, 2003; López-Guzmán ve Sánchez- Cañizares, 2011). Bu sebeplerden de gastronominin önemli olduğu düşünülmektedir.

Günümüzde turistlerin yeni, eşsiz deneyimleri ve alternatif turizm şekillerini keşfetmek istemesi ile gastronomi önemli seyahat amaçlarından biri haline gelmektedir. Dolayısıyla gastronomi bir destinasyon ziyaretinin hedef parçası olarak kabul edilmekte olup; bu nedenle önem taşımaktadır (Rand ve Heat, 2006: 210). Bu özelliğinden dolayı da 2005 yılından bu yana dünyanın farklı kıtalarından birçok şehrin gastronomik mükemmelliğini etiketleyen UNESCO'nun, "Yaratıcı Gastronomi Şehirleri Ağında" yer almaya hak kazanan şehirlere verdiği "Dünya Gastronomi Şehri" unvanı turizm destinasyonlarının çekiciliğini arttırmada çok önemli bir gösterge olarak kabul edilmektedir (Güler vd., 2017: 805).

GASTRONOMİ ŞEHİRİ GAZİANTEP

Anadolu'nun ilk yerleşim alanlarından birisi olan Gaziantep'in tarih boyunca Hitit medeniyetinden Osmanlı medeniyetine kadar pek çok farklı kültüre tanıklık ettiği bilinen bir gerçektir. Dolayısıyla Gaziantep ilinin hem tarih boyunca önemli bir ticaret merkezi olması, hem de Osmanlı döneminde Araplar, Kürtler, Ermeniler ve Türkmenlerin birlikte yaşaması kültürel etkileşime önemli katkı sağlamıştır. Bu çeşitliliğin kültürel dokuyu zenginleştirdiği ve bu zenginliğin de şehrin mutfağına başarılı bir şekilde yansıdığı söylenebilir (Aksoy ve Sezgi, 2015: 85). Bu sebeple Gaziantep'in önemli, büyük ve farklı bir mutfak kültürüne sahip olduğu düşünülmektedir.

Yaratıcılığı, ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel açıdan sürdürülebilir kalkınmanın stratejik bir unsuru olarak kabul eden şehirlerarasındaki işbirliğini güçlendirmek amacıyla 2004 yılında UNESCO tarafından "Yaratıcı Şehirler Ağı (Creative Cities Network-CCN)" oluşturulmuştur. Yaratıcı Şehirler Ağı, şehirler tarafından kendi yetenek ve enerjilerini yönlendirecekleri yaratıcı endüstri sektörü tercihlerine göre seçilebilecek 7 tema etrafında şekillendirilmiştir. Bu temalar edebiyat, film, müzik, zanaat ve halk sanatları, tasarım, gastronomi ve medya sanatları olarak belirlenmiştir. Günümüzde Ağ, 54 ülkeden 116 şehri ortak hedefle bir araya getirmektedir (Unesco, 2018a). UNESCO, şehirlerin gastronomik mükemmelliklerini 2005 yılından bu yana 'Gastronomi Şehri' unvanıyla ödüllendirmektedir. Avrupa, Asya ve Amerika başta olmak üzere farklı kıtalardan toplam 25 şehrin yer aldığı bu ağa 2015 yılında tarihi, kültürel ve doğal alanlar bakımından zengin bir ülke olarak ifade edilen Türkiye'den (Zgurovski ve Akın, 2016: 57) Gaziantep dahil olmuştur. Tablo 1'de yer alan gastronomi şehirleri aşağıda sıralanan kriterleri yerine getirerek başvurularını meşrulaştırabilmektedir (Unesco, 2018b):

- Kent merkezi ve/veya bölgenin karakteristiği olan iyi gelişmiş gastronomi
- Çok sayıda geleneksel restoran ve/veya şefi bünyesinde barındıran canlı bir gastronomi topluluğunun bulundurulması
- Geleneksel mutfakta kullanılan iç kaynaklı malzeme
- Endüstriyel/teknolojik gelişmeler karşısında ayakta kalabilmiş yerel bilgi, geleneksel mutfak uygulamaları ve metotları
- Geleneksel gıda marketleri ve geleneksel gıda endüstrisi
- Gastronomi festivaller, ödüller, yarışmalar ve diğer geniş kapsamlı tanınırlık faaliyetlerine ev sahipliği yapma geleneği
- Doğaya saygı ve sürdürülebilir yerel ürünlerin teşvik edilmesi

- Kamuoyunun takdirine çalışmak, eğitim kuruluşlarında beslenmenin teşvik edilmesi, biyo çeşitliliği koruma programlarının açıcılık okulları müfredatına dâhil edilmesidir.

Tablo 1: UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Gastronomi Şehirleri Listesi

Şehir	Ülke	Üyelik Tarihi
Popoyan	Kolombiya	2005
Chengdu	Çin Halk Cumhuriyeti	2010
Östersund	İsveç	2010
Jeonju	Güney Kore	2012
Zahle	Lübnan	2013
Florianopolis	Brezilya	2014
Tsuroaka	Japonya	2014
Shunde	Çin Halk Cumhuriyeti	2014
Gaziantep	Türkiye	2015
Parma	İtalya	2015
Burgos	İspanya	2015
Belem	Brezilya	2015
Rasht	İran	2015
Denia	İspanya	2015
Tucson	A.B.D.	2015
Bergen	Norveç	2015
Ensenada (Baja California)	Meksika	2015
Phuket	Tayland	2015
Hatay	Türkiye	2017
Buenaventura	Kolombiya	2017
Alba	İtalya	2017
Cochabamba	Bolivya	2017
Panama	Panama	2017
Paraty	Brezilya	2017
San Antonio	A.B.D.	2017

Kaynak: Unesco, Yaratıcı Kentler Listesi, <https://en.unesco.org/creative-cities/creative-cities-map> (10.04.2018)

Yaratıcı şehirler ağı, farklı ülkelerdeki gıda kültürleri açısından büyük bir çeşitlilik içermektedir. Ağ; ABD, Çin, İspanya, Brezilya, İtalya ve Türkiye gibi önde gelen turizm ülkelerinin üye şehirlerini kapsamaktadır. Söz konusu ülkelerin ağda iki ve daha fazla ili bulunmaktadır. Ağın son üyesi ise Türkiye'den Hatay şehridir.

Gaziantep'in çeşitli kültürlerin buluşması nedeniyle oluşan zengin mutfağında, yaklaşık 475 çeşit yemek türü yer almaktadır. Gaziantep yemekleri, Türk ve dünya mutfakları arasında ayrıcalıklı bir yere sahiptir. Nineden toruna bir miras titizliği ile öğretilen yemeklerin ve tatlıların yapımında kullanılan malzemelerin seçimindeki titizlik, hazırlama, pişirmede gösterilen beceri, yemeklerin yapımında kullanılan yemeklere değişik tat ve lezzet veren baharatlar, salçalar, soslar, karışımlar, Gaziantep yemekleri ile tatlılarının şöhrete kavuşmasına, aynı zamanda aranılan damak tadının oluşmasına büyük katkı sağlamıştır (Gaziantep Ticaret Odası, 2011: 12).

Gaziantep mutfağı, ulusal ve uluslararası boyutta tanınan bir yerel mutfaktır. Tarihi zenginliği ve coğrafi konumunun getirdiği malzeme çeşitliliği ile çok sayıda özgün yemek çeşidi mevcuttur. Gaziantep mutfağına özgü geleneksel yemekler aşağıda kısaca özetlenmiştir (Serinkaya, 2017: 30-31).

- Kebaplar: Kuşbaşı, kıyma, sebzeli, altı ezmeli, simit, patlıcan soğan, sarımsak, keme, yenidünya, ayva, elma, ciğer, böbrek, dalak, yürek.
- Dolmalar ve sarmalar: Taze kabak, haylan kabağı, patlıcan, biber, firikli acur dolması, damat dolması, mumbar dolması, Antep usulü zeytinyağı dolma, can erikli yaprak sarma, lahana ve pazı sarması.
- Köfteler: İçli köfte, yağlı köfte, malhıtalı köfte, omac, akıtmalı ufak köfte, ekşili ufak köfte, yağlı yumurtalı köfte.
- Pilavlar: Kapamalı firik pilavı, Şehriyeli, domatesli, mercimekli, loğlazlı pilav, nohutlu pilav, Özbek pilavı, dövme aşısı, simit aşısı, buhara pilavı, yaprak buğulaması.
- Sebzeli etli yemekler: Kabaklama, doğrama, kabak oturtması, soğan aşısı, sarımsak aşısı, pırpırım aşısı, marul aşısı, borani.
- Meyveli yemekler: Elma tavaşı, erik tavaşı, çağla aşısı, incir aşısı, ayvalı ekşi taraklık.
- Börekler: Şekerli peynir böreği, zeytin böreği, sebzeli peynir böreği, pirinçli börek, topaçlı, puf, bişi.
- Çorbalar: Öz, alaca, maş, börek, tarhana, mercimek, tavuklu, yoğurtlu, şirinni çorbalar, lebeniye çorbası, beyran, bulama çorbası.
- Yoğurtlu yemekler: Yuvalama, şiveydiz, yoğurtlu patates, çiğdem aşısı, keme aşısı, fincan böreği, çağla aşısı, alinazik, yoğurtlu bakla, sarımsak aşısı, yoğurtlu ufak köfte.
- Piyazlar: Loğlaz, maş, nohut, fasulye, patates, yumurta, pırpırım, yeşil zeytin.
- İçecekler: Menengiç, sütlü ve sade kahve, koruk, limon, portakal, gül ve vişne şurupları, meyan, pekmez ve loğusa şerbeti, ayran, tarçın.
- Kahvaltılıklar: Katmer, tarhana eritmesi, batma kaymak, sahan kaymağı, zahter, muhammara.
- Tatlılar: Baklava, Antep peynirli irmik helva, bastık, katmer, zerdeli sütlaç, un ve nişe helvası, aşure, kuymak, bastık kavurma, kadayıf (fıstıklı, ağızlı, peynirli, cevizli).

Gaziantep yemeklerinde tüm yemek pişirme teknikleri (haşlama, ızgara, tava, sote, kavurma, tencere yemeği, fırın yemekleri vb.) kullanılmaktadır (Güzelbey, 2003: 620). Yörede etli ve sebze yemekleri genellikle yoğurtla pişirilmektedir. Başka bir mutfakta yoğurdun bu kadar yaygın ve pişirilerek kullanımına rastlanılmamaktadır. Yemeklerde ağırlıklı olarak bölgedeki ürünler ve değişik baharatlar kullanılmaktadır (Altınel, 2009: 175-176). Özellikle yemeklerde kullanılan baharatlar değişiktir. Bu duruma yoğurtlu yemeklerde haspir (safran) veya nane, bazı yemek ve çorbalarda tarhın, ciğer kebabında kimyon, aşurede rezene, sütlaçta tarçın kullanılması örnek olarak verilebilir. Birçok bölgede çok sınırlı ekşi çeşidi kullanılırken, Gaziantep mutfağında 7 çeşit ekşi üretilmekte ve yemeklerde yaygın olarak kullanılmaktadır. Bunlar, limon, limon tuzu, koruk, koruk pekmezi, sumak tozu, sumak ekşisi, nar ekşisidir. Her yemekte kullanılan ekşiler birbirinden farklılık arz etmektedir. Bu duruma da bamya yemeğinde kullanılan koruk, yaprak sarmasında kullanılan erik, lahana ve pancar sarmasında kullanılan nar ile sumak, sulu salataya sumak ekşisi örnek olarak verilebilir. Ayrıca, patlıcan, kabak, domates, acur, dolmalık tatlı ve acı biberler yaz aylarının yakıcı güneşinde (yöre halkının avlu/balkonlarında) kurutulmuş kışa hazırlık yapılmaktadır. Yine kışa hazırlık olarak yaz aylarının sonunda domates ve biber salçası yapılarak, bu salçalar

yöreye özgü çeşitli geleneksel yemeklerde kullanılmaktadır (<http://www.gcvb.org.tr/yayinlarimiz/gaziantep-mutfagi-brosuru.pdf>).

Gaziantep'in dünyada özellikle baklavası ve fıstığı ile anıldığı bilinen bir gerçektir. Bu doğrultuda Antep fıstığına 1997 yılında, Antep baklavasına ise 2005 yılında Türk Patent Enstitüsü tarafından "Coğrafi İşaret Tescil Belgesi" verilerek tescillenmiştir. Bununla birlikte Gaziantep baklavası, Avrupa Birliği tarafından 2013 yılında "Kalite Mührü" ile tescillenerek Avrupa Birliği tarafından tescil edilen ilk Türk ürünüdür. Ayrıca Gaziantep baklavası, Avrupa dışından da 16. ürün olarak yerini almıştır (<http://www.turkpatent.gov.tr/TURKPATENT/geographicalRegisteredList/>).

LİTERATÜR İNCELEMESİ

Turizm sektöründe gastronominin öneminin günden güne artmakta olduğu söylenebilir. Bu duruma ülke tanıtımında ve pazarlamasında gastronomi değerlerinin ön plana çıkarılması amacıyla akademisyenlerin gastronomi turizmine yönelik çalışmalara ağırlık vermesi kanıt olarak gösterilebilir. Yapılan literatür taraması sonucunda araştırmacıların çalışmaları; genellikle destinasyon ve yerel mutfak ilişkisi (Hjalager ve Carigliano, 2000; Horng ve Tsai, 2010; Çevik ve Saçılık, 2011; Guzman ve Canizares, 2011), turistlerin yerel mutfığa ilişkin tutumları (Sparks, Bowen ve Klag, 2003; Hjalager, 2004; Cohen ve Avieli, 2004; Kim, Eves ve Scarles, 2009; Chang, Kivela ve Mak, 2011), turistlerin gastronomik deneyime ilişkin beklentileri ve memnuniyetleri (Correia vd., 2008; Nam ve Lee, 2011), turistlerin gastronomi ile ilişkilerine göre sınıflandırılması ve pazar dilimi olarak belirlenmesi (Boyne, Hall ve Williams, 2003; Kivela ve Crotts, 2005; Ignatov ve Smith, 2006), gastronomik kimlik (Harrington, 2005; Fox, 2007) ve gastronomi turizmi (Kivela ve Crotts, 2006; Wolf, 2006) olarak sıralanabilir.

Quan ve Wang (2004), turist deneyimlerini yemek tüketimlerine entegre ederek, bir kavramsal model içeren çalışma geliştirmiştir. Buna göre, yiyecek tüketiminin gidilecek yerin değerini arttırdığını tespit etmiştir. Ayrıca turistlerin gastronomi turizmi ile tecrübelerini ortaya koydukları da saptanmıştır.

Shenoy (2005) araştırmasında; gastronomi turizminin temelini oluşturan boyutları tanımlamaya çalışmıştır. Bu doğrultuda gastronomi turizmine katılımı açıklayan bir kavramsal çerçeve geliştirmiş ve gastronomi turistini sınıflandırmıştır. Yapılan anket sonucunda veriler elde edilmiştir. Elde edilen veriler sonucunda; turistler gastronomi turisti, deneyimli turist ve genel turist olarak 3 kategoriye ayrılmıştır. Ayrıca gastronomi turistinin yerel gıda tükettiği, lüks restoranlarda yemek yediği ve ek olarak daha eğitilmiş ve yüksek gelirli olduğu saptanmıştır. Gastronomi turizmine katılımı etkileyen faktörleri de 5'e ayırmıştır. Bunlar: yemek neofobisi (food Neophobia), değişiklik arayışı eğilimi (variety-seeking tendency), hazzal tüketim tutumu (hedonic consumption attitude), kalıcı çevre (enduring environment) ve kimliktir (identity).

Karim (2006) çalışmasında, destinasyon gastronomi imajının turistlerin gastronomi destinasyonlarını ziyaret etme niyeti üzerindeki etkisini incelemiştir. Araştırma sonuçlarına göre; destinasyonların gastronomi imajı ve ziyaretçilerin ziyaret etme niyeti arasında anlamlı bir ilişki olduğunu tespit etmiştir. Ayrıca gastronomi imajı etkisinin bölgenin genel imajını artırabileceğini, bölge ekonomisini ve turizm sektörünü hızlandıracak güçlü bir araç olarak kullanılabileceğini ortaya koymuştur.

Yu (2007), turistlerin gastronomi deneyimleri içindeki yeni teorik bilgileri ortaya çıkarmak amacıyla Avustralya'yı ziyaret eden Çinli turistlerin örnek grup olarak seçildiği bir araştırma gerçekleştirmiştir. Örnek gruptan elde edilen veriler sonucunda araştırmasını sonuçlandırmıştır. Buna göre; Çinli turistlerin yemek tercihlerinin “Çin mutfağı”, ”yerel mutfak” ve “sokak mutfağı” olmak üzere 3 şekilde olduğunu ortaya çıkarmıştır. Ayrıca gastronomi kültürünün değeri, içeriği ve zenginliği, destinasyon algısı, kültürlerarası hizmet ve tur rehberinin performansının da yemek tercihlerinin etkili olduğu saptanmıştır.

Dilsiz (2010) araştırmasında; İstanbul'da faaliyet gösteren 1. Sınıf 114 yiyecek-içecek işletme yöneticilerine anket uygulayarak, işletme yöneticilerinin Türk mutfağı ve dünya mutfaklarına bakış açısını, yönetim anlayışını, personel ile müşterilere olan tutumları tespit etmeye çalışmıştır. Araştırmanın sonucunda, çok yönlü, hareketli, farklı ulus ve kültürleri ağırlayan bir şehir özelliği taşıyan İstanbul'daki yiyecek içecek işletmelerinin yerli-yabancı turistlerin gözünde olumlu bir imaja sahip oldukları saptanmıştır. Ayrıca geleneksel yemek kültürünün yanında farklı ülkelerin yemeklerini mönülerinde yer aldığını dolayısıyla bu durumun gastronomi turizmi açısından ülkemizi temsil etmekte olduğu ortaya konmuştur.

Eren (2011) çalışmasında; dünya mutfakları arasında yer alan ve gastronomi turizmi açısından önemli olan Türk mutfağını incelemiştir. Araştırmada hem nitel hem de nicel analiz yöntemleri kullanan araştırmacı elde edilen bulgular sonucunda mutfak şeflerinin, otel ve departman yöneticilerinin mutfak (gastronomi) turizmi kavramının farkında olduklarını, gastronomi turizminin Türk mutfağının tanıtımı ve pazarlanmasında etkili olabileceğini saptamıştır.

Göker (2011), destinasyon çekicilik unsuru olarak gastronomi turizminin destinasyonların rekabet edebilirliğine olan etkisini incelemek amacıyla bir çalışma gerçekleştirmiştir. Balıkesir ve ilçelerinde faaliyet gösteren yiyecek-içecek işletmelerinin yöresel mutfağı tanıtmadaki potansiyeli ve destinasyon çekicilik unsuru olarak bu işletmelerin turistler üzerindeki etkisi tespit etmeye çalışmıştır. Bu doğrultuda işletmelerin yöresel mutfağı tanıtmada, gastronomik değerleri ön plana çıkarma ve bölgenin mutfak kültürünü sahip olduğu imaja yansıtma başarılı oldukları ortaya konulmuştur.

Demir (2011) araştırmasında; gastronomi turizminin destinasyon pazarlamasındaki önemi ve turistlerin görüşlerinden yola çıkarak ülkemizdeki gastronomi turizmini değerlendirmeye çalışmıştır. Bu doğrultuda tesadüfi örneklem yöntemiyle seçilen 232 turiste anket uygulanarak veriler elde edilmiş olup; veriler çeşitli analizlere tabi tutularak araştırma sonuçlandırılmıştır. Araştırmanın sonucunda; genel olarak turistlerin Türk Mutfağını beğendikleri ancak Kuşadası destinasyonunu tercih etme faktörleri incelendiğinde ilk sırada sosyal hayat faktörünün önde geldiği saptanmıştır.

Akgöl (2012) çalışmasında, gastronomi turizmi kapsamında Türk mutfağının tarihsel gelişimine yer vermiştir. Bu doğrultuda İstanbul uluslararası Atatürk Havalimanında 293 yabancı turiste gastronomi deneyimlerini değerlendirmek için anket uygulamıştır. Anketlerden elde edilen verilere çeşitli analizler uygulanarak araştırma sonuçlandırılmıştır. Buna göre; araştırmaya katılan yabancı turistlerin Türkiye'deki gastronomi tecrübesine yönelik tatmin düzeyinin, cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi, devamlı ikamet edilen ülke ve mesleğe göre anlamlı bir fark

göstermediği; ancak medeni durum, çocuk sahibi olma durumu ve uyuşma göre anlamlı bir fark gösterdiği tespit edilmiştir. Ayrıca yabancı turistlerin gastronomi deneyimleri sürecinde işletmede çalışan personeller tarafından karşılanmak ve uğurlanmak gibi tutumlardan tatmin oldukları saptanmıştır.

Yarış (2014) araştırmasında, Mardin iline gelen yerli ve yabancı turistlerin şehrin gastronomisine ilişkin görüşlerini saptamaya çalışmıştır. Bu doğrultuda araştırmanın evrenini Mardin'i 2013 yılında ziyaret eden 450 yerli-yabancı turist oluşturmuş olup; veriler anket yöntemi ile elde edilmiştir. Elde edilen verileri anlamlı hale getirebilmek amacıyla tanımlayıcı istatistik yöntemleri kullanılmıştır. Bu doğrultuda sonuçlandırılan çalışmada, turistlerin çoğunluğunun gastronomi turizmine ilgili oldukları tespit edilmiştir.

Aydın (2015) Afyonkarahisar'ın gastronomi turizmi kapsamında öne çıkan ve marka değeri taşıyan ürünlerini tespit etmek amacıyla bir çalışma gerçekleştirmiştir. Nitekim Afyonkarahisar'ı ziyaret eden 510 yerli turiste anket uygulanarak, veriler elde edilmiş, bu verilere çeşitli analizler uygulanarak araştırma sonuçlandırılmıştır. Buna göre; kaymağın ve ekmeğin Afyonkarahisar'ın gastronomisine yönelik tanıtımında, markalaşmasında etkisinin büyük olduğu saptanmıştır.

Aksoy ve Sezgi (2015), Gastronomi Turizmi ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nin gastronomi turizmi kapsamında önem arz eden gastronomik ürünlerini belirlemek amacıyla bir araştırma gerçekleştirmiştir. Araştırma sonucunda, gastronomi turizminin özellikle kültür turizmi ve inanç turizmi başta olmak üzere diğer turizm çeşitleriyle birleştirildiğinde potansiyelinin artacağını ortaya koymuştur. Ayrıca, araştırmacı bölgenin coğrafi konumundan dolayı dışa kapalı olduğunu, Batı'dan çok fazla etkilenmediğini, Batı'ya özgü fast-food kültürünün izlerini taşımadığını gözlemlemiştir. Bölgede faaliyet gösteren yiyecek-içecek işletmelerinin yöresel lezzetler sunmalarının gastro turistler için çekicilik unsuru oluşturmadığını da ortaya koymuştur.

Güler vd., (2017), Türkiye ve Gaziantep'in tanıtımı için oldukça önemli olduğu düşünülen "Dünya Gastronomi Şehri" unvanının geçen yaklaşık 2 yıllık süreçte oluşturduğu değişim hakkında yiyecek-içecek işletmesi yöneticilerinin düşüncelerini araştırmıştır. Bu bağlamda 20 yerel yiyecek-içecek işletme müdürü ve 5 yıldızlı otelin 3 yiyecek ve içecek departman müdürü ile yarı yapılandırılmış görüşme formu ile mülakatlar gerçekleştirilmiştir. Buna göre; şehrin kültürel özelliklerinin gastronomi çeşitliliğine dolayısıyla "Dünya Gastronomi Şehri" unvanının elde edilmesinde önemli olduğu saptanmıştır.

Çelik (2017), yerli turistlerin Şanlıurfa gastronomi turizmine yönelik algılarını, tutumlarını belirleyerek bu doğrultuda gastronomi turizminin kentte kalış süresi üzerinde oluşturduğu etkiyi tespit etmek amacıyla bir çalışma gerçekleştirmiştir. Bununla beraber turistler tarafından oluşabilecek olumlu algıların Şanlıurfa ilini tekrar ziyaret etme durumuna ilişkin bulguları ortaya koymayı amaçlamıştır. Şanlıurfa'yı ziyaret eden yerli turistlere anket uygulanarak elde edilen veriler yardımıyla araştırma sonuçlandırılmıştır. Buna göre; turistlerin Şanlıurfa gastronomi turizmine yönelik tutumlarına ilişkin ifadelerin ortalamaları alınmış olup; oluşturulan ifadelere yönelik turistlerin algılarının olumlu olduğu saptanmıştır. Bu ifadeler; "Şanlıurfa mutfağı kültürel bir değerdir ve korunması gerekir", "Şanlıurfa'da satılan yiyecekler lezzetli ve doyurucudur" ve "Şanlıurfa'da satılan yiyecek ve içecekler Urfa kültürünü temsil eder" şeklinde sıralanmıştır.

METODOLOJİ

Üniversite öğrencilerinin demografik özellikleri ile Gaziantep'i gastronomi şehri olarak belirleyen faktörler arasındaki farklılığı tespit etmek ve öğrencilerin gözünde Gaziantep'i gastronomi şehri olarak belirleyen faktörleri ortaya koymak amacıyla bir kamu üniversitesindeki gastronomi, ikram hizmetleri programına kayıtlı öğrencilere anket uygulanmıştır. Anket formu araştırmacı tarafından oluşturulmuş olup; birinci bölüm katılımcıların demografik özellikleri ile ilgili soruları kapsarken, ikinci bölüm ise Gaziantep'i gastronomi şehri olarak belirleyen faktörleri ortaya koymak amacıyla likert tipi yargıları kapsamaktadır. Araştırmanın sadece gastronomi ve ikram hizmetleri bölümünde eğitim gören öğrencileri kapsamaması araştırmanın kısıtı olarak ifade edilebilir. Araştırmada kolayda örneklem yöntemi ile tespit edilen toplam 175 öğrenciden yüz yüze görüşmeler yapılarak, veriler elde edilmiştir. Elde edilen verilere yüzde frekans, güvenilirlik ve t testi uygulanmış olup; araştırma sonuçlandırılmıştır.

Araştırmada Gaziantep'i gastronomi şehri olarak belirleyen faktörlere dayalı hipotezler oluşturulmuş ve bu hipotezler test edilmiştir. Bu kapsamda oluşturulan hipotezler aşağıda sıralanmıştır.

H₁: Eğitim düzeyi ile Gaziantep'i gastronomi şehri olarak belirleyen faktörler arasında fark vardır.

H₂: Cinsiyet ile Gaziantep'i gastronomi şehri olarak belirleyen faktörler arasında fark vardır.

BULGULAR

Araştırmadan elde edilen verilere uygulanan analizler sonucu çeşitli bulgular elde edilmiş olup; bu bulgular aşağıda değerlendirilmiştir.

Araştırmada verilerin normal dağılıp dağılmadığını ortaya koymak amacıyla verilere Skewness ve Kurtosis analizleri uygulanmıştır. Buna göre Skewness sonucu -,645 Kurtosis sonucu ise -,974'tür. Normal dağılım 0 ile 1 arasında olmalıdır. Bu analiz sonucuna göre verilerin normal dağılım gösterdiği saptanmıştır. Ayrıca araştırmanın güvenilirliğini ve geçerliliğini test etmek amacıyla araştırmada verilere Cronbach's Alpha testi yapılmıştır. Buna göre araştırmanın Cronbach's Alpha testi sonucu 0,989' dur. Dolayısıyla araştırmanın yüksek düzeyde geçerli ve güvenilir olduğu ortaya konmuştur.

Araştırmada elde edilen verilerin frekans yüzde analizi sonucuna göre; araştırmaya katılan 175 öğrenciden 82'si (%46,9) kadın, 93'ü (%53,1) ise erkektir. Genel itibariyle 112'si (%64)17-20, 63'ü (%34,9) 21-24 yaş grubunda olan öğrencilerin 114'ü (%65,1) önlisans, 61'i (%34,9) ise lisans programına devam etmektedir. Öğrencilerden 55'inin (31,4) Gaziantep'li, 22'sinin (%12,6) Adanalı, 18'inin (10,3) Hataylı olduğu; diğer öğrencilerin ise Türkiye'nin farklı illerinden olduğu belirlenmiştir.

Tablo 2: Katılımcıların Gaziantep'i Gastronomi Şehri Olarak Belirleyen Faktörlere Yönelik Algularını Ortaya Koyan Bulguların Ortalamaları

BÖLÜM 2: GAZİANTEP'İ GASTRONOMİ ŞEHRİ OLARAK BELİRLEYEN FAKTÖRLER İLE İLGİLİ YARGILAR		Art. Ort.	S.S.
1	Gaziantep yiyecek içecek unsurları açısından markadır.	3,55	1,392
2	Gaziantep yiyecek içecek kültürü açısından geçmişten gelen bir kimliğe sahiptir.	3,56	1,581
3	Gaziantep yerel yemekleri tatmak bakımından seyahate değer bir şehirdir.	3,48	1,546
4	Gaziantep gastronomi açısından benzersiz (önemli) bir şehirdir.	3,64	1,411
5	Gaziantep mutfağının Unesco Yaratıcı şehirler ağına dahil edilmesinde yerel yönetimlerin etkisi vardır.	3,52	1,347
6	Gaziantep mutfağının Unesco Yaratıcı şehirler ağına dahil edilmesinde yerel halkın etkisi vardır.	3,62	1,285
7	Gaziantep'te yiyecek içecek işletmeleri temizdir.	3,59	1,024
8	Gaziantep'te yiyecek içecek işletmeleri gıda güvenliğine önem verir.	3,62	1,043
9	Gaziantep'te yiyecek içecek işletmeleri yemeklerin hazırlanmasında hijyene önem verir.	3,65	1,071
10	Gaziantep'te yiyecek içecek işletmeleri niteliklidir.	3,61	1,077
11	Gaziantep'te yiyecek içecek işletmeleri konforludur.	3,58	1,047
12	Gaziantep yiyecek içecek işletmeleri yemeklerin sunumuna özen gösterir.	3,63	1,064
13	Gaziantep'te yiyecek içecek işletmeleri konuklarına samimi bir ortam sunar.	3,46	1,294
14	Gaziantep'te yerli-yabancı konuklara yiyecek içecek hizmeti verebilecek çok sayıda işletme vardır.	3,48	1,397
15	Gaziantep'te bulunan yiyecek içecek işletmelerine konuklar kolay ulaşabilir.	3,52	1,351
16	Gaziantep'te bulunan yiyecek içecek işletmeleri şehrin çeşitli geleneksel yemeklerini sunar.	3,57	1,412
17	Gaziantep'te ki yiyecek içecek işletmelerinde sunulan yemekler ödenilen fiyata değerlidir.	3,63	1,205
18	Gaziantep'te ki yiyecek içecek işletmeleri fiyat belirleme açısından başarılıdır.	3,69	1,143
19	Gaziantep'in geleneksel yemeklerini sunan turizm işletmelerine mutlaka gidilmelidir.	3,69	2,680
20	Gaziantep'in yemekleri yerli-yabancı konukların duyularına hitap eder.	3,54	1,281
21	Gaziantep'te yemekler geçmişten günümüze gelen geleneksel baharatlar (malzemeler) ile tatlandırılır.	3,46	1,425
22	Gaziantep'i ziyaret eden yerli yabancı turistler ikamet ettikleri yere dönerken Gaziantep yemeklerini tatlandıran ev yapımı salçaları yanlarında götürürler.	3,55	1,367
23	Gaziantep'i ziyaret eden yerli yabancı turistler ikamet ettikleri yere dönerken Gaziantep yemeklerini tatlandıran ev yapımı baharatları yanlarında götürürler.	3,54	1,347
24	Gaziantep yemekleri acıdır.	3,62	1,234
25	Gaziantep yemekleri çok lezzetlidir.	3,54	1,417
26	Gaziantep yemekleri şehre özgüdür.	3,70	1,345
27	Gaziantep, yemekleri ile ülke genelinde tanınır.	3,55	1,469
28	Gaziantep, yemekleri ile dünya genelinde tanınır.	3,57	1,341
29	Yöreye özgü yetiştirilen sebzeler (domates, biber, salatalık, acur, tüylü acur, haylan kabağı vb.) Gaziantep gastronomisinin gelişiminde etkilidir.	3,58	1,327
30	Yöreye özgü yetiştirilen meyveler (ayva, zerdali, kiraz, elma, üzüm çeşitleri vb.) Gaziantep gastronomisinin gelişiminde etkilidir.	3,67	1,270
31	Gaziantep'te yetiştirilen küçükbaş hayvanların etleri Gaziantep gastronomisinin gelişiminde etkilidir.	3,62	1,294
32	Gaziantep'te yetiştirilen haspir (safran) Gaziantep gastronomisinin gelişiminde etkilidir.	3,61	1,368
33	Gaziantep'te yetiştirilen bakliyatlar (yarma (dövme), firik, simit vb.) Gaziantep gastronomisinin gelişiminde etkilidir.	3,65	1,389
34	Yöreye özgü kurutulmuş sebzeler Gaziantep gastronomisinde etkilidir.	3,63	1,424
35	Yöreye özgü kurutulmuş meyveler Gaziantep gastronomisinde etkilidir.	3,54	1,413
36	Gaziantep baklavası dünyada tanınan önemli bir tatlıdır.	3,55	1,480
37	Gaziantep baklavası şehrin gastronomisinin gelişiminde etkilidir.	3,53	1,564
38	Antep Fıstığı dünyada tanınan önemli bir üründür.	3,63	1,510
39	Gaziantep'in gastronomisinde Antep fıstığı etkilidir.	3,65	1,442
40	Gaziantep gastronomisinin gelişiminde şehrin baharat yolu üzerinde olması etkilidir.	3,70	1,378
41	Gaziantep'te gastronominin gelişiminde Arap mutfağının (Halep) etkisi vardır.	3,65	1,322
42	Gaziantep yemeklerinde kullanılan salça şehrin gastronomisinin gelişiminde etkilidir.	3,45	1,346
43	Gaziantep yemeklerinde kullanılan baharatlar şehrin gastronomisinin gelişiminde etkilidir.	3,61	1,368

44	Gaziantep yemeklerinin yapılmasında uygulanan pişirme yöntemleri şehrin gastronomisinin gelişiminde etkilidir.	3,57	1,392
45	Gaziantep gastronomisinde yöreye özgü yapılan pekmez türleri etkilidir.	3,68	1,394
46	Gaziantep gastronomisinin gelişiminde tencere yemekleri (kazan) etkilidir.	3,62	1,337
47	Gaziantep gastronomisinin gelişiminde üretilen pilav çeşitleri etkilidir.	3,65	1,250
48	Gaziantep gastronomisinin gelişiminde şehrin meyveli kazan yemekleri etkilidir.	3,49	1,343
49	Gaziantep gastronomisinin gelişiminde şehrin yoğurtlu yemekleri etkilidir.	3,57	1,436
50	Gaziantep gastronomisinin gelişiminde üretilen kebab türleri etkilidir.	3,53	1,446
51	Gaziantep gastronomisinin gelişiminde üretilen sakatat yemekleri etkilidir.	3,55	1,359
52	Gaziantep gastronomisinin gelişiminde üretilen farklı piyaz türleri etkilidir.	3,63	1,349
53	Gaziantep gastronomisinin gelişiminde üretilen farklı çorbaları etkilidir.	3,57	1,400
54	Gaziantep gastronomisinin gelişiminde üretilen yemeklerin sunumunda kullanılan bakır malzemeler önemlidir.	3,60	1,438
55	Gaziantep gastronomisinin gelişiminde şehre özgü üretilen pide türleri etkilidir.	3,65	1,351
56	Gaziantep gastronomisinin gelişiminde üretilen pidelerin sunumu etkilidir.	3,65	1,347
GENEL ORTALAMA		3,5886	1,09868

Tablo 2’de görüldüğü üzere oluşturulan 56 yargının ortalamaları 3,5’un üzerindedir. Buradan hareketle katılımcıların oluşturulan yargılara karşı düşüncelerinin olumlu olduğu saptanmıştır. Dolayısıyla katılımcılara göre; oluşturulan yargıların tamamının Gaziantep’in gastronomi şehri olarak belirlenmesinde etkili olduğu ifade edilebilir. Buradan hareketle Gaziantep şehrinin gastronomi şehri olarak belirlenmesinde bulunduğu coğrafyanın, üretilen yoğurtlu yemeklerin, çorbaların, fıstığın, baklavanın, kuruluk sebze-meyvelerin, bakliyatın ve gerek halkın gerekse de yerel yönetimlerin yapmış olduğu çalışmaların etkili olduğu ortadır. Bu durumun temel sebebinin geçmişten bugüne farklı kültürleri içerisinde barındırmasından dolayısıyla oluşan zengin kültüründen kaynaklandığı düşünülmektedir. Oluşturulan yargılara karşı katılımcıların tamamının düşüncelerinin olumlu olmasının diğer sebebi katılımcıların Gaziantep’li olması şeklinde ifade edilebilir.

Yapılan araştırmalar gerçekleştirilen araştırma ile karşılaştırıldığında herhangi bir benzerlik göstermemektedir. Bunun temel nedeni ise yapılan araştırmaların genel itibariyle destinasyon yerel mutfak ilişkisi, turistlerin yerel mutfığa ilişkin tutumları, deneyimleri, memnuniyetleri ve beklentileri kapsamıdır. Dolayısıyla bu durum gerçekleştirilen araştırmayı farklı kılmaktadır.

Tablo 3: Bağımsız Örneklem T Testi- (Eğitim Düzeyi)

	Eğitim düzeyi	N	Ortalama	Std Sapma	Sig	t
	Önlisans	114	4,2133	,53755	,000	14,114
	Lisans	61	2,4211	,91050		

Eğitim düzeyi ile Gaziantep’i gastronomi şehri olarak belirleyen faktörler arasında farklılık olup olmadığını belirlemek amacıyla bağımsız örneklem t testi gerçekleştirilmiş ve sonuçları tablo 3’te gösterilmiştir. Tabloya göre, eğitim düzeyi ile Gaziantep’i gastronomi şehri olarak belirleyen faktörler arasında farklılık saptanmıştır. Dolayısıyla H₁ kabul edilmiştir.

Tablo 4: Bağımsız Örneklem T Testi- (Cinsiyet)

	Cinsiyet	N	Ortalama	Std Sapma	Sig	t
	Erkek	82	3,5610	1,00549	,064	-,312
	Kadın	93	3,6130	1,17966		

Tablo 4'te cinsiyet ile Gaziantep'i gastronomi şehri olarak belirleyen faktörler arasında farklılık olup, olmadığını ortaya koymak amacıyla bağımsız örneklem t testi sonuçları gösterilmiştir. Buna göre cinsiyet ile Gaziantep'i gastronomi şehri olarak belirleyen faktörler arasında farklılık olmadığı tespit edilmiştir. Dolayısıyla H_2 red edilmiştir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Türkiye'nin bulunduğu coğrafyadan dolayı farklı medeniyet ile kültürler ev sahipliği yaptığı ve bu medeniyetlerin kendilerine özgü, ülkemize bıraktıkları çeşitli değerler olduğu ortadadır. Dolayısıyla bu durum ülkemizin zenginliğini ortaya koymaktadır. Buradan hareketle farklı medeniyetlerin ve kültürlerin ev sahibi olan Türkiye, yemek kültürü bakımından da oldukça zengin bir ülkedir. Bunun en temel kanıtı olarak, 2015 yılında Gaziantep ilinin, 2017 yılında Hatay ilinin Gastronomi şehirler ağında yer alması gösterilebilir. Ülkemizde bulunan bu illerin gastronomi şehirler ağında yer alması, turizm sektörünün gelişiminde büyük önem arz etmektedir. Ayrıca ülkemizin tanınırlığı ve pazarlamasında da bu unvanın etkisinin büyük olduğu düşünülmektedir.

Gerçekleştirilen araştırmanın temel amacı; katılımcıların demografik özellikleri ile Gaziantep'i gastronomi şehri olarak belirleyen faktörler arasındaki farklılığı tespit etmek ve öğrencilerin gözünde Gaziantep'i gastronomi şehri olarak belirleyen faktörleri ortaya koymaktır. Bu amaçlar kapsamında kolayda örneklem yöntemi ile 175 öğrenciye anketler uygulanarak, veriler elde edilmiştir. Araştırmada örneklemin sadece gastronomi ve ikram hizmetleri programını kapsamaması ve bu sebepten örneklem sayısının az olması çalışmanın kısıtı olarak ifade edilebilir.

Araştırmaya katılan öğrencilerin genel itibarıyla 17-20 yaş grubunda Gaziantep'li, Adanalı, Hataylı oldukları ve ön lisans programına devam ettikleri tespit edilmiştir. Ayrıca araştırmacı tarafından oluşturulan 56 yargının ortalamalarının 3,5'un üzerinde olduğu; dolayısıyla katılımcıların bu yargılara karşı düşüncelerinin olumlu olduğu saptanmıştır. Nitekim Gaziantep'in gastronomi şehri olarak belirlenmesinde yetiştirilen fıstığın, bakliyatın, üretilen farklı piyaz, pilav, kebab türlerinin ve kazan yemeklerinin etkili olduğu ortaya konmuştur. Ayrıca sunulan yiyecek ve içeceklerdeki gıda güvenliği ile hijyenin de önemli bir etken olduğu ifade edilebilir. Şehrin baharat yolunun üzerinde olması, nitekim farklı baharatların mutfakta yer alması, ulusal ve uluslararası arenada yemeklerin tanınıyor olmasının da Gaziantep'in gastronomi şehri olarak belirlenmesinde etkin bir faktör olduğu ortadadır. Bunun yanında üretilen farklı pidelerin ve bu pidelerin sunumunun, yöresel çorbalar özellikle yoğurtlu çorbaların, sakatat yemeklerinin, kurutulmuş sebze- meyvelerin, el yapımı pekmezin, salçanın ve dünyaca ünlü baklavasının da Gaziantep'in gastronomi şehri olmasında etken olduğu söylenebilir. Gastronomi şehri olmasında Halep mutfağının etkisinin de önemli olduğu ifade edilebilir. Yerel yönetimler ile halkın Gaziantep'i UNESCO Yaratıcı şehirler ağına dahil edilmesindeki etkisi başka bir ifade ile yürüttüğü çabaların önemli bir unsur olduğunu söylemek mümkündür.

Elde edilen verilerin normal dağılım gösterip göstermediğini ortaya koymak amacıyla verilere Skewness ve Kurtosis testi uygulanmış olup; bu sonuçlara göre verilerin normal dağılım gösterdiği tespit edilmiştir. Gerçekleştirilen Cronbach's Alpha testine göre araştırmanın yüksek düzeyde geçerli ve güvenilir olduğu saptanmıştır. Bunun yanında araştırmanın sonucunda eğitim düzeyi ile Gaziantep'i gastronomi şehri olarak

belirleyen faktörler arasında farklılık saptanmıştır. Bu farklılığın temel sebebinin önlisans öğrencilerinin katılımının fazlalığından kaynaklandığı ayrıca ön lisans öğrencilerinin büyük bir bölümünün Gaziantepli olması dolayısıyla şehri daha iyi tanımaları vb. gibi unsurların etken olduğu düşünülmektedir. Diğer taraftan cinsiyet ile Gaziantep'i gastronomi şehri olarak belirleyen faktörler arasında farklılık göstermediği tespit edilmiştir. Farklılığın olmamasının temel sebebinin kadın ve erkeklerin araştırma konusunda herhangi bir farklı düşünceye sahip olmadıklarından kaynaklandığı söylenebilir.

Gerçekleştirilen literatür taraması sonucunda bu araştırma ile ilgili daha önceden yapılmış benzer araştırmanın olmadığı saptanmıştır. Gastronomi ile ilgili yapılan araştırmaların genellikle destinasyon yerel mutfak ilişkisi, turistlerin yerel mutfığa ilişkin tutumları, turistlerin deneyimlere ilişkin memnuniyet ve beklentileri şeklinde olduğu tespit edilmiştir. Bu sebeple yapılan bu araştırmanın daha öncesinden benzerinin yapılmamış olması araştırmayı önemli kılmaktadır. Dolayısıyla araştırmanın literatüre ve yeni araştırmacılara katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Ayrıca yeni araştırmacılara, yapılacak olan benzer araştırmalarda örneklem grubu daha geniş tutularak, ülkemizin farklı illerinde ya da başka ülkelerin şehirlerinde bu tarz araştırmalar önerilebilir. Buradan hareketle ulaşacakları benzer ya da farklı sonuçların bundan sonraki çalışmalara, araştırmacılara da katkı sağlayacağı olasıdır. Ayrıca yapılan bu araştırma ve benzer konularda yapılacak bu tarz çalışmalar, turizmin geleceği, gelişmesi ve ülkemizin tanınırlığı vb. yönden büyük önem arz etmektedir.

KAYNAKÇA

- Akın, A. (2016). Ekoturizm alanlarının değerlendirilmesi ve ekoturizmin uygulanabilirliğinin araştırılması (Gaziantep örneği). *IJSES- International Journal of Social and Economic Sciences*, 6 (2): 25-31.
- Akgöl, Y. (2012). *Gastronomi turizmi ve Türkiye'yi ziyaret eden yabancı turistlerin gastronomi deneyimlerinin değerlendirilmesi* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Mersin Üniversitesi, Mersin.
- Aksoy, M. ve Sezgi, G. (2015). Gastronomi turizmi ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi gastronomik unsurları. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 3/3, 79-89.
- Altınel, H. (2009). *Gastronomide menü yönetimi* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Aydın, E. (2015). *Gastronomi turizminin şehir markalaşmasına etkisi: Afyonkarahisar ili örneği* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Afyonkocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Boyne, S., Hall, D. and Williams, F. (2003). Policy, support and promotion for food related tourism initiatives: a marketing approach to regional development. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 14 (3/4), 131-154. doi: 10.1300/J073v14n03_08.
- Chang, R.C.Y., Kivela, J. and Mak, A.H.N. (2011). Attributes that influence the evaluation of travel dining experience: when east meets west. *Tourism Management*, 32, 307-316.

- Cohen, E. and Avieli, N. (2004). Food in tourism: attraction and impediment. *Annals of Tourism Research*, 31 (4), 755–778.
- Correia, A., Moital, M., da Costa C.F. and Peres, R. (2008). The determinants of gastronomic tourists' satisfaction: a second-order factor analysis. *Journal of Foodservice*, 19, 164-176.
- Çalışkan, O. (2013). Destinasyon rekabetçiliği ve seyahat motivasyonu bakımından gastronomik kimlik. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1/2, 39-51.
- Çapar, G. ve Yenipınar, U. (2016). Somut olmayan kültürel miras kaynağı olarak yöresel yiyeceklerin turizm endüstrisinde kullanılması. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4/Special issue1, 100-115.
- Çelik, M. (2017). *Şanlıurfa'daki gastronomi kültürünün, kenti ziyaret eden yerli turistlerin kalış sürelerine etkisi üzerine bir araştırma* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Çevik, S. ve Saçılık, M.Y. (2011). Destinasyon rekabet avantajı elde etmesinde gastronomi turizminin rolü: Erdek örneği. *12. Ulusal Turizm Kongresi*, Akçakoca, Düzce.
- Demir, C. (2011). *Mutfak turizminin destinasyon pazarlamasındaki önemi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Dilsiz, B. (2010). *Türkiye'de gastronomi ve turizm (İstanbul örneği)* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Eren, D. (2011). *Alternatif bir turizm çeşidi olarak mutfak turizminin değerlendirilmesine ilişkin sektör temsilcilerinin görüşlerinin incelenmesi üzerine bir araştırma* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Düzce Üniversitesi.
- Fox, R. (2007). Reinventing the gastronomic identity of croatian tourist destinations. *International Journal of Hospitality Management*, 26, 546-559.
- Gaziantep Ticaret Odası, (2011). Hayat Boyu Rekabet Projesi, Turizm ve Hayat Boyu Öğrenme Açısından Gaziantep İli Mevcut Durum Analiz Raporu.
- Göker, G. (2011). *Destinasyon çekicilik unsuru olarak gastronomi turizmi (Balıkesir ili örneği)*(Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Guzman, T.L. and Canizares, S.S. (2011). Gastronomy, Tourism and destination differentiation: a case study in Spain. *Review of Economics & Finance*, September, 63-72.
- Güler, O., Harçın, S. Ve Kadioğlu, C.T. (2017). Yiyecek- içecek işletmeleri yöneticileri gözünden Gaziantep'in Dünya gastronomi şehri ünvanının değerlendirilmesi. *1. Uluslararası Turizmin Geleceği Kongresi: İnovasyon, Girişimcilik ve Sürdürülebilirlik Kongresi (Futourism 2017.)* 28-30 Eylül, Mersin/Türkiye.
- Güzelbey, C.C. (2003). *Gaziantep mutfağı*. Hazırlayan: Koz, M. (2. Baskı). İstanbul: Kitabevi Yayınları, 616-627.

- Harrington, R.J. (2005). Defining gastronomic identity: the impact of environment and culture on prevailing components, texture and flavors in wine and food. *Journal of Culinary Science and Technology*, 4(2/3), 129-152.
- Hjalager, A. (2004). What do tourists eat and why? Towards a sociology of gastronomy and tourism. *Tourism*, 52 (2), 195-201.
- Hjalager, A., and Corigliano, M.A. (2000). Food for tourists: determinants of an image. *International Journal of Tourism Research*, 2, 281-93.
- Hornig, J. and Tsai, C. (2010). Government websites for promoting East Asian culinary tourism: a cross-national analysis. *Tourism Management*, 31, 74-85.
- Ignatov, E. and Smith, S. (2006). Segmenting Canadian culinary tourists. *Current Issues in Tourism*, 9 (3), 235-255.
- Karim, S. A. (2006). *Culinary Tourism As a Destination Attraction: An Empirical Examination of the Destination's Food Image and Information Sources* (Unpublished Doctora Thesis), Oklahoma State University, Oklahoma.
- Kim, Y.G., Eves, A. and Scarles, C. (2009). Building a model of local food consumption on trips and holidays: a grounded theory approach. *International Journal of Hospitality Management*, 28, 423-431.
- Kivela, J. and Crofts, J.C. (2006). Tourism and gastronomy: gastronomy's influence on how tourists experience a destination. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 30(3), 354-377.
- Kivela, J. and Crofts, J.C. (2005). Gastronomy tourism: a meaningful travel market segment. *Journal of Culinary Science and Technology*, 4 (2/3), 39-55.
- López-Guzmán, T., and Sánchez-Cañizares, S. (2011). Gastronomy, tourism and destination differentiation: a case study in Spain. *Review of Economics and Finance, Academic Research Centre of Canada*, 63-72.
- Nam, J.H. and Lee, T.J. (2011). Foreign travelers' satisfaction with traditional Korean restaurants. *International Journal of Hospitality Management*. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2011.02.006>
- Quan, S. And Wang, N. (2004). Towards a structural model of the tourist experience: an illustration from food experiences in tourism. *Tourism Management*, 25(3), 297-305.doi: 10.1016/S0261-5177(03)00130-4.
- Rand, G.E. and Heat, E. (2006). Towards a framework for food tourism as an element of destination marketing. *Current Issues in Tourism*, Vol:9, No:3, 206-234.
- Serinkaya, E.Y. (2017). Mutfak kültürünün Gaziantep'in geleneksel konutlarında incelenmesi. *ARTIUM*, 5(1), 27-41.
- Shenoy, S. S. (2005). *Food tourism and the culinary tourist* (Unpublished Doctora Thesis). Clemson University, Canada.

- Silkes C. A., Cai L. A. And Lehto X. Y. (2013). Marketing to the culinary tourist. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 30, 335-349.
- Sparks, B., Bowen, J. and Klag, S. (2003). Restaurants and the tourist market. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 15 (1), 6–13.
- Unesco Yaratıcı Kentler Listesi, <https://en.unesco.org/creative-cities/creative-cities-map> (10.04.2018)
- Unesco (2018a) <http://www.unesco.org.tr/> 10.04.2018
- Unesco (2018b) http://www.unesco.org.tr/dokumanlar/yaratıcı_sehirler/654856489614563.pdf (10.04.2018)
- Wolf, E. (2006). *Culinary tourism: the hidden harvest*. Dubuque, IA: Kendall/Hunt Publishing Company.
- Yarış, A. (2014). *Mardin'de gastronomi turizmi: turist görüşlerine ilişkin bir uygulama* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Mardin Artuklu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mardin.
- Yu, C. C. R. (2007). *An analysis of the Chinese group tourists' dining-out experiences while holidaying in Australia and its contribution to their visit satisfaction* (Unpublished Doctora Thesis). The Hong Kong Polytechnic University, Hong Kong.
- Zgurovskı, K. ve Akın, A. (2016). Spor turizminin gelişimine yönelik alan araştırması (Gaziantep örneği). *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 13 (1), 47-59.
- <http://www.gcvb.org.tr/yayinlarimiz/gaziantep-mutfagi-brosuru.pdf> (10.04.2018)
- <http://www.turkpatent.gov.tr/TURKPATENT/geographicalRegisteredList/> (10.04.2018)

The Effect of Demographic Factors on Determination of Gaziantep as a Gastronomy City

Aliye AKIN

Gaziantep University Tourism and Hospitality Vocational School

Extensive Summary

It is a known fact that outside of mass tourism, tourists tend to different types of tourism in the world. Because it is thought that tourists want to take part in different activities outside of mass tourism and to obtain new experiences within the context of these activities. From here it is known that tourists who want to experience different cultures and different lifestyles tend to towards local cuisines. The fact that there is an increasing demand for tourists is evidence of this tendency. Therefore, gastronomy is an important factor in the development of the tourism sector and the promotion of countries. The number of gastronomic studies that are increasing day by day supports this situation. Gaziantep city is one of the first settlements in Anatolia. Gaziantep which located in the Southeastern Anatolia region and known as the biggest city of the region, has witnessed many different cultures from the Hittite civilization to the Ottoman civilization throughout history. Furthermore, Gaziantep is known as an important commercial center. Moreover, Gaziantep, where Arabs, Kurds, Armenians and Turkmens lived together during the Ottoman period, has achieved great cultural gains. Because different cultures have enriched city in many area. It is thought that this richness reflects positively to the cuisine of the city. Therefore, it is obvious that Gaziantep has an important, large and different cuisine culture.

UNESCO created the "Creative Cities Network" in 2004. This network recognizes creativity as a strategic element of economic, social, cultural and environmentally sustainable development. Since 2005, UNESCO has awarded many cities in the world with the title of "Gastronomy City" under the gastronomic excellence. City of Gaziantep from Turkey was awarded "Gastronomy City" with the title by UNESCO in 2015. It is thought that the most basic reason for receiving this award is the approximately 475 kinds of food in the kitchen, which is enriched by the meeting of various cultures. However, it should also be stated that Gaziantep meals are located in a privileged place between Turkish and world cuisines.

The main purpose of the research is to determine the factors that determine Gaziantep as a gastronomy city in the eyes of the students who are educated in the gastronomy and catering departments of Gaziantep University. Within the scope of this aim, firstly literature search was done in detail. However, the study in which the sample method was applied easily, 175 students were identified as the sample group. A total of 175 students from the gastronomy and catering department were interviewed face to face and questionnaires were administered and data were obtained. The low number of samples in the search can be expressed as the constraint of the study. The obtained data are; various statistical analyzes such as Skewness and Kurtosis, Cronbach's Alpha, Levene's t tests and percent frequency analysis were applied and the study was concluded. These results were summarized below. According to this;

Skewness and Kurtosis tests were performed to determine whether the obtained data were normal distribution. According to this, the result of the Skewness test was $-0,645$ and the result of the Kurtosis test was $-0,974$. As a matter of fact, according to these results, it was determined that the data showed normal distribution. In addition, Cronbach's Alpha test was applied to demonstrate the validity and reliability of the study. The result of this test was 0.989 . Therefore, it has been determined that the research is valid and reliable at a high level.

As a result of the percentile frequency analysis performed, the participants in the survey are generally in the 17-20 age group. Furthermore, it was determined that these students participated in the associate degree program from Gaziantep, Adana, Hatay. It was also found that the average of the 56 judges created by the researcher was over $3,5$. In addition, participants were found to have positive attitudes towards this judgment. Some of the judges with the highest and lowest averages have been identified. The judges with the highest average are as follows: "The development of Gaziantep gastronomy is influenced by the fact that the city is on the Spice Road ($3,70$)", "Gaziantep dishes are unique to the city ($3,70$)", "The catering businesses in Gaziantep are successful in terms of price determination ($3,69$)", "Tourism enterprises offering traditional dishes of Gaziantep should be visited ($3,69$)", "In the gastronomy of Gaziantep, locally made molasses varieties are effective ($3,68$)". Some of the judges with the lowest average are as follows: "The tomato paste used in Gaziantep dishes is effective in the development of the gastronomy of the city ($3,45$)", "The catering business in Gaziantep offers a friendly atmosphere to its guests ($3,46$)", "There are many enterprises in Gaziantep that can provide food and beverage services to domestic and foreign guests ($3,48$)".

Levene test was applied to the obtained data to in order to determine whether the variance is homogenous. According to the test result, the variances do not show homogeneous distribution ($p < 0,05$), $p = 0,000$). For this reason, t-test was performed assuming that the data were not homogeneous distribution. According to this, it was determined that there is a difference between education level and factors determining Gaziantep as gastronomy city. Moreover, according to the Levene test performed for variances, the data was homogeneously distributed ($P > 0,05$). $P = 0,064$). As the t test data were homogeneously distributed, it was found that there was no difference between gender and factors determining Gaziantep as a gastronomy city. Compared with the research done and previous researches, in the eyes of the students, a study on the determination of a province as the city of gastronomy or similar studies on this subject has not been reached. Similar studies are usually in the form of destination local culinary cuisine, tourists' attitudes towards local cuisine, the satisfaction and expectations of tourists' experiences. However, it is obvious that there are important academic studies in the development of gastronomy tourism in these studies. In addition, the absence of similarity of this study makes research important. For this reason, the research is thought to contribute to the literature and to new researchers. In addition, new researchers can be advised to keep the sample group wider and to practice it in different places for similar studies. From this point of view, it is likely that the similar or different results that the researchers will reach will contribute to the subsequent studies. Finally, such studies on tourism are of great importance in terms of tourism future, development and recognition of the country.