

T.C.
ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI
2017-DR-101

POTANSİYEL VE EFEKTİF ZİYARETÇİLERİN
GASTRONOMİ DAVRANIŞLARI: AYDIN İLİ MUTFAK
KÜLTÜRÜ ÖRNEĞİ

HAZIRLAYAN
Emrah Köksal SEZGİN

TEZ DANIŞMANI
Doç. Dr. Abdullah TANRISEVDİ

AYDIN- 2017

ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE
AYDIN

Bu tezde sunulan tüm bilgi ve sonuçların, bilimsel yöntemlerle yürütülen gerçek deney ve gözlemler çerçevesinde tarafımdan elde edildiğini, çalışmada bana ait olmayan tüm veri, düşünce, sonuç ve bilgilere bilimsel etik kuralların gereği olarak eksiksiz şekilde uygun atıf yaptığımı ve kaynak göstererek belirttiğimi beyan ederim.

24/11/2017

Emrah Köksal SEZGİN

ÖZET

POTANSİYEL VE EFEKTİF ZİYARETÇİLERİN GASTRONOMİ DAVRANIŞLARI: AYDIN İLİ MUTFAK KÜLTÜRÜ ÖRNEĞİ

Emrah Köksal SEZGİN

Doktora Tezi, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Abdullah TANRISEVDİ

2017, XV + 126 sayfa + 5 Ek

Aydın ilinin gastronomik özelliklerini belirleyerek bu özelliklerin uluslararası gastronomi katılımcılarının tercih ve beklentilerini karşılama düzeylerini ölçmeyi amaçlayan bu araştırmanın problem cümlesi “Aydın ili gastronomik özellikleri çerçevesinde uluslararası gastronomi katılımcılarının tercih ve beklentilerini karşılama düzeyi nasıldır?” olarak belirlenmiştir. Bu genel problem cümlesi doğrultusunda cevap aranan alt problemler ise şunlardır:

1. Aydın bölgesine gelen uluslararası ziyaretçilerin gastronomi davranışları bölgenin gastronomi turizmi açısından değerlendirilmesine olanak sağlamakta mıdır?
2. Aydın ili turizm paydaşlarının il gastronomik özelliklerine ilişkin görüşleri nasıldır?
3. Aydın bölgesi gastronomik özellikleri uluslararası ziyaretçiler açısından tercih sebebi olabilir mi?'dir.

Aydın ilinin gastronomik özelliklerini belirleyerek, bu özelliklerin uluslararası gastronomi katılımcıları açısından tercih ve beklentilerini karşılama düzeylerini ölçüleceği bu çalışmada karma yöntemden yararlanılmıştır. Bunun sebebi, karma yöntem araştırmaya derinlik kazandırabileceği gibi araştırmayı da zenginleştirebilir (İslamoğlu ve Alınayık, 2014). Dolayısıyla araştırma problemini daha iyi anlamak için bu yöntemlerden herhangi birini yalnız başına kullanmaya kıyasla daha fazla avantajlı olacaktır.

Araştırmanın ilk aşamasında bölgeye gelen turistlerin gastronomi davranışlarını ve tercihlerini belirlemek adına 15 Şubat 2016 tarihinde Kuşadası Labranda Ephesus Princess Hotel'de genel müdürlükten özel olarak alınan izinle konaklamakta olan turistlere uygulanan anket ile tamamlanmıştır. Anket Hasan Aslan tarafından 2010 yılında Konya ilinde

hazırlanmış ve uygulanmış olan “Gastronomi Turizminin Turizm Eğitimi Programlarındaki Yeri ve Önemi-Bir Uygulama” isimli yüksek lisans çalışması baz alınarak hazırlanmıştır. Bu çalışmanın anket formundaki maddeler oluşturulurken Hall ve Mitchell (2005), Şanlıer (2005), Akman (1998), Shenoy (2005)’in konu ile ilgili yaptığı araştırmalardan ve ilgili literatürden yararlanıldığı belirtilmektedir. Aslan’ın yapmış olduğu çalışmanın anketinde yer alan “D-Gastronomi Davranışlarını Değerlendirmeye Yönelik Sorular” bölümü demografik seyahat özelliklere göre uyarlanmıştır. Ölçekteki maddelere ilişkin katılma düzeyini ifade etmek için 5’li Likert (Kesinlikle Katılmıyorum “1”, Katılmıyorum “2”, Ne Katılıyor Ne Katılmıyorum “3”, Katılıyorum “4” ve Kesinlikle Katılıyorum “5”) tipi dereceleme ölçeği kullanılmıştır.

Çalışmanın ikinci aşamasında, Aydın ili gastronomik özelliklerini belirlemek adına nitel boyutta katılımcılara yarı yapılandırılmış görüşme formu uygulanmıştır. Toplamda 35 katılımcı ile kendi ofislerinde yapılan yaklaşık 20-30 dakikalık görüşmeler gerçekleştirilmiştir. İçerik analizi tekniği ile gerçekleştirilen bu bölümde 35 adet sebze yemeği, 16 adet etli yemek, 17 adet çorba-salata-aperatif, 15 adet hamur işi, 6 adet tatlı toplamda 89 adet reçete kayıt altına alınmıştır. Ancak bu çalışma esnasında reçeteleri verilen yiyeceklerin hikayeleri olmasına rağmen, bu hikayeler katılımcılar tarafından hatırlanamadığından aktarılamamıştır.

Araştırmanın üçüncü aşamasında ise belirlenen gastronomik özelliklerin değerlendirmesini görmek adına Mart ve Nisan tarihlerinde gerçekleştirilen uluslararası yiyecek festivallerine katılan katılımcılara Dünya Şefler Birliği’ne ait değerlendirme formu dağıtılarak Aydın gastronomik özelliklerini yansıtan menüyü değerlendirmeleri istenmiştir. Belirlenip deneyimletilen menüyü, her iki festival katılımcıları çok beğenmiştir. Puanlar, 100 puan üzerinden, Hırvatistan’da 85,6, Vietnam’da 91,3 olarak tespit edilmiştir. Çalışmanın bu bölümdeki en önemli soru olan "Gastronomi turizmi için Aydın bölgesini tercih eder misiniz?" ise Vietnam’da % 91,3, Hırvatistan’da % 92,2 "Evet" cevabı alarak Aydın ilinin gastronomi potansiyelinin uluslararası ziyaretçiler açısından önemli bir tercih nedeni olabileceğini göstermiştir.

ANAHTAR SÖZCÜKLER: Gastronomi, gastronomi davranışı, Aydın, kültür, mutfak

ABSTRACT

GASTRONOMY BEHAVIORS OF POTENTIAL AND EFFECTIVE VISITORS: A CASE STUDY OF CUISINE CULTURE IN THE PROVINCE OF AYDIN

EmrahKöksal SEZGİN

Doctoral Dissertation, Department of Tourism Management

Supervisor: Associate Professor Dr. Abdullah TANRISEVDİ

2017, XV + 126 pages + 5 Appendix

The statement of problem in this study, which aims at specifying the gastronomic features in the province of Aydin and evaluating the extent to which the city can meet the expectations of international gastronomy participants, can be summarized as follows: “What is the extent to which Aydin meets the expectations of gastronomy participants on the basis of its gastronomic features?” The sub-problems of the study are listed below:

1. Do gastronomy behaviors of international visitors in Aydin contribute to the qualification of the region as a gastronomy destination?
2. What are the views of the stakeholders in the tourism industry in Aydin about the gastronomy features of the city?
3. Can the gastronomy features of Aydin appeal to international visitors?

The study employs mixed method because this method can both intensify and enhance the research (İslamoğlu ve Alınçık, 2014). In order to develop a comprehensive approach towards the research problem, the study is designed in mixed method rather than a single research method.

The first part of the research consists of a questionnaire which has been given, with the permission of the general management, to the tourists staying in Kuşadası Labranda Ephesus Princess Hotel on 15th Feb 2016. The questionnaire is based on Hasan Aslan’s master’s thesis “The Place and Importance of Gastronomy Tourism in the Tourism Education Programs - An Application”, which was prepared and applied in the province of Konya in 2010. It is stated in Aslan’s study that the questions are based on the studies by Hall and Mitchell (2005), Şanlıer (2005), Akman (1998), Shenoy (2005) and the literature on this subject. The section “D.

Questions for Evaluating Gastronomy Behaviours” in Aslan’s study has been adapted into demographic travelling features. A five-level Likert scale (1: Strongly Disagree, 2: Disagree, 3: Neutral, 4: Agree, 5: Strongly Agree) was used to measure the level of agreement with the items in the questionnaire.

The second part of the research employs qualitative research techniques and semi-structured questions to specify the gastronomic features in the province of Aydin. Thirty-five participants were interviewed with semi-structured questions in their own office for about 20 or 30 minutes in order to specify the gastronomic features of the province of Aydin. In this stage of the research 89 recipes were listed by means of content analysis technique. Out of 89 recipes, 35 were vegetable dishes, 16 were meat dishes, 17 were soups, salads, and appetizers, 15 were pastry dishes, and 6 were desserts. Although the recipes were accompanied by particular stories, they were not included in the study as the participants could not remember them clearly.

During the third part, the participants in the international culinary festivals in March and April were given a WACS (World Association of Chefs Societies) evaluation form on the scale of 100 points. The participants were asked to evaluate the gastronomic features of Aydin according to a sample menu. The menu was approved by the participants in both festivals. The score is 85.6 in Croatia and 91.3 in Vietnam. The most critical question in this study, that is “Would you prefer the region of Aydin as a gastronomy destination?” received the answer “Yes” by 92.2% in Croatia and 91.3% in Vietnam. This result proves that the gastronomy potential in Aydin is a significant reason for preference on the part of international visitors.

KEY WORDS: gastronomy, gastronomy behavior, gastronomy tourism, Aydin, culture, cuisine

ÖNSÖZ

Tez çalışmam süresince, yön veren, tezin daha nitelikli olması için emek sarf eden, değerli deneyimlerini ve zamanını esirgemediğim benimle paylaşan, değerli danışmanım ve hocam Doç. Dr. Abdullah TANRISEVDİ'ye,

Çalışmam boyunca benden bir an olsun yardımlarını esirgemeyen değerli hocalarım ve abilerim Prof. Dr. Mustafa ÇETİN, Yrd. Doç. Dr. Soner ALADAĞ ve Yrd. Doç. Dr. Bertan AKYOL'a,

Tüm eğitim hayatım boyunca, maddi ve manevi desteklerini hiç bir zaman esirgemeyen ve her konuda yanımda olduğunu bildiğim aileme,

Çalışmam süresince tüm zorlukları benimle göğüsleyen ve hayatımın her evresinde bana destek olan değerli yol arkadaşım, eşim Ahu SEZGİN'e sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Güzel kızım Ada Naz SEZGİN'e ithafen...

Emrah Köksal SEZGİN

İÇİNDEKİLER

KABUL VE ONAY SAYFASI.....	iii
BİLİMSEL ETİK BİLDİRİM SAYFASI	v
ÖZET.....	vii
ABSTRACT	ix
ÖNSÖZ.....	xi
KISALTMALAR DİZİNİ.....	xvi
ŞEKİLLER DİZİNİ.....	xvii
TABLOLAR DİZİNİ.....	xviii
EKLER DİZİNİ.....	xxi
GİRİŞ.....	1
1. KAVRAMSAL ÇERÇEVE.....	4
1.1. Turizmde Ürün Çeşitlendirmesi	4
1.2. Gastronomi Kavramı Ve Gastronomi Turizmi	6
1.2.1. Gastronomi Kavramı	6
1.2.2. Gastronominin Tarihsel Gelişimi	8
1.2.3. Gastronomi Turizmi	10
1.2.4. Gastronomi Turizminin Amacı ve İşlevleri	13
1.2.5. Dünya’da Gastronomi Turizmi	13
1.2.6. Türkiye’de Gastronomi Turizmi	14
1.2.7. Gastro Turist Tanımı ve Profili	15
1.2.7.1. Gastro Turistin Seyahat Motivasyonları.....	16
1.2.7.2. Gastronomi Turizminin Uluslararası Boyuttaki Yeri ve Önemi	17
1.2.7.3. Gastronomi Turizmi Ürün Stratejisi	17
1.3. Türk Mutfağı	20
1.3.1. Türk Mutfağının Tarihsel Gelişimi	21
1.3.2. Batı Mutfağının Türk Mutfağına Olan Etkileri	24
1.3.3. Türk Mutfağının Komşu Ülkelerle Kültürel Etkileşimi	25
1.3.4. Bölgesel Bazda Türk Mutfağının Temel Özellikleri.....	25
2. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ VE ARAÇLARI.....	30

2.1. Araştırmanın Yöntemi	30
2.2. Anakütle Ve Örneklem	31
2.3. Veri Toplama Yöntemi	32
2.4. Verilerin Analizi	33
2.5. Normal Dağılım Analizleri	34
2.5.1. Cinsiyete Göre Normal Dağılım Analizi.....	34
2.5.2. Gruplandırılmış Yaş Göre Normal Dağılım Analizi	35
2.5.3. Eğitim Durumuna Göre Normal Dağılım Analizi.....	37
2.5.4. Medeni Duruma Göre Normal Dağılım Analizi.....	39
2.5.5. Çalışma Durumuna Göre Normal Dağılım Analizi.....	40
3. BULGULAR VE YORUMLAR	42
3.1. Birinci Alt Probleme İlişkin Bulgular	42
3.1.1. Gastronomi Davranışlarını Değerlendirmeye Yönelik Bulgular.....	42
3.1.2. Gastronomi Davranışlarını Değerlendirme Anketi Frekans Dağılımı	46
3.1.3. Gastronomi Davranışları Değerlendirme Ölçeği Faktör Analizi	49
3.1.4. “Destinasyonlarda Gastronomi Tercihleri Ölçeği” Faktör Analizi	52
3.1.5. Gastronomi Davranışı Değerlendirme Anketi Hipotez Testleri Sonuçları	54
3.1.5.1. Cinsiyet bazında hipotez testi	54
3.1.5.2. Gruplandırılmış yaş bazında hipotez testi	55
3.1.5.3. Eğitim durumu bazında hipotez testi	59
3.1.5.4. Medeni durum bazında hipotez testi.....	60
3.1.5.5. Çalışma durumu bazında hipotez testi.....	62
3.1.6. Destinasyonlarda Gastronomi Tercihleri Ölçeği Anketi Frekans Dağılımı	63
3.1.7. Destinasyonlarda Gastronomi Tercihleri Ölçeği Anketi Hipotez Testleri Sonuçları	66
3.1.7.1. Cinsiyet bazında hipotez testi	66
3.1.7.2. Gruplanmış yaş bazında hipotez testi	67
3.1.7.3. Eğitim düzeyleri bazında hipotez testi.....	68
3.1.7.4. Medeni durum bazında hipotez testi.....	69
3.1.7.5. Çalışma durumuna göre hipotez testi	70
3.2. İkinci Alt Probleme İlişkin Bulgular	72

3.2.1. Aydın ve Çevresine Özgü Gastronomik Özelliklerin Belirlenmesi	72
3. 3. Üçüncü Alt Probleme İlişkin Bulgular	74
3.3.1. Tespit Edilen Ürünlerin Yurtdışı Değerlendirilmesi.....	74
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	78
KAYNAKÇA	82
EKLER.....	88
ÖZGEÇMİŞ.....	131



KISALTMALAR DİZİNİ

WACS: World Association of Chefs' Societies (Dünya Şefler Birliği)

GDDA: Gastronomi Davranışları Değerlendirme Anketi

DGTÖ: Destinasyonlarda Gastronomi Tercihleri Ölçeği Ankete

M.Ö.: Milattan Önce

M.S.: Milattan Sonra

Y.Y.: Yüz Yıl



ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 3. 1. Varimax Rotasyonu sonrası Faktör Yükleri.....	529
Şekil 3. 2. Varimax Rotasyonu sonrası Faktör Yükleri.....	101



TABLolar DİZİNİ

Tablo 2. 1. Cinsiyete Göre Katılımcı Tablosu	34
Tablo 2. 2. Cinsiyete Göre Normallik Testi Tablosu	35
Tablo 2. 3. Gruplandırılmış Yaşa Göre Katılımcı Tablosu	35
Tablo 2. 4. Gruplandırılmış Yaşa Göre Basıklık ve Çarpıklık Değerleri.....	36
Tablo 2. 5. Gruplandırılmış Yaşa Göre Normallik Testi Tablosu.....	36
Tablo 2. 6. Eğitim Durumuna Göre Katılımcı Tablosu.....	37
Tablo 2. 7. Eğitim Durumuna Göre Basıklık ve Çarpıklık Değerleri	38
Tablo 2. 8. Eğitim Durumuna Göre Normallik Testi Tablosu	38
Tablo 2. 9. Medeni Durumuna Göre Katılımcı Tablosu	39
Tablo 2. 10. Medeni Duruma Göre Basıklık ve Çarpıklık Değerleri	39
Tablo 2. 11. Medeni Durumuna Göre Normallik Testi Tablosu	39
Tablo 2. 12. Çalışma Durumuna Göre Katılımcı Tablosu	40
Tablo 2. 13. Çalışma Duruma Göre Basıklık ve Çarpıklık Değerleri	40
Tablo 2. 14. Çalışma Durumuna Göre Normallik Testi Tablosu	41
Tablo 3 1. Toplam Madde İstatistikleri	43
Tablo 3. 2. Güvenilirlik İstatistikleri	44
Tablo 3. 3. Gastronomi Davranışı Değerlendirme Anketi – Katılımcı Yaş Ortalaması	44
Tablo 3. 4. Gastronomi Davranışı Değerlendirme Anketi – Katılımcıların Demografik Özellikleri.....	45
Tablo 3. 5. Gastronomi Davranışı Değerlendirme Anketi – Gastronomi Davranışları Ölçeği – Frekans Dağılımı	46
Tablo 3. 40. Gastronomi Davranışları Değerlendirme Anketi Faktör Analizi –Gastronomi Davranışları Ölçeği KMO ve Bartlett Testi	49
Tablo 3. 41. Gastronomi Davranışları Değerlendirme Anketi Faktör Analizi – Gastronomi Davranışları Ölçeği – Dönüştürülmüş Bileşenler Matrisi	50
Tablo 3. 42. Gastronomi Davranışları Değerlendirme Anketi Faktör Analizi - S8 ifadesi çıkartılarak yeniden yapılan faktör analizi sonucu.....	51
Tablo 3. 43. Gastronomi Davranışları Değerlendirme Anketi Faktör Analizi – Gastronomi Davranışları Ölçeği- Toplam Açıklanabilen Varyans	51
Tablo 3. 6. Gastronomi Davranışları Değerlendirme Anketi Grup İstatistikleri.....	54
Tablo 3. 7. Gastronomi Davranışları Değerlendirme Anketi Bağımsız Tek Örneklem T-Testi – Cinsiyet Bazında	55
Tablo 3. 8. Gastronomi Davranışları Değerlendirme Anketi (GDDA) Gruplandırılmış Yaş Tablosu	56
Tablo 3. 9. GDDA Tanımlayıcı İstatistikler - Gruplandırılmış Yaşa Göre.....	56
Tablo 3. 10. GDDA Gruplandırılmış Yaşa Bazında Varyansların Homojenite Testi.....	57
Tablo 3. 11. GDDA Gruplandırılmış Yaşa Bazında ANOVA Testi	57
Tablo 3. 12. GDDA Yaş Grupları Bazında Çoklu Karşılaştırma Testi (Tukey HSD).....	57
Tablo 3. 13. Katılımcıların Eğitim Düzeyleri Bazında Tanımlayıcı İstatistikleri - GDDA	59
Tablo 3. 14. GDDA Eğitim Düzeyleri Bazında Varyansların Homojenite Testi.....	59
Tablo 3. 15. GDDA Eğitim Düzeyleri Bazında ANOVA testi Sonuçları.....	60
Tablo 3. 16. Katılımcıların Medeni Durum Bazında Tanımlayıcı İstatistikleri - GDDA	60

Tablo 3. 17. GDDA Medeni Durum Bazında Varyansların Homojenite Testi.....	60
Tablo 3. 18. GDDA Medeni Durum Bazında ANOVA testi Sonuçları	61
Tablo 3. 19. GDDA Medeni Durum Bazında Çoklu Karşılaştırma Testi (Tukey HSD)	61
Tablo 3. 20. Katılımcıların Çalışma Durumu Bazında Tanımlayıcı İstatistikleri - GDDA	62
Tablo 3. 21. GDDA Çalışma Durumu Bazında Varyansların Homojenite Testi	62
Tablo 3. 22. GDDA Çalışma Durumu Bazında ANOVA testi Sonuçları	63
Tablo 3. 23. Destinasyonlarda Gastronomi Tercihleri Ölçeği Anketi – Frekans Dağılımı.....	63
Tablo 3. 24. Destinasyonlarda Gastronomi Tercihleri Ölçeği Anketi Grup İstatistikleri	66
Tablo 3. 25. Destinasyonlarda Gastronomi Tercihleri Ölçeği Anketi Bağımsız Tek Örneklem T-Testi – Cinsiyet Bazında.....	66
Tablo 3. 26. Destinasyonlarda Gastronomi Tercihleri Ölçeği (DGTÖ) Anketi ANOVA Testi – Gruplanmış Yaş Bazında Tanımlayıcı İstatistikler	67
Tablo 3. 27. DGTÖ Gruplandırılmış Yaş Bazında Varyansların Homojenite Testi	67
Tablo 3. 28. DGTÖ Gruplandırılmış Yaş Bazında ANOVA testi Sonuçları	67
Tablo 3. 29. Katılımcıların Eğitim Düzeyleri Bazında Tanımlayıcı İstatistikleri - DGTÖ.....	68
Tablo 3. 30. DGTÖ Eğitim Düzeyleri Bazında Varyansların Homojenite Testi	68
Tablo 3. 31. DGTÖ Eğitim Düzeyleri Bazında ANOVA testi Sonuçları	68
Tablo 3. 32. Katılımcıların Medeni Durum Bazında Tanımlayıcı İstatistikleri - DGTÖ.....	69
Tablo 3. 33. DGTÖ Medeni Durum Bazında Varyansların Homojenite Testi	69
Tablo 3. 34. DGTÖ Medeni Durum Bazında ANOVA testi Sonuçları	69
Tablo 3. 35. GDDA Medeni Durum Bazında Çoklu Karşılaştırma Testi (Tukey HSD)	70
Tablo 3. 36. Katılımcıların Çalışma Durumu Bazında Tanımlayıcı İstatistikleri - DGTÖ.....	70
Tablo 3. 37. DGTÖ Çalışma Durumu Bazında Varyansların Homojenite Testi	71
Tablo 3. 38. DGTÖ Çalışma Durumu Bazında ANOVA testi Sonuçları	71
Tablo 3. 39. Test Edilen Hipotez Sonuçlarının Genel Bir Tablosu.....	71
Tablo 3. 46. Kuşadası ve Çevresine Özgü Gastronomik Özelliklerin Belirlenmesi –	72
Tablo 3. 47. Yarı Yapılandırılmış Form Sonrası Bölgenin Tespit Edilen Gastronomik Ürünleri	74
Tablo 3. 48. Tat Anketi Demografik Yapı	75
Tablo 3. 51. Tat Anketi –Menü Evaluation.....	77

EKLER DİZİNİ

EK 1: Kuşadası'nda Bulunan Efektif Turistlere Uygulanmış Anket Formu.....	88
EK 2: Dünya Şefler Birliği Değerlendirme Formu.....	89
EK 3: Turizm Paydaşlarına Uygulanmış Yarı Yapılandırılmış Soru Formu.....	90
EK 4: Vietnam ve Hırvatistan'da Uygulanmış Anket Formu.....	91
EK 5: Tespit Edilen Aydın İli Gastronomi Potansiyeli.....	92



GİRİŞ

Özel ilgi turizmi, kişiyi seyahate iten nedenin ya da karar alma sürecinin özel bir ilgisine hitap edecek bir unsura ya da destinasyona odaklanmasını ifade etmektedir (Trauer, 2006; 184). Özel ilgi turizmi birçok farklı özel ilgilerden kaynaklanan ve son dönemlerde giderek öneminin arttığı bir turizm türüdür (Kruja ve Gjyrezi, 2011; 80).

Bir destinasyonun turist tarafından seçilmesini ve edindiği deneyimleri etkileyen önemli faktörlerden biri de, yöreye has özellikler gösteren yeme-içme çeşitleridir. Zira, yöreyi çekici kılan görsel çekicilikler(öğeler), iklimi, doğası, konaklama işletmelerin varlığı vb. özellikler olsa da yörenin yiyecek ve içecekleri de önemli bir etki yaratmaktadır. Farklı yemekleri tatma ve deneme duygusu, seyahat deneyiminin temel motivasyon faktörü olabileceği gibi, toplam deneyimin ikincil amacı olarak da görülebilmektedir. Kimi turistlerin de birincil amacı olarak farklı kültürlerin özellikler taşıyan yiyecek ve içeceklerini tatmak için seyahat ettikleri bilinmektedir (McKercher vd., 2008: 137- 138). Bu bağlamda, temel motivasyon faktörü özel bir yemek türünü denemek veya bir yemeğin yapılışını görmek, yiyecek üreticilerini, festivalleri, restoranları veya bu konuda özel alanları ziyaret etmek olan gastronomi turizmini özel ilgi turizmi kapsamında ele almak mümkündür.

Gastronomi turizminin payı gün geçtikçe turizm sektörü içinde artmaktadır. Gastronomi faaliyetleri değer kazanmakta ve bir ülkenin reklamında önemli bir yer edinmektedir. Tarih, doğal çevre vb. faktörlerin yanında yemek kültürünün de önemli bir etkisi olduğu fark edilmiştir. Akdeniz ülkelerinin turizmde lider olmaları ve bu duruma bağlı olarak turizm gelirlerinin fazla olması sahip oldukları kültürel miras ve doğal güzellikleri en iyi şekilde pazarlıyor olmalarından kaynaklanmaktadır.

Aydın ilinin gastronomik özelliklerini belirleyerek bu özelliklerin uluslararası gastronomi katılımcılarının tercih ve beklentilerini karşılama düzeylerini ölçmeyi amaçlayan bu araştırmanın problem cümlesi “Aydın ili gastronomik özellikleri çerçevesinde uluslararası gastronomi katılımcılarının tercih ve beklentilerini karşılama düzeyi nasıldır?” olarak belirlenmiştir. Bu genel problem cümlesi doğrultusunda cevap aranan alt problemler ise şunlardır:

4. Aydın bölgesine gelen uluslararası ziyaretçilerin gastronomi davranışları bölgenin gastronomi turizmi açısından değerlendirilmesine olanak sağlamakta mıdır?

5. Aydın ili turizm paydaşlarının ilin gastronomik özelliklerine ilişkin görüşleri nasıldır?
6. Aydın bölgesi gastronomik özellikleri uluslararası ziyaretçiler açısından tercih sebebi olabilir mi?

Çalışma sürecinde kullanılan veri toplama aracının yanıtlayıcılar tarafından net bir şekilde anlaşıldığı ve katılımcıların cevapları içtenlikle ve nesnel olarak yanıtladıkları varsayılmıştır.

Araştırmanın örneklemelerinden biri Kuşadası olarak belirlenmiştir. Çalışma zamanı kış sezonunda (Şubat) olduğu için o tarihte açık bulunan Ephesus Princess oteli çalışmanın ilk aşaması için seçilmiştir. Ayrıca araştırmacının Dünya Şefler Birliği (WACS) üyesi olması ve uluslararası yiyecek festivali davetlerinin Vietnam ve Hırvatistan'dan gelmesi sebebiyle araştırmanın üçüncü aşaması festivallerin gerçekleştirildiği ülkelerde festivale katılanlar üzerinde tamamlanmıştır.

“Gastronomi Davranışları Değerlendirme Anketi (GDDA)” ve “Destinasyonlarda Gastronomi Tercihleri Ölçeği Anketi (DGTÖ)”ne katılan katılımcıların verdikleri cevapların kadın ve erkek grupları arasında istatistiksel bir fark olup olmadığının testi için aşağıdaki hipotezden yararlanılmıştır.

H₀ : *Cinsiyet bazında iki grubun ortalamaları arasında anlamlı fark yoktur.*

H₁ : *Cinsiyet bazında iki grubun ortalamaları arasında anlamlı fark vardır.*

İki farklı gruptan ya da durumdan elde edilen değerleri karşılaştırabilmemiz için Bağımsız Tek Örneklem T-Testi kullanılmıştır. Bu test, bir süreli değişken üzerinden iki farklı katılımcı grubu için ortalama değeri kıyaslamak istediğimizde kullanılır (Pallant, 2016:265).

Çalışmada yer alan gruplanmış yaş demografik değişkeni 7 alt gruba sahip olmasından dolayı hipotez testinde tek yönlü ANOVA testinin kullanımına uygun bir değişken konumundadır. Yaş tablosu 7 grup şeklinde oluşturulmuştur.

Ankete katılan katılımcıların verdikleri cevapların kadın ve erkek grupları arasında istatistiksel bir fark olup olmadığının testi için aşağıdaki hipotez kullanılmıştır.

H₀ : *Gruplanmış yaş bazında iki grubun ortalamaları arasında anlamlı fark yoktur.*

H₁ : *Gruplanmış yaş bazında iki grubun ortalamaları arasında anlamlı fark vardır.*

Ankete katılan katılımcıların verdikleri cevapların eğitim grupları arasında istatistiksel bir fark olup olmadığının testi için aşağıdaki hipotez kullanılmıştır.

H₀ : *Eğitim bazında iki grubun ortalamaları arasında anlamlı fark yoktur.*

H₁ : *Eğitim bazında iki grubun ortalamaları arasında anlamlı fark vardır.*

Ankete katılan katılımcıların verdikleri cevapların medeni durumları ile istatistiksel bir fark olup olmadığının testi için aşağıdaki hipotez kullanılmıştır.

H₀ : *Medeni durum bazında iki grubun ortalamaları arasında anlamlı fark yoktur.*

H₁ : *Medeni durum bazında iki grubun ortalamaları arasında anlamlı fark vardır.*

Ankete katılan katılımcıların verdikleri cevapların çalışma durumu grupları arasında istatistiksel bir fark olup olmadığının testi için ise aşağıdaki hipotez kullanılmıştır.

H₀ : *Çalışma durumu bazında iki grubun ortalamaları arasında anlamlı fark yoktur.*

H₁ : *Çalışma durum bazında iki grubun ortalamaları arasında anlamlı fark vardır.*

Bu araştırmada araştırma sürecinde kullanılan veri toplama aracının yanıtlayıcılar tarafından net bir şekilde anlaşıldığı ve katılımcıların cevapları içtenlikle ve nesnel olarak yanıtladıkları varsayılmıştır.

1. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1.1. Turizmde Ürün Çeşitlendirmesi

Dünyada yeme-içme kültürü bölgelere göre farklılık göstermektedir. Bir toplum için normal kabul edilen yeme içme çeşitliliği, diğer bir kültür için tabu olarak kabul edilebilmektedir. Bunun yanında tabu olarak kabul edilen kimi yiyecek ve içecekler farklı toplumdaki kişilerin ilgisini çekebilmekte ve o yiyecek ve içecekleri tadabilmek için seyahat etmeye teşvik edebilmektedir. Ortaya çıkan ve kültürel zenginlik olarak nitelendirilen bu farklılıklar günümüz turist profilini ortaya çıkarmada önemli bir rol oynamaktadır. Günümüzdeki turist profili seyahat ettiği bölgenin kültürüne uyum sağlamayı seven ve o bölgenin farklı öğelerini görmeyi/tatmayı isteyen bir yapıdadır. Bundan dolayı bölgeler, turizm pazarındaki değişime uyum sağlama adına yerel değerleri ön plana çıkartarak diğer bölgelerden farklılığını ortaya koymaya çalışmaktadır.

Belli bir bölgeye seyahat eden turist, o bölgeye kültürel değerleri tecrübe etmek amacıyla gelebildiği gibi bölgenin tarihi, doğal ve kültürel değerlerinin yanında oraya özgü yemekleri, içecekleri veya farklı tatları tecrübe etmek içinde gelebilmektedir. Bu tür ürünler turistik faaliyetleri destekleyici niteliktedir. Bu noktada bölgedeki turistik ürünlerin çeşitlendirilmesi bölgenin cazibesini arttıracaktır. Zira son dönemlerde belli bir bölgeye özgü yemekleri veya o bölgeye özgü hammadden yapılan bir yemeğin tadımı ve yapım aşamasının izlenmesi gibi unsurlar turistin o bölgeyi tercihinde önemli etkiye sahip olmaya başlamıştır. Yemek ve içecek kültürünün turizm faaliyetlerinde ön plana çıkarılması bölgede oluşturulacak alternatif turizm çeşitliliğinin ve bölge kaynaklarının sürdürülebilirliğine katkı sağlayacaktır (Yüncü, 2010: 28).

Genel anlamda değerlendirildiğinde yeme-içme fizyolojik bir ihtiyaç olmanın yanında gelişen yiyecek- içecek endüstrisi aracılığıyla söz konusu fizyolojik ihtiyacın ev dışında karşılanması boş vakitleri iyi değerlendirmeye yönelik bir faaliyet olmuştur. Dolayısıyla bireyler salt açlıklarını giderme dürtüsü ile değil yiyecekten, mekanın atmosferinden, manzaradan ve farklı koşullardan zevk almak ve tatmin olmak için ev dışındaki bir mekanda yemek yemektedir. Diğer taraftan yemek yeme salt boş vakit değerlendirme değil aynı zamanda turizm faaliyeti kapsamında yer alan bir niteliktir. Zira turist seyahat ettiği bölgeye özgü tatları tecrübe etmek istemektedir (Kastenholz ve Davis, 1999: 355; Gyimothy vd., 2000: 372; Joppe vd., 2001: 255). Bu nedenle ülkenin turizmden kazanacağı getiriyi

etkileyen en önemli faktör turistik ürünün çeşitlenmesi ve pazarlanmasıdır. Zira, ülke turistik ürününden maksimum düzeyde kar sağlamak istiyorsa elindeki kaynakları olabildiğince çeşitlendirmeli ve pazarlayabilmelidir. Uluslararası turizm sektöründe, turistik ürünlerin çeşitlendirilmesi turist sayısını ve turist rotasını belirlemede önemli bir faktör olacaktır. Şüphesiz bireye sunulan ürünün kalitesi ve cazibesi birincil faktör olsa da, ürünün pazarlanmasındaki başarı da elde edilecek getiriye yükseltecektir (Çetin, 2001: 23).

İnsanlar yıllar boyunca belirli amaçlar doğrultusunda seyahatlere çıkmaktadırlar. Sağlık, spor, eğlenme, dinlenme, kutsal mekanların ziyareti vb. sebepler insanları hareketlendirmektedir. Bu bağlamda; sağlık turizmi, din turizmi gibi turizm çeşitleri ortaya çıkmıştır. Lakin ülkeler turizm faaliyetlerinin bütün bir yıla yayılması gerekliliğini günümüzde ancak ürün çeşitlendirmesine giderek sağlayabilirler. Çünkü, uluslararası turizm sektöründe iyi bir yer edinmek isteyen ülkelerin yapması gereken turistik faaliyetleri bütün bir yıla yaymaktır. Turistin taleplerine uygun çeşitlendirici imkanlar sunulması bazı bölgelerin tekelinde bulunan merkezlerin yükünü hafifletecek ve ekonomik kazanç sağlanabilecektir. Yılın belli dönemlerinde gerçekleştirilen turizm faaliyetlerinin yılın tüm aylarına yayılmasının sağlanması arz-talep çeşitliliğini artırmakta; satış-pazarlama imkanı sağlamakta, yıl boyunca döviz girdisini sağlayarak yıl boyunca istihdam olanağı tanımaktadır (Ülker, 1998: 86).

Çetin'e (2001) göre turizm çeşitlendirilmesi kapsamında turistik ürün çeşidi ortaya konulurken göz önünde bulundurulması gereken hususlar şunlardır;

- ✓ Aynı pazar için değişmeyen ürün,
- ✓ Yeni pazar için değişmeyen ürün (yeni ortaya çıkarılan ürünün değişen şartlara uyum sağlayacak niteliğe sahip olması ve halihazırdaki ürünün yeni teknikler ile pazara adapte edilmesi),
- ✓ Aynı pazar için değiştirilmiş ürün,
- ✓ Yeni pazar için değiştirilmiş ürün,
- ✓ Aynı pazar için yeni bir ürün,
- ✓ Yeni pazar için yeni ürün,
- ✓ Ürünün ortadan kaldırılması gibi kriterlerin göz önünde bulundurulması,

Turistik ürün çeşitlendirilirken göz önünde bulundurulması gereken en önemli özellik, ürünün tek başına cazibesinin olabilmesidir. Türkiye bu konuda potansiyeli yüksek bir ülkedir. Doğa, tarih, gastronomi vb. turizm çeşitlerinde potansiyelinin yüksek olması ürün çeşitlendirilmesi bakımından büyük bir avantaj sağlamaktadır. Turistik ürünün çeşitlendirilebilmesi için; talebin beklentileri doğrultusunda kaynağının en iyi şekilde şekillendirilmesi ve sunulması gerekmektedir. Ülkelerin turizm sektöründeki payını yükseltebilmeleri turistik ürünün çeşitliliğine ve kalitesine bağlıdır. Ülkeler turistik ürün çeşitlendirmesi ile belli bölgelerdeki yoğunluğu azaltmakta ve turizm faaliyetlerini yılın tüm aylarına yayabilmektedir (Çetin, 2001: 25). Çünkü bir bölgenin sahip olduğu yeme-içme kültürü turistlerin bölge tercihinde ve o bölgede yaşadığı tecrübe üzerinde önemli etkiye sahiptir (McKercher, Okumuş ve Okumuş, 2008: 137).

Sonuç olarak, gastronomi turizmi kapsamında turistlerin restoran ve otellerde kendine yemek hazırlanmasından ziyade yerel yemek ve içecekleri tatmak içinde seyahat ediyor olduğu ve yerel ürünlerin turizm faaliyetlerine dahil edilmesinin bölgenin cazibesini artırıcı etkiye sahip olacağı görülmektedir. Diğer taraftan bölgeye özgü yemekler o bölgeye ait iklim, konaklama, manzara gibi önemli çekicilik unsurları arasında sayılmaktadır. Bu noktada farklı tatları deneyimleme etmek duygusu seyahat tecrübesinin temel motivasyon unsuru olabilmekte ve bölge turizm hareketliliğinde çarpan etkisi yapabilmektedir (McKercher, Okumuş ve Okumuş, 2008: 138).

1.2. Gastronomi Kavramı Ve Gastronomi Turizmi

1.2.1. Gastronomi Kavramı

Yunanca kökenli olan gastronomi, gaster (mide) ve nomas (yasa) sözcüklerinin birbirine entegre edilmesinden meydana gelen, yemek kültürü veya yemek sanatı olarak ifade edilebilen, gıdanın/yemeğin kişinin göz ve damak zevkine seslenecek şekilde hijyenik ve sanitasyon olguları dikkate alınarak, belli bir düzen içinde sunulması ve hazırlanması olarak açıklanabilmektedir. Diğer bir ifade ile gastronomi, fen ve sosyal bilimlerden yararlanarak meydana gelen “yeme-içme” alanıdır (Aslan, 2010: 40).

Gastronomi üzerine yapılmış bazı tanımlar incelendiğinde;

Gillespie ve Cousins’e (2001: 2) göre “*Gastronomiyi tanımlamanın kolay olmadığı; tanımını yapmaya çalışan yazarların sayısına bakıldığında görülür. Gastronomi yiyecek ve*

içecek zevki ile ilgilidir. Bu durumda gastronominin konusu insandır. İnsanoğlu yemek ve içmekten hoşlanır. Başlı başına gastronomik değerler, kültürel, coğrafik, toplumsal ve sosyal beslenme faktörleri gibi birçok temele dayalıdır”.

Gastronomi, Richards (2002: 17), tarafından “yemeğin hazırlanmasının, pişirilmesinin, sunumunun ve yenilmesinin yansıması” olarak tanımlanmaktadır.

Gastronomi üzerine yapılmış tanımlar değerlendirildiğinde, en genel anlamıyla gastronomiyi, bireyin iyi beslenmesi adına tükettiği besinlerin hazırlanma süreci olarak tanımlamak mümkündür.

Gastronomi kültürü mutfak olgusu ile etkileşim içindedir. Zira mutfak kavramı akıllara gastronomi kültürünü getirmektedir. Avrupa’nın önde gelen ülkeleri mutfak kavramı ile ön plana çıkmakta ve bu sayede ülkelerinin tanıtımını yapmaktadırlar. Gastronomi alanında öne çıkmış olan; İspanya, Fransa, İtalya gibi ülkelerin pazardaki payı azımsanamayacak derecede fazladır. Türkiye’nin gurmeleri çekme potansiyelinin yüksek olmasına rağmen bu potansiyeli yeterince pazarlayamadığı bir gerçektir. Lakin turizmin sadece doğal ve tarihi güzellikler olduğu algısının yerleşmiş olması gastronomiye hak ettiği önemin verilmesini engellemiştir. Unutulmamalıdır ki gastronomi; eğlence ve keşif unsuru olduğundan, kültür ve turizmle içi içe varlığını sürdürmekte ve bu kavramların bir parçası olmaktadır (Kemer, 2011: 5).

Gastronominin temel amacını mümkün olunan en iyi şekilde beslenme ve hayattan zevk alacak besinlerle beslenme şeklinde açıklamak mümkündür. Gastronominin işlevi ise, “temel ilkelere dayanarak, yiyecek haline dönüştürülebilecek her şeyi arayan, sağlayan ve hazırlayan herkese rehberlik sağlamak” (Kemer, 2011: 5) şeklinde belirtilmektedir.

Gastronomi sınıflandırmaya tabi tutularak, tüketim ve üretim açısından iki fonksiyonda değerlendirilmiştir (Akgöl, 2012: 18):

❖ Üretim Boyutu ile Gastronomi:

- ✓ İyi yemek hazırlama, pişirme, sunma ve güzel masa kurma bilim ve sanatı,
- ✓ İyi yemek yeme ile ilgili faaliyetler ilgili bilgi birikimi,
- ✓ Yemek pişirme-aşçılık ile ilgili prensip ve uygulamalardır.

❖ Tüketim Boyutu ile Gastronomi:

- ✓ İyi yiyecek ve içecekten hoşlanma,
- ✓ İyi yemek yeme konusunda abartılı davranma,
- ✓ Lüks ve lezzetli yiyeceklere düşkünlük ve tutkudur.

❖ Üretim ve Tüketim Boyutu ile Gastronomi:

- ✓ Yiyeceklerin hazırlanması, pişirilmesi ve servis edilme süreci,
- ✓ Yemeğin uygun kurallar ve araç-gereçler kullanarak sunulup yenilmesi sanatı,
- ✓ Menüde bulunan yemeklerin ne kadar satıldığı,
- ✓ Belirli bölge ve ülkelerle ilgili mutfak kültür, gelenek ve göreneklerini de içeren; iyi yiyecek yeme bilim ve sanatı,
- ✓ Damak tadı ve iştah gibi zevklerin, tarihsel bilgi, kültür, alışkanlık, yetenek,emek ve ihtimamla beğeniye uygun şekilde ahenkle bir araya gelmesidir.

1.2.2. Gastronominin Tarihsel Gelişimi

İnsan, var olduğu doğada bulunan besinleri tüketmek zorundadır. İlk insandan günümüze kadar gelen süreçte otçul ve etçil bir tüketim söz konusu olmuştur. Diğer bir ifade ile bulduğunu tüketmesi bir zevk olgusundan öteye gitmektedir. Bu durum insanların bulunduğu ortamdaki yenebilecek her şeyi yemesine, yani hem otlar hem de etle beslenmesine neden olmuş ve bu temel besin maddeleriyle beslenme zincirinin temeli oluşmuştur.

Yeme kavramının derinleşmesi, felsefi soruların ortaya çıkmasına da zemin hazırlamıştır. En bilenen soru ise, “*yemek için mi yaşamalı, yaşamak için mi yemeli*” dir. Bu açıdan değerlendirildiğinde seçme şansının olmadığı dönemde yeme felsefenin cevabı açık ve nettir. Zira, insanoğlu eski çağlarda sadece yaşamak için besin tüketmektedir. Etin ayrı tüketildiği eski çağlarda, insanlar ne yediğini dahi bilmeden yaşamak için bilinçsizce yemek yemiştir. Ateşin olmadığı bu dönemde etin yumuşaması için günlerce bekletildiği, leş denebilecek gıdanın bile tüketildiği görülmektedir. Tercihlerin önemli olmadığı bu dönemde,

insanın hayatta kalmak için beslendiği açıkça görülmektedir. İnsanoğlu etobur ya da otobur hayvanları yeme konusunda da herhangi bir tercih yapamamıştır (Belge, 2008: 34-35).

Ateşin bulunmasıyla beraber insanoğlu, besinleri pişirerek yemeye başlamıştır. Yemek pişirme esnasında lezzeti artırmak ve yemeğin yumuşak ve kolay çiğnenebilmesi için çeşitli yöntemler denemiştir. Yabani bitkilerin ehlileştirilmesiyle beraber yetiştirilen bitkiler saklanmaya başlamıştır. Ekip-biçme faaliyetlerinin artması, toplayıcılığın yayılmasına olanak vermiş ve avcılığın yanında toplayıcılık ve tarımsal faaliyetlerin yapılmasını kolaylaştırmıştır. Bu gelişmeler ağırlıklı olarak etle beslenen insanoğlunun beslenme şeklinin, bitki ağırlıklı bir yönetime girmesini sağlamıştır. Bu durum yemek kültürünün gelişmiş ve değişimini hızlandırmıştır. Uygarlığın artmasıyla ve ateşin kullanılmasıyla metalin işlenmesini sağlamıştır. Ateş bulunmadan önce kabuk ve ahşaptan yapılan kap kaçaklar, metalin işlenmesiyle metalden yapılmaya başlamış, böylece mutfak fikri ilkçağlardan günümüze kadar olan gelişim sürecini başlatmıştır (Ciğerim, 2001: 50).

Tarihte bilinen ilk yemek tariflerinin, yemek konusunda oldukça meraklı olan Latin Apicius'lar (M.Ö.1-M.S.3. yy) tarafından yapıldığı söylenmektedir. Bunun yanında Mezopotamya'da bulunan M.Ö. 1700'e tarihlenen kil tabletlerin üzerinde yemek tariflerinin yazılı olduğu da bilinen başka bir bilgidir. Ayrıca 9. yy ait rölyeflerin üzerinde bir hayvanın nasıl kesileceği ve parçalanacağı, ekmek pişirme biçimi, yemeğin nasıl pişirildiğini ve sunulduğunu gösteren tasvirlerin bulunması yemek tarifi niteliği taşımaktadır. Bu durum yemek pişirmede kazanılan deneyimin ve bilginin gelecek kuşaklara aktarılmaya çalışıldığını da göstermesi açısından önemlidir (Fumey ve Etcheverria, 2007: 11).

Yemeklerin açık şekilden kaplarda pişirilmesine geçiş süreci MÖ. 6000 yılına kadar sürmüştür. Yemeklerin kaplarda pişirmeye başlanmasıyla beraber pişirme yöntemlerinde de bazı değişiklikler yaşanmış ve çeşni denilen baharat türleri ortaya çıkmıştır. Pişirme yöntemlerinin değişmesi ve baharat kullanımını yemeğe lezzet kazandırma çabaları olarak değerlendirmek mümkündür. Ticaretin gelişmesiyle beraber, besin maddelerine ticari mal gözüyle bakılmış; bu durum yiyecek malzemelerinin uzak coğrafyalara taşınmasını sağlamıştır. Bir yöreye özgü olan yiyecek-içecek malzemesi diğer bölgelere taşınmış ve yine o bölgeye has pişirme yöntemleri de bilinirlik kazanmıştır (Halıcı, 1982: 44).

Yemek pişirme sanatının temellerinin Mezopotamya'da atıldığı bilinmektedir. Süreç içinde Mezopotamya mutfakları Çin ve Anadolu şeklinde ikiye ayrılmıştır. Ayrılan bu iki mutfak

zaman içinde gelişmiş ve Çin-Japon mutfağını, Anadolu ise, Mısır mutfağının ortaya çıkmasını sağlamıştır. Bu dönemde gelişimini sürdüren Japon ve Mısır mutfağının etkilediği kültürler ortaya çıkmıştır. Mısır mutfağı, Grek -Eski Yunan-, mutfağını etkisi altına aldığı ve sırası ile Roma-Fransız-İngiliz şeklinde gelişimin devam ettiği bilinmektedir. Söz konusu bu etkileşim, zaman içinde milletlerin kendilerine has özellikler taşıyan yemek kültürlerinin oluşmasına zemin hazırlamıştır (Ciğerim, 2001: 50).

Ticari hayatta yaşanan gelişmeler ve yaygınlaşma tüccarların konaklayabilecekleri ve yemek yiyebilecekleri mekanların yapılmasını da zorunlu kılmıştır. Bu doğrultuda, ticaretin gelişmesi hazır yemek ihtiyacını doğurmuştur. Oluşan hazır yemek talebinin karşılanması ihtiyacı adına, başta Avrupa olmak üzere, dünyanın birçok yerinde ticaret yolları üzerine kervansaraylar ve hanlar yapılmıştır. Orta çağdaki zengin sınıfın yemek kültürüne her hangi bir katkısından söz etmek ise pek mümkün değildir. Lakin zengin beylerin düzenledikleri şöenler ve verdikleri ziyafetler yemek yemenin lüks bir ihtiyaç olarak zenginelere atfedilmesini sağlamıştır. Ayrıca ressamların yemek yeme anlarını resmettikleri tablolar, dönemin yemek yeme şekilleri, yemek sunumları ve sofr düzeni gibi ayrıntılar hakkında bilgi edinilmesini sağlamaktadır (Dilsiz, 2010).

1.2.3. Gastronomi Turizmi

Literatürde yiyecek turizmi, mutfak turizmi gibi kavramlar olarak da bilinen gastronomi turizminin birbirinden farklı anlamlara geldiği görülmektedir. Çoğu zaman birbiri yerine kullanılan bu kavramlar temelde, niceliksel ve niteliksel olarak birbirinden ayrılmaktadır. Bahsedilen kavramların birleştiği nokta olan yiyecek ve içecek tüketimi bu kavramların birbiri ile ilişkili olduğunu göstermektedir (Hall ve Sharples, 2003:11)

Kendi içindeki gelişimini sürdüren turizmi, yiyecek ve içecek sektörü de etkilemektedir. Diğer bir ifade ile yiyecek-içecek sektörü turistin tercihlerini yönlendirici bir unsurdur. Destinasyonları ziyaret etmek, bilinmeyen yöresel lezzetleri denemek ve aynı zamanda yeni kültürleri, gelenekleri anlama ve değerlendirme olanağı tanımaktadır (Cook vd., 1999:127).

Gastronomi turizmi içinde, yolculuk gereğince yeme-içme ihtiyacını karşılamak amacıyla gerçekleştirdikleri faaliyetleri belli olan turist ile gideceği yeri, yörenin özelliklerine

ve yöresel tatlarına göre belirleyen turisti birbirinden ayırmak gerekmektedir. Seyahat sırasında herhangi bir restorana ziyaret gastronomi turizmi sayılmazken,

- ✓ Özel nitelikli bir yiyeceği tüketme isteği,
- ✓ Belli bir yöreye ait bir ürünü tüketme isteği,
- ✓ Belirli bir aşçının hazırladığı bir yemeği tatma isteği,

gastronomi ile ilgili bir ziyareti güdüleyen nedenler arasında olmalıdır (Hall ve Sharples 2003:10).

Bir yörenin turist tarafından seçilmesini ve edindiği deneyimleri etkileyen önemli faktörlerden biri de, yöreye has özellikler gösteren yeme-içme çeşitleridir. Zira, yöreyi çekici kılan görsel öğeler, iklimi, doğası, konaklama işletmelerin varlığı vb. özellikler olsa da bunun yanında yörenin yiyecek ve içecekleri de önemli bir etki yaratmaktadır. Farklı yemekleri tatma ve deneme duygusu, seyahat deneyiminin temel motivasyon faktörü olabileceği gibi toplam deneyimin ikincil amacı olarak da görülebilmektedir. Kimi turistlerin de birincil amacı olarak farklı kültürlerin özellikler taşıyan yiyecek ve içeceklerini tatmak için seyahat ettikleri bilinmektedir (McKercher vd.,2008: 137- 138).

Gastronomi turizmini, turistlerin konakladıkları mekanların dışında özellikle yöreye ait yiyecek ve içeceklerle ilgili deneyimler yaşamak için turistik faaliyetlere katılmaları şeklinde tanımlamak mümkündür. Yemeğin bir toplumun kendisini ifade etme şekli olduğu düşünüldüğünde; kültürün gastronomi turizminin ayrılmaz bir parçası olduğu söylenebilir. Bu durum, gastronomi turizminin, kültürel turizm ile olan ilişkisini açıklamaktadır (Hjalager, Corigliano, 2000: 282).

Gastronomi turizmi, yiyecek ve içeceklerin tüketiciyi cezbedici şekilde sunulmasıdır. Sunulan lezzetin övülmesi veya bir eleştirmen tarafından tavsiye edilmesi gerekmemektedir. Çünkü, gastroturist araştırmacı olmalı ve yiyecek ve içeceklerle ilgili deneyim yaşamaktan çekinmemelidir (Wolf, 2006: 2).

Tüketim, turizm faaliyetinin olmazsa olmazlarından biridir. Turist seçtiği yörenin sadece seslerini, doğasını vb. özelliklerini tüketmez, aynı zamanda tatlarını da tüketir. Zira yemek farklı bir kültürü anlamının en iyi yollarından birisidir. Çünkü farklı bir toplumu sadece mantıksal yönleriyle değil duyuşal yönüyle de tanımayı sağlamaktadır. Bu sayede

turiste, görsel cazibeden ziyade soyut olan zevkler de sunulmaktadır. Bahsedilen lezzetler yörenin bir parçası durumunda ve yöreye çeşitlilik kazandırmaktadır (Shenoy, 2005: 1).

Gastronomi turizminin sosyo-kültürel değerler açısından ele alan (Long 2003: 2), bireylerin farklı toplumların yiyeceklerini isteyerek tatması ve deneyimlemesinin kültürü özümseme yollarından birisi olduğunu belirtmektedir. Ayrıca kültürel turizm faaliyeti sırasında, bölgeye kültürel çekicilik kazandıran özelliklerin içinde yiyecek-içecek unsurunu da saymak gerekmektedir.

Gastronomi turizminin kökeni, tarım, turizm ve kültüre dayanmaktadır. Gastronomi turizminin bu dayanakları, yörenin çekiciliğini arttırmakta, bölgenin potansiyelinin pazarlanması ve konumlandırılmasına imkan tanımaktadır. Gastronomi turizmini oluşturan bu öğelerden tarım; ürünü, kültür; tarih ve otantikliği, turizm ise alt yapıyı sağlamaktadır.

Toplumun kendini ifade etme şekli olan yiyecek ve içecekler kültürün de bir parçasıdır. Yiyecek, bir yeri ziyaret etmede nadiren bir temel sebep olmaktadır ve genellikle toplam ziyaret deneyiminin bir parçası olarak düşünülmektedir. Fakat yiyecek, turistlerin yeni ve otantik deneyimler ve alternatif turizm çeşitlerini istemelerinden dolayı, en önemli ve eğlenceli etkinlik konumundadır (Hjalager ve Richards, 2002: 283).

Toplumların refah düzeyinin artması, gelişen sanayileşme ve çalışma imkanları, özellikle 1990'lı yıllardan itibaren seyahat edenlerin taleplerinin değişmesine neden olmuştur. Yöreyi çekici kılan kültür, tarihi miras ve sanat gibi faktörlerin turistik yörelere önemli getirileri söz konusudur. Yemeğin de kültürel bir miras olduğu düşünüldüğünde yöreyi çekici kılan faktörlerden birisi olduğu kabul görmüştür. Bu noktadan hareketle gastronomi turizminin ülkeye ve uluslararası turizmde önemli bir katkısı olduğunu söylemek mümkündür (Altınel, 2009:15).

Gastronomi turizminin günümüzdeki şeklini almasında etkili olan faktörleri Boniface (2003: 14) şu şekilde açıklamıştır.

- ✓ Tarımın ortaya çıkışı ve gelişimi, insanların çevreye ve süreçlere adapte olarak kendilerini tarımda geliştirmeleri,
- ✓ Kültürel etkileşimlerin ve kültür hâkimiyetinin önem kazanması,
- ✓ Bireysellikten küreselleşmeye geçiş ve standartlaşmanın modern varoluşuna tepki,

- ✓ Gıda güvenliği ile ilgili endişeler.

1.2.4. Gastronomi Turizminin Amacı ve İşlevleri

Gastronomi turizminin payı gün geçtikçe turizm sektörü içinde artmakta, gastronomi faaliyetleri değer kazanmakta ve bir ülkenin reklamında önemli bir yer edinmektedir. Tarihi, doğal çevrenin vb. faktörlerin yanında yemek kültürünün de önemli bir etkisi olduğu fark edilmiştir. Akdeniz ülkelerinin turizmde lider olmaları ve bu duruma bağlı olarak turizm gelirlerinin fazla olması sahip oldukları kültürel miras ve doğal güzellikleri en iyi şekilde pazarlıyor olmalarında kaynaklanmaktadır.

Toplumların arasındaki farkları ortaya koyan en iyi yollardan birisi yemek kültürüdür. Dünyanın çeşitli yerlerinde yaşayan toplumların yemek kültürleri, yaşadıkları coğrafyanın iklimi ile doğrudan ilişki içindedir. Türkiye'nin de içinde bulunduğu Akdeniz ülkelerinde yiyecek kültürü ağırlıklı olarak yeşil bitkilerden oluşmaktadır. Soğuk iklimin hakim olduğu bölgelerde ise tatlı ağırlıklı beslenme şekli görülmektedir. Bu durum yaşanan bölgenin yemek kültürüne doğrudan etki ettiğinin kanıtıdır (Dilsiz, 2010: 19).

Türkiye, orta kuşakta yer alan ve yılda dört mevsimi yaşayan, varolan doğal güzelliklerinin (fauna ve bitki örtüsü çeşitliliği) yanı sıra, tarihi ve kültürel mirasıyla da, turistlerin çekim alanı konumundadır. Bütün bunların sonucunda, yedi bölgeye ayrılmış topraklar üzerinde birbirinden lezzetli, her bölgenin kendisine has yemek çeşitliliği oluşmuştur. Bu bağlamda, turizmde önemli bir tanıtım aracı olan “gastronominin” değeri her bölgede vurgulanarak, var olan bölgesel lezzetler o yörenin çekim gücünü artıracak projelerle tanıtılmalıdır (Dilsiz,2010: 20).

1.2.5. Dünya’da Gastronomi Turizmi

İnsanların refah seviyesinin yükselmesi, zevk almaya yönelik faaliyetlerin önem kazanmasına zemin hazırlamıştır. Yiyecek-içeceklerin önem kazanmaya başladığı bu dönemde, dünya ülkeleri gastronomiye önem vermeye ve ülke yararına kullanmaya yönelmişlerdir. Rekabet halindeki destinasyonlar, başta Fransa, İspanya, İtalya gibi ülkelere yoğunlaşan gastronomi turlarını kendi ülkelerine de çekme gayreti içine girmişlerdir. Ülkelerin kendi mutfaklarını ön plana çıkarmaya çalışarak gastronomi turizminden olabildiğince fazla yararlanmak istemeleri, mutfaklarını yenilemeleri ve gastronomi turizmine

yatırım yapmalarını gerekli kılmıştır. İnsanlar uluslararası ulaşımın kolaylaşması ve gelişmesiyle beraber bilgi sahibi oldukları kültürleri tanıma ve ifade şekillerini tatmak istemektedir. Zira turizmde yeni olan ve gastronomi turizmine yatırım yapmaya başlayan ülkeler zaman içinde sahip oldukları potansiyelin getirisini elde edeceklerdir (Hacıoğlu, vd., 2009).

Yöresel yiyeceklerin yapılış tekniği, yiyecek maddesi, pişirme malzemesi, geleneksel kıyafetleri gastro turistin ilgisini çekmektedir. Zira her ülkenin hatta her yörenin gelenekleri farklılık göstermekte ve bu gelenekler nesilden nesle aktararak olgunlaşmaktadır. Zamanla yemek kültürü, yöre kültürünün bir parçası konumuna gelmiştir. Yöresellikten, ulusal bir boyut kazanan her yiyecek bu sayede evrenselleşmiş olacaktır (Küçükaltan, 2009).

Düzenlenen dünya turları kapsamına; önemli gastronomi merkezlerindeki aşçılık okullarına, yerel mutfakları ile ünlü gastronomi merkezlerine, gıda pazarlarına/fuarlarına, kahve, çay, ekim ve hasat turlarına, çikolata ve şarap turları gibi seçenekleri de ekleyerek müşterilerinin destinasyon tercihlerine sunulmaktadır (Shenoy, 2005). Özel ilgi turları olarak gerçekleştirilen gastronomik seyahatler, özellikle gazete ve dergilerin yemek yazarları, araştırmacılar, gurmeler ve gastronomi konusunda seçilmiş kurum ve kuruluşlar tarafından tercih edilmektedir. Bu kişilerin yapacağı tanıtım, yöresel mutfaklar konusuna olan merakının artması sağlamaktadır (Küçükaltan, 2009).

1.2.6. Türkiye’de Gastronomi Turizmi

Globalleşen dünya düzeni ile beraber ülkelerin yemek kültürlerinin de değişime maruz kaldığı bir gerçektir. Maruz kalınan bu değişim yemek kültürünün yanında mutfak düzeni, yiyecek-içeceklerin kullanım alışkanlığı ve tüketiminde de etkisini göstermektedir. Lakin kültürel ve yöresel yiyecek-içeceklerin özgünlüğünün korunması gerekmektedir. Zira, yemek kültürü toplumun değer yargılarının ve geleneklerinin ve adetlerinin bir ürünüdür. Ülkenin maddi ve teknolojik gelişmişliği, mutfak ve yemek kültürüne etkisi en az olan iki unsurdur. Çünkü, güçlü bir mutfakın oluşması edinilen deneyimler ve bilgi birikimin sonucu olarak ortaya çıkmaktadır (Küçükaltan, 2009).

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, geleneksel yeme-içme ürünlerimizin ve hizmetlerimizin korunması, gelecek nesillere aktarılması ve teşvik edilmesi amacıyla, Türk Mutfakına özgün, nitelikli hizmet veren, ulusal veya uluslararası şöhret sahibi, kamuoyu

nezdinde markalaşmış ve bu markayı uzun süre sürdüren işletmelere “*Özel Tesis Turizm İşletmesi Belgesi*” vermek için çalışmalar yapmaktadır. Bakanlığın verdiği belgeye sahip olmak isteyen işletmelere Bakanlık tefriş, dekorasyon, fiziksel nitelikler, işletme ve hizmet kalitesi konularında yönlendirme yapmayı da planlamaktadır (Aslan, 2010: 44).

Türkiye’nin sahip olduğu yedi coğrafi bölgenin her birinin farklı kültürlerle ev sahipliği yapması ve bu duruma paralel olarak yemek çeşitliliğinin fazla olmasına rağmen, bireylerin FastFood ürünlerine rağbet etmesi, yabancı toplumların yemek kültürüne ilgi göstermesi ünlü fastfood markalarının açılması Türk yemek kültürünün tanınmasını engellemektedir. Gastronomi turizminin, ülkemizdeki yeri şüphesiz büyüktür. Köklü bir yemek kültürüne sahip Türkiye, her bölgede oluşmuş coğrafi çeşitlilik avantajı sebebiyle, bölgesel farklı lezzetleri de içerisinde barındırma özelliği kazanmıştır. Ayrıca, yemek kültüründeki çeşitliliğinin fazla olmasına rağmen gastro turların tur paketlerine dahil edilmemesi ülkenin uluslararası ve ulusal düzeydeki gastronomi etkinliğini azaltmaktadır (Dilsiz, 2010).

1.2.7. Gastro Turist Tanımı ve Profili

Toplumsal yapı içinde gastronomi turizmi ele alındığında, gastronomi kültüründe zevklerin önemli bir yer tuttuğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Gastronomi kültürünün yayılması, yüksek gelirli ve eğitilmiş kişilerin rağbet etmesi ile gerçekleşmiştir. Bu kişilerin bir bölgeye has ve nadir bulunan yiyecek ve içecekleri deneyimlemek için seyahatlere çıkmaları gastroturist kavramının oluşmasını sağlamıştır (Hatipoğlu, 2010: 4). Gastro turist özellikle fiziksel ihtiyacını gidermek için besin tüketimi yapmamakta, farklı besinleri deneyimlemektedir (Long, 2003: 21).

Gastro turist; turizm kavramı açısından ele alındığında, bireyin yaşadığı yerden yemek yemek için başka bir yere gidebilecek olan olanaklara sahip kişiler olarak tanımlamak mümkündür. Kişinin boş vaktinin ve maddi imkanının olması bireyi turistik faaliyete yönelten en önemli etkenlerdir. Toplumlar bu imkanlara sahip kişiler arasında gastronominin durumu farklılaşmaktadır. Gastronomi ile ilgilenen birey geleneksel lezzetler ve ülkeye özgü yemeklerin sadece biri ile değil; bu yemeklerin hepsi ile uygun yer, uygun zaman ve uygun şartlar altında ilgilenmektedir (Hatipoğlu, 2010: 6).

Yiyeceklerin insan hayatında farklı işlevleri mevcuttur; hayatını devam ettirme, ziyafet ve partilerde sosyalleşme aracı olma, yeni kültürlerin tanınmasına yardımcı olma gibi. Bahsedilen bu sebepler turizm faaliyeti esnasında kişilerin tüketimini güdüleyen etkenlerdir. Turistin bir bölgede gastronomi ile ilgili bir etkinliğe hangi sebeple katıldığı değil, deneyim kazanması gastronomi turizminin bir yönünü oluşturmaktadır. Etkinliğe katılan turist yemekleri tadarak farklı kültürleri tanımada olumlu bir deneyim kazanmaktadır (Silkes, 2007:20).

1.2.7.1. Gastro turistin seyahat motivasyonları

Gastro turistin seyahat motivasyonlarını aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür (Akgöl, 2012: 41):

- ✓ Ünlü bir lokantanın aşçısının veya sahibinin katıldığı bir toplantıyı veya pişirme performansını seyretmek,
- ✓ Yeni ve ünlü bir lokantada veya barda yiyip içmek, açılış gecesine veya özel bir programa katılmak,
- ✓ Sadece yerel halkın gittiği, bulunması güç bir lokanta ya da bara gitmek,
- ✓ Yemek, şarap veya bira festival ve etkinliklerine katılmak,
- ✓ Yöreye özgü taze yiyecekleri araştırmak (manavda, pazarda veya kendin topla çiftliklerinde taze ot, meyve ve sebzeler),
- ✓ Şarap üretimi yapılan yerleri ziyaret etmek, şarap üretim sürecini takip etmek,
- ✓ Yemek kurslarına katılmak (birkaç gün, hafta veya ay)

Gastronomi turizmi sadece bireysel turistler veya küçük gruplara hitap etmemektedir. Aynı zamanda aşçılar ve konuyla ilgili diğer profesyoneller de öğrenme, eğitim, yarışma amaçlı seyahatleri sırasında gastro turist sayılmaktadırlar.

1.2.7.2. Gastronomi turizminin uluslararası boyuttaki yeri ve önemi

Gastronomi, günümüzde turizm sektörü içinde önem kazanan bir nitelik kazanmaya başlamıştır. Zira turizm faaliyeti içinde turistin yeme içme ihtiyacını karşılama zorunluluğu olması kişiyi besin tüketimine yönlctmektedir. İşletmenin sunduğu hizmetler yörenin çekiciliğini arttıran bir unsurdur. İşletme müşteriye tatmin edici hizmet sunamıyorsa yörenin de imajını zedelemektedir. Bu sebeple işletme konaklayan müşteriye en iyi hizmeti sunmak zorundadır. Günümüz şartlarında rekabet ortamının gün geçtikçe artması, ekonomik açıdan kazanç sağlamak isteyen yörenin reklamını en iyi şekilde yapmasını gerekli kılmaktadır. Bu bağlamda, müşterinin kalıcılığını sağlamaya yönelik yeni stratejileri de hayata geçirilmesi gerekmektedir. Rekabet ortamında uygulanan her stratejik yenilik işletmelere yarar sağlayabileceği gibi, diğer işletmelerin gerisinde kalınması da işletmeyi olumsuz yönde etkileyebilecektir. Bu sebeple, işletme gerekli incelemeleri yapmalı ve sürekli olarak kendini yenilemelidir (Dilsiz, 2010: 20).

Gastronominin, zaman içinde turizm sektörü içinde önem kazandığını ve gerekli yatırımların yapılması ile önemli bir kazanç kaynağı haline geleceğini söylemek mümkündür. Zira gastronomi turizmini en iyi şekilde kullanan İtalya, Fransa, İspanya gibi Akdeniz ülkeleri turistik imaja sahip ülkelerdir. Gastronomi gün geçtikçe ülkelerin kendi tanıtımını-reklamını yaptığı bir şekle dönüşmüştür. Ülkeler gastronomiye sadece bir kültür değeri olarak bakmamakta, ülkenin reklam yüzü olarak da kullanılmaktadırlar. Bu doğrultuda yapılan festivaller ve sempozyumlar aracılığıyla ürünlerin uluslararası boyutta tanıtılmasını sağlayarak ülkenin adını duyurmaktadırlar. Ayrıca yapılan etkinlikler gastronominin turizm sektöründeki konumunu her gecen gün yükseltmektedir(Dilsiz,2010: 20).

1.2.7.3. Gastronomi turizmi ürün stratejisi

Gastronomi turizmi ürünü bir ülkenin kendi kültürü ile oluşturduğu kavramla sadece kendilerinin kullanabilecekleri bir şekilde ortaya çıkan zenginlikleridir. Toplum kendi kültürünün niteliklerini taşıyan yemeği de oluşturması başka bir ülkenin aynı ürünü kullandırmaması anlamına gelmektedir. Zira, ülkenin gastronomi ürünü kendi kültürü ile markalaşmakta ve özgün olmaktadır (Okumuş vd., 2007:253). Başka bir ifade ile, bir yöreye ait bir ürün sadece o yöreye seyahat eden turiste deneyim sunmaktadır.

Bölgenin sahip olduğu gastronomi ürünleri yörenin de tanıtılmasına katkı sağlamaktadır. Yörenin sahip olduğu gastronomi ürünü yörenin (Dilsiz, 2010);

- ✓ Tarım ürünlerine katma değer sağlar,
- ✓ Cazibe oluşturacak konu başlıkları yaratır,
- ✓ Gastronomi kültürünü yiyecek etkinliklerine dönüştürür,
- ✓ Yiyeceğini büyük etkinliklerle bütünleştirir,
- ✓ Destinasyon pazarlaması yönünde yerel kimliği yaratır ve geliştirir.

Gastronomi turizmi ürünlerini geliştirmeye en uygun yerler, genellikle gastronomi yönünden zengin kaynağa sahip olan yörelerdir. Bu kaynaklar; yaratıcı şeflere sahiplik, şaraphaneler, zengin tarımsal çeşitliliği, benzeri olmayan tarım ürünü vb. öğelerdir.

Gastronomi turizmi, yöreye gelir getirici bir etkisinin yanında yörenin kültürüne etki ederek, yöreye turizm açısından da katkı sağlamaktadır. Bu nedenle gastronomi turizmi yörenin pazarlanması açısından da önemli bir etkidir. Yörenin mevsimine uygun yerel pazarların kurulması gerekmekte ve sürekli olarak yapılması gereken etkinlikler olarak görülmesi gerekmektedir. Yerel pazarların bünyesinde barındırdığı; sebze, meyve ve hayvansal gıdalar önceleri agro-turistin ilgi alanını oluştururken, zamanla yerel pazarlara daha fazla üreticinin ve yöresel ürünlerin de dahil olması gastroturistin de ilgisini çekmiştir. Kurulan yerel pazarlar yerel üreticinin ürünün tanıtması ve pazarlaması açısından önemlidir. Üreticinin ürününü doğrudan tüketiciye ulaştırması, bunların; memnuniyet ve yeni müşterilerin kazanılmasını sağlayacaktır. Diğer bir ifade ile memnun kalan tüketici ürünün reklamını yapacaktır. Unutulmamalıdır ki; ağızdan ağza yapılan tanıtım hem daha maliyetsiz hem de daha etkili bir yöntemdir. Kullanılan bu yöntem çoğu medyanın dahi kullandığı etkili bir yöntemdir (Wolf, 2006:37).

Bir yörenin sahip olduğu ürünleri geliştirmek için öncelikle şu soruların sorulması gerekir (Dilsiz, 2010);

- ✓ Destinasyona ait eşsiz mutfak değerleri nelerdir?
- ✓ Bölgede sadece oraya has bir yiyecek hazırlanmakta mıdır?

- ✓ Sadece o destinasyonda yetişen bir sebze-meyve türü bulunmakta mıdır?
- ✓ Destinasyona özgü belli pişirme teknikleri var mıdır?
- ✓ Restoran, kafe, imalatçı, şaraphane ve kasap gibi kategorilerde kaç kaynak bulunmaktadır?

Analiz sonucunda elde edilen bilgiler ile hangi kaynağın daha fazla yatırıma ihtiyaç duyduğu belirlenmeli ve gerekli çalışmalar yapılmalıdır. Pazarlanabilen kaynakların paraya dönüştürülmesindeki birinci yol ise gastronomi turizminin geliştirilmesidir. Yerel çiftçilerin yerel pazarlarda ürünlerini tanıtımları ve pazarlamaları, ürünün geliştirilmesine katkı sağladığı düşünüldüğünde; pazarlara katılımın artırılması doğrultusunda çalışmalar yapılmalıdır. Çünkü yerel pazarlar dünyanın her yerinde kurulmaktadır. Bu sayede daha fazla kişiye ulaşılabilir ve yörenin tanıtımı yapılabilir. Lakin yerel pazarın çok önemli bir özelliği olmadan yakın çevredeki kişiler dışında ziyaretçi çekmek oldukça zordur. Bu sebeple çekiciliği arttıracak ürünler geliştirmelidir.

Turistin belli bir yöreyi tercih etmesi için yerel halkın ve ziyaretçilerin katılımı ile etkinlikler düzenlenebilir ve geceleme sayısı artırılabilir. Yemek festivalleri, pek çok yatırımcı ve destinasyon pazarlama işletmeleri tarafından ekonomik çözüm gibi sunulmaya çalışılsa da tek başına ekonomik katkı oluşturmazlar. Yiyeceklerin hazırlanmasına ve bu hazırlığa yönelik eğitimle ilgili gastronomi turizmi ürünleri de yaratılmalıdır. Bundan ziyade yapılacak olan aktiviteler belirli bir tema çerçevesinde gerçekleştirilmelidir. Etkinliklere katılan ünlü aşçıların, yöresel yemeklerin ve nadir bulunan lezzetlerin ortaya çıkması sağlanmalıdır. Yapılacak olan etkinlikte başarı kazanılması için aşağıdaki süreçler tasarlanmalıdır (Wolf, 2006: 30);

- ✓ Yemek kitabı yayınlamış başarılı ve ünlü aşçılar davet edilmeli,
- ✓ Yemek için kullanılacak özel malzemeler seçilmeli (yörede yetiştirilmiş veya üretilmiş, nadir ve eşsiz malzemeler)
- ✓ Hafızalarda kalacak eşsiz bir etkinlik mekânı bulunmalı, (tarihi bir bina,kale veya ev, gerçek bir çiftlik gibi)

Yiyecek üretimi yapılan tesislere düzenlenen geziler görmek ve bilgi edinmekten ziyade alışveriş imkanı sağlamalıdır. Kaliteli ürünlere sahip işletmelerin çoğu küçük ölçekli

işletmeler olduğundan ziyaretçilerini ağırlayacak yeterli alana sahip olmasalar dahi işletmenin reklamını yapma açısından ziyaretçi kabul etmektedirler.

Dilsiz'e (2010) göre, gastronomi turizmi geliştirmeye yönelik yapılacak olan etkinliklerde uyulması gereken unsurlar şunlardır;

- ✓ Mutfak etkinlikleri eğlenceli olmakla birlikte bu etkinliklere katılacak mutfak şeflerinin zamanları kısıtlıdır.
- ✓ Etkinlikler pahalıya mal olurlar ve kar etmek için en az 3 yıl gerekmektedir.
- ✓ Etkinlik takvimi çok önemlidir. Etkinlik tarihlerinin çakışmasını ve doğabilecek karışıklığı önleyecek şekilde bir takvim oluşturulmalıdır. Takvim, medya ve ziyaretçilerin kullanımına sunulmalıdır.
- ✓ Tatil planlarında önceden yer alınabilmesi için, yeterli tanıtım kanalları kullanılarak yerel tüketiciler kadar uluslararası tüketicilere de ulaşılmalıdır.
- ✓ Tanıtım takvimi yiyecek içecek pazarlamasının başarısında çok önemli yer tutar.
- ✓ Magazinlerin editoryal takvimleri bir yıl veya daha öncesinden yayınlanır.
- ✓ Etkinlik takvimleri düzenlenecek etkinliklerden dört ay önceye kadar tamamlanmış olmalıdır.

1.3. Türk Mutfağı

Türk mutfağı Osmanlı mutfağının en önemli mirasçısı durumundadır. Türk mutfağı Balkan ve Ortadoğu mutfakları ile yaşadığı etkileşim ile bahsedilen mutfakları etkilediği gibi etkilenmesine de neden olmuştur. Zira ülkenin sahip olduğu bölgelerin hepsinin farklı lezzetleri ve tatları bünyesinde barındırması ülkeye gastronomi turizmi açısından önem kazandırmaktadır. Yedi farklı bölgede farklı yabani ot ve sebzeye ev sahipliği yapması ve tarihsel birikimi ülkenin güçlü bir mutfağa sahip olmasını sağlamıştır. Türk mutfağının tarihsel gelişimi sürecinde Orta Asya'da başlayan gelişim ve değişim sürecinin en parlak dönemi Osmanlı İmparatorluğu zamanında yaşanmıştır. Orta Asya'dan Anadolu'ya gelen Türk milleti bu topraklarda yaşayan toplumların da etkisiyle günümüze önemli bir yemek kültürünün bırakılmasına olanak tanımaktadır (Dilsiz, 2010: 34).

1.3.1. Türk Mutfağının Tarihsel Gelişimi

Orta Asya'nın bozkır bölgelerinde göçebe yaşam hayatından yerleşik hayata geçen Türk milleti, geçimini hayvancılık ve tarımla uğraşarak sürdürmüşlerdir. Göçebe hayatı sırasında farklı bölgelere göç eden Türkler, farklı kültürlerle tanışmış ve yemek kültürlerinin etkilenmesine ve çeşitlenmesine ortam hazırlamıştır. Türk mutfağı et yemekleri ağırlıkta bir mutfaktır. Baharatların eklenmesiyle zenginleşmiş, pişirme yöntemini açısından ise bakır kaplar içinde odun kömüründe yapılan yemekleri mutfağa farklılık kazandırmıştır.

Orta Asya'dan Anadolu'ya geçiş sürecinde yaşanan gelişmeler, Selçuklu ve beylikler döneminde gelişimine devam etmiş, Osmanlılar döneminde ise, biçimlenerek gelişmiş ve zamanla önemini artırmıştır. Türk mutfağı 19.yy.'da İngiliz ve Fransız mutfağının altında şekillenmiştir. Lakin özgün niteliklerini ve İngiltere ve Fransız mutfağının etkilerini birbirine entegre eden Türk mutfağı; zaman içinde önemli bir konuma gelerek; sofraya düzeni, pişirme tekniği, servis vb. nitelikleri ile Çin ve Fransız mutfaklarıyla birlikte dünyanın üç ünlü mutfağından biri olarak sayılmaktadır. Anadolu'da kültürel etki ile gelişen Türk mutfağının halk ve saray mutfağı arasında farklılıklar olduğu görülmektedir. Halk mutfağının yanında İstanbul mutfağının olması Türk mutfağına zenginlik katmıştır. Meydana gelen bu zenginlik günümüzde dahi etkisini sürdürmektedir (Halıcı, 1988: 123).

Türk mutfağının tarihi süreç içinde gelişimi dönemler şeklinde sınıflandırıldığında; Orta Asya dönemi mutfağı, Selçuklular ve Beylikler dönemi mutfağı, Osmanlılar dönemi mutfağı ve Cumhuriyet dönemi mutfağı olarak tarihsel bir süreç geçirmiştir.

Orta Asya Dönemi Mutfağı (1038 yılı öncesi)

M.Ö. 220 yılına kadar Orta Asya'da varlıklarını sürdüren Türk milleti, yaşadıkları bölgeden göç ederek dünyanın farklı coğrafyalarına yerleşmişlerdir. Göçebe yaşam tarzını benimseyen Türkler, yerleştikleri farklı bölgelerde, bölgeye has kültürler ile tanışmış ve aralarında yaşanan etkileşim zengin bir yemek kültürünün oluşmasına olanak tanımıştır. Lakin, Orta Asya'da yaşamlarını devam ettiren Türklerin yaşadığı coğrafyada yiyecek malzemesinin kısıtlı olması, sebze ve meyve türlerinin olmaması yemeklerinin buğday ağırlıklı olmasına neden olmuştur. Orta Asya'da yemekler genellikle; hamur işi, süt ve süt ürünleri et ve etli yemeklerden oluşmaktadır (Dilsiz, 2010: 25).

Temel geçim kaynakları hayvancılık olan Türkler Orta Asya’da varlıklarını göstermelerinden bu yana hayvancılık faaliyetlerine devam etmişlerdir. Bu durum temel besin kaynağının da hayvansal gıdalar olmasını sağlamaktadır. Ayrıca, ekonomik kaynağını oluşturan hayvancılık ve hayvansal gıdalar, Türklerin temel besin kaynağı ve kültürlerini şekillendirmiştir (Toygar, 2001: 130). Süt tozunun Orta Asya’da ilk defa ortaya çıktığı, süvarilerin heybelerinde bulunan süt tozu torbalarından anlaşılmaktadır. Bu durum süt ve süttten elde edilen besinlerin beslenme alışkanlığının temelini oluşturduğunu göstermektedir. Aynı zamanda, yağ, süttü mayalayarak peynir ve yoğurt yapıldığı görülmektedir. Dolayısıyla göçebe yaşam tarzının beslenme alışkanlıklarına da etki ettiğini söylemek mümkündür. Ayrıca konu olan bu dönemde, Türkler; zafer, doğum, düğün, yabancı elçi ziyaretleri ve ölüm törenlerinde “ziyafet” adı verilen yemekler düzenleyerek, sofraya ve yemek kültürlerini oluşturmuşlardır (Dilsiz, 2010: 26).

Selçuklular ve Beylikler Dönemi Mutfağı (1038-1299)

Orta Asya yemek kültürünün devam ettiği bu dönem, temel besin kaynağını hayvansal ürünler oluşturmaktadır. Orya Asya’dan farklı olarak yeni pişirme teknikleri uygulanmış ve gelişme yemek kültürünün gelişimine olumlu katkı sağlamıştır. Bu dönemde kurulan vakıflar ve imarethaneler halkı doyurmakta ve kurum mutfağı adı altında çeşitlilik arz etmektedir (Türk Mutfağı Sempozyumu Bildirileri, 1982: 44).

Osmanlılar Dönemi Mutfağı (1299-1923)

Osmanlı devletinin kurulduğu coğrafyanın özellikleri bakımında elverişli bir iklime ve konuma sahip olması besin zenginliğini de beraberinde getirmiştir. Stratejik konum ve iklimin elverişli olması sebze ve meyve çeşitliliğine imkan tanımış, bu durum mutfak kültürünü de doğrudan etkilemiştir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı).

Osmanlı döneminde mutfak kültürüne önem verilmiş, padişah da dahil olmak üzere soyluların yaşamlarında yemek kültürü önemli bir yere sahip olmuştur. Saray mutfağında yemeğin pişirildiği yer dışında helvahane, bulaşık yıkanan bakır hane, kapların kalaylandığı kalayhane, aşçı odası, koğuşlar, mescit, ambar, hamam vb. bölümler bulunmaktadır. Sözü edilen bu bölümlerin her birinde çalışan kişilerin farklı görevleri bulunmaktadır. Sosyal yaşamın bir sonucu olan şenlikler, protokol ve halk şenlikleri olmak üzere iki şekilde düzenlenmektedir. Halka sunulan ziyafetler, daha sade geçerken, protokol için verilen şenliklerde gösterişli sofralar hazırlanmakta ve daha eğlenceli programlar düzenlenmektedir.

Protokole sunulan yemeklerde coğrafi konum gereği denize yakınlık, Türk mutfağına deniz ürünlerinin de eklenmesini sağlamıştır. Deniz ürünlerinin yanında, et yemekleri, tatlılar, hamur işi, soğuk şerbetler yer almaktadır. Protokolde sunulan yemeklerde görülen çeşitlilik halkın yemek kültüründe de kendini göstermektedir (Haydaroğlu, 2003). Osmanlı döneminde ziyafet ve şöenlerde görülen yemek çeşitlerinin bir kısmını zaman içinde günlük yaşamda da görölmeye başlamıştır.

Osmanlı döneminde Türk mutfağı en hızlı ilerleyişini Fatih Sultan Mehmet döneminde yaşamıştır. Ege kıyılarındın hakimiyet altına alındığı dönemde, deniz ürünleri ve zeytin yağlı yemekler Türk mutfağına dahil olmuştur (Ciğirim, 2001: 56).

Ekmek, Türk mutfağında bağıllık ve sadakati simgelemekte olduğundan kutsal sayılmaktadır. Beslenme zinciri içinde önemli bir yere sahip olan ekmek, sarayda padişah ve ailesine farklı, hizmetkarlara farklı şekilde üretilmektedir. Osmanlı döneminde şekerli besinlerin çokça kullanıldığı dikkat çekmektedir. Mutfak malzemeleri içinde yer alan, ocak ve tatlı yapma aletlerin bulunması bu yargıyı desteklemektedir. Tatlıların yanında tuzlu yiyeceklerin yapıldığı bilinmektedir. Ayrıca günlük hayatta ve şöenlerde tüketildiğı bilinmekte olan şerbetin yanında üzümnden yapılan şarap şöenlerde tüketilmektedir (Mutlu, 2009: 32).

Osmanlı döneminde mutfakta baharat ve çeşni çeşitlerinin kullanıldığı bilinmektedir. Lakin yeni bahar ve kırmızı biber Türk mutfağına ancak 19.yy'da girmiştir (Neumann, Faroqhi, 2006: 191).

Cumhuriyet Dönemi Mutfağı (1923 yılı sonrası)

Cumhuriyet dönemi mutfağı, cumhuriyetin ilanıyla beraber başlayan süreç içinde şekillenmiştir. Bahsedilen süreç günümüze kadar sürmektedir. Bu süreç; Tanzimat dönemiyle beraber batılılaşma etkisi ile mutfak kültürünü de etkilemiş ve etkileşim cumhuriyetin ilanından sonraya kadar etkisini göstermiştir. Türk mutfağı cumhuriyetin ilk yıllarında yabancı mutfakların etkisini devam ettirmiş olsa da, kendine has özellik korunmaya çalışılmıştır. Bu dönemde yaşanan en önemli olay ise İkinci Dünya Savaşı sırasında, kahvenin kısıtlı olması, hatta olmaması, çayın tüketilmesine neden olmuş; bu durum zaman içinde sosyal hayatta da çay kültürünün oluşmasına zemin hazırlamıştır (Demir, 2007).

İkinci dünya savaşının çıkması Türkiye de dahil olmak üzere dünyayı etkilemiştir. Savaş sonucunda tüketimin azalması, gıda maddelerinin de üretimini olumsuz etkilemiştir. Temel besin kaynağı olan un ve şekerin temin edilememesi Türkiye koşullarında unlu mamullerinin üretilmesinin yasaklanmasına dahi sebep olmuştur. 1945 yılında başlayan siyasi kargaşa ve savaş dünya mutfağına olduğu kadar Türk mutfağının da olumsuz etkilenmesine neden olmuştur (Orkun, 2009: 91). Savaş sonrasındaki dönemde ülke dışına yapılan göçlerle birlikte mutfak kültüründe değişimler görülmüştür. Başta tatlar olmak üzere mutfak araç ve gereçlerinde değişiklik meydana gelmiştir. Türkiye’de görülen kentleşme, kadınların iş hayatına dahil olmasıyla beraber yemek yapmak için ayrılan vaktin azalmasına ve yemek yapan kadın profilinin değişmesine sebep olmuştur. Türk mutfağı, cumhuriyet döneminde siyasi sebeplerden dolayı yaşadığı durgunluğu kısa zamanda aşarak gelişme göstermiştir. Kültürel etkileşimin arttığı 1980’li yıllardan itibaren, farklı ülkelerin tatları Türkiye’ye dahil olmuş ve işletmeler hizmete girmiştir. Günümüzde Avrupa’nın ve Amerika’nın ünlü ve markalaşmış restoranları “Franchising Sistemi” uygulamaları ile Türkiye’de hizmet vermektedir (Orkun, 2009: 92-93).

1.3.2. Batı Mutfağının Türk Mutfağına Olan Etkileri

Türk mutfağını Asya mutfağından daha fazla etkileyen mutfak, şüphesiz batı mutfağıdır. Zira siyasi ilişkiler ve özellikle Osmanlının son dönemlerinde batıya özenme fikri, başta Fransa olmak üzere pek çok Avrupa devletinin etkisinin görülmesine neden olmuştur. Ayrıca Osmanlı’nın son dönemlerinde yaşanan ekonomik zorluklar, yemek çeşitliliğinin azalmasına, maharetli saray aşçılarının hazırladığı lezzetli ziyafetlerinde ikinci plana atılmasına neden olmuştur. 19.yy’da İstanbul’da batı hayranlığının arttığı dönemde, şehirde Fransız lezzetlerinin denendiği restoranlar açılmaya başlanmıştır. Bu durum Türk mutfağının cazibesini yitirmesine, ikinci planda kalmasına neden olmuştur. Soyluların mutfaklarında yabancı mutfakları bilen aşçılar çalışmaya başlamıştır (Ciğerim, 2001: 57).

15. yy’da Avrupa’ya çalışmak üzere göç eden Türk işçilerin gittikleri kültürün lezzetlerini benimsemesi ve beraberinde getirmesi, Türk mutfağının öneminin azalmasına, batı mutfağının ön plana çıkmasına neden olmuştur. İlk olarak Amerika kıtasında ortaya çıkan, domates, biber, barbunya, fasulye vb. ürünler Avrupa’ya yayılmış ardından ise Türk mutfağına giriş yapmıştır (Tezcan, 2000: 27).

1.3.3. Türk Mutfağının Komşu Ülkelerle Kültürel Etkileşimi

Türkler, ilk çağlardan itibaren çok milletle komşu olması dolayısıyla, etkileşim halinde bulunduğu milletlerle yiyecek-içecek ve kültür alışverişinde bulunmuştur. Türk mutfağı birçok ülkeyi yemek kültürü ile etkilemeyi başarırken, kendisi de aynı zamanda birçok yemek ve içki türünü diğer ülkelerden öğrenmiştir. Asya mutfağından Türkler az etkilendiği halde, Çinliler yağ yemesini Türklerden öğrenmişlerdir. Fransızların ise; yemek pişirmesini Türklerden öğrendikleri, hatta Haçlı savaşlarına değin yemeklerinin tatmin edici olmadığı ve Türk mutfağından etkilendikleri saptanmıştır. İslam kültürü ile temasa geçen, özellikle Güney, Güneydoğu ve Doğu Anadolu bölgelerinde yaşayan Türk halkının ise Arap mutfağı etkisi altında kaldığı tespit edilmiştir (Dilsiz, 2010: 55).

1.3.4. Bölgesel Bazda Türk Mutfağının Temel Özellikleri

Ülkenin/bölgenin turist çekebilmesi için mutfak kültürünün ve yiyecek çeşitliliğinin var olması gerekmektedir. Turistin destinasyon seçiminde, bölgenin bünyesinde barındırdığı kültürel değerler önemli bir etkindir. Bu noktada, ziyaret edilen ülkenin/bölgenin/yörenin kendine has lezzetleri turistin kolayca ilgisini çekebilmektedir. Ziyaretçi seyahat ettiği bölgenin yiyecek-içecek zevklerini denemek ve ziyareti sürecinde kendini yabancından ziyade bölgede yaşayan biri gibi rahat görmek istemektedir. Günümüz şartlarında ülkeler hatta bölgeler dahi sadece tarihi değerleri, ören yerlerini, kumsalını-denizini-güneşini pazarlamakla yetinmemekte; bu değerlerinin yanında, mutfak kültürlerini de ön plana çıkararak girdi sağlamaya çalışmaktadır. Zira gastronomi turizmi ziyaretçileri bölgeye çekebilecek cazibeye sahiptir (Barut, 2008: 20).

Türkiye bulunduğu coğrafya ve iklim sayesinde yemek çeşitliliği fazla olan bir ülkedir. Türkiye yedi coğrafi bölgede, farklı iklim ve bitki örtüsü çeşitliliğine sahip olmasının avantajıyla kendine özgü lezzetleri de mutfağında barındırmaktadır. Meydana gelen yöresel mutfaklar, bölgelerde yetişen bitkilerin farklı olmasından kaynaklanmaktadır. Oluşan bu çeşitlilik Türk mutfağını, dünyanın sayılı mutfakları arasına girmesini sağlamıştır. Bu noktada Türk mutfağı yaklaşık 2500'den fazla yemek çeşidi ile dünyanın en zengin ilk üç mutfağı içinde yer almaktadır (Doğanbey, 1983).

Yiyecek ve içeceklerin tarihi ve doğal değerler gibi korunması gerekmektedir. Seyahat acentalarının da turistleri özel turlar düzenleyerek, bu özel yiyecek ve içeceklerin üretildiği

yerlere götürmesi gerekmektedir. Böylece toplumların kültürel mutfak değerleri yabancılar tarafından öğrenilebilir (Anadol, 2000: 19).

Bu çerçevede Türkiye'nin yedi coğrafi bölgesinde bulunan mutfak kültürlerini değerlendirmek önem arz etmektedir:

Güneydoğu Anadolu Bölgesi

Bölgede farklı etnik unsurların geçmişte olduğu gibi halen beraber yaşıyor olmaları kültürel açıdan olduğu kadar mutfak kültürlerinin de birbirinden etkilenmesine zemin hazırlamıştır. Bölge sınırları içinde kalan Gaziantep, Diyarbakır, Şanlıurfa, Mardin, Şırnak, Siirt, Adıyaman, Batman gibi iller yemek kültürü bakımından zengin bir çeşitliliğe sahiptirler. Bölgede Arap kültürünün etkisiyle bol baharatlı, acı, et ağırlıklı yiyecekler ön plana çıkmaktadır. Ayrıca etli yemekler içinde kıyma ile yapılan kebab çeşitleri, mercimek ve bulgurla yapılan yemek türlerine -içli köfte, çiğ köfte- ağırlık verildiği dikkat çekmektedir. Bölgede tatlı çeşidi olarak ise, hamur tatlılar yapılmaktadır (Tezcan, 2000: 46-47).

Doğu Anadolu Bölgesi

Bölgenin ekonomik uğraşı yemek kültürünü de etkilemektedir. Bölge sınırları içinde bulunan; Erzurum, Erzincan, Ağrı, Ardahan, Iğdır, Kars, Malatya, Bingöl, Muş, Bitlis, Elazığ, Tunceli, Van, Hakkari iklimi ve yapılan ekonomik uğraş ile hayvansal besinleri içeren bir mutfak kültürü oluşturmuşlardır. Bu noktada bölgede, et ağırlıklı beslenme dikkat çekmektedir. Kaşar peyniri ile Kars, bal ile Erzurum, tulum peyniri ve oğma peyniri ile Elazığ gastronomide dikkat çeken illerdir. Tandır geleneğinin yarattığı, tandırda ekmek ve kebab önemli özellikler olarak ortaya çıkmaktadır (<http://ekutup.dpt.gov.tr/bolgesel/dap/durum4.pdf>.)

Akdeniz Bölgesi

Sebze ağırlıklı mutfak kültürünün hakim olduğu Akdeniz bölgesi sınırları içinde; Adana, Antalya, Mersin, Hatay, Osmaniye, Isparta, Burdur ve Kahramanmaraş illeri yer almaktadır. Bölgenin genelinde kahvaltılık yiyeceklerden ziyade tarhana ve malhita denilen çorba çeşitleri de tüketilmektedir. Üç öğün yemek yenilen bölgenin öğlen öğününde batı kısmında yer alan illerde sebze yemeği, doğu kısmındaki illerde ise bulgur ağırlıklı besinler tüketilmektedir. Akşam yemeğine bölgede büyük önem verilmektedir. Zira ataerki düzeninin devam ettiği toplumlarda atanın eve geliş vakti olarak akşam yemeği öğünü algılanmaktadır.

Bölgenin batı bölümünde “yat geber” ekmeği denilen akşam öğününden sonra bir öğün daha bulunmaktadır. Bu öğünde yazın hafif yiyecekler hazırlanırken kışın çeşitli yemekler ve tatlılar hazırlanmaktadır (Halıcı, 1983: 179).

Zeytinyağının ise, Akdeniz mutfağında özel bir yeri vardır. Zeytinyağı Akdeniz ve Ege mutfağının yaşam biçimi olup mutfak kültürlerinde tarihi bir öneme sahiptir. O nedenle Akdeniz ve Egeliler tava yemeklerini bile zeytinyağında pişirmektedirler (Ekmekçioğlu, 2008).

İç Anadolu Bölgesi

Ülkenin iç kesimlerinde yer alan bölgede deniz olmamasından dolayı tarımsal ve hayvansal besinlerle beslenme görülmektedir. Bozkır iklimin etkisi ile tahıl ürünlerinin çoğunlukla tüketildiği bölgede, Ankara gibi kalabalık nüfuslu bir kentin bulunması ve ülkenin birçok yerinden göç alması farklı kültürlerin yiyecek ve içeceklerinin bölgeye taşınmasını sağlamıştır.

Ege Bölgesi

Zeytin yağı ve bitki ağırlıklı olan Ege mutfağı iki kısma ayrılmaktadır. Ege mutfağı iklim bakımında farklı olan iç batı Anadolu bölümü ile Ege bölümü olmak üzere ikiye ayrılmaktadır.

Ege bölümü mutfağı; hafif yiyeceklerden oluşan sağlıklı bir mutfaktır ve zeytinyağı bu mutfağın baş tacıdır. Zeytinyağı, özellikle kahvaltılarının vazgeçilmez tadıdır. Tipik Akdeniz mutfağı olan İzmir mutfağında, sebze ve balık bolluğu dikkati çekmektedir. Midye tava, midye dolma, kalamar tava, ahtapot salatası, karides ızgara-tava-salata-güveç, balık köftesi, sütü balık vb. deniz ürünleri yörenin sevilen lezzetleridir. Yabani ot yemekleri (ot kavurması, sarmaşık ve kuşkonmaz kavurması, semizotu, ısırgan otu salatası vb.) Ege’de sevilerek yenilen lezzetlerdir (Üçdal, 2008).

İç Batı Anadolu bölgesinde ise, halkının çeşitliliği -Türkmenler, Çerkezler, Azeriler-sonucunda, zengin bir mutfak kültürü oluşturmuştur. Bölgede Et yemekleri, hamur işleri ve sebzeler mutfağın temeli oluşturmaktadır. Yemekler Egelilerin kullandığı zeytinyağından öte, genelde kendi yağlarıyla pişirilmektedir veya don yağı kullanılmaktadır. Tarım ve hayvancılığın da yaygın olduğu bölümde Afyon köy peyniri ve Afyonkarahisar sucuğu

ünlüdür. Haşhaş ve haşhaş yağı yörede yoğun olarak kullanılmaktadır (www.haber.aku.edu.tr/163-176.pdf).

Karadeniz Bölgesi

Karadeniz Bölgesi illeri, yemyeşil tabiatın sunduğu farklı lezzetlerle turistlerin ilgisini çekmektedir. Batı ve Doğu Karadeniz illeri sundukları yöresel yemekler ile tanınmaktadır. Doğu Karadenize özgü yemeklerin başlıcaları; hamsili pilav, hamsi tava, hamsi kuşu, hamsi kayganası, hamsi çıtlaması, hamsi ekmeği, hamsi tuzlaması, karalahana çorbası, karalahana sarması, lahana gulyası, lahana kavurması, mısır lapası, mısır ekmeği, sütlü kabak, sac kavurması, Hamsiköy sütlacı, pazı muhlaması, kabaklı pide, mısır yarması, pazı burlaması, lamesli pide, zumur, kaz kaldıran, tomara tava ve hoşmelidir. Özellikle Trabzon, odun ateşinde pişirilen Vakfikebir ekmeği ile ünlüdür. Ekmeğin vatanının Trabzon'un Vakfikebir ilçesi olduğu bilinmektedir ve bu ekmeğin 200 yıllık bir geçmişi olduğu söylenmektedir. Türkiye'de ilk defa Vakfikebir'de ilçede ekmek festivali düzenlenmektedir. Vakfikebir-Trabzon istikametinde bulunan ünlü Akçaabat köftesi de kekikle beslenen yayla hayvanının eti (dana-öküz eti karışık), sarımsak, bayat ekmek, çember iç yağıyla hazırlanmaktadır (Kaya, 2006: 44-88).

Batı Karadeniz bölümünde yer alan Bolu ili, coğrafi ve lojistik geçiş bölgesi olmasının yanında, önemli bir turizm bölgesi olarak da ön plana çıkmaktadır. Bu durumun sonucunda ilde çok çeşitli alternatif turizm çeşitleri görülmektedir. Köylerde evin bahçesinde genelde fırın bulunmaktadır. Odun ateşinde fırında pişen hamur ve yemeğin lezzeti farklıdır. Yayla çorbası, patates çorbası, imaret çorbası, kabaklı gözleme, paşa pilavı, cevizli çörek, katık keş vb. sevilen lezzetlerdir. Yörenin en ünlü lezzetleri; katık keş, kedi batmazı ve paşa pilavı önemli yemekler arasındadır (www.karadenizgezi.net/bolu/ymk.htm).

Marmara Bölgesi

Ege, Marmara ve Karadeniz'e kıyısı olan bölge, coğrafi konum özellikleri ve çeşitli etnik guruplara ev sahipliği yapması nedeniyle zengin bir mutfak kültürü oluşturmuştur. Zeytin, zeytinyağı, beyaz ve kırmızı et, süt ve süt ürünleri, meyve, sebze gibi tarımsal ürünler bakımından ülkenin en zengin bölgelerinden birisi konumundadır. Osmanlı ve Selçuklu Devletlerine ev sahipliği yapan Bursa bölgesi, zengin mutfak kültürüne sahiptir. Coğrafi konum avantajının getirisi olan, tarıma elverişli toprak üzerinde bulunması da, ilde sebze ve meyve çeşitliliğinin oluşmasına neden olmuştur. Günümüzde ilde görülen sanayileşme ve

toplumsal değişim sonucunda, geleneksel lezzetlerden öte, hazır beslenme tarzı ağırlık kazanmıştır. Tarhana çorbası, sipsi, zeytinyağlı kestaneli lahana dolması, mumbar dolması, ciğer sarması ilin sevilen lezzetleridir. Bursa'nın kestane şekerı yörenin en sevilen tatlılarındandır (Bursa Mutfak Kùltürü ve Mutfağı, 2009).



2. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ VE ARAÇLARI

2.1. Araştırmanın Yöntemi

Aydın ilinin gastronomik özelliklerini belirleyerek, bu özelliklerin uluslararası gastronomi katılımcıları açısından tercih ve beklentilerini karşılama düzeylerini ölçüldüğü bu çalışmada nitel ve nicel olmak üzere karma yöntemden yararlanılmıştır. Karma yöntem araştırmaya derinlik kazandırarak araştırmayı zenginleştirmektedir (İslamoğlu ve Alınacı, 2014).

Nitel araştırma; gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi nitel veri toplama yöntemlerinin kullanıldığı, algıların ve olayların doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül bir biçimde ortaya konulmasına yönelik nitel bir sürecin izlendiği araştırma olarak tanımlanmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2006: 39). Geleneksel kuramların sosyal olguları açıklamada yetersiz kalması ve sürekli değişmesi, sosyal bilgiler alanında kullanılan nitel araştırmaların temelini oluşturmaktadır. Bu yöntemin en önemli katkısı ise, araştırılan konuyu, katılımcıların bakış açısıyla görebilmeyi ve bu bakış açılarını oluşturan sosyal yapıyı ve süreçleri ortaya koymaya imkan tanımasıdır (Yıldırım ve Şimşek, 2013: 45). Nitel araştırmalarda araştırmanın rolü nicel araştırmadakinden oldukça farklıdır. Nicel araştırmada araştırmacı belli yöntemlerle araştırmayı dışarıdan gözleyen, verileri toplayan ve bu verileri belli başlı istatistiki yöntemlerle açığa çıkaran kişidir. Ancak nitel araştırmacı bizzat alanda zaman harcayan, katılımcılarla bizzat doğrudan görüşen, zaman zaman onların deneyimlerini yaşayan, alanda kazandığı deneyimleri veri analizinde kullanan kişidir (Yıldırım ve Şimşek, 2013: 49).

Nicel araştırma ise; olgu ve olayları nesnelleştirerek gözlemlenebilir, ölçülebilir ve sayısal olarak ifade edilebilir bir şekilde ortaya koyan bir araştırma türüdür. Gözlem ve ölçmelerin tekrarlanabildiği ve objektif yapıldığı araştırmaya niceliksel (sayısal) “Quantitative” araştırma denir. Nicel araştırma yönteminde, araştırma evreninin araştırma konusu hakkındaki fikrinin yönü sorgulanmaktadır. Nicel araştırmalarda sayısal temsiliyet söz konusu olduğundan araştırma evrenini temsil edecek örneklemin hatasız tespit edilmesi ve bu örnekleme doğru soruların sorulması önemlidir (Akman, 2014).

Bu çerçevede araştırma üç aşamadan oluşmuştur. Araştırmanın ilk aşamasında nicel boyutta gastronomi davranışları ve tercihleri ölçeği örneklemimize uygulanmıştır. Ölçeğin güvenilirliğini test etmek amacı ile ölçek maddelerinin Cronbach Alpha katsayıları hesaplanmıştır. Ölçeğin iç tutarlılık güvenilirlik katsayısı .72 bulunmuştur. Güvenilirlik katsayısı $0.61 < \alpha < 0.80$ arasında olduğundan, ölçek

güvenilirliği kabul edilebilir seviyede olduğu gözlenmiştir. Ölçeğin yapı geçerliliğini test ederek, farklı boyutlarda ayırışp ayırışmadığını test etmek amacı ile faktör analizi uygulanmıştır.

Araştırmamızın ikinci aşamasında, nitel boyutta katılımcılara yarı yapılandırılmış görüşme formu uygulanmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşmede araştırmacı, görüşülene yönelteceği belli başlı soruları hazırlar, bu soruları sorar. Ancak görüşme sırasında yeni sorular sorma gereğini de hissederse onları da görüşülen kişiye yöneltebilir (Yüksel, Mil ve Bilim, 2007: 8). Soruların sayısı ve sırası ortama göre değiştirilebilmektedir. Araştırmacının konuya hâkim olmasının önemi burada ortaya çıkmaktadır. İlave olarak veri analizi sırasında, nicel yöntemlerden farklı olarak, katılımcı profilinin tek tek incelenmesi gerekmektedir. Bu nedenle oluşturulacak soru listesinde, katılımcıların demografik özelliklerini tanımlamaya yardımcı olacak soruların da yer alması gerekmektedir (Kozak, 2014: 91).

Araştırmamızın üçüncü aşamasında ise katılımcılara Dünya Şefler Birliği (WACS)'ne ait uluslararası yarışmalarda kullanılan 100 puan üzerinden gerçekleştirilen değerlendirme formu uygulanmıştır.

2.2. Anakütle ve Örneklem

Araştırmanın anakütle ve örnekleme elde edilmesi gereken bulgular farklılık gösterdiğinden üç farklı şekilde tespit edilmiştir.

İlk aşama için anakütle, Aydın iline gelen turistler olarak belirlenmiş, çalışma tarihi Şubat ayı olmasından dolayı o tarihlerde Kuşadası bölgesinde açık bulunan Labranda Ephesus Princess Otel misafirleri örneklem olarak alınmıştır. Bu aşamada kullanılan anket, ilgili tarihlerde (15 Şubat 2016) otelde konaklayan toplam 260 kişiye kolayda örneklem tekniği kullanılarak uygulanmıştır.

İkinci aşama için, anakütle Aydın ili turizm paydaşları olarak belirlenmiş, örnekleme uygulanan yarı yapılandırılmış sorular paydaşların (10 kişi belediyeler, 5 kişi ticaret odaları, 4 kişi turizm ofisleri, 6 kişi acenteler, 10 kişi STK'lar, 5 kişi muhtarlar) çalışanlarına kolayda örneklem tekniği ile uygulanmıştır. Toplamda 35 katılımcı ile kendi ofislerinde yapılan yaklaşık 20-30 dakikalık görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşme esnasında iki araştırmacı yer almıştır. Araştırmacılardan biri soruları sorarken, diğer araştırmacı anket dışında sorulan soruların cevaplarını kayıt altına almıştır.

Üçüncü aşamada ise, anakütle Mart ve Nisan tarihlerinde gerçekleştirilen uluslararası yiyecek festivallerine katılan katılımcılar olarak belirlenmiştir. Bu aşamada uygulanan Dünya Şefler Birliği'ne ait değerlendirme formu, araştırmacının davet edildiği ise 14-20 Mart 2016 Hoi An Food Festival Vietnam (93 kişi) ve 7-10 Nisan 2017 Biser Mora Hırvatistan (77 kişi) katılımcılarına uygulanmıştır. Anakütlenin kaç kişi olduğu bilinmediğinden, kolayda örnekleme tekniği kullanılarak, anket menüyü deneyenlere uygulanmıştır.

2.3. Veri Toplama Yöntemi

Araştırmanın birinci aşaması 15 Şubat 2016 tarihinde Kuşadası Labranda Ephesus Princess Hotel'de genel müdürlükten özel olarak alınan izinle konaklamakta olan turistlere uygulanan anket ile tamamlanmıştır. Anket Hasan Aslan tarafından 2010 yılında Konya ilinde hazırlanmış ve uygulanmış olan “Gastronomi Turizminin Turizm Eğitimi Programlarındaki Yeri ve Önemi-Bir Uygulama” isimli yüksek lisans çalışması baz alınarak hazırlanmıştır. Bu çalışmanın anket formundaki maddeler oluşturulurken Hall ve Mitchell (2005), Şanlıer (2005), Akman (1998), Shenoy (2005)'in konu ile ilgili yaptığı araştırmalardan ve ilgili literatürden yararlanıldığı belirtilmektedir. Aslan'ın yapmış olduğu çalışmanın anketinde yer alan “D-Gastronomi Davranışlarını Değerlendirmeye Yönelik Sorular” bölümü demografik seyahat özelliklere göre uyarlanmıştır. Ölçekteki maddelere ilişkin katılma düzeyini ifade etmek için 5'li Likert (Kesinlikle Katılmıyorum “1”, Katılmıyorum “2”, Ne Katılıyor Ne Katılmıyorum “3”, Katılıyorum “4” ve Kesinlikle Katılıyorum “5”) tipi dereceleme ölçeği kullanılmıştır.

Araştırmanın yapı geçerliliğini sağlamak için açıklayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Gastronomi Davranışları Değerlendirme Anketi Faktör Analizi sonucunda katılımcıların iki temel gastronomik davranış gösterdiği belirlenmiştir. Bunlar;

1. Gastronomi Deneyimi I
2. Gastronomi Deneyimi II'dir.

Gastronomi davranışları değerlendirme anketi faktör analizinin ikinci adımında ise faktör analizi sonucunda 3 alt faktörden oluştuğu görülmüştür. Bu faktörler;

- 1.Faktör: Tercih faktörü (T1, T6, T2, T8, T3, T7)

2.Faktör: Satın Alma Faktörü 1 (T4, T5, T11)

3.Faktör: Satın Alma Faktörü 2 (T9, T10)

şeklinde isimlendirilmiştir.

Çalışmanın ikinci aşaması olan Aydın ilinin gastronomik potansiyelinin belirlenmesi amacıyla uygulanan yarı yapılandırılmış sorular, uzman görüşü alındıktan sonra tespit edilmiştir. Görüşmelerde çalışmanın amacına uygun olarak hazırlanmış aşağıdaki sorular kullanılmıştır.

1. *Sizce buraya gelen turistler ne yemeli ve içmelidir?*
2. *Önerdiğiniz bu yiyecek ve içeceklerin bir yapım hikâyesi var mı?*
3. *Önerdiğiniz bu yiyecek ve içeceklerin tarifini verebilir misiniz?*
4. *Size göre değeri bilinmeyen, unutulmaya yüz tutan gastronomik ürünler var mı?*

Araştırmanın üçüncü aşamasında ise belirlenen özelliklerden derlenen Aydın ili menüleri, araştırmacının davet edildiği uluslararası yiyecek festivalleri olan 14-20 Mart 2016 Hoi An Food Festival Vietnam'da 93 kişiye ve 7-10 Nisan 2017 Biser Mora Hırvatistan'da 77 kişiye deneyimletilerek, toplamda 170 uluslararası katılımcı üzerinde gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların tercih ve beklenti düzeyleri, Dünya Şefler Birliği (WACS) tarafından uluslararası yarışmalarda kullanılan değerlendirme formu yardımıyla ölçülmüştür. Söz konusu formdaki sorular EK 2'de sunulmuştur. Forma ek olarak demografik özellikleri belirleyen sorular haricinde;

1. Daha önce Türk Mutfağı denediniz mi?
2. Yemek seçiminde dikkat ettiğiniz özellikler nelerdir?
3. Gastronomi turizmi için Aydın bölgesini tercih eder misiniz?

soruları kullanılmıştır.

2.4. Verilerin Analizi

Nitel verilerin analizinde içerik analizinden yararlanılmıştır. Bunun için, anahtar sözcükler, alt kategoriler ve kategoriler oluşturulmuştur.

Nicel verilerin düzenlenmesinde; veriler IBM SPSS 21.0 paket programıyla çözümlenmiş, verilerin analizinde maddeler temel alınarak bağımsız örneklem t-testi ve Anova ve açıklayıcı faktör analizi kullanılmıştır. Verilerin analizinden önce normal dağılım varsayımlarının karşılanıp karşılanmadığı kontrol edilmiştir.

2.5. Normal Dağılım Analizleri

İstatistiksel testler, "parametrik testler" ve "parametrik olmayan testler" olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Eldeki bir veri setine, bu testlerden hangisinin uygun olduğunu belirlemek için normallik testi yapılmalıdır. Eğer veriler normal dağılıma sahip ise parametrik testler, veriler normal dağılıma sahip değil ise parametrik olmayan testler (non-parametrik testler) uygun olacaktır.

“Gastronomi Davranışları Değerlendirme Anketi” incelendiğinde, verilerin demografik özelliklere göre normal dağıldığı görülmektedir. Tabachnick and Fidell’e (2013) göre verilerin normal dağılım gösterdiğini kabul edebilmemiz için çarpıklık ve basıklık değerlerinin -1.5 ile +1.5 arasında olması gerekmektedir. Aynı şekilde George, D., & Mallery, M. (2010)’in “SPSS for Windows Step by Step: A Simple Guide and Reference” adlı çalışmaları incelendiğinde, verilerin normal dağılım gösterebilmesi için çarpıklık ve basıklık değerlerinin -2.0 ile +2.0 arasında olması gerektiğini vurgulamaktadırlar. Dolayısıyla analizi yapılan tüm veri setinin söz konusu aralıklarda olduğu görülmekte ve verilerimizin normal dağıldığı gözlenmektedir.

Her bir normallik testinin uygulanabilmesi için kendilerine has bazı ön şartları bulunmaktadır. Bazıları için bu ön şartlar içinde örneklem büyüklüğü de bulunmaktadır. Örneğin Kolmogorov-Smirnov kullanılacaksa örneklem büyüklüğünün 50’den fazla olması tavsiye edilmektedir (Kuram Ve Uygulamada Eğitim Bilimleri, 2017). Dolayısıyla örneklem büyüklüğü 50’den fazla olmasından dolayı tüm testlerde Kolmogorov-Smirnov^a sonucuna bakılmıştır.

2.5.1. Cinsiyete Göre Normal Dağılım Analizi

Tablo 2. 1. Cinsiyete Göre Katılımcı Tablosu

Cinsiyet	Durum					
	Geçerli Değer		Kayıp Değer		Toplam	
	N	Yüzde	N	Yüzde	N	Yüzde
Kadın	114	100,0%	0	,0%	114	100,0%
Erkek	112	100,0%	0	,0%	112	100,0%

Tablo 2.1.'de görüldüğü gibi, araştırmamızda 114 kadın ve 112 erkek katılımcı bulunmaktadır.

Araştırma verileri kadın ve erkek bazında incelendiğinde, kadınlarda çarpıklık -,061 iken, basıklık .080, erkeklerde ise çarpıklık .074, basıklık .845 olarak görülmektedir. Değerlerinin -2.0 ile +2.0 arasında olduğu ve verilerin normal dağıldığı gözlenmektedir.

Tablo 2. 2. Cinsiyete Göre Normallik Testi Tablosu

Cinsiyet	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	İstatistik	sd	Anlamlılık
Kadın	,053	114	,200
Erkek	,060	112	,200

Ayrıca “Normallik Testi tablosu” incelendiğinde, araştırmada yer alan katılımcı sayımızın 50’den fazla olmasından dolayı Kolmogorov-Smirnov^a’a bakılmış, çıkan sonuçların “sig” değerleri .005 den büyük olduğu ve verilerin normal dağıldığı gözlenmiştir.

2.5.2. Gruplandırılmış Yaşa Göre Normal Dağılım Analizi

Tablo 2. 3. Gruplandırılmış Yaşa Göre Katılımcı Tablosu

Gruplanmış Yaş	Durum					
	Geçerli Değer		Kayıp Değer		Toplam	
	N	Yüzde	N	Yüzde	N	Yüzde
18-25	15	100,0%	0	,0%	15	100,0%
25-30	40	100,0%	0	,0%	40	100,0%
31-35	60	100,0%	0	,0%	60	100,0%
36-40	55	100,0%	0	,0%	55	100,0%
41-45	25	100,0%	0	,0%	25	100,0%
46-50	23	100,0%	0	,0%	23	100,0%
51+	8	100,0%	0	,0%	8	100,0%

Tablo 2.3’de görüldüğü gibi 18-25 yaş aralığında 15 katılımcı, 25-30 yaş aralığında 40 katılımcı, 31-35 yaş aralığında 60 katılımcı, 36-40 yaş aralığında 55 katılımcı, 41-45 yaş aralığında 25 katılımcı, 46-50 yaş aralığında 23 katılımcı ve 51 üstü 8 katılımcı olduğu görülmektedir.

Tablo 2. 4. Gruplandırılmış Yaşa Göre Basıklık ve Çarpıklık Değerleri

	18-25	26-30	31-35	36-40	41-45	46-50	+51
Çarpıklık (Skewness)	.683	-.777	-.016	.273	-.124	-.730	-.526
Basıklık (Kurtosis)	-.579	.525	1.079	.060	-.502	1.785	-.412

Araştırma verileri yaş gruplarına göre 7 gruba ayrılmıştır. Tüm gruplardaki çarpıklık ve basıklık değerlerinin -2.00 ile +2.00 arasında olduğu gözlenmektedir. Veri setinin söz konusu aralıklarda olduğu ve verilerin normal dağıldığı gözlenmektedir.

Tablo 2. 5. Gruplandırılmış Yaşa Göre Normallik Testi Tablosu

Yaş	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	İstatistik	sd	Anlamlılık	İstatistik	sd	Anlamlılık
18-25	,139	15	,200*	,921	15	,197
25-30	,133	40	,074	,948	40	,065
31-35	,092	60	,200*	,978	60	,359
36-40	,085	55	,200*	,981	55	,535
41-45	,113	25	,200*	,977	25	,829
46-50	,171	23	,080	,922	23	,075
51+	,146	8	,200*	,974	8	,928

Ayrıca “Normallik Testi tablosu” incelendiğinde, araştırmada yer alan katılımcı sayısının 50’den fazla olmasından dolayı Kolmogorov-Smirnov^a’a bakılmış, çıkan sonuçların “sig” değerleri .005 den büyük olduğu ve verilerin normal dağıldığı gözlenmiştir.

2.5.3. Eğitim Durumuna Göre Normal Dağılım Analizi

Tablo 2. 6. Eğitim Durumuna Göre Katılımcı Tablosu

Eğitim Durumu	Durum					
	Geçerli Değer		Kayıp Değer		Toplam	
	N	Yüzde	N	Yüzde	N	Yüzde
Eğitimsiz / İlkokul terk	7	100,0%	0	,0%	7	100,0%
İlkokul, ortaokul / İlköğretim	46	100,0%	0	,0%	46	100,0%
Ortaöğretim / Lise ve dengi okul	83	100,0%	0	,0%	83	100,0%
Yüksekokul, Üniversite	64	100,0%	0	,0%	64	100,0%
Yüksek lisans / Doktora	26	100,0%	0	,0%	26	100,0%

Tablo 2.6’da, eğitimsiz/ilkokul terk grubunda 7 katılımcı, ilkokul/ortaokul ilköğretim grubunda 46 katılımcı, Ortaöğretim / Lise ve dengi okul grubunda 83 katılımcı, Yüksekokul,

Üniversite grubunda 64 katılımcı ve Yüksek lisans / Doktora grubunda 26 katılımcı olduğu görülmektedir.

Tablo 2. 7. Eğitim Durumuna Göre Basıklık ve Çarpıklık Değerleri

	Çarpıklık	Basıklık
Eğitimsiz / İlkokul terk	-.794	-.041
İlkokul, ortaokul / İlköğretim	-.246	-.446
Ortaöğretim / Lise ve dengi okul	.302	.636
Yüksekokul, Üniversite	.082	-.332
Yüksek lisans / Doktora	-.042	1.386

Araştırma verileri eğitim durumuna göre 5 gruba ayrılmıştır. Tüm gruptaki çarpıklık ve basıklık değerlerinin -2.00 ile +2.00 arasında olduğu ve verilerin normal dağıldığı gözlenmektedir.

Tablo 2. 8. Eğitim Durumuna Göre Normallik Testi Tablosu

Eğitim Durumu	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	İstatistik	sd	Anlamlılık	İstatistik	sd	Anlamlılık
Eğitimsiz / İlkokul terk	,221	7	,200*	,935	7	,596
İlkokul, ortaokul / İlköğretim	,078	46	,200*	,978	46	,527
Ortaöğretim / Lise ve dengi okul	,098	83	,046	,977	83	,147
Yüksekokul, Üniversite	,077	64	,200*	,983	64	,519
Yüksek lisans / Doktora	,105	26	,200*	,972	26	,679

Ayrıca “Normallik Testi tablosu” incelendiğinde, araştırmada yer alan katılımcı sayısının 50’den fazla olmasından dolayı Kolmogorov-Smirnov^a’a bakılmış, çıkan sonuçların “sig” değerleri .005 den büyük olduğu ve verilerin normal dağıldığı gözlenmiştir.

2.5.4. Medeni Duruma Göre Normal Dağılım Analizi

Tablo 2. 9. Medeni Durumuna Göre Katılımcı Tablosu

Medeni Durum	Durum					
	Geçerli Değer		Kayıp Değer		Toplam	
	N	Yüzde	N	Yüzde	N	Yüzde
Evli	201	100,0%	0	,0%	201	100,0%
Bekar	20	100,0%	0	,0%	20	100,0%
Dul/boşanmış	5	100,0%	0	,0%	5	100,0%

Tablo 2.9’da, 201 adet evli katılımcı, 20 adet bekar katılımcı ve 5 adet Dul veya boşanmış katılımcı olduğu görülmektedir.

Tablo 2. 10. Medeni Duruma Göre Basıklık ve Çarpıklık Değerleri

	Çarpıklık	Basıklık
Evli	-.002	.558
Bekar	.692	.147
Dul/Boşanmış	.496	1.673

Araştırma verileri medeni durumuna göre 3 gruba ayrılmıştır. Tüm gruplardaki çarpıklık ve basıklık değerlerinin -2.00 ile +2.00 arasında olduğu ve verilerin normal dağıldığı gözlenmektedir.

Tablo 2. 11. Medeni Durumuna Göre Normallik Testi Tablosu

Medeni Durum	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	İstatistik	sd	Anlamlılık	İstatistik	sd	Anlamlılık
Evli	,045	201	,200*	,993	201	,407
Bekar	,138	20	,200*	,940	20	,236
Dul/boşanmış	,277	5	,200*	,941	5	,675

Ayrıca “Normallik Testi tablosu” incelendiğinde, araştırmada yer alan katılımcı sayısının 50’den fazla olmasından dolayı Kolmogorov-Smirnov^a’a bakılmış, çıkan sonuçların “sig” değerleri .005 den büyük olduğu ve verilerin normal dağıldığı gözlenmiştir.

2.5.5. Çalışma Durumuna Göre Normal Dağılım Analizi

Tablo 2. 12. Çalışma Durumuna Göre Katılımcı Tablosu

Çalışma durumu	Durum					
	Geçerli Değer		Kayıp Değer		Toplam	
	N	Yüzde	N	Yüzde	N	Yüzde
Serbest (işveren veya kendi hesabına)	41	100,0%	0	,0%	41	100,0%
Özel sektörde ücretli	87	100,0%	0	,0%	87	100,0%
Kamu sektöründe maaşlı	75	100,0%	0	,0%	75	100,0%
Öğrenci	15	100,0%	0	,0%	15	100,0%
Diğer	8	100,0%	0	,0%	8	100,0%

Tablo 2.12’de, serbest (işveren veya kendi hesabına) çalışan 41 katılımcı, Özel sektörde ücretli çalışan 87 katılımcı, Kamu sektöründe maaşlı çalışan 75 katılımcı, öğrenci 15 katılımcı ve diğer 8 katılımcı, olduğu görülmektedir.

Tablo 2. 13. Çalışma Duruma Göre Basıklık ve Çarpıklık Değerleri

	Çarpıklık	Basıklık
Serbest (işveren veya kendi hesabına)	.146	-.151
Özel sektörde ücretli	.042	.618
Kamu sektöründe maaşlı	-.098	.705
Öğrenci	.683	-.579
Diğer	-.526	.412

Araştırma verileri çalışma durumuna göre 5 gruba ayrılmıştır. Tüm gruplardaki çarpıklık ve basıklık değerlerinin -2.00 ile +2.00 arasında olduğu ve verilerin normal dağıldığı gözlenmektedir.

Tablo 2. 14. Çalışma Durumuna Göre Normallik Testi Tablosu

Çalışma durumu	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	İstatistik	sd	Anlamlılık	İstatistik	sd	Anlamlılık
Serbest (işveren veya kendi hesabına)	,082	41	,200 [*]	,983	41	,773
Özel sektörde ücretli	,077	87	,200 [*]	,984	87	,357
Kamu sektöründe maaşlı	,066	75	,200 [*]	,988	75	,734
Öğrenci	,139	15	,200 [*]	,921	15	,197
Diğer	,146	8	,200 [*]	,974	8	,928

“Normallik Testi tablosu” incelendiğinde, araştırmada yer alan katılımcı sayısının 50’den fazla olmasından dolayı Kolmogorov-Smirnov^a’a bakılmış, çıkan sonuçların “sig” değerleri .005 den büyük olduğu ve verilerin normal dağıldığı gözlenmiştir.

Genel olarak değerlendirildiğinde, çalışma verilerinin normal dağılım varsayımlarını büyük ölçüde karşıladığından söz etmek mümkündür.

3. BULGULAR VE YORUMLAR

3.1. Birinci Alt Probleme İlişkin Bulgular

Araştırmanın birinci alt problemi “Aydın bölgesine gelen uluslararası ziyaretçilerin gastronomi davranışları bölgenin gastronomi turizmi açısından değerlendirilmesine olanak sağlamakta mı?” şeklinde belirlenmiştir.

3.1.1. Gastronomi Davranışlarını Değerlendirmeye Yönelik Bulgular

Çalışmanın bu bölümü 15 Şubat 2016 tarihinde Kuşadası Ephesus Princes Hotel'de konaklamakta olan turistlerden 260'ına yönelik demografik özellikler ve gastronomi davranışlarını ölçer bir anket ile tamamlanmıştır. Uygulanan anketlerden 34 tanesi eksik ve hatalı bilgi içerdiği için değerlendirme dışı bırakılmış, doğru ve eksiksiz cevaplanan 226 anket çalışmaya dahil edilmiştir. Anket Hasan Aslan tarafından 2010 yılında Konya ilinde hazırlanmış ve uygulanmış olan “Gastronomi Turizminin Turizm Eğitimi Programlarındaki Yeri ve Önemi-Bir Uygulama” isimli yüksek lisans çalışması baz alınarak hazırlanmıştır. Yine bu çalışmanın anket formundaki maddeler oluşturulurken Hall ve Mitchell (2005), Şanlıer (2005), Akman (1998), Shenoy (2005)'in konu ile ilgili yaptığı araştırmalardan ve ilgili literatürden yararlanıldığı belirtilmektedir. Aslan'ın yapmış olduğu çalışmanın anketinde yer alan “D-Gastronomi Davranışlarını Değerlendirmeye Yönelik Sorular” bölümü ankete uygulanarak yapılmıştır.

Güvenilirlik katsayısını arttırabilmek için yapılan toplam madde istatistiğinde sekizinci sorunun çıkarılması gerekmiştir.

Tablo 3 1. Toplam Madde İstatistikleri

	Madde silindiğinde Ölçek ortalaması	Madde silindiğinde Ölçek varyansı	Madde toplam korelasyonu	Çoklu korelasyon karesi	Madde Silindiğinde Cronbach's Alpha
S1 - Farklı yörelerin beslenme kültürünü bilmek isterim.	29,73	43,876	,382	,352	,700
S2 - Dışarıda yemek yiyeceğim zaman farklı yörelerin mutfakların tercih ederim	30,22	42,804	,412	,240	,695
S3 - Sürekli yeni yiyecekler denemek isterim.	30,16	44,099	,341	,177	,706
S4 - Alışık olmadığım tatları denemek isterim.	29,95	43,700	,350	,306	,704
S5 - Yemek yaparken yeni yemekleri yapmayı denerim	30,45	44,568	,238	,159	,723
S6 - Dışarıda yemek yediğimde farklı tatları denerim.	29,95	44,384	,278	,161	,715
S7 - Yeni tatlara güvenmem.	30,27	41,920	,479	,416	,685
S8 - İçeriğini bilmediğim yemekleri yemem.	33,51	51,095	,095	,078	,722
S9 - Dışarıda yemek yiyeceğim zaman, alışık olduğum yemekleri tercih ederim	31,03	44,155	,340	,162	,706
S10 - Yemek festivallerine katılırım.	31,29	42,668	,460	,377	,689
S11 - Bir restorana gittiğimde şefin özel yemeğini sipariş ederim.	31,13	43,227	,352	,298	,704
S12 - Yemek münüsünde ismini ilk defa gördüğüm yiyecekleri merak ederim	30,95	42,038	,434	,239	,692

Tablo 3. 2. Güvenilirlik İstatistikleri

Cronbach's Alpha	Standart maddelere dayalı Cronbach's Alpha	N
,722	,726	11

Ölçeğin güvenilirliğini test etmek amacı ile ölçek maddelerinin Cronbach Alpha katsayıları hesaplanmıştır. Ölçeğin iç tutarlılık güvenilirlik katsayısı 0.72 bulunmuştur. Güvenilirlik katsayısı $0.61 < \alpha < 0,80$ arasında olduğundan, ölçek güvenilirliği kabul edilebilir seviyede olduğu gözlenmiştir.

Tablo 3. 3. Gastronomi Davranışı Değerlendirme Anketi – Katılımcı Yaş Ortalaması

	Cinsiyet		
	Kadın	Erkek	Toplam
Ortalama Yaş	35,6	36,62	36,1

Ankete 114 kadın ve 112 erkek olmak üzere toplamda 226 katılımcıya yer verilmiştir. Kadın ve Erkek katılımcıların yaşları ortalaması 36,10 yaş olarak ölçülmüştür.

Tablo 3. 4. Gastronomi Davranışı Değerlendirme Anketi – Katılımcıların Demografik Özellikleri

		Cinsiyet					
		Kadın		Erkek		Total	
		n	%	n	%	n	%
Cinsiyet	Kadın	114	100,0%	0	0,0%	114	50,4%
	Erkek	0	0,0%	112	100,0%	112	49,6%
Gruplanmış yaş	18-25	8	7,0%	7	6,3%	15	6,6%
	25-30	22	19,3%	18	16,1%	40	17,7%
	31-35	29	25,4%	31	27,7%	60	26,5%
	36-40	29	25,4%	26	23,2%	55	24,3%
	41-45	11	9,6%	14	12,5%	25	11,1%
	46-50	12	10,5%	11	9,8%	23	10,2%
	51+	3	2,6%	5	4,5%	8	3,5%
Eğitim	Eğitimsiz / İlkokul terk	3	2,6%	4	3,6%	7	3,1%
	İlkokul, ortaokul / İlköğretim	24	21,1%	22	19,6%	46	20,4%
	Ortaöğretim / Lise ve dengi okul	39	34,2%	44	39,3%	83	36,7%
	Yüksekokul, Üniversite	34	29,8%	30	26,8%	64	28,3%
	Yüksek lisans / Doktora	14	12,3%	12	10,7%	26	11,5%
Medeni duru	Evli	101	88,6%	100	89,3%	201	88,9%
	Bekar	12	10,5%	8	7,1%	20	8,8%
	Dul/boşanmış	1	,9%	4	3,6%	5	2,2%
Çalışma Durumu	Serbest (işveren veya kendi hesabına)	24	21,1%	17	15,2%	41	18,1%
	Özel sektörde ücretli	39	34,2%	48	42,9%	87	38,5%
	Kamu sektöründe maaşlı	40	35,1%	35	31,3%	75	33,2%
	Öğrenci	8	7,0%	7	6,3%	15	6,6%
	Diğer	3	2,6%	5	4,5%	8	3,5%

Anketin demografik yapısı incelendiğinde katılımcıların % 6,6 oranında 18-25 yaş, % 17,7 oranında 25-30 yaş, % 26,5 oranında 31-35 yaş, % 24,3 oranında 36-40 yaş, % 11,1 oranında 41-45 yaş, % 10,2 oranında 46-50 yaş, % 3,5 oranında 51 yaş ve üstü yaşa sahip olduğu görülmektedir.

Katılımcıların eğitim durum, % 3,1 oranında Eğitimsiz / İlkokul terk, % 20,4 oranında İlkokul, ortaokul / İlköğretim, % 36,7 oranında Ortaöğretim / Lise ve dengi okul, % 28,3 oranında Yüksekokul, Üniversite, % 11,5 oranında Yüksek lisans / Doktora seviyesindedir.

Katılımcıların medeni durumu ise % 88,9 oranında Evli, % 8,8 oranında Bekar, % 2,2 oranında Dul/boşanmış şeklindedir.

Katılımcıların mesleki durumları ise, % 18,1 oranında Serbest (işveren veya kendi hesabına), % 38,5 oranında Özel sektörde ücretli, % 33,2 oranında Kamu sektöründe maaşlı, % 6,6 oranında Öğrenci, % 3,5 oranında diğer şeklinde gerçekleşmiştir.

3.1.2. Gastronomi Davranışlarını Değerlendirme Anketi Frekans Dağılımı

Tablo 3. 5. Gastronomi Davranışı Değerlendirme Anketi – Gastronomi Davranışları Ölçeği – Frekans Dağılımı

		Cinsiyet						Top2 Bottom2
		Kadın		Erkek		Toplam		
		n	%	n	%	n	%	
S1 - Farklı yörelerin beslenme kültürünü bilmek isterim.	Kesinlikle Katılmıyorum	9	7,9%	6	5,4%	15	6,6%	16,4%
	Katılmıyorum	12	10,5%	10	8,9%	22	9,7%	
	Ne Katılıyor Ne katılmıyorum	13	11,4%	13	11,6%	26	11,5%	11,5%
	Katılıyorum	50	43,9%	48	42,9%	98	43,4%	72,1%
	Kesinlikle Katılıyorum	30	26,3%	35	31,3%	65	28,8%	
S2 - Dışarıda yemek yiyeceğim zaman farklı yörelerin mutfakların tercih ederim	Kesinlikle Katılmıyorum	11	9,6%	12	10,7%	23	10,2%	27,4%
	Katılmıyorum	19	16,7%	20	17,9%	39	17,3%	
	Ne Katılıyor Ne katılmıyorum	30	26,3%	27	24,1%	57	25,2%	25,2%
	Katılıyorum	32	28,1%	31	27,7%	63	27,9%	47,3%
	Kesinlikle Katılıyorum	22	19,3%	22	19,6%	44	19,5%	
S3 - Sürekli yeni yiyecekler denemek isterim.	Kesinlikle Katılmıyorum	12	10,5%	13	11,6%	25	11,1%	23,0%
	Katılmıyorum	11	9,6%	16	14,3%	27	11,9%	
	Ne Katılıyor Ne katılmıyorum	27	23,7%	29	25,9%	56	24,8%	24,8%
	Katılıyorum	42	36,8%	37	33,0%	79	35,0%	52,2%
	Kesinlikle Katılıyorum	22	19,3%	17	15,2%	39	17,3%	
S4 - Alışık olmadığım tatları denemek isterim.	Kesinlikle Katılmıyorum	10	8,8%	12	10,7%	22	9,7%	20,8%
	Katılmıyorum	12	10,5%	13	11,6%	25	11,1%	
	Ne Katılıyor Ne katılmıyorum	27	23,7%	15	13,4%	42	18,6%	18,6%
	Katılıyorum	39	34,2%	39	34,8%	78	34,5%	60,6%
	Kesinlikle Katılıyorum	26	22,8%	33	29,5%	59	26,1%	
S5 - Yemek yaparken yeni yemekleri yapmayı denerim	Kesinlikle Katılmıyorum	8	7,0%	35	31,3%	43	19,0%	37,6%
	Katılmıyorum	11	9,6%	31	27,7%	42	18,6%	
	Ne Katılıyor Ne katılmıyorum	25	21,9%	22	19,6%	47	20,8%	20,8%
	Katılıyorum	30	26,3%	15	13,4%	45	19,9%	41,6%
	Kesinlikle Katılıyorum	40	35,1%	9	8,0%	49	21,7%	
S6 - Dışarıda yemek yediğimde farklı tatları denerim.	Kesinlikle Katılmıyorum	14	12,3%	11	9,8%	25	11,1%	23,0%
	Katılmıyorum	13	11,4%	14	12,5%	27	11,9%	
	Ne Katılıyor Ne katılmıyorum	21	18,4%	19	17,0%	40	17,7%	17,7%
	Katılıyorum	32	28,1%	32	28,6%	64	28,3%	59,3%
	Kesinlikle Katılıyorum	34	29,8%	36	32,1%	70	31,0%	
S7 - Yeni tatlara güvenmem.	Kesinlikle Katılmıyorum	15	13,2%	12	10,7%	27	11,9%	27,0%
	Katılmıyorum	20	17,5%	14	12,5%	34	15,0%	
	Ne Katılıyor Ne katılmıyorum	29	25,4%	27	24,1%	56	24,8%	24,8%
	Katılıyorum	34	29,8%	40	35,7%	74	32,7%	48,2%
	Kesinlikle Katılıyorum	16	14,0%	19	17,0%	35	15,5%	

S8 - İçeriğini bilmediğim yemekleri yemem.	Kesinlikle Katılmıyorum	6	5,3%	5	4,5%	11	4,9%	10,2%
	Katılmıyorum	5	4,4%	7	6,3%	12	5,3%	
	Ne Katılıyor Ne katılmıyorum	31	27,2%	33	29,5%	64	28,3%	28,3%
	Katılıyorum	43	37,7%	39	34,8%	82	36,3%	61,5%
	Kesinlikle Katılıyorum	29	25,4%	28	25,0%	57	25,2%	
S9 - Dışarıda yemek yiyeceğim zaman, alışık olduğum yemekleri tercih ederim	Kesinlikle Katılmıyorum	18	15,8%	40	35,7%	58	25,7%	53,5%
	Katılmıyorum	21	18,4%	42	37,5%	63	27,9%	
	Ne Katılıyor Ne katılmıyorum	46	40,4%	14	12,5%	60	26,5%	26,5%
	Katılıyorum	19	16,7%	9	8,0%	28	12,4%	19,9%
	Kesinlikle Katılıyorum	10	8,8%	7	6,3%	17	7,5%	
S10 - Yemek festivallerine katılırım.	Kesinlikle Katılmıyorum	37	32,5%	45	40,2%	82	36,3%	61,1%
	Katılmıyorum	29	25,4%	27	24,1%	56	24,8%	
	Ne Katılıyor Ne katılmıyorum	32	28,1%	19	17,0%	51	22,6%	22,6%
	Katılıyorum	14	12,3%	15	13,4%	29	12,8%	16,4%
	Kesinlikle Katılıyorum	2	1,8%	6	5,4%	8	3,5%	
S11 - Bir restorana gittiğimde şefin özel yemeğini sipariş ederim.	Kesinlikle Katılmıyorum	41	36,0%	39	34,8%	80	35,4%	58,4%
	Katılmıyorum	27	23,7%	25	22,3%	52	23,0%	
	Ne Katılıyor Ne katılmıyorum	24	21,1%	16	14,3%	40	17,7%	17,7%
	Katılıyorum	14	12,3%	22	19,6%	36	15,9%	23,9%
	Kesinlikle Katılıyorum	8	7,0%	10	8,9%	18	8,0%	
S12 - Yemek mönüsünde ismini ilk defa gördüğüm yiyecekleri merak ederim	Kesinlikle Katılmıyorum	26	22,8%	38	33,9%	64	28,3%	51,8%
	Katılmıyorum	26	22,8%	27	24,1%	53	23,5%	
	Ne Katılıyor Ne katılmıyorum	24	21,1%	21	18,8%	45	19,9%	19,9%
	Katılıyorum	29	25,4%	17	15,2%	46	20,4%	28,3%
	Kesinlikle Katılıyorum	9	7,9%	9	8,0%	18	8,0%	

"S1 - Farklı yörelerin beslenme kültürünü bilmek isterim" ifadesine toplamda % 16,4 oranında Kesinlikle Katılmıyorum ve Katılmıyorum, % 11,5 oranında Ne Katılıyor Ne Katılmıyorum ve % 72,1 oranında Katılıyorum ve Kesinlikle Katılıyorum cevabı verilmiştir.

"S2 - Dışarıda yemek yiyeceğim zaman farklı yörelerin mutfakların tercih ederim" ifadesine toplamda % 27,4 oranında Kesinlikle Katılmıyorum ve Katılmıyorum, % 25,2 oranında 25,2% Ne Katılıyor Ne Katılmıyorum ve % 47,3 oranında Katılıyorum ve Kesinlikle Katılıyorum cevabı verilmiştir.

"S3 - Sürekli yeni yiyecekler denemek isterim" ifadesine toplamda % 23,0 oranında Kesinlikle Katılmıyorum ve Katılmıyorum, % 24,8 oranında Ne Katılıyor Ne Katılmıyorum ve % 52,2 oranında Katılıyorum ve Kesinlikle Katılıyorum cevabı verilmiştir.

"S4 - Alışık olmadığım tatları denemek isterim" ifadesine toplamda % 20,8 oranında Kesinlikle Katılmıyorum ve Katılmıyorum, % 18,6 oranında Ne Katılıyor Ne

Katılmıyorum ve % 60,6 oranında Katılıyorum ve Kesinlikle Katılıyorum cevabı verilmiştir.

"S5 - Yemek yaparken yeni yemekleri yapmayı denerim" ifadesine toplamda % 37,6 oranında Kesinlikle Katılmıyorum ve Katılmıyorum, % 20,8 oranında Ne Katılıyor Ne Katılmıyorum ve % 41,6 oranında Katılıyorum ve Kesinlikle Katılıyorum cevabı verilmiştir.

"S6 - Dışarıda yemek yediğimde farklı tatları denerim" ifadesine toplamda % 23,0 oranında Kesinlikle Katılmıyorum ve Katılmıyorum, % 17,7 oranında Ne Katılıyor Ne Katılmıyorum ve % 59,3 oranında Katılıyorum ve Kesinlikle Katılıyorum cevabı verilmiştir.

"S7 - Yeni tatlara güvenmem" ifadesine toplamda % 27,0 oranında Kesinlikle Katılmıyorum ve Katılmıyorum, % 24,8 oranında Ne Katılıyor Ne Katılmıyorum ve % 48,2 oranında Katılıyorum ve Kesinlikle Katılıyorum cevabı verilmiştir.

"S8 - İçeriğini bilmediğim yemekleri yemem" ifadesine toplamda % 10,2 oranında Kesinlikle Katılmıyorum ve Katılmıyorum, % 28,3 oranında Ne Katılıyor Ne Katılmıyorum ve % 61,5 oranında Katılıyorum ve Kesinlikle Katılıyorum cevabı verilmiştir.

"S9 - Dışarıda yemek yiyeceğim zaman, alışık olduğum yemekleri tercih ederim" ifadesine toplamda % 53,5 oranında Kesinlikle Katılmıyorum ve Katılmıyorum, % 26,5 oranında Ne Katılıyor Ne Katılmıyorum ve % 19,9 oranında Katılıyorum ve Kesinlikle Katılıyorum cevabı verilmiştir.

"S10 - Yemek festivallerine katılırım" ifadesine toplamda % 61,1 oranında Kesinlikle Katılmıyorum ve Katılmıyorum % 22,6 oranında Ne Katılıyor Ne Katılmıyorum ve % 16,4 oranında Katılıyorum ve Kesinlikle Katılıyorum cevabı verilmiştir.

"S11 - Bir restorana gittiğimde şefin özel yemeğini sipariş ederim" ifadesine toplamda % 58,4 oranında Kesinlikle Katılmıyorum ve Katılmıyorum, %17,7 Ne Katılıyor Ne Katılmıyorum ve % 23,9 oranında Katılıyorum ve Kesinlikle Katılıyorum cevabı verilmiştir.

"S12 - Yemek mönüsünde ismini ilk defa gördüğüm yiyecekleri merak ederim" ifadesine toplamda % 51,8 oranında Kesinlikle Katılmıyorum ve Katılmıyorum, % 19,9 oranında Ne Katılıyor Ne Katılmıyorum ve % 28,3 oranında Katılıyorum ve Kesinlikle Katılıyorum cevabı verilmiştir.

3.1.3. Gastronomi Davranışları Değerlendirme Ölçeği Faktör Analizi

Faktör analizi, gözlemlenen değişkenler kümesinde korelasyon modelini açıklayan temel değişkenleri veya faktörleri belirlemeye çalışır. Faktör analizi, daha belirgin değişkenlerin çokluğunda gözlemlenen varyansın çoğunu açıklayan az sayıdaki faktörü tanımlamak için veri azaltımında sıklıkla kullanılır. Faktör analizi, nedensel mekanizmalara ilişkin hipotezler üretmek veya sonraki analizler için değişkenleri taramak için de kullanılabilir (örneğin doğrusal regresyon analizi yapmadan önce eş doğrusallığı belirlemek için).

Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) and Bartlett's Test, değişkenler arası ilişkinin gücünü ölçümler. KMO, tatmin edici bir faktör analizi yapılabilmesi için örneklemin 0,5'den büyük olması gerektiğini öngörür. Şayet, 0,5'den düşük değişkenler var ise bunlar analize dahil edilmez. Araştırmacı, değişken başına en az 10-15 katılımcıya sahip olmalıdır. Fiedel, tatminkar bir analizin yapılabilmesi için 300 katılımcıyı yeterli görmektedir. Kaisen gibi araştırmacılar ise en az 0,5 olması gerektiğini, 0,7- 0,8 aralığının kabul edilebilir diğer yandan 0,9 ve üzerinin çok ideal olduğunu belirtmişlerdir. KMO ölçümü 0 ile 1 arasında değişir. 1'e yaklaştıkça daha iyidir. Minimum 0,6 olması önerilir.

Barlett's test de aynı KMO gibi değişkenler arası ilişki gücünü ölçümler. Bu test H_0 'ı test eder. Barlett's testte (Barlet's test of sphericity) $\text{sig} < 0.05$ olmalıdır. 0,5'in altındaysa H_0 reddedilir bu da korelasyon matrisinin özdeş bir matris olmadığı anlamına gelir. Eğer tabloda Bartlett değeri $\rightarrow p < 0.001$ ise bu ilerleyebileceğimizi gösterir.

Tablo 3. 6. Gastronomi Davranışları Değerlendirme Anketi Faktör Analizi –Gastronomi Davranışları Ölçeği KMO ve Bartlett Testi

KMO and Bartlett's Testi		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,796
	Yaklaşık Ki-kare	452,105
Bartlett's Test of Sphericity	sd	66
	p	,000

Gastronomi davranışları değerlendirme anketi faktör analizinin ilk adımında “Gastronomi Davranışları Ölçeği”nin KMO ve Bartlett Test sonuçlarına bakılmıştır. KMO değeri 0,796 ile iyi düzeyde çıkmıştır. Faktör analizi sonucunda elde edilecek alt faktörlerin toplam varyansı açıklayıcılık oranı % 79,6 olduğu sonucuna varılmış ve faktör analizine

devam edilme kararı verilmiştir. Benzer şekilde Bartlett testi sonucunda $p=0,000<0,001$ olduğundan dolayı faktör analizinin data seti için uygun bir analiz türü olduğu görülmüştür.

Tablo 3. 7. Gastronomi Davranışları Değerlendirme Anketi Faktör Analizi – Gastronomi Davranışları Ölçeği – Dönüştürülmüş Bileşenler Matrisi

Dönüştürülmüş Bileşenler Matrisi				
Faktörler	Bileşenler			
	123			
Gastronomi Deneyimi I	S1 - Farklı yörelerin beslenme kültürünü bilmek isterim.	,757		
	S7 - Yeni tatlara güvenmem.	,719		
	S4 - Alışık olmadığım tatları denemek isterim.	,627		
	S6 - Dışarıda yemek yediğimde farklı tatları denerim.	,567		
	S2 - Dışarıda yemek yiyeceğim zaman farklı yörelerin mutfakların tercih ederim	,563		
Gastronomi Deneyimi II	S10 - Yemek festivallerine katılırım.		,747	
	S11 - Bir restorana gittiğimde şefin özel yemeğini sipariş ederim.		,728	
	S5 - Yemek yaparken yeni yemekleri yapmayı denerim		,604	
	S12 - Yemek mönüsünde ismini ilk defa gördüğüm yiyecekleri merak ederim		,553	
	S9 - Dışarıda yemek yiyeceğim zaman, alışık olduğum yemekleri tercih ederim		,517	
	S3 - Sürekli yeni yiyecekler denemek isterim.		,342	
Çekingen	S8 - İçeriğini bilmediğim yemekleri yemem.			,874

Faktör analizi sonucunda 12 ifadenin 3 faktör altında birleştiği görülmüştür. İfadeler incelendiğinde "Farklı yörelerin beslenme kültürünü bilmek isterim", "Yeni tatlara güvenmem", "Alışık olmadığım tatları denemek isterim", "Dışarıda yemek yediğimde farklı tatları denerim" ve "Dışarıda yemek yiyeceğim zaman farklı yörelerin mutfakların tercih ederim" ifadelerinin “Gastronomi Deneyimi I” alt faktörü olarak, “Yemek festivallerine katılırım”, Bir restorana gittiğimde şefin özel yemeğini sipariş ederim”, "Yemek yaparken yeni yemekleri yapmayı denerim", "Yemek münüsünde ismini ilk defa gördüğüm yiyecekleri merak ederim", "Dışarıda yemek yiyeceğim zaman, alışık olduğum yemekleri tercih ederim" ve “Sürekli yeni yiyecekler denemek isterim” ifadelerinin “Gastronomi Deneyimi II” alt faktörü olarak isimlendirilmesine karar verilmiştir. Son olarak “S8 - İçeriğini bilmediğim yemekleri yemem” ifadesi tek başına bir faktör altına konumlanmasından dolayı dikkate alınmayarak faktör olarak değerlendirilmeyecektir.

S8 ifadesi çıkartılarak yeniden yapılan faktör analizi sonucunda KMO değeri 0,707’ye düşmüştür. S8 sorusu çıkarıldıktan sonra yeniden gerçekleştirilen faktör analizi sonucunda ilk faktördeki dağılım bozulmadığı görülmüştür.

Tablo 3. 8. Gastronomi Davranışları Değerlendirme Anketi Faktör Analizi - S8 ifadesi çıkartılarak yeniden yapılan faktör analizi sonucu

Faktörler	Dönüştürülmüş Bileşenler Matrisi	Bileşenler	
		1	2
Gastronomi Deneyimi I	S1 - Farklı yörelerin beslenme kültürünü bilmek isterim.	,755	
	S7 - Yeni tatlara güvenmem.	,720	
	S4 - Alışık olmadığım tatları denemek isterim.	,635	
	S2 - Dışarıda yemek yiyeceğim zaman farklı yörelerin mutfakların tercih ederim	,581	
	S6 - Dışarıda yemek yediğimde farklı tatları denerim.	,555	
Gastronomi Deneyimi II	S10 - Yemek festivallerine katılırım.	,742	
	S11 - Bir restorana gittiğimde şefin özel yemeğini sipariş ederim.	,716	
	S5 - Yemek yaparken yeni yemekleri yapmayı denerim	,609	
	S12 - Yemek menüsünde ismini ilk defa gördüğüm yiyecekleri merak ederim	,557	
	S9 - Dışarıda yemek yiyeceğim zaman, alışık olduğum yemekleri tercih ederim	,530	
	S3 - Sürekli yeni yiyecekler denemek isterim.	,348	

Nihai faktör analizi sonucunda katılımcıların 2 temel gastronomik davranış gösterdiği görülmektedir. Bunlar;

1. Gastronomi Deneyimi I
2. Gastronomi Deneyimi II'dir.

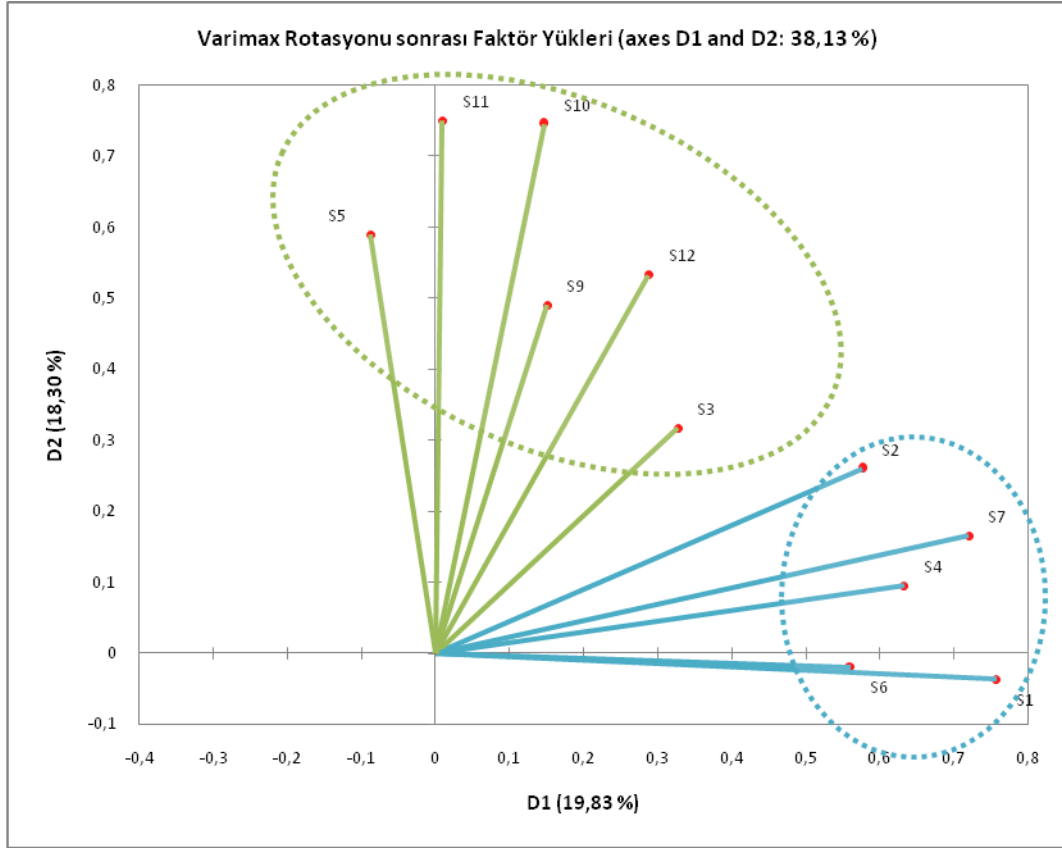
Bu 2 faktörün toplam varyansı açıklama oranı % 41,808'dir. Deneyimsel Gastronomik Davranış faktörünün açıklama oranı % 27,228 Eylemsel Gastronomik Davranış faktörünün açıklama oranı % 14,580'dir.

Tablo 3. 9. Gastronomi Davranışları Değerlendirme Anketi Faktör Analizi – Gastronomi Davranışları Ölçeği- Toplam Açıklanabilen Varyans

Toplam Açıklanabilen Varyans			
Faktörler	Başlangıç Eigenvalues Değerleri		
	Toplam	Varyans %	Kümülatif %
1	2,995	27,228	27,228
2	1,604	14,580	41,808

Faktör analizi sonucu elde edilen 3 alt faktörlü yapının görsel analizi olarak çıkartılmış olan 2 boyutlu dağılım grafiğinde 3 faktör altında toplanan değişkenler net olarak faktör analizini destekleyici biçimde ortaya çıkmaktadır.

Şekil 3.1. Varimax Rotasyonu sonrası Faktör Yükleri (axes D1 and D2: 38,13 %)



3.1.4. “Destinasyonlarda Gastronomi Tercihleri Ölçeği” Faktör Analizi

Gastronomi davranışları değerlendirme anketi faktör analizinin ikinci adımında ise “Destinasyonlarda Gastronomi Tercihleri Ölçeği”nde KMO ve Bartlett Test sonuçlarına bakılacaktır. KMO değeri 0,851 ile iyi düzeyde çıkmıştır. Faktör analizi sonucunda elde edilecek alt faktörlerin toplam varyansı açıklama oranı % 85,1 olduğu sonucuna varılmış ve faktör analizine devam edilme kararı verilmiştir. Benzer şekilde Bartlett testi sonucunda $p=0,000<0,001$ olduğundan dolayı faktör analizinin veri seti için uygun bir analiz türü olduğu görülmektedir.

Tablo 3. 44. Gastronomi Davranışları Değerlendirme Anketi Faktör Analizi – KMO ve Bartlett Testi

KMO and Bartlett's Testi		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,851
	Yaklaşık Ki-kare	735,469
Bartlett's Test of Sphericity	sd	55
	p	,000

“Destinasyonlarda Gastronomi Tercihleri Ölçeği” faktör analizi sonucunda 3 alt faktörden oluştuğu görülmektedir. Faktörler;

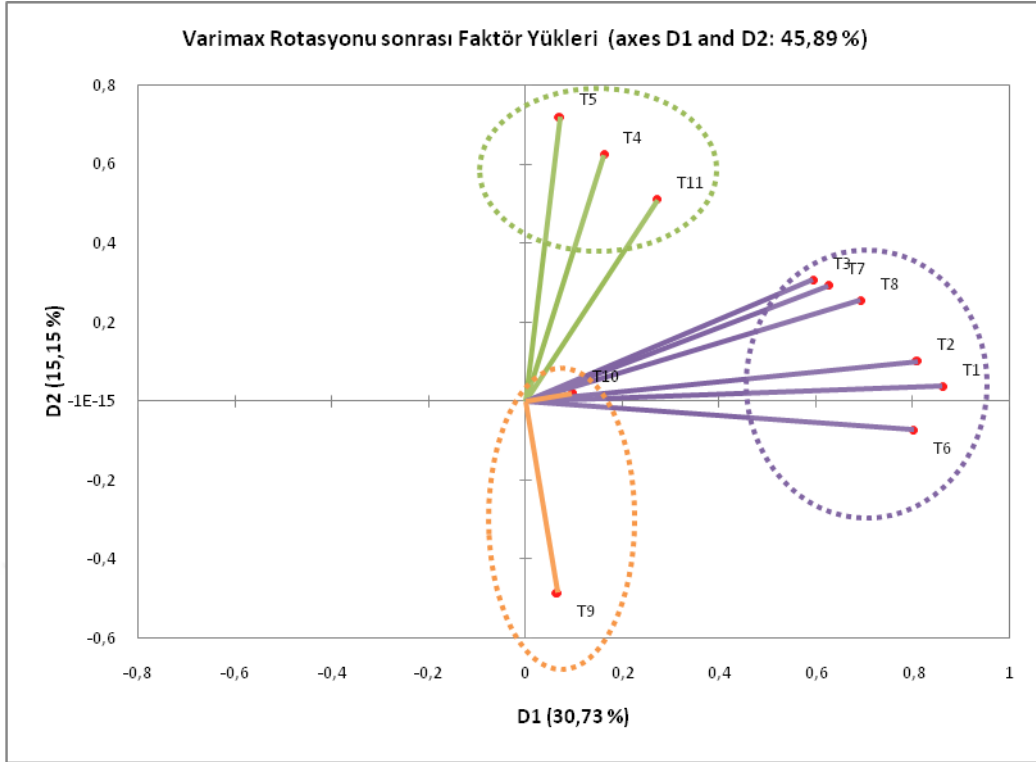
- 1.Faktör: Tercih faktörü (T1, T6, T2, T8, T3, T7)
- 2.Faktör: Satın Alma Faktörü 1 (T4, T5, T11)
- 3.Faktör: Satın Alma Faktörü 2 (T9, T10) şeklinde isimlendirilmiştir.

Tablo 3. 45. Destinasyonlarda Gastronomi Tercihleri Ölçeği Faktör Analizi – Dönüştürülmüş Bileşenler Matrisi

Faktörler	Dönüştürülmüş Bileşenler Matrisi			
		Bileşenler		
		1	2	3
Tercih Faktörü	T1 - ...yol kenarında satılan yiyecekleri tercih ederim.	0,845		
	T6 - ...yerel yemekleri tercih ederim	0,825		
	T2 - ...yerel lokantaları tercih ederim	0,803		
	T8 - ...hazırlanışını görebileceğim yiyecekleri tercih ederim.	0,656		
	T3 - ...dünyaca ünlü lokanta zincirlerini tercih ederim.	0,533		
	T7 - ...yöresel sunulan yemekleri ve yöreyi yansıtan yiyecekleri tercih ederim	0,519		
Satın Alma Faktörü 1	T4 - ...hazır yiyecekler tüketirim. (Bisküvi, konserve vb.)		0,756	
	T5 - ...yemek yerken inanç sistemime uygun yerler seçerim.		0,75	
	T11 - ...yöresel yiyecek hazırlama araç gereçlerini satın alırım.		0,449	
Satın Alma Faktörü 2	T9 - ...yörenin özel yiyeceklerinden satın alırım.			0,716
	T10 - ...yöresel yemek kitapları satın alırım			0,654

İkinci ölçek olan “Destinasyonlarda Gastronomi Tercihleri Ölçeği” faktör analizi sonucu elde edilen 3 alt faktörlü yapının görsel analizi olarak çıkartılmış olan 2 boyutlu dağılım grafiğinde 3 faktör altında toplanan değişkenler net olarak faktör analizini destekleyici biçimde ortaya çıkmaktadır.

Şekil 3. 2. Varimax Rotasyonu sonrası Faktör Yükleri (axes D1 and D2: 45,89 %)



3.1.5. Gastronomi Davranışı Değerlendirme Anketi Hipotez Testleri Sonuçları

3.1.5.1. Cinsiyet bazında hipotez testi

“Gastronomi Davranışları Değerlendirme Anketi (GDDA)” ve “Destinasyonlarda Gastronomi Tercihleri Ölçeği Anketi (DGTÖ)”ne katılan katılımcıların verdikleri cevapların kadın ve erkek grupları arasında istatistiksel bir fark olup olmadığının testi için aşağıdaki hipotez kullanılmıştır.

H₀: Cinsiyet bazında iki grubun ortalamaları arasında anlamlı fark yoktur.

H₁: Cinsiyet bazında iki grubun ortalamaları arasında anlamlı fark vardır.

Tablo 3. 10. Gastronomi Davranışları Değerlendirme Anketi Grup İstatistikleri

Cinsiyet		N	Ortalama	ss	Std. Hata
GD Anketi	Kadın	114	3,1356	,58683	,05496
	Erkek	112	2,9562	,69930	,06608

Tablo 3. 11. Gastronomi Davranışları Değerlendirme Anketi Bağımsız Tek Örneklem T-Testi – Cinsiyet Bazında

		Varyansların eşitliği için Levene Testi.		Ortalamaların eşitliği için t testi						
				t	sd	p (2-yönlü)	Ortalama Farklılıkları	Std. Hata Farkı	95% Güven aralığı	
		F	p						Alt	Üst
GD Anketi	Equal variances assumed	1,845	,176	2,091	224	,038	,17940	,08581	,01029	,34851
	Equal variances not assumed			2,087	216,110	,038	,17940	,08595	,00999	,34880

Karar için tablolarda dikkate alınması gereken değerler öncelikle varyans eşitliğini test etmek için Levene's testi sonuçları, ardından "Sig.(2-tailed)" anlamlılık değerine bakmak gerekmektedir. Tablo 3.7.'de Levene's Testine bakıldığında .176 değeri, eşik değeri olan .05'den yüksek olduğundan varyanslar homojendir. Dolayısıyla varyansların eşit olduğu satıra bakıp, t-testi sonucu o doğrultuda analiz edilmelidir. Görüldüğü üzere "Sig.(2-tailed)" değeri (.05) düşüktür (.038 > .05). Bu bağlamda yokluk hipotez reddedilir.

3.1.5.2. Gruplandırılmış yaş bazında hipotez testi

Tek yönlü varyans analizi (ANOVA), iki veya daha fazla bağımsız (ilgisiz) grubun ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar olup olmadığını belirlemek için kullanılır.

Çalışmada yer alan gruplanmış yaş demografik değişkeni 7 alt gruba sahip olmasından dolayı hipotez testinde tek yönlü ANOVA testinin kullanımına uygun bir değişken konumundadır. Yaş tablosu aşağıdaki gibi gruplandırılmıştır.

Tablo 3. 12. Gastronomi Davranışları Değerlendirme Anketi (GDDA) Gruplandırılmış Yaş Tablosu

Yaş	Frekans (f)	Yüzde (%)
18-25	15	6,6
25-30	40	17,7
31-35	60	26,5
36-40	55	24,3
41-45	25	11,1
46-50	23	10,2
51+	8	3,5
Total	226	100,0

Ankete katılan katılımcıların verdikleri cevapların kadın ve erkek grupları arasında istatistiksel bir fark olup olmadığının testi için aşağıdaki hipotezden yararlanılmıştır.

H₀: *Gruplanmış Yaş bazında iki grubun ortalamaları arasında anlamlı fark yoktur.*

H₁: *Gruplanmış Yaş bazında iki grubun ortalamaları arasında anlamlı fark vardır.*

Uygulanan ANOVA testinin sonuçları incelendiğinde;

Tablo 3. 13. GDDA Tanımlayıcı İstatistikler - Gruplandırılmış Yaşa Göre

	N	Ortalama	ss	Std. Hata	95% Güven aralığı		En az	En çok
					Alt Sınır	Üst Sınır		
1 18-25	15	3,2182	,58795	,15181	2,8926	3,5438	2,45	4,27
2 25-30	40	3,1159	,62882	,09943	2,9148	3,3170	1,55	4,18
3 31-35	60	3,1924	,67991	,08778	3,0168	3,3681	1,18	4,91
4 36-40	55	3,0645	,64678	,08721	2,8896	3,2393	1,73	4,82
5 41-45	25	2,6473	,47624	,09525	2,4507	2,8439	1,64	3,55
6 46-50	23	2,9486	,60973	,12714	2,6849	3,2123	1,18	3,82
7 51+	8	2,6932	,76823	,27161	2,0509	3,3354	1,36	3,73
Total	226	3,0467	,64983	,04323	2,9615	3,1318	1,18	4,91

Katılımcılar yaşlarına göre yedi gruba ayrılmıştır. (Grup 1: 18-25 yaş arası; Grup 2: 26-30 yaş arası; Grup 3: 31-35 yaş arası; Grup 4: 36-40 yaş arası; Grup 5: 41-45 yaş arası; Grup 6: 46-50 yaş arası; Grup 7: 51 ve üstü).

Tablo 3. 14. GDDA Gruplandırılmış Yaş Bazında Varyansların Homojenite Testi

Levene Testi	sd1	sd2	p
,749	6	219	,611

Varyansın homejenliği tablosu incelendiğinde hesaplanan anlamlılık değeri .611 ve .05 den yüksek olduğu görülmektedir. Dolayısıyla varyans homojenliği varsayımı sağlanmıştır. Post Hoc Testi penceresine varyansların eşit olduğu bölüme bakılarak Tukey Testi sonuçlarına göre 7 grup arasındaki farkın hangi gruplardan kaynaklandığı hesaplanmıştır.

Tablo 3. 15. GDDA Gruplandırılmış Yaş Bazında ANOVA Testi

	ss	sd	KO	F	p
Between Groups	7,134	6	1,189	2,963	,008
Within Groups	87,878	219	,401		
Total	95,012	225			

ANOVA Tablosu incelendiğinde anlamlılık değerinin (.008), eşik düzeyi olan .05'den küçük olduğu ve yaş grupları arasında en az birinin diğer gruplardan ayrıldığı gözlenmektedir.

Tablo 3. 16. GDDA Yaş Grupları Bazında Çoklu Karşılaştırma Testi (Tukey HSD)

(I) YasGrubu Gruplanmış yaş	(J) YasGrubu Gruplanmış yaş	Ortalama Farkları (I-J)	Std. Hata	p	95% Güven Aralığı	
					Alt sınır	Üst sınır
1 18-25	2 25-30	,10227	,19179	,998	-,4685	,6730
	3 31-35	,02576	,18286	1,000	-,5184	,5700
	4 36-40	,15372	,18452	,981	-,3954	,7028
	5 41-45	,57091	,20689	,089	-,0448	1,1866
	6 46-50	,26957	,21023	,859	-,3561	,8952
	7 51+	,52500	,27733	,487	-,3003	1,3503
	dimension3					
2 25-30	1 18-25	-,10227	,19179	,998	-,6730	,4685
	3 31-35	-,07652	,12930	,997	-,4613	,3083
	4 36-40	,05145	,13163	1,000	-,3403	,4432
	5 41-45	,46864	,16150	,061	-,0120	,9493
	6 46-50	,16729	,16577	,952	-,3260	,6606
	7 51+	,42273	,24534	,601	-,3074	1,1528
	dimension2					
3 31-35	1 18-25	-,02576	,18286	1,000	-,5700	,5184
	2 25-30	,07652	,12930	,997	-,3083	,4613
	4 36-40	,12796	,11825	,933	-,2240	,4799
	5 41-45	,54515	,15079	,007	,0964	,9939
	dimension3					

	6 46-50	,24381	,15535	,702	-,2185	,7061
	7 51+	,49924	,23843	,360	-,2103	1,2088
4 36-40	1 18-25	-,15372	,18452	,981	-,7028	,3954
	2 25-30	-,05145	,13163	1,000	-,4432	,3403
	3 31-35	-,12796	,11825	,933	-,4799	,2240
dimension3	5 41-45	,41719	,15280	,096	-,0375	,8719
	6 46-50	,11585	,15730	,990	-,3523	,5840
	7 51+	,37128	,23970	,715	-,3420	1,0846
5 41-45	1 18-25	-,57091	,20689	,089	-1,1866	,0448
	2 25-30	-,46864	,16150	,061	-,9493	,0120
	3 31-35	-,54515	,15079	,007	-,9939	-,0964
dimension3	4 36-40	-,41719	,15280	,096	-,8719	,0375
	6 46-50	-,30134	,18302	,652	-,8460	,2433
	7 51+	-,04591	,25731	1,000	-,8117	,7198
6 46-50	1 18-25	-,26957	,21023	,859	-,8952	,3561
	2 25-30	-,16729	,16577	,952	-,6606	,3260
	3 31-35	-,24381	,15535	,702	-,7061	,2185
dimension3	4 36-40	-,11585	,15730	,990	-,5840	,3523
	5 41-45	,30134	,18302	,652	-,2433	,8460
	7 51+	,25543	,26001	,957	-,5183	1,0292
7 51+	1 18-25	-,52500	,27733	,487	-1,3503	,3003
	2 25-30	-,42273	,24534	,601	-1,1528	,3074
	3 31-35	-,49924	,23843	,360	-1,2088	,2103
dimension3	4 36-40	-,37128	,23970	,715	-1,0846	,3420
	5 41-45	,04591	,25731	1,000	-,7198	,8117
	6 46-50	-,25543	,26001	,957	-1,0292	,5183

Yapılan Tukey testinin sonuçlarına göre; Grup 3 için elde edilen ortalama puan ve sapma değerleri ($M=3.19$, $SD=.67$), Grup 5 için elde edilen ortalama puan ve sapma değerleri ($M=2.64$, $SD=.47$) anlamlı bir biçimde farklı olduğunu işaret etmektedir. Başka bir ifade ile 31-35 yaş grubu katılımcıların 41-45 yaş grubu katılımcılarına göre anlamlı bir farklılık gösterdiği sonucuna varılmıştır. Gruplanmış Yaş bazında söz konusu iki grubun ortalamaları arasında anlamlı bir fark vardır. Diğer gruplar arasında anlamlı bir fark gözlenmemiştir.

3.1.5.3. Eğitim durumu bazında hipotez testi

Katılımcıların verdikleri cevapların eğitim grupları arasında istatistiksel bir fark olup olmadığının testi için aşağıdaki hipotezden yararlanılmıştır.

H₀: Eğitim bazında iki grubun ortalamaları arasında anlamlı fark yoktur.

H₁: Eğitim bazında iki grubun ortalamaları arasında anlamlı fark vardır.

Tablo 3. 17. Katılımcıların Eğitim Düzeyleri Bazında Tanımlayıcı İstatistikleri - GDDA

	N	Ortalama	ss	Std. Hata	95% Güven aralığı		En az	En çok
					Alt sınır	Üst sınır		
1 Eğitimsiz / İlkokul terk	7	2,5065	,73641	,27834	1,8254	3,1876	1,36	3,36
2 İlkokul, ortaokul / İlköğretim	46	3,1601	,44913	,06622	3,0267	3,2935	2,00	4,00
3 Ortaöğretim / Lise ve dengi okul	83	2,9584	,71628	,07862	2,8020	3,1148	1,18	4,91
4 Yüksekokul, Üniversite	64	3,1349	,60280	,07535	2,9844	3,2855	1,73	4,36
5 Yüksek lisans / Doktora	26	3,0559	,74660	,14642	2,7544	3,3575	1,18	4,82
Total	226	3,0467	,64983	,04323	2,9615	3,1318	1,18	4,91

Katılımcılar eğitim düzeylerine göre beş gruba ayrılmıştır. (Grup 1: Eğitimsiz/ilkokul Terk; Grup 2: İlkokul, Ortaokul/ilköğretim; Grup 3: Orta Öğretim/Lise ve Dengi Okullar; Grup 4: Yüksekokul, Üniversite; Grup 5: Yüksek Lisans/Doktora).

Tablo 3. 18. GDDA Eğitim Düzeyleri Bazında Varyansların Homojenite Testi

Levene Testi	sd1	sd2	p
2,427	4	221	,049

Levene testiyle sınanmış olan varyans homojenliği varsayımının sonucu bulunmaktadır. Hesaplanan anlamlılık değeri .49 olup, eşik değeri olan .05 den küçük olduğundan varyans homejenliği varsayımı sağlanmamış olup 5 grup arasında anlamlı bir fark yoktur.

Tablo 3. 19. GDDA Eğitim Düzeyleri Bazında ANOVA testi Sonuçları

	ss	sd	KO	F	p
Between Groups	3,782	4	,946	2,290	,061
Within Groups	91,230	221	,413		
Total	95,012	225			

ANOVA Tablosu incelendiğinde anlamlılık değerinin (.061), eşik düzeyi olan .05’den büyük olduğu ve söz konusu grupların ortalamaları arasında anlamlı fark olmadığı gözlenmektedir. Görüldüğü üzere anlamlılık değeri (.061) eşik değerimiz olan .05’den büyük olması sebebiyle gruplar arasında anlamlı bir farkın olmadığına işaret etmektedir.

3.1.5.4. Medeni Durum Bazında Hipotez Testi

Katılımcıların verdikleri cevapların evli, bekar ve boşanmış grupları arasında istatistiksel bir fark olup olmadığının testi için aşağıdaki hipotezden yararlanılmıştır.

H₀: Medeni durum bazında iki grubun ortalamaları arasında anlamlı fark yoktur.

H₁: Medeni durum bazında iki grubun ortalamaları arasında anlamlı fark vardır.

Tablo 3. 20. Katılımcıların Medeni Durum Bazında Tanımlayıcı İstatistikleri - GDDA

	N	Ortalama	ss	Std. Hata	95% Güven aralığı		En az	En çok
					Lower Bound	Upper Bound		
1 Evli	201	3,0448	,65006	,04585	2,9544	3,1352	1,18	4,91
2 Bekar	20	3,2227	,50700	,11337	2,9854	3,4600	2,45	4,27
3 Dul/boşanmış	5	2,4182	,86865	,38847	1,3396	3,4967	1,36	3,73
Total	226	3,0467	,64983	,04323	2,9615	3,1318	1,18	4,91

Katılımcılar medeni durumlarına göre beş gruba ayrılmıştır. (Grup 1: Evli; Grup 2: Bekar; Grup 3: Dul/Boşanmış)

Tablo 3. 21. GDDA Medeni Durum Bazında Varyansların Homojenite Testi

Levene Testi	sd1	sd2	p
,829	2	223	,438

Hesaplanan anlamlılık değeri .438 olup, eşik değerimiz olan .05'den büyük olduğundan varyans homejenliği varsayımı sağladığına işaret etmektedir.

Tablo 3. 22. GDDA Medeni Durum Bazında ANOVA testi Sonuçları

	ss	sd	KO	F	p
Between Groups	2,596	2	1,298	3,132	,046
Within Groups	92,416	223	,414		
Total	95,012	225			

ANOVA Tablosu incelendiğinde anlamlılık değerinin (.046), eşik düzeyi olan .05'den küçük olduğu ve yaş grupları arasında en az birinin diğer gruplardan ayrıldığı gözlenmektedir. Varyansın homejenliği tablosu incelendiğinde hesaplanan anlamlılık değeri .438 ve .05 den yüksek olduğu görülmektedir. Dolayısıyla varyans homojenliği varsayımı sağlanmıştır. Post Hoc Testi penceresine varyansların eşit olduğu bölüme bakılarak Tukey Testi sonuçlarına göre 3 grup arasındaki farkın hangi gruplardan kaynaklandığı hesaplanmıştır.

Tablo 3 23. GDDA Medeni Durum Bazında Çoklu Karşılaştırma Testi (Tukey HSD)

		Ortalama Farkları (I-J)	Std. Hata	p	95% Güven Aralığı	
					Alt sınır	
1 Evli	2 Bekar	-,17795	,15094	,467	-,5341	,1782
	3 Dul/boşanmış	,62659	,29146	,082	-,0611	1,3143
2 Bekar	1 Evli	,17795	,15094	,467	-,1782	,5341
	3 Dul/boşanmış	,80455 [*]	,32188	,035	,0451	1,5640
3 Dul/boşanmış	1 Evli	-,62659	,29146	,082	-1,3143	,0611
	2 Bekar	-,80455 [*]	,32188	,035	-1,5640	-,0451

Yapılan Tukey testinin sonuçlarına göre; Grup 2 için elde edilen ortalama puan ve sapma değerleri (M=3.22, SD= .507), Grup 3 için elde edilen ortalama puan ve sapma değerleri (M=2.41, SD= .868)) anlamlı bir biçimde farklı olduğunu işaret etmektedir. Bekar katılımcıların, Dul/Boşanmış katılımcılara göre anlamlı bir farklılık gösterdiği sonucuna varılmıştır. Medeni durum bazında söz konusu iki grubun ortalamaları arasında anlamlı bir fark vardır. Diğer gruplar arasında ise anlamlı bir fark gözlenmemiştir.

3.1.5.5. Çalışma durumu bazında hipotez testi

Katılımcıların verdikleri cevapların çalışma durumu grupları arasında istatistiksel bir fark olup olmadığının testi için aşağıdaki hipotezden yararlanılmıştır.

H₀: Çalışma durumu bazında iki grubun ortalamaları arasında anlamlı fark yoktur.

H₁: Çalışma durum bazında iki grubun ortalamaları arasında anlamlı fark vardır.

Tablo 3. 24. Katılımcıların Çalışma Durumu Bazında Tanımlayıcı İstatistikleri - GDDA

	N	Ortalama	SS	Std. Hata	95% Güven aralığı		En az	En çok
					Lower Bound	Upper Bound		
1 Serbest (işveren veya kendi hesabına)	41	3,0554	,58524	,09140	2,8707	3,2402	1,82	4,45
2 Özel sektörde ücretli	87	3,0470	,66268	,07105	2,9058	3,1883	1,18	4,82
3 Kamu sektöründe maaşlı	75	3,0448	,66911	,07726	2,8909	3,1988	1,18	4,91
4 Öğrenci	15	3,2182	,58795	,15181	2,8926	3,5438	2,45	4,27
5 Diğer	8	2,6932	,76823	,27161	2,0509	3,3354	1,36	3,73
Total	226	3,0467	,64983	,04323	2,9615	3,1318	1,18	4,91

Katılımcılar çalışma durumlarına göre beş gruba ayrılmıştır. (Grup 1: Serbest (işveren veya kendi hesabına); Grup 2: Özel sektörde ücretli; Grup 3: Kamu sektöründe maaşlı; Grup 4: Öğrenci; Grup 5: Diğer)

Tablo 3. 25. GDDA Çalışma Durumu Bazında Varyansların Homojenite Testi

Levene Statistic	sd1	sd2	p
,318	4	221	,866

Tablo X'de Levene testiyle sınanmış olan varyans homojenliği varsayımının sonucu bulunmaktadır. Hesaplanan anlamlılık değeri .866 olup, eşik değerimiz olan .05 den büyük olduğundan varyans homejenliği varsayımı sağladığına işaret etmektedir.

Tablo 3. 26. GDDA Çalışma Durumu Bazında ANOVA testi Sonuçları

	ss	sd	KO	F	p
Between Groups	1,444	4	,361	,853	,493
Within Groups	93,568	221	,423		
Total	95,012	225			

ANOVA Tablosu incelendiğinde anlamlılık değerinin(.493), eşik düzeyi olan .05'den büyük olduğu ve söz konusu grupların ortalamaları arasında anlamlı fark olmadığı gözlenmektedir. Görüldüğü üzere anlamlılık değeri (.493) eşik değeri olan .05'den büyük olmasından dolayı gruplar arasında anlamlı bir farkın olmadığına işaret etmektedir.

3.1.6. Destinasyonlarda Gastronomi Tercihleri Ölçeği Anketi Frekans Dağılımı

Tablo 3. 27. Destinasyonlarda Gastronomi Tercihleri Ölçeği Anketi – Frekans Dağılımı

		Cinsiyet						Top2 Bottom2
		Kadın		Erkek		Toplam		
		n	%	n	%	n	%	
T1 - ...yol kenarında satılan yiyecekleri tercih ederim.	Kesinlikle Katılmıyorum	3	2,6%	14	12,5%	17	7,5%	18,6%
	Katılmıyorum	17	14,9%	8	7,1%	25	11,1%	
	Ne Katılıyor Ne katılmıyorum	27	23,7%	22	19,6%	49	21,7%	21,7%
	Katılıyorum	50	43,9%	44	39,3%	94	41,6%	59,7%
	Kesinlikle Katılıyorum	17	14,9%	24	21,4%	41	18,1%	
T2 - ...yerel lokantaları tercih ederim	Kesinlikle Katılmıyorum	9	7,9%	9	8,0%	18	8,0%	25,2%
	Katılmıyorum	18	15,8%	21	18,8%	39	17,3%	
	Ne Katılıyor Ne katılmıyorum	34	29,8%	25	22,3%	59	26,1%	26,1%
	Katılıyorum	41	36,0%	40	35,7%	81	35,8%	48,7%
	Kesinlikle Katılıyorum	12	10,5%	17	15,2%	29	12,8%	
T3 - ...dünyaca ünlü lokanta zincirlerini tercih ederim.	Kesinlikle Katılmıyorum	15	13,2%	21	18,8%	36	15,9%	30,1%
	Katılmıyorum	18	15,8%	14	12,5%	32	14,2%	
	Ne Katılıyor Ne katılmıyorum	39	34,2%	30	26,8%	69	30,5%	30,5%
	Katılıyorum	33	28,9%	39	34,8%	72	31,9%	39,4%
	Kesinlikle Katılıyorum	9	7,9%	8	7,1%	17	7,5%	
T4 - ...hazır yiyecekler tüketirim. (Bisküvi, konserve vb.)	Kesinlikle Katılmıyorum	13	11,4%	17	15,2%	30	13,3%	29,2%
	Katılmıyorum	19	16,7%	17	15,2%	36	15,9%	
	Ne Katılıyor Ne katılmıyorum	34	29,8%	21	18,8%	55	24,3%	24,3%
	Katılıyorum	35	30,7%	40	35,7%	75	33,2%	46,5%
	Kesinlikle Katılıyorum	13	11,4%	17	15,2%	30	13,3%	
T5 - ...yemek yerken inanç sistemime uygun yerler seçerim.	Kesinlikle Katılmıyorum	11	9,6%	9	8,0%	20	8,8%	17,7%
	Katılmıyorum	12	10,5%	8	7,1%	20	8,8%	
	Ne Katılıyor Ne katılmıyorum	12	10,5%	14	12,5%	26	11,5%	11,5%
	Katılıyorum	45	39,5%	37	33,0%	82	36,3%	70,8%
	Kesinlikle Katılıyorum	34	29,8%	44	39,3%	78	34,5%	

T6 - ...yerel yemekleri tercih ederim	Kesinlikle Katılmıyorum	11		9,6%	10		8,9%	21		9,3%	20,8%
	Katılmıyorum	11		9,6%	15		13,4%	26		11,5%	
	Ne Katılıyor Ne katılmıyorum	27		23,7%	23		20,5%	50		22,1%	
	Katılıyorum	46		40,4%	43		38,4%	89		39,4%	
	Kesinlikle Katılıyorum	19		16,7%	21		18,8%	40		17,7%	
T7 - ...yöresel sunulan yemekleri ve yöreyi yansıtan yiyecekleri tercih ederim	Kesinlikle Katılmıyorum	10		8,8%	9		8,0%	19		8,4%	16,8%
	Katılmıyorum	10		8,8%	9		8,0%	19		8,4%	
	Ne Katılıyor Ne katılmıyorum	12		10,5%	13		11,6%	25		11,1%	
	Katılıyorum	39		34,2%	46		41,1%	85		37,6%	
	Kesinlikle Katılıyorum	43		37,7%	35		31,3%	78		34,5%	
T8 - ...hazırlanışını görebileceğim yiyecekleri tercih ederim.	Kesinlikle Katılmıyorum	18		15,8%	14		12,5%	32		14,2%	23,5%
	Katılmıyorum	13		11,4%	8		7,1%	21		9,3%	
	Ne Katılıyor Ne katılmıyorum	25		21,9%	27		24,1%	52		23,0%	
	Katılıyorum	41		36,0%	47		42,0%	88		38,9%	
	Kesinlikle Katılıyorum	17		14,9%	16		14,3%	33		14,6%	
T9 - ...yöresel özel yiyeceklerinden satın alırım.	Kesinlikle Katılmıyorum	6		5,3%	12		10,7%	18		8,0%	18,6%
	Katılmıyorum	14		12,3%	10		8,9%	24		10,6%	
	Ne Katılıyor Ne katılmıyorum	12		10,5%	16		14,3%	28		12,4%	
	Katılıyorum	42		36,8%	44		39,3%	86		38,1%	
	Kesinlikle Katılıyorum	40		35,1%	30		26,8%	70		31,0%	
T10 - ...yöresel yemek kitapları satın alırım	Kesinlikle Katılmıyorum	21		18,4%	56		50,0%	77		34,1%	60,2%
	Katılmıyorum	26		22,8%	33		29,5%	59		26,1%	
	Ne Katılıyor Ne katılmıyorum	19		16,7%	14		12,5%	33		14,6%	
	Katılıyorum	28		24,6%	4		3,6%	32		14,2%	
	Kesinlikle Katılıyorum	20		17,5%	5		4,5%	25		11,1%	
T11 - ...yöresel yiyecek hazırlama araç gereçlerini satın alırım.	Kesinlikle Katılmıyorum	12		10,5%	14		12,5%	26		11,5%	24,3%
	Katılmıyorum	14		12,3%	15		13,4%	29		12,8%	
	Ne Katılıyor Ne katılmıyorum	19		16,7%	18		16,1%	37		16,4%	
	Katılıyorum	46		40,4%	51		45,5%	97		42,9%	
	Kesinlikle Katılıyorum	23		20,2%	14		12,5%	37		16,4%	

"T1 - ...yol kenarında satılan yiyecekleri tercih ederim" ifadesine toplamda % 18,6 oranında Kesinlikle Katılmıyorum ve Katılmıyorum, % 21,7 oranında Ne Katılıyor Ne Katılmıyorum ve % 59,7 oranında Katılıyorum ve Kesinlikle Katılıyorum cevabı verilmiştir.

"T2 - ...yerel lokantaları tercih ederim" ifadesine toplamda % 25,2 oranında Kesinlikle Katılmıyorum ve Katılmıyorum, % 26,1 oranında Ne Katılıyor Ne Katılmıyorum ve 48,7% oranında Katılıyorum ve Kesinlikle Katılıyorum cevabı verilmiştir.

"T3 - ...dünyaca ünlü lokanta zincirlerini tercih ederim" ifadesine toplamda % 30,1 oranında Kesinlikle Katılmıyorum ve Katılmıyorum, % 30,5 oranında Ne Katılıyor Ne Katılmıyorum ve % 39,4 oranında Katılıyorum ve Kesinlikle Katılıyorum cevabı verilmiştir.

"T4 - ...hazır yiyecekler tüketirim. (Bisküvi, konserve vb.)" ifadesine toplamda % 29,2 oranında Kesinlikle Katılmıyorum ve Katılmıyorum, % 24,3 oranında Ne Katılıyor Ne Katılmıyorum ve % 46,5 oranında Katılıyorum ve Kesinlikle Katılıyorum cevabı verilmiştir.

"T5 - ...yemek yerken inanç sistemime uygun yerler seçerim" ifadesine toplamda % 17,7 oranında Kesinlikle Katılmıyorum ve Katılmıyorum, % 11,5 oranında Ne Katılıyor Ne Katılmıyorum ve % 70,8 oranında Katılıyorum ve Kesinlikle Katılıyorum cevabı verilmiştir.

"T6 - ...yerel yemekleri tercih ederim" ifadesine toplamda % 20,8 oranında Kesinlikle Katılmıyorum ve Katılmıyorum, %22,1 oranında Ne Katılıyor Ne Katılmıyorum ve % 57,1 oranında Katılıyorum ve Kesinlikle Katılıyorum cevabı verilmiştir.

"T7 - ...yöresel sunulan yemekleri ve yöreyi yansıtan yiyecekleri tercih ederim" ifadesine toplamda % 16,8 oranında Kesinlikle Katılmıyorum ve Katılmıyorum, % 11,1 oranında Ne Katılıyor Ne Katılmıyorum ve % 72,1 oranında Katılıyorum ve Kesinlikle Katılıyorum cevabı verilmiştir.

"T8 - ...hazırlanışını görebileceğim yiyecekleri tercih ederim" ifadesine toplamda % 23,5 oranında Kesinlikle Katılmıyorum ve Katılmıyorum, %23,0% oranında Ne Katılıyor Ne Katılmıyorum ve % 53,5 oranında Katılıyorum ve Kesinlikle Katılıyorum cevabı verilmiştir.

"T9 - ...yörenin özel yiyeceklerinden satın alırım" ifadesine toplamda % 18,6 oranında Kesinlikle Katılmıyorum ve Katılmıyorum, % 12,4 oranında Ne Katılıyor Ne Katılmıyorum ve %69,0 oranında Katılıyorum ve Kesinlikle Katılıyorum cevabı verilmiştir.

"T10 - ...yöresel yemek kitapları satın alırım" ifadesine toplamda % 60,2 oranında Kesinlikle Katılmıyorum ve Katılmıyorum, % 14,6 oranında Ne Katılıyor Ne Katılmıyorum ve % 25,2 oranında Katılıyorum ve Kesinlikle Katılıyorum cevabı verilmiştir.

"T11 - ...yöresel yiyecek hazırlama araç gereçlerini satın alırım" ifadesine toplamda % 24,3 oranında Kesinlikle Katılmıyorum ve Katılmıyorum, % 16,4 oranında Ne Katılıyor Ne Katılmıyorum ve % 59,3 oranında Katılıyorum ve Kesinlikle Katılıyorum cevabı verilmiştir.

3.1.7. Destinasyonlarda Gastronomi Tercihleri Ölçeği Anketi Hipotez Testleri Sonuçları

3.1.7.1. Cinsiyet bazında hipotez testi

“Destinasyonlarda Gastronomi Tercihleri Ölçeği Anketi (DGTÖ)”ne katılan katılımcıların verdikleri cevapların kadın ve erkek grupları arasında istatistiksel bir fark olup olmadığı test edildiğinde ise;

Tablo 3 28. Destinasyonlarda Gastronomi Tercihleri Ölçeği Anketi Grup İstatistikleri

Cinsiyet		N	Ortalama	ss	Std. Hata ortalaması
TOrt	1 Kadın	114	3,4067	,61696	,05778
	2 Erkek	112	3,2995	,73599	,06954

Tablo 3. 29. Destinasyonlarda Gastronomi Tercihleri Ölçeği Anketi Bağımsız Tek Örneklem T-Testi – Cinsiyet Bazında

	Varyansların eşitliği için Levene Testi.		Ortalamaların eşitliği için t testi						
	F	p	t	sd	p (2-yönlü)	Ortalama Farklılık arı	Std. Hata Farkı	95% Güven aralığı	
								Alt	Alt
Equal variances assumed	1,863	,174	1,187	224	,236	,10719	,09028	-,07072	,28509
Equal variances not assumed			1,185	216,027	,237	,10719	,09042	-,07103	,28540

Aynı şekilde Tablo 1.4.'ü incelendiğinde, Levene's Testinde görülen .174 değeri, eşik değeri olan .05'den yüksek olduğundan varyanslar homojendir. Görüldüğü gibi "Sig.(2-tailed)" değeri eşik değerinden (.05) oldukça yüksektir (.236 > .05). Bu bağlamda yokluk hipotezimiz kabul edilir. Yani " % 95 güvenle, erkek ve kadın katılımcıların verdikleri cevapların ortalamaları arasında, istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık yoktur."

3.1.7.2. Gruplanmış yaş bazında hipotez testi

Tablo 3. 30. Destinasyonlarda Gastronomi Tercihleri Ölçeği (DGTÖ) Anketi ANOVA Testi – Gruplanmış Yaş Bazında Tanımlayıcı İstatistikler

	N	Ortalama	ss	Std. Hata	95% Güven aralığı		En az	En çok
					Alt sınır	Üst sınır		
1 18-25	15	3,6485	,52095	,13451	3,3600	3,9370	2,82	4,55
2 25-30	40	3,4250	,65536	,10362	3,2154	3,6346	1,55	4,73
3 31-35	60	3,4258	,68757	,08876	3,2481	3,6034	1,73	5,00
4 36-40	55	3,3488	,67050	,09041	3,1675	3,5300	1,45	5,00
5 41-45	25	3,0873	,68559	,13712	2,8043	3,3703	1,91	4,09
6 46-50	23	3,2806	,66630	,13893	2,9925	3,5688	1,73	4,36
7 51+	8	2,9773	,85935	,30383	2,2588	3,6957	1,55	3,91
Total	226	3,3536	,67917	,04518	3,2646	3,4426	1,45	5,00

Katılımcılar yaşlarına göre yedi gruba ayrılmıştır. (Grup 1: 18-25 yaş arası; Grup 2: 26-30 yaş arası; Grup 3: 31-35 yaş arası; Grup 4: 36-40 yaş arası; Grup 5: 41-45 yaş arası; Grup 6: 46-50 yaş arası; Grup 7: 51 ve üstü).

Tablo 3. 31. DGTÖ Gruplandırılmış Yaş Bazında Varyansların Homojenite Testi

Levene Testi	sd1	sd2	p
,377	6	219	,893

Hesaplanan anlamlılık değeri .893 olup, eşik değeri olan .05 den büyük olduğundan varyans homejenliği varsayımı sağladığına işaret etmektedir.

Tablo 3. 32. DGTÖ Gruplandırılmış Yaş Bazında ANOVA testi Sonuçları

	ss	sd	KO	F	p
Between Groups	4,851	6	,808	1,790	,102
Within Groups	98,936	219	,452		
Total	103,787	225			

Tablolar incelendiğinde gruplanmış yaş bazında grupların ortalamaları arasında anlamlı fark olmadığı gözlenmektedir. Görüldüğü üzere anlamlılık değeri (.102) eşik değerimiz olan .05'den büyük olması sebebiyle gruplar arasında anlamlı bir farkın olmadığına işaret etmektedir.

3.1.7.3. Eğitim düzeyleri bazında hipotez testi

Tablo 3. 33. Katılımcıların Eğitim Düzeyleri Bazında Tanımlayıcı İstatistikleri - DGTÖ

	N	Ortalama	ss	Std. Hata	95% Güven aralığı		En az	En çok
					Alt sınır	Üst sınır		
1 Eğitimsiz / İlkokul terk	7	2,9091	,96352	,36418	2,0180	3,8002	1,55	3,91
2 İlkokul, ortaokul / İlköğretim	46	3,4743	,57269	,08444	3,3042	3,6444	1,82	4,55
3 Ortaöğretim / Lise ve dengi okul	83	3,2804	,68872	,07560	3,1300	3,4308	1,45	5,00
4 Yüksekokul, Üniversite	64	3,4148	,65952	,08244	3,2500	3,5795	1,55	4,73
5 Yüksek lisans / Doktora	26	3,3427	,75943	,14894	3,0359	3,6494	1,45	5,00
Total	226	3,3536	,67917	,04518	3,2646	3,4426	1,45	5,00

Katılımcılar eğitim düzeylerine göre beş gruba ayrılmıştır. (Grup 1: Eğitimsiz/ilkokul Terk; Grup 2: İlkokul, Ortaokul/ilköğretim; Grup 3: Orta Öğretim/Lise ve Dengi Okullar; Grup 4: Yüksekokul, Üniversite; Grup 5: Yüksek Lisans/Doktora).

Tablo 3. 34. DGTÖ Eğitim Düzeyleri Bazında Varyansların Homojenite Testi

Levene Testi	sd1	sd2	p
1,387	4	221	,239

Levene testiyle sınanmış olan varyans homojenliği varsayımının karşıladığı görülmüştür ($p>0,05$).

Tablo 3. 35. DGTÖ Eğitim Düzeyleri Bazında ANOVA testi Sonuçları

	ss	sd	KO	F	p
Between Groups	2,741	4	,685	1,499	,204
Within Groups	101,046	221	,457		
Total	103,787	225			

ANOVA Tablosu incelendiğinde anlamlılık değerinin (.204), eşik düzeyi olan .05’den büyük olduğu ve söz konusu grupların ortalamaları arasında anlamlı fark olmadığı görülmektedir ($F=1,499$, $p>0,05$).

3.1.7.4. Medeni durum bazında hipotez testi

Tablo 3. 36. Katılımcıların Medeni Durum Bazında Tanımlayıcı İstatistikleri - DGTÖ

	N	Ortalama	ss	Std. Hata	95% Güven aralığı		En az	En çok
					Alt sınır	Üst sınır		
1 Evli	201	3,3406	,67500	,04761	3,2467	3,4345	1,45	5,00
2 Bekar	20	3,6773	,49660	,11104	3,4449	3,9097	2,82	4,55
3 Dul/boşanmış	5	2,5818	,84697	,37878	1,5302	3,6335	1,55	3,64
Total	226	3,3536	,67917	,04518	3,2646	3,4426	1,45	5,00

Katılımcılar medeni durumlarına göre üç gruba ayrılmıştır. (Grup 1: Evli; Grup 2: Bekar; Grup 3: Dul/Boşanmış).

Tablo 3. 37. DGTÖ Medeni Durum Bazında Varyansların Homojenite Testi

Levene Statistic	sd1	sd2	p
1,118	2	223	,329

Levene testiyle sınanmış olan varyans homojenliğinin eşik değeri olan .05 den büyük olmasından dolayı homejen olduğu görülmüştür.

Tablo 3. 38. DGTÖ Medeni Durum Bazında ANOVA testi Sonuçları

	ss	sd	KO	F	p
Between Groups	5,108	2	2,554	5,771	,004
Within Groups	98,679	223	,443		
Total	103,787	225			

ANOVA Tablosu incelendiğinde anlamlılık değerinin(.004), eşik düzeyi olan .05'den küçük olduğu ve gruplar arasında en az birinin diğer gruplardan ayrıldığına işaret etmektedir. Varyansın homejenliği tablosu incelendiğinde hesaplanan anlamlılık değeri .329 ve .05 den yüksek olduğu görülmektedir. Dolayısıyla varyans homojenliği varsayımı sağlanmıştır. Post Hoc Testi penceresine varyansların eşit olduğu bölüme bakılarak Tukey Testi sonuçlarına göre 3 grup arasındaki farkın hangi gruplardan kaynaklandığı hesaplanmıştır.

Tablo 3. 39. GDDA Medeni Durum Bazında Çoklu Karşılaştırma Testi (Tukey HSD)

		Ortalama Farklılıkları (I-J)	Std.Hata	p	95% Güven aralığı	
					Alt sınır	Alt sınır
1 Evli	2 Bekar	-,33670	,15597	,081	-,7047	,0313
	3 Dul/boşanmış	,75875*	,30117	,033	,0482	1,4694
2 Bekar	1 Evli	,33670	,15597	,081	-,0313	,7047
	3 Dul/boşanmış	1,09545*	,33261	,003	,3107	1,8802
3 Dul/boşanmış	1 Evli	-,75875*	,30117	,033	-1,4694	-,0482
	2 Bekar	-1,09545*	,33261	,003	-1,8802	-,3107

Yapılan Tukey testinin sonuçlarına göre; Grup 1 için elde edilen ortalama puan ve sapma değerleri (M=3.34, SD= .675), Grup 2 için elde edilen ortalama puan ve sapma değerleri (M=3.67, SD= .496), Grup 3 için elde edilen ortalama puan ve sapma değerleri (M=2.58, SD= .846) anlamlı bir biçimde farklı olduğunu işaret etmektedir. Buna göre, Evli katılımcıların, dul/boşanmış katılımcılara göre anlamlı bir farklılık gösterdiği ve bekar katılımcıların, dul/boşanmış katılımcılara göre anlamlı bir farklılık gösterdiği sonucuna varılmıştır.

3.1.7.5. Çalışma durumuna göre hipotez testi

Tablo 3. 40. Katılımcıların Çalışma Durumu Bazında Tanımlayıcı İstatistikleri - DGTÖ

	N	Ortalama	ss	Std. Hata	95% Güven aralığı		En az	En çok
					Alt sınır	Üst sınır		
1 Serbest (işveren veya kendi hesabına)	41	3,3747	,63121	,09858	3,1755	3,5740	1,45	4,55
2 Özel sektörde ücretli	87	3,3699	,71552	,07671	3,2174	3,5224	1,45	5,00
3 Kamu sektöründe maaşlı	75	3,3042	,65955	,07616	3,1525	3,4560	1,55	5,00
4 Öğrenci	15	3,6485	,52095	,13451	3,3600	3,9370	2,82	4,55
5 Diğer	8	2,9773	,85935	,30383	2,2588	3,6957	1,55	3,91
Total	226	3,3536	,67917	,04518	3,2646	3,4426	1,45	5,00

Katılımcılar çalışma durumlarına göre beş gruba ayrılmıştır. (Grup 1: Serbest (işveren veya kendi hesabına); Grup 2: Özel sektörde ücretli; Grup 3: Kamu sektöründe maaşlı; Grup 4: Öğrenci; Grup 5: Diğer)

Tablo 3. 41. DGTÖ Çalışma Durumu Bazında Varyansların Homojenite Testi

Levene Statistic	sd1	sd2	p
,618	4	221	,650

Levene testiyle sınanmış olan varyans homojenliği varsayımının sonucu bulunmaktadır. Hesaplanan anlamlılık değeri .650 olup, eşik değeri olan .05 den büyük olduğundan varyans homejenliği varsayımını sağladığına görülmektedir.

Tablo 3. 42. DGTÖ Çalışma Durumu Bazında ANOVA testi Sonuçları

	ss	sd	KO	F	p
Between Groups	2,661	4	,665	1,454	,217
Within Groups	101,126	221	,458		
Total	103,787	225			

ANOVA tablosu incelendiğinde anlamlılık değerinin (.217), eşik düzeyi olan .05'den büyük olduğu ve söz konusu grupların ortalamaları arasında anlamlı fark olmadığı görülmüştür.

Test edilen hipotezler genel olarak Tablo 1.33'de özetlenmiştir.

Tablo 3. 43. Test Edilen Hipotez Sonuçlarının Genel Bir Tablosu

	Uygulanan Test	GDDA		DGTÖA	
Cinsiyet	T-Testi	Ho Red	Cinsiyetler bazında anlamlı bir fark vardır	Ho Kabul	Cinsiyetler bazında anlamlı bir fark yoktur
			Farklılaşan Gruplar		Farklılaşan Gruplar
Gruplanmış Yaş	ANOVA	Ho Red	31-35 yaş/41-45 yaş	Ho Kabul	---
Eğitim Durumu	ANOVA	Ho Kabul	---	Ho Kabul	---
Medeni Durum	ANOVA	Ho Red	Bekar / Dul-Boşanmış	Ho Red	Evli / Dul-Boşanmış ve Bekar / Dul - Boşanmış
Çalışma Durumu	ANOVA	Ho Kabul	---	Ho Kabul	---

3.2. İkinci Alt Probleme İlişkin Bulgular

Araştırmanın ikinci alt problemi “Aydın ili turizm paydaşlarının il gastronomik özelliklerine ilişkin görüşleri nasıldır?” şeklinde belirlenmiştir.

3.2.1. Aydın ve Çevresine Özgü Gastronomik Özelliklerin Belirlenmesi

Çalışmanın ikinci aşamasında bölgedeki belediyeler, turizm müdürlükleri, seyahat acentaları, ticaret odaları ve sivil toplum kuruluşları ile yapılan çalışmadan elde edilen veriler değerlendirilmiştir. (Ürünlerin tarifine EK 5'te yer verilmiştir).

Tablo 3. 446. Kuşadası ve Çevresine Özgü Gastronomik Özelliklerin Belirlenmesi – Katılımcıların Demografik Bilgileri

		n	%
Cinsiyetiniz	Kadın	12	34,3%
	Erkek	23	65,7%
Yaşınız	18-24	1	2,9%
	25-34 arası	9	25,7%
	35-44 arası	8	22,9%
	45-54 arası	12	34,3%
	54 ve üstü	5	14,3%
Medeni durumunuz	Evli	27	77,1%
	Bekar	8	22,9%
Eğitim Durumunuz	İlkokul	2	5,7%
	Ortaöğretim	8	22,9%
	Lisans	17	48,6%
	Yüksek Lisans/Doktora	8	22,9%
Aylık Geliriniz	1000-1999	9	25,7%
	2000-2999	10	28,6%
	3000 ve üstü	16	45,7%

1) Sizce buraya gelen turistler ne yemeli ve içmelidir?

Katılımcıların verdiği cevaplar doğrultusunda Kuşadası ve çevresini ziyaret eden turistlerin,

Yerel kahvaltı tercihleri olarak; bazlama, gözleme, çingene pilavı, tarhana çorbası, lor, taze meyvelerden yapılan reçeller, pekmez, baharatlı zeytinyağı, zeytin çeşitlerini,

Sebze yemekleri tercihleri olarak; çeşitli otların kavrulması ile yapılan etli ve yumurtalı yemekleri, zeytinyağında yapılan sebze kızartmaları / Kırılı Kızartma (Evsilme), Zeytinyağlı salataları,

Hamur işi tercihleri olarak; bazlama, gözleme (sac böreği), tava ekmeği, Yenipazar/Bozdoğan ve Nazilli pideleri, Paşa böreği, ekmek dolması, Döndürme'yi (çeşitli otların mücver gibi hazırlanarak tavada döndürülerek pişirilmiş hali),

Pilav tercihleri olarak; Boloma, Ev Makarnası (Erişte), Pirinçli Dolmalar ve Sarmaları (Enginar, Taze Sebze Dolmaları, Ebegümeci Sarması vb),

Ana Yemek Tercihleri olarak (Et, Tavuk, Balık ve Deniz Mahsulleri); Kavurma, Keşkek, Çöp Şiş, Köfte, Kuyu Tandır, Yuvarlama, Güveç, Kabak Bastı, Yavru Kavurma, Izgara balıklar ve deniz mahsulleri, kalamar tava, karides güveç ve ahtapot tandırı,

Tatlı tercihi olarak; Kabak Tatlısı, İncir Dolması, Zerde, Pelvize, Sütü Tatlılardan yana kullanmaları gerektiğini belirtmektedirler.

Ayrıca Kulak(lı) Çorba, Köfteli Hamur Çorbası, Tarhana, Zeytin, Zeytinyağı, Kar Helvası, İncir gibi bölgeye özgü lezzetleri tatmalarını tavsiye etmektedirler.

2) Önerdiğiniz bu yiyecek ve içecekleri nerede yemeli ve içmeliler?

Katılımcıların bölgeyi ziyaret eden turistlerin deneyim etmesini önerdiği yöresel lezzetlere önem verilmediğini ve söz konusu lezzetlerin satış amacından ziyade daha çok yerel halkın tüketmek için yaptığından tanıtılamadığını dile getirmektedirler. Nitekim söz konusu lezzetlerin birçoğu (Kızartma, Kavurma, Güveç, Bazlama, Gözleme vb.) yol üzerinde yer alan butik restoran ve küçük esnaf lokantalarında ticari amaçlı yapılmaktadır. Katılımcılar bölgeyi ziyaret eden turistlerin pideyi deneyim etmesi için Yenipazar, Bozdoğan yada Nazilli'yi; Çöp şiş için Ortakları; köfte için Çine'yi; Kahvaltı için Kirazlı'yı, Değirmen Restoranı ve bazı yol üstü restoranları tercih etmeleri gerektiğini; Şarap tercihlerini ise, 7 Bilgeler veya Şirince'den yana kullanmalarını tavsiye etmektedirler.

3) Önerdiğiniz bu yiyecek ve içeceklerin bir yapım hikâyesi var mı?

Katılımcılar Kuşadası ve çevresine özgü lezzetlerin büyük çoğunluğunun fakirlik ve yokluktan ortaya çıktığı; bir kısmının ise atalarının deneyimlerinden ve bölgenin coğrafi

nitelikleri ile şekillendiğini belirtmekte, ancak yöresel lezzetlerin yapım hikayesini hatırlamadıklarını dile getirmektedirler.

3.3. Üçüncü Alt Probleme İlişkin Bulgular

Araştırmanın üçüncü alt problemi “Aydın bölgesi gastronomik özellikleri uluslararası ziyaretçiler açısından tercih sebebi olabilir mi?” şeklinde belirlenmişti.

3.3.1. Tespit Edilen Ürünlerin Yurtdışı Değerlendirilmesi

Araştırmanın ikinci aşaması sonucunda ortaya çıkartılan bilgiler ışığında bölgenin gastronomik değerleri olarak görülebilecek yemek listesi hazırlanmıştır. Listede Sebze Yemekleri başlığı altında 35, Etli Yemekler başlığı altında 16, Hamur İşleri başlığı altında 15, Çorbalar - Aperatifler ve Salatalar başlığı altında 17 ve Tatlılar başlığı altında ise 6 bölgesel gastronomik lezzet olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 3. 457. Yarı Yapılandırılmış Form Sonrası Bölgenin Tespit Edilen Gastronomik Ürünleri

BÖLGE YEMEKLERİ		
Sebze Yemekleri	Etli Yemekler	Hamur İşleri
Kabak Bastı	Güveç	Paşa Böreği
Kırlı Kızartma (Evsilme)	Bolama (Lok Lok Pilavı)	Ekmek Dolması
Ebegümeci Sarması	Kuyu Tandır	Et Köftesi (Hamur İçi)
Enginar Dolması	Kuzu Etli Şevketi Bostan Yemeği	Dalgan Köftesi (Isırgan Otu Köftesi)
Zeytinyağlı Etli Enginar Yemeği	Yuvarlama	Ev Makarnası
Etli Nohutlu Karnabahar Yemeği	Kumbar(Mumbar) Dolması	Mısır Unu Çöreği (Cızbiz, Cilav Ayran Böreği)
Etli Arapsaçı Yemeği	Yavru Kavurma	Otlı Tepsisi Böreği
Kenker Yemeği	Elbasan Tava (Kestirme)	Sütlü Börek
Etli-Nohutlu Kereviz Yemeği	Ciğer Dolması	Otlı Börek
Zeytinyağlı Kuru Börülce	Çöp Şiş	Saç Böreği
Zeytinyağlı Taze Börülce	Kapama	Gelincik- Dalgan Tepsisi Böreği
Kabak Çiçeği Dolması	Suralı Pilav- Sura	Katmer
Yerelması Yemeği	Topan Kavurma	Gözleme (Sac Böreği)
Zeytinyağlı Yaprak Sarması	Keşkek	Şamişi Pide (Yenipazar Pidesi)
Semizotu Yemeği	Çoban Kavurma	Kab Pibi (Mart Hamuru)
Patlıcan Karnıyarık (Kıstırma)	Izgara Köfte (Çine Köftesi)	
Koruk Ekşili Bamya	Çorbalar - Aperatifler ve Salatalar	Tatlılar
Dalgan Kavurması	Hamur Çorbası	Kabak Tatlısı
Pazı Kavurması	Göceli Tarhana Çorbası	Zerde
Sariot Kavurması	Yağlı Kesik	Pelvize
Kedirgen Kavurması	Patlıcan-Biber Közleme	Kuru İncir Tatlısı
Sarmaşık Kavurması	Zeytinyağlı Karacaotlu Peynir	Lokma
Arapsaçı Kavurması	Çingen Pilavı (Piyazı)	Dığan Katmer
Ebegümeci Kavurması	Marul Banması	

İğnelik Kavurması	Börülce Ekşileme	
Mantar ve Çıntar Kavurması	Ebegümeci Salatası	
Gelincik Kavurması (Kapçık Kavurma)	Kereviz Salatası	
Turp Otu Kavurması	Radika Salatası	
Pancar Kavurması	Semizotu Salatası	
Patlıcan Kavurması	Azman (Ekşileme) Salatası	
Kabak Kavurması	Turp Otu Salatası	
Döndürme	Soğan Salatası	
Kabak Karnıyarık	Közleme Turşu (Patlıcan Gömme Turşu)	
Karnabahar (Çiçekli-Akbaş) Havuç Kızartma	Pancar Turşusu	
Kabak Mücveri		

Belirlenen bu gastronomik lezzetler Hırvatistan ve Vietnam’da gerçekleştirilen etkinliklerde hazırlanarak katılımcılardan gastronomik bir bakış açısı getirmeleri amacı ile anket formu geliştirilerek sorulmuştur. Vietnam’da 93 ve Hırvatistan’da 77 kişi olmak üzere toplamda 170 katılımcı ile bir “Tat Anketi” gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların demografik özellikler Tablo 3.48’de verilmiştir.

Tablo 3. 46. Tat Anketi Demografik Yapı

		Ülke					
		Vietnam		Hırvatistan		Toplam	
		n	%	n	%	n	%
Cinsiyet	Kadın	46	49,5%	34	44,2%	80	47,1%
	Erkek	47	50,5%	43	55,8%	90	52,9%
Gruplanmış yaş	18-24	7	7,5%	5	6,5%	12	7,1%
	25-34	21	22,6%	29	37,7%	50	29,4%
	35-44	39	41,9%	27	35,1%	66	38,8%
	45-54	15	16,1%	12	15,6%	27	15,9%
	55+	11	11,8%	4	5,2%	15	8,8%
Eğitim	Eğitimsiz / İlkokul terk	7	7,5%	4	5,2%	11	6,5%
	Ortaöğretim / Lise ve dengi okul	15	16,1%	12	15,6%	27	15,9%
	Yüksekokul, Üniversite	54	58,1%	33	42,9%	87	51,2%
	Yüksek lisans / Doktora	17	18,3%	28	36,4%	45	26,5%
Total		93	100,0%	77	100,0%	170	100,0%

Vietnam katılımcılarının % 49,5’i kadın, % 50,5’i ise erkek katılımcıdan oluşmaktadır. Vietnam katılımcılarının yaş dağılımına bakıldığında; % 41,9 oranında 35-44 yaş, % 22,6 oranında 25-34 yaş, % 16,1 oranında 45-54 yaş, % 11,8 oranında 55 yaş ve üstü ve % 7,5 oranında da 18-24 yaş aralığında oldukları görülmektedir. Katılımcılar % 58,1 oranında Yüksekokul/Üniversite mezunu, % 18,3 oranında Yüksek lisans / Doktora, % 16,1 oranında

Ortaöğretim / Lise ve dengi okul ve % 7,5 oranında Eğitimsiz / İlkokul terk eğitim seviyesindedirler.

Hırvatistan'daki katılımcıların % 44,2'si kadın, % 55,8'i ise erkektir. Yaş dağılımına bakıldığında, % 35,1 oranında 35-44 yaş, % 37,7 oranında 25-34 yaş, % 15,6 oranında 45-54 yaş, % 5,2 oranında 55 yaş ve üstü ve % 6,5 oranında da 18-24 yaş aralığında oldukları görülmektedir. Katılımcılar % 42,9 oranında Yüksekokul/Üniversite mezunu, % 36,4 oranında Yüksek lisans / Doktora, % 15,6 oranında Ortaöğretim / Lise ve dengi okul ve % 5,2 oranında da Eğitimsiz / İlkokul terk eğitim seviyesindedir.

Tablo 3. 49. Tat Anketi - Daha önce Türk mutfağını test ettiniz mi?

		Lokasyon					
		Vietnam		Hırvatistan		Toplam	
		n	%	n	%	n	%
Daha önce Türk mutfağını Test ettiniz mi?	Evet	24	25,8%	36	46,8%	60	35,3%
	Hayır	69	74,2%	41	53,2%	110	64,7%
Toplam		93	100,0%	77	100,0%	170	100,0%

Vietnam katılımcıların % 25,8'i daha önce Türk mutfağını denemişken, % 74,2'si denemediklerini belirtmiştir. Hırvatistan'da bu oranlar, % 46,8 oranında daha önce Türk mutfağını denediğini ve % 53,2 oranında ise denemediğini belirtmiştir. Hırvatistanlı katılımcıların Türk mutfağı hakkında daha çok bilgi sahibi oldukları görülmüştür.

Tablo 3. 50. Tat Anketi - Bir yemek seçiminde dikkat ettiğiniz en önemli özellikler nelerdir?

		Ülke					
		Vietnam		Hırvatistan		Toplam	
		n	%	n	%	n	%
Bir yemek seçiminde baktığınız en önemli özellikler nelerdir?	Lezzet	38	40,9%	34	44,2%	72	42,4%
	Görsellik	23	24,7%	19	24,7%	42	24,7%
	Doyuruculuk	18	19,4%	15	19,5%	33	19,4%
	Fiyat	14	15,1%	9	11,7%	23	13,5%
Toplam		93	100,0%	77	100,0%	170	100,0%

İkinci soru olarak katılımcılara yemek seçiminde dikkat ettikleri en önemli özelliklerin neler olduğu sorulmuştur. Vietnamlı katılımcıların % 40,9'u lezzete baktıklarını, % 24,7 oranında Görselliğe önem verdiklerini, % 19,4 oranında doyuruculuğun önemli olduğunu ve % 15,1 oranında da fiyatın önemli bir etken olduğunu belirtmişlerdir.

Hırvatistanlı katılımcıların % 44,2'si lezzete baktıklarını, % 24,7 oranında Görselliğe önem verdiklerini, % 19,5 oranında doyuruculuğun önemli olduğunu ve % 111,7 oranında da fiyatın önemli bir etken olduğunu belirtmişlerdir.

Ülke olarak incelendiğinde ilk sırada lezzet, ikinci sırada görsellik, üçüncü sırada doyuruculuk ve son sırada da fiyatın her iki ülke katılımcıları için önemli olduğunu göstermiştir.

Tablo 3. 471. Tat Anketi –Menü Evaluation

	Lokasyon			
	Vietnam		Hırvatistan	
	n	%	n	%
Menü Evaluation	93	85,6%	77	91,3%

Menü Evaluation sorusunda ise her iki ülke katılımcılarının Lezzet, Sunum ve Hijyen/Hazırlık aşamalarını değerlendirmeleri istenmiştir. Vietnamlı katılımcılar deneyimlerini 100 puan üzerinden 85,6 ile puanlarken Hırvatistanlı katılımcılar deneyimlerini 100 puan üzerinden 91,3 puanla değerlendirmişlerdir.

Tablo 3. 52. Tat Anketi - Gastronomi turizmi için Aydın bölgesini tercih eder misiniz?

		Ülke			
		Vietnam		Hırvatistan	
		n	%	n	%
Gastronomi turizmi için Aydın bölgesini tercih eder misiniz?	Evet	85	91,3%	71	92,2%
	Hayır	8	8,6%	6	7,8%
	Toplam	93	100,0%	77	100,0%

Üçüncü soru olarak katılımcılara “Gastronomi turizmi için Aydın bölgesini tercih eder misiniz?” sorusu sorulmuştur. Soruya Vietnamlı katılımcıların yüzde % 91,3’ü Hırvatistanlı katılımcıların ise % 92.2’si evet yanıtını vermiştir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Aydın ilinin gastronomik özelliklerini belirleyerek bu özelliklerin uluslararası gastronomi katılımcılarının tercih ve beklentilerini karşılama düzeylerini ölçmeyi amaçlayan bu çalışmanın ilk aşamasında bölgeyi tercih eden uluslararası ziyaretçilerin gastronomi davranışları ve tercihleri anlaşılmaya çalışılmıştır. Çalışmanın ikinci aşamasında ise içerik analizi uygulaması ile Aydın ilinin gastronomik özellikleri belirlenmiştir. Belirlenen bu özelliklerden oluşturulan özel tadım menüsü ile çalışmanın son aşaması Vietnam ve Hırvatistan'daki uluslararası yiyecek festivallerine katılanlar üzerinde tamamlanmıştır.

Araştırmanın anakütle ve örnekleme 3 farklı şekilde tespit edilmiştir. İlk bölüm için anakütle, Aydın iline gelen turistler olarak belirlenmiş, çalışma tarihi Şubat ayı olmasından dolayı o tarihlerde Kuşadası bölgesinde açık bulunan Labranda Ephesus Princess Otel misafirleri örnekleme alınmıştır. İkinci bölüm için, anakütle Aydın ili turizm paydaşları olarak belirlenmiş, yarı yapılandırılmış sorular paydaşların belirlenen katılımcılar ile gerçekleştirilmiştir. Üçüncü bölümde ise, anakütle Mart ve Nisan tarihlerinde gerçekleştirilen uluslararası yiyecek festivallerine katılan katılımcılar olarak belirlenmiştir. Bu aşamada uygulanan Dünya Şefler Birliği'ne ait değerlendirme formu, araştırmacının davet edildiği ise 14-20 Mart 2016 Hoi An Food Festival Vietnam (93 kişi) ve 7-10 Nisan 2017 Biser Mora Hırvatistan (77 kişi) katılımcılarına uygulanmıştır. Anakütlenin kaç kişi olduğu bilinmediğinden, kolayda örnekleme tekniği kullanılarak, menüyü deneyenlere uygulanmıştır.

Araştırmanın ilk bölümünü oluşturan, bölgeyi tercih eden uluslararası ziyaretçilere uygulanan anket sonucunda iki ayrı bölümde toplam 5 ayrı faktör tespit edilmiştir. Bu bölümlerden "Gastronomi Davranışları" ölçeği faktör analizi sonucunda katılımcıların ifadelerinin 2 temel faktör altında toplandığı görülmüştür. "Farklı yörelerin beslenme kültürünü bilmek isterim", "Yeni tatlara güvenmem", "Alışık olmadığım tatları denemek isterim", "Dışarıda yemek yediğimde farklı tatları denerim" ve "Dışarıda yemek yiyeceğim zaman farklı yörelerin mutfakların tercih ederim" ifadelerinin "Gastronomi Deneyimi I" alt faktörü olarak, "Yemek festivallerine katılırım", Bir restorana gittiğimde şefin özel yemeğini sipariş ederim", "Yemek yaparken yeni yemekleri yapmayı denerim", "Yemek münüsünde ismini ilk defa gördüğüm yiyecekleri merak ederim", "Dışarıda yemek yiyeceğim zaman, alışık olduğum yemekleri tercih ederim" ve "Sürekli yeni yiyecekler denemek isterim" ifadelerinin "Gastronomi Deneyimi II" alt faktörü olarak isimlendirilmesine karar verilmiştir.

Bir bölgenin yemek kültürü, o bölgenin tercih edilmesi ve o bölgeye gelen ziyaretçilerin deneyimleri için önemlidir. Çünkü bölge yemekleri, o bölgenin iklimi, manzarası vb. önemli çekicilik özellikleri arasında bulunmaktadır. Değişik yemekleri deneyimleme, seyahat amacının temel motivasyonu olabileceği gibi toplam deneyimin alt amacı da olabilmektedir (McKercher, Okumuş ve Okumuş, 2008). Turistlerin günlük hayatlarında dikkatlerini çekmeyen bazı yiyecekler, deneyimleri sonucunda sembolik anlamlar yükledikleri ve tatillerinin bitiminde de bölgeyi hatırlamalarını sağlayacak etkiler bırakabilir. Dolayısıyla yemek tüketimi sadece kültür paylaşımı, macera, keşif ya da keyif için olsa da, turistlerin yerel gelenekleri gıdalar ile öğrenmesini sağlayan olumlu bir gastronomi deneyimine dönüşmektedir (Silkes, 2007).

Yeme-içme deneyimleri beş duyu organı ile algılanan, bireysel, katılımcı ve arzuları tatmin eden, tatil süresince yaşanan diğer deneyimlerden daha çok akılda kalan ve uzun süre unutulmayan deneyimlerdir. Dolayısıyla Türkiye'ye gelen turistlerin gastronomi deneyimleri özelde Aydın genelinde ise Türk Mutfağı ve gastronomi turizmi için büyük önem arz etmektedir.

"Gastronomi Tercihleri" ölçeği faktör analizi sonucunda ise katılımcıların ifadelerinin 3 faktör altında toplandığı görülmüştür. "...yol kenarında satılan yiyecekleri tercih ederim.", "...yerel yemekleri tercih ederim.", "...yerel lokantaları tercih ederim.", "...hazırlanışımı görebileceğim yiyecekleri tercih ederim.", "...dünyaca ünlü lokanta zincirlerini tercih ederim.", "...yöresel sunulan yemekleri ve yöreyi yansıtan yiyecekleri tercih ederim.", ifadelerinin "Tercih Faktörü" alt faktörü olarak, "...hazır yiyecekler tüketirim. (Bisküvi, konserve vb.)", "...yemek yerken inanç sistemime uygun yerler seçerim.", "...yöresel yiyecek hazırlama araç gereçlerini satın alırım.", ifadelerinin "Satın Alma Faktörü I" alt faktörü olarak, "...yörenin özel yiyeceklerinden satın alırım.", "...yöresel yemek kitapları satın alırım." ifadelerinin ise "Satın Alma II" alt faktörü olarak isimlendirilmesine karar verilmiştir.

Son yıllarda geleneksel ve kültürel değerler önem kazanmış, turistlerin destinasyon tercihlerinde özellikle yerel değerlere sahip çıkan bölgeler daha çok tercih edilir olmuştur (Sünnetçioğlu vd. 2012). Göller (2016) tarafından yapılan tez çalışmasına göre gastronomi turizminin gelişmesi için yerel ürünleri ve yöresel yemekleri dikkate almak pazarlama faaliyetleri açısından büyük önem taşımaktadır.

Yerel ürünler, piyasada ayırt edici sunumu ve çekiciliği ile ekonomisini tarımsal ürünlerden sağlayan ve gelişmekte olan bazı ülkelerin ihracat hacimlerinin önemli bir yüzdesini karşılamaktadır. Avrupa Birliğinde 2003 yılında yapılan çalışmalarda; Fransız yöresel peynirlerinin normalinden 2€ daha fazla fiyata alıcı bulduğu, İtalyan Toscano yağlarının tescilinden itibaren % 20 daha fazla fiyata satıldığı, ihraç edilen Fransız şaraplarının % 85'inin coğrafi işaret taşıdığı görülmektedir (Birinci, 2008: 85-86).

Araştırmanın ikinci aşamasında 35 katılımcı ile kendi ofislerinde yapılan yaklaşık 20-30 dakikalık görüşmeler esnasında, kendilerine yöneltilen sorular sonucunda Aydın ilinin gastronomik özellikleri tespit edilmeye çalışılmıştır. İçerik analizi tekniği ile gerçekleştirilen bu bölümde 35 adet sebze yemeği, 16 adet etli yemek, 17 adet çorba-salata-aperatif, 15 adet hamur işi, 6 adet tatlı toplamda 89 adet reçete kayıt altına alınmıştır. Ancak bu çalışma esnasında reçeteleri verilen yiyeceklerin hikayeleri olmasına rağmen, bu hikayeler katılımcılar tarafından hatırlanamadığından aktarılamamıştır.

Çalışmanın son aşamasında Vietnam ve Hırvatistan'da düzenlenen uluslararası yiyecek festivallerinde uygulanan değerlendirme ölçeğine göre Hırvatistan'da etkinliğe katılanların Türk Mutfağı hakkında daha fazla bilgiye sahip oldukları görülmüştür. Bunun en önemli nedenlerinden biri Hırvatistan'ın Vietnam'a kıyasla Türkiye'ye daha yakın olmasıdır. Ayrıca iki ülkede de festivale katılanlar kendileri için yemek seçiminde önceliğin lezzet olduğunu belirtmişlerdir. Lezzeti sırasıyla görsellik, doyuruculuk ve fiyat takip etmektedir. Belirlenip deneyimletilen menüyü, her iki festival katılımcıları çok beğenmiştir. Puanlar, 100 puan üzerinden, Hırvatistan'da 85,6, Vietnam'da 91,3 olarak tespit edilmiştir. Çalışmanın bu bölümdeki en önemli soru olan "Gastronomi turizmi için Aydın bölgesini tercih eder misiniz?" ise Vietnam'da % 91,3, Hırvatistan'da % 92,2 "Evet" cevabı alarak Aydın ilinin gastronomi potansiyelinin uluslararası ziyaretçiler açısından önemli bir tercih nedeni olabileceğini göstermiştir.

Coğrafi ve ekonomik gelişme potansiyeline sahip bölgeler gastronomi turizminin gelişimi için çok önemlidir. Destinasyon için seyahat acenteleri, kamu kurum ve kuruluşları, restoranlar ve otel işletmeleri arasında işbirlikleri geliştirilmeli, uzun dönem stratejik planlar düşünülmeli ve bu planlar doğrultusunda eğitim faaliyetleri düzenlenerek bilgilendirme yapılmalıdır. Böylece destinasyonlarda kalite artışı ve devamlılık sağlanabilir (Boyne ve Hall, 2003; Ontario, 2008; Harrington & Ottenbacher, 2010).

Araştırmadan elde edilen sonuçlar göz önüne alınarak gerçekleştirilen öneriler aşağıda sıralanmıştır;

- ✓ Aydın mutfağının gastronomi turizmi içindeki yeri konusunda farkındalık yaratmak ve turizm paydaşlarını bilinçlendirmek gerekmektedir. Bunun için Aydın ili gastronomik özellikleri kitaplaştırılabilir. Otel ve restoran işletmeleri bu konuda bilgilendirilerek menülerinde Aydın mutfağı reçetelerine yer vermeleri teşvik edilebilir.
- ✓ Aydın’da gastronomi turizminin geliştirilmesi için kitle iletişim araçları, dergi ve broşürler, internet ve seyahat acenteleri yoluyla Aydın mutfak kültürünü tanıtmaya yönelik çalışmalar hazırlanabilir ve bu çalışmalar teşvik edilebilir.
- ✓ Aydın ilinin yemek kültürünü ulusal ve uluslararası platformlarda duyurmak ve bu alanda Aydın ilini bir marka haline getirebilmek için yerel yiyecek üreticileri ve bu ürünleri satanlar ile yerel yönetimin birlikte çalışması gerekmektedir.
- ✓ Tur operatörleri ve seyahat acentaları Aydın mutfağını içermek üzere Türkiye’nin çeşitli yerlerini kapsayacak gastronomi turizmine kapsamlı paket turlar düzenleyebilirler.
- ✓ Aydın ili gastronomi turizminin geliştirilmesine yönelik eylem planları ve stratejiler hazırlayacak birimler kurulabilir.
- ✓ Türkiye’de düzenlenen yerel gastronomi etkinliklerine, festival ve şenliklere yerli ve yabancı turistlerin katılımının artırılması ve bu etkinliklerde yerel yemeklerin tanıtılması için çaba harcanabilir.
- ✓ Bu çalışmada elde edilen bulgular, farklı il kültürlerinin dâhil edildiği karşılaştırmalı çalışmalar için yol gösterici olabilir.

KAYNAKÇA

- Akgöl, Y. (2012). *Gastronomi Turizmi Ve Türkiye'yi Ziyaret Eden Yabancı Turistlerin Gastronomi Deneyimlerinin Değerlendirilmesi*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.
- Akman, G.N. (2014). Nitel Ve Nicel Araştırma Yöntemleri, 22 Ağustos 2017 Tarihinde <Http://Content.Lms.Sabis.Sakarya.Edu.Tr/Uploads/80469/44072/Nicel-Nitel.Pdf> Adresinden Alınmıştır.
- Altınal, H. (2009). *Gastronomide Menü Yönetimi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Anadol, C.(2000). *Türk Yemeklerinin Özellikleri*, Tarihten Günümüze Kadar Türk Yemekleri Ansiklopedisi, Türkmen Kitapevi, İstanbul.
- Aslan, H.(2010). *Gastronomi Turizminin Turizm Eğitimi Programlarındaki Yeri Ve Önemi: Bir Uygulama*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Barut, A. (2008). Gastronomimizin Katkılarıyla Turizmimize Sınıf Atlatabiliriz, *Food In Life Gastronomi Ve Yaşam Dergisi*, 1.
- Baysal, A. (2002). *Yoğurt: Küreselleşen Türk Besini*, Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar, Türk Halk Kültürünü Araştırma Ve Tanıtma Vakfı Yayınları, Yayın No:30, Ankara.
- Baysal, A., Küçükaslan, N. (2007). *Beslenme İlkeleri Ve Menü Planlaması*. Ekin Basım Yayın Dağıtım, 2.Baskı. Bursa
- Belge, M. (2008). *Tarih Boyunca Yemek Kültürü*, İletişim Yayıncılık, İstanbul.
- Birinci, Y., (2008). Yöresel Ürünler İçin Yeni Açılımlar: Coğrafi İşaretler, *İgeme'den Bakış Dergisi*, (36), 85-86.
- Boniface, P. (2003). *Tastingtourism: Traveling For Foodanddrink*. Ashgate Publishing Limited.
- Bursa Mutfak Kültürü Ve Mutfağı, T.C. Bursa Valiliği, 10 Kasım 2009 Tarihinde www.bursa.gov.tr/?sayfa=mymenu&pid=63 Adresinden Alınmıştır.
- Ciğirim, N. (2001), “Batı Ve Türk Mutfağı'nın Gelişimi, Etkileşimi Ve Yiyecek-İçecek Hizmetlerinde Türk Mutfağının Yerine Bir Bakış”, Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar, Türk Halk Kültürünü Araştırma Ve Tanıtma Vakfı Yayınları Yayın No: 28, 49-61.

- Cook, R. A., Yale, L. J., Marqua, J. J. (1999). *Tourism: The Business Of Travel*. Prentice Hall (Uppersaddleriver, N.J.)
- Çetin, İ. (2001). *Turistik Ürün Çeşitlendirilmesinde Eko-Turizmin Yapısal Analizi Ve Türkiye’de Geliştirme Stratejileri (Örnek Bir Uygulama)*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Demir, A. (2007). Türk Mutfağı Nedir? Ne Değildir?, *Food in Life Dergisi*.
- Denizer, D. (2008). Türk Turizmin Gelişmesinde Türk Mutfağının Önemi Ve Bugün İçin Yapılması Gerekenler, *2.Ulusal Gastronomi Sempozyumu Bildirisi*, Alanya.
- Devlet Planlama Teşkilatı, Doğu Anadolu Bölgesinde Gastronomi, 22 Eylül 2015 Tarihinde <http://ekutup.dpt.gov.tr/bolgesel/dap/durum4.pdf> Adresinden Alınmıştır.
- Dilsiz, B. (2010). *Türkiye’de Gastronomi Ve Turizm (İstanbul Örneği)*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Doğanbey, N. (1983). Turizm Tesislerinde Yönetim Semineri, *Konyalı Lokantası* 15 Ekim 2015 Tarihinde www.konyalilokantasi.com/seminer. Sitesinden Alınmıştır.
- Ege Bölgesi 23 Eylül 2015 Tarihinde <http://www.haber.aku.edu.tr/163-176.pdf> Adresinden Alınmıştır.
- Ekmekçioğlu, M. (2008). Türk Ve Rum Mutfağı’nda Zeytinyağının Önemi, *Food in Life Gastronomi Ve Yaşam Dergisi*, www.Marianinbahcesi.Com/Foodinlife.Asp#4.
- Fumey, G., Etcheverria, O. (2007). *Dünya Mutfaqları Atlası : Asurlularda İlk Yemekler*, Ntv Yayınları Doğu Grubu İletişim Yayıncılık Ve Ticaret A.Ş., Mas Matbaacılık A.Ş., Çev: İsmail Yerguz.
- George, D., Mallery, M. (2010). “Spss For Windows Step By Step”, 19. Eylül 2017 Tarihinde <http://wps.ablongman.com/wps/media/objects/385/394732/george4answers.pdf> Adresinden Alınmıştır.
- Gillespie, C., Cousins, J. A. (2001). *European Gastronomy into The 21st Century*. Butterworth- Heinemann.
- Göller, V. (2016). Yerel Yemek Tüketiminin Turist Motivasyonuna Etkisi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla.
- Gyimothy, S, Rassing C, Wanhill S. (2000). Marketing Works: A Study Of Restaurants On Bornholm. Denmark. *International Journal Of Contemporary hospitality management*,12, 371–379.

- Hacıoğlu, N., Girgin, K. G., Giritöğlu, Ş. (2009). Yiyecek-İçecek İşletmelerinin Pazarlama Faaliyetlerinde Yöresel Mutfakların Kullanımı – Balıkesir Örneği, 3. *Ulusal Gastronomi Sempozyumu Bildirisi*, Alanya, 17-18 Nisan
- Halıcı, F. (1982). *Geleneksel Türk Yemekleri Ve Beslenme: Dünyanın Çeşitli Bölgelerinde Yemek Alışkanlıkları*, Konya Turizm Derneği Yayınları.
- Halıcı, N. (1988). *Birinci Milletlerarası Yemek Kongresi Türkiye-Eylül 1986*, Kültür Ve Turizm Bakanlığı Yayını, Nurol Matbaacılık, Ankara.
- Halıcı, N.(1983). *Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar: Akdeniz Bölgesi Yemekleri*, Arı Basımevi, Konya.
- Hall, C. M., Mitchell, R., Sharples, L. (2003), *Consuming places: The Role Of Food, Wine and tourism In Regional development*. In C. M. Hall, L. Sharples, R. Mitchell, N. Macionis, & B. Cambourne (Eds.), *Food tourism around The World*, (25–59). Oxford, Uk: Elsevier butter worth-Heinemann.
- Hall, M., Sharples, L. (2003). *The Consumption Of Experiencesor The Experience Ofconsumption? An İntroduction To The Tourism Of Taste*. Hall, M., Sharples, L., Mitchell, R., Macionis, N. Ve Cambourne, B., (Ed.), *Food tourism around The World*, (1-25). London: Butter worth heinemann.
- Harrington, R. J., And Ottenbacher, M. C. (2010), Culinarytourism – A Case Study Of The Gastronomiccapital, *Journal Of Culinary science & Technology*, 8, 14-32.
- Hatipoğlu, A., (2010). İnançların Gastronomi Üzerine Etkileri: Bodrum'daki Beş Yıldızlı Otellerin Mutfak Yöneticilerinin Görüşlerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi. Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Hatipoğlu, A., Batman, O., Sarıışık, M. (2009). Gastronomi Ve Din, 3. *Ulusal Gastronomi Sempozyumu Bildirisi*, Alanya, 17-18 Nisan
- Haydaroğlu, İ. (2003), Osmanlı Saray Mutfağından Notlar, *Ankara Üniversitesi Dergisi*, 22, 34.
- Hjalager, A., M., Corigliano, M., A. (2000). Food For Tourists determinants Of An İmage. *International Journal Of Tourism Research*, 2, 281-293.
- İslamoğlu, A. H., Alnıaçık, Ü. (2014). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. İstanbul:Beta Yayın Dağıtım.
- Joppe, M., Martin D., Waalen J. (2001). Toronto'simage As A Destination: A Comparative İmportance Satisfaction Analysis Byorigin of Visitor. *Journal Of Travel Research*, 39, 252–260.

- Karadeniz Bölgesi, 22 Eylül 2015 Tarihinde www.karadenizgezi.net/bolu/ymk.html Adresinden Alınmıştır.
- Kastenholz, E, Davis D, Paul G. (1999). Segmenting Tourism İn Rural Areas: The Case Of North and Central Portugal. *Journal Of Travel Research*, 37, 353–363.
- Kaya, M. (2006). *Trabzon Ve Trabzonlular*, İstanbul Matbaacılık, İstanbul.
- Kemer, K. A. (2011). Otellerde Çalışan Mutfak Personelinin Ve Aşçılık Alanında Yüksek Öğrenim Gören Öğrencilerin Moleküler Gastronomi Konusundaki Bilgi Ve Görüşleri, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Kozak, M.(2014). *Bilimsel Araştırma: Tasarım, Yazım Ve Yayım Teknikleri*, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Kuram Ve Uygulamada Eğitim Bilimleri (Ed. Ömer Delice), 22 Eylül 2017 Tarihinde <http://www.kuyeb.com/> Adresinden Alınmıştır.
- Küçükaltan, G. (2009). Küreselleşme Sürecinde Gastronomide Yöresel Tatların Turistlerin Destinasyon Tercihlerine Ve Ülke Ekonomilerine Etkileri, *3.Ulusal Gastronomi Sempozyumu Bildirisi*, Alanya, 17-18 Nisan
- Long, L. (2003). *Culinary tourism*. Lexington. Abd: The University Press Of Kentucky.
- Mckercher, B., Okumuş, F., Okumuş, B. (2008). Food tourism As A Viable Market Segment: It'sall How You cook The Numbers. *Journal Of Travel &Tourism Marketing*, 25(2), 137- 148.
- Mutlu, E. (2009). “Tatlılarda Gizli Türkiye Tarihi”, *Foodand Travel Dergisi*.
- Neumann, C. K., Faroqhi S. (2006). *Osmanlı Maddi Kültüründe Yemek Ve Barınak: Soframız Nur Hanemiz Mamur*, Çev: Zeynep Yelçe, Kitap Yayınevi.
- Okumuş, B., Okumuş, F., Mckercher, B. (2007). Incorporating Local And İnternational Cuisines İn The Marketing Of Tourismdestinations: The Cases Of Hong Kong Andturkey. *Tourism Management*, 28(1), 253-261.
- Orkun, N. D. (2009), Küreselleşmenin Değiştirdiği Yemek Kültürü: İstanbul-Beyoğlu 2002-2009, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Pallant, J. (2016). *Spss Kullanma Kılavuzu Spss İle Adım Adım Veri Analizi*, Çev.: Sibel Balcı ve Berat Ahi, Anı Yay., Ankara.
- Richards, G. (2002). *Gastronomy: An Essentialingredient İn Tourism Production And Consumption Tourism And Gastronomy*, London: Routledge.

- Shenoy, S. (2005). *Food Tourism And The Culinary Tourist*, A Thesis Presented To The Graduate School Of Clemson University, South Carolina.
- Silkes, C. A. K. (2007). *Food And Food Related Festivals In Rural Destination Branding*, Purdue University, Indiana.
- Sünnetçioğlu, S., Can, A., Durlu-  zkaya, F. (2012). Yavaş Turizmde Coğrafi   şaretlemenin   nemi, 13. *Ulusal Turizm Kongresi*, Antalya, 953-962.
- Tabachnick, B. G., Fidell, L. S. (2015). (  ev. Mustafa Baloğlu), *  ok Değişkenli   statistiklerin Kullanımı*, Nobel Yayıncılık,   stanbul.
- Tezcan, M.(2000). *Türk Yemek Antropolojisi Yazıları: Türk Ve Yabancı Mutfa larına Genel Bir Bakış*, T.C. Kültür Bakanlığı Yayınları, Ankara.
- Toygar, K. (2001). *Türk Mutfak Kültürü   zerine Araştırmalar: Türk Mutfağı Hakkında Genel Bilgiler*, Ankara, Yayın No:29.
- Türk Mutfağı Sempozyumu Bildirileri, (1982). *Kültür Ve Turizm Bakanlığı Milli Folklor Araştırma Dairesi Yayınları: 41, Seminer, Kongre Bildirileri Dizisi, 12*, Ankara Üniversitesi Basımevi, Ankara.
-    dal, S.(2008). *  zmir Mutfağı*,   zmir Kültür Ve Dayanışma Derneği, Gazi Üniversitesi Aile Ekonomisi Ve Beslenme   ğretmenli i, Ankara.
-   lker,   .(1998). *Yıl Boyu Turizm Yapılması Ve Turizmin   şitlendirilmesinde Da  Ve Kıyı Turizmi   le Termal Turizm Yeri*, Ankara, T.C. Turizm Bakanlığı, 1. Turizm   urası.
- Wolf, E. (2006). *Culinarytourism The Hiddenharvest*, Kendall/Hunt Publishing Company, Abd- Iowa
- Yıldırım, A.,   im  ek H. (2006). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- Yıldırım, A.,   im  ek H. (2013). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- Yüksel, A., Mil, B., Bilim, Y. (2007). *Nitel Araştırma: Neden, Nasıl, Niçin?*, Detay Yayıncılık, Ankara,.
- Yüncü, H. R. (2010). Sürdürülebilir Turizm Açısından Gastronomi Turizmi Ve Perşembe Yayılası, *Aybastı-Kabataş Kurultayı 11*, 19-26, Ankara.

EK: 1 Kuşadası'nda Bulunan Efektif Turistlere Uygulanmış Anket Formu

Cinsiyet: Kadın() Erkek ()
Yaş: 18-25 () 25-30 () 31-35 () 36-40 ()
41-45 () 46-50 () 51+ ()
Eğitim: Eğitimsiz/İlkokul Terk () İlkokul, Ortaokul, İlköğretim ()
Ortaöğretim/Lise () Yüksekokul, Üniversite () Yüksek Lisans, Doktora ()
Medeni Durum: Evli () Bekar () Dul/Boşanmış ()
Çalışma Durumu: Serbest () Özel Sektörde Ücretli () Öğrenci ()
Kamu Sektöründe Maaşlı () Diğer ()

Gastronomi Davranışları	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne Katılıyor Ne katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
Farklı yörelerin beslenme kültürünü bilmek isterim.					
Dışarıda yemek yiyeceğim zaman farklı yörelerin mutfakların tercih ederim					
Sürekli yeni yiyecekler denemek isterim.					
Alışık olmadığım tatları denemek isterim.					
Yemek yaparken yeni yemekleri yapmayı denerim					
Dışarıda yemek yediğimde farklı tatları denerim.					
Yeni tatlara güvenmem.					
İçeriğini bilmediğim yemekleri yemem.					
Dışarıda yemek yiyeceğim zaman, alışık olduğum yemekleri tercih ederim					
Yemek festivallerine katılırım.					
Bir restorana gittiğimde şefin özel yemeğini sipariş ederim.					
Yemek möntüsünde ismini ilk defa gördüğüm yiyecekleri merak ederim					

Destinasyonlarda Gastronomi Tercihleri	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne Katılıyor Ne katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
...yol kenarında satılan yiyecekleri tercih ederim.					
...yerel lokantaları tercih ederim					
...dünyaca ünlü lokanta zincirlerini tercih ederim.					
...hazır yiyecekler tüketirim. (Bisküvi, konserve vb.)					
...yemek yerken inanç sistemime uygun yerler seçerim.					
...yerel yemekleri tercih ederim					
...yöresel sunulan yemekleri ve yöreyi yansıtan yiyecekleri tercih ederim					
...hazırlanışını görebileceğim yiyecekleri tercih ederim.					
...yörenin özel yiyeceklerinden satın alırım.					
...yöresel yemek kitapları satın alırım					
...yöresel yiyecek hazırlama araç gereçlerini satın alırım.					

EK 2: Dünya Şefler Birliği Değerlendirme Formu



WACS Judging sheet

		Community Catering		
Team / Name	Date	Category	Number	
	Soup	2 Main courses	Vegetarian	Dessert
Mise en place	10 pts. max.	10 pts. max.	10 pts. max.	10 pts. max.

Correct professional preparation	20 pts. max.	20 pts. max.	20 pts. max.	20 pts. max.

Nutrition balance and theme respect	10 pts. max.	10 pts. max.	10 pts. max.	10 pts. max.

Serving arrangement	20 pts. max.	20 pts. max.	20 pts. max.	20 pts. max.

Taste	40 pts. max.	40 pts. max.	40 pts. max.	40 pts. max.

	100 pts. max.	100 pts. max.		
	400 pts. max.	400 pts. max.		
	: 4	: 4		
Name of the judge : _____ Signature : _____				
Gold medal: 100-90 points	Silver medal: 89-80 points	Bronze medal: 79-70 points	Diploma: 69-... points	

EK 3: Turizm Paydaşlarına Uygulanmış Yarı Yapılandırılmış Soru Formu

Ayırmış olduğunuz vakit ve değerli katılımlarınızdan dolayı teşekkür ederim.

Öğr. Gör. Şef Emrah Köksal SEZGİN

Adınız-Soyadınız:..... **Mesleğiniz:**.....

Yaşınız: ☐ 18-24 ☐ 25-34 ☐ 35-44 ☐ 45-54 ☐ 54 ve üstü

Medeni Durumunuz: ☐ Evli ☐ Bekar **Cinsiyetiniz:** ☐ Bay ☐ Bayan

Aylık Gelir Durumunuz: ☐ 1.000 TL - 1.999 TL ☐ 2.000 TL - 2.999 TL ☐ 3.000 TL ve üstü
☐ ☐ ☐ ☐

Eğitim Durumunuz : İlköğretim Ortaöğretim Yükseköğretim Lisans üstü

1) Sizce buraya gelen turistler ne yemeli ve içmelidir?

2) Önerdiğiniz bu yiyecek ve içeceklerin bir yapım hikâyesi var mı?

3) Önerdiğiniz bu yiyecek ve içeceklerin tarifini verebilir misiniz?

4) Size göre değeri bilinmeyen, unutulmaya yüz tutan gastronomik ürünler var mı?

Teşekkürler...

EK 4: Vietnam ve Hırvatistan'da Uygulanmış Anket Formu

Dear participants,

We would like you to answers the questions below about Turkish Aydın Regional Food.

Name-Surname :

Gender : Ms./Mrs.(☐) Mr.(☐)

Age : 18-24(☐) 25-34(☐) 35-44(☐) 45-54(☐) 55+(☐)

Education : Primary School (☐) High School (☐)
University (☐) Master/PhD (☐)

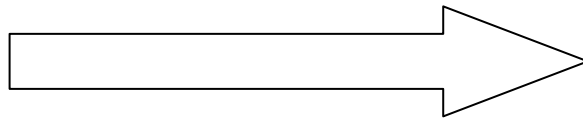
1. Did you ever taste Turkish Cuisine? Yes (☐) No (☐)

2. What is the most significant feature that you are looking for in the dish?

3. Would you like to think about travelling to Turkey Aydın for Gastronomy Tourism?

Menu Evaluation

Please go to the back page



Thank you!

EK 5: Tespit Edilen Aydın İli Gastronomi Potansiyeli ÇORBALAR - APERATİFLER VE SALATALAR

Hamur Çorbası

Malzemeler:

- Un
- Yumurta
- Et suyu
- Kırmızı toz biber, karabiber, tuz
- Maydanoz
- Margarin

Yapılışı:

Un, tuz ve yumurta su ile yoğrularak hamur yapılır. Hamur üç eşit parçaya ayrılarak beze sarılır. Hamur normal incelikte açılır. Bolca unun döküldüğü tahta üzerine alınır. Birer cm'lik kareler şeklinde doğranır. Et suyu bir tencerede kaynatılır. Kaynayan et suyunun içine elekten geçirilip fazla unları atılan hamurları dökülür. İçine tuz ve karabiber ilave edilir. Un kokusu giderilinceye kadar hamur pişirilir. İsteğe bağlı olarak çorba içine küçük köfteler ilave edilebilir.

Diğer yanda margarin eritilerek içine kırmızı biber ilave edilerek sos hazırlanarak çorbanın üzerine dökülür. Çorba servise hazır demektir. Aydın'da özellikle de İncirliova ilçesinde düğünlerin ve önemli günlerin ilk yemeğidir.

Göceli Tarhana Çorbası

Göcenin Hazırlanması: Buğday ıslatılır, dövülür, kurutulur, savrulur, kalburlanır. Seçilir tekrar kurutulur. Değirmende incecik çekilir. İrmik şekli aldırılır, elenir. Göcesi bir tarafa unu bir tarafa ayrılır.

Yapılışı:

Domates, soğan, kırmızı etli biber yıkanır doğranır. Tarhana otu ile kaynatılır. Soğan iyice yumuşayınca göcenin içine kaynayan karışım dökülür, karıştırılır. Soğuduktan sonra torba yoğurdu, 1 bardak un ve göcenin unu ilave edilip yoğrulur, bırakılır. Tarhana otu üzerine konur, 1 gece bekletilir. Gece 1 kg. sütle yoğrularak üzeri kapatılır. Sabah tepsilerin içine un serpilerek parça parça ayrılır ve güneşte kurutulur. Kıvama gelince kalburlanır ve kurumaya bırakılır. Kuruduktan sonra bez torbalara konularak saklanır.

Piştirilmesi:

Yağ, domates veya salça kavrulur. Et suyu ilave edilir. Tarhana sulandırılıp ilave edilir, pişirilir.

Yağlı Kesik

Malzemeler:

- 250 gr. taze kesik
- Bir fincan zeytinyağı
- Biraz tuz

Yapılışı:

Kesik servis tabağına koyulduktan sonra üzerine zeytinyağı ve tuz ilave edilerek karıştırılır. Özellikle sabah kahvaltılarında, öğün aralarında ve akşamüzeri çaylarında hazırlanan pratik bir aperatiftir. Yağlı kesikğin üzerine zeytin de konulabilir. Kolay hazırlanması nedeniyle sıkça yapılır.

Patlıcan-Biber Közleme

Yaz aylarında yapılır. Özel yetiştirilen, topan patlıcanlarla ve etli biberlerle yapılır.

Yapılışı:

Büyük boy iki ya da üç patlıcan alınır, bıçakla delinir ve köz olmuş ateşin üzerine konulur. Çevirerek iyice pişirilir. Aynı işlem biberler içinde yapılır. Daha sonra ateşte pişirilen biber ve patlıcanların kabukları soyulur. Küçük parçalar şeklinde doğranır. İçine iki ya da üç domates doğranarak yeteri kadar tuz ve zeytinyağı ilave edilir. Aydın'ın tüm yerleşim birimlerinde yapılan közleme yaz aylarında sofraları sıkça süsler.

Zeytinyağlı Karacaotlu Peynir

Malzemeler:

- 250 gr. Karacaotlu peynir
- Yeteri kadar zeytinyağı

Yapılışı:

Yeteri kadar Karacaotlu peynir tabağına alınır, üzerine zeytinyağı dökülür. Genellikle lavaş ile yenilir. Hazırlanışının kolay olması nedeniyle aperatif olarak öğün aralarında ve sabah kahvaltılarında yenilmesi tercih edilir.

Çingen Pilavı (Piyazı)

Malzemeler:

- Domates, biber, soğan, kesik, biraz zeytinyağı, tuz

Yapılışı:

Domates, biber ve soğan ince ince kıyılır. Üzerine kesik, biraz zeytinyağı ve tuz dökülerek karıştırılır. Özellikle yaz aylarında sabah kahvaltılarında ve diğer öğünlerde yenilen, kolayca hazırlanan bir salata türüdür. Üzerine zeytin de koyulabilir.

Marul Banması

Malzemeler:

- 1 adet marul
- Bir çay bardağı üzüm pekmezi
- Yarım çay bardağı sirke

Yapılışı:

Marullar yıkanıp temizlenerek hazırlanır. Bütün bütün tepsinin etrafına dizilir. Ayrı bir kâsede pekmez ile sirke karışımı yapılarak tepsinin içine koyulur. Marul yapraklarından her biri kıvrılarak avucun ortasına alınır. Hazırlanan karışımın içine bandırılarak yenilir.

Börülce Ekşileme

Malzemeler:

- 1 kg. taze börülce
- Zeytinyağı
- Limon veya koruk ekşisi
- 4 diş sarımsak
- Tuz

Yapılışı:

İki başları temizlenip yıkanan börülceler yarım tencere kaynayan suyun içine konularak haşlanır. Yumuşayınca kadar haşlanan börülceler, daha sonra süzdürülür. Diğer tarafta sarımsaklar havanda ezildikten sonra geniş bir kap içinde tuz ve zeytinyağı ile tatlandırılır. Daha sonra koruk veya limon ekşisi ilave edilir. Hazırlanan ekşili suyun içine börülceler koyulur ve soğuk servis yapılır.

Ebegümeci Salatası

Malzemeler:

- 1 bağ ebegümeci
- 1 yemek kaşığı zeytinyağı
- 1 limon suyu ve tuz

Yapılışı:

Ebegümeci filizlerini kaynayan suya atıp haşlayın. Süzüp servis tabağına alın, üzerine tuz ve zeytinyağı gezdirin. Bol limon sıkın. Kolay hazırlanışı nedeniyle Aydın'da sıkça yapılan bir salatadır.

Kereviz Salatası

Malzemeler:

- Yeteri kadar kerevizin taze dalları
- 1 limon suyu
- Yeteri kadar zeytinyağı
- Tuz

Yapılışı:

Taze kereviz dalları kaynayan suyun içine atarak haşlayın. Süzüp servis tabağına alın. Sofraya getirirken üzerine zeytinyağı, limon suyu ve tuz atın ve servis edin.

Radika Salatası

Malzemeler:

- 1 bağ radika otu
- 1 limon suyu
- Tuz ve zeytinyağı

Yapılışı:

Temizlenip ayıklanan radikalar 2-3 bölünerek veya istenilen büyüklükte doğranarak biraz sıcak su içinde haşlanır. Haşlanan radikaların suyu süzülür. Servis tabağına alınan radikaların üzerine limon suyu ve biraz zeytinyağı ilave edilerek karıştırılır. Servise hazırdır.

Semizotu Salatası

Malzemeler:

- 1 bağ semizotu
- 150 gr. süzme yoğurt (torba yoğurdu)
- 3 diş sarımsak ve tuz

Yapılışı:

Yıkanan semizotunun yaprakları tek tek temizlenir. Temizlenen yapraklar bir kaba alınır ve küçük küçük doğranır. Ayrı bir kapta ezilerek yapılan ayranın içine tuzla ezilen sarımsaklar karıştırılır. Yapılan bu karışıma semizotu ilave edilerek servise hazırlanır. Genellikle yemeklerin yanında cacık olarak yenilir.

Azman (Ekşileme) Salatası

Malzemeler:

- 1 adet azman

- Limon, zeytinyağı ve tuz

Yapılışı:

Yıkanan ve küçük parçalar halinde doğranan azmanlar, yarım tencere kaynayan suyun içine koyulur. Biraz haşlandıktan sonra süzgeçten geçirilerek suyu süzülen azmanlar geniş ve derin bir kap içine koyularak üzerine biraz zeytinyağı, limon suyu dökülür. Özellikle makarna ve pilavların yanında yenilen ve kolay yapılan bu salata, vitamin yönünden de oldukça zengindir.

Turp Otu Salatası

Malzemeler:

- 1 kg. turp otu
- ½ çay bardağı zeytinyağı
- 1 limon

Yapılışı:

Ayıklanmış ve yıkanmış turp otlarını kaynayan su tenceresine bastırın. Yapraklar etli olduğu için fazla kaynatılmamalı, yumuşarsa lezzeti kaybolur. Kalın sapları pişince süzerek servis tabağına koyun. Üzerine yağ ve limon koyunca yeşil yapraklar sararacaktır. Bu nedenle sofraya yeşil getirilmek isteniyorsa son dakikaya kadar yağ, limon ve tuzunu eklemeyin. Ilık yenirse çok daha iştah açıcı olur. Aydın yöresinde çok sevilen ve hazırlanışı kolay bir salatadır.

Soğan Salatası

Malzemeler:

- 1 adet büyük soğan
- 1 adet yumurta
- 1 adet limon
- 2 çorba kaşığı zeytinyağı
- 8 veya 10 zeytin
- Bir tutam tuz

Yapılışı:

Soğanlar halka halka ve büyükçe doğranarak tuzlanır ve sıcak suda biraz haşlanır. Daha sonra suyu süzülerek tabağa alınır. Ayrı bir kaptaki kaynatılan yumurta halka halka doğranarak soğanların üzeri süslenir. Zeytinler de üzerine serpiştirilerek limon, zeytinyağı ve tuz çırpılarak sos yapıp üzerine dökülür. Hazırlanışı oldukça kolay ve lezzetli bir salata türüdür. İncirliova ilçesinde daha yaygındır.

Közleme Turşu (Patlıcan Gömme Turşu)

Genellikle yaz aylarında, yuvarlak patlıcanlarla yapılır. Yeteri kadar yuvarlak patlıcanlar alınır, bıçakla delinir ve köz olmuş ateşin (odun ateşinin) üzerinde iyice çevrilerek pişirilir.

Közlemeler yapıldıktan sonra, patlıcanlar soyulur. Küçük parçalar halinde doğranır ve bir kaba konulur. Bol miktarda sarımsak dövülerek zeytinyağı ile yavaş yavaş karıştırılıp ezilir. Sarımsaklar ve zeytinyağı birbirini yedirildikten sonra sulandırılır. Suyun içine yeteri kadar tuz eklenilir ve doğranılan patlıcanlar suya ilave edilir.

Yaz aylarının vazgeçilmez yiyeceği olan közleme patlıcan turşu gibi aynı yöntemle biber turşu da yapılır.

Pancar Turşusu

Malzemeler:

- 1 kg. pancar
- 2 baş sarımsak
- 1 su bardağı koruk ekşisi
- Yarım çay bardağı zeytinyağı ve tuz

Yapılışı:

Pancarların yumruları ile yaprak kısımlarına kadar olan gövdesi 10 cm. büyüklüğünde doğranarak yıkanıp, ayıklanır. Kaynayan yarım tencere suyun içine atılır. Yumuşayınca kadar haşlanır. Sarımsaklar soyulup üzerine tuz ilave edilip muhallebi kıvamına gelinceye kadar havanda dövülür. Geniş bir kap içine alınan sarımsakların üzerine zeytinyağı koyularak sarımsak ağartılır. Daha sonra üzerine bir su bardağı koruk ekşisi ilave edilir. İyice haşlanan yumruların kabukları soyularak küçük küreler şeklinde doğranarak ekşili suyun içine koyulur. Pancar turşusu bir gün süreyle bekletilip yenilirse daha lezzetli olur. Aydın yöresinde sıkça yapılan bir turşudur. Ayrıca aynı yöntem ile biber ve patlıcan turşusu da yapılabilir. Patlıcan biber turşusunun içine ekşi nardan elde edilen ekşi koyulursa daha da güzel olur.

ETLİ YEMEKLER

Güveç

Malzemeler:

- 500 g kuşbaşı kuzu eti
- 2 adet kuru soğan
- 2 adet orta boy domates
- 5 adet acı biber
- Tuz - Karabiber
- Kemikten çıkarılmış et suyu

Yapılışı:

2 adet kuru soğan ince ince kuşbaşı olarak doğranır. Aynı şekilde domates de ince ince doğranır. Bir sıra kuzu eti bir sıra doğranmış soğanlar, bir sıra acı biberler şeklinde dizilir ve bu işlem birkaç kez tekrar eder son olarak domatesler en üst kısma dizilir. Kemikler bir tencerede kaynatılır ve kaynayan suyundan güveçe kullanılır yarım litre kadar konularak güveç kapağı kapatılarak fırına verilir ve bu şekilde pişirilerek servis yapılır.

Bolama (Lok Lok Pilavı)

Malzemeler:

- 1 kg. kuşbaşı dana eti
- 1 su bardağı nohut
- Yarım kg. arpacık soğanı
- 1 çay bardağı sıvı yağ
- Domates
- Biber
- 6 su bardağı pirinç
- 2 litre su

Yapılışı:

Akşamdan ıslatılmış nohut, et, arpacık soğanı, sarımsak, tuz, karabiber, salça, yağ, arzuya göre kuşbaşı doğranmış domates, biber büyük derin bir kap içerisinde karıştırılır. Üzerine 2 çatal çapraz şeklinde konulup derin büyük bir tepsiye ters çevrilir. Dışında 2-3 parça et ve nohut bırakılır ki piştiği anlaşılsın. Dağılmaması için üzerine taş gibi bir ağırlık ve 2 litre su konulur. Orta hararetle ateşte yemeğin suyu azaldıkça sıcak su ilave edilerek pişirilir. Nohut ve et yumuşayınca pirinç eklenir ve ateş kısılır. Pilav piştikten sonra etin üzerindeki ağırlık alınır ve ortadaki derin kap alınır. 1 kaşık tereyağı yemeğin üzerine parçalar halinde konur ve ağzı kapalı olarak demlenmeye bırakılır. Kuşadası'nda adak yemeği Aydın'da ise dilek yemeği olarak bilinmektedir.

Kuyu Tandır

Malzemeler:

- Genellikle 6 aylık ve 13-14 kg. ağırlığında kuzu veya Oğlak
- Özel kuyu (tandır)

Yapılışı:

Öncelikle kuyu (tandır) 1,5 saat süreyle odun ateşiyle ısıtılır, yaklaşık 230-240 derece bir ısı elde edilmesi gerekir. Genellikle bu ısıda 4 kuzu pişirilir. Eğer 5 veya 6 kuzu birlikte pişirilecekse fırın ısısının 300 derece olması gerekir. Kuzu temizlenip hazırlandıktan sonra çengel ile kuyuya indirilip asılır. Kuyu kapağı kapatılarak etrafı çamurla sıvanarak tam 1 saat 10 dakika bekletilir. Tam saatinde kapak açılır, 30 dakika dinlendirmeye alınır. Kapak tekrar

kapatılır. Bu kez etrafı sıvanmaz. Bu işlem tamamlanınca kuzu-oğlak tezgâha getirilir. Altından ısı verilen ateşli özel cam kafeslerde bekletilir. Kilo ile tartılır. İsteğe bağlı olarak kemikli veya kemiksiz olarak servis yapılır. Ayrıca soğumaması için küçük ve özel kömürlü mangallarda, pideye sarılarak servise sunulur. Aydın yöresinde dostlara ve konuklara ikram edilecek en meşhur yemeklerdendir.

Kuzu Etli Şevketi Bostan Yemeği

Malzemeler:

- 1 kg. şevketi bostan
- Yarım kg. kuzu eti (kuşbaşı)
- 2 adet yumurta sarısı
- 2 adet orta boy soğan
- Yeteri kadar zeytinyağı
- Salça
- Kırmızı biber
- Limon suyu

Yapılışı:

Şevketi bostanlar temizlenip iyice yıkandıktan sonra küçük küçük doğranır. Diğer tarafta kuşbaşı etler tencerede suyu çekinceye kadar kavrulur ve küçük küçük doğranan soğanlar ilave edilir. Soğanlar da kavrulduktan sonra şevketi bostanlar ilave edilir. Kırmızı biber ve salça ile 3 su bardağı su ilave edilerek tencerenin kapağı kapatılır. Piştikten sonra üzerine yumurta sarısı ile limon suyu ilave edilerek sıcak servis edilir.

Yuvarlama

Malzemeler:

- 1 kg. kıyma
- 150 gr. tereyağı
- 2 baş orta büyüklükte soğan
- 250 gr. yoğurt
- 2 adet yumurta
- 1 çorba kaşığı karabiber
- Un (yeteri kadar)
- 1 çorba kaşığı tuz
- 1 çorba kaşığı kırmızı biber
- 2 buçuk bardak su

Yapılışı:

Bir kilo kıymanın içine rendelenmiş soğan, karabiber, tuz, yumurta ilave edilip yavaş yavaş yoğrulmaya başlanır. Daha sonra içine azar azar un ilave edilerek iyice yoğrulup kulak

memesi kıvamına geldiği zaman, fındık büyüklüğünde parçalara ayrılarak unlanmış tepsinin üzerine avuç ortasında yuvarlanarak bırakılır. Diğer tarafta tavanın iyice kızdırılmış olan yağın içinde hazırlanan yuvarlamalar kızartılır. Ayrı bir tencerenin içinde tereyağı iyice eritilerek salça, tuz, kırmızı biber ve su ilave edilip kaynamaya bırakılır. Kaynayan suyun içine kızartılan yuvarlamalar boşaltılır. 45 dakika pişmesi beklenir. Pişen yemeğin üzerine ezilmiş kese yoğurdu, kızdırılmış yağın içine konulan toz biberli sos dökülerek sıcak servis yapılır.

Kumbar(Mumbar) Dolması

Malzemeler:

- 500 gr. pirinç
- 200 gr. koyun kumbarı (mumbarı)
- Tuz
- Karabiber
- Maydanoz

Yapılışı:

Kumbar en uç tarafından iplikle bağlanıp geriye itilir. Hazırlanan harç kumbarın içine doldurulur. Doldurulduktan sonra iple aralıklı aralıklı bağlanarak suda haşlanır. Haşlanan kumbar tavada kızartılır. Servis yapılacağı zaman bağlanan yerlerinden kesilerek sıcak servis yapılır. Aydın ve yöresinde çok beğenilen bir yemektir.

Yavru Kavurma

Malzemeler:

- Bir yavru piliç
- Tereyağı
- Tuz
- Kırmızı biber
- Karabiber
- Soğan

Yapılışı:

Yavru piliç küçük parçalar halinde doğranıp biraz su ile haşlanır. Haşlanan parçaların suyu süzülür. Tencerenin içine bir miktar tereyağı koyulup kavrulur, sonra ay şeklinde büyükçe doğranan soğanlar ilave edilir. Kavrulma işi tamamlanınca küçük küçük doğranmış kırmızı biber, tuz ve karabiber eklenir. İyice kavrulduktan sonra servise verilir. Oldukça kolay ve pratik bir yemektir. En çabuk yapılan ve yörenin en makbul yemeklerindendir. Genellikle Aydın'ın Yenipazar ilçesinde daha yaygın olarak yapılır.

Elbasan Tava (Kestirme)

Malzemeler:

- 1 kg. et (dana eti)
- Biraz nohut
- Tuz
- Üzerine dökmek için
- Kırmızı biber
- Tereyağı

Sosu için:

- 1 adet yumurta sarısı
- 1 limon suyu
- 2 kaşık tepeleme un
- 3 su bardağı et suyu

Yapılışı:

Et ve nohut haşlanıp süzülerek tepsiye alınır. 1 yumurta sarısı ve 1 limon suyu çırpılarak üzerine et suyu ve un ilave edilir. Un çorbası kıvamında pişirilir. Etli nohudun üzerine dökülür. Biraz daha pişirilip tekrar üzerine tereyağı dökülür. Aydın'da özellikle Ramazan aylarında sıkça yapılan bir yemek türüdür.

Ciğer Dolması

Malzemeler:

- Karaciğer
- Pirinç
- Karabiber
- Tuz
- İçine ilave için künar
- Ceviz
- Karın zarı (yağlı perde)

Hazırlanışı:

Öncelikle karaciğer küçük küçük doğranarak kavrulur. Diğer yanda iç pilav hazırlanır. Hazırlanan pilava kavrulmuş ciğerler eklenerek, ciğerin bürgüsü yani karın zarı denilen yağlı perde tepsiye gerilir. Kavrulan malzeme, karın zarının içine doldurulur ve bohça gibi sarılır. Su ilave edilerek fırında pişirilir.

Çöp Şiş

Malzemeler:

- Dana eti
- Kuyruk yağı
- Böbrek yağı
- Pişmiş soğan
- Biber
- Domates
- Kargı (çöp)
- İstenirse baharat

Yapılışı:

Dinlendirilmiş etin sinirleri iyice alındıktan sonra, etler küçük küçük çöplere geçecek şekilde doğranır. Her çöpe 3 parça et, bir parça kuyruk yağı takılır. Mangal ızgarası genellikle böbrek yağı veya iç yağ ile temizlenir. Odun kömürü ile ısıtılmış mangalda pişirilir. Çöp şiş Aydın’da oldukça yaygındır. Ortaklar beldesi ise başta gelmektedir.

Kapama

Malzemeler:

- 1 kg. dana eti veya kuzu eti
- 250 gr. tereyağı
- 1 çorba kaşığı tuz
- 1 çorba kaşığı kırmızı biber
- 1 çorba kaşığı salça
- 2,5 bardak su

Yapılışı:

Kızartma tavaasının içerisinde düzgünce hazırlanan parça etler kızartılır. Kızartılan bu etler daha sonra yıkanır. Ayrı bir tencerenin içinde tereyağı eritilerek, salçası konularak kavrulur. İçine kırmızı biber ve tuz ile 2,5 bardak su ilave edilir. Su kaynadıktan sonra kızartılarak yıkanan etler kaynayan suyun içine koyulup 45 dakika pişirilir. Daha sonra ateşten indirilir ve sıcak servis yapılır.

Surahı Pilav - Sura

Malzemeler:

- 500 gr. pirinç
- 250 gr. et (kaburga kemiğinden)
- Tereyağı
- Ciğer

Yapılışı:

Pirinç, sıcak suda ıslatılarak bekletilir. Diğer tarafta haşlanan etlerin üzerine salça sürülerek fırında kızartılır. Islanan pirinçler pilav yapılarak servis tabağına yerleştirilir. Bir parça ciğer kavrularak pilavın üzerine serpiştirilir ve fırından çıkardığımız surlar pilavın üzerine yerleştirilir. Sıcak olarak servis yapılır. Hazırlanışı oldukça kolay ve lezzetli bir pilav türüdür.

Ayrıca koyun ve keçinin kaburga kemiklerinin üzeri sıyrılarak alınan suralık kısmın içine hazırlanan malzeme doldurulur. Etrafı dikilerek fırına verilir. Oldukça lezzetli bir et yemeğidir.

Topan Kavurma

Malzemeler:

- Yeteri kadar kuşbaşı et
- Kuyruk yağı
- 2 adet soğan
- 2 adet domates
- Karabiber, tuz
- Biraz su

Yapılışı:

Kuşbaşı etler önce haşlanır. Daha sonra kuyruk yağı ile biraz kavrulduktan sonra küçük küçük doğranmış soğan ve domateslerle birlikte kavrulur. Suyunu çekmesi beklenir. Üzerine karabiber serpilerek servis edilir. Oldukça kolay hazırlanan bir et yemeği türüdür.

Keşkek

Malzemeler:

- 1 kg. aşurelik buğday
- 1 adet tavuk veya 1 kg kuzu eti
- Tereyağı
- Tuz, su

Yapılışı:

1 kg. ayıklanmış ve yıkanmış buğday geniş bir tencerenin içinde kaynatılır. İyice kaynayan ve ortalarından ayrılan buğdaylar bir süzgeç içine alınarak suyu süzülür ve buğdaylar ezilir. Ayrı bir tencerede kaynayan etler de et suyunun içerisinden çıkarılarak lif lif olacak şekilde parçalanır. Büyük ayrı bir tencerenin içine kaynayan ve ezilen buğdaylar koyularak üzerine et suyu ilave edilerek karıştırılır. Yeteri kadar et suyu koyduktan sonra lif lif hazırlanan etler buğdayın içine ilave edilerek karıştırılır. Tahta kepçe ile karıştırılan keşkek, karıştırılırken ezilmeye devam edilir. İyice sakız gibi oluncaya kadar karıştırılarak pişirilir. Servis tabaklarına hazırlanan keşkeğin üzerine tereyağı ile kavrulan kırmızı biberli

sos gezdirilerek sıcak servis yapılır. Aydın ve yöresi düğünlerinin baş yemeği, sofraların baş tacıdır.

Çoban Kavurma

Malzemeler:

- Yeteri kadar kuşbaşı et
- 2 adet soğan
- 2 adet domates
- Kuyruk yağı
- Karabiber, kırmızı biber, tuz
- Yoğurt, su

Yapılışı:

Kuşbaşı etler haşlandıktan sonra kuyruk yağı ile kavrulur. Daha sonra küçük küçük doğranmış soğan ve domatesler ilave edilerek kavrulur. Biraz su, tuz ve karabiber ilave edilerek suyunu çekmesi beklenir. Suyunu çektikten sonra servise hazırdır. Üzerine yoğurt dökerek servis yapabilirsiniz. Çoban kavurmasının özelliği yoğurtlu olmasıdır.

Izgara Köfte (Çine Köftesi)

Malzemeler:

- Dana eti
- Kıyma
- Tuz

Yapılışı:

Dana etinin döş kısmından kıyma yapılır. Kıymanın içine belli miktarda tuz koyulur. Bu köftenin en önemli özelliği ise köftenin içine tuz dışında herhangi bir katkı maddesinin konmamasıdır. Kıyma iyice yoğrularak elde küçük küçük köfteler yapılarak odun kömürüyle ısıtılmış ızgarada pişirilmelidir. Köfteler servis yapılırken isteğe bağlı olarak baharat ve yeşil salata verilir. Aydın yöresinde oldukça yaygın olarak yapılır. Roka salatasıyla birlikte yenilmesi tercih edilir.

HAMUR İŞLERİ

Paşa Böreği

Malzemeler:

- 1 kg. un
- 3 yumurta
- 1 fincan zeytinyağı veya çiçek yağı
- Biraz tereyağı

- Yarım kg. taze dana kıyması
- ½ kg. yoğurt
- Çam fıstığı
- 2 bardak et suyu
- Maydanoz
- Karabiber
- Kırmızı biber, tuz

Yapılışı:

Önce biraz yağ, karabiber varsa çam fıstığı ve maydanoz karıştırılarak bir tavada kavrulur. Un sadece yumurta ile yoğrulur. Bir yemek tabağı çapında ve yarım cm kalınlığında yufkalar açılır (8 tane kadar) . Her biri teker teker tavada yağda kızartılır. (Bunlar nemli bir beze sarılıp serin bir yerde saklanılarak istendiği zaman kullanılır.) Hamur hazırdır. Geniş bir kaptan et suyu kaynatılır. Daha önce pişirilen yufkalar et suyunda her iki tarafı ıslatılarak tek tek kabartılır. Aralarına hazırlanan kavrulmuş kıymalar konan 3 yufkanın en üstüne yeniden kıyma ve yoğurt konulur. Tereyağı ile yapılmış kırmızı biberle hazırlanan renkli sos üzerine gezdirilir. Sıcak olarak servis yapılır. Yörede çok makbul sayılan bir börektir. Aydın sofralarının yüz akıdır.

Ekmek Dolması

Malzemeler:

- 300 gr. kıyma
- 200 gr. kese yoğurdu
- 1 su bardağı dövülmüş ceviz
- 5-6 dal maydanoz
- 1 çay kaşığı karabiber
- 200 gr. tereyağı
- Dolmalık ekmek
- Et suyu

Yapılışı:

Tereyağı tavada eritilerek kıyma kavrulur ve içine ceviz ilave edilir. Dolmalık ekmeğin içi oyularak çıkarılan ekmek içi parçaları ufalanarak tavanın içine koyularak hepsi birden karıştırılır. Bunlar kavrulduktan sonra içine karabiber dökülür. Ocaktan indirdikten sonra maydanoz ilave edilir. Bu karışım oyulmuş ekmeğin içine doldurulur. Üzerine et suyu ve ezilmiş yoğurt dökülür. Ekmek dolması dilimlere ayrılarak sıcak servis yapılır. Dolmalık ekmek özel olarak yapılır, Aydın'a özgüdür. Fırınlara sipariş verilerek istenilen büyüklükte yaptırılabilir.

Et Köftesi (Hamur İçi)

Malzemeler:

- Küçük küçük parçalar halinde doğranmış dana etleri (isteğe bağlı olarak keçi, koyun)
- Yeteri kadar un
- Tuz, su
- Karabiber
- Maydanoz
- Soğan

Yapılışı:

Yukarıda verilen malzemelerin hepsi karıştırılarak yoğrulur. Yoğrulan bu malzeme elde küçük küçük köfte şeklinde yapılır. Geniş bir tencerede ve zeytinyağında kızartılır. Bu köftenin özelliği hamurunun içinde küçük, kıyılmış etler ile soğan olmasıdır. Aydın ve yöresinin sevilen yemeklerindendir. Daha çok İncirliova ilçesinde yaygın olarak yapılır.

Dalğan Köftesi (Isırgan Otu Köftesi)

Malzemeler:

- 1 kg. dalğan (ısırgan otu)
- 5 adet taze soğan
- 1 adet pırasa
- 2 yemek kaşığı buğday unu
- 2 çay kaşığı karbonat
- Zeytinyağı (kızartma yapacak kadar)

Yapılışı:

Dalğanları yıkayıp ince ince kıyın. Taze soğan ve pırasayı da çok ince kıyın. Hepsini hafifçe ovup ezin. İçine diğer malzemeleri de ekleyip hamur haline getirin. Kızartma tenceresine 2-3 parmak yağ koyup kızdırın. Hazırlanan hamurdan ceviz büyüklüğünde parçalar kopararak bunları su veya un ile inceltip yuvarlak yassı köfteler yaparak kızartın. Köfteler servise hazır demektir.

Ev Makarnası

Malzemeler:

- ½ kg. ev makarnası
- 250 gr. kesik
- Yarım tencere su
- 1 çay kaşığı tuz ve yeteri kadar tereyağı

Yapılışı:

Bir kabın içinde kesikle tuz karıştırılır. Diğer yanda yarım tencerede kaynayan suyun içine makarnalar atılır. Makarnalar piştikten sonra suyu süzülür ve üzerine soğuk su dökülür (makarnaların tel tel olması için). Süzülen makarnaları tepsiye almadan önce hazırlanan

kesiğin yarısı tepsinin altına döşenir. Makarnalar üzerine dökülür, kalan kesik makarnanın üzerine koyulur. Bir kapta eritilen tereyağı üzerine gezdirilir ve biraz ocak üzerinde tutulduktan sonra servis yapılır.

Mısırunu Çöreği (Cızbız, Cilav Ayrıan Böreği)

Malzemeler:

- Mısır unu
- Buğday unu
- Yoğurt
- Kesik
- Dalgan
- Yeşil soğan
- Pırasa
- Susam
- Tuz
- Zeytinyağı, su

Yapılışı:

Yapılacak çöreğin büyüklüğüne göre yeteri kadar öğütülmüş mısır unu bir tepsi içine dökülür. Mısır ununun içine bir çay bardağı buğday unu, 2 yemek kaşığı yoğurt, aldığı kadar su ilave edilerek kulak memesi kıvamında bir hamur elde edilir. Bu hamur yağlanmış tepsinin içine kalınca ve elle yayılır. Üzerine mevsimine göre dalgan, pırasa, yeşil soğan, kesik vb. konulur. Daha sonra üzerine bir kat daha hamur yayılır en üstüne de susam serpilir ve fırına verilir. Üzeri kiremit rengini alıncaya kadar pişirilir. Sıcak olarak servis yapılır. Yoğurtla yenilmesi tercih edilir. Hamur elle açıldığı için Aydın ve yöresinde tap, sap yada şap çöreği de denilir. Genellikle Çine yöresinde daha yaygındır.

Otlı Tepsi Böreği

Malzemeler:

- Un
- Yumurta
- Zeytinyağı
- Yoğurt
- Dalgan
- Ispanak
- Pırasa
- Kırmızı biber
- Tuz

Yapılışı:

Un su ile yoğrulduktan sonra kulak memesi yumuşaklığında olunca dinlenmeye bırakılır. Önceden yıkanıp ayıklanmış dalgan, ıspanak, pırasa ince ince kıyılarak geniş bir tepside harmanlanır. Yağlanmış tepsiye göre açılan hamur iki kat olduktan sonra hazırlanan ot üzerine yayılır. Kırmızı biber, tuz, zeytinyağı ilave edildikten sonra iki kat daha yufka açılır. Yine yufkaların arasına ve otun üzerine kaşıkla zeytinyağı gezdirilerek 3 kat döşendikten sonra üzerine 2 kat daha yufka serilir ve kare kare pişmeden kesilir. Ayrı bir kapta yoğurt, yumurta ve zeytinyağı çırpılarak hazırlanan karışım üzerine dökülerek fırına sürülür. Yarım saat sonra çıkarılarak sıcak servis yapılır.

Sütlü Börek

Malzemeler:

- Yeteri kadar un
- 5 yumurta
- 750 gr. süt
- Tavaya koymak için bıçak ucu kadar yağ
- ½ kg. dana kıyması (veya tavuk eti)
- Domates
- Yeşil biber
- Karabiber
- Tuz
- 100-150 gr. kaşar veya tulum peyniri

Yapılışı:

Un ve yumurta ile hamur zorlanıncaya kadar çatalla karıştırılır, yoğrulur. Süt katılarak koyu ayran kıvamında homojen hale getirilir. İçine biraz tuz konur. Teflon tava biraz yağlanır. Bir fincanlık kahve cezvesi dolusu koyu ayran kıvamındaki hamur, 25-30 cm. çaplı kızdırılmış tavaya boşaltılır. Bu hamur tavada yayılır. Her iki yüzü hafifçe kızartılır. İstenen sayıda hamur hazırlandıktan sonra içine çok küçük olarak doğranmış domates, ince kıyılım taze yeşil biber, kıyma ve karabiber, tuz ile kavrulmuş olan malzeme konularak rulo yapılır. (İsteğe göre bunun içi tavuk et veya küçük kuşbaşı etle de doldurulabilir.) Rulolar bir tepsiye konur, üzerlerine rendelenmiş kaşar veya tulum peyniri serpilir. İster fırında, ister su buharında pişirilir. (Buharda pişirilen daha lezzetli olur.) Sıcak sıcak servis yapılır.

Otlı Börek

Malzemeler:

- ½ kg. ıspanak
- ½ kg. pırasa
- 1 bağ dalgan
- 1 demet dereotu
- Kırmızı biber
- Tuz

- Elde açılmış 3 adet yufka

Yapılışı:

Malzemede belirtilen otların hepsi yıkanıp ayıklanır. Süzgeçte bir saat bekletilir ve ince ince kıyılır. Birinci yufka tepsinin içine koyulur. Hazırlanan otlu karışımı, yufkanın içine yayılır, ikinci yufka üzerine serilir ve tekrar otlu karışım konulur. Üçüncü yufka ile kapatılarak kenarları düzeltilir ve fırına verilir. Piştikten sonra üzerine zeytinyağı sürülür. Sıcak servis yapılır. Aydın, İncirlioğlu ilçesinde daha yaygındır.

Saç Böreği

Malzemeler:

- 6 tane ince açılmış yufka
- ½ kg. kesik
- 3 adet yumurta
- 1 demet maydanoz
- 200 gr. tereyağı
- Karabiber
- Tuz

Yapılışı:

Açılan yufkalardan birincisi tepsiye serilir. Üzerine yumurta, kesik, maydanoz, karabiber, karışımı harç dökülür. İkinci yufka ile örtülür. Üzerine tereyağından küçük küçük parçalar serpiştirilir. Üçüncü yufka üzerine konulur, hazırlanan harç içine dökülür. Dördüncü yufkada harcın üzerine kapatılır. Tekrar üzerine tereyağı parçaları konulur. Beşinci yufka serilir, üzerine yeniden harç konulur. Altıncı yufka ile tamamen kapatılır. Saçta yavaş yavaş döndüre döndüre pişirilir. Böreğin her iki tarafı sıcakken tereyağı ile yağlanır. Sıcak olarak servis yapılır. İncirlioğlu ilçesine özgü bir börektir.

Gelincik- Dalgan Tepsi Böreği

Malzemeler:

- 1 bağ dalgan
- 1 bağ gelincik
- 2 adet pırasa
- Yeteri kadar zeytinyağı
- Kırmızı biber, tuz
- 250 gr. yoğurt
- 1 kilo yufka veya 1 kilo undan hamur açılarak da yapılabilir
- 2 yumurta
- 1 çay bardağı süt

Yapılışı:

Yıkayıp ayıklanarak ince ince doğranan gelincik, dalgan ve pırasalar bir büyük tepsinin içinde harmanlanır. Ayrı bir kabın içinde süt ve 1 yumurta iyice karıştırılır ve yufkaların üzerine fırça ile sürülür. Ortadan ikiye ayrılarak kesilen yufkaların üzerine harmanlanan otlar yayılarak biraz tuz ve kırmızı biber ile zeytinyağı gezdirilir. Yufkalar yuvarlanarak tepsiye dizilir. Tepsiye börekler dizildikten sonra yoğurt, zeytinyağı ve 1 yumurta ile karıştırılan karışım üzerine dökülür ve fırında pişirilir.

Katmer

Malzemeler:

- 1 çay bardağı zeytinyağı
- 1 çay bardağı kavrulmuş dövülmüş susam
- 1 adet elde açılmış yufka

Yapılışı:

Büyükçe açılan yufkanın üzerine fırça ile zeytinyağı sürülür ve susam ekilir. Yufka her iki taraftan dürülerek, aynı hamur oklava ile yeniden açılır ve saçta pişirilir. Pişirme sırasında zeytinyağı ile yağlanır. Sıcak olarak servis yapılır. Yoğurtla yenmesi tercih olunur.

Gözleme (Sac Böreği)

Malzemeler:

- Sofradaki kişi sayısının yarısı kadar hazır ince yufka (hazır alınabildiği gibi evde de açılabilir.)
- Evde yapılacaksa un
- Gözlemenin içine koymak için iyice yıkandıktan sonra ince ince doğranmış 1 kg. ıspanak
- Mevsimine göre 1 demet taze veya kuru 2-3 adet soğan
- 150 gr. kadar dalgan (ısırgan otu)
- 1 demet maydanoz
- 1 demet dereotu
- 250 gr. kadar ince pırasanın yeşil yapraklı bölümü (ince doğranmış) veya 100 gr. kesik
- Beyaz peynir
- Yarım çay bardağı zeytinyağı
- Biraz tuz, karabiber, kırmızı biber

Yapılışı:

Bütün iç malzeme iyice birbirine karıştırılır. Her bir yufkanın orta bölümüne hazırlanan iç malzemeden yeteri kadar yayılır. Karşılıklı iki kenarlar ortaya doğru katlanır. Öteki iki kenar da katlanmış bölümün üzerine tekrar bohça gibi katlanır. Gözlemeler kızdırılmış saç üzerine konulup altı ve üstü pişirilerek tepsiye alınır. Yufkaların üst tarafı zeytinyağıyla yağlanır. Servis tabağına alınarak ikram edilir.

Şamişi Pide (Yenipazar Pidesi)

Malzemeler:

- Un
- Kıyma
- Domates
- Soğan
- Maydanoz
- Tuz
- Tereyağı

Yapılışı:

Hamur normal yaş maya ile yoğrulur. Pideler isteğe bağlı büyüklükte hazırlanarak, daha önce hazırlanan malzeme içine konularak 3-4 dakika fırında pişirilir. Fırının özelliği odunla ısıtılmış olmasıdır. Aydın'da oldukça yaygındır. Yenipazar ilçesinde de aynı bu şekilde yapılan pidenin ünü ülke geneline yayılmıştır.

Kap Pibi (Mart Hamuru)

Mart ayında tutulan ekşi mayadan su, un, tuz ile hamur hazırlanır. Bu hamur ile kıymalı börek içi veya peynirli iç hazırlanır.

Hamurdan yumurta büyüklüğünde parçalar koparılır. Avuç içinde yassılaştırılarak içine hazırlanan malzeme konulur. İkiye katlanarak kenarları bastırılır. Bol yağda kızartılır. Resimde görülen bu hamur yapılacak börek, bazlama ve ekmek yapımında da kullanılır.

SEBZE YEMEKLERİ

Kabak Bastı

Malzemeler:

- 3 dilim kabak
- 500 gr. kuşbaşı dana eti (haşlanmış)
- 100 gr. haşlanmış nohut
- 250 gr. şeker
- 200 gr. üzüm pekmezi
- 1 kaşık kırmızı toz biber
- 100 gr. tereyağı

Yapılışı:

Küp şeklinde doğranan kabakların üzerine şeker serpilerek beklemeye bırakılır. (Akşamdan hazırlanırsa daha güzel sulanır.) Tencere ocağa koyulur bir taşım kaynadıktan sonra kırmızıbiberi, pekmezi, haşlanmış et, nohut, tereyağı da ilave edilerek, 20-25 dakika daha kaynatıldıktan sonra ocaktan indirilir. Düşünlerde pilavla birlikte sıcak servis edilir.

Kırlı Kızartma (Evsilme)

Malzemeler:

- Seçilmiş ince 1 kg. patlıcan
- 6-7 adet yeşil sivri biber
- 1 demet taze soğan veya kuru soğan
- Sarımsak
- 1 çay bardağı zeytinyağı veya çiçek yağı
- Maydanoz
- Tuz
- ½ kg taze yoğurt

Yapılışı:

Patlıcanların kabuğu aralıklı olarak boyuna kesilir. Sap tarafından koparılmadan uzunlamasına dörde kesilir. Tuzlu suda yarım saat kadar bırakılarak acısı çıkartılır. Patlıcanlar tavada kızartılır. Sonra malzemenin hepsi (soğan, biber, sarımsak taneleri) aynı tavada kızartılır. Hepsi birlikte patlıcanların üzerine yayılır. Yarım su bardağı su ile pişirilir. Üzerine tuz ve maydanoz doğranıp serpilir. Soğuk olarak servis yapılır. İsteyen üzerine yoğurt koyarak da yiyebilir. Aydın'ın hemen hemen tüm yerleşim birimlerinde yapılır. Yöresel dilde gırlı kızartma olarak bilinir.

Ebegümeci Sarması

Malzemeler:

- ½ kg. büyük ebegümeci yaprağı
- 1 su bardağı pirinç
- ½ demet maydanoz
- ½ demet dereotu
- Karabiber, tuz
- Yarım çay bardağı zeytinyağı
- 2 adet soğan
- 3 bardak et suyu

Yapılışı:

Bol yağış alan aylarda ebegümeci azıp avuç içi büyüklüğünde yaprakları olur. Ancak bu yaprak asma yaprağı kadar dayanıklı olmadığı için hazırlanan iç yarı yarıya pişirilir. Harcı dolma gibi hazırlanır. Soğanlar yağda öldürülüp pirinci eklenir. Harcı biraz kavurduktan sonra tuz, maydanoz, dereotu, karabiberi karıştırılır. Bir bardak su ekleyip pirincin kabarması beklenir Harç iyice soğuduktan sonra yapraklar ince ince sarılır. Üzerine limon suyu ve et suyunu ilave edip hafif ateşte pişirin. İsteyenler servise getirirken üzerine kızdırılmış tereyağı gezdirilebilir. Ebegümecinin etli yemeği, boranisi ve salatası da yapılır. Aydın'da oldukça yaygın bir yemektir.

Enginar Dolması

Malzemeler:

- 250 gr. kıyma
- 5 orta boy enginar
- ½ kg. pirin.
- 1 veya ½ kg. taze bakla
- Asma yaprağı
- Salça
- Tuz, kırmızı biber
- Maydanoz
- 2 baş kuru soğan
- Zeytinyağı

Yapılışı:

Enginarların üst yaprakları alındıktan sonra 15-20 dakika kadar haşlanır. Bakla 4 yemek kaşığı yağ, 1 adet soğan, kırmızı biber ve salça ile sarartılır.

Harcı:

Kıymayı 1 adet soğan, taze soğan yaprakları, maydanoz, salça, kırmızı biber, tuz, 5 yemek kaşığı zeytinyağı ile kavurup harcı hazırlayın.

Haşlanmış enginarların, göbeğinden baş parmak yardımıyla yaprakları koparılmadan açılır. Hazırlanan harç yaprakların aralarına fazla doldurmadan yerleştirilir. Doldurulan enginarlar, sarartılan baklaların aralarına yerleştirilir. Asma yapraklarını da sararak enginarların üzerine yerleştirip 30 dakika kadar pişirip servis yapılır.

Zeytinyağlı Etli Enginar Yemeği

Malzemeler:

- 1 adet enginar
- ½ bağ dereotu
- ½ bağ taze soğan
- 1 çorba kaşığı salça
- 1 çorba kaşığı kırmızı biber
- 250 gr. kıyma veya küçük doğranmış et
- 1 çay kaşığı tuz
- Yarım çay bardağı zeytinyağı
- 1 limon

Yapılışı:

Enginarın dalları yapraklarından ayrılarak ince zarları ayıklanarak yıkanır. Yıkanan dallar küçük küçük doğranarak ayrı bir tencerede kaynayan suyun içine atılır. Üzerine yarım limon sıkılarak 15 dakika kadar kaynatılır. Diğer bir tencerede içine konulan zeytinyağında kıyma veya küçük et az biraz kavrulur. Üzerine kıyılmış taze soğan ve dereotu ile biraz kavrulduktan sonra bir kaşık salça, kırmızı biber ve tuz konulur, bir taşım kaynatılır. Daha sonra üzerine haşlanmış enginarlar koyularak 2 bardak haşlanmış enginar suyu ilave edilerek pişmeye bırakılır. Yarım saat kadar kaynadıktan sonra ocaktan indirilerek servis yapılır. Aydın ve yöresinde kış aylarında sıkça yapılmaktadır. Karaciğer rahatsızlıklarına çok iyi geldiği bilinmektedir.

Etli Nohutlu Karnabahar Yemeği

Malzemeler:

- Kuşbaşı doğranmış et
- Karnabahar
- Nohut
- Soğan
- Salça
- Toz biber, tuz

Yapılışı:

Et ve soğan yağda kavrulur, salçası ilave edilir ve biraz daha kavrulur. Suyu, toz biberi ve tuzu da ilave edilerek, kaynaması sağlanır. Daha önceden haşlanmış olan nohut ve küçük küçük parçalar halinde doğranmış karnabahar ilave edilerek pişirilir. İsteğe göre piştikten sonra limon suyu ilave edilebilir.

Etli Arapsacı Yemeği

Malzemeler:

- 1 bağ arapsacı
- 250 gr. kuzu eti
- 1 adet orta boy soğan
- 1 çorba kaşığı salça
- 1 çorba kaşığı kırmızı biber
- 1 çay kaşığı tuz
- Yeteri kadar zeytinyağı

Yapılışı:

Bir bağ arapsacı yıkanarak 1 cm. boyunda doğranır. Tencerenin içerisine zeytinyağı koyulur ve kıyılan soğanlar zeytinyağında kavrulur arapsacı üzerine ilave edilir ve 1-2 dakika karıştırılır. 1 çorba kaşığı salça, kırmızı biber ilave edilerek haşlanmış kuzu eti suyu ile birlikte tencereye koyulur. 20-25 dakika pişirildikten sonra ocaktan alınır ve sıcak servis yapılır.

Kenker Yemeği

Malzemeler:

- 1 bağ temizlenmiş kenker
- Yarım ay bardağı pirinç
- 1 orta boy soğan
- 1 domates
- Zeytinyağı
- Su
- Tuz

Yapılışı:

Önce soğanlar kavrulur içine domates ilave edilir. Daha sonra pirinç konularak biraz daha kavrulur ve yıkanarak oval olarak kesilmiş kenkerler içine koyulur biraz su ile pişmesi beklenir. Suyunu fazla çekmeden tabaklara alınıp servis yapılır. Kenker Aydın'da daha çok çiğ olarak yenilir.

Etli-Nohutlu Kereviz Yemeği

Malzemeler:

- 1 kg. kereviz
- 250 gr. kuşbaşı dana eti
- 2 adet pırasa (gövdesi)
- 3 adet domates
- 1 orba kaşığı kırmızı biber
- 1 ay kaşığı tuz
- 100 gr. nohut
- Yarım bardak zeytinyağı

Yapılışı:

Kerevizin dalları yumrusunun dibinden kesilerek ayrılır. 3 veya 4'er cm büyüklüğünde doğranır. (Sert olan kısımları atılır.) Taze yaprakları da doğranan kerevizlerin içine ince ince kıyılarak, yumrusu ise kalın kabuğundan ayrılarak taze biçiminde doğranarak bolca suyun içinde bırakılır.

Tencerenin içerisine 1 bardak zeytinyağı konularak içine küçük küçük doğranmış pırasalar ilave edilir, onun üzerine yıkanmış kerevizler yerleştirilerek sararmaya bırakılır. Sebzeler sarardıktan sonra küçük kare şeklinde doğranmış domatesler, 1 çorba kaşığı kırmızı biber ve tuz ilave edilerek bir kere karıştırılır. Ayrıca haşlanan et ve nohut da konularak bir miktar su ilave edilir. 25-30 dakika sonra ocaktan alınarak servis yapılır. Yemeğin üzerine isteğe bağlı olarak limon veya turunç ekşisi konulur.

Zeytinyağılı Kuru Börölce

Malzemeler:

- Yarım kilo kuru börölce
- 2 adet orta boy kuru soğan
- 1 çay kaşığı salça
- 1 çorba kaşığı kırmızı biber
- 1 çay kaşığı tuz
- 1,5 çay bardağı zeytinyağı
- 2,5 bardak su

Yapılışı:

Akşamdan suya konulan börölceler bir taşım kaynatılarak hazırlanır. Ayrı bir tencerenin içerisine zeytinyağı ve ince kıyılmış soğan hafifçe kavrulduktan sonra salça ilave edilerek biraz kavrulur. Kırmızı biber ve tuz ilave edilerek kaynatılan börölce, tencerenin içine dökülür. 10-15 dakika kadar daha kaynatılan börölce ocaktan alınarak tabaklara servis yapılır. Kış aylarında Aydın’da yapılan yemeklerin başında gelir.

Zeytinyağılı Taze Börölce

Malzemeler:

- 1 kg. taze börölce
- 2 adet orta boy kuru soğan
- 3 adet orta boy domates
- 1 çay kaşığı tuz
- 1 çorba kaşığı kırmızı biber
- 1,5 çay bardağı zeytinyağı
- 2 bardak su

Yapılışı:

Börölcelerin iki uçları ve yanlarındaki lifler ayıklanarak fasulye gibi üçe veya dörde bölünerek doğranır. İnce kıyılmış soğanları zeytinyağı ile hafifçe kavrulur. Kavrulan soğanların üzerine yıkanmış börölceler ve kabuğu soyulmuş domatesler kuşbaşı şeklinde doğranarak ilave edilir. Üzerine tuz ve kırmızı biber eklenerek sararmaya bırakılır. 10 dakika kadar sarardıktan sonra 2 bardak su ilave edilerek 15-20 dakika daha kaynatılarak ocaktan alınır ve sıcak servis yapılır. Aydın’da olduğu gibi Ege Bölgesinin diğer illerinde de sıkça yapılan bir yemektir.

Kabak Çiçeği Dolması

Malzemeler:

- 10 veya daha fazla orta boy kabak çiçeği

- Zeytinyağı
- Su
- Tuz, karabiber
- 1 limonun suyu
- 1 ay kaşığı toz şeker
- Zeytinyağılı dolma harcı
- 200 gr. pirinç
- 1 domates
- 2 soğan
- İstenirse fıstık
- Kuş üzümü
- 1 demet dereotu

Yapılışı:

Dolmanın harcı için soğanları yemeklik doğrayın. Zeytinyağında dolmalık fıstıkla birlikte kavurun. Pirinci ayıklayıp, yıkayarak ilave edip kavurun. Pirincin üzerini biraz geçecek kadar ılık su katın. Yıkanmış kuş üzümünü, kabukları soyulup, küçük doğranmış veya rendelenmiş domatesi ve tuzu katın. Tencerenin kapağını kapatıp, suyunu çekene dek pişirin. Ocaktan indirdikten sonra üzerine baharatları ve kıyılmış dereotunu ekleyin. Kabak çiçeklerini avucunuzun içinde toplayın. İçine hazırladığınız içi doldurun. Çiçeğin üstünü yuvarlayarak kapatın. Hazırladığınız dolmaları bir tencere yan yana dizin. Biraz su, limon suyu, şeker, zeytinyağı ekleyip, tencerenin kapağını kapatın. Kısık ateşte 15 dakika pişirin. Tencereyi ocaktan alıp soğutun. Kabak çiçeklerini parçalamadan tencereden tabaklara alın ve servis yapın.

Yerelması Yemeğı

Malzemeler:

- 1 kg. yer elması
- 2 adet kuru soğan
- Yeteri kadar kırmızı biber
- Salça ve zeytinyağı
- Tuz ve limon suyu

Yapılışı:

Kare şeklinde doğranan yer elmaları bir tabak içinde bekletilir. Diğer yanda küçük küçük doğranan soğanlar tencerede zeytinyağı ile kavrulur. Soğanlar kavrulduktan sonra içine yer elmaları üzerine kırmızı biber ve salça ile 2 bardak su ilave edilir. İçine tuzu ve limon suyu koyulan yemek 15-20 dakika piştikten sonra ocaktan alınarak servis yapılır. Ayrıca Yerelması pişirilmeden de meyve gibi yenilebilir.

Zeytinyağlı Yaprak Sarması

Malzemeler:

- 1 kg. asma yaprağı
- 2 su bardağı pirinç
- ½ demet dereotu
- Nane, karabiber, tuz
- Yarım çay bardağı zeytinyağı
- Taze soğan
- 3 bardak et suyu (su)

Yapılışı:

Yıkanan yapraklar kanayan suyun içine atılarak biraz haşlanır ve bir tepsiye alınır. Diğer yanda soğanlar yağda öldürölüp, pirinç eklenir ve içine nane, dereotu, karabiber, tuz ilave edilir. Hazırlanan iç, küçük küçük lokmalar halinde yaprakların içine koyularak sıkıca ve incecik sarılarak tencerenin içine güzelce dizilir. Dizilen sarmaların üzerine su veya et suyunu ilave edilerek hafif ateşte pişirilir.

Semizotu Yemeği

Malzemeler:

- 1 bağ semizotu
- 1 fincan pirinç
- 1 adet orta boy soğan
- Yeteri kadar zeytinyağı
- Su

Yapılışı:

Semizotu yıkanır ve haşlanır. 1 cm. boyunda doğranarak hazırlanır. Tencerenin içine zeytinyağı ve küçük küçük doğranan soğanlar konularak kavrulur. Üzerine semizotları ilave edilerek pirinç ve su koyulur. 10 dakika pişirilir, suyu çekildikten sonra ocaktan indirilerek servis yapılır. Aydın'ın birçok yerleşim biriminde sıkça yapılan bir yemektir.

Patlıcan Karnıyarık (Kıstırma)

Malzemeler:

- 1 kg. patlıcan
- 250 gr. kıyma
- Yarım demet maydanoz
- 5 veya 6 adet taze soğan (yoksa 1 orta boy kuru soğan)
- 1 çorba kaşığı salça
- 1 çorba kaşığı kırmızı biber

- 1 tatlı kaşığı karabiber
- 1 tatlı kaşığı tuz
- Yeteri kadar zeytinyağı

Yapılışı:

Patlıcanların sapları şapka gibi kesilerek, dört bir tarafından soyularak üçgen şeklinde bir şerit patlıcanın üzerinden ayrılır. Biberler de kızaracak şekilde içleri temizlenerek hazırlanır. Tuzlanarak biraz bekledikten sonra kızartılır. Kızartılan patlıcanlar bir tepsiye düzgünce yerleştirilir. Ayrı bir tava içinde zeytinyağı ve kıyma biraz kavrulduktan sonra üzerine kıyılan soğanlar ilave edilir. Soğanlarla bir iki dakika karıştırıldıktan sonra salça, kırmızı biber ve karabiberi ile tuz ilave edilir. 10 dakika kadar kavrulur ve üzerine maydanoz ilave edilir. Daha sonra kızartılan patlıcanların arasına hazırlanan harç yerleştirilerek üçgen şeklindeki patlıcanlar ile kızartılan biberler üzerine yerleştirilir ve ocakta veya fırında 5-7 dakika pişirilerek sıcak servis yapılır.

Koruk Ekşili Bamya

Malzemeler:

- 1 kg. bamya
- 2 küçük boy kuru soğan
- 3 orta boy domates
- 1 çay bardağı koruk ekşisi
- 1 çorba kaşığı kırmızı biber
- 1 çay kaşığı tuz
- 1,5 bardak su ve yeteri kadar zeytinyağı

Yapılışı:

Yıkayıp suyu süzülen bamyaların başları ve uç kısımları temizlenir. Temizlenen bamyalar bir kapta bırakılır. Ayrı bir tencerenin içerisine zeytinyağı ve ince doğranmış soğan koyularak biraz kavurun. Daha sonra küçük küçük doğranmış domatesler de üzerine ilave edilerek 3-5 dakika kavrulur. Kırmızı biber ve tuz, 1,5 bardak su, bir çay bardağı koruk ekşisi de üzerine eklenerek kaynamaya bırakılır. Kaynayan suyun içine hazırlanan bamyalar koyularak 15-20 dakika pişmeye bırakılır. Yemek soğuduktan sonra servis yapılır. Aydın'da özellikle yaz aylarında tüm yerleşim birimlerinde yapılan ve çok sevilen bir yemektir.

Dalga Kavurması

Malzemeler:

- 1 bağ dalga otu
- 1 adet orta büyüklükte kuru soğan veya 2 adet pırasa
- 1 çorba kaşığı tuz
- 1 çorba kaşığı kırmızı biber
- Yarım çay bardağı zeytinyağı

Yapılışı:

Dalgalanları yıkayıp, ayıkladıktan sonra küçük küçük doğrayın. Ayrı bir tava içine zeytinyağı koyduktan sonra doğradığınız soğan veya pırasanın biraz kavrulmasını bekleyin. Doğranmış dalgalanları, soğanın üzerine koyun ve kısık ateşte kavurun. Kavrulmak üzereyken kırmızı biberi ve tuzu ilave edin. Birkaç dakika sonra ateşten alarak servis yapın. (Yoğurtlu veya sade servis yapılabilir.) Tercihe göre üzerine yumurta da kırılabilir.

Pazı Kavurması

Malzemeler:

- 1 bağ pazı
- 1 adet orta büyüklükte kuru soğan
- 1 çorba kaşığı tuz
- 1 çorba kaşığı kırmızı biber
- 1 çay bardağı zeytinyağı

Yapılışı:

Pazıları bol suyun içerisinde iyice yıkandıktan sonra, yarım tencere kaynamış suyun içerisine atılır. Pazılar yumuşayıncaya kadar bir miktar kaynadıktan sonra süzülür. Ayrı bir tava içine zeytinyağı koyduktan sonra soğan biraz kavrulur. Kaynatılarak suyu süzülen ve ince doğranmış pazıları, soğanın üzerine yerleştirilir. Kısık ateşte kavrulur pişmek üzereyken kırmızı biberi ve tuzu ilave edilir. Birkaç dakika sonra ateşten alınarak servis yapılır. (İsteğe göre yoğurtlu ve sade servis yapılır.) Ayrıca yumurtalıda yapılabilir.

Sarıot Kavurması

Malzemeler:

- 1 bağ sarıot
- 1 adet orta büyüklükte kuru soğan
- 1 çorba kaşığı tuz
- 1 çorba kaşığı kırmızı biber
- ½ çay bardağı zeytinyağı

Yapılışı:

Sarıot, bol suyun içerisinde iyice yıkandıktan sonra, yarım tencere kaynamış suyun içerisine atılır. Otlar yumuşayıncaya kadar bir miktar kaynadıktan sonra süzülür. Ayrı bir tava içine zeytinyağı koyduktan sonra soğan biraz kavrulur. Kaynatılarak suyu süzülen ve ince doğranmış Sarıotları, soğanın üzerine yerleştirilir. Kısık ateşte kavrulur pişmek üzere iken kırmızı biberi ve tuzu ilave edilir. Birkaç dakika sonra ateşten alınarak servis yapılır. (İsteğe göre yoğurtlu ve sade servis yapılır.) Ayrıca Sarıot yumurtalı da yapılabilir.

Kedirgen Kavurması

Malzemeler:

- 1-2 bağ kedirgen
- 2 baş pırasa
- Kırmızı biber
- Yeteri kadar zeytinyağı
- Yumurta ve tuz

Yapılışı:

Kedirgelerin saplarının kök taraflarının ucu serttir. Bunların kırılabilir kadar yumuşak yerinden kırılarak sert kısımları atılır. Yumuşak bölümleri yıkandıktan sonra küçük küçük doğranır. Ayrıca pırasalarda ince ince doğranır. Tavaya önce doğradığımız pırasalar ve kedirgenler, üzerine de zeytinyağı, kırmızı biber, tuz serpilerek hafif ateşte su katılmadan, kapağı kapatılarak pişirilir. Pişinceye kadar hiç karıştırılmaz. Kedirgenler piştikten sonra üzerine 2-3 yumurta kırılır. Yumurtalar da piştikten sonra sıcak servis yapılır. Aydın'ın tüm yerleşim birimlerinde yapılan yöresel bir yemektir. İsteğe bağlı olarak yumurta kırılmadan da yenilebilir. Marul salatası veya yoğurt ile yenir. Yörede Tilki kuyruğu olarak da bilinir.

Sarmaşık Kavurması

Malzemeler:

- 2-3 bağ sarmaşık
- 2 pırasa
- Kırmızı biber, tuz
- Yeteri kadar zeytinyağı
- Yumurta

Yapılışı:

Sarmaşıkların saplarının kök taraflarının ucu serttir. Bunların kırılabilir kadar yumuşak yerlerinden kırılarak sert kısımları atılır. Yumuşak bölümleri yıkandıktan sonra küçük küçük doğranır. Aynı şekilde pırasalarda ince ince doğranır. Tavaya önce doğradığımız pırasalar ve sarmaşıklar, üzerine de zeytinyağı, kırmızı biber, tuz serpilerek hafif ateşte su katılmadan, kapağı kapatılarak pişirilir. Pişinceye kadar hiç karıştırılmaz. Sarmaşıklar piştikten sonra üzerine 2-3 yumurta kırılır. Yumurtalar da piştikten sonra sıcak servis yapılır. Marul salatası veya yoğurtla yenilir. İsteğe göre sade pişirilir. Aydın'da en çok yapılan yemeklerin başında gelir.

Arapsacı Kavurması

Malzemeler:

- 1 bağ arapsacı
- 1 adet orta büyüklükte kuru soğan

- 1 orba kaşığı tuz
- 1 orba kaşığı kırmızı biber
- 1 ay bardağı zeytinyağı

Yapılışı:

Arapsaçları bol suyun içinde iyice yıkandıktan sonra yarım tencere kaynamış suyun içeşisine atılır. Otlar yumuşayınca kadar kaynatılır. Sonra süzölür. Ayrı bir tava içine zeytinyağı koyduktan sonra soğan biraz kavrulur. Kaynatılarak suyu süzölen ve ince doğranmış Arapsaçı, soğanın üzerine yerleştirilir. Kısık ateşte kavrulur pişmek üzereyken kırmızı biberi ve tuzu ilave edilir. Birkaç dakika sonra ateşten alınarak servis yapılır. (İsteğe göre yoğurtlu ve sade servis yapılabilir.) Ayrıca Arapsaçı yumurtalıda yapılabilir. Aydın'da yaygın olarak yapılan ot kavurmalarındandır.

Ebegümece Kavurması

Malzemeler:

- 1 bağ ebegümece
- 1 adet orta büyüklükte kuru soğan
- 1 orba kaşığı tuz
- 1 orba kaşığı kırmızı biber
- Yarım ay bardağı zeytinyağı

Yapılışı:

Ebegümece yapraklarından ayrılır bol suyun içeşisinde iyice yıkandıktan sonra, yarım tencere kaynamış suyun içeşisine atılır. Otlar yumuşayınca kadar kaynatılır. Sonra süzölür. Ayrı bir tava içine zeytinyağı koyduktan sonra soğan biraz kavrulur. Kaynatılarak suyu süzölen ve ince doğranmış Ebegümece, soğanın üzerine yerleştirilir. Kısık ateşte kavrulur, pişmek üzere iken kırmızı biberi ve tuzu ilave edilir. Birkaç dakika sonra ateşten alınarak servis yapılır. (İsteğe göre yoğurtlu ve sade servis yapılır.) Ayrıca Ebegümece yumurtalıda yapılabilir.

İğnelik Kavurması

Malzemeler:

- 1 bağ iğnelik otu
- 1 adet orta büyüklükte kuru soğan
- 1 orba kaşığı tuz
- 1 orba kaşığı kırmızı biber
- Yarım ay bardağı zeytinyağı

Yapılışı:

İğnelik otunu bol suyun içerisinde iyice yıkadıktan sonra, yarım tencere kaynamış suyun içerisine atılır. Otlar yumuşayınca kadar kaynatılır. Sonra süzülür. Ayrı bir tava içine zeytinyağı koyduktan sonra soğan biraz kavrulur. Kaynatılarak suyu süzülen ve ince doğranmış iğnelik, soğanın üzerine yerleştirilir. Kısık ateşte kavrulur pişmek üzereyken kırmızı biberi ve tuzu ilave edilir. Birkaç dakika sonra ateşten alınarak servis yapılır. (İsteğe göre yoğurtlu ve sade servis yapılır.) Ayrıca İğnelik yumurtalıda yapılabilir.

Mantar ve Çıntar Kavurması

Malzemeler:

- 1 kg. mantar
- 1 tane orta boy soğan
- 1 çay bardağı salça
- Yeteri kadar zeytinyağı

Yapılışı:

Mantarlar yıkanıp temizlendikten sonra kaynayan suyun içine atılarak haşlanır, haşlanan mantarlar ince ince kıyılarak hazırlanır. Tavanın içerisine zeytinyağı ve küçük küçük doğranan soğanlar konularak hafif kavrulur. Üzerine mantarlar daha sonra salça, biber ve tuz ilave edilir. 15-20 dakika kavrularak ocaktan alınır ve servis yapılır. Aydın'da yaygın olarak yapılan bir kavurma türüdür. Çıntar da aynı mantarda olduğu gibi kavrulur. Ayrıca çıntarın közlemesi de yapılır.

Gelincik Kavurması (Kapçık Kavurma)

Malzemeler:

- ½ bağ gelincik
- 1 adet orta büyüklükte kuru soğan veya 2 adet pırasa
- 1 çorba kaşığı tuz
- 1 çorba kaşığı kırmızı biber
- Yarım çay bardağı zeytinyağı

Yapılışı:

Gelincikleri yıkayıp ayıkladıktan sonra küçük küçük doğrayın. Ayrı bir tava içine zeytinyağı koyduktan sonra doğradığınız soğan ve pırasanın kavrulmasını bekleyin. Doğranmış gelincikleri, soğanın üzerine koyarak kısık ateşte kavurunuz. Pişmek üzereyken kırmızı biberi ve tuzu ilave edin. Birkaç dakika sonra ateşten alarak servis yapın. İsteğe bağlı olarak yumurta kırılacağı gibi yoğurtla da yenilir. Oldukça lezzetli ve vitamin bakımından da çok zengin bir ot kavurma türüdür.

Turp Otu Kavurması

Malzemeler:

- 1 bağ turp otu
- 1 adet orta büyüklükte kuru soğan
- 1 çorba kaşığı tuz
- 1 çorba kaşığı kırmızı biber
- Yarım çay bardağı zeytinyağı
- 2 adet yumurta

Yapılışı:

Turp otları bol suyun içerisinde iyice yıkanır sonra, yarım tencere kaynamış suyun içerisine atılır. Otlar yumuşayınca kadar kaynatılır. Sonra süzülür. Ayrı bir tava içine zeytinyağı koyduktan sonra soğan biraz kavrulur. Kaynatılarak suyu süzülen ve ince doğranmış turp otları, soğanın üzerine yerleştirilir. Kısık ateşte kavrulur, pişmek üzereyken kırmızı biberi ve tuzu ilave edilir. Birkaç dakika sonra ateşten alınarak servis yapılır. (İsteğe göre yoğurtlu ve sade servis yapılır.) Aydın'da sevilen yöresel bir yemektir.

Pancar Kavurması

Malzemeler:

- 1 kg. pancar
- 1 adet orta büyüklükte kuru soğan veya 2 adet pırasa
- 1 çorba kaşığı tuz
- 1 çorba kaşığı kırmızı biber
- Yarım çay bardağı zeytinyağı

Yapılışı:

Pancarları başları ve dalları olmak üzere ayırdıktan sonra yıkayıp, önce başlarını yenilebilir yumuşaklığa geldikten sonra dal ve yapraklarını koyup bunlarında yumuşamasını bekleyin. Daha sonra suyunu süzüp, küçük küçük doğrayın. Ayrı bir tava içine zeytinyağı koyduktan sonra doğradığınız soğan ve pırasayı biraz kavurduktan sonra ince ince doğranmış pancarları, soğanın üzerine yerleştirin. Kısık ateşte kavurun, pişmek üzereyken kırmızı biberi ve tuzu ilave edin. Birkaç dakika sonra ateşten alarak servis edin. (Yoğurtlu veya sade servis yapılır.)

Patlıcan Kavurması

Malzemeler:

- 1 kg patlıcan
- 2 adet orta boy domates
- 1 adet kuru soğan
- 1 çorba kaşığı kırmızı biber
- 1 çay kaşığı tuz
- Yarım çay bardağı zeytinyağı

Yapılışı:

Patlıcanlar iyice yıkanıp küçük küçük doğranarak tuzlu suyun içine bırakılır. Ayrı bir tencereye yarım bardak zeytinyağı ve ince ince doğranmış soğanlar atılır. Tuzlu suyun içerisindeki patlıcanların suyu iyice sıkılarak tencereye koyulur. Üzerine doğranmış domateslerle birlikte 1 çay kaşığı tuz, 1 çorba kaşığı kırmızı biber ilave edilerek 10-15 dakika kavrulur. Yoğurtla soğuk servis yapılır. Aydın'da pratik yapılan ve çok sevilen bir kavurma türüdür.

Kabak Kavurması

Malzemeler:

- ½ kg. kabak
- 1 adet kuru soğan
- 2 adet orta boy domates
- Yarım çay bardağı zeytinyağı
- 1 çorba kaşığı kırmızı biber
- 1 çay kaşığı tuz

Yapılışı:

Kabaklar yıkanarak ince ince kabukları soyularak küçük küçük doğranır. Tavanın içersine yarım bardak zeytinyağı koyulur içine doğranmış soğanlar ve soyulup küçük küçük doğranmış domatesler kabakların üzerine yerleştirilir. 1 çorba kaşığı kırmızı biber ve tuz ilave edilerek karıştırılır. 10-15 dakika ocakta karıştırılarak pişirilir. İsteğe bağlı olarak sarımsaklı yoğurtla veya sade yoğurtla servis yapılır. Özellikle yaz aylarında Aydın'ın her yerleşim biriminde sıkça yapılan ve sevilen bir sebze kavurmadır.

Döndürme

Malzemeler:

- 1 kg. ıspanak yaprağı
- 1 demet maydanoz
- 1 demet taze soğan
- 2 adet yumurta
- 2 yemek kaşığı un
- Yeteri kadar tuz ve karabiber
- ½ kg. yoğurt

Kızartmak için; 1 çay bardağından az sıvıyağ, 2 yemek kaşığı un

Yapılışı:

Önceden yıkayıp kuruttuğunuz ıspanağı, soğanı ve maydanozu ince ince doğrayın. Çukur bir kabın içine alın. Üzerine iki yumurtayı kırın, tuzu ve karabiberi ekleyin. İki kaşıktaki

un ilave ederek karıştırın. Diğer tarafta teflon tavaya sıvı yağ ve iki kaşık unu koyarak kavurun. Yaptığınız harcı tavaya koyup alt tarafı kızarıncaya kadar pişirin. Daha sonra diğer tarafını pişirin. Soğuyunca üzerine yoğurt dökerek servis yapın. Aydın'ın Bozdoğan ilçesinde daha yaygın olarak yapılır.

Kabak Karnıyarık

Malzemeler:

- 1 kg. kabak
- 250 gr. kıyma
- Yarım demet maydanoz
- 5 veya 6 adet taze soğan
- 1 çorba kaşığı salça
- 1 çorba kaşığı kırmızı biber
- 1 tatlı kaşığı karabiber
- 1 çay kaşığı tuz
- Yeteri kadar zeytinyağı

Yapılışı:

Kabakların kabukları ince ince soyulur. Uzunlamasına ortadan ikiye bölünür. Ayırdığımız parçaların içi (kayık gibi) oyularak tuzlanır ve kızartılarak tepsinin içine dizilir. Kabakların içinden çıkarılan içlerde ayrı bir tavanın içinde zeytinyağı ve kıyma ile 2 veya 3 dakika kavrularak ince kıyılmış taze soğan, salça, kırmızı biber, karabiber ve tuz ilave edilerek 10 veya 15 dakika kavrularak maydanozlar ilave edilir. Bir taşım karıştırılarak ocaktan alınır. Hazırlanan bu harç kızartılan kabakların içine yerleştirilerek ocakta 5-8 dakika daha pişirilir ve ocaktan alınarak sıcak servis yapılır.

Karnabahar (Çiçekli-Akbaş) Havuç Kızartma

Malzemeler:

- 4 adet büyük boy iri havuç ve karnabahar
- 1 su bardağı zeytinyağı
- 4 adet yumurta
- 2 yemek kaşığı un
- Tuz ve yoğurt

Yapılışı:

Havuçların dışı kazınır, dilim dilim kesilir. Karnabahar da parça parça kesilir ve havuçlarla birlikte yıkanır. Yıkanan karnabahar ve havuçlar haşlanır. Haşlandıktan sonra suyu süzülür. Haşlanmış karnabahar ve havuçlar un ile çırpılmış yumurta karışımına bandırılıp içinde yağ kızdırılmış tavada kızartılır. Karnabahar, havuç kızartma üzerine yoğurt dökülerek yenilir.

Kabak Mucveri

Malzemeler:

- 3 dilim kabak
- Yarım kg. un
- 1 çay kaşığı kabartma tozu
- 1 çay kaşığı karabiber
- 1 çorba kaşığı tuz
- Zeytinyağı

Yapılışı:

Dilimlenmiş kabakların kabukları soyulduktan sonra geniş bir kase içine rendelenir. Üzerine karabiber, kabartma tozu, tuz koyularak üzerine yavaş yavaş un ilave edilerek yorulur (kulak memesi kıvamında). Yoğrulan hamur küçük parçalar halinde ele alınır, avuç ortasında yassılaştırılır. Bol kızgın yağın içinde kızartılarak sıcak servis yapılır.

TATLILAR

Kabak Tatlısı

Malzemeler:

- 2 kg. balkabağı
- 2,5 su bardağı toz şeker
- 1 su bardağı ceviz veya fındık

Yapılışı:

Ön hazırlık olarak kabak iri iri dilimlenir. Daha sonra kabakları soyup çekirdekleri çıkartılır. Kabak dilimlerini yıkadıktan sonra 2-3 parmak genişliğinde istenilen uzunlukta doğranır. Büyük ve yayvan bir tencereye kabaklar kat kat dizilip aralarına 2,5 su bardağı şeker serpilir. Kabak, tencerede bir gece üstü kapalı olarak bekletilir. Bu bekleme sırasında kabak su salacağından pişirirken ayrıca su koyulmasına gerek yoktur. Gece şekeri ile bekletilen kabak, orta ateşte yumuşayana kadar pişirilir. Kabağın şerbetinin koyulaşması için bir süre de tencerenin kapağı açık olarak pişirilir. Soğuduktan sonra servis tabağına alıp iri dövülmüş ceviz içi veya fındık içi serperek servis yapılır. Aydın'da yapılan kabak tatlısı ülke genelinde oldukça ünlüdür.

Zerde

Malzemeler:

- 1,5 su bardağı toz şeker
- 5 su bardağı su
- 1 çay kaşığı pirinç
- 2 çorba kaşığı buğday nişastası

- ½ çay bardağı dövülmüş karanfil

Yapılışı:

Pirinci ılık su içinde yarım saat bekletin. Daha sonra pirinci yıkayarak 5 su bardağı su ile 20-25 dakika pişirin. İçerisine şekeri ve nişastayı ilave edin. 1-2 dakika daha kaynattıktan sonra ocaktan alın. Islatılmış servis tabağının içine dövülmüş karanfil serpin ve üzerine zerdeyi dökün. Zerdeyi soğuk olarak servis yapın.

Pelvize

Malzemeler:

- 4,5 su bardağı su
- 1,5 su bardağı toz şeker
- 3 çorba kaşığı buğday nişastası
- Biraz portakal kabuğu rendesi

Yapılışı:

Suyu ocağa koyup kaynatın. Nişastayı suyla iyice ezdikten sonra kaynayan suya ilave edin ve sürekli karıştırın. Daha sonra şekeri ilave edin biraz daha kaynatın. Ocaktan alıp kâselere koyun, üzerine rendelemiş portakal kabuğu koyarak soğuk servis yapın.

Kuru İncir Tatlısı

Malzemeler:

- 1 kg incir
- 1 lt süt
- 2 su bardağı toz şeker
- 200 gr. dövülmüş ceviz
- 2 kaşık tereyağı
- Su

Yapılışı:

İncirlerin sapları kesilir, kesilen yer parmakla itilerek incirlerin içine oyuklar açılır. Buralar şekerle karıştırılmış ceviz ile doldurup, bir kaşık tereyağı ile yağladığınız tepsiye dizilir. Lezzetli olması için cevizli şeker karışımına tarçında ilave edilebilir. İncirlerin üzerini örtecek kadar su ilave edilip ateşe yerleştirilir(bu işlem fırında da yapılabilir), ve bir kapak kapatıp suyunu çekinceye kadar pişirilir. Bazı tariflerde su yerine sütte ilave edilerek incirlerin pişirildiği görülmektedir. Soğutup servis edin.

Lokma

Hamuru için:

- 250 gr. un
- 1 yemek kaşığı pudra şekeri
- 1 su bardağı yağ
- ½ çay bardağı su
- 1 yemek kaşığı maya
- 1 adet yumurta
- 1 çay kaşığı tuz

Şurubu için:

- 1 kg. toz şeker
- 2 su bardağı su
- ½ limon suyu
- Kızartmak için yeteri kadar yağ (1 kg.)

Yapılışı:

Geniş bir kap içinde verilen malzemeler iyice karıştırılır, hazırlanan hamur büyükçe bir kap içine alınır ağzı kapatılır. Ilık bir yerde 45 dakika mayalanması için bekletilir. Şurubu için verilen malzeme ayrı bir kapta karıştırılarak kaynatılır ve soğumaya bırakılır. Kızartma yağı tavada kızdırılır. Mayası gelmiş hamurdan avuç içine bir miktar alınır, çay kaşığı veya yemek kaşığı ile küçük parçalar kopararak kızgın yağın içine atılır. Tavada kızartılan lokmalar önceden kızartılan şurup içine atılır. Lokmalar şurubu çekince servis yapılır. Aydın yöresinde sünnet, düğün, ölüm vb. gibi günlerde yapıldığı gibi hayır içinde lokma döktürmek en ideal seçenektir. Şurup yapılmadığında lokmaların üzerine pudra şekeri serpilir.

Dıġan Katmer

Malzemeler:

- 1 adet açılmış yufka
- 1 su bardağı zeytinyağı
- 2 su bardağı şeker
- 1 bardak su

Yapılışı:

Açılan yufkanın üzerine zeytinyağı sürülerek her iki taraftan büküp katlanır. Tekrar açılarak zeytinyağında kızartılır. Hazırlanan koyuca şerbet katmerin üzerine dökülür. Bu işlem yapılırken şerbetin sıcak, katmerin soğuk olmasına dikkate edilir. Aydın yöresinde dıġan katmeri eskiden kız evine giden erkek tarafına cevaplarının evet olması halinde ikram edilirdi.

ÖZGEÇMİŞ

KİŞİSEL BİLGİLER

Adı - Soyadı : Emrah Köksal SEZGİN
Doğum Yeri ve Tarihi : Amasya / 24.11.1985

EĞİTİM BİLGİLERİ

Doktora

Adı : Adnan Menderes Üniversitesi
Enstitü: Sosyal Bilimleri Enstitüsü
Bölüm : Turizm İşletmeciliği ABD
M. Yılı: 2017

Yüksek Lisans

Adı : Gazi Üniversitesi
Enstitü: Eğitim Bilimleri Enstitüsü
Bölüm : Turizm İşletmeciliği Eğitimi
M. Yılı: 2010

Lisans

Adı : Gazi Üniversitesi
Fakülte: Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi
Bölüm : Konaklama İşletmeciliği ve Öğretmenliği
M. Yılı : 2007

YAYINLAR

Ulusal Hakemli Dergilerde Yayımlanan Makaleler:

- **Sezgin E.K.**, Efiltili S., Kalıpcı M.B. ve Algür S. (2012). "A Content Analysis About eComplaints of the Hospitality Enterprises in Manavgat Regions", Çukurova Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, 16(2):111-118.
- **Sezgin E.K.** ve Ünlüöner K., (2011), "Mutfak Personelinin Hizmet İçi Eğitiminin Örgütsel Bağlılık ve İş Tatminine Etkisi Üzerine Bir Uygulama", İşletme Araştırmaları Dergisi, 3(2):3/16

Ulusal Bilimsel Toplantılarda Sunulmuş ve Tam Metin Basılmış Bildiriler

- **Sezgin E.K.**, Erdoğan Ü. ve Çolakoğlu Ü. "Otel İşletmelerinde Örgütsek Yaratıcılık Kültürü", VII. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi 3-6 Nisan 2014, Kuşadası, Aydın, Türkiye
- **Sezgin E.K.** ve Sezgin A. "Slow Food: Sağlıklı Beslenme Adına Toplumsal Bir Tepki", 5. Ulusal Gastronomi Sempozyumu 28-29 Nisan 2011, Antalya, Türkiye
- **Sezgin E.K.** ve Algür S. "Mutfak Personelinin Gıda Güvenliği Uygulamaları Değerlendirmeleri: Manavgat'taki 5 Yıldızlı Otellerde Yapılan Bir Araştırma", 5. Ulusal Gastronomi Sempozyumu 28-29 Nisan 2011, Antalya, Türkiye

- **Sezgin E.K.** ve Sezgin A. "Farklı Bir Pişirme ve Gıda Saklama Yöntemi: Sous Vide", 5. Ulusal Gastronomi Sempozyumu 28-29 Nisan 2011, Antalya, Türkiye
- **Sezgin E. K.** "Moleküler Mutfak Geleneksel Tatlarla Karşı Bir İsyan Bayrağı mı?", 4. Ulusal Gastronomi Sempozyumu, 16-17 Nisan 2010, Antalya, Türkiye
- **Sezgin E. K.** "Türkiye’de İşgücü Eğitimi Bağlamında 25560 Sayılı Türkiye İş Kurumu İşgücü Yetiştirme ve Uyum Hizmetler, Yönetmeliğinin İncelenmesi", 1. Turizmde İnsan Kaynakları Gelişimi Sempozyumu, 09-11 Nisan 2010, Antalya, Türkiye

KARİYER BİLGİLERİ

Çalıştığı Şirket

Adı : ADÜ Davutlar Meslek Yüksekokulu / Davutlar Meslek Yüksekokulu / AYDIN
Dönem : 18 Ekim 2012 / 13 Kasım 2015
Pozisyonu : Öğretim Görevlisi

Çalıştığı Şirket

Adı : ADÜ Söke Meslek Yüksekokulu / Davutlar Meslek Yüksekokulu / AYDIN
Dönem : 18 Ekim 2012 / 13 Kasım 2015
Pozisyonu : Öğretim Görevlisi

Çalıştığı Şirket

Adı : A.Ü. Manavgat Meslek Yüksekokulu --- Manavgat / ANTALYA
Dönem : 31 Aralık 2008 / 17 Ekim 2012
Pozisyonu : Öğretim Görevlisi

İLETİŞİM

E-posta Adresi : ekoksalsezgin@gmail.com
Telefon : 0505 368 33 05
Tarih : 12.12.2017