

ULUSLARARASI SOSYAL ARAŞTIRMALAR DERGİSİ THE JOURNAL OF INTERNATIONAL SOCIAL RESEARCH

Cilt: 12 Sayı: 67 Yıl: 2019
www.sosyalarastirmalar.com
Issn: 1307-9581



Volume: 12 Issue: 67 Year: 2019
www.sosyalarastirmalar.com
Issn: 1307-9581

Doi Number:
<http://dx.doi.org/10.17719/jisr.2019.3776>

GASTRONOMİ TURİZMİ AÇISINDAN YÖRESEL MUTFAK KÜLTÜRÜNÜN ÖNEMİ: KARS İLİ ÖRNEĞİ

IMPORTANCE OF LOCAL CULINARY CULTURE IN TERMS OF GASTRONOMY TOURISM: THE CASE OF KARS PROVINCE

Seda DERİNALP ÇANAKÇI*

Öz

Bu araştırma, Kars'ı ziyaret eden yerli turistlerin Kars mutfak kültürü ile ilgili görüşlerini değerlendirmek amacıyla yapılmıştır. Araştırma verileri alan yazından faydalanılarak geliştirilen anket aracılığı ile 24 Ocak ve 12 Şubat 2018 tarihlerinde araştırmacılar tarafından Doğu Ekspres Treni ile seyahat esnasında gerçekleştirilmiştir. Uygulama sonucu toplam 388 adet kullanılabilir anket analize tabii tutulmuştur. Kars'ı ziyaret eden yerli turistlerin gastronomi algıları "Yöresel Yiyecekler ve Restoran" ve "Çekicilik ve Gastronomi" olarak ortaya çıkmıştır. Yerli turistler Kars'ın yöresel yiyeceklerinden en çok kaz, piti, evelik çorbası, hangel, kaşar peyniri ve bal deneyimlemişlerdir. Diğer taraftan araştırmaya katılan 388 yerli turistten 279'u "Kars'ın yöresel lezzetlerini tatmaları için yakın çevreme öneririm" ifadesine katılırken yerli turistlerin 212'si de "Kars'ın yöresel lezzetlerini bundan sonra sürekli tüketmek isterim" ifadesine katıldıklarını belirtmişlerdir. Kars'ı ziyaret eden yerli turistlerin sadece 62'si peynir müzesini ziyaret etmiştir. Araştırma sonucuna göre Kars'ı ziyaret eden yerli turistlerin kısıtlı şekilde yöresel yiyecekler ve içecek ile karşılaşmaları gastronomi turizmi açısından şehrin daha çok tanıtımını yapıp, yiyecek ve içecek işletmelerinin konuya daha çok önem ve hassasiyet ile yaklaşmalarını gerektirmektedir.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, Doğu Ekspresi, Kars.

Abstract

The aim of this study was to evaluate the opinions of local tourists about Kars cuisine culture. The research data was collected by the researchers on 24 January and 12 February 2018 during the trip with the Orient Express. As a result of the application, a total of 388 usable questionnaires were analyzed. The gastronomic perceptions of the local tourists visiting Kars have emerged as Local Foods and Restaurants and Attraction and Gastronomy. Local tourists experienced the most local foods of Kars, goose, piti, evelik soup, hangel, kashar cheese and honey. On the other hand participated in 388 domestic tourists than 279 research "I recommend to my close environment to taste the local flavor of Kars" statement while participating was completed by 212 of the local tourists "I would like to consume the local flavors of Kars" stated that they participated in a statement. Only 62 of the local tourists who visited Kars visited the cheese museum. According to the results of the research, local tourists visiting Kars with limited local foods and beverages require more promotion of the city in terms of gastronomic tourism, and food and beverage businesses should approach the issue with more importance and sensitivity.

Keywords: Gastronomy, Orient Express, Kars.

* Dr. Öğr. Üyesi, Kafkas Üniversitesi, Sarıkamış Turizm Fakültesi, Orcid Id: 0000-0001-6530-8813



1. GİRİŞ

Turizm günümüzün en önemli boş zaman değerlendirme aktivitelerinden ve ekonomik sektörlerinden birisidir (McKercher, Okumuş ve Okumuş, 2008). Sahip olduğu yüksek çarpan etkisi, turizmi doğrudan ve dolaylı ilgili birçok alt sektörde canlanma yaratması ile ideal bir kalkınma aracı sayılmaktadır (Sims, 2009, 311). Yerel gastronomi kültürü, özellikle soyut yerel kültür varlıklarının, bugün turizm amaçlı kullanılan en önemli değerlerinden biri olup; dünyada kültürel çeşitlik yaratan, toplumların kültürlerine, yaşamlarına ve geçmişlerine ışık tutmaktadır (Crouch ve Ritche, 1999; Boyne, Hall ve Willams, 2003). Diğer taraftan, ülkemizin sahip olduğu ulusal ve uluslararası turizm hareketlerinde önemli bir güç kaynağı olarak yükselen somut kültürel varlıklarımız göz önüne alındığında gastronomi değerlerimiz, Türkiye'nin her şehrine ait yöresel yiyecek ve içecekler ile bütünleşik bir yapı göstermektedir (Çağlı, 2012). Türkiye zengin mutfak kültürü ile bölgeler arası özellikler sergilemektedir. Örneğin Kars, yöreye ait yöresel yiyecekler ile gastronomi turizmi kapsamında değerlendirilebilecek öncelikli şehirlerimiz arasında gösterilebilmektedir. Soğuk iklimi, zengin bitki örtüsü ve hayvancılığın gelişmiş olması, kış aylarında pişen kaz yemekleri ve et ağırlıklı yemekler Kars mutfak kültürünü oluşturmaktadır. Coğrafi ve iklimsel koşullardan dolayı özellikle kış mevsimi boyunca kurutulmuş saklanan kaz, Kars kaşarı, Kars gravyeri ve Kars balı bölge halkı için yüzyıllardır bir besin ve geçim kaynağı olmuştur.

Araştırmada ilk olarak yerli turistlerin demografik özelliklerine yer verilerek, akabinde yerli turistlerin Kars'a gelişlerinde kullandıkları ulaşım aracı, hangi şehirden geldikleri, Kars'ı kaçınıcı kez ziyaret ettikleri, Kars'taki kalış süreleri, toplam harcamaları gibi demografik ve bazı seyahat özelliklerine yer verilmiştir. İkinci olarak turistlerin Kars'ı ziyaret etme sebepleri arasında Kars gastronomisinin yerini belirlemek amacıyla uygulanan ölçek sorularının sonuçlarına yer verilmiştir.

2. LİTERATÜR

Bölgesel kültürün sembolik özelliğini yansıtan yerel yiyecek (Plummer, Telfer, Hashimoto ve Summers, 2005, 453) bölgesel ve ulusal mutfaklara karşı turistlerde oluşan ilgi sebebiyle destinasyonların çekiciliğini arttırmaktadır (Du Rand, Heath ve Alberts, 2003, 97). Geleneksel yöntemlerle hazırlanmış yemekleri tatma isteği, yerel yiyeceğin ziyaretçiler tarafından otantik bir ürün olarak nitelendirilmesini sağlamaktadır. Ziyaretçilerin yerel yiyecek aracılığıyla otantik bir deneyim arayışında olmaları (Joliffe, 2003, 122) bölgesel kimliği yansıtan gastronomik ürünlerini önemli hale getirmektedir. Sims (2009, 321) yerel yiyeceğin sürdürülebilir turizm açısından önemine dair araştırdığı çalışmasında yerel yiyeceğin otantiklik açısından ziyaretçilerde istek uyandırmasının yanı sıra bölgesel kültürü sembolize etmesi nedeniyle yiyeceğin, otantiklik açısından kavramsallaşabileceğini ifade etmektedir.

Yiyecek, bir turist o bölgede yer alan yiyecekleri tatmak istemesinin yanı sıra, bölge kaynaklarının sürdürülebilirliğine katkı sağlamaktadır. Ziyaretçilerin yöresel yiyecekleri tüketmesi bölgeye çarpan etkisi yaratmakta ve bölgenin yerel tüketimini artırarak yerel ekonomiyi canlandırmaktadır (Sims, 2009, 311). Yerel yiyecekler bu özelliği ile, gerek destinasyonların niteliklerini farklılaştırması, gerekse ziyaretçilerin harcamalarını artırması ile ülkenin turizm gelirlerine ekonomik açıdan yarar sağlamaktadır (Du Rand, vd., 2003, 98). Yerel yiyecekler ve turizm arasındaki bu sıkı ilişki; sürdürülebilir turizm uygulamaları ve sonuçlarını yaratma potansiyeline sahiptir (Fathimath, 2009, viii).

Tarihi ve doğal sit alanlarının Türkiye'nin batısında yoğunlaştığı ülkemizde, Türk Patent Enstitüsü'nce tescillenen illerin gastronomi, el sanatları gibi soyut yerel kültür varlıklarının, özellikle Güney Doğu Anadolu bölgesinde yoğunlaştığı ve günümüz trendi olan yerel kültüre dayalı turizm gelişimi açısından uygun olduğu düşünülmektedir. Doğal, kültürel ve tarihi değerler, doğru politikalar ile harekete geçirildiğinde, az gelişmiş bölgelerin canlandırılması ve kalkındırılmasında kritik öneme sahip olabilir. Bu bağlamda, Türkiye'nin az gelişmiş doğu bölgelerinde yoğunlaşmış olan soyut yerel kültür mirasının, ulusal turizm politikalarında yer alması gerekmektedir. Bugün birçok ülke, geri kalmış bölgelerini geliştirmede soyut kültür mirasını etkin olarak kullanmaktadır. Az gelişmiş bölgelerin turizm gelişiminde en önemli potansiyellerin, soyut kültür varlıkları olduğu analizine göre, Türkiye turizm politikalarının yerel kültürü turizm gelişiminde kullanıp kullanmadığını, kullanıyorsa hangi bölgelerde kullandığını görmek gerekmektedir (Çağlı, 2012). Buradan hareketle Kars'ın kendi adını taşıyan pazarlanabilir yerel yiyecekleri ve ayırt edici özellikleri göze çarpmaktadır. Kars kaşarı, Kars gravyeri, Kars çiçek balı, Kars kazı, Kağızman meyveleri şehre özgü pazarlanabilir gastronomik ürünler olarak sıralanabilmektedir.

3. ARAŞTIRMANIN AMACI VE YÖNTEM

Çalışmanın amacı, Kars'ı ziyaret eden yerli turistlerin Kars mutfak kültürü ile ilgili görüşlerini değerlendirmek ve gastronomi turizminin gelişimi için öngörüler sunmaktır. Yerli turistlerin, kültür amaçlı



ziyaret ettikleri Kars ili, aynı zamanda bölgeye özgü Kars kazı, Kars kaşarı, Kars gravyeri, Kars çiçek balı ile gastronomi turizmine yönelik önemli bir çekim niteliği taşımaktadır.

Kars'ı ziyaret edip Doğu Ekspres'i ile ayrılan yerli turistlerin Kars mutfak kültürü ile ilgili görüşlerinin değerlendirildiği bu araştırmada aşağıdaki problemlerin cevapları aranmıştır:

Kars'ı ziyaret eden yerli turistlerin demografik özellikleri nasıldır?

1. Kars'ı ziyaret eden yerli turistlerin katıldıkları turistik faaliyetler nelerdir?
2. Kars'ı ziyaret eden yerli turistlerin en çok deneyimledikleri yöresel lezzetler nelerdir?
3. Kars'ı ziyaret eden yerli turistlerin gastronomiye yönelik algıları nelerdir?
4. Kars'ı ziyaret eden yerli turistlerin gastronomi deneyimleri demografik özelliklerine göre farklılık göstermekte midir?

3.1. Örneklem

Araştırmanın evrenini, Kars'ı ziyaret edip Doğu Ekspres'i ile ayrılan yerli turistler oluşturmaktadır. Örnek büyüklüğünün belirlenmesinde sınırsız evren örnekleme formülünden ($n = p \cdot q \cdot z^2 \alpha / e^2$) yararlanılmıştır. Örnek büyüklüğü, varyans değerini azami kılan oran ($p: 0,50$) dikkate alınarak %5 anlam düzeyinde ve %5 örneklem hatası ile 384 kişi olarak ($n = p \cdot q \cdot z^2 \alpha / e^2 = 1,962 \times 0,5 \times 0,5 / 0,052 = 3,8416 \times 0,25 / 0,0025 = 384$) hesaplanmıştır (Ural ve Kılıç, 2006, 47).

Araştırmada genel tarama modellerinden ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır. Evrene ait özellikler dikkate alındığında araştırmada, olasılıklı olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme yöntemi tercih edilmiştir.

3.2. Veri Toplama Aracı ve Anketin Uygulanması

Araştırma kapsamında verilerin toplanma sürecinde yapılandırılmış anket formu tekniğinden faydalanılmıştır. Anket formunda yer alan sorular alan yazından yararlanılarak geliştirilmiştir (Choi, Chan ve Wu, 1999; Hui ve Wan, 2003; Beerli ve Martim, 2004; Kim ve Eves, 2012; Kim, Eves ve Scarles, 2013; Kodaş, 2013; Benli ve Yenipınar, 2018).

Anketin uygulanmasında, soruların anlaşılabilirliği için 12-21 Aralık 2017 tarihleri arasında Kars'ı ziyaret eden 58 yerli turist üzerinde ön test yapılmıştır. Ön test sonucu Cronbach's Alpha değeri 0,857 olarak ortaya çıkmıştır. Ön test sonucunda gerekli görülen düzeltmeler yapılmış ardından son şekli verilen anket 24 Ocak ve 12 Şubat 2018 tarihlerinde araştırmacılar tarafından Doğu Ekspres Treni ile seyahat esnasında gerçekleştirilmiştir. Anketin uygulanma sürecinde yerli turistler ile yüz yüze temas kurulmuştur. Uygulama sonucu toplam 388 adet kullanılabilir anket elde edilmiştir.

Verilerin analizinde tanımlayıcı istatistikler, t-testi, varyans ve faktör analizlerinden faydalanılmıştır. Verilerin açıklayıcı faktör analizine uygun olup olmadığının anlaşılması için ölçeğe normal dağılım testi ve sapan analizi uygulanmıştır. Verilerin normal dağılım gösterip göstermediğinin anlaşılması için ise çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) testlerinden faydalanılmış ve ölçeğin çarpıklık ve basıklık değerlerinin ± 3 aralığında yer aldığı belirlenmiştir. Ölçeğin Cronbach's Alpha değeri ise 0,829'dur.

4. BULGULAR

Kars'ı ziyaret eden yerli turistlerin Kars mutfak kültürü ile ilgili görüşlerini değerlendirmek ve gastronomi turizminin gelişimi için öngörüler sunmak amacıyla taşıyan bu araştırmanın veri toplama süreci sonucunda ortaya çıkan 388 katılımcının demografik özellikleri Tablo 1'de gösterilmektedir. Buna göre katılımcıların çoğunluğunun kadın (%51,8), 25 yaş ve altı (%52,8) ve lisans mezunu (%60,8) olduğu gözlemlenmiştir. Tren (%53,1) katılımcıların en çok tercih ettikleri ulaşım aracı olarak göze çarpmaktadır. Kars'ı ziyaret eden yerli turistlerin büyük bir kısmının şehri ilk kez (%72,9) ziyaret ettikleri ve kalış süresi olarak 1-2 gün arası (%45,9) konakladıkları anlaşılmaktadır. Yapılan harcama olarak en çok 501-1500 tl arası (%36,6) harcama yapıldığı da araştırmanın ortaya çıkardığı sonuçtur.



Tablo 1: Katılımcıların Demografik Özelliklerine Göre Dağılımı (n: 388)

Değişken	Frekans	Yüzde	Değişken	Frekans	Yüzde
Cinsiyet			Kullanılan Ulaşım Aracı		
Kadın	201	51,8	Otobüs	23	5,9
Erkek	187	48,2	Tren	206	53,1
Toplam	388	100	Uçak	155	39,9
Yaş			Otomobil	4	1,0
25 yaş altı	205	52,8	Toplam	388	100
26-30 yaş arası	48	12,4	Kars'a Geliş Sayısı		
31-35 yaş arası	38	9,8	İlk defa	283	72,9
36-40 yaş arası	16	4,1	2-3 arası	42	10,8
41-45 yaş arası	13	3,4	4-5 arası	6	1,5
46 yaş ve üzeri	68	17,5	6 ve üzeri	57	14,7
Toplam	388	100	Toplam	388	100
Eğitim Durumu			Kalış Süresi		
Ortaokul	3	0,8	Günübirlik	12	3,1
Lise	55	14,2	1-2 gün arası	178	45,9
Ön Lisans	26	6,7	3-4 gün arası	136	35,1
Lisans	236	60,8	5 gün ve üzeri	62	16,0
Lisans Üstü	68	17,5	Toplam	388	100
Toplam	388	100	Yapılan Harcama		
			0-500 tl arası	141	36,3
			501-1500 tl arası	142	36,6
			1501-2500 tl arası	78	20,1
			2501-3500 tl arası	8	2,1
			3501 tl ve üzeri	19	4,9
			Toplam	388	100

Tablo 2'de araştırmaya katılanların geldikleri illere göre dağılım gösterilmektedir. Buna göre katılımcıların en çok İstanbul (%31,2) ve Ankara (%20,4)'dan geldikleri anlaşılmaktadır.

Tablo 2. Katılımcıların Geldikleri İllere Göre Dağılımı

İller	N	%
İstanbul	121	31,2
Ankara	79	20,4
Erzurum	31	8
İzmir	23	5,9
Adana	15	3,9
Manisa	15	4,6
Bursa	14	3,6
Erzincan	14	3,6
Mersin	12	3,1
Eskişehir	9	2,3
İzmit	9	2,3
Kayseri	9	2,3
Diğer İller	37	9,7

Tablo 3 Kars'ı ziyaret eden yerli turistlerin önem derecesine göre katıldıkları turistik faaliyetleri göstermektedir. Önem derecesine göre turistik faaliyetleri arasında ilk beşe giren aktivitelerin Doğu Ekspresi, Çıldır Gölü, Ani Ören Yeri, şehir turu ve gastronomi deneyiminin diğer faaliyetlere oranla daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

Tablo 3: Katılımcıların Önem Derecesine Göre Katıldıkları Turistik Faaliyetler

Faaliyetler	1		2		3		4		5	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Ani Ören Yeri	83	21,4	101	24,5	87	22,4	38	9,8	23	5,9
Şehir Turu	11	2,8	32	8,2	67	17,3	85	24,9	54	13,9
Çıldır Gölü	48	12,4	87	21,3	117	30,3	43	11,1	24	6,2
Halk Oyunları Gösterisi	-	-	-	-	3	0,8	16	4,1	26	6,7
Kayak Merkezi	31	8,0	55	17,3	22	5,7	32	8,2	42	11,1
Müze Ziyaretleri	4	1,0	9	2,3	10	2,6	26	6,7	21	5,4
Şehitlik Ziyareti	39	10,1	31	8,0	30	7,7	24	6,2	21	5,4
Doğu Ekspresi	171	44,1	51	13,1	29	7,5	23	5,9	34	8,8



Gastronomi Deneyimi	1	0,3	9	2,3	35	9,0	66	17,0	71	18,3
---------------------	---	-----	---	-----	----	-----	----	------	----	------

Katılımcılara göre, Kars denilince ilk akla yöresel yiyecekler Kaz, Kaşar Peyniri, Piti ve Bal diğer yiyeceklere oranla ilk üç sırada yer almaktadır (Tablo 4).

Tablo 4: Katılımcıların Kars Denilince Akıllarına Gelen Yöresel Yiyecekler

Yiyecekler	1		2		3	
	N	%	N	%	N	%
Ayran Aşı Çorbası	1	0,3	2	0,5	-	-
Bal	11	2,8	23	5,9	47	12,1
Çağ Kebabı	1	0,3	-	-	2	0,5
Duduş Tatlısı	-	-	-	-	-	-
Evelik Çorbası	11	2,8	7	1,8	6	1,5
Gravyer Peyniri	16	4,1	26	6,7	14	3,6
Güveç	2	0,5	-	-	-	-
Hangel	11	2,8	27	7,0	11	2,8
Haşıl	6	1,5	-	-	-	-
Hasude	-	-	-	-	-	-
Kaşar Peyniri	84	21,6	92	23,7	30	7,7
Kaz	186	47,9	63	16,2	32	8,2
Kete	4	1,0	8	2,0	7	1,8
Pestil	1	0,3	-	-	-	-
Piti	48	12,4	19	4,9	14	3,6
Revan Köfte	2	0,5	-	-	-	-
Sarı Balık	1	0,3	5	1,1	-	-
Taş Köfte	-	-	-	-	3	0,8

Tablo 5 katılımcıların Kars'ı ziyaret ettiklerinde deneyimledikleri yiyecekleri göstermektedir. Buna göre katılımcılar, ziyaretleri esnasında en çok Kaz, Piti, Evelik Çorbası, Hangel, Kaşar Peyniri ve Bal deneyimlemişlerdir.

Tablo 5: Katılımcıların Yiyecek Deneyimlerine İlişkin Özellikleri

Yiyecekler	1		2		3		4		5	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Ayran Aşı Çorbası	-	-	1	0,3	7	1,8	6	1,5	-	-
Bal	7	1,8	19	4,9	29	7,5	12	3,1	6	1,5
Çağ Kebabı	4	1,0	2	0,5	3	0,8	-	-	-	-
Duduş Tatlısı	1	0,3	6	1,5	4	1,0	4	1,0	-	-
Evelik Çorbası	20	5,2	19	4,9	54	13,9	15	3,9	7	1,8
Gravyer Peyniri	1	0,3	12	3,1	22	5,7	11	2,8	10	2,6
Güveç	-	-	-	-	-	-	6	1,5	6	1,5
Hangel	30	7,7	47	12,1	34	8,8	6	1,5	20	5,2
Haşıl	6	1,5	2	0,5	-	-	-	-	-	-
Hasude	-	-	-	-	4	1,0	-	-	-	-
Kaşar Peyniri	58	14,9	62	16,0	29	7,5	30	7,8	-	-
Kaz	160	41,2	70	18,0	29	7,5	4	1,0	4	1,0
Kete	11	2,8	15	3,9	11	2,8	4	1,0	-	-
Pestil	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Piti	62	16,0	91	23,5	16	4,1	5	1,3	-	-
Revan Köfte	1	0,3	3	0,8	4	1,0	-	-	-	-
Sarı Balık	16	4,1	2	0,5	5	1,3	-	-	-	-
Taş Köfte	3	0,8	2	0,5	7	1,8	-	-	-	-

Kars'ı ziyaret eden yerli turistlerin Kars mutfak kültürü ile ilgili görüşlerinin belirlenmesi amacı ile veri setine faktör analizi uygulanmıştır. Analiz sonucunda; Bartlett's küresellik test değeri 1,21883 olup (p=0,0001) anlamlıdır, Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem yeterliliği ise 0,000'dır. Elde edilen veriler faktör analizi için uygunluk göstermektedir. Ölçeğe uygulanan faktör analizi sonucunda ölçek iki faktör



altında toplamış ve toplam varyansın %77,3'ünü açıklamıştır. Tablo 6 ölçeğe uygulanan faktör analizi sonuçlarını göstermektedir. Gastronomi ölçeğine uygulanan faktör analizi sonucu elde edilen faktörler “Yöresel Yiyecekler ve Restoran” ve “Çekicilik ve Gastronomi” olarak adlandırılmıştır.

Tablo 6: Faktör Analizine İlişkin Bulgular

Faktör Boyutları	Faktör Yüğü	Öz Değer	Açık Varyans	Ortalama	Güvenirlik
Yöresel Yiyecekler ve Restoran		2,762	27,618	3,806	,751
Kars'a ait yöresel yiyecekler sağlıklıdır	,805				
Kars'a ait yöresel yiyecekler lezzetlidir	,776				
Restoranlar menülerinde yöresel yemeklere yer vermiştir	,613				
Restoranlar kalitelidir	,598				
Yöresel yiyeceklere ulaşım kolaydır	,542				
Kars'a ait yöresel yiyecekler ekonomiktir	,476				
Çekicilik ve Gastronomi		2,295	23,950	3,291	,756
Kars'a gelmeden önce yöresel yiyecekler hakkında araştırma yaptım	,852				
Kars mutfak kültürü, Kars'ı ziyaret etme kararı vermemde önemli bir unsurdur	,746				
Kars'ı ziyaretimde sadece yiyecek satan restoranları seçtim	,729				
Yiyecek ve içecek işletmelerinin sayısı yeterlidir	,566				
Açıklanan Toplam Varyans: %77,3 - KMO Örneklem Yeterliliği: ,809 - Bartlett Küresellik Testi: $\chi^2=1,21883$ s.d.:45 p<0,001 - Genel Ortalama: 3,420 - Ölçeğin Tamamı için Alfa: ,829 - Yanıt kategorileri: (1) Kesinlikle Katılmıyorum (2) Katılmıyorum (3) Ne Katılıyorum/Ne Katılmıyorum (4) Katılıyorum (5) Kesinlikle Katılıyorum					

Tablo 7 araştırmaya katılan yerli turistlerin, gastronomi turizmi ile cinsiyetlerine yönelik t-testi sonucunu göstermektedir. T-testi sonucunda, Çekicilik ve Gastronomi ifadesi ile katılımcıların cinsiyetleri arasında anlamlı farklılıklar gözlemlenmiştir.

Tablo 7: Gastronomi Turizmi ile Katılımcıların Cinsiyetlerinin Karşılaştırılması

Faktörler	Cinsiyet	n	Ort.	t-Değeri	Anlam Düzeyi
Yöresel Yiyecekler ve Restoran	Kadın	201	3,5688	,227	,820
	Erkek	187	3,5517		
Çekicilik ve Gastronomi	Kadın	201	3,3881	2,085	,038
	Erkek	187	3,1885		

Gastronomi turizmi ile katılımcıların yaş değişkenine göre yapılan varyans analizi sonucunda Yöresel Yiyecekler ve Restoranlar ifadesi ile yaş değişkeni arasında anlamlı farklılıklara rastlanılmıştır (Tablo 8).

Tablo 8: Gastronomi Turizmi ile Katılımcıların Yaşlarının Karşılaştırılması

Faktörler	Yaş	n	F Değeri	Anlam Düzeyi	Varyansların Homojenliği Testi
Yöresel Yiyecekler ve Restoranlar	25 yaş altı	205	2,494	,031	,191
	26-30 yaş arası	48			
	31-35 yaş arası	38			
	36-40 yaş arası	16			
	41-45 yaş arası	13			
	46 yaş ve üzeri	68			
Çekicilik ve Gastronomi	25 yaş altı	205	,922	,466	,276
	26-30 yaş arası	48			
	31-35 yaş arası	38			
	36-40 yaş arası	16			
	41-45 yaş arası	13			
	46 yaş ve üzeri	68			



Gastronomi turizmi ile katılımcıların kalış süresi değişkenine göre yapılan varyans analizi sonucunda Yöresel Yiyecekler ve Restoranlar ifadesi ile kalış süresi değişkeni arasında anlamlı farklılıklara rastlanılmıştır (Tablo 9).

Tablo 9: Gastronomi Turizmi ile Katılımcıların Kalış Sürelerinin Karşılaştırılması

Faktörler	Kalış Süresi	n	F Değeri	Anlam Düzeyi	Varyansların Homojenliği Testi
Yöresel Yiyecekler ve Restoran	Günübirlik	12	3,510	,015	,118
	1-2 gün arası	178			
	3-4 gün arası	136			
	5 gün ve üzeri	62			
Çekicilik ve Gastronomi	Günübirlik	12	,217	,885	,010
	1-2 gün arası	178			
	3-4 gün arası	136			
	5 gün ve üzeri	62			

Gastronomi turizmi ile katılımcıların kişi başı harcama değişkenine göre yapılan varyans analizi sonucunda Yöresel Yiyecekler ve Restoranlar ifadesi ile kalış süresi değişkeni arasında anlamlı farklılıklara rastlanılmıştır (Tablo 10).

Tablo 10: Faktörlerin Kişi Başı Harcama Miktarı Değişkenine Göre Anova Analizi Sonuçları

Faktörler	Kişi Başı Harcama	n	F Değeri	Anlam Düzeyi	Varyansların Homojenliği Testi
Yöresel Yiyecekler ve Restoran	0-500 TL arası	141	3,571	,007	,134
	501-1500 TL arası	142			
	1501-2500 TL arası	78			
	2501 ve üzeri	27			
Çekicilik ve Gastronomi	0-500 TL arası	141	,488	,745	,128
	501-1500 TL arası	142			
	1501-2500 TL arası	78			
	2501 ve üzeri	27			

Araştırmaya katılan 388 yerli turistten 279'u "Kars'ın yöresel lezzetlerini tatmaları için yakın çevreme öneririm" ifadesine katılırken yerli turistlerin 212'si de "Kars'ın yöresel lezzetlerini bundan sonra sürekli tüketmek isterim" ifadesine katıldıklarını belirtmişlerdir. Diğer taraftan, yerli turistlerin sadece 62'si Kars'a ait Türkiye'nin ilk ve tek peynir müzesini ziyaret etmişlerdir. Katılımcıların 271'i turistik aktivitelerin yapıldığı yerlerde yöresel yiyecekleri bulamadıklarını da belirtmişlerdir.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışma, Kars'ı ziyaret eden yerli turistlerin Kars mutfak kültürü ile ilgili görüşlerini değerlendirmek ve gastronomi turizminin gelişimi için öngörüler sunmak amacıyla taşımaktadır. Çalışma sonucunda ortaya çıkan sonuçlar aşağıdaki gibi özetlenebilmektedir:

- Kars'ı ziyaret eden yerli turistlerin çoğunluğunun kadın (%51,8), 25 yaş ve altı (%52,8) ve lisans mezunu (%60,8) olduğu gözlemlenmiştir
- Turistlerin önemli bir bölümünün İstanbul (%31,2) ve Ankara (%20,4)'dan geldikleri ortaya çıkmıştır.
- Ulaşım aracı olarak daha çok tren (%39,9) ve uçak (%53,1) kullanılmıştır.
- Yerli turistlerin büyük bir bölümü Kars'ı ilk kez (%72,9) ziyaret etmişlerdir.
- Kalış süresi olarak 1-2 gün arası (%45,9) konaklamışlardır.
- En fazla 0-500 TL arası (%36,3) ve 501-1500 TL arası (%36,6) harcama yapmışlardır.
- Katılım oranı olarak turistik faaliyetlerden en çok Doğu Ekspresi, Çıldır Gölü, Ani Ören Yeri, şehir turu ve gastronomi deneyimi tercih edilmiştir.
- Kars denilince akla gelen yiyecekler; kaz, kaşar peyniri, piti ve bal olmuştur.
- Yöresel yiyeceklerden en çok kaz, piti, evelik çorbası, hangel, kaşar peyniri ve bal deneyimlenmiştir.
- Katılımcıların Kars'a yönelik gastronomi algıları "Yöresel Yiyecekler ve Restoran" ve "Çekicilik ve Gastronomi" olarak ilişkilendirilmiştir.



- Çekicilik ve Gastronomi ifadesi ile katılımcıların cinsiyetleri arasında anlamlı farklılıklar gözlemlenmiştir.
- Yöresel Yiyecekler ve Restoranlar ifadesi ile yaş değişkeni arasında anlamlı farklılıklara rastlanılmıştır.
- Yöresel Yiyecekler ve Restoranlar ifadesi ile kalış süresi değişkeni arasında anlamlı farklılıklara rastlanılmıştır.
- Yöresel Yiyecekler ve Restoranlar ifadesi ile kişi başı harcama değişkeni arasında anlamlı farklılıklara rastlanılmıştır.
- Yerli turistlerin 279'u "Kars'ın yöresel lezzetlerini tatmaları için yakın çevreme öneririm" ifadesine katılmışlardır.
- Yerli turistlerin 212'si "Kars'ın yöresel lezzetlerini bundan sonra sürekli tüketmek isterim" ifadesine katılmışlardır.
- Yerli turistlerin sadece 62'si Kars'a ait Türkiye'nin ilk ve tek peynir müzesini ziyaret etmişlerdir.
- Katılımcıların 271'i turistik aktivitelerin yapıldığı yerlerde yöresel yiyecekleri bulamadıklarını belirtmişlerdir.

Araştırma örneklemini dahilinde Kars'ı ziyaret eden ve Doğu Ekspres Treni ile ayrılan yerli turistlerin çoğunluğunun 25 yaş ve altında ve yüksek eğitim düzeyinde olması turizm işletmelerinin önemle dikkate almaları gereken bir bulgudur. Destinasyonları ziyaret eden turist gruplarını tespit etmek, tüketici taleplerini en ideal koşullarla karşılamak ve rekabet avantajı elde etmek, işletmelerin uzun dönemli amaçlarını gerçekleştirmesine olanak sağlayacaktır.

Katılımcıların genel olarak, katıldıkları turistik destinasyonlarda yöresel yiyecekleri bulamayışları yiyecek içecek işletmelerinin önemle üzerinde durması gereken bir konudur. Yöreye ait yiyeceklerin, turistik faaliyetlerin gerçekleştirildiği noktalarda bulunması ile turistlerin merakını arttırmak, Kars'ı ziyaret amaçlı gelen turistlere yerel kültürü yansıtmak önemli bir faktördür.

Katılımcıların büyük bir çoğunluğunun yöresel yiyecekleri çevrelerine de önerme isteği, dolayısıyla mevcut yöresel yiyeceklerden memnun ayrılmaları yiyecek içecek işletmelerinin sundukları menülerin özgünlüğünün korunarak sunulmaya devam edilmesi, işletmelere katkı sağlayacaktır.

Kars'ı ziyaret eden yerli turistlerin büyük bir çoğunluğunun Ankara ve İstanbul'dan geldikleri belirlenmiş, çoğunlukla da 1-2 gün arası konaklama yaptıkları tespit edilmiştir. Bu bulgu Kars'ın tatil amaçlı tercih edilmesinde bölgesel olarak kalındığının göstergesi olmakla birlikte şehrin tarihi, kültürel ve gastronomi değerlerini keşfetmek için oldukça kısa bir süredir. Kars ilinin turistik destinasyon olarak tercih edilmesi ve ülkenin tamamına hitap edilebilmesi için gerek ulaşım ağının güçlendirilmesi gerek ise turistik faaliyet çekiciliklerinin artırılması kalış sürelerinin artışı açısından şehrin turizmüne katkı sağlayacaktır.

Kars'ı ziyaret eden yerli turistlerin en çok katıldıkları turistik faaliyet Doğu Ekspres deneyimi olarak ortaya çıkmıştır. Günümüzde sıklıkla tercih edilmeyen bir seyahat tipi olan tren ile yolculuk etmek Doğu Ekspres ile turistlerin ilgisini çekmeye başlamıştır. Günde sadece bir kere Ankara ve Kars arasında yola çıkan Doğu Ekspres adına günde birden fazla kez sefer düzenlenmesi Kars'ın daha çok turist çekmesine neden olacaktır.

Kars'ı ziyaret eden yerli turistlerin gastronomi algılarının "Yöresel Yiyecekler ve Restoran" ve "Çekicilik ve Gastronomi" olarak ortaya çıkan araştırma sonucu alan yazında daha önceden gerçekleştirilen bazı araştırmalar ile benzerlik göstermektedir. Söz gelimi, Du Rand vd. (2003), Hall ve Sharples (2003), Hjalager ve Corigliano, (2000), Sparks, Bowen ve Klag (2003), Shenoy (2005), Tse ve Crotts (2005), Lin, Pearson ve Cai (2011), Sanchez-Canizares ve Lopez-Guzman (2012), Bekar ve Kılıç (2014), Bekar ve Belpınar (2015), Dinalp Çanakçı (2016)'ın çalışmaları ile ortak nokta, katılımcıların geleneksel yiyecek çeşitliliği, farklı lezzetler deneyimleme, farklı restoranlarda kültürel deneyim sağlama gibi yemek unsurları ile benzerlik taşımaktadır. Diğer taraftan Rimmington ve Yüksel (1998), Yüksel (2001), Du Rand vd. (2003), Enright ve Newton (2005), Kim ve Eves (2012), Küçük (2013), Guan ve Jones (2015), Giritlioğlu, Olcay ve Özekici (2015), Dinalp Çanakçı, Birdir (2019)'ın çalışmaları ile ortak nokta ise, katılımcıların bölgeyi ziyaret sebebi arasında çekicilik ve gastronomi merakı ile benzerlik taşımalarıdır.

Bu araştırma Kars'tan Doğu Ekspres ile ayrılan yerli turistler üzerinde gerçekleştirilmiştir. Zaman olarak ocak ve şubat aylarında gerçekleşen bu çalışma Kars'ta turizm sezonunun en yoğun olarak yaşandığı dönemdir. İleride benzer konuya yönelik yapılacak çalışmaların yılın diğer aylarında araştırılarak Kars'ı ziyaret eden yerli turistlerin gastronomiye yönelik tutumları arasındaki farklılıklar gözlemlenebilecektir. Diğer taraftan yerli turistler ile mülakat yapılarak yerel yiyecek deneyimleri, dolayısıyla bölgeye ait gastronomi turizminin ayrıntılarıyla anlaşılmasına katkı sağlayacaktır.



KAYNAKÇA

- Beerli, Asuncion; Martin, Josefa, D. (2004). Tourists' characteristics and the perceived image of tourist destinations: A quantitative analysis - a case study of Lanzarote, Spain. *Tourism Management*, 25, 623-636.
- Bekar, Aydan; Kılıç, Burhan (2014) Turistlerin gelir düzeylerine göre destinasyondaki gastronomi turizmi etkinliklerine katılımları. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 4(1), 19- 26.
- Bekar, Aydan; Belpınar, Ayse (2015). Turistlerin gastronomi turizmüne ilişkin görüşlerinin milliyetlerine göre değerlendirilmesi. *Journal of Yasar University*, 10(38),6478-6554.
- Benli, Sercan; Yenipınar, Uysal (2018). Yerel yiyecek deneyiminin destinasyon imajı ve destinasyon sadakatı, üzerine etkisi: Mersin'i ziyaret eden yerli turistler üzerinde bir araştırma. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(82), 658-685.
- Boyne, Steven; Hall, Derek; Williams, Fiona (2003). Policy, support and promotion for food-related tourism initiatives. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 14(3-4), 131-154.
- Choi, W. M., Chan, Andrew ve Wu, Janice (1999). A qualitative and quantitative assessment of Hong Kong's image as a tourist destination. *Tourism Management*, 20, 361-365.
- Crouch, Geoffrey, I. ve Ritchie, JR., Brent (1999). Tourism, competitiveness, and societal prosperity. *Journal of Business Research*, (44), 137- 152.
- Çağlı, İrmak, Beril (2012). *Türkiye'de yerel kültürün turizm odaklı kalkınmadaki rolü: Gastronomi turizmi örneği*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi, İstanbul.
- Derinalp Çanakçı, Seda (2016). *Kapadokya'nın bir gastro-turizm destinasyonu olarak değerlendirilmesi*. Yayınlanmamış doktora tezi, Mersin Üniversitesi, Mersin.
- Derinalp, Çanakçı Seda; Birdir, Kemal (2019). The relation among food involvement, food variety seeking and food neophobia: A study on foreign tourists visiting Turkey, *Current Issues in Tourism*, 1-12.
- Du Rand, E., Heath, Ernie; Alberts, Nic (2003). The role of local and regional food in destination marketing: A South African situation analysis. *Journal of Travel and Marketing*, 14 (3/4), 97-112.
- Enright, Michael, J., Newton, James (2005). Determinants of tourism destination competitiveness in Asia Pacific: Comprehensiveness and universality. *Journal of Travel Research*, 43(4), 339-350.
- Fathimath, Amira (2009). *The Role of food in Maldives Tourism: A focus on promotion and economic development*. Unpublished master thesis. A Thesis Submitted to Auckland University of Technology in Fullfilment of the Requirements for the Degree of Master of Philosophy (MPhil) in Tourism, New Zealand.
- Giritlioğlu, İbrahim, Olcay, Atınc, ve Özekici, Yakup, Kemal (2015). Bir turizm çeşitliliği olarak festival etkinliklerinin sınıflandırılması: Türkiye üzerine bir değerlendirme. *Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 306-323.
- Guan, Jingjing; Jones, David, L. (2015). The contribution of local cuisine to destination attractiveness: An analysis involving Chinese tourists' heterogeneous preferences. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 20(4), 416-434.
- Hall, C. Michael; Sharples, Liz (2003). The consumption of experiences or the experience of consumption? An introduction to the tourism of taste. Hall, C. M., Sharples, L., Mitchell, R., Macionis, N., ve Cambourne, B. (Eds.). *Food Tourism Around The World* içinde (ss. 1-24). London: Butterworth Heinemann.
- Hjalager, Anne, Mette; Corigliano, Magda, Antonioli (2000). Food for tourists- -determinants of an image. *International Journal of Tourism Research*, 2(4), 281-293.
- Hui, Tak, Kee; Wan, Tai, Wai, David (2003). Singapore's image as a tourist destination. *International Journal of Tourism Research*, 5 (4), 305-313.
- Joliffe, Lee (2003). The lure of tea: History, traditions and attractions. Hall, C. M., Sharples, L., Mitchell, R., Macionis, N., ve Cambourne, B. (Eds.). *Food Tourism Around the World* içinde (ss. 121-136). Burlington: Butterworth Heinemann.
- Kim, Yeong, Gug; Eves, Anita (2012). Construction and validation of a scale to measure tourist motivation to consume local food. *Tourism Management*, 33(6), 1458-1467.
- Kim, Yeong, Gug, Eves, Anita; Scarles, Caroline (2013). Empirical verification of a conceptual model of local food consumption at a tourist destination. *International Journal of Hospitality Management*, 33, 484-489.
- Kodaş, Davut (2013). *Yerli ziyaretçilerin yerel yiyecek tüketim güdülerinin belirlenmesi: Beyazıt örneği*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Küçük, Müşerref (2013). *Kültür turizmi kapsamında yer alan festival etkinliklerinin yerel kalkınmaya etkisi: Uluslararası Beyşehir göl festivali üzerine bir araştırma*. Ulusal Kop Bölgesel Kalkınma Sempozyumunda sunulan bildiri, Konya.
- Lin, Yi-Chin, Pearson, Thomas E., Cai, Liping A. (2011). Food as a form of destination identity: A tourism destination brand perspective. *Tourism and Hospitality Research*, 11(1), 30-48.
- McKercher, Bob, Okumuş, Fevzi ve Okumuş, Bendegül (2008). Food tourism as a viable market segment: It's all how you cook the numbers! *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 25(2), 137-148.
- Plummer, Ryan, Telfer, David, Hashimoto, Atsuko; Summers, Robert (2005). Beer tourism in Canada along the Waterloo- Wellington Ale Trail. *Tourism Management*, 26, 447-458.
- Rimington, Mike, ve Yüksel, Atilla (1998). Tourist satisfaction and food service experience: Results and implications of an empirical investigation. *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 9(1), 37-57.
- Sanchez-Canizares, Sandra, Maria, ve Lopez-Guzman, Tomas (2012). Gastronomy as a tourism resource: Profile of the culinary tourist. *Current Issues in Tourism*, 15(3), 229-245.
- Shenoy, Sajna, S. (2005). *Food tourism and the culinary tourist*. Unpublished master thesis. A Thesis Presented to Graduate School of Clemson University, South Carolina.
- Sims, Rebecca (2009). Food, place and authenticity: Local food and the sustainable tourism experience. *Journal of Sustainable Tourism*, 17(3), 321-336.
- Sparks, Beverly, Bowen, John; Klag, Stefanie (2003). Restaurants and the tourist market. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 15(1), 6-13.
- Tse, Peter; Crotts, John, C. (2005). Antecedents of novelty seeking: International visitors' propensity to experiment across Hong Kong's culinary traditions. *Tourism Management*, 26(6), 965-968.
- Ural Ayhan ve Kılıç, İbrahim (2011). *Bilimsel araştırma süreci ve SPSS ile veri analizi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yüksel, Atila (2001). Managing customer satisfaction and retention: A case of tourist destinations, Turkey. *Journal of Vacation Marketing*, 7(2), 153-168.