



# 19. ULUSAL TURİZM KONGRESİ

*Sağlık Turizmi*

17-21 EKİM 2018

  
**Afyonkarahisar**  
*"Termalın Başkenti"*



## İÇİNDEKİLER

SUNUŞ .....	xiv
ÖNSÖZ .....	xix
<b>KAYSERİ İLİ SAĞLIK TURİZMİ DESTİNASYON İMAJI</b>	
Uz. Hem. Kadriye BIYIKLI, Dr. İbrahim DEMİREL.....	1
<b>SPA ZİYARETÇİLERİNİ MOTİVE EDEN UNSURLARIN DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERE GÖRE İNCELENMESİ</b>	
Dr. Yunus TOPSAKAL, Dr. Öğr. Üyesi Pınar ÇELİK.....	11
<b>BALNEOTERAPİ: MALATYA İSPENDERE ŞİFALI SUYUNUN TAMAMLAYICI TEDAVİDE KULLANIMI</b>	
Dr. Yunus TOPSAKAL.....	21
<b>TERMAL OTEL İŞLETMELERİNDE HİZMET KALİTESİNİN SERVQUAL MODELİ İLE DEĞERLENDİRİLMESİ</b>	
Öğr. Gör. Sedat BÜTÜN, Doç. Dr. Gürel ÇETİN .....	31
<b>COFFEE SHOP MÜŞTERİLERİNİN İŞLETMEYE BAĞLILIĞINDA VE SADAKATİNDE YEŞİL UYGULAMALARIN ETKİSİ</b>	
Dr. Öğr. Üyesi Aydan BEKAR, Öğr. Grv. Şükran ASAL, Arş. Gör. Nisan YOZUKMAZ .....	43
<b>TERAPÖTİK REKREASYON KAPSAMINDA MEVLEVİLİĞİN DEĞERLENDİRİLMESİ</b>	
Dr. Serhat YOZCU, Prof. Dr. Füsun İSTANBULLU DİNÇER, Doç. Dr. Gürel ÇETİN .....	54
<b>BOLU İLİNİN TERMAL TURİZM POTANSİYELİ</b>	
Dr. Öğr. Üyesi Hakan TUNA .....	65
<b>TURİSTİK ÜRÜN ÇEŞİTLENDİRMESİ KAPSAMINDA SAĞLIK TURİZMİ: ÇANAKKALE İÇİN ÖNERİLER</b>	
Arş. Gör. Buket BULUK, Arş. Gör. Dr. Bekir EŞİTTİ, Dr. Öğr. Üyesi S. Haluk ERDEM .....	78
<b>MEDİKAL SEYAHAT PLANLAYICILARININ WEB SİTELERİ ÜZERİNE BİR ANALİZ: MAP2HEAL ÖRNEĞİ</b>	
Arş. Gör. Dr. Seher KONAK, Doç. Dr. Saadet Pınar TEMİZKAN.....	91
<b>YİYECEK İÇECEK İŞLETMELERİ ÇALIŞANLARININ ALGILADIKLARI HİZMETKÂR LİDERLİK DAVRANIŞININ İŞTEN AYRILMA NİYETİNE ETKİSİ</b>	
Öğr. Gör. Dr. Hasan CİNNİOĞLU, Doç. Dr. Lütüfî ATAY, Dr. Öğr. Üyesi Oğuz DİKER .....	99

**DESTİNASYON DENEYİMİNİN DESTİNASYON İMAJI ALGISI  
ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: KAPADOKYA ÖRNEĞİ**

Arş. Gör. Buse ÇETİ, Doç. Dr. Lütfi ATAY ..... 112

**LİSANS DÜZEYİNDE TURİZM EĞİTİMİ VEREN KURUMLARDA  
AKADEMİSYENLER ARASINDAKİ KUŞAKLAR ARASI ÇATIŞMA (X  
VE Y KUŞAKLARI)**

Arş. Gör. Oğuzhan DÜLGAROĞLU, Prof. Dr. Cevdet AVCIKURT ..... 127

**TURİSTLERİN ÇEVRECİ TUTUM VE DAVRANIŞLARININ  
DESTİNASYONDAN BEKLENTİYE YANSIMASI**

Dr. Öğr. Üyesi Serkan ŞENGÜL, Öğr. Gör. Koray GENÇ, Prof. Dr. Oğuz  
TÜRKAY ..... 139

**GENETİĞİ DEĞİŞTİRİLMİŞ VE ORGANİK GIDALAR ÜZERİNE  
MERSİN ÜNİVERSİTESİ YÜKSEK LİSANS ÖĞRENCİLERİNE  
YÖNELİK BİR TUTUM ÇALIŞMASI**

Dr. Öğr. Üyesi Hülya TAŞTAN, Arş. Gör. Aykut Göktuğ SOYLU ..... 152

**YEREL HALKIN KRUVAZİYER TURİZMİNİN ETKİLERİNE  
YÖNELİK ALGILARI: KUŞADASI ÖRNEĞİ**

Fatma ÇELEBİ, Doç. Dr. Savaş ARTUĞER ..... 163

**TERMAL OTEL İŞLETMELERİNDE SIVI ATIK YÖNETİMİ: MUTFAK  
BÖLÜMÜNDE BİR UYGULAMA**

Doç. Dr. Özcan ZORLU, Habibe GÜNDÜZ, Zafer TAŞER ..... 179

**TERMAL TURİZME YÖNELİK MAKALELERİN İÇERİK ANALİZİ  
YÖNTEMİYLE İNCELENMESİ**

Öğr. Gör. Dr. Melike GÜL, Doç. Dr. Kudret GÜL, Dr. Öğr. Üyesi Yaşar  
YILMAZ, Öğr. Gör. Özgür YILMAZ ..... 190

**TERMAL TESİSLERE YÖNELİK PAZARLAMA ANLAYIŞININ  
İÇERİK ANALİZİ: SINDIRGI DESTİNASYONU ÖRNEĞİ**

Öğr. Gör. Dr. Melike GÜL, Doç. Dr. Kudret GÜL, Öğr. Gör. Esat SAÇKES  
..... 201

**BEŞ YILDIZLI RESORT OTEL SPA İŞLETMELERİNİN SPA VE  
WELLNESS HİZMETLERİNDE ALGILANAN SORUNLAR**

Dr. Günseli GÜÇLÜTÜRK BARAN, Dr. Gamze ÖZOĞUL ..... 210

**CİDE'DE TURİZMİN ETKİLERİ VE YEREL HALK TARAFINDAN  
ALGILANMASI**

Serhat ÇALIMLI, Dr. Öğr. Üyesi Cenk Murat KOÇOĞLU, Dr. Öğr. Üyesi  
Aydoğan AYDOĞDU ..... 222

## **TÜRKİYE’NİN APİ TURİZM POTANSİYELİNİN SWOT ANALİZİ İLE DEĞERLENDİRİLMESİ**

Dr. Öğr. Üyesi, Belma SUNA ..... 235

## **YAZILI MEDYADA TÜRK MUTFAĞI**

Doç. Dr. Hakan YILMAZ, Hasan Hüseyin ÇAKICI ..... 242

## **AFYONKARAHİSAR’DA TERMAL TURİZM: DESTİNASYON İMAJI, TURİST MEMNUNİYETİ VE DESTİNASYON SADAKATI İLİŞKİSİ**

Arş. Gör. Dr. Funda ÖN ESEN, Prof. Dr. Ozan BAHAR ..... 253

## **YEŞİL PAZARLAMA STRATEJİLERİNİN REKABET AVANTAJINA ETKİSİNİN İNCELENMESİ: MUĞLA İLİ ÖRNEĞİ**

Arş. Gör. Ruşen AKDEMİR, Dr. Öğr. Üyesi Onur AKBULUT ..... 265

## **SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM KAPSAMINDA OTELLERDE SU TASARRUFU VE HAVLU KULLANIMINA AHLAKİ NORMLARIN ETKİSİ**

Ahmet ÇELİK, Süheyla GOLCHESHMEH ..... 275

## **AFYONKARAHİSAR’DA FAALİYET GÖSTEREN BEŞ YILDIZLI OTEL İŞLETMELERİNE YÖNELİK YAPILAN YORUMLARIN VE E-ŞİKÂYETLERİN DEĞERLENDİRİLMESİ**

Dr. Öğr. Üyesi Özgür KIZILDEMİR, Dr. Öğr. Üyesi Salim İBİŞ, Dr. Öğr. Üyesi Serdar ÇÖP ..... 286

## **OTEL İŞLETMELERİNDEKİ FİZİKSEL KANIT UNSURLARINA İLİŞKİN BEKLENTİLERİN İNCELENMESİ/ALANYA’DA BİR UYGULAMA**

Dr. Öğr. Üyesi Hatice YILMAZ, Aysel ALİYEVA ..... 297

## **AFYONKARAHİSAR’DAKİ TERMAL OTELLERİN SOSYAL MEDYA KULLANIMI: INSTAGRAM ÖRNEĞİ**

Eda HAZARHUN, Doç. Dr. Özgür DEVRİM YILMAZ ..... 311

## **DEVRE MÜLK/TATİL SİSTEMLERİNDE İNSAN KAYNAKLARINA İLİŞKİN SORUNLAR: AFYONKARAHİSAR ÖRNEĞİ**

Doç. Dr. Mustafa SANDIKCI, Dr. Öğr. Üyesi Aylin AKTAŞ ALAN ..... 324

## **TERMAL TURİZM KAPSAMINDA KÖYCEĞİZ SULTANIYE KAPLICALARI’NIN SWOT ANALİZİYLE DEĞERLENDİRİLMESİ**

Arş. Gör. Filiz GÜMÜŞ DÖNMEZ, Öğr. Gör. Hilal GÜL ..... 333

## **SAĞLIK TURİZMİNDE ÖNCÜ ÜLKELERİN GENEL BİR DEĞERLENDİRMESİ**

Arş. Gör. Gamze ALP, Arş. Gör. Birsen ÇEVİK ÜNLÜ ..... 345

## **ULUSAL TURİZM KONGRELERİNDE YER ALAN ETİK VE SOSYAL SORUMLULUK KONULU BİLDİRİLERİN BİBLİYOMETRİSİ**

Doç. Dr. Ahmet BAYTOK, Arş. Gör. Mehmet BOYRAZ, Öğr. Gör. Ahmet ÇETİN, Hülya MUTLU, Öğr. Gör. Esra KATIRCIOĞLU..... 360

## **YÜKSEKÖĞRETİM KURULU TEZ MERKEZİNDE (YÖKTEZ) DESTİNASYON ALANINDA YAYINLANMIŞ LİSANSÜSTÜ TEZLERİN BİBLİYOMETRİK ANALİZİ: 2003-2018**

Birgül AYDIN, Doç. Dr. Emre Ozan AKSÖZ..... 374

## **DÖRT VE BEŞ YILDIZLI OTEL MUTFAKLARINDAKİ FİZİKİ KOŞUL VE MUTFAK EKİPMANLARININ HİJYEN VE SANİTASYON AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ: ANKARA İLİ ÖRNEĞİ**

Prof. Dr. Fügen DURLU ÖZKAYA, Savaş BÖYÜKYILMAZ..... 391

## **GASTRONOMİ VE TURİZM BÜTÜNLEŞMESİNE STRATEJİK YAKLAŞIM: KAVRAMSAL BİR MODEL ÖNERİSİ**

Prof. Dr. Bahattin ÖZDEMİR, Dr. Öğr. Üyesi Faruk SEYİTOĞLU ..... 404

## **SAĞLIK TURİZMİNDE DESTİNASYON TERCİH SIRALAMASI: FUZZY TOPSIS YÖNTEMİYLE BİR UYGULAMA**

Öğr. Gör. Ebru ULUCAN, Arş. Gör. Zeynep KURTULAY, Prof. Dr. İsmail KIZILIRMAK ..... 414

## **TERMAL TESİSLERDE TURİST SAĞLIĞI VE GÜVENLİĞİNİN YERLİ TURİST BAKIŞ AÇISIYLA DEĞERLENDİRİLMESİ**

Arş. Gör. Başak ÖZYURT, Doç. Dr. Güney ÇETİN GÜRKAN, Prof. Dr. Muharrem TUNA ..... 429

## **DAĞLIK FRİGYA (AFYONKARAHİSAR-İHSANİYE) EKOTURİZM ALTERNATİFLERİ**

Prof. Dr. Mehmet Ali ÖZDEMİR, Dr. Öğr. Üyesi Sevgi TATAR, Murat ŞEN ..... 442

## **AKADEMİK TURİZM EĞİTİMİ VE SEYAHAT ALANINDAKİ MESLEKİ YETERLİLİKLER ÜZERİNE DURUM DEĞERLENDİRMESİ**

Dr. Öğr. Üyesi Ramazan EREN, Öğr. Gör. Ayşe EREN, Öğr. Gör. Onur ÇELEN ..... 452

## **KONAKLAMA İŞLETMELERİNDE ÖRGÜTSEL İKLİM VE ÖRGÜTSEL SİNİZM**

Arş. Gör. Zeynep KURTULAY, Öğr. Gör. Ebru ULUCAN, Prof. Dr. Füsun İSTANBULLU DİNÇER ..... 462

## **OTEL İNSAN KAYNAKLARI BÖLÜM YÖNETİCİLERİNİN YETKİNLİKLERİ VE SEKTÖREL GELİŞİMLE İLGİLİ DÜŞÜNCELERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**

Prof. Dr. Oğuz TÜRKAY, Büşra ŞENGÜL, Cansu GÜNEY .....	475
<b>MEDİKAL TURİZM KAPSAMINDA HİZMET VEREN SAĞLIK KURULUŞLARININ SOSYAL MEDYA KULLANIM DÜZEYLERİ: FACEBOOK ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA</b>	
Prof. Dr. Nedim YÜZBAŞIOĞLU, Arş. Gör. Oğuz DOĞAN, Mustafa Said KOCABIYIK.....	487
<b>SAĞLIK TURİZMİNİN PAYDAŞLARINDAN SAĞLIK SEKTÖRÜNDE ÖRGÜT İKLİMİ: BARTIN ADSM ÇALIŞANLARININ UNVANLARINA GÖRE BİR ANALİZ</b>	
Dr. Murat AK .....	504
<b>PSİKOLOJİK SÖZLEŞMENİN SANAL KAYTARMA DAVRANIŞI ÜZERİNE ETKİSİ: SEYAHAT ACENTALARINA YÖNELİK BİR UYGULAMA</b>	
Dr. Öğr. Üyesi Ediz GÜRİPEK, Çağdaş PEKTAŞ, Cansu UZUN .....	515
<b>TERMAL OTEL İŞLETMELERİNİN ÇEVİRİMİÇİ TÜKETİCİ DEĞERLENDİRMELERİ BAĞLAMINDA İNCELENMESİ: TRIPADVISOR ÖRNEĞİ</b>	
Arş. Gör. Serkan AK, Doç. Dr. Özlem ALTUNÖZ SÜRÜCÜ .....	529
<b>LİSANS DÜZEYİNDE TURİZM EĞİTİMİ ALAN ÖĞRENCİLERİN EĞİTİM ÖNCESİNDE VE EĞİTİM SÜRECİNDE SEKTÖRE İLİŞKİN ALGILARI</b>	
Arş. Gör. Engin TENGİLİMOĞLU .....	546
<b>SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM KAPSAMINDA YÖRESEL MUTFAK UYGULAMALARI: AFYONKARAHİSAR'DAKİ GEÇİŞ DÖNEMLERİNDE YÖRESEL MUTFAK ÖRNEĞİ</b>	
Zeynep ÇINAR, Dr. Öğr. Üyesi Ümit SORMAZ .....	559
<b>RESTORAN SEÇİMİNDE ÇEŞİTLİLİK ARAMA NİYETİ</b>	
Dr. Öğr. Üyesi Aydan BEKAR, Öğr. Gör. Mete GÖVCE .....	576
<b>TURİSTLERİN TERMAL TURİZM İŞLETMELERİNE YÖNELİK HİZMET BEKLENTİLERİNİN VE ALGILARININ BELİRLENMESİ</b>	
Doç. Dr. Şefik Okan MERCAN, Dr. Öğr. Üyesi Murat AKSU, Dr. Öğr. Üyesi Halil KORKMAZ, Sedef ÖZCAN, Hatice BİLGİN .....	592
<b>TERMAL TURİZM İŞLETMELERİNİN KURUMSAL BİLDİRİLERİNİN İÇERİK ANALİZİ İLE İNCELENMESİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA</b>	
Dr. Öğr. Üyesi M. Murat KIZANLIKLI, M. Ali Can TUFAN .....	606
<b>TERMAL TURİZMDE MENÜ PLANLAMA: AFYONKARAHİSAR İLİ ÖRNEĞİ</b>	

Gökhan KARAHAN.....	620
<b>TURİSTİK MOTİVASYONLAR ÜZERİNE EVRİMSEL BİR BAKIŞ</b>	
Arş. Gör. İlker GÜL, Dr. Öğr. Üyesi Dilistan SHIPMAN .....	630
<b>TAŞIMA ÇAMURLA KAPLICA DÖNER Mİ?</b>	
Arş. Gör. Nur ÇELİK İLAL, Arş. Gör. Emine YILMAZ .....	643
<b>DOĞU KARADENİZ TURLARINA KATILAN YERLİ ZİYARETÇİLERİN EKOTURİZM DAVRANIŞLARI</b>	
Zafer ÖZCAN, Dr. Yunus TOPSAKAL .....	652
<b>BATI ANADOLU'DAKİ YEDİ KİLİSENİN İNANÇ TURİZMİ KAPSAMINDA DEĞERLENDİRİLMESİ</b>	
Arş. Gör. Fırat BARANAYDIN, Öğr. Gör. Doğu BARANAYDIN.....	663
<b>TÜRKİYE'DEKİ YEREL 5 YILDIZLI OTEL İŞLETMELERİNİN MOBİL UYGULAMALARININ İNCELENMESİ</b>	
Öğr. Gör. Eniser ATABAY, Prof. Dr. Cem Oktay GÜZELLER, Prof. Dr. Beykan ÇİZEL.....	674
<b>İLK TURİZM TANIMININ İZİNDE</b>	
Mustafa ERDİKEN.....	687
<b>FESTİVALLERİN KIRSAL TURİZM ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ: ISPARTA GÜNEYKENT KASABASI VE ARDIÇLI KÖYÜ GÜL FESTİVALİ ÖRNEĞİ</b>	
Dr. Öğr. Üyesi Utku ONGUN, Dr. Öğr. Üyesi Uğur KILINÇ, Dr. Öğr. Üyesi Olcay KILINÇ .....	701
<b>GASTROMİNİN YUMUŞAK GÜÇ OLARAK KULLANIMI ÜZERİNE BİR İNCELEME</b>	
Dr. Öğr. Üyesi Mustafa AKSOY, İbrahim ÇEKİÇ .....	715
<b>MENTAL TURİZM AÇISINDAN TÜRKİYE'NİN POTANSİYELİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ</b>	
Prof. Dr. Mithat Zeki DİNÇER, Öğr. Gör. Özlem TAŞKIRAN, Öğr. Gör. Derya DEMİRDELEN, Öğr. Gör. Gizem ŞAHİN .....	730
<b>TERMAL TURİZMDE HİZMET KALİTESİ, TÜKETİM DUYGULARI VE TEKRAR ZİYARET NİYETİ İLİŞKİSİ: BALIKESİR'DE BİR ARAŞTIRMA</b>	
Doç. Dr. Nuran AKŞİT AŞIK .....	743
<b>GOLAN DESTİNASYONUNUN TERMAL TURİZM OLANAKLARININ DEĞERLENDİRİLMESİNE YÖNELİK BİR ÇALIŞMA</b>	
Doç. Dr. Özgür ÖZER, Zeki GÜRBÜZ .....	759

**TURİZM FAKÜLTELERİNE YERLEŞEN ÖĞRENCİLERİN  
ÜNİVERSİTE SINAVLARINDAKİ BAŞARI DURUMUNUN  
DEĞERLENDİRİLMESİ**

Dr. Öğr. Üyesi Yasin KELEŞ..... 772

**AVRUPA'DA TERMAL SPA TERAPİ UZMANI MESLEĞİNİN  
YETERLİLİK ALANLARINA VE EĞİTİM İHTİYACINA İLİŞKİN BİR  
ARAŞTIRMA**

Prof. Dr. Salih KUŞLUVAN, Olcay YÜCEL, Karel Van ISACKER, Dr.  
António Silva DIAS, Petia GRUĐEVA, Filip NICASI, Dr. Zdenka  
WLTAVSKY ..... 783

**TERMAL TURİZM İŞLETMELERİNDE TEKRAR ZİYARET VE  
TAVSİYE ETME NİYETİNİN İNCELENMESİ: OTEL AMBİYANSININ  
DÜZENLEYİCİ ROLÜ**

Dr. Öğr. Üyesi Üzeyir KEMENT, Öğr. Gör. Sinan ÇAVUŞOĞLU, Öğr. Gör.  
Aziz BÜKEY, Berkan BAŞAR ..... 800

**KAPADOKYA'DA BAĞCILIĞIN GASTRONOMİ TURİZMİ  
AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ**

Prof. Dr. Muharrem TUNA, Dr. Öğr. Üyesi Eda ÖZGÜL KATLAV, Arş.  
Gör. Firdevs YÖNET EREN ..... 811

**GAZETE İNTERNET SAYFALARINDA SAĞLIK TURİZMİ**

Dr. Öğr. Üyesi Ali Turan BAYRAM, Dr. Öğr. Üyesi Gül ERKOL BAYRAM,  
Arş. Gör. Serkan AK ..... 824

**AFYONKARAHİSAR İLİNDE TERMAL TURİZM FARKINDALIK  
DÜZEYİNİN ÖLÇÜMÜ: AFYON KOCATEPE ÜNİVERSİTESİ  
AKADEMİK PERSONELİ ÖRNEĞİ**

Doç. Dr. Özcan ZORLU, Necibe NAS..... 833

**SOMUT OLMAYAN KÜLTÜREL MİRAS VE GASTRONOMİ:  
AYVACIK ÖRNEĞİ**

Dr. Öğr. Üyesi Çiğdem ÖZKAN ..... 842

**TURİZM ENDÜSTRİSİNDE YENİ YAKLAŞIMLAR: DAĞITIK KAYIT  
DEFTERİ TEKNOLOJİSİ**

Öğr. Gör. Sercan YILDIZ, Dr. Öğr. Üyesi Salim İBİŞ ..... 855

**RESORT OTELLERDEKİ SPA VE WELLNESS MERKEZLERİNDE  
ALGILANAN HİZMET KALİTESİ: ANTALYA İLİNE YÖNELİK BİR  
UYGULAMA**

Merve Sema YİĞİT TEKİNÇAY, Doç. Dr. Murat ÇUHADAR ..... 865



**ÇALIŞANLARIN SOSYAL KAYTARMA ALGILARININ İŞ TATMİNİ ÜZERİNE ETKİSİ: KONAKLAMA İŞLETMELERİNDE BİR İNCELEME**

Öğr. Gör. Mehmet CAN, Dr. Öğr. Üyesi Hakan KOÇ..... 877

**ALGILANAN DESTİNASYON İMAJININ MEMNUNİYET VE DAVRANIŞSAL NİYET İLE İLİŞKİSİ: KUYUCAK KÖYÜ ÖRNEĞİ**

Dr. Öğr. Üyesi Pınar ÇELİK, Prof. Dr. Nedim YÜZBAŞIOĞLU ..... 887

**İZMİR İLİNDEKİ ÖZEL HASTANELERİN MEDİKAL TURİZMDE MEVCUT DURUMUNUN İNCELENMESİ**

İrem ENSER, Öğr. Gör. Yasemin KOÇAK ..... 899

**FARKLI MİLLETLERDEN TURİSTLERİN YİYECEK DENEYİMİNDE YENİLİK ARAYIŞLARI: İSTANBUL ÖRNEĞİ**

Dr. Öğr. Üyesi Meral ÜZÜLMEZ, Doç. Dr. Gürkan AKDAĞ..... 911

**FESTİVALLERİN TANITIMINDA WEB 2.0 TEKNOLOJİSİNİN KULLANIMI: ISPARTA ÖRNEĞİ**

Dr. Öğr. Üyesi Sine ERDOĞAN MORÇİN, Öğr. Gör. İlhami MORÇİN ... 922

**YÖNETİŞİM KAVRAMININ TURİZM BAĞLAMINDA DEĞERLENDİRİLMESİ**

Dr. Öğr. Üyesi Kadir ÇAKAR ..... 937

**POPÜLER TURİZM ŞEHİRLERİNE DOĞRU GERÇEKLEŞEN TURİST AKIŞLARINA YÖNELİK BİR İNCELEME**

Dr. Öğr. Üyesi Ahmet VATAN..... 946

**YEREL YEMEK TÜKETİM MOTİVASYONLARININ TURİSTLERİN TEKRAR ZİYARET NİYETİNE ETKİSİ: ADANA'YI ZİYARET EDEN YERLİ TURİSTLER ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**

Dr. Ozan GÜLER, Elanur ŞAHİN, Doç. Dr. Gürkan AKDAĞ ..... 956

**YARATICI DENEYİM VE DESTİNASYON SADAKATI İLİŞKİSİ: AVANOS ÖRNEĞİ**

Hakan ASLAN, Doç. Dr. Burhan KILIÇ ..... 967

**SAĞLIK TURİZMİNE YETKİLİ KURULUŞLARIN WEB SİTELERİNİN KALİTE YÖNETİMİ VE TURİZM PERSPEKTİFİNDE DEĞERLENDİRİLMESİ**

Dr. Öğr. Üyesi Bilge ÇAVUŞGİL KÖSE, Dr. Öğr. Üyesi Serol KARALAR, Dr. Öğr. Üyesi Işıl USTA..... 980

**OTEL ÇALIŞANLARININ PRESENTEEISM (İŞTE VAR OLAMAMA) DÜZEYLERİNİ BELİRLEMeye YÖNELİK BİR UYGULAMA: FRİGYA BÖLGESİ**

Necip ÖZDEMİR .....	994
<b>TURİZM YÜKSEKÖĞRETİMİNDE SÜREGELEN SORUNLARA YÖNELİK BİR ALANYAZIN DEĞERLEMESİ</b>	
Doç. Dr. Rahman TEMİZKAN, Arş. Gör. Beybala TİMUR .....	1010
<b>İSTANBUL’UN MEDİKAL TURİZM POTANSİYELİNİN GELİŞTİRİLMESİ</b>	
Öğr. Gör. Dr. Fatma Doğanay ERGEN, Doç. Dr. Burhan AYDEMİR.....	1022
<b>MANİSA’DA MEDİKAL TURİZM POTENSİYELİNİN İNCELENMESİ</b>	
Arş. Gör. Selim KIROVA, Prof. Dr. Mustafa TEPECİ, Arş. Gör. Zehra Gökçe SEL .....	1036
<b>PAZARLAMADA HİZMET KALİTESİ UNSURLARININ WEB SİTELERİ ÜZERİNDEN İLETİMİ: MARİNALAR ÜZERİNDE BOYLAMSAL BİR ARAŞTIRMA</b>	
Doç. Dr. Aykan CANDEMİR, Arş. Gör. Dr. Ali Erhan ZALLUHOĞLU, Arş. Gör. Cihat KARSLI.....	1048
<b>TURİSTLERİN RESTORAN TERCİHİNDE DİKKATE ALDIĞI SAĞLIK İLE İLGİLİ FAKTÖRLERİN DEĞERLENDİRİLMESİ</b>	
Prof. Dr. Kurtuluş KARAMUSTAFA, Arş. Gör. Pembe ÜLKER.....	1058
<b>SAĞLIK TURİZMİ ÇERÇEVESİNDE TURİSTİK BİR ÜRÜN OLARAK YEREL YİYECEKLERİN KULLANILMASI</b>	
Prof. Dr. Kurtuluş KARAMUSTAFA, Arş. Gör. Mustafa ÜLKER .....	1080
<b>ENGELLİ BİREYLERİN OTEL İŞLETMELERİNDE KARŞILAŞTIKLARI SORUNLAR</b>	
Dr. Öğr. Üyesi Gülay BULGAN, Öğr. Gör. Ramazan ARSLAN, Doç. Dr. Şirvan ŞEN DEMİR .....	1097
<b>ÇALIŞANLARIN ÖRGÜTSEL ADALET ALGILARI VE İŞ MOTİVASYONLARI ARASINDAKİ İLİŞKİ: AFYONKARAHİSAR’DA BAZI TERMAL OTELLERDE BİR ARAŞTIRMA</b>	
Dr. Öğr. Üyesi Hayrettin ERTAN, Dr. Öğr. Üyesi Mehmet DEMİRTAŞ..	1112
<b>TERMAL OTELLERDE HİZMET KALİTESİNİN AHP VE TOPSİS YÖNTEMLERİ İLE DEĞERLENDİRİLMESİ</b>	
Dr. Öğr. Üyesi Burcu ILGAZ YILDIRIM, Prof. Dr. Mustafa GÜLMEZ..	1124
<b>MOLEKÜLER GASTRONOMİNDE YENİ MUTFAK AKIMI: NBN (NOTE-BY-NOTE) MUTFAK</b>	
Arş. Gör. İbrahim ÇİFÇİ, Dr. Öğr. Üyesi Şehnaz DEMİRKOL .....	1142

**AKADEMİSYEN KÜLTÜR TURİSTLERİNİN OPTİMUM  
GÜDÜLENME DÜZEYLERİ VE DESTİNASYON TERCİHLERİ**

Emine ŞİMŞEK EVREN, Dr. Öğr. Üyesi Savaş EVREN, Prof. Dr. A. Celil  
ÇAKICI ..... 1154

# YEREL YEMEK TÜKETİM MOTİVASYONLARININ TURİSTLERİN TEKRAR ZİYARET NİYETİNE ETKİSİ: ADANA'YI ZİYARET EDEN YERLİ TURİSTLER ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

**Dr. Ozan GÜLER**

*Mersin Üniversitesi, Turizm Fakültesi  
ozanguler@mersin.edu.tr*

**Elanur ŞAHİN**

*Yüksek Lisans Öğrencisi, Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü  
elanursahin94@gmail.com*

**Doç. Dr. Gürkan AKDAĞ**

*Mersin Üniversitesi, Turizm Fakültesi  
gurkanakdag@mersin.edu.tr*

## ÖZET

Bu çalışmanın amacı, yerli turistlerin yerel yemek tüketim motivasyonlarının destinasyonları tekrar ziyaret etmelerine olan etkilerini belirlemektir. Araştırmanın örneklem grubu 2018 yılı Ocak-Temmuz ayları arasında Adana'yı ziyaret eden ve yerel yemek tüketen yerli turistlerden oluşmaktadır. Kim ve Eves (2012) tarafından geliştirilen 24 maddeli yerel yemek tüketim motivasyonu ve 6 maddeli tekrar ziyaret niyetine yönelik ifadelerin bulunduğu anket belirtilen tarihlerde toplam 523 kişiye yüz yüze uygulanmıştır. 464 geçerli anket üzerinden gerçekleştirilen analizler neticesinde bireylerin yerel yemek tüketim motivasyonlarının heyecan arayışı, kültürel deneyim, duyuşsal çekicilik ve sağlık beklentisi boyutları adı verilen toplam 4 faktör altında toplandığı sonucuna ulaşılmıştır. Regresyon analizi neticesinde yerel yemek tüketim motivasyonlarının katılımcıların hem kısa hem de uzun dönemli tekrar ziyaret niyetlerine olumlu yönde etkide bulunduğu anlaşılmaktadır. Bulgular dikkatle incelendiğinde sağlık beklentisi ve kültürel deneyimin hem kısa hem de uzun dönemli tekrar ziyarete anlamlı etki eden ortak faktörler olduğu görülmüştür.

**Anahtar Kelimeler:** Yerel yemek, tekrar ziyaret düşüncesi, yerli turistler, Adana

## 1.GİRİŞ

Fizyolojik bir ihtiyaç olan yemek yeme, insanoğlunun var olduğu günden bu yana devam eden, hayatın merkezinde var olan bir kavramdır. Ancak, yemek yeme eylemi günümüzde fizyolojik ihtiyacın ötesinde; kültürel bir etkileşim, toplumsal bir olgu ve bireysel ilişkileri düzenleyici bir faaliyet olarak kabul edilmektedir. Yerel yemek deneyimleme olarak isimlendirilen ve bireylerin ziyaret ettikleri coğrafyalardaki farklı yemekleri tüketmelerine yönelik davranışları son yıllarda sıklıkla karşılaşılan turistik bir aktivite haline gelmiştir. Özellikle sosyal medya

kullanımının artması ve yerel yemeklerin bilinirliğinin hızla gelişmesi neticesinde günümüzde tüm dünyada bireyler farklı destinasyonlarda yerel yemekler deneyimlemek amacıyla seyahat etmektedirler.

Bu çalışmanın amacı, Adana'yı ziyaret eden yerli turistlerin yerel yemek tüketim motivasyonlarını belirlemek ve bu motivasyonlar neticesinde ortaya çıkan destinasyona yönelik tekrar ziyaret düşüncesini açıklayabilmektir. Çalışmanın uygulama alanı Türkiye ölçeğinde yerel yemekleri ile öne çıkan bir destinasyon olarak kabul edilen Adana ildir. Bu anlamıyla çalışmanın gerçekleştirildiği sahanın bilimsel açıdan orijinal bir yapısının olduğunu söylemek de mümkündür.

## **2.LİTERATÜR**

Alanyazın incelendiğinde bireylerin yerel yemek tüketim motivasyonlarına yönelik farklı çalışmalara rastlamak mümkündür. Yerel yemek tüketim davranışlarının teoriler perspektifinden incelenmesi (Ryu & Jang, 2006; Kim vd., 2009; Kocabulut & Kılıçarslan, 2018), tarımsal üretim ve yerel yemek tüketim tercihleri (Torres, 2002), yerel yemekler ile destinasyon sadakati ve markalaşma (Horng vd., 2012; Çalışkan, 2013; Erkmén, 2018) ve yerel yemeklerin sürdürülebilirlik ile ilişkisi (Sims, 2009; Motlagh vd., 2015) konu ile ilgili sıklıkla karşılaşılan çalışma başlıkları arasında yer almaktadır.

Yerel yemek tüketim davranışları ile ilgili başlıca çalışmalarda; Smith ve diğerleri (2010), yerel yiyeceklerin turistik motivasyonlar açısından önemli bir itici faktör olduğunu belirttikleri çalışmalarında, yerel yemek tüketim isteğinin başlı başına bir turistik çekicilik yaratabilecek faktör olduğunu öne sürmüşlerdir. Motlagh ve diğerleri (2015), İran'da yerel yemek üretim ve tüketimine yönelik gerçekleştirdikleri çalışmalarında; yerel yemeklerin toplumsal kültürün aktarımı açısından son derece önemli olduklarını ve yerel yemek tüketim davranışının Ortadoğu'da çok uzun yıllara uzanan bir geçmişi olduğunu bulgulamışlardır. Chen ve Huang (2018), yerel yemeklerin bölgesel kalkınma açısından kullanılması ve yerel yemekler sayesinde turistik çekicilik sağlanabileceğini öne sürdükleri çalışmalarında 8 farklı destinasyonda yerel yemek tüketim yaklaşımlarını incelemişlerdir. Çalışma neticesinde iç turizm faaliyetleri açısından yerel yemeklerin çekiciliğinin kullanılabilmesi ve özellikle erkeklerin yerel yemek deneyimleme konusunda daha istekli oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Diğer yandan bireylerin yemek deneyimleri sonrası destinasyonlara yönelik tekrar ziyaret düşüncelerine yönelik çalışmalara da alanyazında sıklıkla rastlanılmaktadır.

Kim (2013), turistik destinasyonlardaki restoran deneyiminin turistlerin yeniden ziyaret eğilimlerine yönelik etkilerini incelediği çalışmada; yemek deneyimi, fiziksel ortam ve genel memnuniyet gibi özelliklerin tekrar ziyaret düşüncesi açısından destekleyici unsurlar

olduğu sonucuna ulaşmıştır. Bayrakçı ve Akdağ (2016), Gaziantep’i ziyaret eden yerli turistler özelinde gerçekleştirdikleri çalışmalarında yerli turistlerin heyecan arayışı, kültürel deneyim, duyuşal çekicilik ve sağlık beklentisi boyutları ile yerel yemek deneyimlerinde bulduklarını ve hem kısa dönem hem de uzun dönemde yerel yemeğin tekrar ziyaret düşünçesine etki ettiği sonucuna ulaşmışlardır. Abdullah ve Lui (2018), Malezya’yı ziyaret eden turistlerin tekrar ziyaret düşünçelerini inceledikleri çalışmalarında; Malezya açısından tekrar ziyaret düşünçesini oluşturan kavramların, ulaşım kolaylığı, eğlence olanakları ve alışveriş vb. gibi başlıklar altında toplandığını, beklenenin aksine yerel yemeklerin ise tekrar ziyaret düşünçesi üzerinde bir etkisi olmadığını bulgulamışlardır. Aşık (2018) ise Ayvalık’ta yerel yemek tüketim motivasyonları ve tekrar ziyaret düşünçesini araştırdığı çalışmasında, yerel mutfak tüketim değeri boyutları ile olumlu tutum, tavsiye etme ve yeniden ziyaret niyeti arasında pozitif ve anlamlı ilişkiler olduğu sonucuna ulaşmıştır.

### **3.YÖNTEM**

Araştırmada genel tarama modellerinden ilişkişel tarama modeli kullanılmıştır. Amacı bakımından keşifsel araştırma türünde tasarlanan çalışmada nicel yaklaşımdan yararlanılmıştır. Araştırmanın evrenini 2018 yılı Ocak ve Temmuz ayları arasında Adana’yı ziyaret eden turistler, örnekleme çerçevesini ise 2018 yılı Ocak ve Temmuz ayları arasında Adana’yı ziyaret eden ve yerel yemek tüketen yerli turistler oluşturmaktadır. Araştırmada tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme yöntemi tercih edilmiştir.

Araştırmada veri toplama aracı olarak Kim ve Eves (2012) tarafından geliştirilen ölçekleri bir araya getirdikleri ve geçerlik ve güvenilirlik analizlerini yaptıkları ölçeklerden yararlanılarak oluşturulan anket kullanılmıştır. Anket dört bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde katılımcıların demografik bilgilerini belirleyen sorular yer almaktadır. İkinci bölümde, 24 maddeden oluşan yerel yemek tüketim motivasyonu ölçeği bulunmaktadır. Üçüncü bölümde 3 maddeden oluşan kısa dönemde tekrar ziyaret niyeti ölçeği yer almaktadır. Son olarak dördüncü bölümde 3 maddeden oluşan uzun dönemde tekrar ziyaret niyeti ölçeği bulunmaktadır. Ölçeklerde bulunan maddelerin tepki kategorileri 5’li Likert derecelemesine tabi tutulmuştur. Anket, yüz yüze temas yöntemi yoluyla Adana’da otobüs terminali ile kebab işletmelerinde ve internet aracılığı ile toplanmıştır. Bu amaç doğrultusunda 523 anket toplanmıştır. Analizler hatalı ve eksik veriler çıkarıldıktan sonra kalan 464 anket üzerinde yapılmıştır. Ölçeklere güvenilirlik analizi, faktör analizi ve regresyon analizi uygulanmıştır.

#### 4.BULGULAR ve TARTIŞMA

Çalışmada yerel yemek tüketim motivasyonu ve tekrar ziyaret niyeti ölçeklerine Cronbach Alfa katsayısı dikkate alınarak güvenilirlik analizi uygulanmıştır. Güvenilirlik analizi sonuçları Tablo 1’de gösterilmektedir. Buna göre yerel yemek tüketim motivasyonu ölçeğinin Cronbach Alfa katsayısı ,939, kısa dönemde tekrar ziyaret niyeti ölçeğinin Cronbach Alfa katsayısı ,903 ve uzun dönemde tekrar ziyaret niyeti ölçeğinin Cronbach Alfa katsayısı ise ,913 olarak hesaplanmıştır. Bu durum ölçeklerin güvenilirliklerinin yüksek olduğunu göstermektedir.

Tablo 1: Ölçeklerin Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Ölçekler Katsayılar	Yerel Yemek Tüketim Motivasyonu	Kısa Dönemde Tekrar Ziyaret Niyeti	Uzun Dönemde Tekrar Ziyaret Niyeti
Madde sayısı	24	3	3
Tüm ölçek için Alfa katsayısı	,939	,903	,913
En küçük ve büyük madde-bütün korelasyon değeri	.452--.742	,699-.871	,751-.878
Negatif madde-bütün korelasyon değeri	Yok	Yok	Yok
Madde silindiğinde Cronbach Alfa’nın aldığı minimum ve maksimum değerler	,935-.939	,806-.948	,831-.933
Hotelling T <sup>2</sup> (F değeri)	30,131	37,274	28,823
Ortalama	4,106	3,677	3,917
Tepki kategorileri	1:Kesinlikle katılmıyorum...5:Kesinlikle katılıyorum		

Tablo 2 yerel mutfak tüketim motivasyonu ölçeğine uygulanan faktör analizi sonucunu göstermektedir. Faktör analizinde, eş kökenliliğin en az 0,500 olmasına (Hair vd., 2010: 122) bir maddenin bir faktöre boyutlanabilmesi için o faktör ile en az ,500’lük yüke sahip olmasına (Büyüköztürk, 2002: 473-474), varimax döndürme tekniğinin kullanılmasına, faktör sayısının tespitinde özdeğeri 1’den büyük olanların kullanılmasına (Kalaycı, 2016: 322), binişik madde durumunda yük farkının ,100’den fazla olmasına ve bir faktörün en az üç maddeden oluşmasına (Çokluk vd., 2010: 223) karar verilmiştir.

Faktör analizi 24 madde üzerinden yapılmıştır. İlk çözümlemede, 2 maddenin eş kökenliliğinin 0,500’ün altında olduğu tespit edilmiş ve ölçekten çıkarılmıştır. 2., 15. ve 17. maddeler binişik madde olmaları sebebiyle ölçekten çıkarılmıştır. 19 madde ile yapılan analizde KMO örneklem yeterliliği %93,8 olarak bulunmuştur. Bartlett Küresellik Testi de (Ki-Kare: 6790,617 s.d:276 p<0.0001) anlamlıdır. Bu iki sonuç verinin faktör analizine uygunluğunu teyit etmektedir (Kalaycı, 2016: 322). Ortaya çıkan dört faktörlü yapı toplam varyansın %67’sini açıklamaktadır. “Heyecan Arayışı” faktörü 7 maddeden oluşmaktadır ve toplam varyansın %24’ünü açıklamaktadır. Toplam varyansın %17’sini

açıklayan “Kültürel Deneyim” faktörü 6 maddeden oluşmaktadır. %14 ile en yüksek üçüncü açıklayıcılığa sahip faktör “Duyusal Çekicilik” faktörüdür. Son sırada ise 3 maddeden oluşan ve toplam varyansın %11’ini açıklayan “Sağlık Beklentisi” gelmektedir.

*Tablo 2: Yerel Yemek Tüketim Motivasyonu Ölçeği Faktör Analizi Sonuçları*

	Eş Köken	Fak. Yük.	Öz değer	Açık varyans	Ort.	Std. sapma	Alfa
<b>I. Heyecan Arayışı (6 Madde)</b>			4,585	24,130	4,179	5,2744	,899
12. Yerel yemek tadımı heyecan vericidir.	,779	,825			4,270	,9239	,873
11. Yerel yemek deneyimi, bana keyif verir.	,799	,819			4,328	,8547	,873
10. Tatilde yerel yemek yemek, beni rahatlatır.	,632	,742			3,903	1,0378	,886
9. Orijinal yerinde yerel yemek deneyimi, beni heyecanlandırır.	,677	,731			4,382	,8956	,882
13. Tatilde yerel yemek tadımı, beni rutin olmaktan uzaklaştırır.	,512	,659			4,009	1,0287	,893
14. Yerel yemek deneyimlerimden herkese bahsetmekten mutlu olurum.	,542	,658			4,159	,9904	,888
16. Seyahat etmek isteyenlere yerel yemek deneyimlerim hakkında tavsiyede bulunmak isterim.	,545	,608			4,200	,9437	,889
<b>II. Kültürel Deneyim (6 Madde)</b>			3,345	17,604	4,162	4,3227	,873
4. Yerel yemek deneyimi, normalde göremeyeceğim şeyleri anlamama olanak sağlar.	,646	,752			3,851	1,0105	,861
3. Yerel yemek deneyimi, yerel kültürle ilgili yeni şeyler keşfetmeye olanak sağlar.	,715	,744			4,308	,8581	,840
5. Yerel yemek deneyimi, diğer insanların nasıl yaşadığını anlamama olanak sağlar.	,604	,724			3,772	1,0472	,869
7. Yerel yemek deneyimi, farklı kültürler hakkında bilgimi artırmama olanak sağlar.	,723	,701			4,259	,8731	,836
8. Yerel yemek deneyimi, kendi yerinde yendiği zaman otantik, özgün bir deneyim sağlar.	,616	,551			4,438	,8419	,852
6. Yerel yemek deneyimi, geleneksel sunumuyla ayrıcalıklıdır.	,639	,543			4,343	,8750	,851
<b>III. Duyusal Çekicilik (3 Madde)</b>			2,681	14,113	4,323	2,3988	,821
18. Tatilde yediğim yerel yemeğin güzel kokması önemlidir.	,745	,818			4,333	,9163	,716
20. Tatilde yediğim yerel yemeğin görüntüsünün güzel olması önemlidir.	,678	,782			4,143	1,0103	,813
19. Tatilde yediğim yerel yemeğin tadının güzel olması önemlidir.	,757	,779			4,492	,8616	,737
<b>IV. Sağlık Beklentisi (3 Madde)</b>			2,244	11,812	3,495	2,8411	,821
24. Yerel yemek sağlıklıdır.	,811	,877			3,309	1,1466	,698
22. Yerel yemek besleyicidir.	,796	,847			3,414	1,1172	,722
23. Yerel yemek, yerel bir alanda üretilen çok sayıda taze malzemeler içerir.	,637	,672			3,761	1,0438	,827
<p>Faktör çıkarma metodu: Temel bileşenler analizi; Döndürme metodu: Varimax  Kaiser-Meyer-Olkin Örnekleme Yeterliliği: %92,3;  Bartlett's Küresellik Testi için Ki-Kare: 5272,550 s.d:171 p&lt;0.0001;  Açıklanan toplam varyans: %67,659; Genel Ortalama: 4,106 Ölçeğin tamamı için güvenilirlik katsayısı: ,939  Tepki kategorileri: 1: Hiç katılmıyorum,...5:Kesinlikle katılıyorum  *Madde silindiğinde ilgili faktörün güvenilirlik katsayısıdır.</p>							

Tablo 3 kısa dönemde tekrar ziyaret niyeti ölçeğine uygulanan faktör analizi sonucunu göstermektedir. Analiz neticesinde, KMO örneklem yeterliliği %69,7 olarak bulunmuştur. Bartlett Küresellik Testi de (Ki-



Kare: 1082,575 s.d:3 p<0.0001) anlamlıdır. Bu iki sonuç verinin faktör analizine uygunluğunu teyit etmektedir (Kalaycı, 2016: 322). Tek faktörden oluşan yapı, toplam varyansın %84'ünü açıklamaktadır.

*Tablo 3: Kısa Dönemde Tekrar Ziyaret Niyeti Ölçeği Faktör Analizi Sonucu*

	Eş kökenlilik	Yük	Öz değer	Varyans	Alfa	Ort.	Std. Sapma
<b>I.Kısa Dönemde Adana'yı Tekrar Ziyaret Niyeti (3 Madde)</b>			2,514	83,816	,903	3,903	3,7094
1.1 yıldan kısa bir zaman içinde Adana'yı tekrar ziyaret etmek ilgimi çeker.	,724	,851			,948*	3,903	1,2424
2.1 yıldan kısa bir zaman içinde Adana'yı tekrar ziyaret etme olasılığım var.	,894	,945			,808	3,636	1,3813
3.1 yıldan kısa bir zaman içinde Adana'yı tekrar ziyaret etmeyi planlıyorum.	,897	,947			,806	3,491	1,4218
<p>Faktör çıkarma metodu: Temel bileşenler analizi; Döndürme metodu: Varimax  Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterliliği: %69,7;  Bartlett's Küresellik Testi için Ki-Kare: 1082,575 s.d:3 p&lt;0.0001;  Açıklanan toplam varyans: %83,816; Genel Ortalama: 3,677 Ölçeğin tamamı için güvenilirlik katsayısı: ,903  Tepki kategorileri: 1: Hiç katılmıyorum,...5:Kesinlikle katılıyorum  *Madde silindiğinde ilgili faktörün güvenilirlik katsayısıdır.</p>							

Tablo 4 uzun dönemde tekrar ziyaret niyeti ölçeğine uygulanan faktör analizi sonucunu göstermektedir. İşlemler 3 madde üzerinde gerçekleştirilmiştir. Yapılan analizde KMO örneklem yeterliliği %72,3 olarak bulunmuştur. Bartlett Küresellik Testi de (Ki-Kare: 1073,427 s.d:3 p<0.0001) anlamlıdır. Bu iki sonuç verinin faktör analizine uygunluğunu teyit etmektedir (Kalaycı, 2016: 322). Ölçek tek faktör oluşturmuştur ve toplam varyansın %85'ini açıklamaktadır.

*Tablo 4: Uzun Dönemde Tekrar Ziyaret Niyeti Ölçeği Faktör Analizi Sonucu*

	Eş kökenlilik	Yük	Öz değer	Varyans	Alfa	Ort.	Std. Sapma
<b>II.Uzun Dönemde Adana'yı Tekrar Ziyaret Niyeti (3 Madde)</b>			2,561	85,353	,913	3,917	3,3854
1.1 yıldan uzun bir zaman içinde Adana'yı tekrar ziyaret etmek ilgimi çeker	,777	,882			,933*	4,037	1,1463
2.1 yıldan uzun bir zaman içinde Adana'yı tekrar ziyaret etme olasılığım var	,898	,948			,831	3,955	1,1885
3.1 yıldan uzun bir zaman içinde Adana'yı tekrar ziyaret etmeyi planlıyorum	,885	,941			,849	3,759	1,3267
<p>Faktör çıkarma metodu: Temel bileşenler analizi; Döndürme metodu: Varimax  Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterliliği: %72,3;  Bartlett's Küresellik Testi için Ki-Kare: 1073,427 s.d:3 p&lt;0.0001;  Açıklanan toplam varyans: %85,353; Genel Ortalama: 3,917 Ölçeğin tamamı için güvenilirlik katsayısı: ,913  Tepki kategorileri: 1: Hiç katılmıyorum,...5:Kesinlikle katılıyorum  *Madde silindiğinde ilgili faktörün güvenilirlik katsayısıdır.</p>							

Tablo 5 yerel yemek tüketim motivasyonu boyutlarının kısa dönemde Adana'yı tekrar ziyaret niyeti üzerine etkisini inceleyen regresyon analizi sonucu göstermektedir. Analiz sonuçlarına göre oluşturulan model anlamlıdır (F: 11,509,  $p<0.0001$ ). Yerel yemek tüketim motivasyonu boyutları kısa dönemde Adana'yı tekrar ziyaret niyetinin %8,3'ünü açıklamaktadır. Modelin çoklu bağlantı istatistikleri incelendiğinde (Tolerans: ,456-,750; VIF: 1,334-2,193; CI: 1,000-23,595 aralığında) çoklu bağlantı sorunu yaşanmadığı tespit edilmiştir. Yerel yemek tüketim motivasyonu boyutlarından kültürel deneyim ve sağlık beklentisi boyutlarının kısa dönemde Adana'yı tekrar ziyaret niyeti üzerine olumlu ve anlamlı etkileri bulunmaktadır ( $p\leq 0.05$ ). Kültürel deneyim boyutunda oluşabilecek bir birimlik artış kısa dönemde Adana'yı tekrar ziyaret niyetinde ,182 birimlik artışa, sağlık beklentisi boyutunda oluşabilecek bir birimlik artış kısa dönemde Adana'yı tekrar ziyaret niyetinde ,161 birimlik artışa yol açmaktadır. Yerel yemek tüketim motivasyonu boyutlarından duyuşal çekicilik ve heyecan arayışı boyutlarının ise kısa dönemde Adana'yı tekrar ziyaret niyeti üzerine etkisi bulunmamaktadır ( $p>0.05$ ).

*Tablo 5: Yerel Yemek Tüketim Motivasyonu Boyutlarının Kısa Dönemde Adana'yı Tekrar Ziyaret Etme Niyetine Etkisi*

	Standardize edilmemiş katsayılar		Standar dize edilmiş katsayılar	t-değeri	Anlam düzeyi	Tolerans	VIF	CI
	B	Std. Hata						
(Sabit)	1,569	,371		4,235	,000			1,000
Heyecan Arayışı	,046	,107	,028	,435	,664	,469	2,130	10,836
Kültürel Deneyim	,312	,113	,182	2,757	,006	,456	2,193	16,110
Duyusal Çekicilik	-,028	,083	-,018	-,334	,739	,695	1,438	17,406
Sağlık Beklentisi	,210	,067	,161	3,135	,002	,750	1,334	23,595
Bağımlı Değişken: Kısa Dönemde Adana'yı Tekrar Ziyaret Niyeti; ; R: ,302 R <sup>2</sup> : ,091; Düzeltilmiş R <sup>2</sup> : ,083 Model için F: 11,509, $p<0.0001$								

Tablo 6 yerel yemek tüketim motivasyonu boyutlarının uzun dönemde Adana'yı tekrar ziyaret niyeti üzerine etkisini inceleyen regresyon analizi sonucu göstermektedir. Analiz sonuçlarına göre oluşturulan model anlamlıdır (F: 17,124,  $p<0.0001$ ). Yerel yemek tüketim motivasyonu boyutları uzun dönemde Adana'yı tekrar ziyaret niyetinin %12,2'sini açıklamaktadır. Modelin çoklu bağlantı istatistikleri incelendiğinde (Tolerans: ,456-,750; VIF: 1,334-2,193; CI: 1,000-23,595 aralığında) çoklu bağlantı sorunu yaşanmadığı tespit edilmiştir. Heyecan arayışı boyutunda oluşabilecek bir birimlik artış uzun dönemde Adana'yı tekrar

ziyaret niyetinde ,128 birimlik artışa, kültürel deneyim boyutunda oluşabilecek bir birimlik artış uzun dönemde Adana'yı tekrar ziyaret niyetinde ,127 birimlik artışa ve sağlık beklentisi boyutunda oluşabilecek bir birimlik artış uzun dönemde Adana'yı tekrar ziyaret niyetinde ,176 birimlik artışa yol açmaktadır ( $p \leq 0.05$ ). Yerel yemek tüketim motivasyonu boyutlarından duyuşal çekicilik boyutunun ise uzun dönemde Adana'yı tekrar ziyaret niyeti üzerine etkisi gözlenmemiştir ( $p > 0.05$ ).

*Tablo 6: Yerel Yemek Tüketim Motivasyonu Boyutlarının Uzun Dönemde Adana'yı Tekrar Ziyaret Etme Niyetine Etkisi*

	Standardize edilmemiş katsayılar		Std. edilmiş katsayılar	t-değ.	Anlam düzeyi	Tolerans	VIF	CI
	B	Std. Hata	Beta					
(Sabit)	1,489	,331		4,502	,000			1,000
Heyecan Arayışı	,192	,095	,128	2,019	,044	,469	2,130	10,836
Kültürel Deneyim	,200	,101	,127	1,977	,049	,456	2,193	16,110
Duyuşal Çekicilik	,014	,074	,010	,191	,849	,695	1,438	17,406
Sağlık Beklentisi	,210	,060	,176	3,497	,001	,750	1,334	23,595
Bağımlı Değişken: Uzun Dönemde Adana'yı Tekrar Ziyaret Niyeti; ; R <sub>0</sub> .,360 R <sup>2</sup> .,130; Düzeltilmiş R <sup>2</sup> .,122 Model için F:17,124, $p < 0.0001$								

## SONUÇ VE ÖNERİLER

### Kuramsal Çıkarımlar

Araştırmanın alanyazın için değerli bulgular ürettiği söylenebilir. Bu bulguların ilki, yerel yemek motivasyonunun tekrar ziyaret niyetine etkisinde, motivasyon unsurlarının anlamlı etkisinin zamana göre farklılaşmış olmasıdır. Örneğin, “heyecan arama” boyutu, kısa dönemli tekrar ziyaret için anlamlı etki yaratmazken, uzun vadede katılımcıların tekrar ziyaret eğilimi için önem arz etmektedir. Bir diğer önemli bulgu, yerel yemek motivasyon unsurlarının tekrar ziyarete etkisinde zamana göre farklılaşmayan boyutların neler olduğunun görülmesidir. Buna göre, sağlık arayışı ve kültürel deneyim motivasyonları hem kısa hem de uzun vadeli tekrar ziyaret niyetinde anlamlı etkiye sahip iken ( $p \leq 0.05$ ) duyuşal çekicilik motivasyonu her iki tekrar ziyaret eğilimi için de anlamlı etki ortaya koymamıştır ( $p > 0.05$ ). Son olarak ise alanyazındaki önceki çalışmalarda tekrar ziyaret eğilimi, sadakat ve imaj gibi boyutlara etkisi bakımından soru işareti taşıyan “sağlık beklentisi” isimli yerel yemek motivasyon boyutu, bu çalışmada hem kısa hem de uzun vadeli tekrar ziyaret niyetinde anlamlı etki ortaya koymuştur ( $p \leq 0.05$ ). Bu bulguların alanyazında gerçekleştirilecek gelecek çalışmalara ışık tutması beklenmektedir.

## **Uygulamaya Dönük Çıkarımlar**

Günümüzde yerel yemek deneyimleme arzusu bireylerde başlıca turistik motivasyon faktörü olabilmekte ve bireyler yerel yemekleri deneyimlemek için uzun zaman ve bolca para harcayabilmektedirler. Adana'yı ziyaret eden yerli turistler bağlamında gerçekleştirilen bu araştırmada her ne kadar yemek motivasyonları katılımcıların tekrar ziyaretlerini büyük oranlarda açıklamasa da uygulayıcılara yönelik çeşitli çıkarımlar sunmaktadır. Bunların başında da katılımcıların yerel yemek noktasında kültürel deneyime ve sağlık beklentisine attıkları önem gelmektedir. Katılımcıların yerel yemek deneyimlerinden elde ettikleri kültürel deneyim ve sağlıklı yemek algısı arttıkça, tekrar ziyaret eğilimlerinin artması, en başta yöresel yemek sunan yiyecek-içecek işletmelerinin dikkate alması gereken bir konudur. Kültürel deneyim ile tattığı lezzetin tarihini öğrenmek isteyen katılımcılar aynı zaman da hazır yemeklerin aksine önemli bir çaba ve birikim ile hazırlanan yerel yemeklerin sağlıklı olmasına önem atfetmektedir. Buradan hareketle yerel lezzetlerin gelenekselliğinin korunmasına ek olarak sağlıklı olduğuna yönelik misafirlere bilgilendirmelerin yapılması faydalı olacaktır.

## **Akademik Öneriler**

Bu araştırmanın bulgularından ve kısıtlarından hareketle benzer konuda farklı araştırmalar tasarlanabilir. Örneğin, yerel yemek deneyimlerinin turistlerin tekrar ziyaret eğilimine etkisi, birbirine benzer yemek kültürlerine sahip destinasyonlar bağlamında karşılaştırmalı olarak araştırılabilir. Araştırmalar yerli ve yabancı turistler kapsamında karşılaştırılarak, benzeşen ve farklılaşan noktalar tespit edilebilir. Araştırma kapsamına alınacak katılımcılar ulusal ya da uluslararası yemek festivallerine katılan katılımcılar arasından seçilebilir. Ek olarak tüketici sadakati tekrar ziyaret eğilimi gibi tek boyutla ele alınmak yerine, tavsiye eğilimi ve olumlu ağızdan kulağa iletişim gibi diğer boyutlar ile de ele alınabilir.

## **KAYNAKÇA**

Abdullah, S. I. N. W., & Lui, E. (2018). Satisfaction Drivers And Revisit Intention of International Tourists in Malaysia, *Journal of Tourism, Hospitality and Environment Management*, 3(9), 1-13.

Aşık, N. A. (2018). Turistlerin Yerel Mutfak Tüketim Değeri Boyutlarının Destinasyona Yönelik Olumlu Tutum, Tavsiye Etme ve Tekrar Ziyaret Etme Niyetine Etkisi, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 6/2, 548-562.

Bayrakçı, S. & Akdağ, G. (2016). Yerel Yemek Tüketim Motivasyonlarının Turistlerin Tekrar Ziyaret Eğilimlerine Etkisi:

Gaziantep’i Ziyaret Eden Yerli Turistler Üzerine Bir Araştırma, *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 27, 1, 96-110.

Büyüköztürk, Ş. (2002). Faktör Analizi: Temel Kavramlar Ve Ölçek Geliştirmede Kullanımı. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, Sayı: 32, 470-478.

Chen, Q. & Huang, R (2018) Local food in China: A Viable Destination Attraction, *British Food Journal*, 120,1, 146-157, <https://doi.org/10.1108/BFJ-03-2017-0135>

Çalışkan, O. (2013). Gastronomic Identity in Terms of Destination Competitiveness and Travel Motivation. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1(2), 39-51.

Çokluk, O., Şekercioğlu, G. & Büyüköztürk, Ş. (2010). Sosyal Bilimler İçin Çok Değişkenli SPSS Ve LISREL Uygulamaları. *Ankara: Pegem Akademi*.

Erkmen, E. (2018). Yerel Mutfak Deneyiminin Tüketici Temelli Destinasyon Marka Denklğine Etkisi, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 6/2, 143-162.

Hair, J. F. Jr., Black, W. C., Babin, B. J. & Anderson, R. E. (2010). “Multivariate data analysis (7th ed.)” Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

Hornig, J. S., Liu, C. H., Chiu, H. Y., & Tsai, C. Y. (2012). The role of international tourist perceptions of brand equity and travel intention in culinary tourism. *The Service Industries Journal*, 32(16), 2607-2621.

Kalaycı, Ş. (2016). SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri. *Ankara: Detay Yayıncılık*.

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

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

Kim, D. C. (2013). *The Influence of Restaurant Experience at a Tourist Destination on Revisit Intention*. Head of the Graduate Program. West Lafayette: Purdue Üniversitesi.

Kocabulut, Ö. & Kılıçarslan, D. (2018). Turistlerin Yerel Yiyecek Tüketme ve Satın Alma Davranışları Üzerine Kavramsal Bir Çalışma, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 6/1, 213-227.

Motlagh, B.P., Koocheki, A., Mahallati, M.N. & Ramezani, M. (2015). Local Food Production and Consumption in Iran, *International Journal of Plant Research*, 1,2, 54-66.

Ryu, K. & Jang, S. (2006). Intention to experience local cuisine in a travel destination: the modified theory of reasoned action. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 30(4), 507-516.

Smith, S., Costello, C., & Muenchen, R. A. (2010). Influence of push and pull motivations on satisfaction and behavioral intentions within a culinary tourism event. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 11(1), 17-35.

Sims, R. (2009). Food, place and authenticity: local food and the sustainable tourism experience. *Journal of sustainable tourism*, 17(3), 321-336.

Torres, R. (2002). Toward a better understanding of tourism and agriculture linkages in the Yucatan: tourist food consumption and preferences. *Tourism Geographies*, 4(3), 282-306.