



## Gastronomi Turizminde Gelişmişlik Göstergeleri Ölçeği: Geliştirilmesi, Geçerliliği ve Güvenilirliği<sup>1</sup> (Gastronomy Tourism Development Indicator Measures: Development, Validity and Reliability)

\*Sibel OĞUZ<sup>a</sup> , Kamil UNUR<sup>b</sup> 

<sup>a</sup>Adana Science and Technology University, Faculty of Tourism, Department of Tourism Management, Adana/Turkey

<sup>b</sup>Mersin University, Faculty of Tourism, Department of Tourism Management, Mersin/Turkey

### Makale Geçmişi

Gönderim

Tarihi:24.11.2017

Kabul Tarihi:26.03.2018

### Anahtar Kelimeler

Gastronomi

Gastronomi turizmi

Ölçek geliştirme

Gastronomi turizmi gelişmişlik göstergeleri ölçeği

### Öz

Ülkeleri, bölgeleri ve hatta destinasyonları diğerlerinden ayıran ve rekabet avantajı sağlayabilen ürünler gastronomi ürünleridir. Ancak, sadece gastronomi ürünlerinin varlığı ve çeşitliliği bölgeyi turistler tarafından tercih edilen bir varış yeri yapmak için yeterli olmamakta, gastronomi turizminin gelişimi için tüm paydaşların ve bölge gastronomi imajının da bu hedeflere ulaşmada destekleyici unsurlar olması gerekmektedir. Bu nedendir ki gastronomi turizmi gelişmişlik düzeyinin tespiti stratejik bir öneme sahiptir. Bu çalışmada, gastronomi turizmi gelişmişlik düzeyini ölçmede kullanılabilir bir ölçme aracı geliştirilmiştir. Öncelikle literatürden elde edilen 53 maddelik ölçek katılıyorum/katılmıyorum şeklinde düzenlenmiştir. Amaç her bir sorunun geçerliliğinin analiz edilmesidir. Türkiye’de gastronomi konusunda uzmanlıkları ile ön plana çıkan isimlerden, turizm eğitimi veren üniversitelerde yiyecek içecek konusunda uzmanlaşmış akademisyenlerden, gastronomi ve gastronomi turizmi hakkında detaylı bilgiye sahip olduğu düşünülen “gastronomi uzmanı” olarak varsayılan katılımcılara gönderilmiştir. 15.01.2015 ile 06.09.2015 tarihleri arasında toplam 300 katılımcıya ulaştırılmış ve 121 (n=121) katılımcıdan toplanan veriler analiz edilerek 64 maddelik gastronomi turizmi gelişmişlik göstergeleri tespit edilmiştir. 64 maddelik ölçek 10.09.2015 ile 10.11.2015 tarihleri arasında 62 kişi ile yüz yüze görüşme yapılarak ön teste tabi tutulmuştur. Son olarak temel araştırma verileri gastronomi turizmine ilişkin stratejilerin geliştirilmesinde karar alma mekanizmalarını etkileme güçleri dikkate alınarak paydaşlardan en az bir kişinin bu konuda uzman olduğu varsayılarak 290 katılımcı ile yüz yüze ve 42 katılımcı (n=332) ile web tabanlı anket uygulaması şeklinde yedi ilde uygulanmıştır. Elde edilen veriler faktör analizine tabi tutularak 46 maddeden oluşan 12 faktör elde edilmiştir. Geçerlik çalışması söz konusu ölçeğin gastronomi turizminde gelişmişlik düzeyini ölçmede kullanılabilir, geçerli ve güvenilir bir araç olduğu belirlenmiştir.

### Keywords

Gastronomy

Gastronomy tourism

Scale development

Gastronomy tourism development indicators scale

### Abstract

Gastronomic products are products that distinguish countries, regions and even destinations from others and can provide competitive advantage. However, the presence and diversity of gastronomic products alone is not sufficient to make the region a destination of choice for tourists, and all stakeholders and regional gastronomic images for the development of gastronomic tourism need to be supportive in achieving these goals. It is because of this that the determination of the level of gastronomy tourism development has a strategic precaution. In this research, a measurement tool was developed to measure the level of gastronomy tourism development. Between 15.01.2015 and 06.09.2015, a total of 300 participants were reached and the collected data from 121 (n = 121) participants were analyzed and 64-item gastronomic tourism development indicators were determined. The 64-item scale was interviewed face-to-face with 62 people between 10.09.2015 and 10.11.2015. Lastly, the basic research was applied seven times in the form of a web-based survey with face-to-face and 42 participants (n = 332) with 290 participants, assuming that at least one of the stakeholders was expert in this regard, taking into account the power of decision-making mechanisms in developing gastronomic tourism strategies. The obtained data were subjected to factor analysis and 12 factors of 46 items were obtained. The validity study has been determined to be a valid and reliable tool that can be used to measure the level of development in gastronomy tourism.

\* Sorumlu Yazar.

E-posta: [soguz@adanabtu.edu.tr](mailto:soguz@adanabtu.edu.tr) (S. Oğuz)

<sup>1</sup>Bu çalışma, Sibel Oğuz’un “Gastronomi Turizminde Stratejik Gelişme: Doğu Akdeniz Bölgesi Perspektifi” adlı yayınlanmamış doktora tezinden derlenmiştir.