

## Planlı Davranış Teorisi Çerçevesinde Turistlerin Gastronomi Festivallerine Katılma Niyeti (The Intention of Tourists to Participate in Gastronomy Festivals Within the Framework of Theory of Planned Behavior)

\* Sedef Ece BATİBEKİ<sup>a</sup> , Oğuz TAŞPINAR<sup>b</sup> 

<sup>a</sup> Çanakkale Onsekiz Mart University, School of Graduate Studies, Department of Tourism Management, Çanakkale/Turkey

<sup>b</sup> Çanakkale Onsekiz Mart University, Faculty of Tourism, Department of Gastronomy and Culinary Arts, Çanakkale/Turkey

### Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi:14.06.2021

Kabul Tarihi:04.08.2021

### Anahtar Kelimeler

Planlı davranış teorisi

Gastronomi

Festival

Niyet

### Öz

Türkiye, yerel lezzetler bakımından çok geniş bir mutfak ağı ve kültürüne sahiptir. Bölgeler, yerel tatlar ve pişirme teknikleri açısından da oldukça ilgi çekicidir. Günümüzde seyahatleri boyunca gidecekleri yörenin yemek kültürünü önemseyen ve hatta seyahatlerini bu yiyeceklere göre şekillendirebilen turistlerin var olması, destinasyonlar açısından gastronomi ve gastronomi turizminin önemini arttırmıştır. Bu anlamda gastronomi turizmi kapsamında değerlendirilen festivaller gastronominin pazarlanması açısından da ilgi çekici hale gelmiştir. Turist profillerinin belirlenmesi ve davranış şekillerinin bilinmesinin destinasyonlar açısından pazarlama faaliyetlerinin etkinliğini arttırdığı düşünülmektedir. Araştırma, bireylerin gastronomi festivallerine katılma amaçlı seyahat etme niyeti üzerinde tutumlarının, öznel normlarının ve algıladıkları davranışsal kontrolün ne derecede etkili olduğunu anlamak amacı ile gerçekleştirilmiştir. Çalışmada, daha önce Türkiye’de gastronomi festivallerine katılmış 18 yaş üstü 374 kişiden anket tekniğiyle toplanan veriler analiz edilmiştir. Yapılan çözümlenmeler sonucunda planlı davranış teorisiyle uyumlu olarak, davranışa yönelik tutum, öznel norm ve algılanan davranışsal kontrolün gastronomi festivallerine katılma niyetini pozitif yönde etkilediği tespit edilmiştir. Çözümlenmeler sonucunda ulaşılan çıktıkların akademiye ve sektöre katkı sağlaması beklenmektedir.

### Keywords

Theory of planned behavior

Gastronomy

Festival

Intention

### Abstract

Turkey has a wide culinary culture in terms of local delicacies. The regions are very interesting in terms of local flavors and cooking techniques. The existence of tourists who care about the food culture of the region they will go to during their travels and can even shape their travels according to these foods has increased the importance of gastronomic tourism in terms of destinations. In this sense, festivals evaluated within the scope of gastronomy tourism have become interesting in terms of marketing of gastronomy. It is thought that determining tourist profiles and knowing their behavior patterns increase the effectiveness of marketing activities in terms of destinations. The research was carried out in order to understand how effective the attitudes, subjective norms and perceived behavioral control of individuals on their intention to travel to participate in gastronomic festivals. In the study, data collected by survey technique from 374 people over the age of 18 who had participated in gastronomy festivals in Turkey before were analyzed. As a result of the analysis, it has been determined that the attitude towards behavior, subjective norm and perceived behavioral control positively affect the intention to participate in gastronomy festivals, in line with the theory of planned behavior. It is expected that the outputs obtained as a result of the analyzes will contribute to the academy and the sector.

### Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

\* Sorumlu Yazar

E-posta: sedefbatibeki@gmail.com (S. E. Batibeki)

DOI:10.21325/jotags.2021.870

## GİRİŞ

Toplumsal değerlerin, kimliklerin, ortak tarihin, kültürün ve ideolojilerin kutlandığı çeşitli temalara sahip etkinlikler olan festivaller (Getz, Anderson & Carlsen 2010; Şengül & Genç, 2016) insanlar arasındaki ilişkileri pekiştirirken aynı zamanda yeni kültür ve yaşamlara duyulan ilgi ve merakı körükleyerek insanları gezmeye ve farklı yerleri görmeye teşvik etmektedir. (Çulha, 2008, s.1832). Festival etkinlikleri günümüzde en hızlı büyüme gösteren cazibe merkezleri haline gelmiştir ve bu tip organizasyonlar ev sahibi destinasyona ve bölge halkına önemli getiriler sağlamaktadır. Bu kapsamda son yıllarda gastronomi festivalleri de turizmin gelişiminde en popüler festivaller arasında yerini almıştır (Özbay & Semint, 2020, s.316).

Gastronomi festivalleri, yerel halkın eğlence ve kültürel aktivitelerine katkı sağlamanın yanında, düzenledikleri destinasyonların gelişmesi ve ziyaretçilerin ilgisini çekmek konularında da önemli bir yere sahiptir (Cömert & Çetin, 2017). Günümüzde söz konusu festivaller dünyadaki festivallerin yaklaşık %30'unu oluşturmakta ve sayıları gün geçtikçe artmaktadır (Doğdubay & İlsay, 2016). Gastronomi festivallerine katılan kişilerin gastronomik değerlere dair bilgileri ile ilgilerinin artması, ulaşım, konaklama ve eğlence hizmetlerinin kullanılması gibi hususlar destinasyonlarda turizmin canlanmasına büyük katkı sağlamaktadır. Bu bağlamda gastronomi turistinin davranış motifleri hakkında bilgi sahibi olmak destinasyonlar bakımından etkili olacaktır. Araştırmanın amacı, bireylerin gastronomi festivallerine katılma niyetlerini, Ajzen Modeli olarak da bilinen planlı davranış teorisi kapsamında araştırmak ve elde edilen sonuçlar ışığında akademiye ve sektöre önerilerde bulunmaktır.

## Kavramsal Çerçeve

### Gastronomi Festivalleri

Gastronomi, kültür ile yiyecek-içecek arasında var olan ilişkiyi inceleyen ve iyi yeme içme sanatını araştıran bir bilim dalıdır (Durlu Özkaya & Can, 2012). Ülkelerin kültürlerini tanıma yollarından biri olan mutfak ve ona olan ilgi, bölgelere ait damak zevklerini öğrenme ve bu sayede farklı bir kültüre katılma deneyimini yaşama isteği sonucu gastronomi turizmi ortaya çıkmıştır (Yüncü, 2010; Santich, 2004). Gastronomi turizmi, yiyecek ve içecekler sayesinde ziyaret edilen bölge veya ülkenin kültürünü tanımak için gerçekleştirilen etkinlikler olarak tanımlanmaktadır (Nebioğlu, 2016, s.7). Gastronomi festivalleri ise, yukarıda belirtilen tanımlarla bağlantılı olarak, yerel mutfağı dünya mutfakları ile buluşturan ve bilgi alışverişi sağlamak gayesiyle düzenlenen organizasyonlar olarak tanımlanmaktadır (Büyükkşalvarcı & Akkaya, 2018, s.452).

Gastronomi festivalleri bünyesinde çok çeşitte kültürel varlık, bir kültürü tanıma aracı olma niteliğiyle mutfak, o mutfağa ait yemek, şarap ve tarım ürünleri ana çekim unsurları olarak ortaya konmaktadır. Bu festivaller bira, şarap, deniz ürünleri, kırmızı ve beyaz et ürünleri, özel sebzeler veya bölgeye özgü yemekler üzerine düzenlenebilmektedir (Griffin & Frongillo, 2003; Hall & Sharples, 2003). Hu (2010, s.28)'e göre, günlük hayatın bir parçası olan yiyecekler, bu festivaller vasıtasıyla yerel topluluk ve ziyaretçilere sunulur.

Son yıllarda uluslararası, ulusal ve bölgesel çapta düzenlenen gastronomi festivallerinin sayısında artış olduğu gözlemlenmiştir. Gastronomi festivalleri ile yerel halkın eğlence ve kültür anlayışlarının oluşmasına ortam sağlanmasının yanı sıra destinasyonun gelişimine ve ziyaretçilerin ilgisinin çekilmesine de önemli katkılar sağlanmaktadır. Bu sebeple turizm destinasyonlarında gastronomi festivalleri gittikçe önem kazanmaktadır (Cömert & Çetin, 2017, s.1093).

## Planlı Davranış Teorisi

Planlı davranış teorisi (PDT), Ajzen ve Fishbein tarafından (1975) ortaya konan gerekçeli eylem teorisi (Theory of Reasoned Action)'nin genişletilmiş halidir (Ajzen, 1991, s.181). Gerekçeli Eylem Teorisinde öznel normlar ve tutum niyeti, niyet de davranışı tahmin etmek amacıyla kullanılmıştır. Bu teorinin bireyin kendi kontrolü altındaki durumları açıklamak için yeterli olsa da kendi kontrolü altında olmayan durumlar için yetersiz olduğu düşünülmüştür (Şahin & Solunoğlu, 2019, s.386). Bunun üzerine PDT, bireyin iradi kontrolünün söz konusu olmadığı durumlarda kullanılmak üzere, Gerekçeli Eylem Teorisine Algılanan Davranışsal Kontrol değişkeninin eklenmesi ile geliştirilmiştir (Bailey, 2006).

PDT, belirli bir durumda gerçekleşen insan davranışlarını tahmin etmek ve açıklamak amacıyla tasarlanmış bir davranış teorisidir (Küçük, 2011, s.148). PDT, bireylerin davranışlarını, eyleme geçmeden önceki niyetlerini, bireyin niyetlerini somuta dökerken sahip oldukları tutumlarını, bireyin eyleminde sosyal normun (aile, arkadaş, komşu, yakın çevre) etki ve/veya baskısını ve son olarak da algılanan davranışsal kontrol değişkeninin etkisini incelemektedir (Turan, 2011, s.131). Bireysel niyetler bireylerin davranışlarının büyük ölçüde tahmin edilmesini sağladıkları için PDT'nin temelini oluşturmaktadırlar (Ajzen & Fishbein, 1980; akt. Kement, 2013, s.13).

Tutum, genel anlamda kişinin belirli bir objeye, bir duruma veya başka bir kişiye karşı daha önceki deneyimleri sonucunda oluşturduğu zihinsel bir tavidir (Özkalp & Kirel, 2013, s.105). Tutumlar üç bileşenden oluşmaktadır. Bunlar: bireyin bir nesneye yönelik bilgi ve inançlarını oluşturan bilişsel bileşen; bir nesneye yönelik hisler üzerine temellendirilen duygusal bileşen ve son olarak da tutuma sahip olunan nesneyle ilgili tüketicinin bir şeyler yapma niyetini ifade eden davranışsal bileşendir (Güney, 2000). Davranışa Yönelik Tutum, bir davranışın iyi veya kötü olarak değerlendirilmesidir. Bireyin davranışın sonuçları ile ilgili tahminine ve bu sonuçları nasıl değerlendirdiğine dayanılarak belirlenmektedir (Mercan, 2015, s.6). Bu bilgilerden hareketle davranışa yönelik tutumun gastronomi festivallerine katılma niyetine etkisini belirlemeye yönelik geliştirilen hipotez şu şekildedir:

**Hipotez 1:** Gastronomi festivalleri çerçevesinde, davranışa yönelik tutumun davranışsal niyet üzerinde istatistiksel açıdan anlamlı bir etkisi vardır.

Öznel norm, bireyin davranışı gerçekleştirmesi halinde hissedilen sosyal baskıyı ifade eden bir sosyal etkidir (Ajzen, 1999, s.188). Diğer bir ifadeyle öznel norm, bireyin aile, arkadaş, eş, dost, yakın çevre gibi sosyal gruplarının onun davranışları ile ilgili ne düşüneceği hakkında inançları ve bireyin bu beklentilere ne kadar uyacağı niyetini etkilemektedir (Kağıtçıbaşı & Cemalcılar, 2016, s.141). Bu bilgilerden hareketle, öznel normun gastronomi festivallerine katılma niyetine etkisini belirlemeye yönelik geliştirilen hipotez şu şekildedir:

**Hipotez 2:** Gastronomi festivallerine yönelik öznel normların davranışsal niyet üzerinde istatistiksel açıdan anlamlı bir etkisi vardır.

Algılanan davranışsal kontrol, bireyin söz konusu davranışta bulunmasının ne derece kendi kontrolü altında olduğuna dair inancı olarak açıklanmaktadır (Ajzen, 1991). Algılanan davranışsal kontrol, bireyin belirli bir davranışı gerçekleştirmesine yönelik içsel ve dışsal yeterlilik koşullarının tahminine ve bu koşulların davranışı zorlaştıracığı ya da kolaylaştıracağı inancına dayanılarak ölçülmektedir (Mercan, 2015, s.4). Ayrıca birey ne kadar çok fırsat ve kaynağa sahipse ve bunun aksine ne kadar az engelle karşılaşıyorsa, o bireyin davranış üzerindeki algılanan kontrolü o kadar çok olacaktır (Kocagöz & Dursun, 2010, s.140). Bu değişkenin hem niyet üzerinde hem de direkt olarak

davranış üzerinde etkisi vardır (Ajzen, 1991). Bunun sebebi olarak ise (Ajzen, 1991) tarafından iki mantıklı açıklama sunulmuştur. Bunlardan ilki davranışsal niyetin sabit tutulması durumunda, eyleme ulaşma konusunda harcanan çabanın yoğunluğunun algılanan davranışsal kontrol düzeyi ile birlikte artmasıdır. Davranış ve algılanan davranışsal kontrol arasındaki ilişkinin var olmasının nedenine yönelik ikinci açıklaması ise algılanan davranışsal kontrolün fiili davranışın bir ölçüsü olmasıdır. Bu bilgilerden hareketle algılanan davranışsal kontrolün gastronomi festivallerine katılma niyetine etkisini belirlemeye yönelik geliştirilen hipotez şu şekildedir:

**Hipotez 3:** Gastronomi festivallerine yönelik algılanan davranışsal kontrolün davranışsal niyet üzerinde istatistiksel açıdan anlamlı bir etkisi vardır.

Ajzen (1991) niyeti, kişinin bir davranışı gerçekleştirmek için hissettiği istekliliği ve harcadığı çabanın yoğunluğu olarak tanımlamaktadır. Niyet, bireyler tarafından gelecekte nasıl bir davranış sergileneceğine yönelik öznel yargıları ifade etmektedir (Blackwell, Miniard & Engel, 2006). Planlı Davranış Teorisine göre niyet bir davranışın gerçekleşip gerçekleşmeyeceğini tahmin etmede kullanılmaktadır (Şahin & Solunoğlu, 2019, s.287). Davranışsal niyet, bireyin belirli bir davranışta bulunmasına veya bulunmamasına yönelik eğilimini ifade etmektedir (Doğan, Şen & Yılmaz, 2015, s.6).

Literatürde Planlı Davranış Teorisi çerçevesinde gastronomiye ilişkin araştırmalar incelendiğinde Horng vd. (2013), çalışmalarında Planlı Davranış Teorisi kapsamında gastronomi festivali ziyaretçilerinin davranış modelini incelemişlerdir. Araştırma sonucunda davranışa yönelik tutum ve öznel normun, aile tipi ziyaretçilerin davranışsal niyetlerini önemli ölçüde etkilediği bulunmuştur. Sonuç olarak, festivallere katılma deneyimleri ve bireylerin önem verdiği diğer kişilerin düşünceleri, festivallere katılma veya arkadaşlara tavsiye etme üzerinde önemli iki ana etkidir. Akkuş ve Erdem (2013), PDT çerçevesinde bireylerin sahip oldukları öznel normların, algılanan davranışsal kontrollerinin ve davranışa yönelik tutumlarının yiyecek turistlerinin niyetini ne ölçüde etkilediğini bulmak ve bunun altında yatan inançları tespit etmeyi amaçlamışlardır. Gerçekleştirilen analizler sonucunda davranışa yönelik tutum ve öznel normların davranışsal niyet üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu, fakat algılanan davranışsal kontrolün etkisinin olmadığı tespit edilmiştir. İnançlar boyutunun analiz edilmesi sonucu davranışsal niyet ve normatif inançların davranışa yönelik tutum ve öznel normlar aracılığı ile niyet üzerinde etkisi olduğu belirlenmiştir.

Wu (2014) Çin’li turistlerin özellikle aşına olunmayan, yabancı gıdaları reddetme nedenlerini ve PDT aracılığıyla yiyecek tüketim davranışını incelemiştir. Çalışma bulgularına göre, güvenlik kaygısı, sofrada adabının kabul edilmesi, algılanan iletişim açığı ve yeni gıda denemeye karşı duyulan korku, hizmet kalitesi ve aşına olunmayan etnik yiyecekleri tüketme tutumları davranışsal niyeti önemli ölçüde etkilemektedir. Ayrıca, öznel normların PDT’nin de belirttiği gibi niyet üzerinde etkili olduğu; ancak algılanan davranışsal kontrolün niyet üzerinde bir etkisi olmadığı bulunmuştur. Bir başka çalışmada ise Ünlüönen ve Işın (2018) PDT kapsamında Türkiye’yi ziyaret eden yabancı turistlerin yerel yiyecek tüketimine ilişkin davranışsal niyetlerinin belirlenmesini amaçlamışlardır. Araştırma sonucunda PDT’ye uygun olarak öznel norm, tutum ve algılanan davranışsal kontrolün davranışsal niyete etki ettiği tespit edilmiştir.

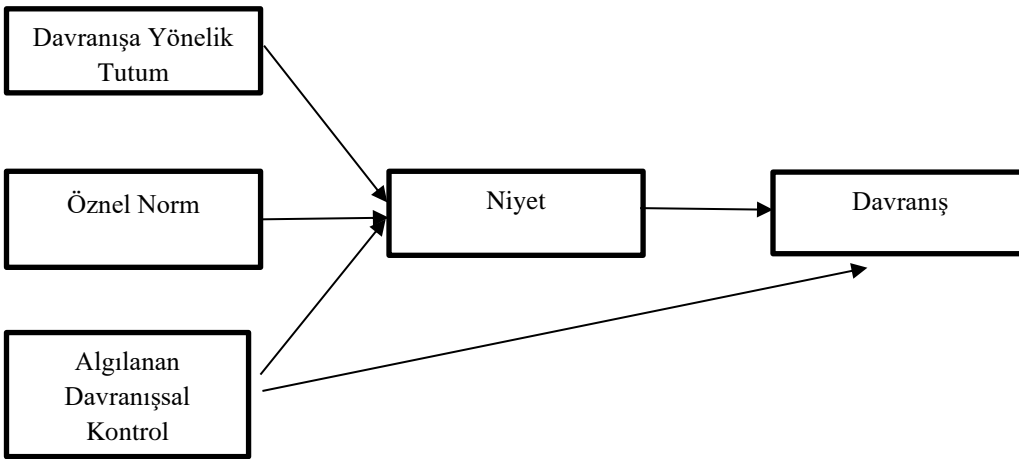
Kurt (2018) çalışmasında PDT’yi temel alarak bağımsız seyahat eden turistlerin seyahatleri süresince sokak yiyeceklerini tüketme niyetini ve ayrıca hedonizmin davranışsal niyet ile tutum arasındaki ilişkide düzenleyici bir rolünün olup olmadığını incelemiştir. Çözümlemeler sonucunda sırasıyla en fazla tutum, algılanan davranışsal kontrol, öznel norm ve de geçmiş deneyimin bağımsız olarak seyahat eden turistlerin sokak yiyeceklerini tüketme

niyetini etkilediği; fakat hedonizmin davranışsal niyet ile tutum arasında düzenleyici bir rolünün olmadığı tespit edilmiştir. Şahin ve Solunoğlu (2019) ise Mersin sokak yemeklerine yönelik tüketim niyetlerinin ve tüketici tutumlarının PDT çerçevesinde incelemişlerdir. Bulgular sonucu, sokak yemeklerini tüketime yönelik algılanan davranışsal kontrol ve öznel norm'un pozitif ve anlamlı yönde etkili olduğu ortaya çıkmış, ancak literatürde yer alan diğer çalışmalardan farklı olarak davranışa yönelik tutumun anlamlı fakat negatif yönde etkili olduğu belirlenmiştir. Kargiglioğlu (2019) çalışmasında PDT bağlamında sokak lezzetlerine yönelik İstanbul'u ziyaret eden turistlerin tekrar ziyaret niyetini ve destinasyon seçimine yönelik davranışsal niyet üzerindeki etkisini belirlemeyi amaçlamıştır. Çalışma sonucunda, öznel normun ve davranışa yönelik tutumun, tekrar ziyaret etme niyetine aynı zamanda da destinasyon seçimine yönelik davranışsal niyete olumlu etkisi olduğu bulunmuştur. Algılanan davranışsal kontrolün ise, destinasyon seçimine ve tekrar ziyaret etme niyetine yönelik davranışsal niyete bir etkisinin olmadığı görülmüştür.

## Yöntem

Araştırma, bireylerin gastronomi festivallerine katılma amaçlı seyahat etme niyeti üzerinde tutumlarının, öznel normlarının ve algıladıkları davranışsal kontrolün ne derecede etkili olduğunu anlamak amacı ile gerçekleştirilmiştir.

Bu kapsamda araştırmanın modeli şu şekildedir:



Araştırma, “*Gastronomi Festivallerine Katılma Niyetinin Planlı Davranış Teorisi Çerçevesinde Değerlendirilmesi*” adlı yüksek lisans tezinden türetilmiştir. Araştırmada kullanılan verilerin toplanabilmesi için gerekli olan etik kurul izin belgesi Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Lisans Üstü Eğitim Enstitüsü Etik Kurulu 29.04.2021 tarihi ve 08/73 sayılı karar numarası ile alınmıştır. Nicel araştırma yönteminin tercih edildiği bu çalışmanın evrenini Türkiye’de daha önce düzenlenen gastronomi festivallerine katılmış olan 18 yaş üstü bireyler oluşturmaktadır. Araştırmada örneklem seçimi olarak olasılığa dayalı olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme tercih edilmiştir. Kolayda örnekleme, ankete gönüllü olarak cevap veren tüm kişilerin örnekleme dahil edilmesi temeline dayanmaktadır (Coşkun vd., 2015, s.139). Bu bağlamda Google Formlar aracılığı ile oluşturulan 385 anket formu, gastronomiyi ve gastronomi festivallerini odak noktası almış sosyal medya grupları ve seyahat acenteleri aracılığıyla dağıtılmış ve daha önce gastronomi festivallerine katılmış bireyler arasından anketi cevaplamaya gönüllü olan katılımcılara uygulanmıştır. Anket formları arasında eksik doldurma ve birden fazla seçeneğin işaretlenmesi sonucu tespit edilen hatalı veriler çıkarılarak, nihai aşamada 374 anket değerlendirmeye alınmıştır. Anket soruları hazırlanırken, makale çalışmasının teorik bölümlerinde açıklanan gastronomi turizmi ve gastronomi festivallerini etkileyen unsurlar göz önünde bulundurulmuştur. Bu anlamda Şaban Kargiglioğlu’nun

(2019) hazırlamış olduğu “Planlı Davranış Teorisi Bağlamında Sokak Lezzetlerinin Destinasyon Seçimi ve Tekrar Ziyaret Etme Niyetine Etkisi: İstanbul İli Örneği” adlı doktora tezinde kullanılan Planlı Davranış Teorisi ölçeği araştırmaya uyarlanmıştır. Ölçek 4 alt boyuttan oluşmaktadır. Bu alt boyutlar: Davranışa Yönelik Tutum, Öznel Norm, Algılanan Davranışsal Kontrol ve Davranışsal Niyet şeklindedir.

Anket formu iki bölüm ve toplamda 21 ifadeden oluşmaktadır. Anket formunun ilk bölümünde 17 farklı ifade bulunmaktadır. Planlı Davranış Teorisinin Davranışa Yönelik Tutum, Öznel Norm, Algılanan Davranışsal Kontrol ve Davranışsal Niyet kavramları için katılımcılardan, 5’li Likert ölçeği kapsamında, anket formunda yer alan ifadeleri değerlendirmişlerdir. Anket formunun ikinci bölümünde, ankete cevap veren katılımcıların karakteristik özelliklerine ilişkin demografik sorular bulunmaktadır.

Verilerin analizinin yapılabilmesi için anket formları önce Excell’e daha sonra uygun kodlamalar yapılarak IBM SPSS 25.0 programına aktarılmıştır. Araştırma kapsamında kullanılan ölçekteki yapıları ortaya çıkarabilmek amacıyla açıklayıcı faktör analizi (AFA) yapılmıştır. AFA yapılmadan önce verilere normal dağılım testi uygulanmıştır, bu kapsamda verilerin çarpıklık-basıklık değerlerine bakılmıştır. Çalışmada kullanılan maddelerin çarpıklık-basıklık değerleri  $\pm 1,5$  olduğu için (Tabachnick & Fidell, 2013, s.79) verilerin normal dağılım gösterdiği kabul edilmiştir. Araştırmada kullanılan ölçeğin Cronbach’s Alfa değeri 0.80’in üzerinde; 0.918 olarak belirlenmiştir. Bu değer, ölçeğin yüksek derecede güvenilir olduğu anlamına gelmektedir (Karagöz, 2018, s. 445). Araştırmada, AFA uygulanabilmesi için ölçekte bulunan madde sayısının en az 10 katı örneklem olması şartı (Comrey & Lee, 1992) sağlanmıştır. Tablo 3.1.’de Planlı Davranış Teorisi ölçeğine ait KMO ve Bartlett Küresellik Testi sonuçları ile AFA ilişkin katsayı değerleri yer almaktadır. KMO değerinin 0,890 olduğu ve Bartlett testine göre yaklaşık ki kare ( $\chi^2$ ) değerinin 10024,401 ve anlamlılık düzeyinin  $p < .001$  olduğu görülmektedir. Söz konusu sonuçlar ölçeğin açıklayıcı faktör analizine (AFA) uygun olduğunu ortaya koymaktadır. Algılanan davranışsal kontrol alt faktörüne ait 29 numaralı madde (Gastronomi festivallerine katılma amacıyla seyahat etmek için gerekli kaynaklara sahip olmadığımı düşünüyorum.) faktör yükü düşük olduğu ve geçerliliği düşürdüğü için analizlere dahil edilmemiştir. Faktör analizi sonucunda, dört faktör ortaya çıkmış ve bu faktörlerin toplam açıklanan varyansı %62.743’tür.

**Tablo. 3.1.** Ölçek Maddelerine Ait Faktör Yükleri, Açıklanan Varyans ve Öz Değerler

	Faktör Yükü	Ortak Varyans Değeri	
<b>Davranışa Yönelik Tutum</b>			
Gastronomi festivallerine katılma amacıyla seyahat etmek sıra dışıdır.	,708	,641	Açıklanan Varyans: 20,621 Öz Değer: 5,489 Güvenilirlik: ,901
Gastronomi festivallerine katılma amacıyla seyahat etmek muhteşemdir.	,700	,711	
Gastronomi festivallerine katılma amacıyla seyahat etmek eğlencelidir.	,678	,767	
Gastronomi festivallerine katılma amacıyla seyahat etmek mantıklıdır.	,651	,636	
Gastronomi festivallerine katılma amacıyla seyahat etmek rahatlatıcıdır.	,645	,744	
Gastronomi festivallerine katılma amacıyla seyahat etmek gereklidir.	,621	,658	
Gastronomi festivallerine katılma amacıyla seyahat etmek yararlıdır.	,594	,682	
Gastronomi festivallerine katılma amacıyla seyahat etmek iyidir.	,555	,754	

**Tablo 3.1.** Ölçek Maddelerine Ait Faktör Yükleri, Açıklanan Varyans ve Öz Değerler (Devamı)

Öznel Norm			
Medya verdiği mesajlarla gastronomi festivallerine katılma amacıyla seyahat etmemi teşvik eder.	,824	,545	Açıklanan Varyans: 20,077 Öz Değer: 4,652 Güvenilirlik: ,811
Benim için önemli olan insanların çoğu benden gastronomi festivallerine katılma amacıyla seyahat etmemi bekler.	,805	,790	
Benim için önemli olan insanların çoğu gastronomi festivallerine katılma amacıyla seyahat etmem gerektiğini düşünür.	,786	,786	
Benim için önemli olan insanların çoğu gastronomi festivallerine katılma amacıyla seyahat eder.	,625	,544	
<b>Davranışsal Niyet</b>			
Gastronomi festivallerine katılma amacıyla seyahat etmek niyetindeyim.	,573	,735	Açıklanan Varyans: 6,693 Öz Değer: 3,414 Güvenilirlik: ,836
Gastronomi festivallerine katılma amacıyla seyahat etmeyi umuyorum.	,498	,731	
Gastronomi festivallerine katılma amacıyla seyahat etmeyi planlıyorum.	,473	,725	
<b>Algılanan Davranışsal Kontrol</b>			
Şayet gastronomi festivallerine katılma amacıyla seyahat etmek istersem hiçbir şey bana engel olamaz.	,813	,744	Açıklanan Varyans: 15,348 Öz Değer: 1862 Güvenilirlik: ,734
Gastronomi festivallerine katılma amacıyla seyahat etmek tamamen bana bağlıdır.	,770	,731	
Kaiser-Meyer-Olkin Testi, 890; Bartlett's Testi Yaklaşık Ki-Kare:10024,401; Serbestlik Derecesi :1275; p<.001 Rotasyon: Varimax; Açıklanan Toplam Varyans: % 62.739			

Birinci faktör, ölçeği en yüksek düzeyde açıklayan faktör olmuştur (%20,621). Devamında sırasıyla öznel norm (%20,077), Algılanan davranışsal kontrol (%15,348) ve davranışsal niyet (%6,693) faktörleri gelmektedir.

## Bulgular

Araştırmaya katılan katılımcıların sosyo-demografik özellikleri Tablo 4.1.'de yer almaktadır.

**Tablo 4.1.** Demografik Bulgular

		N	%	Geçerli %	Kümülatif %
<b>Cinsiyet</b>	Kadın	213	57,0	57,0	57,0
	Erkek	161	43,0	43,0	100,0
	Toplam	374	100,0	100,0	
<b>Yaş</b>	18-24	63	16,8	16,8	16,8
	25-34	112	29,9	29,9	46,8
	35-44	86	23,0	23,0	69,8
	45-54	83	22,2	22,2	92,0
	55 ve üstü	30	8,0	8,0	100
	Toplam	374	100,0	100,0	
<b>Eğitim Durumu</b>	İlköğretim	29	7,8	7,8	7,8
	Ortaöğretim	83	22,2	22,2	29,9
	Ön lisans	41	11,0	11,0	40,9
	Lisans	184	49,2	49,2	90,1
	Lisansüstü	37	9,9	9,9	100,0
	Toplam	374	100,0	100,0	
<b>Gelir Durumu</b>	2000 TL'den az	98	26,2	26,2	26,2
	2001-4000 TL	45	12,0	12,0	38,2
	4001-6000 TL	33	8,8	8,8	47,1
	6001 TL ve üzeri	198	52,9	52,9	100,0
	Toplam	374	100,0	100,0	

Katılımcılar cinsiyet açısından değerlendirildiğinde %57'sini kadınların, %43'ünü erkeklerin oluşturduğu görülmektedir. Katılımcıların ait oldukları yaş gruplarına ilişkin verilere göre, yaklaşık %16'sı 18-24, %30'u 25-34,

%23'ü 35-44, %22'si 45-54 yaş grubundadır. Eğitim durumları incelendiğinde yaklaşık %22'sinin ortaöğretim, %11'inin ön lisans ve %49'unun lisans mezunu olduğu belirlenmiştir. Son olarak aylık gelirler incelendiğinde ise %26'sının 2000 TL'den az ve yaklaşık %53'ünün 6001 TL ve üzeri aylık gelire sahip olduğu belirlenmiştir.

**Tablo 4.2.** Planlı Davranış Teorisi Ölçeği Alt Boyutları Arasında Pearson Korelasyon Analizleri

		ÖN	ADK	DN	DYT
ÖN	r	1			
ADK	r	,125*	1		
DN	r	,515**	,189**	1	
DYT	r	,463**	-,112*	,603**	1

ÖN: Öznel Norm, ADK: Algılanan Davranışsal Kontrol, DN: Davranışsal Niyet, DYT: Davranışa Yönelik Tutum

Tablodaki Pearson Korelasyon Analizleri incelendiğinde PDT ölçeği alt boyutlarının birbirleri arasındaki tüm ilişkilerin istatistiksel açıdan anlamlı olduğu anlaşılmıştır. Pozitif yönde en kuvvetli ilişkinin davranışa yönelik tutum ölçeği ile niyet ölçeği arasında gerçekleştiği ( $r_p(374)=,603$ ;  $p<.01$ ); pozitif yönde en zayıf ilişkinin ise algılanan davranışsal kontrol ölçeği ile öznel norm ölçeği arasında gerçekleştiği ( $r_p(374)=,125$ ;  $p<.05$ ) anlaşılmıştır. Tablodaki değerler incelendiğinde negatif yönde tek ilişkinin ise algılanan davranışsal kontrol ölçeği ile davranışa yönelik tutum ölçeği arasında olduğu görülmektedir ( $r_p(374)=,-112$ ;  $p<.01$ ).

### Hipotezlerin Test Edilmesi

Planlı davranış tesisi ölçeği alt faktörlerinin birbirlerine olan etkisini araştırabilmek için basit doğrusal regresyon analizi kullanılmıştır. Bu analiz türünün seçilmesinin sebebi ise basit doğrusal regresyon analizinde bir bağımlı ile bir bağımsız değişkenin söz konusu olmasıdır. Sonuçlar başlıklar halinde aşağıda sunulmuştur.

**Tablo 4.1.1.** Davranışa Yönelik Tutumun Davranışsal Niyet Üzerine Etkisi

	B	Standart Hata	Beta( $\beta$ )	t	p
(Sabit)	,617	,210		2,938	,004
Davranışa Yönelik Tutum	,771	,053	,603	14,576	,000
R <sup>2</sup>	,364				
Düzeltilmiş R <sup>2</sup>	,362				
F	212,447**				

\* $p<.05$  \*\* $p<.01$  \*\*\* $p<.001$

Tablo 4.1.1.'deki doğrusal regresyon analizi sonuçları incelendiğinde davranışa yönelik tutumun, davranışsal niyetin toplam varyansının %36,4'ünü açıkladığı ve bu değişkenler arasında kurulan denklemin  $p<.001$  önem düzeyinde anlamlı olduğu görülmektedir ( $R^2=,364$ ;  $F=212,447^{**}$ ). Ayrıca katılımcıların davranışa yönelik tutumları, davranışsal niyetleri üzerinde pozitif yönde orta şiddette anlamlı etkiye sahiptir. ( $\beta =,603$ ;  $p < ,01$ ). Bu sonuçlar doğrultusunda  $H_1$  hipotezi desteklenmiştir.



**Tablo 4.1.2.** Öznel Normun Davranışsal Niyet Üzerine Etkisi

	B	Standart Hata	Beta( $\beta$ )	t	p
(Sabit)	2,026	,144		14,027	,000
Öznel Norm	,545	,047	,515	11,558	,000
R <sup>2</sup>	,265				
Düzeltilmiş R <sup>2</sup>	,263				
F	133,598**				

\*p<0,05 \*\*p<0,01 \*\*\*p<0,001

Tablo 4.1.2.'deki doğrusal regresyon analizi sonuçları incelendiğinde öznel normun, davranışsal niyetin toplam varyansının %26,5'ini açıkladığı ve bu değişkenler arasında kurulan denklemin p<.001 önem düzeyinde anlamlı olduğu görülmektedir (R<sup>2</sup>=,265; F=133,598\*\*). Ayrıca katılımcıların öznel normları, davranışsal niyetleri üzerinde pozitif yönde orta şiddette anlamlı etkiye sahiptir. ( $\beta$  =,515; p < ,01). Bu sonuçlar doğrultusunda H<sub>2</sub> hipotezi desteklenmiştir.

**Tablo 4.1.3.** Algılanan Davranışsal Kontrolün Davranışsal Niyet Üzerine Etkisi

	B	Standart Hata	Beta( $\beta$ )	t	p
(Sabit)	3,162	,134		23,578	,000
Algılanan Davranışsal Kontrol	,156	,042	,189	3,705	,000
R <sup>2</sup>	,036				
Düzeltilmiş R <sup>2</sup>	,033				
F	13,730**				

\*p<0,05 \*\*p<0,01 \*\*\*p<0,001

Tablo 4.1.3.'deki doğrusal regresyon analizi sonuçları incelendiğinde algılanan davranışsal kontrolün, davranışsal niyetin toplam varyansının %3,6'sını açıkladığı ve bu değişkenler arasında kurulan denklemin p<.001 önem düzeyinde anlamlı olduğu görülmektedir (R<sup>2</sup>=,036; F=13,730\*\*). Ayrıca katılımcıların algılanan davranışsal kontrolleri, davranışsal niyetleri üzerinde pozitif yönde düşük şiddette anlamlı etkiye sahiptir. ( $\beta$  =,189; p < ,01). Bu sonuçlar doğrultusunda H<sub>3</sub> hipotezi desteklenmiştir.

### Tartışma, Sonuç ve Öneriler

Bu araştırmada Planlı Davranış Teorisi'ne ilişkin değişkenlerin turistlerin gastronomi festivallerine katılma niyetlerine etkisi incelenmiştir. PDT kapsamındaki değişkenlerin (davranışa yönelik tutum, öznel norm, algılanan davranışsal kontrol) davranışa yönelik niyet üzerinde etkilerinin yönü ve düzeyini anlamak için üç hipotez geliştirilmiş ve bu hipotezler elde edilen veriler ile sınanmıştır.

Yapılan çözümler sonucunda, katılımcıların gastronomi festivallerine katılmaya yönelik niyetlerini açıklamada davranışa yönelik tutumun önemli olduğu görülmektedir Buna benzer sonuçlara Akkuş ve Erdem'in (2013) çalışmasında da rastlanmış, davranışsal niyeti açıklamada davranışa yönelik tutumun öznel normdan daha önemli olduğu belirlenmiştir. Aynı şekilde Wu (2014)'nin Çin'li turistlerin aşına olunmayan yabancı gıdaları reddetme nedenlerini ve planlı davranış teorisi aracılığı ile yiyecek tüketim davranışlarını incelediği araştırmasında davranışsal niyetin davranışa yönelik tutum tarafından önemli ölçüde etkilendiği ortaya konmuştur. Kurt (2018)'un planlı davranış teorisi kapsamında bağımsız seyahat eden turistlerin seyahatleri süresince sokak yiyeceklerini tüketme niyetini tespit etmeyi amaçladığı çalışmasında da tutum davranışsal niyeti açıklamada en önemli değişken

olarak belirlenmiş; ancak literatürden ve mevcut çalışmadan farklı olarak tutumun sonrasında en etkili değişkenin algılanan davranışsal kontrol olduğu tespit edilmiştir.

Öznel norm ile ilgili analiz sonuçları incelendiğinde, öznel normun gastronomi festivallerine katılmaya yönelik davranışsal niyet üzerinde olumlu yönde orta şiddette etkisi olduğu görülmektedir. Bu durum, katılımcıların gastronomi festivallerine katılma niyetlerinin aile, arkadaş, komşu gibi yakın çevreden etkilendiğini göstermektedir.

Algılanan davranışsal kontrol ile ilgili analizler incelendiğinde, davranışsal niyeti pozitif yönde düşük şiddette etkilediği belirlenmiştir. Bu durum katılımcıların gastronomi festivallerine katılmalarının ne derecede kendi kontrollerinde olduğuna dair algılarının, gastronomi festivallerine katılma niyetleri üzerinde diğer değişkenlere göre düşük şiddette etkisi olduğu yönünde yorumlanabilir. Literatürdeki çalışmalar incelendiğinde Akkuş ve Erdem (2013) ile Kargiglioğlu (2019)'nun gerçekleştirdikleri çalışmalarda, yemek amaçlı seyahate çıkma niyetine yönelik algılanan davranışsal kontrolün mevcut çalışmanın aksine davranışsal niyet üzerinde bir etkisi olmadığı görülmektedir. Araştırma sonuçlarına bakıldığında sırasıyla tutum, öznel norm ve algılanan davranışsal kontrolün davranışsal niyet üzerinde etkisi olduğu görülmektedir.

Özetlemek gerekirse, mevcut araştırma PDT kapsamında ele alınan bağımsız değişkenler olan tutum, öznel norm ve algılanan davranışsal kontrolün niyeti anlamlı bir şekilde etkilediğini göstermektedir. PDT pek çok farklı alanda araştırmanın temelini oluşturmuş ve bu teori başarılı bir şekilde uygulanmıştır. Mevcut araştırmada da planlı davranış teorisi çerçevesinde ele alınan tutum, öznel norm ve algılanan davranışsal kontrol değişkenlerinin davranışsal niyeti etkilemesi sonucu söz konusu teorinin geçerliliği tekrar pekiştirilmiştir.

Destinasyona önemli katkıları olan festivaller gastronomik açıdan önemli bir potansiyel olarak karşımıza çıkmaktadır. Aynı önem akademik açıdan da geçerlidir. Bu çerçevede ileriki çalışmalarda mevcut ölçek kullanılarak, farklı örneklem ve farklı destinasyonlar ele alınarak karşılaştırmalı araştırmaların yapılmasının literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Gastronomi turizmi kapsamında faaliyet gösteren işletme ve yönetimlere ise, yapılan analizlerden yola çıkarak şu tavsiyelerde bulunulabilir:

Gastronomi festivali ücretlendirmelerinin gözden geçirilmesi sektör yararına olabilir; çünkü katılımcıların büyük çoğunluğu 6001 TL ve üzeri gelire sahip olduklarını belirtmişlerdir. Ayrıca gastronomi festivallerinin her yaş grubunu kapsayıcı şekilde düzenlenmesi, katılımcı sayısı açısından önemli bir fark yaratabilecektir. Boş zamanı çok olan 55 yaş ve üstü katılımcıların sayısının az olması, bu yönde bir eksiğe dikkat çekmektedir. Bu kapsamda festivaller süresince katılımcılar için dinlenme alanlarının olması ve yerelliğe dikkat çekilmesinin bu yaş grubu için ilgi çekici olabileceği düşünülmektedir. Aynı zamanda 55 yaş ve üstü ülkemizde genel olarak emekli ve/veya çalışmayan kesim olduğundan daha önce de belirtildiği gibi ürün fiyatlandırmalarına dikkat edilmesinin faydalı olacağı düşünülmektedir.

Gastronomi festivallerine katılmaya ilişkin olumsuz görülen ve tutumu, öznel normu ve algılanan davranışsal kontrolü etkileyen unsurların iyileştirilmesi sonucu destinasyon tanıtımında önemli avantajlar elde edilebilir. Gastronomi festivallerinin sosyal medya, televizyon, gazete ve dergiler aracılığıyla tanıtımlarının yapılması, özellikle de günümüzde sosyal medya ünlüleri aracılığıyla bu tanıtımların güçlendirilmesinin destinasyonlar açısından önemli bir çekicilik faktörü olacağı düşünülmektedir.

Çalışmadan elde edilen sonuçlar yerel yönetimlerin, destinasyon ve işletme pazarlamacılarının destinasyon tanımlarında önemli bir araç olan gastronomi festivallerine ilişkin dikkate almaları gereken hususlar konusunda yardımcı olabilecek niteliktedir.

### Beyan

Makalenin tüm yazarlarının makale sürecine verdikleri katkı eşittir. Yazarların bildirmesi gereken herhangi bir çıkar çatışması yoktur. Araştırmada kullanılan verilerin toplanabilmesi için gerekli olan etik kurul izin belgesi Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Lisans Üstü Eğitim Enstitüsü Etik Kurulu 29.04.2021 tarihi ve 08/73 sayılı karar numarası ile alınmıştır.

### KAYNAKÇA

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitude and predicting social behavior*. Prentice-Hall, Englewood Cliffs, NJ.
- Akkuş, G., & Erdem, O. (2013). Food Tourists' Intentions within the TPB Framework (M00, M31), *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1(3), 3-9.
- Bailey Ainsworth A. (2006). Retail employee theft: A Theory of planned behavior perspective. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 34(11), 802-816.
- Blackwell Roger, D., Miniard Paul, W., & Engel James, F. (2006). *Consumer behavior*. Thomson South-Western.
- Büyükşalvarcı, A., & Akkaya, A. (2018). The evaluation of gastronomy festivals as events tourism. *The Journal of Academic Social Science*, 6(67), 452-467.
- Comrey, A. L., & Lee, H. B. (1992). *A first course in factor analysis* (2nd ed.). New York, NY: Psychology Press
- Coşkun, R., Altunışık, R., Bayraktaroğlu, S., & Yıldırım, E. (2015). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri*. Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Cömert, M., & Çetin K. (2017). Gastromi temalı yerel festivaller üzerine bir değerlendirme. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(54),1092-1101.
- Çulha, O. (2008). Kültür turizmi kapsamında destekleyici turistik ürün olarak deve güreşi festivalleri üzerine bir alan çalışması. *Journal of Yaşar University*, 3(12), 1827–1852.
- Doğdubay, M., & İlsay, S. (2016). Bir iletişim biçimi olarak gastronomi konulu festivaller. Doğdubay H. (Ed.), *Bir İletişim Biçimi Olarak Gastronomi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Durlu Özkaya, F., & Can, A. (2012) Gastronomi turizminin destinasyon pazarlamasına etkisi. *Türk Tarım Dergisi*, 8(206), 28-33.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention and behavior: An introduction to theory and research*. Addison-Wesley Pub Lishing Company.

- Getz, D., Andersson, T., & Carlsen, J. (2010). festival management studies developing a framework and priorities for comparative and cross-cultural research. *International Journal of Event and Festival Management*, 1(1), 29-59.
- Griffin, M. R., & Frongillo, E. A. (2003). Experiences and perspectives of farmers from upstate New York on Farmers' Markets. *Agriculture and Human Values*, 20(2), 189–203.
- Güney, S. (2000). *Davranış bilimleri*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Hall, M., & Sharples, L. (2003). The Consumption of Experiences or the Experience of Consumption? An Introduction to the Tourism of Taste. Hall, M., Sharples, L., Mitchell, R., Macionis, N., & Cambourne, B. (Ed.), *Food Tourism Around The World*, London: Butterworth Heinemann.
- Hornig, J-S., Su, C. S., & So, A. (2013). Segmenting food festival visitors: Applying the theory of planned behavior and lifestyle, *Journal of Convention & Event Tourism*, 14(3), 193-216.
- Hu, Y. (2010). *An exploration of the relationships between festival expenditures, motivations, and food involvement among food festival visitors* (Doctoral Thesis). University of Waterloo.
- Kağıtçıbaşı Ç., & Cemalcılar, Z. (2016). *Dünden bugüne insan ve insanlar-sosyal psikolojiye giriş*. İstanbul: Evrim Yayınevi.
- Karagöz, Y. (2018). *SPSS ve AMOS uygulamalı nitel-nicel-karma bilimsel araştırma yöntemleri ve Yayın Etiği*. Sivas: Nobel Yayınevi.
- Kargılioğlu, Ş. (2019). *Planlı davranış teorisi bağlamında sokak lezzetlerinin destinasyon seçimi ve tekrar ziyaret etme niyetine etkisi: İstanbul İli Örneği* (Doktora Tezi). Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Kement, Ü. (2013). *Genişletilmiş Planlanmış Davranış Teorisi Modeli Kapsamında Otel Müşterilerinin Yeşil Yıldızlı Otelleri Tekrar Ziyaret Etme Niyetlerinin İncelenmesi* (Yüksek Lisans Tezi). Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, , Ankara.
- Kocagöz, E., & Dursun, Y. (2010). Algılanan davranışsal kontrol, Ajzen'in teorisinde nasıl konumlanır? Alternatif Model Analizleri. *KMU Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 12(19), 139-152.
- Kurt, O. C. (2018). *Bağımsız seyahat eden turistlerin sokak yiyeceklerini tüketme niyetinin planlı davranış teorisi çerçevesinde incelenmesi: İstanbul'da bir çalışma* (Yüksek Lisans Tezi). Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, , Antalya.
- Küçük, E. (2011). Planlanmış davranış teorisi çerçevesinde mali müşavir (Smmm) olma niyetinin altında yatan faktörlerin analizi. *Zonguldak Karaelmas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(14), 145- 162.
- Mercan, N. (2015). Ajzen'in planlanmış davranış teorisi bağlamında Whistleblowing (Bilgi İfşası). *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 7(2), 1-14.
- Nebioğlu, O. (2016). *Yerel gastronomik ürünlerin turizmde kullanılmasını etkileyen faktörler* (Doktora Tezi). Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı, Antalya.

- Özbay, G., & Semint, S. (2020). Gastronomi temalı festivallerde katılımcı deneyimi üzerine bir araştırma: Uluslararası Pişmaniye Festivali Örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (38), 315-341.
- Özkalp E., & Kirel Ç. (2013). *Örgütsel davranış*. Bursa: Ekin Yayınevi.
- Santich, B. (2004). The study of gastronomy and its relevance to hospitality education and training. *International Journal of Hospitality Management*, 23(1), 15-24.
- Şahin, E., & Solunoğlu, A. (2019). Planlı davranış teorisi kapsamında sokak yemeği yeme niyetinin ölçülmesi: Mersin örneği. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 16(3),383-397.
- Şengül, S., & Genç, K. (2016). Festival turizmi kapsamında yöresel mutfak kültürünün destekleyici ürün olarak kullanılması: Mudurnu İpekyolu kültür sanat ve turizm festivali örneği. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (23), 79-89.
- Tabachnick, G. B., & Fidell, L. S. (2013). *Using multivariate statistics*. Boston: Pearson Education.
- Turan, A. H. (2011). İnternet alışverişi tüketici davranışını belirleyen etmenler: Planlı davranış teorisi (TPB) ile ampirik bir test. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 12(1), 128-143.
- Ünlüönen, K., & Işın, A. (2018). Türkiye'ye gelen yabancı turistlerin yerel yiyecekleri tüketme niyeti üzerine planlı davranış teorisi kapsamında bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6, 662-686.
- Wu, K. (2014). Chinese outbound tourists food consumption in The U.S.: An extension of the theory of planned behavior. UNLV Theses, Dissertations, Professional Papers, And Capstones.
- Yüncü, H. (2010). Sürdürülebilir turizm açısından gastronomi turizmi ve perşembe yaylası. Şengel, S. (Ed.), 10. *Aybastı-Kabataş Kurultayı, Yerel Değerlerce Yayla Turizmi*, Ankara: Detay Anatolia Akademik Yayıncılık.

## **The Intention of Tourists to Participate in Gastronomy Festivals Within the Framework of Theory of Planned Behavior**

**Sedef Ece BATİBEKİ**

Çanakkale Onsekiz Mart University, School of Graduate Studies, Çanakkale /Turkey

**Oğuz TAŞPINAR**

Çanakkale Onsekiz Mart University, Faculty of Tourism, Çanakkale /Turkey

### **Extensive Summary**

Gastronomy is a science that examines the relationship between culture, food, beverage and investigates the art of good eating and drinking (Durlu Özkaya & Can, p.2012). For tourists, gastronomy tourism has emerged as a result of the cuisine, which is one of the ways to get to know the cultures of the country, the effort of the tourists to learn the tastes of different regions and the desire to experience the experience of participating in a different culture (Yüncü, 2010; Santich, 2004). Gastronomy festivals, on the other hand, are defined as organizations that bring local cuisine together with world cuisines and are organized with the aim of providing information exchange (Büyüksalvarcı & Akkaya, 2018, p. 452). Gastronomy festivals, in addition to contributing to the entertainment and cultural activities of the local people, also have an important place in the development of the destinations they are held and attracting the attention of the visitors (Cömert & Çetin, 2017). The number of people participating in gastronomic festivals is increasing day by day (Doğdubay & Ilsay, 2016). Issues such as increasing the interest of the participants in gastronomic festivals with their knowledge of gastronomic values and the use of touristic services such as transportation, accommodation and entertainment make significant contributions to the revival of tourism in destinations. In this context, the problem of the research is having information about the behavioral patterns of the gastronomy tourist could be effective in terms of destinations.

The importance of the study is that it can increase the effectiveness of marketing activities in terms of destinations as a result of determining tourist profiles and knowing their behavior patterns. Gastronomy tourism and activities in this direction are developing very rapidly today. One of the most important reasons for this is that the food and food culture are informative about the region. In addition, in this way, the region is promoted and the region gains a competitive advantage. This study also contributes to the literature by evaluating the intention to participate in gastronomy festivals in the context of planned behavior theory.

The purpose of this research is to determine to what extent individuals' attitudes, subjective norms and perceived behavioral control affect their intention to participate in gastronomic festivals. As a result of this study, it is aimed to contribute to the literature in this context, as well as guiding the businesses and destinations that aim to specialize in gastronomy tourism by revealing the factors that determine the intention of the visitors to participate in gastronomy festivals.

In accordance with the purpose of the study, the primary data collection phase has been initiated by scanning the literature on gastronomy festivals and Theory of Planned Behavior. While preparing the survey questions, the factors affecting gastronomy tourism and gastronomy festivals, which are explained in the theoretical parts of the article, were taken into consideration. In this sense, the Planned Behavior Theory scale used in Şaban Kargiglioğlu's (2019)

doctoral thesis titled "The Effect of Street Flavors on Destination Selection and Revisit Intention in the Context of Planned Behavior Theory: The Case of Istanbul Province" was adapted to the research. The scale consists of 4 sub-dimensions. These sub-dimensions are: Attitude Towards Behavior, Subjective Norm, Perceived Behavioral Control, and Behavioral Intention. The questionnaire consists of two parts and a total of 21 statements. There are 17 different expressions in the first part of the questionnaire. With these statements, the participants were asked to evaluate the statements given within the scope of the 5-point Likert scale for the concepts of Attitude towards Behavior, Subjective norm, Perceived behavioral control and Behavioral intention of the Planned Behavior Theory. In the second part of the questionnaire, there are demographic questions about the characteristics of the participants who answered the questionnaire. The population of the present study consists of individuals over the age of 18 who have participated in Gastronomy festivals before. In the study, convenience sampling, which is one of the non-probabilistic sampling methods, was preferred as the sample selection. Convenience sampling is based on the inclusion of all people who voluntarily responded to the survey (Coşkun et al., 2015, p.139). In this context, 385 questionnaire forms created through Google Forms and distributed through social media groups and travel agencies that focused on gastronomy and gastronomy festivals between 17 January 2020 and 22 April 2020 were easily sampled to the participants who volunteered to answer the questionnaire among individuals who participated in gastronomy festivals before. In the final stage, 374 questionnaires were evaluated by removing the erroneous data detected as a result of missing filling in the questionnaires and marking more than one option.

When the socio-demographic characteristics of the participants is examined, it is observed that more than half of the participants are female, the majority of the participants are between the ages of 25-34, the group with the highest monthly income of the participants is TRY 6001 TL and above, almost half of them have a bachelor's degree.

Explanatory factor analysis (EFA) was performed in order to reveal the structures in the scales used in the research. Before the EFA was performed, the normal distribution test was applied to the data, in this context, the skewness and kurtosis values of the data were examined. Since the skewness and kurtosis values of the items used in the study were  $\pm 1.5$  (Tabachnick & Fidell, 2013, p.79), it was accepted that the data showed a normal distribution. The Cronbach's Alpha value of the scale used in the research is over 0.80; It was determined as 0.918. This value means that the scale is highly reliable (Karagöz, 2018, p. 445). In order to apply EFA to research data, the sample must be at least 10 times the number of items in the scale, and this condition is met (Comrey & Lee, 1992).

It was determined that the KMO value was 0.890, the approximate chi-square value was 10024,401 and the significance level was  $p < .001$  according to the Bartlett test. These results reveal that the scale is suitable for exploratory factor analysis (EFA). Item 29 of the perceived behavioral control sub-factor was not included in the analyzes because the factor load was low and reduced its validity. As a result of factor analysis, four factors emerged and the total explained variance of these factors was 62.743%. The first factor was the factor that explained the scale at the highest level (20,621%). It is followed by subjective norm (20.077%), Perceived behavioral control (15.348%) and behavioral intention (6.693%), respectively.

When the pearson correlation analyzes of the research were examined, it was understood that all the relationships between the planned behavior theory scale sub-dimensions were statistically significant. The strongest positive relationship was between the attitude scale and the intention scale ( $r(374) = .603$ ;  $p < .01$ ); it was found that the weakest positive relationship was between the perceived behavioral control scale and the subjective norm scale

( $r(374) = .125$ ;  $p < .05$ ). When the values in the table are examined, it is seen that the only negative relationship is between the perceived behavioral control scale and the attitude towards behavior scale ( $r(374) = -.112$ ;  $p < .01$ ).

As a result of the research, when linear regression analyzes are examined, it is seen that attitude towards behavior explains 36.4% of the total variance of behavioral intention and the equation established between these variables is significant at the  $p < .001$  significance level ( $R^2 = .364$ ;  $F = 212.447^{**}$ ). Attitudes of the participants towards the behavior have a positive, moderate and significant effect on their behavioral intentions. In addition, it was determined that the subjective norm explained 26.5% of the total variance of behavioral intention and the equation established between these variables was significant at the  $p < .001$  significance level ( $R^2 = .265$ ;  $F = 133.598^{**}$ ). Subjective norms of the participants had a moderate to significant positive effect on their behavioral intentions. ( $\beta = .515$ ;  $p < .01$ ). Finally, it was determined that perceived behavioral control explained 3.6% of the total variance of behavioral intention and the equation established between these variables was significant at  $p < .001$  significance level ( $R^2 = .036$ ;  $F = 13.730^{**}$ ). Perceived behavioral control of the participants had a positive and low-intensity significant effect on their behavioral intentions. ( $\beta = .189$ ;  $p < .01$ ).

To summarize, the results of the research show that the independent variables, attitude, subjective norm and perceived behavioral control, which are considered within the scope of planned behavior theory, significantly affect intention.