



Türk Turizm Araştırmaları Dergisi

2020, 4(1): 465-475.

DOI: [10.26677/TR1010.2020.323](https://doi.org/10.26677/TR1010.2020.323)

ISSN: 2587-0890 Dergi web sayfası: <https://www.tutad.org>



ARAŞTIRMA MAKALESİ

Otel Menülerinde Yöresel Gıda Sunumunun Otel Tercihine Etkisi: Gaziantep Örneği

Doç. Dr. Meral YILMAZ, Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Sivas, e-posta: meralylmz@cumhuriyet.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6150-1640>

Öğr. Gör. Esra ÖZKAN ÖNEM, Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Sivas, e-posta: esraozkanonem@cumhuriyet.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0104-8981>

Öz

Bir şehri ziyaret eden turistlerin kaliteli ve yöreye özgü yiyecek-İçecek ürünlerini tatması sonucu harcadıkları para, bölgeye kazanç sağlamanın yanı sıra turizm sektörünün gelişmesine de destek vermektedir. Gaziantep özgün ve zengin bir mutfağa sahip olmasıyla gastronomi turizmi açısından ön plana çıkan şehirlerimizden biridir. Çalışmada; Gaziantep'in çeşitli otellerinde konaklayan turistlerin otellerde kahvaltı ya da sunulan diğer menülerde yerel yemeklerden örneklerin bulunup bulunmamasının konaklama işletmelerinin tercihinde ve tavsiye edilmesinde ne düzeyde etkili olduğunun belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla; içerik analizi kullanılarak 10 adet otel arama sitesinde toplam 17 (beş ve dört yıldızlı) otelde konaklayan turistlerin kahvaltı ve yemekler ile ilgili görüşleri değerlendirmeye alınmıştır. Elde edilen bulgular; turistlerin çoğunluğunun (%80) kahvaltı başta olmak üzere işletmenin tüm menülerinde yerel lezzetleri bulmak istediklerini göstermektedir. Ayrıca, turistlerin işletmeyi tercih etmelerinde ve işletmeyi başkalarına tavsiye etmelerinde işletmenin iletişim ve hijyen faktörleri kadar menülerde yer alan yerel ürün varlığı ve çeşitliliğinin de etkin olduğu belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Gaziantep, Menü, Otel Tercihi, Turist, Yerel Yemekler.

Makale Gönderme Tarihi: 25.10.2019

Makale Kabul Tarihi: 11.01.2020

Önerilen Atıf:

Yılmaz, M. ve Özkan Önem, E. (2020). Otel Menülerinde Yöresel Gıda Sunumunun Otel Tercihine Etkisi: Gaziantep Örneği, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1): 465-475.

© 2020 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.



RESEARCH PAPER

Effect of Local Foods Presentation in Hotels Menus on Hotel Preference: Gaziantep Example

Associate Prof. Dr. Meral YILMAZ, Sivas Cumhuriyet University, Faculty of Tourism, Sivas, e-posta: meralylmz@cumhuriyet.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6150-1640>

Öğr. Gör. Esra ÖZKAN ÖNEM, Sivas Cumhuriyet University, Faculty of Tourism, Sivas, e-mail: esraozkanonem@cumhuriyet.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0104-8981>

Abstract

The money that they spend as a result of tourists visiting a city and tasting high quality and local food and beverage products is providing gain to the region as well as supports to the development of tourism sector. Gaziantep is one of the cities that stands out in terms of gastronomic tourism with its unique and rich cuisine. In our study; according to the comments of the tourists staying in various hotels of Gaziantep, it is aimed to determine whether the availability of local foods in breakfast or menus of the hotels is effective in choosing and recommending accommodation establishments. For this purpose; the opinions of customers staying in 17 hotels (five and four stars) in 10 hotel search sites were investigated. The opinions of tourists about breakfast and meals were evaluated by using content analysis. In the study, it was found that the majority of tourists (80%) wanted to find local delicacies in all the menus of the establishment, especially at breakfast. In addition, it was determined that rate of take into account of the presence of the local product and diversity in the product range of the menus was high as well as the hygiene and communication, when tourists preferring the business and recommending it to others.

Keywords: Gaziantep, Hotel, Menu, Local Cuisine, Tourist.

Received: 25.10.2019

Accepted: 11.01.2020

Suggested Citation:

Yılmaz, M. and Özkan Önem, E. (2020). Effect of Local Foods Presentation in Hotels Menus on Hotel Preference: Gaziantep Example, *Journal of Turkish Tourism Research*, 4(1): 465-475.

© 2020 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.

GİRİŞ

Bir yerin turizm bölgesi olabilmesi için turizm ürününü oluşturan özelliklere sahip olması gerekmektedir. Bu özellikler; çekicilik, ulaşılabilirlik, etkinlikler, turizm işletmeleri ve imaj olarak sıralanabilir. Bir bölgeyi diğerlerinden ayıran o bölgede bulunan çekicilik unsurları olarak kültür ve tarihle ilgili değerleri, sanat faaliyetleri, spor faaliyetleri, eğlence ve alışveriş olanakları ve mutfağı düşünülmektedir (Cömert, 2014). Çekicilik anlamında gastronomi turizmi, destinasyonun yemek ve içeceklerini keşfetme ve tatma amacıyla seyahat etmek, kalıcı ve ender gastronomi tecrübelerinin tadını çıkarmak şeklinde tanımlanmaktadır. Ayrıca gastronomi turizmi; özel bir yemek türünü tatmak veya bir yemeğin üretilmesini görmek amacıyla yiyecek üreticilerini, yemek festivallerini, restoranları ve özel alanları ziyaret etmek şeklinde de tanımlanabilmektedir (Türköz, Bakırcı, Bucak, Turhan, 2017; Kargiglioglu, 2015). Son zamanlarda insanların seyahat amaçları arasında gastronomik unsurların daha fazla yer almaya başladığı dikkat çekmektedir. Ayrıca destinasyonların sahip oldukları çekicilik unsurlarının içerisinde yerel yemek kültürlerini tanıma isteği ön plana çıkmaya başlamıştır. Dünya Turizm Örgütü'nün 2012 yılında yayınladığı küresel yiyecek turizmi raporunda; yöresel yiyecekler ile içeceklerin turistler için destinasyon seçiminde henüz temel motivasyon kaynağı olmasa da destinasyon kararı vermede yükselen düzeyde etki ürettiklerine dikkat çekilmiştir. Ayrıca yöresel mutfağın turistlerin tatil kalitelerini arttıran önemli bir etken olduğu da vurgulanmıştır (Şengül ve Türkay, 2016). Yöresel mutfak kültürü bölgedeki diğer turistik çekicilikleri güçlendirici bir destek unsuru olarak var olmakla birlikte tek başına bir çekicilik faktörü olarak da kullanılabilmektedir. Yöresel yemekler bir turizm bölgesini rakiplerinden ayırtırmak için kullanılabilecek en önemli faktörlerden biridir (Cömert, 2014).

Yöresel mutfak, yöreye özgü olan ürünler ile yöresel adetlerin birleştirilmesi sonucu ortaya çıkan, yöre halkı tarafından kendine özgü usullerle pişirilerek sunulan dini ya da millî duygularla tasarlanan yiyecek ve içeceklerin tamamıdır. Yöresel mutfağın özgünlüğü belli bir kültürde olgunlaşması ile o bölgenin tarihi ve coğrafi özellikleri ile yakından ilişkilidir. Bölge insanının yeme alışkanlıkları; bilgi ve becerileri, kullandıkları pişirme yöntemleri, malzemeleri, iklimi, dini inançları ile etkileşim içerisinde ortaya çıkmakta ve yöresel mutfak bu unsurlardan oluşmaktadır. Yerel yiyecek ve içecekler, yerel bir bölgede üretilen yiyecek ve içecekler olarak tanımlanabilir. Yerel yiyeceklerin içeriğinin bir kısmı veya tamamı farklı bölgelerden elde edilse bile üretim sürecinin o yöreye özgü olması ve yöresel bir kimliğe sahip olması yeterli olmaktadır (Şengül ve Türkay, 2016). Kültürün en önemli göstergelerinden sayılan mutfak kültürü; bölgede yetişen hayvansal ürünler, yetiştirilen bitki, sebze ve meyvelerin yemek, yiyecek ve içecek haline getirilmesi, pişirme ve saklama yöntemleri, yemek etrafında oluşan inanç ve pratikler, sofrada ve mutfak araç gereçleri ile bunların fonksiyonlarından oluşmaktadır (Yazgan Serinkaya, 2017). Kim ve Eves'in (2012) insanları yöresel yiyeceklere yönelten etkileri araştırdıkları bir çalışmada; heyecan verici bir deneyim, rutinden kaçış, sağlık endişesi, kültürel deneyim, birliktelik, prestij ve duyulara hitap gibi faktörlerin yöresel yiyecek ve içecekleri tercihte belirleyici unsurlar olduğunu ifade etmişlerdir (Kargiglioglu, 2015).

Bir bölgenin turizm pazarlaması için stratejiler geliştirilirken sahip olduğu çekicilik unsurlarının belirlenmesi ve bunun doğru anlatılabilmesi son derece önemlidir (Cömert, 2014). Günümüzde şehirlerin ayırt edici özelliklerini ön plana çıkarıp kimlik ve imaj oluşturmalarının önemi giderek artmaktadır. Bunun nedeni tıpkı ürünler veya hizmetler arasında olduğu gibi şehirler arasında da rekabetin artmasıdır. Bu rekabet yarışında ön sıralarda yer almak için kent ve bölgelerin markalaşma yoluna gitmeleri gerekmektedir (Aydın, 2015). Markalaşmada başarılı olmak isteyen şehir yönetiminin öncelikle tüm paydaşların şehir markası oluşturma işlemlerine katılımını sağlamaları gerekmektedir. Böylelikle paydaşların beklenti ve gereksinimleri ortaya çıkacak, böylece de öncelikler saptanarak, giderilmeye çalışılacaktır. Bu şekilde şehrin paydaşları

olan çeşitli sosyo-ekonomik grupların, şehri nasıl algıladıklarını ortaya koyup, şehrin belirgin özelliklerinin ve farklılıklarının tanınması, güçlü ve zayıf yönlerinin belirlenmesi sağlanacaktır (Cop ve Akpınar, 2014). Tüm somut ve soyut mal ve hizmetler, yani bir şehre veya bir destinasyona ait tüm ayırt edici ürünler markalaşma aracı olarak değerlendirilebilir. Bu bağlamda, UNESCO 2004 yılından bu yana "Yaratıcı Şehirler Ağı" olarak bilinen girişimle şehirlerin marka stratejileri geliştirebilmelerini cesaretlendirmektedir (Güler, Harçin ve Tor Kadioğlu, 2017). Yaratıcı Şehirler Ağı, şehirlerin sosyal, ekonomik ve kültürel gelişimini desteklemek amacıyla "Müzik, El Sanatları ve Halk Sanatı, Tasarım, Film, Gastronomi, Edebiyat ve Medya Sanatları" gibi yedi tematik ağdan oluşmaktadır (Akdu ve Akdu, 2018). Uluslararası bir kurum olarak UNESCO, şehirlerin gastronomik mükemmelliklerini 2005 yılından bu yana 'Gastronomi Şehri' unvanıyla ödüllendirmektedir (Akın, 2018).

Gaziantep mutfak kültürünün zenginliği bakımından kültürün mekâna yansımalarının en iyi gözlemlendiği kentlerden biridir. Gaziantep zengin bir geleneksel kültüre sahip oluşunun en önemli nedeni, kentin tarihinde birçok medeniyete ev sahipliği yapması ve bu medeniyetlerin beraberlerinde getirdikleri taşınır kültür varlıklarının buradaki yerli ve komşu kültürlerle beraber şekillenerek bölgenin coğrafi ve tarihî karakteriyle, dinî ve kültürel münasebetlerle farklılaşmasıdır (Yazgan Serinkaya, 2017). Anadolu'nun ilk yerleşim alanlarından birisi olan Gaziantep'in tarih boyunca Hitit medeniyetinden Osmanlı medeniyetine kadar pek çok farklı kültüre tanıklık ettiği bilinen bir gerçektir. Böylelikle Gaziantep ilinin hem tarih boyunca önemli bir ticaret merkezi olması, hem de Osmanlı döneminde Araplar, Kürtler, Ermeniler ve Türkmenlerin birlikte yaşaması kültürel etkileşime önemli katkı sağlamıştır. Bu çeşitliliğin kültürel dokuyu zenginleştirdiği ve bu zenginliğin de şehrin mutfağına başarılı bir şekilde yansıdığı söylenebilir. Bu sebeple Gaziantep'in önemli, büyük ve farklı bir mutfak kültürüne sahip olduğu düşünülmektedir (Akın, 2018). Gaziantep'in çeşitli kültürlerin buluşması nedeniyle oluşan zengin mutfağında, yaklaşık 475 çeşit yemek yer almaktadır. Gaziantep yemekleri, Türk ve dünya mutfakları arasında ayrıcalıklı bir yere sahiptir. Nineden toruna bir miras yoluyla aktarılan yemeklerin ve tatlıların yapımında kullanılan malzemelerin seçimindeki titizlik, hazırlama, pişirmede gösterilen beceri; değişik tat ve lezzet veren baharatlar, salçalar, soslar, karışımlar, Gaziantep yemekleri ile tatlılarının şöhrete kavuşmasına, aynı zamanda aranılan damak tadının oluşmasına büyük katkı sağlamıştır (Gaziantep Ticaret Odası, 2011 ve Yazgan Serinkaya, 2017).

Bu kadar zengin bir tarihe ve yemek çeşitliliğine sahip olması nedeniyle Gaziantep coğrafi işaretli ürünler bakımından da ülkemizde ön sıralarda yer almaktadır; Antep beyranı, Antep bulguru, Antep baklavası, Antep fıstığı, Antep fıstık ezmesi, Antep firiği, Antep işi, Antep köy kahkesi, Antep kuruluk patlıcanı, Antep kutnu kumaşı, Antep lahmacunu, Antep muskası, Antep peyniri, Antep pekmezi, Antep şiveydizi, Antep tırnaklı pidesi, Antep yuvalaması, Gaziantep bakır el işlemeciliği, Gaziantep sedef el işlemeciliği, Gaziantep yeşil zeytin böreği, Nizip sabunu, Nizip zeytinyağı gibi pek çok ürün coğrafi işaret olarak tescillenmiştir (Turkpatent, 2019).

Bu faktörler dikkate alındığında; Gaziantep'in sahip olduğu özgün ve zengin mutfağı ile ülkemizin turistik çekiciliğine önemli katkılarda bulunan ve gastronomi turizmi açısından ön plana çıkan şehirlerimizden biri olduğu görülmektedir.

LİTERATÜR İNCELEMESİ

Konu ile ilgili literatürde yapılan çalışmalara bakıldığında; Ceylan ve Güven (2018) Kütahya ilinde faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmelerinin menülerinde yöresel yemeklerin yer almadığı görülmüş, işletme sahipleri ve aşçılar tarafından yöresel yemeklerin bilinirliği ve Kütahya ili açısından önem dereceleri yapılan anket çalışması ile değerlendirilmiştir. Araştırma

sonrasında anket uygulanan 53 adet yerel yiyecek içecek işletmesinde yöresel yemeklerin büyük bölümünü bildiği fakat işletme menülerinde bu yemeklere devamlı yer vermedikleri görülmüştür (Ceylan ve Güven, 2018).

Yapılan başka bir çalışmada ise; Mil ve Denk (2019) yapılandırılmış görüşme tekniği kullanarak Erzurum Palandöken’de hizmet veren turizm işletmelerinde yöresel mutfak ürünlerinin kullanım sıklığını ve niteliğini araştırmışlardır. Erzurum’un Palandöken ilçesinde yer alan turistik işletmelerin yöresel ürünleri menülerinde kullanmalarına rağmen yaşanan çeşitli sıkıntılar nedeniyle daha çok ulusal ve/veya uluslararası yemeklere yöneldikleri görülmüştür (Mil ve Denk, 2015).

Adıyaman örneğinin yer aldığı diğer bir çalışmada da; araştırmaya katılmayı kabul eden 12 otel işletmesinin yöneticileri ve aşçıbaşları ile yarı-yapılandırılmış görüşme formu kullanılarak yapılan yüz yüze görüşmelerle “Adıyaman şehrinde yöresel yemeklerin otel menülerinde ne ölçüde kullanıldığı sorusuna” yanıt aranmıştır. Çalışmanın sonucunda; yöresel yemeklerin yapımının zahmetli olması, uzun süre muhafaza edilememesinden dolayı maliyetli olması, özel ilgi ve uzmanlık gerektirmesi gibi nedenlerden dolayı otel işletmeleri menülerinde yöresel yemeklere pek fazla yer verilmediği ancak yöresel yemekleri tatmaları gerektiği hususunda turistlere önerilerde bulunulduğu görülmüştür (Yeşilyurt, Yeşilyurt, Güler ve Özer, 2017).

Arıkan (2017) tarafından içerik analizi yöntemi kullanarak yapılan çalışmada, Eskişehir ilinde 53 adet yiyecek içecek işletmesinin menüleri incelenmiştir. Bu çalışmada turistik çekicilik unsuru olan yöresel yemeklerin işletme menülerinde kullanımının Eskişehir’de ne derece olduğuna dair mevcut durum ortaya çıkarılmıştır. Bu araştırma aynı zamanda Eskişehir’de faaliyet gösteren yeme-içme işletmelerinde sunulabilecek yöresel yemeklerin belirlenmesinde yol gösterici bir çalışma niteliği de taşımaktadır. Bu çalışmaya göre; gerek bağımsız gerekse otel işletmelerine bağlı restoranların menülerinde yöresel yemeklere yeterince yer verilmediği bildirilmektedir (Arıkan Dündar, 2017).

Alan ve Suna tarafından 2019 yılında bir gastronomi şehri olan Gaziantep ilinde menü planlama uygulamaları ile ilgili derinlemesine veri elde etmek amacıyla Gaziantep’te faaliyet gösteren otel ve münferit restoranlar olmak üzere toplam 11 işletmede yarı-yapılandırılmış görüşmeler ile yaptıkları nitel araştırmaya dayalı bir çalışmada; işletmelerin dönemsel olarak menü planlama çalışmaları yaptıkları, menülerde revizyon çalışmaları yapılırken misafir memnuniyetsizliğinin önemli ölçüde dikkate alındığını, bunun yanı sıra menülerde yenilik yapma ihtiyacı duydukları ve menü kalemlerinin satış oranlarının düşüklüğünü de değerlendirdikleri tespit edilmiştir (Alan Aktaş ve Suna, 2019).

Nitel araştırma modelinin kullanılarak yapılan ve otel yöneticilerinin gastronomi turizmi algılarının değerlendirildiği bir başka çalışmada; Demirbilek ve arkadaşları (2018) bu kapsamda uluslararası toplantılar, fuarlar, organizasyonların yanı sıra doğal, tarihi ve kültürel nedenlerle ziyaret edilen Ankara ilinde faaliyet gösteren beş yıldızlı yabancı bir zincir otel işletmesinde, otel yöneticilerinin gastronomi turizmiyle ilgili görüşlerini almıştır. Araştırmada menülerinde yöresel ürünlere yer vermenin önemli olduğu sonuçlarına ulaşılmıştır (Demirbilek, Şengül ve Akoğlu, 2018).

Erdem tarafından 2017 yılında “Yöresel Yemeklerin Bölge Restoranlarında Kullanılma Durumu: Mengen Örneği” başlıklı çalışmada; kırsal bir destinasyon olan Mengen’in mutfağına ait yöresel yemeklere Mengen’de faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmelerinin menülerinde ne oranda yer verildiği ve yöresel yemeklerin unutulma durumunun tespit edilerek gün yüzüne çıkarılması

amaçlanmıştır. Nitel bir araştırma olan ve yüz yüze görüşme tekniği kullanılan çalışmada; katılımcıların işletmelerinde yöresel yemeklere yer vermesine rağmen bu sayının sınırlı olduğu görülmektedir. Bunun nedeni olarak da yöresel yemeklerin anlık üretilmemesi, bekletildikleri zaman lezzet ve sunum bakımından olumsuzluklar yaşanması, yöre halkı tarafından tercih edilmemesi ve dışarıdan gelen kişiler tarafından bilinmediği için ön yargılı davranılması olarak ifade edilmiştir (Erdem, Mızrak ve Kemer, 2017).

Yıldırım ve arkadaşları (2018) tarafından Adana ve Mersin bölgesinde faaliyet gösteren konaklama ve yiyecek içecek işletmelerinin menülerinde yöresel yemeklere yer verme durumlarının değerlendirilmesinin amaçlandığı çalışmada 212 işletme yarı-yapılandırılmış görüşme tekniği ile değerlendirmeye alınmıştır. Çalışma sonucunda işletmelerin önemli bir kesiminin (%84,3) yöresel yemeklere menülerinde yer verdikleri saptanmıştır (Yıldırım, Karaca ve Çakıcı, 2018).

Literatür taramasında Kütahya, Erzurum Palandöken, Adıyaman, Eskişehir, Ankara, Mengen, Adana ve Mersin örneklerinde sadece işletmelerin yöresel yemek örneklerinin menülerine ne oranda yer verdiği değerlendirilirken buna karşın turistlerin bu ürünlere talebi belirlenmemiştir. Gaziantep ilinin örnek verildiği, konu ile ilgili bir çalışmada ise; sadece işletme çalışanlarının menü planlama çalışmaları ile ilgili düşünce ve yorumlarına yer verilmiştir. Bu çalışmada diğer çalışmalardan farklı olarak Gaziantep'in çeşitli otellerinde konaklayan turistlerin otellerde kahvaltı ya da sunulan menülerde yerel yemeklerden örneklerin bulunup bulunmamasının konaklama işletmelerinin tercihinde ve tavsiye edilmesinde ne düzeyde etkili olduğunun belirlenmesi amaçlanmıştır.

YÖNTEM

Gastronomisi ile dikkat çeken Gaziantep'te otellerin kahvaltı ve menülerinde yerel yemeklere yer verip vermemesi durumunun turistlerin konaklama işletmesi tercihlerini ve sonrasında bu işletmeleri tavsiye etmelerini ne düzeyde etkilediğini belirlemeyi amaçlayan çalışma teorik bir araştırmadır.

Çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden «İçerik analizi» yöntemi kullanılarak veriler elde edilmiştir. İçerik analizi yazılı, sözel ve diğer materyallerin sistemik ve nesnel olarak değerlendirilmesine imkân veren bilimsel bir yaklaşım olarak tanımlanmaktadır (Sert, Kurtoglu, Akıncı ve Seferoglu, 2012). Yıldırım ve Şimşek (2006) içerik analizinin amacının toplanan verileri açıklayabilecek kavramlara ve ilişkilere ulaşmak olarak tanımlanmaktadır.

İçerik analizinin aşamaları ise; belgelerden elde edilen verilerin işlenmesi, verilerin kodlanması, temaların bulunması, kodların ve temaların düzenlenmesi, bulguların tamamlanması ve yazılması olarak sıralanmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2006).

Çalışmada kullanılacak verilere ulaşmak için bazı tarama ve seçim ölçütleri belirlenmiştir. Bu amaçla turistler tarafından kullanılan otel arama siteleri aranmıştır. Bu siteler içinden menü ve kahvaltı içeriği ile ilgili en çok yorumun yapıldığı siteler seçilmiştir.

Bu kapsamda; Nisan-Mayıs 2019 tarihleri arasında toplam 10 adet çevrimiçi otel arama sitesi incelenerek Gaziantep'te faaliyet gösteren dört ve beş yıldızlı toplam 17 otelde konaklama sonrasında turist yorumları değerlendirmeye alınmıştır.

BULGULAR

Bu çalışmada; toplam 10 adet çevrimiçi otel arama sitesi, otel değerlendirme sürecinde en çok ziyaret edilmeleri ve yorum yapılmaları nedeniyle incelemeye alınmıştır. İncelenen çevrimiçi otel arama sitelerinde Gaziantep il merkezinde bulunan toplam 67 otelden dört ve beş yıldızlı toplam 17 otel (Tablo 1) için 11873 yorum ele alınmıştır.

Tablo 1. Çevrimiçi Otel Arama Siteleri ve Gaziantep İl Merkezinde Bulunan ve Değerlendirmeye Alınan Dört ve Beş Yıldızlı Oteller

Çevrimiçi Otel Arama Siteleri	Değerlendirmeye Alınan Dört ve Beş Yıldızlı Oteller
<ul style="list-style-type: none">• Booking	<ul style="list-style-type: none">• Grand Hotel Gaziantep
<ul style="list-style-type: none">• gülExpedia	<ul style="list-style-type: none">• Holiday Inn Gaziantep-Şehitkamil
<ul style="list-style-type: none">• Tripadvisor	<ul style="list-style-type: none">• Divan Hotel Gaziantep
<ul style="list-style-type: none">• Trivago	<ul style="list-style-type: none">• Hotel Novotel Gaziantep
<ul style="list-style-type: none">• Jolly	<ul style="list-style-type: none">• Best Western Ravanda Hotel
<ul style="list-style-type: none">• Agoda	<ul style="list-style-type: none">• Sirehan Hotel
<ul style="list-style-type: none">• Otelz.com	<ul style="list-style-type: none">• Dedeman Park Gaziantep
<ul style="list-style-type: none">• Hotels	<ul style="list-style-type: none">• Gaziantep Plaza Hotel
<ul style="list-style-type: none">• Ets	<ul style="list-style-type: none">• Safir Hotel
<ul style="list-style-type: none">• Tatil Sepeti	<ul style="list-style-type: none">• DoubleTree by Hilton Gaziantep
	<ul style="list-style-type: none">• Met Gold Otel
	<ul style="list-style-type: none">• Teymur Continental
	<ul style="list-style-type: none">• Palmiye Hotel
	<ul style="list-style-type: none">• Tuğcan Hotel
	<ul style="list-style-type: none">• Tilmen
	<ul style="list-style-type: none">• Uğurlu Termal Resort & SPA
	<ul style="list-style-type: none">• Shimall Hotel

Çevrimiçi otel arama sitelerinde incelenen Gaziantep il merkezinde değerlendirilen otellere yönelik turist yorumlarının; turistlerin özgün yorumlarından ve otellerin düzenlediği anketlere dayalı yorumlardan oluştuğu tespit edilmiştir. Yapılan yorumların değerlendirilmesi sonucunda elde edilen bulgular Tablo 2’de sunulmuştur.

Otellerde konaklayan turistlerin Tablo 2’de ifade edilen yorumlar arasında menü içerikleri ile ilgili talep ve önerilerden önce otellerde aranan ve tavsiye edilen özellikler arasında ilk üç sırayı;

ön büro hizmetleri, güler yüzlü iletişim, otel lokasyonu ve kolay ulaşım olanakları, yeterli ve etkin temizlik-hijyen uygulamalarının yer aldığı görülmüştür.

Tablo 2. Değerlendirilmeye Alınan Otellerde Konaklayan Turistlerin Yaptıkları Yorumların İçeriği ve Yorum Sayısı

Yorum İçerikleri	Yapılan Yorum Sayısı n (%)
Otel menüleri ile ilişkili yorum sayısı	1389 (11.7)
Menülerde yöresel yiyeceklerin bulunmasının tavsiye edilmesi	861 (62)
Menülerde yöresel yiyeceklerin bulunmamasına olumsuz eleştiri getirilmesi	482 (25)
Otel kahvaltı içeriğine yönelik yorum sayısı	1111 (9.3)
Otel yerine çevre restoranların tavsiye edilmesi	1544 (13)
Diğer faktörler (otel lokalizasyonu, temizlik vb.)	7829 (66)
Toplam Yorum sayısı	11873 (100)

Çalışmada; menüler ile ilişkili yapılan yorumlar arasında otellerde kalan turistlerin menülerde yöresel unsurları bulmalarından kaynaklanan memnuniyetleri yaptıkları yorumlarda yöreye özgü yemeklerin de adlarını belirtmeleri ile görülebilmektedir. Bu değerlendirme ile ilgili bazı örnekler aşağıda yer almaktadır:

“Kahvaltıda taze Antep Katmeri vardı. Daha ne olsun değil mi? Ama dahası var. Çeşit çeşit peynir, ara sıcak, taze yeşillik ürünler, sıkma portakal suyu... Oda çok konforlu ve ferah, banyo tertemiz, ulaşım çok ama çok kolay. Bu standartta bir otel için oldukça ekonomik.”

“Gaziantep’in merkezinde ve tarihi yerlere araçla 3/5 dakika mesafede bulunmaktadır. Teras katında Gaziantep silueti ile muhteşem Antep mutfağı ve mezelerini bulma şansı sunmaktadır. Odalarında istediğiniz konforu bulma şansınız var. Özellikle kahvaltıda katmer istemeyi unutmayın.”

Otel menülerinde yöresel yemek unsurlarının bulunmaması ile ilgili dikkat çeken olumsuz yorumlardan bazıları şu şekildedir:

“Girişi ve çıkışı çok kolay olan, her yere kısa sürede ulaşılabilen, temiz konforlu bir otel. İş seyahatleri için veya Aile ile yapılacak turistik Antep ziyaretleri için kesinlikle tercih edilebilir. Kahvaltıda yerel Antep tatları da olsa harika olur.”

“Şehir içinde ve mimari olarak yöresel çizgiler taşıyan bir mekân. Gezilecek yerlerin çoğuna yürüme mesafesi. Temizlik çok iyiydi, odalar rahattı, tek eksik yanı kahvaltılarda yörenin lezzetlerini sunmamaları.”

“Odalar otantik, şık, temiz ve düzenli idi. Tarihi bir handa konaklamak ayrıca memnun etti bizi. Kahvaltı açık büfe, çeşit bol fakat Gaziantep yöresine özgü lezzetleri göremedim.”

“Temiz ve özenle hazırlanmış odaları tam 5 yıldız konforlu lobisi ve girişi güzel ve tercih edilebilir bir otel. Merkezi olması da bir avantaj. Ancak eleştireceğim tek şey kahvaltısı. Bu çapta ve Gaziantep gibi bir şehrin oteli daha özenli ve çeşitli yöresel tatlar sunmalı diye düşünüyorum” şeklindedir.

Çalışmada otel yerine restoranların tavsiye edildiği yorumlardan bazıları şu şekildedir:

“Otopark ve ulaşım konusunda merkezde olması nedeni ile her yere kolay ulaşabilirsiniz. Kaleye yakın olması nedeni ile de yöresel lezzetlere kolay ulaşabilirsiniz.”

“Konumu süper bir otel; işletmecilik de gayet başarılı. Fiyat- kalite oranı olarak bakılınca da kesinlikle tavsiye edilir. Çalışanlar gayet ilgiliydi. Özellikle gastronomik bir macera peşinde iseniz önemli mekânlara (İmam Çağdaş ve Zekeriya Usta) yürüme mesafesinde” şeklindedir.

TARTIŞMA VE SONUÇ

Turistler seyahatlerini organize ederken mutlaka ulaşım, konaklama ve yiyecek unsurlarını göz önünde bulundururlar. Turistik faaliyet ister özel ister acente marifetiyle organize edilmiş olsun, destinasyona özgü yemekleri deneyimleme isteği bu seçimde önemli bir yere sahiptir. Bu ifadeyi destekler nitelikteki çalışma ülkemizde yöresel ürünleri ile markalaşmış şehirlerden biri olan Gaziantep üzerinedir. Dört ve beş yıldızlı otellerde konaklayan turistlerin yaptıkları yorumlar ve verdikleri tavsiyelerden kahvaltı ve/veya menülerde yöresel yemeklerin bulunmasının memnuniyet verici olduğu anlaşılmaktadır. Buna karşın menülerde yerel unsurlara yer verilmemesinin olumsuz karşılandığı görülmüştür (Şen ve Silahşör, 2018).

Bu çalışmada nitel içerik analizi kullanılarak; çevrimiçi otel arama sitelerinde turistlerin kaldıkları otellere ve yapılan turistik aktivitelere yönelik oluşturdukları yorumlar değerlendirilmiştir. Bayrakçı ve Akdağ (2015) bu çalışmadan farklı olarak Gaziantep iline gelen yerli turistlere “kolay örnekleme yolu ile anket uygulaması” yapmıştır. Bu çalışma ile turistlerin yerel yemek tüketim motivasyonlarının tekrar o şehri ziyaret etme niyetlerine etkisini açıklamaya” yönelik sorular yöneltilmiştir. Bu araştırmanın sonucunun çalışmada elde ettiğimiz bulgularla uyumlu olarak turistlerin “yerel yemekleri yeniden yiyebilmek için o şehri tekrar ziyaret etmek istedikleri görülmüştür (Bayrakçı ve Akdağ, 2016). Ülkemizde gastronomik özellikleri ile dikkat çeken farklı şehirlerin değerlendirildiği diğer çalışmalara bakıldığında; Adıyaman ilinin örnek alındığı görülmektedir. Bu çalışmada 12 otel işletmesinin yöneticileri ve aşçıbaşları ile yarı-yapılandırılmış görüşme formu kullanılarak yüz-yüze yapılan görüşmeler sonucunda katılımcıların çoğunluğunun müşterilerin yöresel yemekleri diğer yemeklere oranla daha çok tercih ettiklerini belirttikleri görülmüştür (Yeşilyurt, Yeşilyurt, Güler ve Özer, 2017). Benzer bir sonuç 2014 yılında Aslan, Güneren ve Çoban’ın yaptığı ve destinasyon markalaşma sürecinde yöresel mutfağın rolünün değerlendirildiği Nevşehir örneğinde de görülmektedir (Aslan, Güneren ve Çoban, 2014). Benzer şekilde, Konya-Karaman örneğinin alındığı bir çalışmada Şen ve Aktaş’ın (2017) “Tüketicilerin Seyahatleri Sırasında Besin Seçimleri, Yöresel Gastronomi Davranışları ve Destinasyon Seçiminde Gastronomi Unsurlarının Rolü” başlıklı çalışmalarında; yurt içi ve yurt dışına seyahat eden katılımcılarla yapılan anket sonuçlarına göre katılımcıların seyahatlerinde destinasyonun gastronomi zenginliğini göz önünde bulundurdıkları bildirilmiştir (Şen ve Aktaş, 2017). Çalışma bulgularını destekler nitelikte bir diğer çalışmada Diyarbakır örneğidir. Bu çalışmada turistlerin yerel yemeklere yönelik heyecanları ve duyuşal isteklerinin Diyarbakır’ı tercih etmelerinde motivasyon unsuru oluşturduğu bildirilmiştir (Serçek, 2018). İzmir Yarımada’sını ziyaret eden turistler açısından yöresel yemeklerin destinasyon tercihi üzerinde oynadığı rolün araştırıldığı bir çalışmada; yarımada’yı ziyaret eden yerli ve yabancı toplam 430 turist üzerinde bir alan araştırması yapılmıştır. Çalışma bulgularından farklı olarak turistlerin yarımada’yı tercihlerinde yerel yemeklerin belirleyici bir rol oynamadığı tespit edilmiştir. Bununla birlikte turistlerin konaklama sürecinde yaşadıkları yemek deneyimleri sonucunda yerel yemekleri beğendiği fakat yerel yemeklerin tanıtım eksikliğinin söz konusu olduğunu bildirilmiştir (Zağralı ve Akbaba, 2015).

Sonuç olarak, yöresel yemekler bir turizm bölgesini rakiplerinden ayırtmak için kullanılabilecek en önemli faktörlerden biridir. Yerel yiyecekler insanları rutinden çıkararak keşif heyecanı yaşamalarına imkân sağlamaktadır. Bölge kültürünün tüm duyu organlarıyla algılanması yerel yiyecekler sayesinde mümkün olmaktadır. Bu araştırma neticesinde yerel yiyeceklerin insanların otel tercihlerinde etkili olduğu ve konaklanan mekânların tavsiye edilmesi bağlamında bu kriterin kullanıldığı tespit edilmiştir. İncelenen çevrimiçi yorum sitelerinde tespit edilen yorumların büyük çoğunluğunun (%85) erkek kullanıcılara ait olması, konuyla daha ilgili olması beklenen kadın kullanıcılarının sayısının daha az olması çalışmayı kısıtlayıcı faktörlerden biridir. Ayrıca, otel menülerine yönelik kısıtlı yorumların bulunmasının;

diğer yayınlarda belirtildiği gibi Gaziantep mutfağı çeşitlilik ve lezzet açısından oldukça ilgi uyandırmasına karşın yöreye özgü birçok ürünün hazırlanmasının uzun zaman alması, maliyetli olması, turistlerin otel restoranı yerine konaklama yerine yakın otantik bir işletmede bu ürünleri tatma isteklerine bağlı olarak otel işletmelerinin menülerinde ürün sayısını sınırlı tutulması ve pratik yapılabilen ürünlere daha fazla yer verilmesinin neden olduğu düşünülmektedir.

Bu bağlamda, otel menülerinde maliyeti yüksek ve hazırlanması zaman alan yöresel ürünlerin günlük menülerde sunulmasında yaşanan zorlukları aşmak amacıyla haftanın belirli günlerindeki menüler "Gaziantep mutfağı günü" konseptiyle turistlerin beğenisine sunulabilir. Ayrıca otellerde gelen misafirlere Gaziantep mutfağını ve yemeklerini tanıtıcı broşürler, kartlar hazırlanarak yemekleri hikâyeleri ile sunmak onların ilgi ve dikkatlerini çekilebilecektir.

KAYNAKLAR

- Akdu, U. ve Akdu S. (2018). Turizm Tanıtımında Gastronomik Değer Vurgusu: Unesco Gastronomi Şehirleri Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6 (4): 933-952.
- Akın, A. (2018). Gaziantep'in Gastronomi Şehri Olarak Belirlenmesinde Demografik Değişkenlerin Etkisi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6 (2), 299-316.
- Alan, A. A. ve Belma, S. (2019). Gastronomi Şehri "Gaziantep'te" Menü Planlama Uygulamalarına Güncel Bakış. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7 (2), 1328-1343.
- Arıkan, D.A. (2017). Eskişehir'deki Yiyecek İçecek İşletmelerinin Menülerinde Eskişehir Mutfağının Yeri. *Journal of Human Sciences*, 14 (2), 2061-2076.
- Aslan, Z., Güneren, E., Çoban, G. (2014). Destinasyon Markalaşma Sürecinde Yöresel Mutfağın Rolü: Nevşehir Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2 (4), 3-13.
- Aydın, E. (2015). Gastronomi Turizminin Şehir Markalaşmasına Etkisi: Afyonkarahisar İli Örneği. *Yüksek Lisans Tezi, Afyonkarahisar*.
- Bayrakçı, S. ve 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.
- Ceylan, U. ve Güven, Ö.Z. (2018), Yiyecek İçecek İşletmelerinin Menü Planlamasında Kütahya'nın Yöresel Yemeklerinin Yeri Üzerine Bir Araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(3), 451-459.
- Cop, R. ve Akpınar, İ. (2014). Öğrencilerin Şehirlerin Markalaşmasına Yönelik Algıları. *Marmara Üniversitesi İ.İ.B. Dergisi*, 36 (1), 69-88.
- Cömert, M. (2014). Turizm Pazarlamasında Yöresel Mutfakların Önemi ve Hatay Mutfağı Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2 (1), 64-70.
- Demirbilek, E., Şengül, S., ve Akoğlu, A. (2018); Otel Yöneticilerinin Gastronomi Turizmi Algılarının Değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(3), 250-262.
- Erdem, Ö., Mızrak, M., ve Kemer, A. K. (2017). Yöresel Yemeklerin Bölge Restoranlarında Kullanılma Durumu: Mengen Örneği. *1st International Sustainable Tourism Congress*, November 23-25, Kastamonu-Turkey, sayfa:18-33.
- Gaziantep Ticaret Odası, (2011). Hayat Boyu Rekabet Projesi, Turizm ve Hayat Boyu Öğrenme Açısından Gaziantep İli Mevcut Durum Analiz Raporu.

Güler, O., Harçin, S. ve Tor K.C. (2017). Yiyecek- İçecek İşletmeleri Yöneticileri Gözünden Gaziantep'in "Dünya Gastronomi Şehri" Unvanının Değerlendirilmesi, 1. Uluslararası Turizmin Geleceği Kongresi: Bildiriler Kitabı, 28-30 Eylül, Mersin.

<https://www.turkpatent.gov.tr/TURKPATENT/geographicalRegisteredList/19.06.2019>.

Kargiglioğlu, Ş. (2015). Gaziantep'te Gastronomi Turizmi: Gaziantep'i Gastronomi Turizmi Kapsamında Ziyaret Eden Yerli Turistlerin Görüşleri Üzerine Bir Araştırma. *Yüksek Lisans Tezi*, İzmir.

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

Mil, B. ve Denk, E. (2015) Erzurum Mutfağı Yöresel Ürünlerin Otel Restoran Menülerinde Kullanım Düzeyi: Palandöken Örneği. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 5 (2), 01-07.

Serçek, S. (2018). Turistlerin Yerel Yemek Tüketimindeki Motivasyon Faktörlerinin İncelenmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6 (4), 463-481.

Sert, G., Kurtoğlu, M., Akıncı, A. ve Seferoğlu S.S. (2012) Öğretmenlerin Teknoloji Kullanma Durumlarını İnceleyen Araştırmalara Bir Bakış: Bir İçerik Analizi Çalışması. *Akademik Bilişim'12 - XIV. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri*. 1 - 3 Şubat, Uşak Üniversitesi.

Şen, A. ve Aktaş, N., (2017). Tüketicilerin Seyahatleri Sırasında Besin Seçimleri, Yöresel Gastronomi Davranışları ve Destinasyon Seçiminde Gastronomi Unsurlarının Rolü: Konya-Karaman Örneği, *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 19 (32), 65-72.

Şen, N. ve Silahşör, Y. (2018). Gastronomi Turizmi Kapsamında Erzincan İli Yiyecek İçecek İşletmelerinde Sunulan Yöresel Yemekler Üzerine Bir Araştırma. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2 (1), 414-429.

Şengül, S. ve Türkay, O. (2016). Yöresel Mutfak Unsurlarının Turizm Destinasyonu Seçimindeki Rolü (Mudurnu Örneği). *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 12 (29), 63-87.

Türköz, B. G., Bucak, T., Turhan, K. N. (2017). Bölge Gastronomi Turizmi Üzerine Yöresel Ürün Festivallerinin Etkisi: Urla Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5 (Special issue), 230-240.

Yazgan S.E. (2017). Mutfak Kültürünün Gaziantep'in Geleneksel Konutlarında İncelenmesi, *Artium Dergisi*, 5 (1), 27-41.

Yeşilyurt, H., Yeşilyurt, C., Güler, O. ve Özer, S. (2017). Otel İşletmelerinin Menülerinde Yöresel Yemek Kültürünü Yaşatmak: Adıyaman Örneği. *International West Asia Congress of Tourism Research (Iwact)* 28 Sept-01 Oct, Van- Turkey, Sayfa 173-183.

Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2006). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Yıldırım, O., Karaca, O. B. ve Çakıcı, A. C. (2018). Yöresel Yemeklere Konaklama ve Yiyecek İçecek İşletmelerinin Menülerinde Yer Verilme Durumu: Adana ve Mersin Bölgesinde Bir Araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6 (4), 376-398.

Zağralı, E. ve Akbaba, A. (2015). Turistlerin Destinasyon Seçiminde Yöresel Yemeklerin Rolü: İzmir Yarımadası'nı Ziyaret Eden Turistlerin Görüşleri Üzerine Bir Araştırma. *Journal of Yasar University*, 10 (40), 6633-6644.