



JOURNAL OF GASTRONOMY HOSPITALITY AND TRAVEL

ISSN: 2619-9548

2021-Volume: 4 Number: 1

Page: 39-49

Journal homepage: www.joghat.org, <http://dergipark.gov.tr/joghat>

Received: 11.06.2021

Revised: 25.06.2021

Accepted: 29.06.2021

Araştırma Makalesi (Research Article)

GASTRONOMİ TURİZMİNE YÖNELİK TUTUMUN, DENEYİM DEĞİŞKENLERİNİN ARACILIK ROLÜ ÜZERİNDEN DAVRANIŞSAL NİYETE ETKİSİ (MEDIATING ROLE OF EXPERIENCE VARIABLES ON THE EFFECT OF GASTRONOMY TOURISM ATTITUDE ON BEHAVIORAL INTENTION)

Cesim BEHREMEN^{1*} (orcid.org/0000-0002-2025-3481)

Rahman TEMİZKAN² (orcid.org/0000-0002-9750-1543)

Hakan YILMAZ³ (orcid.org/0000-0002-8512-2757)

¹ Bitlis Eren Üniversitesi Kanık Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu Turizm İşletmeciliği Bölümü, Bitlis, Türkiye.

² Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Eskişehir, Türkiye.

³ Anadolu Üniversitesi Turizm Fakültesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Eskişehir, Türkiye.

Özet

Turistlerin destinasyon seçiminde yöresel gastronomik ürünler önemli bir motivasyon kaynağı oluşturmaktadır. Bir diğer ifadeyle turistlerin gastronomi turizmine yönelik tutumları davranışsal niyetlerini önemli ölçüde etkilemektedir. Diğer taraftan, turistlerin aynı destinasyonu tekrar tercih etmelerinde ise seyahat esnasında oluşan görüşler önem arz etmektedir. Bu bağlamda, bu çalışmanın amacı, TRB2 Kalkınma Bölgesi'ne gelen yerli ve yabancı turistlerin gastronomi turizmine karşı tutumları ölçülerek davranışsal niyetleri üzerinde etkisi olup olmadığını tespit etmektir. Böylelikle söz konusu ölçütler ile bir etki varsa bu etkiye yiyecek-içecek işletmeleri, bölge gastronomisi hakkında görüşleri, yiyecek-içecek çalışanları ve servis süreci hakkındaki görüşlerinin aracılık rolü olup olmadığını test etmektir. Bu kapsamda araştırmanın evrenini oluşturan TRB2 Kalkınma Bölgesini oluşturan Van, Muş, Bitlis ve Hakkâri illerinden veri toplamak amacıyla araştırmanın amacına uygun anket formu oluşturulmuştur. Araştırmanın verileri; Türkçe, Farsça ve İngilizce dillerinde hazırlanan anketler kullanılarak 15 Ağustos 2019 ve 18 Kasım 2019 tarihleri arasında toplanmıştır. Kota örnekleme yöntemiyle yapılan veri toplama süreci sonucunda Van'dan 286, Muş'tan 102, Bitlis'ten 62 ve Hakkâri'den 42 olmak üzere toplamda 492 geçerli anket elde edilmiştir. Çalışma için oluşturulan model sonucuna göre; gastronomi turizmine karşı tutumun davranışsal niyetler üzerindeki etkisinde bölge gastronomisine yönelik görüşler ve servis sürecinin aracılık rolüne sahip olduğu ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi Turizmi, Tutum, Aracılık Rolü, Davranışsal Niyet.

Abstract

The Local gastronomic products are an important source of motivation for tourists in their destination selection. In other words, tourists' attitudes towards gastronomic tourism significantly affect their behavioral intentions. On the other hand, the opinions formed during the travel are important for the tourists to choose the same destination again. In this context, the aim of this study is to determine whether it has an effect on behavioral intentions by measuring the attitudes of domestic and foreign tourists coming to TRB2 Development Region towards gastronomic tourism. Thus, if there is an effect with the said criteria, it is to test whether food and beverage businesses, their views on regional gastronomy, their views on food and beverage workers and the service process have a mediating role in this effect. In this context, a questionnaire form suitable for the purpose of the research was created in order

* Sorumlu yazar: cesim.behremen@gmail.com

Önerilen Atıf (To cite this document): Behremen, C., Temizkan, R. ve Yılmaz, H. (2021). Gastronomi Turizmine Yönelik Tutumun, Deneyim Değişkenlerinin Aracılık Rolü Üzerinden Davranışsal Niyete Etkisi, Journal of Gastronomy Hospitality and Travel, 4(1), 39-49. DOI: 10.33083/joghat.2021.56

to collect data from the provinces of Van, Muş, Bitlis and Hakkari, which constitute the TRB2 Development Region, the universe of the research. The data of the research; It was collected between 15 August 2019 and 18 November 2019 using questionnaires prepared in Turkish, Persian and English languages. As a result of the data collection process with the quota sampling method, a total of 492 valid questionnaires were obtained, 286 from Van, 102 from Muş, 62 from Bitlis and 42 from Hakkari. According to the model result created for the study; It has been revealed that the views on the regional gastronomy and the service process have a mediating role in the effect of the attitude towards gastronomy tourism on behavioral intentions.

Keywords: Gastronomy Tourism, Attitude, Mediation Role, Behavioral Intention.
