



ANKARA

HACI BAYRAM VELİ ÜNİVERSİTESİ

LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

**TURİST REHBER ADAYLARININ GASTRONOMİ
TURİZMİNE BAKIŞI**

Eda PEKER

Tez Danışmanı

Prof. Dr. Fügen DURLU ÖZKAYA

YÜKSEK LİSANS TEZİ

GASTRONOMİ VE MUTFAK SANATLARI ANABİLİM DALI

GASTRONOMİ VE MUTFAK SANATLARI BİLİM DALI

OCAK 2022



**TURİST REHBER ADAYLARININ GASTRONOMİ TURİZMİNE
BAKIŞI**

Eda PEKER

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**GASTRONOMİ VE MUTFAK SANATLARI ANABİLİM DALI
GASTRONOMİ VE MUTFAK SANATLARI BİLİM DALI**

**ANKARA HACI BAYRAM VELİ ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**

OCAK 2022

ETİK BEYAN

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Tez Yazım Kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada; tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi, tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu, tez çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi, kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı, bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu, bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

Eda PEKER

18/01/2022

TURİST REHBER ADAYLARININ GASTRONOMİ TURİZMİNE BAKIŞI
(Yüksek Lisans Tezi)

Eda PEKER

ANKARA HACI BAYRAM VELİ ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

Ocak 2022

ÖZET

Türkiye, sahip olduğu gastronomik miras ile gastronomi turizmi için gelecek vaat eden bir destinasyondur. Bundan dolayı, turist rehber adaylarının, Türk Mutfağı hakkındaki bilgilerinin ortaya konulması, mutfağımıza hâkim olmaları, gezi rotalarında yeme içme operasyonlarını nasıl yönetecekleri konularında bilgi sahibi olmaları ve gastronomi rehberi olarak uzmanlaşmaları gerekliliğine inanmaları çok önemli bir noktadır. Her destinasyonun, her alandaki arz potansiyelinin turizme nasıl kazandırılabilceği önemli olduğu gibi, gastronomik arz potansiyelinin de farkında olunup, bunların ortaya konulması ve bu potansiyellere ‘yöresel kimlik’ kazandırılıp, rehber adayları boyutunda da bilgilendirme yapılması gerekir. ‘Gastronomik yöresel kimlikler’ den bu adayların nasıl haberdar edilip sahip çıkılacağı da, bu araştırmanın amacıdır. Ülkemizin içinde bulunduğu coğrafya, turistik açıdan özellikle çekici faktörler kapsamında bünyesinde barındırdığı gastronomik unsurlar ile ilgili değerlendirildiğinde, ortaya derin ve etkinliği yüksek stratejik zenginlikleri çıkarmaktadır. Mutfağımızın zenginliğinin bilinirliğinin artmasında ve sürdürülebilirliğinde turist rehberlerinin rolü büyüktür. Ancak bu durumun ne kadar avantaj olarak değerlendirildiği bilinmemektedir. Gastronomi Turizminin daha ileriye götürülmesinde, zengin mutfak kültürümüzün tanıtılmasının temel hedef olması ve turist rehber adaylarının bu konuda bilinçlendirilmesinin yeterli düzeyde olacak şekilde lisans düzeyinde başlaması gerekmektedir. Ancak çalışmada da verildiği üzere, turist rehberi adaylarına, lisans eğitimi müfredatlarında yeterli eğitim ve öğretim, gastronomi turizmi boyutunda verilememektedir. Bu çalışmada, nitel yaklaşım çerçevesinde, veri toplama tekniği olarak doküman incelemesi ve anket uygulaması yapılmıştır. Ancak anketler, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği Bölümü ve lisans eğitimi verip rehber mezun eden ulaşılabilen programlara uygulandığından, katılım sınırlı sayıda olmuştur. Turizm alanında eğitim alan öğrenciler başta olmak üzere tüm meslek çalışanlarının gastronomi turizmi konusunda eğitim almalarının lisans düzeyinde başlamasının gastronomi turizmi geleceğine katkı sağlayacağı düşünülmekte olup, turizmin tüm alanlarında olduğu gibi rehberlik alanında da her türlü uygulamanın önemli olduğu bir kez daha vurgulanmaktadır. Etkin ve verimli hizmet verebilecek gastronomi rehberlerinin yetiştirilmesinin özendirilerek artırılması, sürdürülebilirliğin korunması ve özgünlükten ödün verilmemesi için, turist rehber adaylarının lisans müfredatlarının, gastronomi turizmi bakımından yeterli olmadığı gerçeği ve zenginleştirilmesi gerektiğine dair çalışmada ulaşılan sonuçlar göz ardı edilmemelidir.

Bilim Kodu : 116909
Anahtar Kelimeler : Gastronomi Turizmi, Turist Rehber Adayları, Yöresel Kimlik
Sayfa Adedi : 93
Tez Danışmanı : Prof. Dr. Fügen DURLU ÖZKAYA

THE VIEW OF TOURIST GUIDE CANDIDATES TO GASTRONOMY
TOURISM

(M.Sc. Thesis)

Eda PEKER

ANKARA HACI BAYRAM VELİ UNIVERSITY
THE INSTITUTE OF GRADUATE STUDIES

January 2022

ABSTRACT

Turkey is a promising destination for gastronomic tourism with its gastronomic heritage. Therefore, it is significant that the tourist guide candidates to believe in the necessity of mastering and putting forward their knowledge on Turkish Cuisine, clarifying the issues on how to manage the food and beverage operations on the travel routes and specializing as a gastronomic guide. It is important how each destination can bring supply potential to tourism in every field. There should also be an awareness of the gastronomic supply potential and this potential needs to be revealed and given ‘local identity’ and the tourist guide candidates should also be informed. The purpose of this study is how this information will be provided to the guide candidates and how these candidates will be informed about ‘gastronomic local identities’ and also how the gastronomic local identities will be protected. When the geography in which our country is located is evaluated with the gastronomic elements it contains, which are particularly attractive factors in terms of tourism, it creates deep and high effective riches. However, it is not known how much this situation is evaluated as an advantage. In order to take the gastronomy tourism further, it is necessary that the introduction of our rich culinary culture should be the main target and the awareness of the tourist guide candidates on this subject should start to be given at the undergraduate level in a sufficient manner. However, it is clear from the undergraduate education curricula that adequate and high quality education and training is not provided to tour guide candidates in the gastronomic tourism dimension. In this study, document analysis and questionnaire will be used as data collection technique within the framework of qualitative approach. However, participation will be limited because the questionnaires have applied to students of the Department of Travel and Management and Tourism Guidance at the Faculty of Hacı Bayram Veli University. It is thought that the education of all professionals, especially students who are educated in the field of tourism, on gastronomy tourism at the undergraduate level will contribute to the future of gastronomy tourism. It is emphasized once again that all kinds of applications are important in the field of guidance as in all fields of tourism. In order to encourage and increase the training of gastronomy guides who can provide effective and efficient service, to protect sustainability and not to compromise on originality, it should not be overlooked that the undergraduate curricula of tourism guide candidates are not sufficient in terms of gastronomy tourism and the results that are reached on this issue should not be disregarded.

Science Code : 116909
Key Words : Gastronomy Tourism, Tourist Guide Candidates, Local Identity
Page Number : 93
Supervisor : Prof. Dr. Fügen DURLU ÖZKAYA

TEŞEKKÜR

Bu tezi hazırlama aşamamda, birçok hocama ve desteğini esirgemeyen sevdiklerime teşekkür etmek istiyorum. Öncelikle beni destekleyen, bilgi, birikim ve tecrübeleriyle yol gösteren çok kıymetli tez danışman hocam Prof. Dr. Fügen Durlu ÖZKAYA ve tezimi sonuçlandırmam konusunda beni sürekli motive eden Ankara Hacı Bayram Üniversitesi Turizm Fakültesi Öğretim Üyesi Doç. Dr. Evren GÜÇER hocalarıma katkı ve önerileri için teşekkür ederim.

Veri toplama sürecinde yardımları ile beni destekleyen ve verilerin toplanma sonuçlarına kadar takip eden çok değerli Prof. Dr. İrfan YAZICIOĞLU ve anket hazırlama konusunda büyük destek ve yardımını aldığım Doç. Dr. Murat KIZANLIKLI hocalarıma da teşekkür ederim.

Ve en son olarak da, bana her zaman inanan ve desteğini her daim hissettiğim kıymetli annem Kadriye KALAYLI'ya, bu uzun süreçte neşesi, heyecanı ve dinmeyen sevgisi ile hep yanımda olan oğlum Mehmet Alparslan PEKER'e ve tecrübesini benden hiç esirgemeyen sevgili hayat arkadaşım Ömer Davut PEKER'e teşekkür ederim.

İÇİNDEKİLER

	Sayfa
ÖZET.....	iv
ABSTRACT.....	v
TEŞEKKÜR.....	vi
İÇİNDEKİLER	vii
TABLoların LİSTESİ.....	x
KISALTMALAR	xii
1. GİRİŞ.....	1
2. TURİSTİK DESTİNASYON VE GASTRONOMİK KÜLTÜR.....	3
3. GASTRONOMİ TURİZMİ.....	7
3.1. Gastronomi Turizmi Kapsama Alanları	8
3.1.1. Gastronomi Müzeleri	10
3.1.2. Gastronomi Müzelerinin Kültürel Ögeliği.....	13
4. TURİST REHBERLERİNİN UZMANLAŞMA ALANLARI VE TEMEL EĞİTİM	15
4.1. Örgün Eğitimde Turist Rehber Adaylarına Uygulanan Müfredat Programında Mutfak Kültürümüz	20
4.1.1. Turist Rehberleri Açısından Yemek Kültürünün Önemi	29
5. GASTRONOMİ TURLARI VE TURİST REHBERLERİ	31
5.1. Gastronomi ve Turizm Yol Haritası	34
5.1.1. Gastronomi Çağı	36
5.2. Turist ile Destinasyon Arasındaki Temel Köprü	37
5.2.1. Turist Rehberi-Turist-Yerel Halk İlişkisi Üçgeni	39
5.2.2. Turist Rehberliği Eğitimi	41
5.2.3. Turist Rehberliği Lisansüstü Eğitimi	44
5.2.4. Türkiye’de Turizm Rehberliği	46

	Sayfa
5.2.5. Turist Rehberliği Kategorileri	47
6. YÖNTEM	49
6.1. Araştırmanın Amacı	49
6.2. Araştırmanın Önemi	49
6.3. Araştırmanın Kapsamı	50
6.4. Araştırmanın Sınırlılıkları	50
6.5. Araştırmanın Modeli	50
6.6. Araştırmanın Evren ve Örneklemi	50
6.7. Anket Formunun Güvenilirlik Analizi	51
6.8. Araştırmanın Varsayımları	51
6.9. Veri Toplama Süreci Yöntemi	52
6.10. Anket Formu	52
6.11. Verilerin Analizi	53
5. BULGULAR VE TARTIŞMA	55
7.1. Ankete Katılan Turist Rehber Adaylarının Sosyo-Demografik Özellikleri ve Tutumları	55
7.2. Rehber Adaylarının Uzmanlaşma Gerekliliğine Yaklaşımları	56
7.3. Güvenilirlik Analizi	58
7.4. Parametrik Olmayan Testler ve Normallik Testleri	58
7.5. Faktör Analizi	59
7.6. Değişkenlerin Analizi	63
7.6.1. Sınıf Değişkenine Ait Tanımlayıcı Bulgular	63
7.6.2. Programı Kendi İsteği ile Seçme Değişkenine Ait Tanımlayıcı Bulgular	65
7.6.3. Turist Rehberi Olarak Çalışma İsteği Değişkenine Ait Tanımlayıcı Bulgular	66
7.6.4. Uzmanlaşma Gerekliliği Değişkenine Ait Tanımlayıcı Bulgular ..	68

	Sayfa
7.6.5. Ki-Kare Analizleri.....	69
7.6.6. Frekans Tabloları	70
7.6.7. Sınıf Değişkenine Göre Alt Boyutların Ki-Kare Analizleri.....	71
7.6.8. Turist Rehberi Olarak Çalışmak İsteme Değişkeni ile Alt Boyutların Ki-Kare Analizleri	72
7.6.9. Gastronomi Uzmanlığı İçin Alınacak Kursların Yeri Değişkenine Göre Alt Boyutların Ki-Kare Analizleri	74
6. SONUÇ VE ÖNERİLER	77
KAYNAKLAR	83
EKLER.....	89
EK-1. Turist Rehber Adaylarına Uygulanan Anket.....	90
ÖZGEÇMİŞ	93

TABLolarIN LİSTESİ

Tablo	Sayfa
Tablo 4.1. Turizm rehberliği alanında 2019-2020 yılında lisans düzeyinde öğrenci kabul eden üniversiteler ve müfredatlarında gastronomi ile ilgili dersler	21
Tablo 5.1. Müşteri-rehber hizmet sözleşmesi.....	41
Tablo 7.1. Turist rehber adaylarına ilişkin sosyo-demografik bilgiler.....	55
Tablo 7.2. Gastronomi rehberi olarak uzmanlaşma gerekliliği	57
Tablo 7.3. Alt boyutların normallik test sonuçları	59
Tablo 7.4. Ölçek alt boyutları.....	60
Tablo 7.5. Sınıf değişkeni ile alt boyutların Kruskal-Wallis analiz sonuçları.....	64
Tablo 7.6. Programı kendi isteği ile seçme değişkeni ile alt boyutların Mann-Whitney analiz sonuçları.....	65
Tablo 7.7. Turist rehberi olarak çalışmak isteyen değişkeni ile alt boyutların Kruskal-Wallis analiz sonuçları	67
Tablo 7.8. Uzmanlaşma değişkeni ile alt boyutların Mann-Whitney analiz sonuçları	68
Tablo 7.9. Rehberlikte uzmanlaşma gerekliliği ile sınıf değişkeni Ki-Kare analiz sonuçları	69
Tablo 7.10. Rehberlikte uzmanlaşma gerekliliği ile sınıf değişkeni Ki-Kare analiz testi.....	70
Tablo 7.11. Rehberlikte uzmanlaşma gerekliliğine inanç ve kursların nereden alınacağı ile ilgili frekans tabloları.....	70
Tablo 7.12. Sınıf değişkeni ile mezuniyetim sonrasında gastronomi turizmi konusunda eksik kalacağımı düşünüyorum ifadesi arasında yapılan Ki-Kare analiz sonuçları.....	71
Tablo 7.13. Sınıf değişkeni ile mezuniyetim sonrasında gastronomi turizmi konusunda eksik kalacağımı düşünüyorum ifadesi arasında yapılan Ki-Kare analiz testi.....	72
Tablo 7.14. Turist rehberi olarak çalışmak değişkeni ile mezuniyet sonrasında gastronomi turizmi konusunda eksik kalacağımı düşünüyorum ifadesine verilen cevaplar arasında yapılan Ki-Kare analiz sonuçları	73

Tablo**Sayfa**

Tablo 7.15. Turist rehberi olarak çalışmak değişkeni ile mezuniyet sonrasında gastronomi turizmi konusunda eksik kalacağımı düşünüyorum ifadesine verilen cevaplar arasında yapılan Ki-Kare analiz sonuçları	73
Tablo 7.16. Alınacak kurs “değişkeni ile” lisans eğitimim sırasında yerel mutfak kültürünü yansıtan tüm yer, mekân ve güzergâhlara yönelik uygulamaları almalıyım ifadesi arasında yapılan Ki-Kare analiz sonuçları	74
Tablo 7.17. Alınacak kurs “değişkeni ile” lisans eğitimim sırasında yerel mutfak kültürünü yansıtan tüm yer, mekân ve güzergâhlara yönelik uygulamaları almalıyım ifadesi arasında yapılan Ki-Kare analiz sonuçları	75

KISALTMALAR

Bu çalışmada kullanılmış kısaltmalar, açıklamaları ile birlikte aşağıda sunulmuştur.

Kısaltmalar	Açıklamalar
%	Yüzde değeri
FEG	Avrupa Turist Rehber Dernekleri Federasyonu
GARO	Gaziantep Bölgesel Turist Rehberleri Odası
H ₀	Değişkenler arasında ilişkinin olmadığı hipotez
H ₁	Kendini kanıtlama zorunluluğu olan hipotez
K.W	Kruskal-Wallis
M-W	Mann-Whitney
n	Örneklem büyüklüğü (Örnekleme dahil edilecek kişi sayısı)
ÖSYM	Ölçme, Seçme ve Yerleştirme Merkezi
p	Önemlilik testlerine ilişkin olasılık değeri
ss	Sayfa sayısı
Ss	Standart sapma değeri
TUREB	Turist Rehberleri Birliği
TÜRSAB	Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği
UNWTO	Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü
WFTGA	Dünya Turist Rehber Birlikleri Federasyonu (World Federation of Tourist Guide Associations)

1. GİRİŞ

Yeme içme, yaşamın sürdürülebilmesi açısından en önemli ihtiyaçlardan biridir ve tarihin her döneminde toplumları şekillendiren ve toplumsal hayatı organize eden hatta toplumun kendisi ve yaşam tarzını ifade ediş şekli olan önemli faktörlerden birisi olmuştur. Gastronomi de, içinde bulunduğu sınırları aşarak, yeni eğilimler eşliğinde, dinamik bir yapı içinde, ekonomik gelişmeler, seyahat aktiviteleri ve sosyal medya gibi unsurlar ile dünya genelinde yayılmaya hızla devam etmektedir. Gastronomi, temelleri sağlam, hassas bir miras olarak görülebilir sahip olan bölge/ülke için (Nizamlioğlu, 2018). Ayrıca kültür ile yiyecek içecek arasındaki mevcut ilişkiyi inceleyen ve iyi yeme içme sanatını araştıran bir bilim dalıdır da diyebiliriz (Batıbeki ve Taşpınar, 2021). Ülkeler sahip olduklarının farkındalıklarıyla, kimliklerini, değerlerini ve kültürlerini yansıtan damak tatlarını ortaya çıkarmak için bir yarışma haline girdiklerinden beri, gastronomi turizmini de atağa geçirerek, bu turizmin, alternatif turizm çeşitleri arasına girmesine imkân tanımışlardır. Türkiye’de de, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından Gastronomi Raporu’nun yayınlanması, TÜRSAB (Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği) bünyesinde Gastronomi Turizmi Komitesi’nin oluşturulması, il ticaret odalarının gastronomi festivallerini düzenlemeleri, Ankara Ticaret Odası ve Ankara Patent Bürosu işbirliği içerisinde 81 ili kapsayan ‘Türkiye’nin Lezzet Haritasının belirlenmesi, buna müteakip Türkiye’de 2205 çeşit yöresel yiyecek içecek tespit edilmesi, gastronomi turizmi konulu kongrelerin ve bilgi şöenlerinin düzenlenmesi, devlet ve vakıf üniversitelerinde gastronomi bölüm/ana bilim dallarının her sene sayılarının artması ile nitelikli personelin eğitilmesine katkıda bulunulması ile gastronomi tur ve rotalarının artacağı ve buna paralel olarak da gastronomi rehberlerine olan ihtiyacın artacağı düşünülmektedir. Bu çalışmada profesyonel turist rehberleri arasında gastronomi rehberi ihtiyacının artarak önem kazanacağı düşüncesinden yola çıkılmış, turist rehber adaylarının, tanıtımdaki rolü ve destinasyonlardaki değerleri kapsayan doğal, tarihi ve kültürel çekici unsurların, etkinliklerin, yiyecek ve içeceklerin turistlere sunumunda ve sağlanacak memnuniyette başarılı bir lider görevi görüyor olmaları da göz önünde bulundurularak, ülkemizde gelişmekte olan gastronomi turizmini değerlendirmeleri, bu konuya bakış açıları ve mevcut durumun analizine yönelik bir anket uygulaması ile ortaya çıkan bulgular çerçevesinde konu ile ilgili öneriler sunulmuştur. Çalışma,

rehber adaylarının, gastronomi turizmi konusunda farkındalıklarını ve yeterliliklerini ortaya koymayı amaçlamasından dolayı tanımlayıcı bir araştırma olup, alan yazında rehber adayları ile ilgili bu konuda yapılan bir araştırmaya rastlanmadığından, çalışmada, keşfedici araştırma modelinin de kullanıldığından bahsedilebilir.



2. TURİSTİK DESTİNASYON VE GASTRONOMİK KÜLTÜR

Destinasyon, ortak bir tanımla tanımlanacak olursa, turistlerin, bölgesel/kültürel/yöresel farklılığa sahip oldukları için ziyaret ettikleri yerlerdir. Turizm destinasyonundan söz edebilmek için, müşterilere sunulabilecek o bölgeye ait aktiviteler geliştirilmiş, doğal ve kültürel zenginlikleri olan, konaklama, beslenme, ulaşım ve iletişim olanaklarına sahip, kamusal hizmetlerin sunulduğu turist çekim merkezlerinin yer aldığı, belli bir marka ve imajı bulunan coğrafi alandan söz edilebiliyor olması gerekmektedir. (Şengel, Zengin ve Batman, 2014). Turistik destinasyonlar arasında artan rekabet ile destinasyonların sahip olduğu yerel kimlik, turistlerin daha fazla dikkatini çekmek amacıyla bir çıkış noktası olarak kullanılmaya başlanmıştır. Gastronomik kültür de, bahsi geçen yerel kimlik içerisinde kendine önemli bir yer edinmektedir. Gastronomi, destinasyonun çekim unsuru olarak kültürel miras özelliğinden dolayı kuvvetli bir araç olma statüsüne sahiptir ve turistlerin ziyaret ettikleri alan ile ilgili de beklenti sıralamasında başlarda yer almaktadır (Güzel Şahin, 2019). Gastronomik kimliğin, destinasyonların hızla artan rekabet ortamında yarışabilmesi için, kendilerine has yer yaratabilme ve taklit edilemeyen olma hususunda ciddi bir yeri vardır. Keza bünyesinde, geleneklere saygı, sanat, ilham ve zevk kaynağı, sürdürülebilirlik, farklılık, sağlıklı yaşam tarzı ve deneyimi barındırmaktadır. Dolayısıyla turistler, ziyaret ettikleri destinasyonlarda, yaşadıkları ya da bulundukları yerlerden farklı lezzetler tatmak isterler. Otantik olmak ön plana çıkmakta, yeme-içme turistik faaliyetin bir parçası durumuna gelmektedir. Kohen (2019:268), ‘Toplumlari, halk yapan şey ortak geçmişleridir. Ortak geçmişlerini yeniden yazabilirsen, onları istediğin yere güdebilirsin’ derken ortak geçmişin önemini vurgulamakta ve bu noktadan hareketle toplumlardaki ortak geçmişin, mutfak kültürünün de dahil olacağı şekilde, coğrafi ve tarımsal özellikler, diğer toplumlarla olan ilişkiler, sosyal ve ekonomik koşullar ve hatta dini inanışlar ile yapılandığını ve bu unsurların kendi aralarında etkileşimleri ile yeniden şekillenerek zenginleştiğini ya da zamanla yok olup gittiğini tam olarak anlatmaktadır. Yöresel yiyecekler de var oldukları destinasyonu zenginleştirmekte ve ulusal marka haline gelmesine imkân tanımaktadır (Koroğlu, Manav ve Karaca, 2018).

Güllü ve Atasoy tarafından 2019 yılında yapılan bir çalışmada, turistlerin destinasyon seçiminde, ‘bilgi edinme’, ‘kültürel deneyim’, ‘dinlenme arayışı’, ‘yerel halk ile

etkileşim', 'sosyal statü ve prestij', 'birliktelik ihtiyacı', ve 'tercih etme niyeti' olmak üzere 7 başlıklı motivasyon faktörleri incelenmiş ve faktörlerin, yüksek faktör yüküne sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Yani destinasyon tercihlerinde turistler;

- Yiyecekler hakkında bilgimi arttırmak için gastronomik bir turizm destinasyonunu tercih ederim.
- Farklı yiyecek ve içecekleri tatmak için gastronomik kültüre sahip bir destinasyonu tercih ederim.
- Yerel tarifleri olan yemek kitapları satın alabilmek için bu tarz destinasyonları tercih ederim.
- Yerel mutfak ile ilgili düzenlenen konferans, kongre vs katılmak için bu destinasyonları tercih ederim.
- Özel bir şefin yemeğini tadabilmek için tercih ederim.
- Kendilerince eğlenen kişilerle birlikte olabilmek için gastronomik kültüre sahip destinasyonları tercih ederim.
- Yerel çiftçilerin ürünlerini sattıkları pazarlarda bulunabilmek için bu tarz destinasyonları tercih ederim.
- Arkadaşlarım ve ailem arasında gözde olabilmek için destinasyon tercihim gastronomik bir alanda yaparım.
- Dünyanın her yerindeki insanlarla tanışmak için eşsiz bir fırsat olduğu için gastronomik kültüre sahip destinasyonları tercih ederim.
- Gastronomik çekicilik unsurlarından dolayı önümüzde bulunan ilk 12 ay içerisinde bu destinasyonu tercih etmeyi istiyorum.

Şeklindeki ifadeleri yüksek faktör analizine karşılık gelecek şekilde pozitif anlamda işaretlemişlerdir ki, bu da günümüzde gastronomi motivasyonları ile gastronomi çekicilik unsurlarına sahip destinasyonlara ilginin ne kadar alakalı olduğunu göstermektedir. (Güllü ve Atasoy, 2019).

Yapılan bir araştırmada, 2018 Ekim ayında Antalya'yı ziyaret eden 18 turistle yüz yüze yapılan bir görüşme ele alınmış ve turistlerin destinasyon seçim kriterleri olarak da, destinasyona ait somut faktörler (konaklama çeşitliliği, ulaşım çeşitliliği, alt yapı, güvenlik durumu, uzaklık, iklim, turizm çeşitliliği), destinasyona ait soyut faktörler (konfor, konukseverlik, popülerite, fayda beklentisi, arkadaş tavsiyesi, destinasyon imajı, geçmiş deneyim), demografik faktörler (gelir düzeyi, medeni durum, meslek,

tatile ayrılacak gün sayısı, yaş, çocuk durumu), psikolojik faktörler (merak, kendini gerçekleştirme, yenilik arayışı, kişilik yapısı), sosyal faktörler (yeni insanlarla tanışma, arkadaş/akraba ziyareti, kültürel etkileşim), fiziksel faktörler (dinlenme, medikal tedavi, sportif faaliyetler) belirlenmiş ve çalışma sonucunda da destinasyon seçim kriteri olarak birinci sırada demografik kriterlerin yer aldığı saptanmıştır. Çalışma, destinasyon seçim kriteri olarak gastronomik kültürün ele alınmadığını göstermektedir (İlgaz ve Kozak, 2019).



3. GASTRONOMİ TURİZMİ

Mutfak kelimesi Arapça kökenli ‘matbah’ kelimesi olan yemek pişirilen yer ifadesi ile günümüze gelmiştir. Kelimenin hem fiziksel anlamı hem de kültürel boyutu vardır. Fiziksel mekân olarak, yiyeceklerin, istenilen miktarda, standartta ve kalitede hazırlanıp pişirildiği, bazı zamanlarda da tüketildiği yer olarak tanımlanmaktadır. Kültürel boyutta ise, yemek ile ilişkilendirilerek toplumsal davranışın bir ögesi olan düğünlerin, dini merasimlerin, törenlerin önemli bir parçası olarak ele alınmaktadır. Kültürü oluşturan en önemli parçalardan biri olan yemek de, ülkenin yerel kimliğini, değerlerini ve yaşam tarzını anlatan, varlığı yadsınamayacak derecede güçlü olan bir unsurdur. Buradan da yola çıkarak, turistik bir ürün ve seyahat motivasyonu haline gelen gastronomi turizmine ulaşmaktayız. Gastronomi turizminden de, marka destinasyonundan tutun da, pazarlama stratejileri, kültür alışverişleri, kalkınma ve arzın etkin ve verimli sunumu konularının birçoğuna ulaşılabilir (Tekin ve Çidem, 2017).

Gastronomi turizmi, belli bir destinasyon ya da işletmeye gerçekleştirilen, katılım nedeni olarak yeme içme deneyiminin temel alındığı, yeme içme festivalleri, tadım faaliyetleri, köylü-kentli pazarları ile, üretim aşamaları hikayelerini, tüketim son nokta keyfini ve lezzet deneyimlemeyi içeren bir turizm türüdür. Yeme içme davranışı önceleri fizyolojik bir ihtiyacı giderme amacı doğrultusunda yapılırken, zamanla, ziyaret edilen yerlerdeki lezzetleri tatmak, bu tatlardan zevk almak, bu tatları kendi beslenme davranışının içerisine katmak, ünlü şeflerin lezzet duraklarında bulunmak, sosyal medyada bu durakları ve beraberinde getirdiği lezzetleri paylaşmak ve kültürel anlamda gezilen yerler ile ilgili yöresel lezzetleri bireysel lezzet literatürüne katmak adına, sosyal bir ihtiyacı gidermek için yapılır hale gelmiştir. Ülkelerin birbirleri ile olan ilişkilerinde sosyal, siyasal ve ekonomik iletişim ve işbirliği sağlanmasında turizm, önemli bir endüstri olmakla birlikte, kültürel değerlerle de toplumların birbirine yakınlaşmasında etkilidir. Turistlerin de farklı ülkeleri ziyaretlerinde mutfak kültürünün büyük paya sahip olduğu bilinmektedir (Güler ve Olgaç, 2015).

Gastronomi turizmi, destinasyon yaşam eğrisi içinde de, orijinden başlayıp yükselişe geçiş ve hatta düşüşe geçiş aşamalarında bile, yönlendirici ve aktive edici bir özelliğe sahiptir (Güzel Şahin ve Ünver, 2015).

Gastronomi Turizminin alternatif bir turizm çeşidi olup olmadığı konusu bazen gündeme gelse de, ‘katılma’, ‘deneyim’ gibi unsurları bünyesinde barındırması ve bünyesindeki unsurların nesilden nesile aktarılması (mutluluğa açılan çikolatadan bir pencere durumunda ve ‘mutluluğun da yüreğimizde parlayan bir güneş olması’ Vasconcelos, 2019:148) gibi özelliklerinden dolayı, olumsuz görüşler, aslında çok da ön planda yer almamaktadır. Bünyesinde sanatsal ve bilimsel unsurları kucaklarcasına taşıyan gastronomi, o turizmi ön plana çıkaracak kişilerce, öncelikle rehberlerce çok iyi anlaşılmış olması, günümüzde yadsınamayacak bir gerçek durumundadır (Uyar ve Zengin, 2015).

Kodaş ve Özel (2019)’ da yaptıkları bir çalışmada, yerli ziyaretçilerin gastronomi deneyimlerini ortaya koymayı amaçlamışlar ve ulaşılan bulgular, ilgili alan yazında yapılan sınırlı miktardaki araştırma (Quan ve Wang, 2004; Mkon, Merwell ve Wilson, 2013; Mak vd., 2017) sonuçları ile örtüşmüştür. Bu araştırma ile, gastronomi turizminin ön planda olduğu destinasyonlarda, ziyaretçilerin yeme içme ihtiyaçlarını, gastronomi deneyimleri ile gidermeye çalıştıkları anlaşılmıştır. Ziyaretçiler gastronomi deneyimi olarak, Yüksek Deneyim, Destekleyici Deneyim ve Cezbedici Deneyim olarak üç kategoride deneyimlerini sınıflandırmışlardır. İşte bu noktada bir ziyaretçi, turist rehberi olan bir toplulukla bir destinasyona geldiyse, rehberinin, turiste, bu deneyimleri yaşatacak, tat, mekân, ortam, paydaş vs. her bilgiye sahip olması beklenmektedir.

3.1. Gastronomi Turizmi Kapsama Alanları

Gastronomi turizmi sadece yeme içme işletmelerini ifade etmekle kalmayıp çok daha gelişmiş bir alanı kapsamaktadır. Şöyle ki; yemek fabrikaları, pazarlar, gıda fuarları, festivaller, bölgeler ya da iller adına düzenlenen günler, yemek atölyeleri, gurme sofraları, üretimi hikayeletiren gezi turları, mutfak kültürünün konu alındığı ders kitaplarının yanı sıra roman/öykü/kültür kitapları/dergiler, tadım işletmeleri, üzüm ve üzüm bağları, damıtık içki üreticileri, tarla sahipleri/çiftçiler, bira fabrikaları, zeytinyağı üretimi yapılan yerler, tatlara sahip çıkılıp gelecek nesillere aktarılmasında önemli rol oynayan yerel halk, bu alanda tanıtım, imaj, promosyon, işbirliği ve ortaklık çalışmaları yürüten resmi ve özel kurumlar ile gastronomi turu düzenleyen tur operatörleri ve bu turların rehberleri gibi paydaşlardan oluşmaktadır. Gastronomi

turizmi, sadece yeme-içme ve restoranlardan ibaret olmamakla birlikte, aşçılık okulları, tur operatörleri, yemek programları, şarapçılar ve şarap bağları, bira fabrikaları gibi çeşitli oluşumları içine almaktadır (Özdemir ve Altınar, 2019). Avrupa Birliği ülkeleri ile aday ülkeler üzerinde yapılmış bir araştırma ile gastronomi turizminin, katma değer, istihdam, gastronomi turizmi işletme sayısı gibi konular ile ülke ekonomisine ciddi katkılar sağladığı sonucuna ulaşılmıştır (Şahin ve Üner, 2015). Gastronomi turları birçok ülkenin seyahat acente kataloglarında yerini almıştır. Bu turlar sayesinde, yiyecek ve içeceklerin başta tarihi olmak üzere, kültürel etkileşimi, üretimi ve hazırlanışı gibi bilgiler ile tadımı gibi deneyimlerin kazanılması amaçlanmaktadır. Bir destinasyonda gastronomi turizminin var olabilmesi için öncelikle arz olması gerekir. Yani tesisler, aktiviteler, etkinlikler ve organizasyonlar. Bu arzlarla ilgili farkındalık yaratmak da, turizm pazarlama stratejilerinden biri olarak kabul edilen gastronomi turları sayesinde olabilmektedir. Turlarda deneyim ön planda tutularak katılım sağlanmakta ve amaç, keşif olduğundan, beş duyunun, keşif detaylarında (yerel ürünlerin hazırlanması, pişirilmesi, sunumu vs. lezzet tarifeleri, malzeme birleştirme teknikleri, hikayeler, destanlar, mitler ve inançlar ile) aradığı unsurları, ziyaret edilen alanlarda (yiyecek içecek üretim alanları, tarihi yerler, çiftçi pazarları, halk pazarları, meyve bahçeleri, çiftlikler, lezzet caddeleri ve sokakları, yemek ve şarap tescilleme, gıda ile ilgili topluluklar, medya, ağırlama hizmetleri dernekleri, gurme haritaları) bulması sağlanmaktadır. Turların içeriğinde, bölgesel yemek kültürlerini yansıtan, tanıtıma odaklanan detayların olması gerekir ki, turistlerin bölgesel lezzetleri yerinde tatmaları, yapılışını öğrenmeleri ve bu lezzetlerin sürdürülebilirliğini sağlayıp gelişmelerine katkıda bulunan kişilerle tanışmaları sağlanabilsin ve gastronomi tur sonuç çıktıları etkin olabilsin. Sürdürülebilirlik, şimdi ve gelecek nesillerde, gereksinimlerin göz önünde bulundurulması, bunu yaparken de doğanın ve insan yapımının yok edilmemesi, nitelikten ödün verilmeden geliştirme uygulamalarıdır. Yemek pişirmeye yönelik düzenlenmiş turlar, akşam yemeğini farklı ortamlarda yemek üzere düzenlenmiş turlar, üretim alanlarına düzenlenen turlar verilecek örnekler arasında olup, rehberler de hizmet sağlayıcı olarak, tatların sürdürülebilirliği noktasında görevleri başında yer almalıdırlar. Çünkü gastro turistleri yüksek harcama grubundadırlar ve dış mekan aktiviteleri ile kültürel aktivitelerden hoşlanmaktadırlar (Yüksel, 2015).

3.1.1. Gastronomi Müzeleri

Bir destinasyonun çekim gücü oluşturabilmesi, tek başına gastronomik zenginlikler ile olamaz. Bu zenginlikleri ortaya çıkarabilecek etken, sahip olunan gastronomik ürünlerin, turistik ürünlere dönüştürülerek pazara sunulmasıdır. O zaman gastronomik kimlik, destinasyona gelen ziyaretçi zihninde evirilerek imaja dönüşecek ve böylece de güçlü bir imaj ile gastronomik algı, birbirini takip edip tamamlayan unsurlar olacaktır. Örneğin, Fransa konu olduğunda peynir ve şarabın ön planda olması, İtalya için pizza ve makarnanın gündemde olması veya Kuzey Amerika akla geldiğinde hızlı yemek ile özdeşleştirme yapılması, yer etmiş olan gastronomik kimlik sonuçlarıdır. Amacı ortaya çok iyi konulmuş gastronomik kimlikler, özgün olana odaklandığı ve farklı olanı ön plana çıkarttığı için, yeme-içme içgüdüsüyle seyahat eden kişilerde merak uyandırmakta ve merak, karşı konulamaz bir şekilde motivasyon dürtüsüne dönüşmektedir. Gastronomi kültürüne sahip çıkamayan toplumlarda, küreselleşme ve hızlı yeme alışkanlıklarının yaygınlaşması etkenlerinden dolayı gastronomik kimlik, özgünlüğünü yitirmeye başlamaktadır. Bahsettiğimiz gastronomik kimlik soyut bir kavramdır ve aslında zengin turistik ürünler ile ifade edildiğinde somutlaştırılabilmektedir. Gastronomi müzeleri de genellikle bu somutlaştırmaya cevap vermek amacıyla oluşturulan çekim merkezleridir. Gastronomi müzeleri farklı misyonlar üstlenmektedir. Günümüz gastronomi müzeleri, yiyecek içeceklerin tarihini sunma dışında ziyaretçilere bu yiyecek ve içecekleri tadabilme, satın alabilme ve eğlenceli vakit geçirebilme imkânı da vermektedir. Ülkelerin önemli bir kültürel ögesi olan yeme ve içme alışkanlıklarının unutulmaması, gelecek nesillere aktarılması, özgünlüğün korunması, turizmin çeşitlenmesi ve destinasyon çekiciliğinin artırılması bakımından gastronomi müzeleri, üzerinde durulması gereken bir konudur. Gastronomi müzeleri sadece yeme içme faaliyetleri ile öğrenilemeyecek mutfak kültürünün deneyimlenmesine imkân tanımakta ve zenginleştirilmesinde de etken rol oynamaktadır. Dünyanın farklı ülkelerindeki mutfak müzelerine örnek olarak; İtalya Liguria Zeytinyağı Müzesi, Japonya Noodle Müzesi, Fransa Loire Vadisi Mantar Müzesi, Brezilya Santos Kahve Müzesi, Hollanda Amsterdam Peynir Müzesi, Kanada Ganong Çikolata Müzesi, Atlanta Coca Cola Müzesi, Kanada Patates Müzesi ve Berlin Köri Sosisi Müzesini verebiliriz. Türkiye’de bulunan Mutfak Müzelerine; Antep’te Emine Göğüş Mutfak Müzesi, Rize ÇAYKUR Çay Müzesi, Aydın Çine Arıcılık

Müzesi, Antakya Mutfak Müzesi, ilk şarap müzesi olma özelliğini taşıyan Tekirdağ Mürefte Feyzi Kutman Şarap Müzesi, Muğla Özel Muğla Arıcılık Müzesi, Mustafa Kemal Atatürk tarafından 1925 yılında Türk halkına sağlıklı ürünler üretme adına kurulan ve tadilatlar sonunda 2010 yılında özel müze statüsüne girmiş bir fabrika-çiftlikte kullanılan ilk dondurma yapım makinası, şişeleme makinaları, eski fiçılar, eski tarım ve veteriner aletleri bulunan Ankara Atatürk Orman Çiftliği Şarap Müzesi, Türkiye'nin ilk ve tek peynir müzesi olan Kars Zavot Peynir Köyü Müzesi ve 2011 yılında restore edilerek 'Geleneksel Mutfak Müzesi' ne dönüştürülen Urfa Hacıbanlar Evi Mutfak Müzesi örnek olarak verilebilir. Dünya ve Türkiye Mutfak Müzeleri arasındaki fark, dünyadakilerin daha çok belirli bir ürün temeline dayanıyor olmaları, Türkiye'dekilerin ise etnografik özellik göstermeleri ve tarihi süreçte kullanılan pişirme teknikleri, üretim teknikleri, sunum araçları, donanım ve sofrada adabını ön planda tutuyor olmalarıdır. Gastronomi müze türleri, 'Kültürel Mirasa Dayalı', 'Endüstri Mirasına Dayalı', 'Kırsal Turizme Dayalı', 'Popüler Kültüre Dayalı' olmak üzere 4 çeşittir. Bunlardan ilki, bölgeye has yiyecek içecekleri, yeme içme alışkanlıklarını ve bölgenin kültürel değerlerini yansıtan müzelerdir. Kültürel Mirasa Dayalı müzeler, hem farklı kültürlerin kimliklerinin turistik pazarlama ürünü haline gelmesinde çekicilik unsuru olarak kullanılmasında hem de farklı kültürlerin yeme içme alışkanlıklarına devam edilip hatırlanması konusunda öncülük ederler. Bu müze örneğine, Gaziantep'te bulunan Emine Göğüş Mutfak Müzesi'ni verebiliriz. Bu müzede, yöresel yemekler, yapıları ile birlikte mankenler aracılığıyla canlandırılmakta, günümüze ulaştırılmaktadır. İkincisi, üretim tarihini yansıtan, yiyecek-içecek üreten eski fabrika gibi üretim yerlerini tekrar değerlendirmeye yönelik müzelerdir. Endüstriyel miras kavramı tarihçesini ve öncüsünün yazar Lionel Thomas Caswall Rolt olduğunu rehber adayı bilmelidir. Yakın bir zaman kadar eskimiş, atıl endüstriyel yapıların ortadan kaldırılması, imhası söz konusu iken, bu kavramın gelişmesi ile birlikte yeniden yapılanma, yenilenme ve işlev kazandırma yolu ile geri dönüşümü sağlanan bir konuma gelmiştir endüstriyel eski yapılar. Bu müzelerde, yiyecek içecek ile ilgili geçmişte kullanılan pişirme kapları, makinalar, el aletleri, fabrika vs. sergilenmekte ve aynı zamanda yiyecek içecek tadımına da imkân verilmektedir. Zeytinyağı üretiminde kullanılan bu tarz yapılara en güzel örnek, sonrasında müze olarak şekillendirilmesi ile kullanıma açılan Çanakkale Küçük Kuyu'da Adatepe Zeytinyağı Müzesi'dir. 2001 yılında eski bina restore edilmiş,

zeytinyağı üretimi ile alakalı tüm cihazlar kullanılır duruma getirilmiş, üretimin tüm aşamaları sergilenmekte ve sonunda da zeytinyağı tadımı, köy ekmeği eşliğinde yapılıyor olmaktadır. Çıkışta, kitaplar, muhtelif aksesuarlar ve zeytinyağlı sabunlar satılmaktadır. Fabrikanın bahçesinde Türkiye ve dünyadaki belli başlı zeytin cinslerinin aşılandığı ağaçlar yer almaktadır. Zeytinyağı teknolojisinin Romalılardan bu yana nasıl evrilerek geldiği anlatılmakta, eğer ki zeytin toplama döneminde ziyaretçi gelirse de, geleneksel yöntem ile zeytinyağı üretimi gösterilmektedir (Pekyaman, Yılmaz ve Aliyeva 2019). Dünyada bu konudaki örneklerden biri de, Kopenhag'da bulunan Carlsberg Müzesi'dir. Müze, 1840'dan kalma fabrikasında, oluşum hikâyesini, o dönemin bira şişelerini ve bira tarihine dayalı malzemeleri sergilemektedir. Sonunda da ziyaretçiler, ücretsiz olarak taze biralarını içmektedirler. Üçüncüsü, yiyecek-içeceklerin üretiminde ürünleri, tarım halinden nihai ürün haline gelinceye kadar izleme, hatta bu üretim sürecine katılma imkânı tanıyan müzelerdir. Kırsal turizm, kent yaşamından uzaklaşıp tabiatla, bölgedeki tarımla ve tarım ürünleriyle, yerel halkla ve bu halkın özellikle de yemek kültürüyle bütünleşmek için yapılan bir turizm faaliyetidir. Yiyecek ve içecekler ülkeden ülkeye, bölgeden bölgeye değişiklik göstermekte, turistler için bu yemekleri tatma ve yapılışına ilişkin bilgi sahibi olma, bölgenin çekiciliklerini oluşturma konusunda başı çekmektedir. Yaşanan küreselleşmeyle farklı mutfak kültürlerine artan bu ilgi, kırsal turizm ile gastronomi turizmi arasındaki bağları güçlendirmiştir. Ön plana çıkan etkinlikler, şarap üretiminde bağlar ve bağcılık, peynir üretiminde de çiftliklerdir. Kırsal turizme dayalı gastronomi, yiyecek ve içeceklerin yapılışı, tarihi boyutta ve de yerel halk boyutunda, bu yiyecek ve içeceklerin nasıl elde edildiği hakkında bilgi sahibi olabilmek adına restoran, bağ, tarla ve müzelere yapılan ziyaretleri kapsar. Kars gravyeri ve kaşar peyniri üretiminde kullanılan bazı alet edevatları sergileyen Kars Büyük Boğa Tepe örnek olarak verilebilir. Bu müzede, peynirlere aroma veren otların yetiştiği çayırlardan başlamak üzere, bu çayırlarda beslenen ineklerin ve sütlerin sergilenmesinden oluşan üretim aşamalarının tamamına yer verilmektedir

Sonuncusu da, popüler kültür yiyecek-içeceklerinin tarihini yansıtan müzelerdir. Popüler kültürü temsil eden unsurlar, toplumda, belli zaman dilimlerinde ortaya çıkan, hızla yer edinip yükselen ve aynı hızla da geçerliliğini ve sürdürülebilirliğini kaybedebilen unsurlardır. Bu unsurlar, gücü elinde tutanlar tarafından topluma kazandırılmaya çalışılmaktadır. Hızlı servis sunan restoranlar en güzel örnektir bu

gastronomi müzesi türüne. Bu servis türü, hamburger temelli olarak Amerika Birleşik Devletleri'nde ortaya çıkmış ve patates kızartması ve içecekler eklenerek de çeşitliliği sağlanmıştır. Günümüzde kadınların iş hayatına atılması, sosyalleşmenin yaygınlaşması ve hızlı, ucuz ve doyurucu yemek yemenin ön plana çıkması ile bu kültür de hızla yerini almakla kalmayıp, insan hayatının çok büyük bir kısmını kaplar duruma gelmiştir. En önemli öncülerinden McDonalds'ın iki tane müzesi vardır. Bu müzelerden biri, kuruluşun ilk işletmesi ve ilk işletmede çalışanların kıyafetlerine kadar her şeyin orijinal haliyle saklandığı müzedir. Coca Cola'nın da Atlanta'da bir gastronomi müzesi vardır.

İrigüler (2019) tarafından yapılan bir çalışmada, 2017 yılının sonunda açılan Köstem Zeytinyağı Müzesi'nde (Urla), tüm zeytinyağı ezme sistemlerinin 1/1 ölçekte sergilendiği, Ege ve Urla yarımadası zeytinciliğinin ve kültürünün tanıtımının amaçlandığı gözler önüne serilmektedir. 26 Kasım Dünya Zeytin Günü'dür ve bu müzenin de doğum günüdür. Turist rehber adayı bir öğrenci mezun olduğunda, bugün bu müzede, restoran, kafe, sanat galerisi, deposu, laboratuvarı ve toplantı salonlarının bulunduğunu bilmeli ve 2021'in sonuna doğru Sabun Temizlik ve Hijyen Müzesi ile Antik Yemek Kapları Sergisi açılması için hazırlıkların devam ettiğinden de haberdar olmalıdır (İrigüler, 2019). Ayrıca kuyudan atlı dönme dolap ile su çıkarma sistemi mekanizmasını, müzenin sahiplerinden birinin bulmuş olduğunu ve bu takımın 100 yaş civarlarında olduğunu tahmin ettiklerini, ana sistemi de müze girişinde sergilediklerinden haberi kesinlikle olmalıdır rehber adayının.

3.1.2. Gastronomi Müzelerinin Kültürel Ögeliği

Gastronomi müzeleri, destinasyonun çekiciliğini arttırdığı gibi, yiyecek ve içeceklerin unutulmaması adına da önemli kültür öğelerindendir. Gastronomi turizmine artan ilgi ile gastronomi müzeleri sayısı da artmaktadır. Burada önemli olan unsur, turist rehber adaylarının, gastronomi müzeleri konusunda detaylı olarak bilgilendirilmiş olup olmadıkları ve hatta bu durumu geliştirmek adına turlarında neler yapabileceklerini planlayıp planlayamadıklarıdır.



4. TURİST REHBERLERİNİN UZMANLAŞMA ALANLARI VE TEMEL EĞİTİM

Tüm disiplinlerde olduğu şekilde, rehberlik için de iyi bir eğitim ve hatta uzmanlaşma gereklidir. Turist rehberlerinin çeşitli alanlarda uzmanlaşmaları Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği 39. Maddesinde “Rehberlikte Uzmanlaşma Eğitimi” başlığı altında açıklanmaktadır. Arkeoloji, inanç, mimari, gastronomi, trekking, jogging, sanat tarihi gibi çeşitli konularda ve etkinliklerde uzmanlaşabilen rehberler, bu alanda gezi yapmak isteyen özel ilgiye sahip turistlere hizmet verebilmektedir. Turizm rehberliğinde uzmanlaşma eğitimleri, meslek üst kuruluşu olan TUREB (Turist Rehberleri Birliği) olurlarıyla rehber odaları tarafından verilmektedir. Bununla beraber TUREB uygun gördüğü kişi ve kuruluşlarla protokoller gerçekleştirerek eğitimlerin düzenlenmesini sağlayabilmektedir. Turist rehberlerinin bilgilerini güncellemeleri ve belirli alanlarda uzmanlaşmaları önem kazandığından, turist rehberlerinin, uzmanlaştıkları tur kategorilerine göre inceleme yapıldığında, arkeoloji alanında uzmanlaşan rehberlerin % 48’lik, dini turlarda % 35’lik, mimarlık alanında % 18’lik, sanatın diğer alanlarında % 17’lik bir orana sahip olduğu görülmektedir. Rehberlerin % 9’u mavi yolculuk, % 5’i gastronomi, % 5’i hiking-trekking, % 3’ü sualtı ve % 18’i de şehir içi yürüyüş rehberliğini gerçekleştirmektedirler. Rehberlerin uzmanlaşmaları oldukça önemli bir gelişmedir. Günümüzde özel ilgi turizminin geliştiği dikkate alınacak olursa, farklı dallarda uzmanlaşmış rehberlerin çoğalması, beklenen bir durum olabilir. Çünkü bu durum, turizm ürünlerinin çeşitlenmesine ve turist profilinin zenginleşmesine yol açacaktır. Böylece acenteler işe alımlarda rehberlerin uzmanlaşmış olmasına dikkat edebileceklerdir. Uzmanlaşmanın hangi aşamada olması gerektiği de bu çalışmada araştırılan konulardan biri olmuştur. Türkiye’de, Bakanlık gözetimi ve TUREB ya da uygun görülen odalar tarafından, turist rehberleri için çeşitli uzmanlık konularında ücretli veya ücretsiz olarak eğitim programları düzenlenmektedir. Yetkili kurum ve kuruluşlarla, yükseköğretim kurumlarıyla veya alanında uzman kişiler ile işbirliği ile bu programlar sürdürülmektedir. Programları başarı ile tamamlayanlara birlik tarafından sertifikaları verilmekte ve sicillerine işlenmektedir. Ancak ‘rehber bilgi sistemi ‘üzerinden sicillerdeki bu uzmanlıkların görüntülenememesi, uzman turist rehberlerinin TUREB veri tabanından aratılarak bulunamayacağı konusunu da gündeme getirmektedir

(Akpınar, A. 2020). Türkiye'nin mutfak kültüründeki çeşitlilik ve zenginlikler dikkate alındığında, gastronomi konusunda uzman rehber ihtiyacının artacağı sonucu ortaya çıkmaktadır. Ancak bugüne kadar gastronomi konusunda sadece bir uzmanlık eğitimi programı düzenlenmiştir. Rehberlerin gastronomi alanında uzmanlaşma oranının da azlığı göz önünde bulundurulunca, turist rehber adaylarının örgün eğitim süreçlerinde gastronomi alanındaki donanımlarının artırılmasının önem kazandığı düşünülmektedir.

Üniversitelerde turizm rehberliği program sayılarının artması, mesleğin önünün açılarak tanıtılmasına ve anlaşılmasına aracı olmaktadır. Tarihi, doğal, kültürel birçok zenginliği bir arada bünyesinde barındıran ülkemizde, üniversite eğitimi için turist rehberliği bölümünü tercih eden öğrencilere yönelik bölüm kontenjanların incelenmesi sonucunda, mesleğe olan talebin, YÖK Atlas verilerinde 2021 yılında devlet ve vakıf üniversitelerinin hemen hemen hepsinde kontenjan ve yerleşen sekmesinin birbiri ile uyumlu olup %100 yerleşim oranını verdiği saptanmıştır.

Eker ve Zengin tarafından gerçekleştirilen bir çalışmada, ülkemizde bulunan 13 rehber odasına kayıtlı 28 rehber ile yüz yüze görüşme gerçekleştirilmiştir. Araştırma neticesinde turist rehberlerinin örgün eğitim düzeyinde eğitim kurumlarının çok ciddi bir öneme sahip olduğunu, mesleğin tam anlamıyla karşılığının verilmesi ve icra edilebilmesi adına teorik eğitim yeterli olsa da, uygulama konusunda eğitimin desteklenmesi gerektiğini düşündükleri sonucuna varılmıştır. Yani araştırma sonuçları diğer turizm alanlarında olduğu gibi rehberlik alanında da teorik destekleyecek şekilde uygulamaya yönelmenin önemini ortaya koymaktadır. Rehberlik programlarında okutulan dersler, genel anlamda bir rehberin mesleğini icra ederken sıklıkla başvurduğu bilgiler için anahtar niteliğindedir ve bazen kurumdan kuruma içerik bakımından farklılık göstermektedir. Bununla birlikte, bu bilgilerin, profesyonel bir şekilde, misafirlerin dikkatlerini ilgili yöne çekerek nasıl aktarılacağına dair uygulamalar içermemesi, monoton bir şekilde aktarılıyor olması, eğitim süresince görsel materyallerin yeterince kullanılmaması veya sadece kitaplarda yazıldığı hali ile kullanılması, bu konuda katılımcıların yakındıkları konular arasındadır. Araştırmada elde edilen bulgulara göre özellikle örgün eğitim düzeyinde rehberlik eğitimi teorik olarak sektöre başarılı rehberler yetiştirme konusunda yeterli olsa da uygulama konusunda eksiklikleri olduğu söylenebilir. Öte yandan ders programlarının kurumlar

arası farklılık göstermesi, kimi kurumlarda genel derslerin, uzmanlık alan derslerinin önüne geçmesi rehberlik eğitiminin teorik alt yapısını negatif etkilemekte, rehberlerin mesleklerini icra ederken ilgi duyacakları bilgi ve becerileri kazanamamasına yol açabilmektedir (Zengin ve Eker, 2016).

Yapılmış olan bir diğer çalışmada da, rehber adaylarının, gastronomi bilgisi anlamında kendilerine güvendikleri, fakat Türkiye'nin gastronomi haritasına hakim olma konusunda kendilerine güvenmedikleri sonucu çıkmıştır. Bu bağlamda gastronomi ile ilgili içeriklerin ders müfredatlarına eklenmesi önerilmiştir (Kök, Karahan, Akyurt ve Kurnaz, 2021).

Düzeyi ne olursa olsun turist rehberlerinin aldıkları eğitimin sektörde gerekli başarıya ulaşması ve hatta en üst noktada olması için başta rehberler olmak üzere özel kişi ve kuruluşlara da çok iş düşmektedir. Öncelikle rehber olmak isteyen bireyler örgün eğitim sırasında edindikleri anahtar niteliğindeki bilgiler ile, ilgi duydukları alana yönelik uzmanlaşma yoluna gitmeli ve kendini geliştirmelidir. Rehberlik mesleği kinetik özelliği ile sürekli gelişme ve yenilemeyi gerekli kılmaktadır. Dolayısıyla rehberlik mesleğini icra eden kişilerin kendilerini her alanda geliştirmeleri ve eğitim esnasında aldıkları bilgiler ile mesleki yaşamlarını daha kolay hale getirebilmeleri, kendilerini kesin başarıya götürecek büyük adımlar olacaktır. Çok yönlü bilgi birikimine ve uygulamada bu bilgileri kullanma yeteneğine sahip mesleğinde başarılı bir rehber, bilgilerini güncelleyerek ve sürekli yenilerini ekleyerek mükemmel başarı doyumuna erişebilecektir. Sonuç olarak bireyin kendini eğitmesinden geçen yol, onu başarıya ulaştıracaktır. Yani temel olarak teorik konuları bilmeli ancak bu bilgi birikimini de en verimli ve sağduyulu şekilde uygulamalarda kullanabilmelidir kendini en yakını olarak görecektir turistlere karşı rehber (Eker ve Zengin, 2016).

Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği'ne göre sertifika programı 'yönetmelikte belirlenen esas ve usuller çerçevesinde Bakanlığın gözetimi ve denetimi altında Birlik tarafından düzenlenen dersler, konferanslar ve uygulama gezilerinden oluşan ülkesel veya bir ya da birden fazla bölgede düzenlenecek bölgesel turist rehberi yetiştirme programlarını' ifade etmekte olup, bu programda okutulacak dersler, Genel Turizm Bilgisi ve Turizm Mevzuatı, Meslek Etiği ve Meslek Dersi, Türkiye'nin Tarihi ve Turizm Coğrafyası, Genel Türk Tarihi ve Kültürü, Türk Dili ve Edebiyatı, Arkeoloji, Mitoloji, Sanat Tarihi, İkonografi, Dinler Tarihi, Genel Sağlık Bilgisi, İlk Yardım,

Sağlık Turizmi, Turist Sağlığı, İletişim Becerileri, Anadolu Medeniyetleri Tarihi, Türk Halk Bilimi ve Geleneksel Türk El Sanatları, Türkiye'nin Flora ve Faunası, Doğa Tarihi, Turizm Sosyolojisi ve Müzecilik konularından oluşmaktadır. Her bir başlık ayrı ayrı ders olarak verilecek olup, derslere ilave olacak güncel veya gerekli görülen konularda Birlik tarafından belirlenecek dersler ve konferanslar da ilave edilebilir. İlave edilecek derslerin ve konferansların kapsam ve içeriği, ülkesel sertifika programlarında ve bölgesel sertifika programlarında ilgili bölgenin veya bölgelerin özellikleri dikkate alınarak düzenlenir. Sertifika programının süresi en az yedi yüz ders saatidir. Haftada 45 saat, günde en az dört saat, konferanslar ise en az iki saat olarak düzenlenir (Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği, 2014).

Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği incelendiğinde Türk Kültürünü tanıtabilmek için çeşitli alanlarda dersler bulunmakla birlikte Türk Mutfak Kültürüne ilişkin hiçbir dersin yer almadığı görülmektedir. Oysa mutfağımız da, kültürümüzün tanıtımının yapılabilmesi için önemli rol oynamaktadır. Türk mutfağı, Türk kültürünün önemli bir unsuru ve evrensel kültür ortamının da sayılı mutfaklarından biridir. Geçmişten gelen bu kültürel mirasın yeni nesillere aktarılması çok büyük önem arz etmekte ve kültürümüzün tanıtımının yapılmasında, Türk Mutfak Kültürü'nün rolü ve gücü küçümsenmemelidir (Solmaz ve Altıner, 2018).

Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği (2014) 'e göre Sertifika Programı'nda yer alıp, bazı örgün öğretim ders müfredatında yer almayan dersler ve üniversiteleri (ön lisans/lisans);

- Ankara Üniversitesi Beypazarı MYO Flora ve Fauna / Meslek Etiği / Müzecilik / İkonografi
- İstanbul Aydın Üniversitesi Flora ve Fauna / Meslek Etiği / Müzecilik
- Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler MYO Meslek Etiği / Flora ve Fauna / İletişim / Müzecilik / İkonografi
- Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi İçmeler Turizm MYO Meslek Etiği / Flora ve Fauna / Müzecilik
- Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Ortaca MYO Flora ve Fauna / Müzecilik
- Nevşehir Üniversitesi Ürgüp Sebahat ve Erol Toksöz MYO İletişim / Flora ve Fauna / Müzecilik

- Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler MYO Flora ve Fauna / Müzecilik / İkonografi / Meslek Etiği
- Süleyman Demirel Üniversitesi Yalvaç MYO İletişim / Müzecilik
- Uludağ Üniversitesi İznik MYO Anadolu Medeniyetleri Tarihi
- Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Van MYO İletişim / Flora ve Fauna
- Adıyaman Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Flora ve Fauna / Türk Halk Bilimi ve Geleneksel El Sanatları / Müzecilik / İkonografi
- Adnan Menderes Üniversitesi Turizm Fakültesi İkonografi
- Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi İletişim
- Ege Üniversitesi Çeşme Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu İletişim / Meslek Etiği / Müzecilik / İkonografi
- Kastamonu Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Meslek Etiği / İletişim
- Necmettin Erbakan Üniversitesi Turizm Fakültesi Meslek Etiği / Mitoloji / Müzecilik / Flora ve Fauna / İkonografi şeklindedir. Sertifika programında zaten gastronomi ve alakalı dersler görünmemektedir.

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi 2019-2020 Eğitim Öğretim Yılı Güz Döneminde, Turizm Fakültesi Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği Bölümü ders müfredatında, yönetmelik kapsamında bulunan tüm dersler bulunmakta ve aynı zamanda Gastronomi Turizmine destek olmak üzere aşağıdaki dersler de bulunmaktadır.

3.yarı yılda; zorunlu ders olarak Yiyecek-İçecek Hizmetleri dersi ve Alan Dışı Seçmeli Ders kapsamında alınabilecek gastronomi bölümüne ait ders.

4.yarı yılda; zorunlu ders olarak Türk Mutfak Kültürü ve Alan Dışı Seçmeli Ders kapsamında alınabilecek gastronomi bölümüne ait ders.

5.yarı yılda; seçmeli ders olarak İkram Hizmetleri

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği Bölümü ders müfredatında yer alan bu dersler dikkate alındığında gastronomi turizmi konusunda kendisini yetiştirmek isteyen rehber adaylarının daha çok bireysel gayret göstermeleri gerektiği düşünülmektedir.

Aral ‘Sevgili’ adlı kitabında der ki; ‘Benim ülkemde mutluluk henüz çiçek açmamış bir ağaçtır. Tohumu toprağa düşmemiştir bile’(Aral, 2017). O halde rehber, o tohumun toprağa düşmesinden, büyümesine ve fidandan ağaç olmasına kadar ve sonrasında da ağacın meyvesini turiste tanıtp/ikram edip, lezzetten haz alınmasını sağlayana dek, topraktan mideye tüm mutluluğu hizmet olarak sunuyor olmalı/olacaktır. Bu aynı zamanda, Christie’nin ‘Beklenmeyen Misafir’ adlı, ‘görmenin, inanmak olmadığı gerçeğinin’ vurgulandığı kitabını ve görme ile birlikte, olayların, içinde bulunma gerekliliğini hatırlatmaktadır bize (Christie, 1999). Turistimize, rehberleri olarak sadece göstermek, anlatmak yeterli olmayacaktır, yürekten bağlılık, tekrar deneyim ve özde keyif alma için, mirasımızın derinlerine inilmesi, yaşatılması, ruhunun canlandırılması gerekmektedir.

Alan yazında, Türk Mutfak Kültürüne ilişkin yapılacak olan çalışmalarda, tanıtım ve pazarlama faaliyetleri için neler yapılabileceği konusuna derinlemesine çalışılması gerekmektedir (Önçel, 2015). Tabi bu arada da kültürümüzü tanıtacak rehber adaylarının lisans müfredatlarının, Türk Mutfak Kültürü ve ilgili dersler yönünden daha çok desteklenmesi konusu göz ardı edilmemelidir. Yapılan bir çalışmada, lisans düzeyinde eğitim veren turizm rehberliği bölümlerinin ders müfredatlarının mesleğin ihtiyacı, güncel gereksinimler ve sektörün beklentilerini karşılama düzeyleri araştırılmış ve ilgili programların ders müfredatları, Turizm Bakanlığı sertifika kurslarındaki dersler, Türkiye Yükseköğretim Yeterlilikler çerçevesi dikkate alınarak nitel araştırma yöntemleri ile incelenmiş ve sonuç olarak da lisans eğitim programlarındaki temel teorik derslerin, beklentileri karşılar nitelikte olduğu ancak turizmde güncel konular, yabancı dil eğitimi, bireysel temalı dersler ve teknik uygulamalı derslerin nispeten sınırlı kaldığı belirlenmiştir (Yenipınar ve Kardaş, 2019).

4.1. Örgün Eğitimde Turist Rehber Adaylarına Uygulanan Müfredat Programında Mutfak Kültürümüz

Hazırlanan bir yüksek lisans tezinde, lisans düzeyinde okutulan turist rehberliği program müfredatlarında (2019-2020 yılı için), gastronomi/Türk Mutfağı ile ilgili dersler, Tablo 4.1’de gösterildiği şekilde yerlerini almıştır (Aşkın, 2020).

Sıra No	Üniversite	Fakülte	Bölüm	Zorunlu / Seçmeli	Yarı yıl	Müfredatlarında Yer Alan Yiyecek-İçecek ile Alakalı Dersler	AKT S
1	Adıyaman	Turizm F.	Turizm Rehberliği	S	3	Türk Mutfağı	4
				S	3	Yiyecek ve İçecek Hizmetleri Yönetimi	4
				S	4	Uluslararası Mutfaklar	4
				S	5	Beslenme İlkeleri ve Menü Yönetimi	4
				S	6	Yeme İçme Kültürü	4
2	Afyon Kocatepe	Turizm F.	Turizm Rehberliği	S	4	Türkiye Yiyecek-İçecek ve Mutfak Kültürü	2
			Turizm Rehberliği (İ.Ö)				
3	Akdeniz (Antalya)	Manavgat Turizm F.	Turizm Rehberliği (İ.Ö)	S	4	Türk ve Dünya Mutfaklar	*
		Turizm F.	Turizm Rehberliği	S	4	Türk ve Dünya Mutfakları	*
	Aksaray	Turizm F.	Turizm Rehberliği	S	3	İkram ve Servis Hizmetleri	4
				S	7	Türk Mutfak Kültürü	4
				S	8	Uluslararası Mutfaklar	4
4	Anadolu (Eskişehir)	Turizm F.	Turizm Rehberliği	-	-	-	-
			Turizm Rehberliği (KKTC)				
*İlgili Üniversitenin Bilgi Sayfasında Ders Kodları ve Kredi Notu Yer almamaktadır.							
5	AHBV	Turizm F.	Seyahat İşl. ve Turizm Rehberliği	Z	3	Yiyecek İçecek Hizmetleri	5
				Z	4	Türk Mutfak Kültürü	4
				S	5	İkram Hizmetleri	4
6	Atatürk (Erzurum)	Turizm F.	Turizm Rehberliği	S	6	Türk ve Dünya Mutfakları	3
				S	7	Yemek Kültürü ve Tarihi	3
7	Aydın Adnan Menderes	Turizm F.	Turizm Rehberliği	-	-	-	-
			Turizm Rehberliği (İ.Ö)				
8	Balıkesir	Turizm F.	Turizm Rehberliği	Z	3	Türk Mutfak Kültürü	4
			Turizm Rehberliği (İ.Ö)	Z	4	Dünya Mutfakları	4

Tablo 4.1. Turizm rehberliği alanında 2019-2020 yılında lisans düzeyinde öğrenci kabul eden üniversiteler ve müfredatlarında gastronomi ile ilgili dersler (Aşkın, S, 2020)

Sıra No	Üniversite	Fakülte	Bölüm	Zorunlu / Seçmeli	Yarı yıl	Müfredatlarında Yer Alan Yiyecek-İçecek ile Alakalı Dersler	AKT S
8	Balıkesir	Turizm F.	Turizm Rehberliği	Z	3	Türk Mutfak Kültürü	4
			Turizm Rehberliği (İ.Ö)	Z	4	Dünya Mutfakları	4
9	Batman	Turizm İşlet. ve Otelcilik Y.O.	Turizm Rehberliği	S	6	Türk ve Dünya Mutfakları	3
10	Bolu Abant İzzet Baysal	Turizm F.	Turizm Rehberliği	Z	5	Türk Mutfak Kültürü	4
				Z	6	Dünya Mutfakları	4
11	Çanakkale Onsekiz Mart	Turizm F.	Seyahat İşl. ve Turizm Rehberliği.	S	8	Türk ve Dünya Mutfakları	3
12	Çankırı Karatekin	İlgaz Turizm ve Otelcilik Y.O.	Turizm Rehberliği	Z	7	Türk Mutfak Kültürü	4
13	Ege (İzmir)	Çeşme Turizm F.	Turizm Rehberliği				
14	Erciyes (Kayseri)	Turizm F.	Turizm Rehberliği	S	4	Gastronomi	2
				S	5	Türk ve Dünya Mutfakları	2
15	Gümüşhane	Turizm F.	Turizm Rehberliği	S	5	Gastronomi ve Yemek Tarihi	4
16	Harran (Şanlıurfa)	Turizm ve Otelcilik İşl. Y.O.	Turizm Rehberliği	S	6	Mutfak ve Servis Uygulamaları	5
				S	8	Gastronomi ve Mutfak Sanatları	5
17	Isparta Uygulamalı Bilimler	Turizm F.	Turizm Rehberliği				
18	İskenderun Teknik (Hatay)	Turizm F.	Seyahat İşl. ve Turizm Rehberliği	S	4	Gastronomi Turizmi	2
				S	5	Türk Mutfağı	2
19	İstanbul (Gedik)	İktisadi ve İdari Bilimler F.	Turizm Rehberliği (B)				
			Turizm Rehberliği (%75 İnd.)				
			Turizm Rehberliği (50 İnd.)				
20	İzmir Kâtip Çelebi	Turizm F.	Turizm Rehberliği	S	5	Türk ve Dünya Mutfakları	5
				S	6	Beslenme ve Hijyen	5
21	Karabük	Safranbolu Turizm F.	Turizm Rehberliği	S	6	Türk ve Dünya Mutfakları (G)	3

Tablo 4.1. (devam) Turizm rehberliği alanında 2019-2020 yılında lisans düzeyinde öğrenci kabul eden üniversiteler ve müfredatlarında gastronomi ile ilgili dersler (Aşkın, S, 2020)

Sıra No	Üniversite	Fakülte	Bölüm	Zorunlu / Seçmeli	Yarı yıl	Müfredatlarında Yer Alan Yiyecek-İçecek ile Alakalı Dersler	AKT S
22	Kastamonu	Turizm F.	Turizm Rehberliği	Z	8	Uluslararası Yemek Kültürü	2
23	Kırklareli	Turizm F.	Turizm Rehberliği	S	6	Türk ve Dünya Mutfağı	3
24	Mardin Artuklu	Turizm F.	Turizm Rehberliği	S	7	Türk Mutfak Kültürü	5
25	Mersin	Turizm F.	Turizm Rehberliği	S	8	Türk ve Dünya Mutfak Kültürü	3
26	Necmettin Erbakan (Konya)	Turizm F.	Turizm Rehberliği Turizm Rehberliği (İ.Ö)	Z	4	Türk Mutfak Kültürü	4
27	Nevşehir Hacı Bektaş Veli	Turizm F.	Turizm Rehberliği	S	6	Gastronomi	2
				S	8	Türk Mutfağı	4
28	Nişantaşı (İstanbul)	UBYO	Turizm Rehberliği (B) Turizm Rehberliği (%75ind)	S	7	Türk Mutfak Kültürü	5
29	Ondokuz Mayıs (Samsun)	Turizm F.	Turizm Rehberliği	S	6	Türk Mutfak Kültürü	3
				S	7	Gastronomi Turizmi	4
30	Pamukkale	Turizm F.	Turizm Rehberliği	S	6	Yöresel Türk Mutfakları	5
				S	6	Şarap Kültürü	5
				S	7	Gastronomi Turizmi	5
30	Sakarya Uygulamalı Bilimler	Turizm F.	Turizm Rehberliği Turizm Rehberliği (İ.Ö)	S	3	Beslenme İlkeleri ve Menü Planlama	5
				S	4	Türk ve Dünya Mutfağı	5
31	Selçuk (Konya)	Beyşehir Akkanat Turizm F. Turizm F.	Turizm Rehberliği Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği	Z Z	3	Menü Yönetimi Türk Mutfak Kültürü	4 4
32	Siirt	Turizm İşl. ve Otel. Y.O	Turizm Rehberliği Turizm Rehberliği (İ.Ö)	S	6	Gastronomi Bilimi	2

Tablo 4.1. (devam) Turizm rehberliği alanında 2019-2020 yılında lisans düzeyinde öğrenci kabul eden üniversiteler ve müfredatlarında gastronomi ile ilgili dersler (Aşkın, S, 2020)

Sıra No	Üniversite	Fakülte	Bölüm	Zorunlu / Seçmeli	Yarı yıl	Müfredatlarında Yer Alan Yiyecek-İçecek ile Alakalı Dersler	AKT S
33	Yaşar (İzmir)	UBYO	Turizm Rehberliği (İng-U)				
			Turizm Rehberliği (İng-B)				
			Turizm Rehberliği (İng-%50 İnd)				
			Turizm Rehberliği (İng-%25 İnd)				
34	Zonguldak Bülent Ecevit	Karadeniz Ereğli Turizm F.	Turizm Rehberliği				

Tablo 4.1. (devam) Turizm rehberliği alanında 2019-2020 yılında lisans düzeyinde öğrenci kabul eden üniversiteler ve müfredatlarında gastronomi ile ilgili dersler (Aşkın, S, 2020)

Türkiye’de, kalkınma ve tanıtıma katkı sunan turist rehberlerinin eğitimini lisans düzeyinde yürüten fakülte ve yükseköğretim programlarının ders müfredatlarının incelenmesi, Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği’nde yer alan temel dersler ile uygunluğu ve turist rehberliği eğitimi veren kurumlar arasında standardın olup olmadığı oldukça önemli bir konudur. İşçeli ve Kılıç (2018), lisans düzeyinde rehberlik eğitimi veren kurumlarda müfredatın Profesyonel Turist Rehberliği Yönetmeliğinden farklı olduğunu, zorunlu derslerin bazı üniversitelerde seçmeli ders olarak verildiğini ve ders isimlerinde farklılıklar olduğunu belirtmişlerdir. Çakmak ve İstanbullu Dinçer (2018), Türk kimliği derslerinin rehberlik eğitimi veren lisans programları müfredatlarında daha fazla yer alması gerektiğini vurgulamışlardır. Güven ve Ceylan (2014), yaptıkları çalışmada ön lisans ve lisans düzeyinde turizm rehberliği eğitimi veren yükseköğretim programlarının müfredatlarının Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği dersleri ile arasında farklılıklar olduğunu belirtmişlerdir.

Hem Tablo 4.1.’de yer alan Aşkın’ın (2020) çalışma sonuçları hem de Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği’nde sertifika programında okutulması zorunlu dersler, kültürümüzün tanıtımında başı çeken unsurlardan biri olan Türk Mutfağı ve ilişkili

derslerin, lisans ders müfredatlarında daha çok yer alması hususunun üzerinde çalışılması gerekliliğine işaret etmektedir.

Dünya Turist Rehber Birlikleri Federasyonu (WTFGA)'nın resmî web sayfasında 64 ülkenin bilgilerinin yer aldığı içerikte 38 ülkede rehberlik faaliyeti gerçekleştirmek için lisans alma şartının bulunduğu görülmektedir. Türkiye rehberlik mesleğini yapmak için lisans almanın gerekli olduğu ülkelerden birisidir. Bazı ülkelerde rehberlik lisansları bölgesel, bazılarında ülkesel olarak verilmektedir. Ülkelerin bazıları rehberlik eğitimi verirken, bazıları eğitim vermemektedir. Ülkeler kendi standartlarını kendileri belirlemektedir. Dolayısıyla dünyada tüm ülkelerde uygulanan bir standart olmadığı anlaşılmaktadır (Akpınar, A. 2020).

Avrupa, Amerika ve Asya'da rehberlik eğitime bakıldığında, bu konudaki eğitime ciddi önem verildiği, ancak gastronomi derslerine pek değinilmediği görülmektedir.

İzlanda'da 21 yaşında olup üniversite mezunu olmak ve İzlandaca dilinde yeterliğe sahip olmak gibi üç temel şart turist rehberi olabilmek için yeterli olmaktadır. Rehberlik kurslarının eğitim süresi de 26 hafta olup, toplamda 444 saat eğitim verilmektedir. Kurs içeriğinde, Rehberlik Teknikleri, Sunum Becerileri, Grup Psikolojisi, Jeoloji, Coğrafya, Tarih, Sanat, Yabancı Diller ve İlk Yardım alanında eğitim verilmektedir. 26 hafta süresince dersler genellikle akşamları olup, her alan bittiğinde yazılı test yapılmaktadır. Başarı puanı en 70 dir.

Fransa'da turist rehberlerinin diploma sahibi olması ve bu kişilere verilen mesleki kartlara sahip olmaları gerekmektedir. Fransa'da turist rehberlerinin aldıkları bu belge, Turizm Yüksek Teknisyen Sertifikası (BTS) olarak adlandırılmaktadır. BTS Turizm Programı, haftada 31 ile 34 saat arasında değişen bir eğitim dilimine sahiptir. Eğitim süreci boyunca da, bir turizm şirketi takibinde 12-14 haftalık staj süresi vardır. Eğitim süresince turizm konusunda teknik ve teorik kavramlar hakkında bilgi sahibi olunmaktadır. Bu konular, Ticari Takip, Eko turizm, Yazılı ve Sözlü Yabancı Diller, Otel İşletmeciliği, Sosyal Turizm, Kültürel Turizm gibi başlıklardan oluşmaktadır. Genel veya teknik okullardan mezun olan öğrenciler bu eğitime başvuru yapabilirler ve iki farklı dil öğrenme zorunluluğunun olduğunu da bilirler.

Almanya'da turist rehberleri, seyahat rehberi, yabancı rehberi ve turist rehberi olarak geçmekte ve turist rehberliği eğitimi ile ilgili de yasal bir düzenleme bulunmamaktadır. Rehberlik eğitimi, tur operatörleri, seyahat acenteleri ve belediyeler

tarafından 6-9 aylık ücretli kurslar şeklinde düzenlenmektedir. Koşul varsa, dil veya yaş sınırı gibi, bunları da acente veya belediyeler belirlemektedir.

Rusya’da ilgili eğitim, kurslarda, meslek liselerinde ve üniversitelerde verilmektedir. Üniversitelerde 1 yıl hazırlık eğitimi ve 4 yıl da lisans eğitimi verilmektedir. Rehberlik, Gezi ve Müzecilik, Kültür Turizmi, Filoloji, Sanat tarihi eğitimi veren bir dal olarak görülmektedir. Kurslarda ise Retorik, Sanatsal ve Mimari Eğilimlerin İncelenmesi, Mesleğin Yasal Mevzuatı, Psikoloji ve Rota Çizme Yöntemleri adı altında eğitimler verilmektedir. Yabancı dillerden de en az bir tanesini bilmek, temel gerekliliktir. Maaş ve konum, dil bilgisi ile orantılıdır.

Avusturya’da rehber adayları ilk önce Ticaret Odası’na başvurmak zorundadırlar. Yazılı ve sözlü sınavları vermeli, en az iki yabancı dili akıcı bir şekilde konuşmaları gerekmektedir. Ders olarak Sanat, Müzik, Drama, Tarih, Coğrafya, Siyaset, Avusturya Tarihi ve Konuşma Teknikleri derslerini almaktadırlar ve eğitim kursu süresi 3 yıl sürmektedir.

İtalya’da rehber olabilmenin ön koşulu, uzun süreli eğitim ve kapsamlı bir lisans sınavını başarılı bir şekilde vermiş olmaktır. Çalışma kartına sahip olabilmeleri için, rehberlerin, yerel yönetime kayıt yapttırmaları ve rehberlik yapmak istedikleri alan ile ilgili tüm bilgilerin test edildiğı bir sınavdan başarılı olmaları gerekmektedir. Rönesans Tarihi, Antik Tarih, Din, Botanik, Kültür Bilimi, Estetik ve Mimarlık, zorunlu eğitim aldıkları alanlardır.

İspanya’da rehberlik, özerk olan topluluk ve bölgelerde yapılmaktadır. İspanya’da tüm bölgelerde turist rehberi olarak çalışabilmek için, açılan sınavlara girmek zorunluluğı vardır. Sınavlara girebilmek için de, rehber adayının AB’ye üye bir ülke vatandaşı olması, en az 18 yaşını doldurmuş olup uluslararası geçerliğe sahip diplomaya sahip olması (en az lise mezunu olmak) ve resmi kurumlarca yeterli seviyede İspanyolca bilgisi ile başka bir yabancı dil bildiğini ispatlayan belgeye sahip olması gerekmektedir.

Kuzey Amerika’da 2000’li yıllardan önce lisans ve lisansüstü seviyede tercümanlara, profesyonel anlamda eğitim veren 130 civarında üniversite bulunmakta idi. Bu eğitim programları, felsefe, kaynak yönetimi ve korunması, doğa bilimleri ve iletişim konularında eğitim imkânı sunmuştur. Lisans dersleri, Felsefe, Çevre Eğitimi, Tercüme Yorumlama Yöntemleri konularına geniş bir bakış açısı sunmakta, yüksek

lisans dersleri ise Teori, Araştırma, Tasarım ve Yönetim ile ilgili konulara geniş bakış açısı sunmaktadır. Günümüze gelindiğinde ise, Amerika Birleşik Devletleri'nde ulusal anlamda rehberlik eğitimi bulunmamakla birlikte, Uluslararası Rehber Akademisi ve Uluslararası Tur Yönetimi Enstitüsü gibi rehberlere eğitim fırsatı sunan kurumlar bulunmaktadır. Uluslararası Tur Yönetimi Enstitüsü, rehberler ve tur operatörlerine iki eğitim seçeneği sunmaktadırlar. Bu kuruma başvuran adayın rehber unvanı alabilmesi için, öncelikle rehberlik teknikleri, problem çözme, literatür taraması ve iletişim yöntemi alanlarında pratik yapabilecekleri 7 günlük bir kursa katılmaları zorunludur. Uluslararası Rehber Akademi de, rehber adaylarına, pratik yapabilecekleri 10 günlük bir eğitim programı sunmakta ve bu eğitim esnasında da, Tur Öncesi Hazırlık, Havaalanı İşlemleri, Yerel Rehberlerle ve Tur Aracı Sürücüleriyle İşbirliği, Grup Psikolojisi ve İlk Yardım gibi dersler vermektedirler. Yani Amerika'da üniversitelerin turizm bölümlerinde turist rehberliği ile ilişkili bir bölüm bulunmamaktadır.

Kanada'da da rehberlik eğitimi veren üniversite bulunmamakta, orta öğretim mezunu olup, dil, genel kültür, liderlik, bölge ile ilgili detaylı bilgi, takım çalışması, turizm ve ilk yardım gibi konularda kişisel gelişim ve sertifikalara sahip olmak yeterlidir.

Çin'de turist rehberi olmak için, lisans mezunu olup Çin Ulusal Turizm İdaresi'nin sponsorluğunda her yıl düzenlenmekte olan ulusal rehberlik sınavına girilmesi gerekmektedir. Bu sınavı genellikle sanat tarihçileri ve öğretmenler tercih etmektedirler. Sınavı başarı ile geçen adaylar, bir turist rehberi şirketine ya da bir seyahat acentesine kayıt yaptırma zorunluluğuna sahiptir. Başvurudan sonra akıllı kart olarak adlandırılan bir yasal kimlik düzenlenir. Sınavda sorulan sorular, turist rehberliği teorik bilgileri ve yasal mevzuat, turist rehberliği nitelikleri, turist rehberliği pratiği, Kanton tarihi, edebiyat ve tarihten oluşmaktadır.

Japonya'da rehberlik eğitimi, bazı üniversitelerin verdiği kurslar dışında kişisel gelişime tabidir. 2020 Tokyo Olimpiyatlarına hazırlık olmak üzere Temple Üniversitesi kurslar açmış ve ön koşul olarak da en az orta düzeyde İngilizce biliyor olma koşulunu eklemiştir. Burada alınan 20 saatlik dersten sonra sertifika verilmektedir. Temel şart rehberlerin hepsinin Japonca'yı ve farklı dilleri ileri derecede bilmeleri gerektiğidir. Rehberlik yapılacak bölgede 6 ay- 1 yıl yaşama zorunluluğu vardır. İlgili bölgenin tüm detayları ile bilinmesi gereklidir. Çünkü arabuluculuk

rolünde, otel odaları, son dakika rezervasyonları, en iyi kuyumcu ve restoranların bilinmesi gereklidir.

Özbekistan, Kazakistan ve Azerbaycan'da turizm ve rehberlik kavramları daha yeni yeni gelişmeye başladığından, yaygın bir eğitim söz konusu değildir. Azerbaycan'da turist rehberi olmak için iyi derecede İngilizce ve Rusça bilmek gerekiyorken, Kazakistan ve Özbekistan'da şimdilik bir yasal düzenleme bulunmamaktadır.

Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nde rehber olabilmek için ya Lefke Avrupa Üniversitesi turist rehberliği ön lisans programında eğitim görüp mezun olmak ya da Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti Turizm ve Çevre Bakanlığı tarafından açılan 3 aylık turist rehberi yetiştirme programları ile en az lise düzeyinde diploma sahibi olup kamuda çalışmayan Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti vatandaşı olmak şartları gerekmektedir. Bu kursu başarı ile tamamlayan adaylar, ulusal lisanslı turist rehberi olma hakkını elde edebilmektedirler. (Tanrısever, Bektaş ve Koç, 2019).

Tanrısever, Bektaş ve Koç'un 2019 yılında yazın taramasında içerik analizi yöntemi kullanılarak hazırlamış oldukları yukardaki verilerin alındığı çalışmada ve WFTGA'nın resmi internet sayfasından (www.wftga.org,2020) alınan verilerden, Yunanistan'da turist rehber adaylarının ören yerleri, müzeler, anıtlar, kiliseler vb. konularda 2,5 yıl süreli eğitim veren Turist Rehberliği Devlet Okulu'nda eğitim almalarının gerekli olmasına ek olarak bölgesel değil de, ülkesel rehberlik lisansına sahip olmaları gerektiği, adayların, Avrupa Birliği üyesi ülkelerden olması ve Modern Yunan dilini akıcı bir şekilde konuştuklarına dair belgelerinin olması ya da Avrupa Birliği üyesi ülkelerden olmayıp Yunan kökenli olan yabancılardan olması ve yüksekokul diplomasına sahip olması şartı aranması şeklinde verilen verilerden ve bazı ülkelerin turizmde öne çıktıkları turizm çeşitleriyle ilgili uzman rehberlerin yetiştirilmesi ve istihdam edilmesine önem verilmekte (İzlanda'da kurvaziyer rehberliği, Zimbabwe profesyonel avcılık ve rehberliği vb.).olduğu bilgisinin verildiği bir yüksek lisans tezinden de anlaşılaçağı üzere genel olarak dünya ülkelerinin profesyonel turist rehberliği eğitimine önem verdikleri anlaşılmaktadır (Aşkın, 2020). Ancak Yunanistan, İngiltere, İspanya ve Avusturya'da Turist Rehberliği Eğitimi'nde verilen dersler incelendiğinde, sadece İspanyadaki eğitimlerde gastronomi dersine 'Yerel Gastronomi Kültürü' adı altında yer verilmektedir. Avrupa Standardında Turist

Rehberliği Eğitim Programı incelendiğinde de, alana özgü dersler başlığı altında ‘yiyecek ve içecekler’ olarak bir ders yer almaktadır (Yenipınar ve Zorkirişci, 2013).

4.1.1. Turist Rehberleri Açısından Yemek Kültürünün Önemi

Bir toplumun yemek kültürü, gastronomi müzeleri, bağlar, çiftlikler, hikâyesi olan üretim merkezleri, tadım noktaları, satış alanları ve daha pek çok gastronomi turizmine konu olacak unsur, turist rehberlerinin ilgi odağı olmalıdır. Rehber adaylarının aldıkları eğitim esnasındaki kazanımları, genel kültür ile harmanlanarak, turisti, bahsi geçen ögelere götüren, tanıtan, keyiflendiren, tatlandıran, haz alınacak konuma getiren unsurlar olmalıdır ki gene tüm görev, rehberlere düşmektedir. Turist rehberlerinin ülke tanıtımına ilişkin aldıkları doğa, tarih, arkeoloji eğitimi gibi konuların yanı sıra, ülke kültürünün aktarılmasında önemli yeri olan yöresel yemek kültürüne de tüm detaylarıyla hâkim olup turistlere tanıtılabilmeleri esas olmalıdır. Bu amaçla aldıkları eğitim kapsamında Mutfak Kültürü de yer almalıdır.

WFTGA ve Avrupa Turist Rehber Dernekleri Federasyonu (FEG) koordinasyonunda dünyanın ilk gerçek çevrim içi, kapsamlı Aşçılık Turist Rehberi Sertifikasyon Eğitim Programı sunumu için anlaşma imzalanmıştır. Programın tamamlanması yaklaşık 3 saat sürmekte ve sonunda başarılı olan turist rehberi, kaliteli ve profesyonel bir yemek turu tasarlamayı ve yürütmeyi bildiğine dair bir sertifika almaktadır. Eğitim programı sadece FEG’in dernek üyelerine ve bağlı kuruluşlarına sunulmaktadır. Bu eğitim sonunda ‘Mutfak Onaylı Turist Rehberi’ olmak ile şarap bağları, gastronomi müzeleri, geleneksel yemek pazarları gibi konularda, artık sadece kendi yeterlilik alanlarında rehberlik eden turist rehberleri için kısıtlı bilgiler mazide kalmış olmakta ve ilgili sertifika ile mesleki başarıda da önemli bir yol alınmış olunmaktadır. Bu program ile dünya çapındaki mutfak turist rehberlerinin, ortak bir mükemmellik paydası altında toplanması hedeflenmektedir. Turistler, ilgili sertifikaya sahip turist rehberinin, destinasyonda derinlemesine ve yüksek kaliteli mutfak turu sunacağından emin olarak hareket edeceklerdir (World Food Travel Association Yeni Mutfak Sertifikalı Turist Rehberi Programı başlattı, 2019). Ülkemizde de bu özellikte rehberlik için, rehberlik lisans eğitimi sırasında gastronomi alanında yan dal eğitimi önerilebilir. Yandal, kayıtlı bulunulan anadal lisans programını başarı ile yürüten öğrencilerin, ilgi duydukları başka bir dalda sınırlı sayıda ders almalarını sağlayan bir programdır.

Mezuniyette, ana bölüm diploması yanında, yandal sertifikası almak için, yandal programı koşullarının tamamlanması gereklidir.



5. GASTRONOMİ TURLARI VE TURİST REHBERLERİ

Türkiye'ye yönelik gastronomi turu seçenekleri hak ettiği yerin çok uzağındadır. Yakın zamanda oluşturulmaya başlanan gastronomi turlarına rehberlik edecek kişilerin bu konuda yeterli bilgi sahibi olması ve yetkinliği, turların unutulmaz bir turist deneyimine dönüşmesinde ve olumlu bir mutfak imajının oluşmasında kilit rol oynamaktadır. Destinasyona gelen turiste, bölgeyi, ülkeyi tanıtarak ilgili alan hakkında bilgi vermesinden ötürü, elçi konumundadır aslında rehber. Seyahat süresince gidilen noktalarda rehberden beklenen, bölgeye ve/veya ülkeye özgü yerel lezzetler hakkında bilgi verip, yerel yemeklerin ve içeceklerin sunumunun o yöreye özel bir şekilde yapılmasını sağlamasıdır. Turist rehberleri, aile aktivitelerinde bulunmaktan keyif alan, gelenekleri yaşatan ve insan odaklı olma özellikleri ile turistlerde destinasyonla ilgili pozitif algı oluşturmada önemli rol üstlenmektedirler. Zamanı ve stresi yönetmekle birlikte algıyı da yönetmekte ve turistler üzerinde, destinasyona has lezzetlerle ilgili olumlu algı oluşmasına neden olmaktadırlar, aktarım, sunum, içtenlik ve memnuniyetle birlikte. Keza, turistlerin tekrar turlara katılması, turist rehberinin yiyecek ve içecek konusundaki tavsiyelerinden olumlu olarak etkilenmesine bağlıdır. Olumlu etkilenen turist aynı destinasyona tekrar tekrar aynı veya türev yiyecek içecekleri tüketmek için gelecek ve turist algısının niyetle birleşmiş hali, uygulamada pratik olarak karşımıza çıkacaktır. Bu arada sunulan menünün zenginliği, kalifiye personel istihdamı, kalite-fiyat ilişkisi ve uyumu, işletmenin mevkiinin uygunluğu ve ortamın ambiyansı gibi ciddi kriterler yanında, yiyecek içeceğin güvenli sunumu da hayati önem arz ettiğinden, bahsi geçen tüm unsurların bir arada sunulması veya sunulabildiği ortamların turistlerin algı ve seçimindeki destinasyonlar kapsamında yer alması gerekmektedir (Sevim ve Görkem, 2015). Kaplan (2018) 'ın bir çalışmada, gastronomi turistlerinin yeni bir yiyecek tatma konusuna yaklaşımları, yeni yiyecek deneme korkusuna sahip olanların, gastronomi turizmüne daha az katılmaları şeklinde ortaya çıkmıştır (Kaplan, 2018). Ayrıca 2019 yılında yapılan bir çalışmada da, yeni yiyecek deneme konusunda rehber adaylarının verdikleri cevaplarda her ne kadar farklı kültürlerin yiyeceklerini beğenirim sorusu, en çok katıldıkları ifade olsa da sonuç, rehber adaylarından %54,3'ünün yeni yiyecek deneme korkusuna sahip olduğunu (neophobic), %0,8 'inin de yeni yiyecek denemeye açık (neophilic) olduğunu göstermiştir (Birdir, İflazoğlu ve Birdir, 2019). Yeni

yiyecek deneme korkusu çoğunlukla yeni yiyeceklere karşı bilgi yetersizliğinden kaynaklanmakta olup, rehber adaylarının mesleklerini icra ederken, öncesinde destinasyonlar ve oraya özgü yiyecekler hakkında anlık araştırma yaparak bilgi sahibi olmaları yerine zaten bu bilgilere sahip, donanımlı rehberler olarak o aşamada olmaları gerektiği, arzulanan gerçektir. Çünkü turistler, yeni karşılaşılan yiyecekler hakkında bilgi sahibi olmak istemekte ve rehberin önerilerine de çoğunlukla açık olmaktadır.

Rand ve Heat (2006)'a göre günümüzde gastronomi turizmi, farklı deneyimler arayan ve süregelen uzaklaşmak isteyen turistler için, ziyaretin tamamlayıcı unsuru olmaktan çıkarak yapılan seyahatin temel amaçlarından birine dönüşmüştür. Yani deniz-kum-güneş üçlüsü üzerinde sabitlenmek yerine alternatif turizm türlerine yönelişte, turistlerin karşısına hızlı bir atakla çıkan bir turizm türüdür gastronomi turizmi. Yöresel yiyecekler bu turizm türü içinde yerele ait olanın temel alınarak öne çıkarılması, özgünlüğünün gösterilmesi, yörenin elverdiği şekilde ve miktarda ortaya çıkması gibi içeriklere sahip olması şeklinde araştırmacılar tarafından ortak bir düşünce olgusuna neden olmaktadır (Aydoğdu ve Mızrak, 2017; Toksöz ve Aras, 2016; Kesici, 2012; Serçeoğlu, 2014).

Türk Mutfağı, Asya, Avrupa ve Afrika da dâhil olmak üzere çok geniş bir coğrafyada şekillenmiş olması ve çok köklü tarihi bir geçmişe sahip olmasından dolayı, farklı kültürleri etkileyerek ve farklı kültürlerden de etkilenecek, etki-tepki misali, çeşitlenmiş ve zenginleşmiştir. Orta Asya göçebe Türk boylarının geleneksel hazırlama, pişirme ve sunum tekniklerinden başlayarak, Osmanlı son dönem saray politikaları neticesinde batılılardan aldığı mutfak kültürlerine kadar çok uzun bir sürede şekillenen Türk Mutfağında İslamiyet'in etkisi de belirleyici olmuştur. Saray mutfak denildiğinde, kendine has düzen, kural ve dizayn akla gelmektedir. Türkiye, mutfak turizmi anlamında, çok çeşitte ve sayıda tarımsal ve yöresel ürüne sahip olduğundan lider olabilecek konumda bir ülkedir (Durlu-Özkaya, Sünnetçioğlu, Can, 2013). Yedi farklı bölgenin çeşitli ve farklı lezzetlerini barındırarak, birçok çeşit ürün sunabilme özelliğine sahipken, değerlendirebilecek gastronomik miras göz önünde bulundurulduğunda, Türk mutfaklarının gastronomi turizmi konusunda hakkını verecek kadar tanınmadığı ve gastronomi turizminin de turistik ürün olarak yeterince değerlendirilemediği görülmektedir. Tüm bu öne çıkarma etkinliklerinde de asıl liderin, turistlerin ilk olarak karşılaştıkları turist rehberleri oldukları aşikârdır. O

zaman, rehberliğe adaylıktan itibaren, tüm rehberlerin, özellikle kendi mutfağımıza hâkim olup sahip çıkmaları, kültürümüzü geçmişimizden günümüze taşıyabilmeleri ve aktarabilmeleri, sürdürülebilirliğinin sağlanması esas alınmalı ve ortaya çıkan mamul de, başlı başına kendilerinin elinden çıkan turistik el sanatları misali işlemler gibi olmalıdır. Yani turist rehber adaylarının, daha öğrencilik yıllarında, Türk kültürünün vazgeçilmez ve temel unsuru olan ‘Türk Mutfağı’ kavramına yönelik çok ciddi bir algıya ve bilgi birikimine sahip olmaları gerekmektedir.

Türkiye’de turist rehberliğinin profesyonel anlamda yapılması ve bir meslek kanununa sahip olması Resmi Gazete ’de yayınlanan 07.06.2012 tarihli ve 6326 sayılı kanun ile gündeme gelmiştir. 1995 yılına kadar sadece Bakanlık tarafından yürütülen rehberlik eğitimi; bu tarihe kadar yabancı dil bilen lise veya üniversite mezunları sınav ile seçilerek üç ve altı aylık kurslara katılıp turist rehberi olabilmekteydi. Üç aylık kursları tamamlayanlar bölgesel, altı aylık kursları tamamlayanlar ise ülkesel rehber olma hakkı kazanmaktaydı. 1995 yılında oluşturulan mevzuat ve kararlar neticesinde, üniversiteler tarafından vermeye başlanmıştır. 6326 sayılı Meslek Kanunu kararnamesi ile eğitim, örgün ve yaygın olmak üzere iki şekilde verilmektedir. Örgün eğitim üniversitelerde, ön lisans (Turist Rehberliği), lisans (Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği ile Turizm Rehberliği) ve yüksek lisans programları Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği, Turizm Rehberliği, Rekreasyon ve Turist Rehberliği, Eko Turizm Rehberliği ile İnanç Turizmi Rehberliği başlıkları altında), yaygın eğitim ise Kültür ve Turizm Bakanlığı ve TUREB’in yürüttüğü turist rehberliği eğitim kursları aracılığı ile verilmektedir. Ülkemizde, üniversitelerin turist rehberliği eğitim programlarına ilk olarak meslek yüksekokullarından ön lisans mezunlarının yetiştirilmesi ile başlandığı bilinmektedir. Rehberlik eğitimi veren ilk üniversite de, Ankara Üniversitesi Başkent Meslek Yüksekokulu’nda başlatılan turist rehberliği ön lisans programı olmuştur ve ilk mezunlarını 1992 yılında vermiştir. Rehberlik eğitiminin yaygınlaşması ile lisans programlarına taşınan bir rehberlik eğitiminden bahsetmek söz konusu olmuştur. Yükseköğretim programlarında ön lisans eğitiminde, yabancı dil eğitimlerinin yeterli görünmemesi ve de turizm sektörüne yeterli istihdam sağlanamamasından dolayı lisans programları açılmış ve gelişmeye başlamıştır. Lisans eğitimi ise ilk olarak 1997 yılında eğitim öğretime başlayan Erciyes Üniversitesi Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu’nda vermeye başlanmıştır. Bu eğitimde geline son nokta, lisansüstü eğitimidir. Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler

Enstitüsü Turizm Rehberliği Anabilim Dalı Rekreasyon ve Turist Rehberliği Tezli Yüksek Lisans Programı 2014 yılında kurulmuştur. 2015-2016 Eğitim Öğretim yılı güz yarıyılından itibaren de Afyon Kocatepe Üniversitesi Turizm Rehberliği Ana Bilim Dalı Tezsiz Yüksek Lisans 2. Öğretim programına öğrenci alımı yapıldığı bilinmektedir. Ön lisans, lisans ve yüksek lisans programlarının varlığı yanında bir de uygulama gezilerine değinmek gerekir. Verilen teorik eğitimlere ek olarak mesleğin sahada pratiğinin nasıl yapılacağı ve teorik-pratik ilişkisi nasıl tamamlanır sorusunun karşılığına cevap olmak üzere yapılan uygulama gezileri ülkesel ve bölgesel olmak üzere 2'ye ayrılmakta ve ülke içinde yapılan uygulama gezileri en az 36 gün, adayın rehberlik yapacağı bölgede yapılacak uygulama gezisi ise en az 6 gün olmak zorunluluğunu taşıyacak şekilde düzenleme yapılmaktadır. (Deniz, 2019).

5.1. Gastronomi ve Turizm Yol Haritası

Gastronomi ve turizm arasındaki ara yüz “toprak” dır. Bu nedenle, çalışmalar, coğrafya bazlı ele alınıp, gastronomi turizmi ürünleri de benzer şekilde konu başlıkları ile değerlendirilmelidir. Türk mutfagının, yerli ve yabancı ziyaretçilerin destinasyon tercihlerinde belirleyici bir rol oynaması sağlanmalıdır. Bu kapsamda, iç ve dış pazarda yürütülen tanıtım faaliyetlerinde Türk gastronomisi gerek geleneksel ve gerekse modern tanıtım alanlarında öne çıkarılan unsurlar arasında yer almalıdır. Köklerini çok sayıda topluluk ve medeniyetin temellerinde bulan ve zaman içinde bu temellerin kültürlerinin sentezi ile günümüzdeki yapısını almış olan Türk mutfagının sahip olduğu zenginlik ve çeşitliliğin güçlü bir marka haline getirilerek ulusal ve uluslararası pazarda etkin ve verimli tanıtımının gerçekleştirilebilmesi için, tüm paydaşların katılımı ve katkısı ile oluşturulmuş, lider konumundaki bir yol haritasına ihtiyaç bulunmaktadır. Yol Haritasına liderlik edecek olan konu, eğitim ile başlamaktadır (3.Turizm Şurası, 2017).

Eğitim konusu öncelikli olarak;

1. Seyahat acenteleri ve rehberlere, Türk mutfak kültürü hakkında uzmanlık eğitimi verilmelidir (3.Turizm Şurası, 2017). Bu eğitim rehberlere, lisans eğitimi sırasında ağırlıklı olursa sonucun daha başarılı olacağı kaçınılmaz bir gerçek durumundadır. Ayrıca tur operatörleri, hazırladıkları turlarda gidilecek destinasyonlarda bulunan yöresel yeme içme kültüründen haberdar tur

rehberleri ile çalışmalı ve turistlerin özellikle bu alanlara gitmesi, yiyecek ve içeceklerden tatması sağlanmalıdır. Aynı şekilde, şarap güzergâhları, bağ bozumları, çiftlikler gibi üretim merkezi ya da üretim hikâyeleri, rehberler tarafından, önceden araştırılıp incelenmeli ve süslenip özümserenek turistlere gösterilmeli, aktarılmalıdır. Turizm, kültür ve gastronomi kültürü tam bir bütünlük içindedir. Bu bütünlük, tam olarak birbirini etkiler, şöyle ki, mimari, görünüm, renk, koku ve hatta müzik bile gastronomi turizmini etkiler ve gastronomi turizminden etkilenir. Urfa’da çok şık bir Urfa Gecesi düzenlendiğinde, kebaplar, Urfa türkülerini eşliğinde yenir ve eşsiz bir keyif verir bu ambiyans. Denize nazır bir ortamda yenilen balık ve Türk Sanat Müziği de ayrı bir huzur verecektir kişiye.

2. Mutfak şefleri ile eğitim kurumları, işletmeler ve Sivil Toplum Kuruluşları arasında işbirliği sağlanmalı, yeni kuşak şeflerin tanınıp, desteklenmesi için hem ulusal hem de uluslararası yarışmalar düzenlenmelidir. Türkiye’nin yeme içme ile alakalı özütü, harita dökümü olarak çıkarılmış olsa da gelişimi sağlanmalı ve kültürel yemeklerimizin hangi yöreye özgü olduğu, nelerle hazırlanıp nasıl pişirildiği ve sunumu yapıldığı konuları özet döküm olarak sürekli üzerinde durulan konulardan olmalıdır (3.Turizm Şurası, 2017).
3. Proje çalışmaları ile ürün tasarlama ve geliştirme girişimleri yani AR-GE çalışmaları desteklenmelidir (3.Turizm Şurası, 2017).
4. Yiyecek-içecek servis elemanları için eğitim programları, üçlü sacayak misali, Bakanlık, eğitim kurumları ve Sivil Toplum Kuruluşları işbirliğinde yürütülmelidir (3.Turizm Şurası, 2017).
5. Gastronomi turizmi sektöründe istihdam edilen insan kaynağının, sahip olması gereken bilgi birikiminin, Kültür ve Turizm Bakanlığı koordinasyonunda, başta gastronomi ve mutfak sanatları alanında eğitim veren kurumlar olmak üzere katkısı kabul edilebilecek tüm paydaşlar tarafından belirlenecek bir müfredat ve program çerçevesinde kazandırılması sağlanmalıdır ki bahsi geçen kurumlar hem öğrencilerine hem de bu sektördeki alakalı herkese eğitimlerini ulaştırmalı ve sektörün her anlamda sürdürülebilirliği misyonu ile harekete geçmelidir (3.Turizm Şurası, 2017).
6. Türkiye’nin turizm rehberliği konusunda varmış olduğu nokta ve bu alanın lisans ve lisansüstü programlarının niceliği değerlendirildiğinde, daha çok

sayıda akademisyene ihtiyaç olduğu aşikârdır. Bu imkânın sağlanabilmesi için, doktora programlarının açılması ve artırılması ile niteliğe ilişkin bir planlama yapılması gerekmektedir. Lisansüstü eğitim veren program yöneticileri liderliğinde kurulacak olan çalışma komisyonları ile alanda ihtiyaç duyulan araştırmacı ve akademisyen sayıları konularında uzun vadeli planlamalar yapılmasının faydalı olabileceği düşünülmektedir (Tekin, 2016).

5.1.1. Gastronomi Çağı

Toplam 42 bölge ofisi, 22 komitesi ve 8 bin 'den fazla üye acentesi ile Türk turizmine değer katma çabası içinde olan TÜRSAB bünyesinde, 2015 yılı başında “Gastronomi Turizmi Komitesi” oluşturulmuştur. TÜRSAB verilerine göre Akdeniz havzasındaki ülkemizin gastronomi turizmi konusunda pozisyonu, 23. ülke durumundadır. Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü'ne (UNWTO) göre, yemek turizminde faaliyetlerin %80'e yakını, aşçılık work-shoplari, müzeler, yemek etkinlikleri, gıda fuarları, pazar ve üretici gezileri ile yemek turları gibi etkinliklere yönelik olmaktadır (Gastronomi Turizm Komitesi, 2015).

TÜRSAB'ın UNWTO verilerini de içeren Gastronomi Turizmi Raporu'nda 2014 yılının Türkiye verilerine göz atıldığında, turistlerin yeme/içme harcamalarının kişi başı 157 dolar tutarında olduğu görünmektedir. TÜRSAB bu geliri 250 dolara yükseltme hedefini ortaya koymaktadır. UNWTO verilerine göre 1 milyar turistin %88, 2'si destinasyon seçiminde gastronomiyi belirleyici faktör ve stratejik bir öğe olarak görürken, %11,8 oranındaki azınlık oran ise destinasyon seçimlerinde gastronominin belirleyici bir faktör olmadığını/olamayacağını dile getirmektedir. Bu rakamın gösterdiği en önemli gerçek, turizmde artık gastronomi çağının başlamış olmasıdır. Dünyada gastronomi turizmi anlamında uygulama örnekleri denildiğinde balıkçı köyleri, gıda/içecek üretim tesisleri, tarihi pazarlar, bölge ve şehir günleri ve yemeklerin sunulduğu pahalı restoranlardan, sokak lezzetlerine kadar yayılan geniş bir alanda deneyimler tasarlamak mümkün görünmektedir (Polat ve Gezen, 2017).

Gastronomi Turizmi Derneği ve Xsights Araştırma'nın altı ay kadar süren çalışmasıyla ortaya çıkarılan Gastronomi Turistlerine Yönelik Araştırma'nın sonuçlarına göre ise Gastronomi turistleri yaklaşık olarak 945 doların 259 dolarını yeme içmeye harcarken,

diğer turistler ise 837 doların 171 dolarını yeme içmeye harcamaktadır (Türkiye'nin Gastronomi Turizmi Raporu, 2017).

Yeme içme konusunda turistlerin ayırmış oldukları paranın 2014 yılında TÜRSAB verilerine göre 157 dolar olduğu görülürken, 2017 yılında Gastronomi Turizmi Derneği ve Xsights Araştırmanın verilerine göre de bu rakamın gastro turistler için 259 dolara kadar çıktığı anlaşılmaktadır. Bu yaklaşık %65 lik bir artışa tekabül etmektedir ki 2014 ve 2017 yılları arası için yükseliş anlamında yadsınamayacak bir gerçek ortadadır. Diğer harcama grubundaki turistler için de %9' luk bir artış söz konusudur. Bu yükselişlerde turist rehberlerinin bilinci ve çabası ne durumda ve düzeyi lisans aşamasında daha nasıl artırabilir konusu da bu çalışmamızın amacını oluşturmaktadır.

Turist rehber adaylarının, Türk Mutfağı hakkındaki bilgilerinin ortaya konulması, mutfağımıza hâkim olmaları, gezi rotalarında yeme içme operasyonlarını nasıl yönetecekleri konularında bilgi sahibi olmaları ve gastronomi rehberi olarak uzmanlaşmaları gerekliliğine inanmaları, çok önemli bir noktadır. Bu durumda, her destinasyonun, her alandaki arz potansiyelinin turizme nasıl kazandırılabilceği önemli olduğu gibi, gastronomik arz potansiyelinin de farkında olunup, bunların ortaya konulması ve bu potansiyellere 'yöresel kimlik' kazandırılıp, rehber adayları boyutunda da bilgilendirme yapılması gerekir.

5.2. Turist ile Destinasyon Arasındaki Temel Köprü

İnsanlık, tarih boyunca ticaret (kervanlar, develerle ulaşım), su arayışı, zevk (Yunanlıların olimpiyatlara katılması), sağlık (sıcak su kaynağı, tedavi edici), vatan arayışı, fetih, göç, mevsim koşulları, din (Mekke-Kudüs) faktörü gibi çeşitli amaçlar ve uzaklara gitme isteğiyle, fitratlarındaki hareketlilikten, öğrenme isteklerinden, yeni şeyler keşfetme/icat etme gibi pek çok farklı sebepten dolayı, bireysel ve toplu olarak seyahatler yapmışlardır. Günümüzün şekillenmiş olan turizm hareketleri ilk olarak 1811 tarihinde lokomotifin bulunması ve ulaştırmada buharlı gemilerin kullanılmasıyla başlamıştır. Gelişen teknoloji sayesinde, uzak mesafeler uzak olmaktan çıkmış, ucuz ve konforlu seyahat olanakları doğmuştur. Kabul tarihi 07/06/2012 olan 6326 Sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu'nda turist rehberliği hizmeti: Seyahat acenteliği faaliyeti niteliğinde olmamak kaydıyla kişi veya grup

hâlindeki yerli veya yabancı turistlerin gezi öncesinde seçmiş oldukları dil kullanılarak ülkenin kültür, turizm, tarih, çevre, doğa, sosyal veya benzeri değerleri ile varlıklarının kültür ve turizm politikaları doğrultusunda tanıtılarak gezdirilmesini veya seyahat acenteleri tarafından düzenlenen turların gezi programının, seyahat acentesinin yazılı belgelerinde tanımladığı ve tüketiciye satıldığı şekilde yürütülüp acente adına yönetilmesi şeklinde ifade edilmektedir. Rehber, belirlenen usul ve esaslara uygun olarak rehberlik mesleğini icra etme yetkisini kazanmış olup, yerli veya yabancı turistlere, turistlerin gezi öncesinde seçmiş oldukları dil ile uyumlu olmak üzere, rehberlik kimlik kartlarında belirtilen dillerde rehberlik eden, onlara tanıttıkları bölgenin kültürel ve doğal mirasını aktaran, gezi programının, tur operatörü veya seyahat acentesinin yazılı belgelerinde tanımlandığı ve tüketiciye satıldığı şekilde yürütülmesini sağlayan ve gezi programını seyahat acentesi adına yöneten kişidir.

Ap ve Wong (2001) rehberi ‘destinasyon ile turistler arasındaki temel köprü’ olarak tanımlamaktadır. Buna göre turistlerin destinasyona ulaştıkları andan itibaren en güvenilir kişilerin tur rehberleri olacağı, en yakınlarında, hemen ulaşabilecekleri ve manevi olarak da aralarında bağ oluşturabilecekleri kişilerin de tur rehberleri olacağı açıktır. Yapılan araştırmalar tur rehberinin yol gösterici rolünün temeline inildiğinde, ziyaretçilerin destinasyonlarda zaman harcama ve harcamada bulunma sebeplerinden en önemlisinin, rehberle bağlılık olduğunu göstermektedir (Zengin ve Çevrimkaya, 2019). Rehberlerin, kültürel, coğrafi, tarihi, efsanevi, politik ve sorulan her soruya verilen cevabi bilgi ile de gönüllerde taht kuracakları esastır. Ülkelerin ulusal değerden çıkıp evrensel değer kazanmış varlıklarını koruma konusunda uluslararası bilinç oluşmasına ve bu bilincin nesiller boyu aktarılmasına imkân sağlayan turist rehberleri, üstlendikleri bu görev ile sahip olunan değerlerin sürdürülebilirliğini sağlamaktadırlar. Tabi bu noktada aktarımın en üst düzeyde ve doyurucu olması için, öncelikle yerel tatlardan, alanlardan, merkezlerden, kahramanlardan, bağlardan bahçelerden vs. öncelikle kendilerinin haberdar olması ve hatta deneyimlemiş olmaları bile gerekmektedir (Yenipınar ve Çapar 2017).

16 Kasım 2015’te yayınlanan ‘Turist rehberleri gastronomi uzmanlığı için Kahramanmaraş’ta ’adlı haberde, Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın desteğiyle Gaziantep Bölgesel Turist Rehberleri Odası’nca (GARO) başlatılan ‘Gastronomide Uzmanlık’ projesi kapsamında, ülkenin farkı bölgelerinde görev yapan 39 turist

rehberinin, Kahramanmaraş'ı ziyaret ettiğini okumaktayız. Bu ziyaretlerdeki amaç, sadece turizmi canlandırmak değil, bir kültürü de ortaya çıkarıp yaygınlaşmasını sağlamaktır. Malatya, Mardin, Gaziantep, Kahramanmaraş ve Diyarbakır illerinin sahip olduğu muhteşem mutfaklar ve bunların orijini eşsiz kültürlerin, öncelikle turist rehberlerince anlaşılması hedeflenmiştir ('Turist Rehberleri Gastronomi Uzmanlığı İçin Kahramanmaraş'ta',2015). Böylece rehberler ile başlayan aktarım sarmalı, anahtar kilit ilişkisi şeklinde turistlere aktarılabilir ve bu aktarım sarmalının rehber adaylığından itibaren başlaması da, esas ele alınacak konulardan bir tanesi olacaktır.

5.2.1. Turist Rehberi-Turist-Yerel Halk İlişkisi Üçgeni

Bu çalışmada, rehberlerin gastronomi turizmi konusunda yeterli ve etkin donanıma sahip olarak turistlerin karşısına çıkmaları adına ilk basamak olan rehber adaylığı aşamasında ne noktada olduğumuza ve bulunulan noktadan daha fazla ilerleme nasıl kaydedilebileceği konularına değinilmiştir. Daha rehber adayı iken sahip olunması gereken aracı olma özelliğinin, turist rehberi olarak meslek icra edilirken, destinasyonu ziyarete gelen meraklı turistlerle yerel halk arasındaki ilişkileri kurup düzenlemek adına sürekliliği her daim sağlanmalıdır. Rehber sadece aktaran değildir, bilgiye doyuran, doyururken hazmettiren ve bunları yaparken de üretene, hazırlayanı, düzenleyeni, konuğu, ev sahibini kısacası tüm paydaşları hoşnut etme özelliğine sahip olması gereken kişidir. Arz ve talep noktasında, arzın sunumu talebi şekillendireceğinden, rehberlerin performansları, destinasyona yönelik bakış açısını şekillendirecektir. Bu şekillenme ile de turistik bölgeye ilgi artacak ya da azalacak, ya yöresel kimliğin sürdürülebilirliği sağlanacak ya da yöresel kimlik silinip gidecektir. İstekli olma özelliği de olmazsa olmazlarından olmalıdır rehberin. Aydın'a göre; 'Bizi harekete sürükleyen şey istektir. İstemezsek olmaz. İstemezsek yeni keşifler, yeni resimler, yeni yollar çıkmaz... İstemek ilk adım, planlamak ikincisi, çalışmak üçüncüsü... ' demektedir (Aydın, 2019:110).

Karşılıklı olarak iyi anlaşılan, birbirini iyi değerlendiren turist ve rehber arasında birinin bilmediğini diğerrinin anlatabileceği ve aradaki kültürel boşluğun puzzle misali doldurulabileceği bir ortam mutlaka ki oluşur. Turistin rehber tercih etmesinin nedeni, sorunsuz bir gezi, kültürel doyum, bilinçli deneyim ve güçlü sosyal bağların oluşması isteğidir. Bu noktaya varıldığında da turist rehberinin kokardında belirtilen dile hâkim

olmasının yanı sıra, tanıtımını yaptığı turistik ürüne, yöresel kimliğe de tam anlamıyla hâkim olması beklenmektedir. Yani rehberin kültürel aracılık rolü esas olmaktadır. Ayrıca turist rehberinin, tur boyunca meydana gelebilecek olumsuzluklara karşı tedbir alması ve çözüm üretmesi beklenmektedir. Turist rehberlerinin farklı kültür, anlayış ve düzeydeki turistlere bilgiler aktarırken, kendilerinden beklenen, turistlerin memnun olacağı davranışlar sergilemeleridir. Turist rehberinin iletişimi, karakteri, bilgisi, becerisi, tur liderliği ve birçok konuda yönetim kıvraklığı, turları daha verimli hale getirebilmektedir. Destinasyon çekim unsurlarından birisi olan gastronomi turizmi ile ilgili olarak, seyahat acenteleri ve tur operatörleri oluşturdukları turlarda gastronomi bilgisine sahip turist rehberlerine önem vermelidir. Rehberin gastronomi bilgisi, turun ilerleyişi açısından direkt etkili olmasa bile, turların verimli geçmesi ve huzurlu sonlanması adına önemli bir unsur olacaktır. Böylece turistler, destinasyonların mutfak kültürleri ile ilgili bilgiye de sahip olabileceklerdir. Ayrıca tur süresince turistlere yiyecek ve içeceklerin hazırlanması, pişirilmesi ve servisi ile tüketimi konusunda bilgi verilmesi, turistleri daha memnun edecektir (Akay ve Özöğütçü, 2019).

Tur operatörleri ve seyahat acenteleri, turistlerin karar sürecinde önemli bir yere sahip olduklarından, tur operasyonları esnasında, yerel yiyeceklerin ve yemek seçeneklerinin önemi özenle vurgulanmalıdır (Küçükkömürler ve ark. 2018).

Rehberlerin turlara çıkmadan önce imzalanması zorunlu olan bazı sözleşmeler bulunmaktadır. Bu sözleşmelerde, rehberlerin aslında çok da seçim sansı olmadığı ve sözleşmede yer alan unsurların hizmetini verebildikleri görülmektedir.

Müşteri-rehber hizmet sözleşmesi (Customer-tourist guide contract)

Tablo 5.1.'de müşterilerle rehber arasında gerçekleştirilen hizmet sözleşmesi örneği yer almaktadır.

*Gezinin Başlangıç ve Bitiş Tarihi (Date/s)	:
*Kişi Sayısı (Number of guests)	:
*Talep Edilen Dil/Diller (Language/s)	:
*Ücret (Fee)	:
*Gezi Programı (Programme)	:

Tablo 5.1. Müşteri-rehber hizmet sözleşmesi

Acente-rehber hizmet sözleşmesi

Bu sözleşmenin tarafları, Rehberlik Hizmeti Verilecek Tur, Uzlaşılan Rehberlik Ücreti, Ödeme Şekli, Acente-Reber Hizmet Sözleşmesi Genel Hükümleri ve Fesih/İhbar Süresi olmak üzere 3 nüsha halinde düzenlenmekte ve Acente Yetkilisi ile Rehber tarafından imzalanmaktadır.

5.2.2. Turist Rehberliği Eğitimi

Turist rehberlerinin bilgi, beceri, tutum ve davranışlarının turistin üzerinde yarattığı etki düşünülecek olursa sahip olmaları gereken bilgi birikimi, deneyim ve aldıkları eğitimin içeriği ayrıca önem kazanmaktadır. Turizm endüstrisinde rolü büyük olan rehberlerin eğitiminden seçimine kadar olan sürecin titizlikle yürütülmesi gerekmektedir. 1995 yılına kadar turizm rehberliği eğitimi sadece T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından verilmekteyken, günümüzde devlet üniversitelerinde ve vakıf üniversitelerinde yer alan turist rehberliği, turizm rehberliği, seyahat işlemeciliği ve turizm rehberliği ön lisans ve lisans programlarından mezun olan kişiler de yabancı dil sınavlarında başarı göstermeleri ve bakanlığın gerçekleştirdiği yurt içi (ülkesel yurtiçi/bölgesel yurtiçi) uygulama gezilerini tamamlamaları koşulu ile bu mesleği icra edebilmektedirler. 26/12/2014 yılında yürürlüğe giren ‘Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği’ ile birlikte, ‘Birlikler ve TÜR SAB’ın ortak önerileri ve Bakanlığın onayıyla turizm sektörünün ihtiyaçları göz önünde bulundurularak, belirlenen dillerde Bakanlığın gözetimi ve denetimi altında Birlik tarafından ülkesel veya bölgesel turist rehberliği sertifika programları düzenlenmektedir (Güven ve Ceylan, 2014). Ancak

Değirmencioğlu (2001) yaptığı bir araştırmada, rehberlerin %49,7'sinin bakanlık bünyesinde uygulanan programı yeterli görmedikleri ve gereksinimlerini karşılamadığı sonucuna varmıştır. Geniş kapsamlı bilgilerin kullanılmasını gerektiren bir meslek olmasından dolayı, rehberlerin büyük kısmı, tura çıkmadan önce, gördükleri eksiklikleri kendi çabalarıyla gidermeye çalışmakta ya da usta çırak ilişkisinden yararlanmaktadırlar (Değirmencioğlu, 2001).

Türkiye’de turist rehberliği eğitiminde iki çeşit eğitim sistemi vardır: Örgün Eğitim ve Yaygın Eğitim. Örgün eğitim, ön lisans düzeyinde eğitim veren üniversitelerin meslek yüksekokulları bünyelerinde iki yıllık programlar olarak, lisans düzeyinde eğitim veren fakülte veya yüksekokullar bünyesinde ve yüksek lisans düzeyinde eğitim veren sosyal bilimler enstitüleri bünyelerinde yürütülmektedir. Yaygın eğitim ise 2012 yılına kadar Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından açılan kurslar kapsamında verilmekte idi. 2012 yılında Meslek Yasası’nın yürürlüğe girmesiyle birlikte ihtiyaç görülen bölgede ve ihtiyaç duyulan dilde, birlikler tarafından düzenlenen sertifika programları ile eğitim vermeye başlanmıştır. Bu eğitimler, turist rehberliği eğitimi sertifika programları olarak adlandırılmaktadır. Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği’ne (2014) göre TUREB ve TÜRİSAB’ın ortak önerileri ve Bakanlığın onayıyla turizm sektörünün ihtiyaçları dikkate alınarak, belirlenen dillerde Bakanlığın gözetimi ve denetimi altında Birlik tarafından ülkesel veya bölgesel turist rehberliği sertifika programları düzenlenmekte, birlikler, sertifika programlarının hangi dillerde açılacağına dair önerilerini bakanlığa yazılı olarak bildirmekte ve açılacak programların dilleri sektördeki ihtiyaçlar gözlemlenerek bakanlık tarafından belirlenmektedir. TUREB dışında hiçbir kurum ya da kuruluş sertifika programı düzenleyememektedir. TUREB’in sertifika programı açılması için bir önerisi olmasa dahi, bakanlık, ihtiyaç olması halinde, gerekli gördüğü dillere ilişkin bölgesel sertifika programı açılmasını talep edebilmektedir. Sertifika programlarının seçme sınavları kabulü için de aranan şartlar arasında, en az lisans düzeyinde mezun olmak ve bu mezuniyetin de turist rehberliği vs şeklinde olmaması yer almaktadır (Eker ve diğ., 2019). Yapılan sınavda, başarılı olan adaylar, sertifika programı için TUREB tarafından belirlenen ücreti ödeyerek programa kayıt olurlar ve programın düzenlendiği il ya da illerde sertifika programına devam ederler (Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği, 2014).

Örgün eğitimde verilen rehberlik eğitiminden ön lisans düzeyinde turist rehberliği eğitimi, Yüksek Öğretim Kurulu'na bağlı üniversitelerin meslek yüksekokullarında; hazırlık olmayan bölümlerde 2 yarıyıl, hazırlık olan bölümlerde ise 4 yarıyıl verilmektedir. 1990'lı yıllarda iki yıllık rehberlik eğitiminin, özellikle dil eğitimi bakımından yeterli olmaması üzerine bazı üniversitelerin Turizm Yüksekokullarında dört yıllık Turizm Rehberliği Bölümleri açılmıştır. Zaman içerisinde kimi bölümler kapatılmış olsa bile yeni açılan bölümler ve artan kontenjanlar ile rehberlik eğitimi yaygınlaşarak artmıştır. Turist Rehberliği alanındaki ilk lisans eğitimi veren yüksekokul, Erciyes Üniversitesi Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'dur ve 1997 yılında eğitim öğretime başlamıştır. 2003 'te Turizm Rehberliği eğitimi veren üniversite sayısı 14 iken, 2007 yılında 21 sayısına ulaşmıştır. Lisans düzeyinde eğitim veren program sayısı gene aynı dönemde çok ciddi bir artış göstererek 4'ten 13' e yükselmiştir. 2017 itibariyle 17 ön lisans programına ilave 21 lisans programı varken, 2019 yılı itibariyle Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği programı bulunan (fakülte) 3 tane üniversite, Turizm Rehberliği programı bulunan (fakülte) 38 üniversite ve Turizm Rehberliği programı bulunan (yüksekokul) 11 üniversite olarak toplamda 52 tane yüksekokul ve fakülte sayısına ulaşmıştır. Bunların içinde ücretli, %75 indirimli, %50 indirimli, %25 indirimli, burslu ve ikinci öğretim de yer almaktadır (Yükseköğretim Program Atlası, 2020). Bu bölümlerdeki toplam öğrenci kontenjanı yaklaşık 750 civarındadır.

Tüm meslek gruplarında olduğu gibi turist rehberliğinde de kişilerin kaliteli ve yeterli bir eğitimden geçmiş olması gerekmektedir. Daha önceki yıllarda turist rehberleri sadece bulundukları bölgenin yabancı dilini en iyi bilen kişi olarak eğitimde öncelik verilen gruplardan biri iken, ülkelerin turizmden elde ettikleri fayda çıktıları sonucunda turist rehberliği eğitimi günümüzde birçok ülkenin önem verdiği bir konu haline gelmiştir (Tanrısever, Bektaş ve Koç, 2019). Turizm eğitimi de, turizm konu olduğunda, bir ülke vatandaşının tutum ve davranışlarını pozitif anlamda değiştirebilmesi için o ülkedeki her türlü kuruluşun yapmış olduğu ve destek verdiği çalışmaların tümü olarak ele alınabilir. Turizm eğitimi, her düzeydeki öğrencilere turizm bilinci ve misafirperverliğin temel prensiplerini kazandırmak ve turizm endüstrisinde çalışan personelin genel ve mesleki bilgilerini artırmak için yapılan her türlü faaliyetler şeklinde tanımlanabilir. Turizm eğitimin sonuç çıktıları olarak da, turist rehberlerinin bilgi ve beceri düzeyleri ele alınabilir. Yani indikatörümüz,

turistlere, bildiklerini en akılda kalıcı şekilde damıtarak aktarabilen, yeri geldiğinde bir sanatçı, bir politikacı, bir ressam, bir müzisyen, bir psikolog ya da bir sosyolog, yeri geldiğinde ise yerel halkı temsil eden bir kişi olan rehberdir. Kutuplardaki su yüzünde yüzen buzullar gibi olması gereken rehberlerin, suyun üstünde görünen bilgi dağarcıklarının yanı sıra bir de görünmeyen su altı kısım dağarcıkları olmalıdır.

Yapılan bir çalışmada, turist rehberliğinin, mesleğe ilişkin algılarla mecazlanması amaçlanmış, öğrencilerin bu mesleğe ilişkin algılarının ortaya konulması hedeflenmiş ve olumlu –olumsuz metaforlar ortaya konmuştur. Çalışmada olumlu algıların oldukça yüksek (eğlenceli, lider, bilgi veren vs.), olumsuz algıların ise (yorucu, düzensiz yaşam vs.) düşük olduğu ortaya konmuş, ancak olumsuz algıların da mesleki farkındalık açısından olumlu olarak ele alınabileceği sonucuna ulaşılmıştır. (Köroğlu, Manav ve Karaca, 2018). Bu ve buna benzer çalışmalar bize, turist rehber adaylarının Türk Mutfak Kültürüne pozitivist yaklaşım ile yaklaşarak doğru ve etkin tanıtımda ne denli başarılı rol oynayacaklarını ve de turistlerin Türk Mutfak Kültürüne ilgilerini ne denli keyifle arttıracaklarını göstermektedir.

5.2.3. Turist Rehberliği Lisansüstü Eğitimi

Turist rehberliği eğitiminde hem niteliği arttırıp kaliteli bir iş akış süreci yürütebilmek, hem de üniversitelerin rehberlik bölümlerine alanında uzman akademik personeller kazandırmak amacıyla, rehberlik eğitiminin lisansüstü düzeyde de verilmesi uygun görülmüştür. Bu süreçte Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm Rehberliği Anabilim Dalı Rekreasyon ve Turist Rehberliği Tezli Yüksek Lisans Programı 2014 yılında kurulmuştur. Programın amacı; Turizm Rehberliği alanında akademik ve multi disiplinler bilimsel çalışmaların arttırılmasıdır. Rekreasyon ve Turist Rehberliği Tezli Yüksek Lisans Programı Türkiye’de turist rehberliği alanında açılan ilk yüksek lisans programı olma özelliğini taşımaktadır. 2015-2016 Eğitim Öğretim yılı güz yarıyılından itibaren Afyon Kocatepe Üniversitesi Turizm Rehberliği Ana Bilim Dalı Tezsiz Yüksek Lisans 2. Öğretim programına öğrenci alımı yapıldığı bilinmektedir. Gazi Üniversitesinde de Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği Yüksek Lisans programı 2015 yılında, turizm eğitimi alanında çalışan öğretim elemanlarının ve turizm sektöründe çalışan yöneticilerin ihtiyaçlarını karşılamak üzere eğitime başlamış ve Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi’ne bağlı bir fakülte/program olarak da

devam etmektedir. Programın misyonu, turizm ve ağırlama endüstrisi alanında, öğrencilere, araştırma yapma ve problem çözme becerileri ile birlikte güçlü bir akademik bilgi birikimi kazandırmaktır. Program mezunlarının istihdam olanaklarının yoğunluk kazandığı iki alan mevcuttur. Mezunlar, turizm ve ağırlama endüstrisi işletmelerinde, orta ve üst düzey yönetici olarak veya üniversitelerde araştırmacı/öğretim elemanı olarak çalışabilmektedir.

Doktora düzeyinde lisansüstü eğitimine, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi (NEVÜ) bünyesinde bulunan Türkiye'nin tek Turizm Araştırmaları Enstitüsünde 2021 yılında başlanmıştır.

Arı ve Temizkan'ın 2019 yılında yapmış oldukları bir çalışma sonucunda turizm rehberliği alanında yüksek lisans yapan katılımcıların lisans mezuniyetlerinin, rehberlik bölümünü tamamlayacak nitelikte oldukları ortaya çıkmıştır. Ayrıca gene aynı öğrencilerin geçmiş bilgi ve tecrübelerinin, rehberlik mesleğine ait bilgi ve tecrübelerle desteklenerek, kokartlı rehberlik yapma isteğinin, bu bölümü seçme amaçlarının başında geldiği sonucuna ulaşılmıştır. Çalışmanın bir diğer sonucu da, turist rehberliği mesleğinin icra edilebilmesi için sahip olunması gerekli bazı kişilik özelliklerinden, dışa dönüklük, aktif, araştırmacı ve dayanıklı kişilik, genel kültür sahibi, etkili ve güzel konuşma özelliğine sahip, olağandışı durumlarla baş edebilme, soğukkanlı olma gibi nitelikleri kazandıracak derslerin müfredata daha yoğun bir şekilde nüfuz etmesi gerekliliğinin ortaya çıktığıdır. Tabi bu derslerin verilmesinde de önemli olan planlamadır ve adayın bunları nasıl kazanacağı ya da adaya nasıl kazandırılacağına planlı olarak yapılması esastır (Temizkan ve Arı, 2019).

6326 Sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu'na göre, Üniversitelerin turist rehberliği bölümlerinin ön lisans, lisans veya yüksek lisans programlarından mezun olan öğrenciler, Öğrenci Seçme ve Yerleştirme Merkezi (ÖSYM) tarafından düzenlenen yabancı dil sınavlarından (YDS, e-YDS) en az B düzeyinde veya Kültür ve Turizm Bakanlığı kontrolünde açılan kurslardan önce yapılan dil sınavlarından geçerli puan aldıklarını gösteren belge ile Türkiye Turu Uygulama Gezisine katıldıklarını gösteren belgeyi Kültür ve Turizm Bakanlığı'na ibraz ettiklerinde 'Ruhsatnamelerini' alabilmektedirler.

5.2.4. Türkiye’de Turizm Rehberliği

Turist rehberliği, turizm sektörünün beğenilen mesleklerindendir. Rehber donanımlı olmalıdır denilmekte, donanımın eğitimle kazanılacağı bilinmekte ancak turist rehberliği eğitiminde ortaya çıkan sorunların, çözüm süreci içerisinde değerlendirilip, belirsizliklerin yok edilmesi gerektiğine çok da değinilmemektedir. Şöyle ki; 2014 yılı ÖSYM tercih kılavuzunda yer alan Turist Rehberliği bölümüne sahip üniversiteler ve bunlara bağlı yüksekokulların müfredatlarındaki derslerin yönetmelikte alınması zorunlu kılınan derslerle karşılaştırılması sonucunda, hem ön lisans hem de lisans düzeyi müfredatlarının ilgili yönetmeliğe pek uygun olmadığı sonucu ortaya çıkmıştır. Ayrıca müfredatların büyük bölümünde, yönetmelikte alınması zorunlu olarak belirtilen derslerin seçmeli olduğu, bunun yanında da turist rehberliği bölümünü çok ilgilendirmeyen derslerin zorunlu ders olarak konulduğu sonucuna ulaşılmıştır (Güven ve Ceylan, 2014).

Yapılan bir diğer araştırmada, Türkiye’de lisans düzeyinde turizm rehberliği eğitimi veren fakülte ve yüksekokulların ders müfredatlarının incelenerek, Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği’nin 9. maddesine göre turist rehberi olabilmek için gerekli sertifika programında okutulması gereken derslerin müfredatta farklı sınıflarda ve farklı dönemlerde olduğu ve sertifika programında okutulması gereken zorunlu derslerin bazılarının çeşitli üniversitelerde seçmeli ders (Meslek Etiği, Halk Bilimi ve El Sanatları, Türkiye’nin Flora ve Faunası, Turizm Sosyolojisi ve Müzecilik) olarak da verildiği tespit edilmiştir. Bu noktadan hareketle de, ilgili Yönetmelik’te turist rehberliği sertifikası alabilmek için okutulması gereken bazı derslerin bir kısım üniversitelerde seçmeli olması, o derslerin öğrenciler tarafından öğrenilmemesine neden olabildiği ve ilgili derslerin de zorunlu hale getirilmesinin düşünülmesi gerektiği sonucuna ulaşılmıştır. (İşçeli ve Kılıç, 2018)

Profesyonel turist rehberleri üzerinde yapılan bir araştırmada, rehberlerin, gastronomi rehberi olarak uzmanlaşma gerekliliğine %91,4 oranında ‘gerekli’ dedikleri, düzenlenecek bir gastronomi rehberliği uzmanlaşma kursuna katılmayı da %88,2 oranında ‘düşünürüm’ olarak cevapladıkları gözlemlenmiştir. Uzmanlaşma eğitiminin nerede alınması gerektiği konusundaki sorulara ise %9,9’u ‘lisans eğitimi esnasında’, %60,5’u ‘meslek içi kurslarda’, %17,8’i ‘Bakanlığın açtığı kurslarda, %11,8’i ise ‘özel kurslarda’ cevabını vermişlerdir. Ayrıca %73,7 ‘si uzmanlaşmanın genel, %26,3’ü ise

bölgesel olması gerektiği konusunda görüş bildirmişlerdir. Aynı araştırma sonucu, rehberlerin, yöresel mutfaklar konusunda, internet, yemek kitapları, dergiler, TV programları sayesinde genel kültür anlamında bilgi sahibi olduklarını, yöresel mutfaklar konusunda eğitim alma durumlarının ise yok denecek kadar az olduğunu göstermiştir. Bu rehberler, öncüsü oldukları tur topluluklarını götürdükleri bölgenin yöresel lezzetlerine hâkim olmadıklarını ve bu lezzetleri öğrenmek için, grubu götürecekleri bölgeye gitmeden önce yöresel lezzetler konusunda literatür karıştırıp iyice bilgi sahibi olduklarını dile getirmişlerdir (İrigüler ve Güler, 2015). Sonuç bize gastronomi turizminin gelişmesinde birincil hedefin, yöreden yöreye değişen köklü ve zengin mutfak kültürümüzün önce rehberlere sonra da turistlere tanıtılması gerektiğini göstermektedir ki bu iş, lisans düzeyinde başlamalıdır. Rehberlerin yaşadığı en önemli sorunlardan birinin eğitim sorunu olduğu, rehberlerin ön lisans ve lisans olarak eğitim görmelerinin eşitsizlik yarattığı ve bundan dolayı da rehberlerin sadece lisans eğitiminden geçmeleri ve bu eğitimin de daha çok uygulamaya dayandırılması gerektiği, yadsınamayacak gerçekler arasındadır.

5.2.5. Turist Rehberliği Kategorileri

Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği'nde, turist rehberlerinin uzmanlıkları ile ilgili mevzuat kapsamında, Türkiye'de Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın denetiminde uzmanlık eğitim programları düzenlenmektedir. Bu programlarda verilen eğitimlerde uzmanlık alanları üç ana başlık altında toplanabilmektedir: konu, etkinlik ve bölge uzmanlığı (Köroğlu ve GÜDÜ, 2017). Uzman sözcüğünün tanımından ve Köroğlu ve GÜDÜ'nün (2017) rehberlik uzmanlığını konu, etkinlik ve bölge uzmanlığı şeklinde sınıflandırmasından hareketle uzman turist rehberleri, bir destinasyon ile ilgili belirli bir konuya, etkinliğe veya mekâna yönelik uzmanlık eğitimi alıp bilgi, görüş ve beceri açısından yetkinliğe ulaşan ve bu doğrultuda derinlemesine rehberlik hizmetlerini yerine getiren rehberler şeklinde tanımlanabilir. Turist rehberliği uzmanlık alanlarından gastronomi uzmanlığının, turist rehberliği uzmanlığı ile ilgili ortaya atılan konu, etkinlik ve bölge/merkez uzmanlığının üçünü de kapsadığı ileri sürülebilir. Buna göre turist rehberleri açısından gastronomi uzmanı, konu, etkinlik ve mekân açısından belirli bir destinasyonun geleneksel mutfak kültürüne, uygulamalarına ve deneyimine yönelik, turistlere derinlemesine rehberlik hizmetlerini vermeye yeterli ve yetkin

bireyler olarak tanımlanabilir. Konu uzmanlığında, gastronomi ve yöresel mutfaklar hakkında eğitim alınmış, derinlemesine bilgi sahibi, bu alandaki konulara yatkınlık, yerel halkla demografik, sosyal ve kültürel boyutta ilişki, gastronomi turistleri hakkında bilgi ve gastronomi rehberliği hakkında bilgi sahibi olunması gerektiği; etkinlik uzmanlığında, gastronomi etkinlikleri hakkında derinlemesine bilgi, etkinlik yönetimi, hazırlık, üretim, pişirme ve sunum gibi yöresel mutfak uygulamaları hakkında derinlemesine bilgiye sahip olunması gerektiği ve mekân (bölge) uzmanlığında ise, özel alanlar/yapılar, tarihi alanlar, coğrafya bilgisi, araziler/güzergâhlar, müzeler ve kuruluşlar hakkında derinlemesine bilgi sahibi olunması gerektiği sonucuna ulaşılabilir (Başoda, Aylan, Kılıçhan ve Acar, 2018).

Konu uzmanlıklarına, Antik Çağlar, Arkeoloji, Bizans Tarihi, Botanik, Eko turizm, Flora-Fauna, Gastronomi, Histoloji, Hristiyanlık, İnanç, İslam, Kırsal Turizm, Kültürel Miras, Mimarlık, Musevi Mirası, Osmanlı Tarihi, Protokol, Roma Tarihi, Sanat Tarihi, Savaşlar, Selçuklu Tarihi, Su Yapıları, Şarap, Taksonomi, Yabani Hayat; Etkinlik uzmanlıklarına, Avcılık, Balıkçılık, Balon, Bisiklet, Macera, Dağ-Doğa, Dalgıçlık, Deniz Kayağı, Fotoğraf, Halıcılık, Kayak, Kuş Gözlemciliği, Mavi Yolculuk, Rafting, Sörf, Şehir içi Yürüyüş, Tırmanış, Yürüyüş, Yemek Pişirme, Üretime Katılma;

Bölge/Merkez uzmanlığına ise, Çanakkale, Hatay, Çatalhöyük, Hattuşaş, GAP Bölgesi, Likya Yolu, Milli Park, Müzeler, Gastronomi Müzeleri girmektedir.

Turizmde çeşitliliğin artması dikkate alındığında, turist rehberlerini ilgili konularda eğitmek ve mesleki faaliyetlerini onlar için daha kolay hale getirebilmek amacıyla uzmanlaşma programları da düzenlenmektedir. Üniversiteler ile TUREB iş birliğinde gerçekleşen bu programlarda;

Kültürel Miras Uzmanlığı e-sertifika programında, Kültür Tarihi, Türkiye'nin Kültürel Mirası I ve Türkiye'nin Kültürel Mirası II dersleri,

Sanat Tarihi Uzmanlığı e-sertifika programında ise Hellen ve Roma Tarihi, Bizans Tarihi ve Sanat Tarihi dersleri yer almaktadır. Turist Rehberleri Uzmanlık Eğitimleri kapsamında “Sanat Tarihi” ve “Kültürel Miras Uzmanlığı” alanlarında eğitimler verilmektedir (Turist Rehberliğinde Uzmanlık Eğitimi Programlarının Kayıtları Sürüyor, 2018).

6. YÖNTEM

Araştırmanın bu bölümünde; ‘Araştırmanın Amacı’, ‘Araştırmanın Önemi’, ‘Araştırmanın Kapsamı’, ‘Araştırmanın Sınırlılıkları’, ‘Araştırmanın Modeli’, ‘Araştırmanın Evreni ve Örneklemi’, ‘Anket Formunun Güvenilirlik Analizi’, ‘Araştırmanın Varsayımları’, ‘Veri Toplama Süreci Yöntemi’, ‘Anket Formu’ ve ‘Verilerin Analizi’ başlıkları üzerinde durulmuştur. Araştırmada nicel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Nicel araştırma yöntemi, ölçüm ve gözlem ile tekrarlanabilir olan ve objektif olabilirliği ile sayısal araştırma olarak nitelendirilen ve olayların, objelerin, varlıkların, kurumların, grupların ve çeşitli alanların “ne” olduğunu betimlemeye, açıklamaya çalışan araştırmalardır (Oğan, 2021).

6.1. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı, destinasyonların sahip olduğu değerlerin turizme nasıl kazandırılabilceği noktasında, Mutfak Kültürünün de farkında olunması ve bu değerlere ‘yöresel kimlik’ kazandırılıp, rehber adayları boyutunda da nasıl yeterli bilgilendirme yapılacağı yani ‘gastronomik yöresel kimlikler’ den bu adayların nasıl haberdar edilip mutfak kültürüne sahip çıkılacağıdır. Bu alanda çalışma yapacak olan araştırmacılara yol gösterici ve kaynak niteliğinde olması ve ilgili alan yazına katkı sağlaması da çalışmanın amaçları arasında yer almaktadır.

6.2. Araştırmanın Önemi

İnsanların temel ihtiyaçlarından olan yeme içme faaliyetinin sonucunda ortaya çıkan yemek kültürüne tarihsel açıdan bakıldığında; yemeklerin, toplumların gelenek ve görenekleri ile kültürel boyutlarını ifade etmede çok ciddi öneme sahip oldukları ve çeşitli etmenlere bağlı olarak farklı gelişim süreçlerinden geçmiş ve geçmekte oldukları sonucuna ulaşılmaktadır. (Durlu Özkaya ve Düzgün, 2015, s.42). Bundan dolayı, turist rehber adaylarının, Türk Mutfağı hakkındaki bilgilerinin ortaya konulması, mutfak kültürümüz hakkında yeterli donanıma sahip olmaları, gezi rotalarında yeme içme operasyonlarını nasıl yönetecekleri konularında bilgi sahibi olmaları çok önemlidir.

6.3. Araştırmanın Kapsamı

Türkiye’de Turizm Rehberliği ile Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği bölümü buluna Yükseköğretim kurumlarında lisans düzeyinde eğitim alan rehber adaylarından 2020 Mayıs-Haziran aylarında çevrim içi anket yolu ile ulaşılabilen öğrencileri kapsamaktadır.

6.4. Araştırmanın Sınırlılıkları

Mayıs-Haziran 2020 tarihleri arasında anket çalışması yapılan bu araştırma, Türkiye’de Turizm Rehberliği ile Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği bölümlerinde lisans düzeyinde okuyan, farklı demografik özelliklere sahip öğrencilerle, çevrim içi anketle ve Covid 19 pandemi süreci ile sınırlıdır.

6.5. Araştırmanın Modeli

Araştırma modeli, bir araştırmanın amacı doğrultusunda verilerin sağlanması ve çözümlenebilmesi için gerekli koşulların uygun ve ekonomik bir şekilde düzenlenmesidir. Bu çalışmada, turist rehber adaylarının, gastronomi turizmine bakışı ve bu turizmi geliştirme konusunda neler yapılabileceği konusundaki tutumlarının ortaya konulması amaçlandığından, araştırma, tanımlayıcı bir araştırma olup, alan yazında rehber adayları ile ilgili bu konuda yapılmış olan bir çalışmaya rastlanmadığından, araştırmada keşfedici araştırma modelinin de kullanıldığından söz edilebilir.

6.6. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Türkiye’de Turizm Rehberliği bölümü kontenjanları incelendiğinde, yaklaşık 4000 öğrencinin bu bölümde öğrenim gördüğü söylenebilir (Ergün, B. 2020).

Karasar’a göre (2018: 148) belirli bir evrenden önceden belirlenmiş birtakım kriterlere göre seçilen ve evreni temsil yeteneğine sahip küçük birim örnekleme ifade eder. Bu bağlamda bu araştırmada kullanılacak olan örneklemin büyüklüğü, evreni gerekli nitelikte temsil edebilmesi için örneklem hesaplama formülü ile belirlenmiştir. Karagöz’e göre (2019: 302) örneklem hesaplama formülü kullanmanın temel

amaçlarından biri örneklem büyüdükçe artan vakit, verimlilik, işgücü kayıplarını en aza indirmektir. Bu sebeple çalışma için evreni temsil edecek olan örneklem sayısının tespiti $n = \frac{P*Q*Z\alpha^2}{H^2}$ 'e göre yapılmıştır

Evrenin tamamına ulaşamayacağı için, evreni temsil etme kapasitesine sahip örneklem alma yoluna gidilmiştir. Araştırmalarda, evren hacminin büyüklüğü, değişkenlerin türü güven düzeyinin $(1-\alpha)$ göz önünde bulundurulup bulundurulmayacağı gibi belirleyiciler dikkate alınarak, örneklem hacmi hesaplanmış ve 384 olarak belirlenmiştir.

Anket uygulamasının gerçekleştiği dönemlerde Türkiye’de de Covid-19 Salgını olması nedeni ile bireysel olarak katılımcıların cep telefonlarına çevrimiçi anket, öğretim elemanları aracılığı ile link olarak atılmıştır. Anket çalışması için gerekli izinler alındıktan sonra, ilgili bölümlerdeki öğretim elemanlarına mail ile anket iletilmiştir. Anket Mayıs-Haziran 2020 aylarında yapılmış olup; rehber adaylarından geri dönen anketlerin 391’inin eksiksiz olarak doldurulduğu belirlenmiş ve analizlerde bu anketlere yer verilmiştir. Pilot test uygulaması sırasında toplanan anketler, asıl uygulama için toplanan anket sonuçları ile birleştirilmemiştir.

6.7. Anket Formunun Güvenilirlik Analizi

Güvenilirlikle ilgili katsayının değerlendirme ölçütleri aşağıda yer almaktadır;

“ $0.00 < \alpha < 0.40$ aralığında ise güvenilir değil”

“ $0.40 < \alpha < 0.60$ aralığında ise düşük güvenilirlikte.”

“ $0.60 < \alpha < 0.80$ aralığında ise oldukça güvenilir.”

“ $0.80 < \alpha < 1.00$ aralığında ise yüksek derecede güvenilir” (Özdamar, 1999: 513).

Araştırmada verilerin güvenliği Cronbach’s Alpha ile test edilmiş ve Cronbach’s Alpha sonucu 0,829 çıkmıştır. Bu değer, ölçeğin güvenilir ve aynı zamanda kararlı bir ölçme aracı olduğunu göstermektedir.

6.8. Araştırmanın Varsayımları

- Katılımcıların, cevapların gerçek ve/veya doğru olduğu,

- Katılımcıların, hiçbir etki ve baskı altında kalmadan soruları cevapladıkları varsayılmıştır.

6.9. Veri Toplama Süreci Yöntemi

Veri toplama tekniği olarak anket yöntemi kullanılmıştır. Hazırlanan ölçek ilk defa kullanıldığı için öncelikle 50 katılımcı ile Aralık 2020 tarihinde pilot çalışma gerçekleştirilmiştir. Pilot çalışma sonrası yapılan faktör analizlerinde, ölçeğin geçerlilik ve güvenirliğine olumsuz anlamda etki eden ifadeler anket formundan çıkarılmış, faktör analizleri tekrar yapılmış ve esas çalışma için kullanılacak olan ölçek ifadeleri oluşturulmuştur.

Geliştirilen anket formu ile veriler “kolayda örnekleme metodu” kullanılarak örneklem içinden herhangi bir ayırım gözetmeksizin ulaşılabilen katılımcılardan toplanmıştır. Bu metot arzu eden katılımcıların örneklem içerisine katılabilmesine olanak vermektedir (Ural ve Kılıç, 2018: 39).

Türkiye’de Turizm Rehberliği ile Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği bölümü bulunan yükseköğretim kurumlarında lisans düzeyindeki turist rehber adayları, araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır. Türkiye’de Turizm Rehberliği bölümü bulunan yükseköğretim kurumlarının tamamı yerine başta Covid-19 olmak üzere, zaman ve maliyet gibi sınırlılıklardan dolayı örneklem alma yoluna gidilmiş ve anket yöntemi ile öğrencilerden bilgi toplanmıştır. Anket, katılımcılara Mayıs-Haziran 2020 aylarında çevrim içi iletildikten sonra, 391 katılımcıdan geri dönüş olmuştur.

Araştırmada nicel araştırma yöntemi benimsenmiş ve veri toplama aracı olarak da 2 bölümden oluşan anket formu kullanılmıştır.

6.10. Anket Formu

Anket soruları, amaca uygunluk ve anlaşılabilirlik açısından uzman kişilerce incelenmiş ve pilot uygulama ile geçerlilik güvenirlik testi yapılmıştır.

Katılımcıların ifadelerini değerlendirmek amacı ile 5’li Likert ölçeği kullanılmış ve araştırmada elde edilen veriler uygun istatistik analiz programı ile analiz edilmiştir. 4 boyuttan oluşan ikinci bölümde aşağıdaki ifadelere yer verilmiştir.

1. Gastronomi turizmi algılarına yönelik ifadeler,
2. Gastronomi rehberi olarak uzmanlaşma konusundaki fikirlerine yönelik ifadeler,
3. Lisans müfredatlarının gastronomi konusunda yeterliliği hakkındaki görüşlerine yönelik ifadeler ve
4. Rehber olduklarında Türk Mutfağı ve gastronomi turizmini kullanma inançları ile ilgili ifadelere yer verilmektedir.

6.11. Verilerin Analizi

Araştırmada elde edilen veriler uygun istatistik analiz programı ile analiz edilmiştir. Yapılan analizler çerçevesinde araştırmanın sonuçları oluşturulmuştur.

Çalışmada öncelikli olarak geliştirilen ölçeklerine ilişkin bir pilot çalışma yapılmıştır. Bu pilot çalışmada ölçeğin geçerlilik ve güvenilirlik testleri yapılmıştır. Ölçeklerin geçerlilik düzeylerini tespit etmek için açımlayıcı faktör analizi yöntemi kullanılmış olup, güvenilirlik düzeylerini tespit etmek için Cronbach's alpha katsayılarına bakılmıştır. Sonuç 0,829 çıkmıştır. Bu sonuç, ölçeğin geçerli ve kararlı olduğunu göstermektedir.



5. BULGULAR VE TARTIŞMA

Araştırmaya ilişkin anketler katılımcılara Mayıs-Haziran 2020 aylarında iletildikten sonra, 391 katılımcıdan geri dönüş olmuştur. Katılımcılara yapılan anketten elde edilen veriler gruplandırılarak analiz edilmiştir. İki bölümden oluşan anketin ilk bölümde turist rehber adaylarının sosyo-demografik özelliklerine ve tutumlarına (bireye yüklenen eğilim) yer verilmiştir. İkinci bölümde ise turist rehber adayı olarak öğrencilerin gastronomi turizmi algılarına yönelik sorulara, gastronomi rehberi olarak uzmanlaşma konusundaki fikirlerine yönelik sorulara, lisans müfredatlarının gastronomi konusunda yeterliliği hakkındaki görüşlerine yönelik sorulara ve rehber olduklarında Türk Mutfağı ve gastronomi turizmini kullanma inançları ile ilgili bulgulara ve yorumlara yer verilmektedir.

7.1. Ankete Katılan Turist Rehber Adaylarının Sosyo-Demografik Özellikleri ve Tutumları

Turist rehber adaylarına, sosyo-demografik özelliklerini belirlemeye yönelik olarak, cinsiyet ve sınıf ile uzmanlaşmanın hangi dilde olması gerektiğine dair sorular yöneltilmiştir. Araştırmaya katılanların sosyo-demografik özelliklerine ilişkin bulgular ile uzmanlaşmak istenilen dil bulguları Tablo 7.1.'de sunulmuştur.

Değişkenler	n	%
Cinsiyet		
Erkek	160	40,9
Kadın	231	59,1
Sınıf		
1.Sınıf	101	25,8
2.Sınıf	73	18,7
3.Sınıf	67	17,1
4.Sınıf	150	38,4
Uzmanlaşmak İstenilen Dil*		
İngilizce	315	79,3
Almanca	85	21,4
Fransızca	42	10,6
Arapça	37	9,3
Rusça	104	26,2
Nadir Diller	129	32,5

* Birden çok seçenek işaretlenmiştir.

Tablo 5.1. Turist rehber adaylarına ilişkin sosyo-demografik bilgiler

Tablo 7.1’de yapılan frekans analizinde katılımcıların cinsiyet dağılımları gösterilmektedir. Tabloya göre katılımcıların %40,9’u erkeklerden, %59,1’i kadınlardan oluşmaktadır. Katılımcıların %25,8’i 1.sınıf, %18,7’si 2.sınıf, %17,1’i 3. sınıf ve %38,4’ü ise 4.sınıf öğrencilerinden oluşmaktadır. Turist rehberi olarak uzmanlaşmak istedikleri diller içerisinde de İngilizce %79,3’lük bir değerle ilk sırayı, %32,5’lik oranla Nadir Diller (diğer alanlardaki rehberlere göre daha az sayıda rehber bulunan diller ya da belgeli rehberin bulunması zor olan diller “nadir dil” olarak adlandırılmaktadır) İngilizceyi takip etmekte, Rusça %26,2 ile 3.sırayı, Almanca %21,4’lük değeri ile 4.sırayı, Fransızca %10,6 ve Arapça da %9,3’lük değerleriyle sıralamada daha gerilerde yerlerini almaktadır.

7.2. Rehber Adaylarının Uzmanlaşma Gerekliliğine Yaklaşımları

Rehber adaylarının gastronomi rehberliği özelinde uzmanlaşmaya karşı yaklaşımlarını ölçmek üzere sorulan sorular tablo 7.2’de yer almaktadır. Buna göre, katılımcılara, mezuniyet sonrasında rehber olarak çalışmak isteyip istemedikleri, rehberlikte uzmanlaşma gerekliliğine yaklaşımları, eğer ki rehberlikte uzmanlaşma gerekliliğini düşünüyorlar ise verilen ifadelerden sırasıyla neleri tercih ettikleri, lisans dışı kurslar yoğunlaştırılarak rehberlik özelinde gastronomi rehberi olarak uzmanlaşma sağlanacağını düşünenlere de bu kursları nerelerden almak istedikleri ve gastronomi rehberliğinde uzmanlaşmanın boyutunun nasıl olması gerektiği ile ilgili sorular yöneltilmiştir.

Değişkenler	n	%
Programın İstekle Seçimi		
Evet	356	91,1
Hayır	35	8,9
Mezuniyet Sonrası Rehberlik		
Evet	243	62,2
Hayır	28	7,2
Emin Değilim	120	30,6
Rehberlikte Uzmanlaşma Gerekliliği		
Evet	371	94,8
Hayır	20	5,1
Gastronomi Rehberi Olarak Uzmanlaşmak İçin*		
Lisans müfredatı bu alanda yoğunlaştırılmalı	145	23,7
Lisans dışı kurslar düzenlenmeli	185	30,2
Son sınıfta gastronomi seçmeli uzmanlık alan paketi olmalı	176	28,7
Lisansüstü programlarda uzmanlaşma sağlanmalı	107	17,5
Gastronomi Rehberi Olarak Uzmanlaşmak için Lisans Dışı Kursların Alınacağı Yerler*		
Üniversite bünyesinde yapılacak çalışmalar ile	219	62
Bakanlık tarafından açılacak kurslar ile	93	26,3
Özel kurslar ile	41	11,6
Gastronomi Rehberliği Konusunda Uzmanlaşma*		
Yerel	117	24,3
Ulusal	109	22,6
Uluslararası	255	53

*Birden çok seçenek işaretlenmiştir.

Tablo 5.2. Gastronomi rehberi olarak uzmanlaşma gerekliliği

Mezun olduktan sonra turist rehberi olarak çalışmayı düşünenler %62,2, turist rehberi olarak çalışmayı düşünmeyenler %7,2 ve emin olamayanlar da %30,6'lık bir orana sahiptir. Turist rehberi olarak belirli bir alanda uzmanlaşmak gerektiğini düşünenler %94,8 ile yüksek bir orana sahiptir. Gastronomi rehberliği alanında uzmanlaşmak için yapılabilecekler konusunda birden fazla seçenek işaretlemelerine fırsat verilmiştir. Buna göre; lisans dışı kurslar düzenlenmeli diyenler %30,2'lik, son sınıfta 'gastronomi' seçmeli uzmanlık ders olarak açılmalı diyenler %28,7'lik, lisans müfredatı bu alanda yoğunlaştırılmalı diyenler %23,7'lik ve lisansüstü programlarda uzmanlaşma sağlanmalı diyenler de %17,5'lik düzeyindedir. Gastronomi rehberliği konusunda uzmanlaşmak için 'lisans dışı kurslar düzenlenmeli' diyenlerin de bu kursları nereden almak istediklerine dair konuda, birden fazla seçenek işaretlemelerine fırsat verilmiştir. Üniversite bünyesinde yapılacak çalışmaları isteyenler %62'lik,

Bakanlık tarafından açılacak kursları tercih edenler %26,3'lük ve özel kursları tercih edenler %11,6'lık bir orana sahiptir. Gastronomi rehberliği konusunda uzmanlaşmanın nasıl olması gerektiği ile ilgili de birden fazla seçenek işaretlemelerine fırsat verilmiştir. Buna göre; 'uluslararası alanda uzmanlaşma olmalıdır' diyenler %53'lük, 'yerel alanda uzmanlaşma olmalıdır' diyenler %24,3'lik ve 'ulusal alanda uzmanlaşma olmalıdır' diyenler de %22,6'lık düzeyindedir.

Rehberlikte uzmanlaşma gerekliliğine inananlar, %94,8'lik değerdedir. Gastronomi rehberi olarak uzmanlaşmak için verilen ifadeler değerlendirildiğinde, gastronomi çağının başlamış olduğu bir kez daha gündeme gelmektedir.

7.3. Güvenilirlik Analizi

Araştırma anketine verilen yanıtların tutarlılığını ölçmek üzere tüm ankete güvenilirlik analizi uygulanmış ve Cronbach Alfa değeri 0,829 olarak bulunmuştur. Bütün sorular için bulunan alfa değeri, uygulanan anketin toplam güvenilirliğini gösterir ve 0,7'den büyük olması gerekir; bu değer altındaki değerler anketin yüksek güvenilirliğe sahip olmadığını gösterir ki, değer 0,8'den büyük olması anketin de yüksek güvenilirliğe sahip olduğunu göstermektedir.

7.4. Parametrik Olmayan Testler ve Normallik Testleri

Bir araştırmada kullanılan ölçeğin veya bu ölçeğin alt boyutlarının normal dağılım gösterip göstermediği önemlidir. Araştırma kapsamında öne sürülen hipotezlerin test edilmesinde kullanılacak istatistik analizleri belirlemek amacıyla ölçeğin normal dağılıp dağılmadığını tespit edebilmek için Kolmogorov-Smirnov testi uygulanmıştır. Bu testin sonucunda elde edilen verilere göre toplam ve alt ölçeklerin hiçbirinin normallik varsayımını sağlayamadığı görülmüştür.

H_0 : Ölçek normal dağılıma uygundur.

H_1 : Ölçek normal dağılıma uygun değildir.

Tablo 7.3'te görüldüğü üzere, toplam ölçeğin ve alt boyutlarının normallik varsayımını sağlayamamasından dolayı, parametrik testlerin alternatifi olan parametrik olmayan testler kullanılmıştır. Bu çalışmada yapılan testlerde değişkenlerin düzey sayılarına bağlı olarak Mann-Whitney ve Kruskal Wallis testleri uygulanmıştır. Düzey sayısı 2

olan değişkenler için Mann- Whitney testi, düzey sayısı 2’den fazla olan değişkenler için Kruskall Wallis testi uygulanmıştır.

	Lisans Ders Müfredatı Ölçeği	Gastronomi-Türkiye Ölçeği	Türk Mutfağı Ölçeği	Gastronomi Turist Rehberliğine İlgi Ölçeği	Toplam Ölçek
Ortalama	22,21	15,32	21,07	28,91	87,56
Standart Sapma	2,81	2,58	2,94	4,40	10,05
Kolmogorov Smirnov Testi	2,455	1,980	2,168	1,652	1,540
p (anlamlılık) değeri	0,000	0,001	0,000	0,008	0,017

Tablo 5.3. Alt boyutların normallik test sonuçları

Lisans Ders Müfredatı Ölçeği için bulunan “p” değerin (0,000), %5 anlamlılık düzeyinde normallik varsayımını sağlamadığı ($p = 0,000 < \alpha=0.05$), Gastronomi-Türkiye Ölçeği için bulunan “p” değerin (0,001), %5 anlamlılık düzeyinde normallik varsayımını sağlamadığı ($p = 0,001 < \alpha=0.05$), Türk Mutfağı Ölçeği için bulunan “p” değerin (0,000), %5 anlamlılık düzeyinde normallik varsayımını sağlamadığı ($p = 0,000 < \alpha=0.05$), Gastronomi Turist Rehberliğine İlgi Ölçeği için bulunan p değerin de (0,008) %5 anlamlılık düzeyinde normallik varsayımını sağlamadığı görülmüştür ($p = 0,008 < \alpha=0.05$). Toplam Ölçek için bulunan “p” değerin de (0,017) %5 anlamlılık düzeyinde normallik varsayımını sağlamadığı görülmüştür ($p = 0,017 < \alpha=0.05$). Şayet $p > 0,05$ olsaydı, dağılımın normal dağılımdan anlamlı bir farklılık sergilemediği yorumu yapılacaktı. Bu çalışma için, H_0 : Ölçek normal dağılıma uygundur hipotezi reddedilmektedir.

7.5. Faktör Analizi

Faktör analizinin amacı, aralarında ilişki bulunduğu düşünölen çok sayıdaki değişken arasındaki ilişkilerin nasıl olduğu ve bu ilişkilerin nasıl yorumlanacağıdır. Böylece değişkenler, daha az sayıda temel boyuta indirgenmekte veya özetlenmektedir. Tablo 7.4.’te, yapılan faktör analizi ile turist rehber adaylarının gastronomi turizmini değerlendirdikleri ifadelere ilişkin 4 boyutlu bir yapı tespit edilerek ölçeğin alt boyutları oluşturulmuştur.

Lisans Ders Müfredatına Yönelik Sorular	n	Arit. Ort.	Std. Sap.
Mezuniyetim sonrasında, gastronomi turizmi konusunda eksik kalacağımı düşünüyorum.	391	3,381	1,070
Ders müfredatımız yöresel mutfak kültürü konusunda yeterlidir.	391	2,527	1,059
Müfredata gastronomi turizmi ile ilgili ders eklenmesi gereksizdir.	391	1,985	1,043
Lisans eğitimim sırasında yerel mutfak kültürünün konu, etkinlik ve uygulamaları ile ilgili dersleri almalıyım.	391	3,887	0,954
Lisans eğitimim sırasında yerel mutfak kültürünü yansıtan tüm yer, alan, mekân ve güzergâhlara yönelik uygulamaları almalıyım.	391	3,941	0,960
Lisans müfredatı sayesinde yöresel mutfak konusunda yeterli bilgiye sahibim.	391	2,430	0,971
Lisans müfredatımız, gastronomi konusunda tam anlamıyla zenginleştirilmeli	391	4,064	0,876
Türkiye’de Gastronomi Turizmi Algıları			
Gastronomi turizminin Türkiye’yi ziyaret etmek için birincil sebep olacağını düşünüyorum.	391	3,673	1,030
Türkiye’nin, sahip olduğu gastronomik miras ile gastronomi turizmi için potansiyeli yüksek bir ülke olduğunu düşünüyorum.	391	4,320	0,852
Gastronomi turizminin Türkiye’de yeterince geliştiğine inanıyorum.	391	2,946	1,060
Gastronomi turizminin Türk turizmine katkı sağlayacağını düşünüyorum.	391	4,391	0,828
Türk Mutfağının Geliştirilmesine Yönelik Sorular			
Türk yemekleri ve kültürü, uluslararası platformlarda tanıtılmalıdır.	391	4,583	0,796
Konaklama işletmelerinde, yöresel Türk Mutfağı günleri düzenlenmeli.	391	4,412	0,759
Konaklama işletmelerinde Türk Mutfağına özgü yemekler aslına uygun olarak hazırlanmalı.	391	4,435	0,730
Türk Mutfağının sağlıklı beslenme ile örtüşen özellikleri ön plana çıkarılmalı.	391	4,235	0,906
Türk Mutfağı konusunda kalifiye aşçı sayısının yetersiz olduğunu düşünüyorum.	390	3,403	1,019
Gastronomi Rehberliğine İlgili			
Rehberlik edeceğim grupların Türk Mutfağını tanımalarına fırsat vermek isterim.	390	4,467	0,767
Rehberlik edeceğim grupların Türk Mutfağını tanımalarına fırsat verecek acenteler ile çalışmak isterim.	390	4,282	0,859
Gastronomi turizmi rehberliği Türkiye’nin parlayan yüzüdür.	390	3,805	0,931
Türk Mutfağına hâkim bir rehber olmak istiyorum.	390	4,162	0,859
Gastronomi müzeleri konusunda bilgi sahibi olmalıyım.	390	4,118	0,858
Gastronomi tarihçesi hakkında bilgi sahibi olmalıyım.	391	4,113	0,827
Türk Mutfağının tanıtımında etkin rol oynayacağımı biliyorum.	390	3,962	0,885

Tablo 5.4. Ölçek alt boyutları

İfadelerin aritmetik ortalaması, turist rehber adaylarının, ilgili ifadelere olan tutumları hakkında yorum yapabilme olanağı sağlamaktadır. Standart sapma değerleri ise verilerin ortalamaya göre yayılmasını ifade eden istatistikî bir değerdir.

Tablo 7.4.'e göre, turist rehber adayları 'Mezuniyetim sonrasında, gastronomi turizmi konusunda eksik kalacağımı düşünüyorum' ifadesinden ortalama $3,381 \pm 1,070$ puan almıştır. Buna göre katılımcıların mezuniyetleri sonrasında gastronomi turizmi konusunda eksik kalacakları konusuna, genel olarak katılma eğilimi gösterdikleri söylenebilir. Katılımcılar, 'Ders müfredatımız yöresel mutfak kültürü konusunda yeterlidir' ifadesinden ortalama $2,527 \pm 1,059$ puan almışlardır. Buna göre katılımcıların, müfredatlarının, ilgili ders konusunda yeterli olmadığını düşündükleri söylenebilir. Katılımcılar, 'Müfredata gastronomi turizmi ile ilgili ders eklenmesi gereksizdir' ifadesinden ortalama $1,985 \pm 1,043$ puan almışlardır. Buna göre katılımcıların, müfredata, gastronomi turizmi ile ilgili ders eklenmesinin gerekli olmadığı konusuna katılım göstermedikleri söylenebilir. Katılımcıların, 'Lisans eğitimim sırasında yerel mutfak kültürünün konu, etkinlik ve uygulamaları ile ilgili dersleri almalıyım' ifadesinden ortalama $3,887 \pm 0,954$ puan ve 'Lisans eğitimim sırasında yerel mutfak kültürünü yansıtan tüm yer, alan, mekân ve güzergâhlara yönelik uygulamaları almalıyım' ifadesinden $3,941 \pm 0,960$ puan alarak, bu ifadelere katılma eğilimi gösterdikleri söylenebilir. Katılımcılar, 'Lisans müfredatı sayesinde yöresel mutfak konusunda yeterli bilgiye sahibim' ifadesinden ortalama $2,430 \pm 0,971$ puan almıştır. Katılımcıların, lisans müfredatı ile yöresel mutfak konusunda yeterli bilgiye sahip olmadıkları söylenebilir. 'Lisans müfredatımız, gastronomi konusunda tam anlamıyla zenginleştirilmeli' ifadesinden ortalama $4,064 \pm 0,876$ puan alındığından, katılımcıların, ilgili ifadeye yüksek oranda katıldıkları söylenebilir.

'Gastronomi turizminin Türkiye'yi ziyaret etmek için birincil sebep olacağını düşünüyorum' ifadesinden ortalama $3,673 \pm 1,030$ puan alındığından, ilgili ifadeye genel olarak katılım gösterildiği; 'Türkiye'nin, sahip olduğu gastronomik miras ile gastronomi turizmi için potansiyeli yüksek bir ülke olduğunu düşünüyorum' ifadesinden $4,320 \pm 0,852$ puan ve 'Gastronomi turizminin Türk turizmine katkı sağlayacağını düşünüyorum' ifadesinden $4,391 \pm 0,828$ puan alındığından, ilgili ifadelere yüksek oranda katılım gösterildiği ve ayrıca 'Gastronomi turizminin

Türkiye’de yeterince geliştiğine inanıyorum’ ifadesinden de $2,946 \pm 1,060$ puan alındığından, ilgili ifadeye yeterince katılım gösterilmediği söylenebilir.

‘Türk yemekleri ve kültürü, uluslararası platformlarda tanıtılmalıdır’ ifadesinden ortalama $4,583 \pm 0,796$ puan; ‘Konaklama işletmelerinde, yöresel Türk Mutfağı günleri düzenlenmeli’ ifadesinden ortalama $4,412 \pm 0,759$ puan; ‘Konaklama işletmelerinde Türk Mutfağına özgü yemekler aslına uygun olarak hazırlanmalı’ ifadesinden ortalama $4,435 \pm 0,730$ puan ve ‘Türk Mutfağının sağlıklı beslenme ile örtüşen özellikleri ön plana çıkarılmalı’ ifadesinden de ortalama olarak $4,235 \pm 0,936$ puan alan katılımcılar için, ilgili ifadelere yüksek oranda katılım gösterdikleri söylenebilir. Ancak ‘Türk Mutfağı konusunda kalifiye aşçı sayısının yetersiz olduğunu düşünüyorum’ ifadesi $3,403 \pm 1,019$ puan aldığından, katılımcıların, ilgili ifadeye genel olarak katıldıkları söylenebilir.

Katılımcılar, ‘Rehberlik edeceğim grupların Türk Mutfağını tanımalarına fırsat vermek isterim’ ifadesinden ortalama $4,467 \pm 0,767$ puan, ‘Rehberlik edeceğim grupların Türk Mutfağını tanımalarına fırsat verecek acenteler ile çalışmak isterim’ ifadesinden $4,282 \pm 0,859$ puan, ‘Türk Mutfağına hâkim bir rehber olmak istiyorum’ ifadesinden $4,162 \pm 0,859$ puan, ‘Gastronomi müzeleri konusunda bilgi sahibi olmalıyım’ ifadesinden $4,118 \pm 0,858$ puan, ‘Gastronomi tarihçesi hakkında bilgi sahibi olmalıyım’ ifadesinden de $4,113 \pm 0,827$ puan alarak, bu ifadelere yüksek oranda katılım göstermiştir. Ve son olarak da katılımcılar, ‘Gastronomi turizmi rehberliği Türkiye’nin parlayan yüzüdür’ ifadesinden $3,805 \pm 0,931$ puan ile ‘Türk Mutfağının tanıtımında etkin rol oynayacağımı biliyorum’ ifadesinden $3,962 \pm 0,885$ puan alarak, ilgili ifadelere yüksek oranda katılım sağlamıştır.

Katılımcıların ifadelerinin aritmetik ortalamaların, 3’ün üzerinde olanlarının genel olarak kabul görmüş olduğu varsayılmış, aritmetik ortalaması 4’ün üzerinde olanların yüksek oranda kabul gördüğü ve 3 ‘ün altında kalanların da düşük oranda kabul görmüş ifadeler olduğu varsayıldığından, rehberlerin rehberlik edeceği gruplar için Türk Mutfağının tanıtımında nasıl etkin ve pozitivist bir rol oynayacağı $4,467$ ortalama ile verilmiştir.

7.6. Değişkenlerin Analizi

Sınıf Değişkeni, Programı Kendi İsteği ile Seçme Değişkeni, Mezuniyet Sonrası Turist Rehberi Olarak Çalışma İsteği Değişkeni ve Rehberlikte Uzmanlaşma Gerekliliğine İnanç Değişkeni ile ölçeğin alt boyutları arasında ilişki olup olmadığı konusunda yapılan analizler ve diğer konulardaki Ki-Kare analizleri aşağıda verilmiştir.

7.6.1. Sınıf Değişkenine Ait Tanımlayıcı Bulgular

H_{0a}: Sınıf değişkeni ile Lisans Ders Müfredatı ölçeği arasında fark/ilişki yoktur.

H_{0b}: Sınıf değişkeni ile Gastronomi -Türkiye ölçeği arasında fark/ilişki yoktur.

H_{0c}: Sınıf değişkeni ile Türk Mutfağı ölçeği arasında fark/ilişki yoktur.

H_{0d}: Sınıf değişkeni ile Gastronomi-Turist Rehberliğine ilgi ölçeği arasında fark/ilişki yoktur.

H₁: Sınıf Değişkeni ile ilgili ölçek arasında fark/ilişki vardır.

İstatistiksel anlamlılık olması isteğinin nedeni, ölçülen değişkenler arasında bir ilişki olmadığını varsayan hipotezi kabul etmek veya reddetmek içindir. Test sonuçları, α değerinden küçük olduğunda, boş hipotez reddedilir yani değişken ile ilgili ölçek arasında var olan bir ilişkiden bahsedilebilir.

Tablo 7.5.'de Sınıf Değişkeni ile ölçek alt boyutlarına uygulanan Kruskal-Wallis analizi neticesinde, sınıf değişkeni ile hangi ölçek alt boyutu arasında ilişki olup olmadığı ortaya çıkmıştır.

Ölçekler	Sınıf	Ortalama	Ss	K-W	p değeri	Fark
Lisans Ders Müfredatı Ölçeği	1. Sınıf	22,294	2,464	0,982	0,806	-
	2. Sınıf	21,919	3,375			
	3. Sınıf	22,309	2,420			
	4. Sınıf	22,265	2,934			
Gastronomi-Türkiye Ölçeği	1. Sınıf	14,931	2,426	6,284	0,098	-
	2. Sınıf	15,622	2,541			
	3. Sınıf	15,221	2,676			
	4. Sınıf	15,510	2,657			
Türk Mutfağı Ölçeği	1. Sınıf	20,686	2,621	8,895	0,030	2 > 1
	2. Sınıf	21,603	3,152			
	3. Sınıf	20,985	2,914			
	4. Sınıf	21,136	3,049			
Gastronomi Turist Rehberliğine İlgili Ölçeği	1. Sınıf	28,353	4,249	5,342	0,148	-
	2. Sınıf	29,288	4,954			
	3. Sınıf	28,662	4,050			
	4. Sınıf	29,231	4,400			
Toplam Ölçek	1. Sınıf	86,265	9,048	6,118	0,106	-
	2. Sınıf	88,630	11,338			
	3. Sınıf	87,176	9,368			
	4. Sınıf	88,143	10,380			

Tablo 5.5. Sınıf değişkeni ile alt boyutların Kruskal-Wallis analiz sonuçları

Kruskal-Wallis analizi sonucunda, 1. sınıf, 2. Sınıf, 3.sınıf ve 4.sınıfların, Lisans Ders Müfredatı, Gastronomi-Türkiye, Gastronomi Turist Rehberliğine İlgili ölçeklerinde sorulan sorulara verdikleri cevaplarda ve Toplam Ölçekte istatistiksel olarak %5 anlamlılık düzeyinde bir fark bulunamamıştır ki H_{0a} , H_{0b} ve H_{0d} hipotezi kabul edilir ($p = 0,806 > \alpha = 0,05$, $p = 0,098 > \alpha = 0,05$, $p = 0,148 > \alpha = 0,05$, $p = 0,106 > \alpha = 0,05$). Bununla birlikte 1. 2. 3. ve 4. sınıfların Türk Mutfağının Geliştirilmesi Ölçeğindeki sorulan sorulara verdikleri cevaplar arasında istatistiksel olarak %5 anlamlılık düzeyinde fark bulunmuştur ve H_{0c} hipotezi reddedilir ($p = 0,030 < \alpha = 0,05$). Bu bulguda “p” değeri, Sınıf Değişkeni ile Türk Mutfağının Geliştirilmesi alt boyutu arasındaki anlamlı ilişkinin tesadüf sonucu olma ihtimalinin sadece % 3 olduğunu göstermektedir. Türk Mutfağı Ölçeğindeki farkı oluşturan sınıfları tespit etmek amacıyla ikili karşılaştırmalar için uygulanan Mann-Whitney testi analizi sonucunda 1. ve 2. sınıfların verdiği cevaplar arasında istatistiksel olarak %5 anlamlılık düzeyinde farklılık bulunmuştur. 1. sınıf için mean rank (sıra ortalaması) 78,63 iken, 2.sınıf için 101,09 olarak değer almıştır.

7.6.2. Programı Kendi İsteği ile Seçme Değişkenine Ait Tanımlayıcı Bulgular

H_{0a}: Programı Kendi İsteği ile Seçme değişkeni ile Lisans Ders Müfredatı ölçeği arasında fark yoktur.

H_{0b}: Programı Kendi İsteği ile Seçme değişkeni ile Gastronomi -Türkiye ölçeği arasında fark yoktur.

H_{0c}: Programı Kendi İsteği ile Seçme değişkeni ile Türk Mutfağı ölçeği arasında fark yoktur.

H_{0d}: Programı Kendi İsteği ile Seçme değişkeni ile Gastronomi-Turist Rehberliğine ilgi ölçeği arasında fark yoktur.

H₁: Programı Kendi İsteği ile Seçme Değişkeni ile ilgili ölçek arasında fark/ilişki vardır.

Tablo 7.6.'de Programı Kendi İsteği ile Seçme Değişkeni ile ölçek alt boyutlarına uygulanan Mann-Whitney analizi neticesinde, Programı Kendi İsteği ile Seçme Değişkeni ile hangi ölçek alt boyutu arasında ilişki olup olmadığı ortaya çıkmıştır.

Ölçekler	Programı Kendi İsteği ile Seçme	Ortalama	Ss	M-W	p değeri
Lisans Ders Müfredatı Ölçeği	Evet	22,194	2,831	5855,000	0,403
	Hayır	22,417	2,740		
Gastronomi-Türkiye Ölçeği	Evet	15,448	2,539	4621,000	0,006
	Hayır	14,167	2,772		
Türk Mutfağı Ölçeği	Evet	21,209	2,879	4721,000	0,010
	Hayır	19,806	3,302		
Gastronomi Turist Rehberliğine İlgi Ölçeği	Evet	29,071	4,423	4807,500	0,015
	Hayır	27,361	4,058		
Toplam Ölçek	Evet	87,963	9,892	4882,000	0,021
	Hayır	83,750	11,116		

Tablo 5.6. Programı kendi isteği ile seçme değişkeni ile alt boyutların Mann-Whitney analiz sonuçları

Programı kendi isteği ile seçen turist rehber adayları ile programı kendi isteği ile seçmeyen turist rehber adaylarının Lisans Ders Müfredatı Ölçeğinde sorulan sorulara

verdikleri cevaplar arasında istatistiksel olarak %5 anlamlılık düzeyinde fark bulunmamıştır ki H_{0a} hipotezi kabul edilir ($p = 0,403 > \alpha = 0,05$).

Bununla birlikte Mann-Whitney analizi sonucunda, programı kendi isteği ile seçen turist rehber adayları ile programı kendi isteği ile seçmeyen turist rehber adaylarının Gastronomi-Türkiye, Türk Mutfağı ve Gastronomi Turist Rehberliğine İlgili ölçeklerinde sorulan sorulara verilen cevaplarda ve Toplam Ölçekte istatistiksel olarak %5 anlamlılık düzeyinde bir ilişki bulunmuştur ve H_{0b} , H_{0c} ve H_{0d} hipotezi reddedilir ($p = 0,006 < \alpha = 0,05$, $p = 0,010 < \alpha = 0,05$, $p = 0,015 < \alpha = 0,05$, $p = 0,021 < \alpha = 0,05$).

Yani rehber adaylarından, programı kendi isteği ile seçen ve seçmeyenlerin, Gastronomi-Türkiye, Türk Mutfağı Ölçeği ve Gastronomi Turist Rehberliğine ilgi ölçek sorularına verdikleri cevaplarda ve Toplam Ölçekte, istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkiden söz edilebilmektedir.

7.6.3. Turist Rehberi Olarak Çalışma İsteği Değişkenine Ait Tanımlayıcı

Bulgular

H_{0a} : Turist Rehberi Olarak Çalışmak İsteme Değişkeni ile Lisans Ders Müfredatı ölçeği arasında fark yoktur.

H_{0b} : Turist Rehberi Olarak Çalışmak İsteme Değişkeni ile Gastronomi -Türkiye ölçeği arasında fark yoktur.

H_{0c} : Turist Rehberi Olarak Çalışmak İsteme Değişkeni ile Türk Mutfağı ölçeği arasında fark yoktur.

H_{0d} : Turist Rehberi Olarak Çalışmak İsteme Değişkeni ile Gastronomi-Turist Rehberliğine ilgi ölçeği arasında fark yoktur.

H_1 : Turist Rehberi Olarak Çalışmak İsteği Değişkeni ile ilgili ölçek arasında fark/ilişki vardır.

Tablo 7.7.'de Turist Rehberi Olarak Çalışmak İsteği Değişkeni ile ölçek alt boyutlarına uygulanan Kruskal-Wallis analizi neticesinde, Turist Rehberi Olarak Çalışmak İsteği Değişkeni ile hangi ölçek alt boyutu arasında ilişki olup olmadığı ortaya çıkmıştır.

Ölçekler	Turist Rehberi Olarak Çalışmak İsteyen	Ortalama	Ss	K-W	p değeri	Fark
Lisans Ders Müfredatı Ölçeği	Evet	22,4940	2,85556	10,648	0,005	1 > 2 3 > 2
	Hayır	20,2857	3,36493			
	Emin Değilim	22,0789	2,39522			
Gastronomi-Türkiye Ölçeği	Evet	15,5301	2,54161	3,655	0,161	-
	Hayır	14,5357	3,53273			
	Emin Değilim	15,0877	2,36329			
Türk Mutfağı Ölçeği	Evet	21,3468	2,77363	7,288	0,026	1 > 2
	Hayır	19,6786	4,19041			
	Emin Değilim	20,8421	2,85204			
Gastronomi Turist Rehberliğine İlgi Ölçeği	Evet	29,2903	4,25840	4,132	0,127	-
	Hayır	27,9286	5,45642			
	Emin Değilim	28,3333	4,40568			
Toplam Ölçek	Evet	88,7218	9,61649	8,674	0,013	1 > 2 1 > 3
	Hayır	82,4286	14,35897			
	Emin Değilim	86,3421	9,31250			

Tablo 5.7. Turist rehberi olarak çalışmak isteyen değişkeni ile alt boyutların Kruskal-Wallis analiz sonuçları

Mezun olduktan sonra turist rehberi olarak çalışmak isteyen turist rehber adayları, mezun olduktan sonra turist rehberi olarak çalışmak istemeyen turist rehber adayları ve bu konuda kararsız olan turist rehber adaylarının Gastronomi-Türkiye Ölçeği ve Gastronomi Turist Rehberliğine İlgi Ölçeklerindeki sorulan sorulara verdikleri cevaplar arasında istatistiksel olarak %5 anlamlılık düzeyinde fark bulunamamıştır ki H_{0b} ve H_{0d} hipotezi kabul edilir ($p = 0,161 > \alpha = 0,05$, $p = 0,127 > \alpha = 0,05$). Bununla birlikte Kruskal-Wallis analizi sonucunda, mezun olduktan sonra turist rehberi olarak çalışmak isteyen turist rehber adayları, mezun olduktan sonra turist rehberi olarak çalışmak istemeyen turist rehber adayları ve bu konuda kararsız olan turist rehber adaylarının Lisans Ders Müfredatı Ölçeği ve Türk Mutfağı Ölçeklerinde sorulan sorulara verdikleri cevaplarda ve Toplam Ölçekte istatistiksel olarak %5 anlamlılık düzeyinde bir fark bulunmuştur ki H_{0a} ve H_{0c} hipotezi reddedilir ($p = 0,005 < \alpha = 0,05$, $p = 0,026 < \alpha = 0,05$, $p = 0,013 < \alpha = 0,05$).

Yani rehber adaylarından turist rehberi olarak çalışmak isteyen, istemeyen ve emin olamayanların, Lisans Ders Müfredatı ve Türk Mutfağı Ölçeği sorularına verdikleri cevaplarda ve Toplam Ölçekte, istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkiden söz edilebilmektedir.

7.6.4. Uzmanlaşma Gerekliliği Değişkenine Ait Tanımlayıcı Bulgular

H_{0a}: Uzmanlaşma Gerekliliği Değişkeni ile Lisans Ders Müfredatı ölçeği arasında fark yoktur.

H_{0b}: Uzmanlaşma Gerekliliği Değişkeni ile Gastronomi -Türkiye ölçeği arasında fark yoktur.

H_{0c}: Uzmanlaşma Gerekliliği Değişkeni ile Türk Mutfağı ölçeği arasında fark yoktur.

H_{0d}: Uzmanlaşma Gerekliliği Değişkeni ile Gastronomi-Turist Rehberliğine ilgi ölçeği arasında fark yoktur.

H₁: Uzmanlaşma Gerekliliği Değişkeni ile ilgili ölçek arasında fark/ilişki vardır.

Tablo 7.8’de Uzmanlaşma Gerekliliği Değişkeni ile ölçek alt boyutlarına uygulanan Mann-Whitney analizi neticesinde, Uzmanlaşma Gerekliliği Değişkeni ile hangi ölçek alt boyutu arasında ilişki olup olmadığı ortaya çıkmıştır.

Ölçekler	Uzmanlaşma	Ortalama	Ss	M-W	p değeri
Lisans Ders Müfredatı Ölçeği	Evet	22,2749	2,80056	2947,5	0,118
	Hayır	21,1000	3,02446		
Gastronomi-Türkiye Ölçeği	Evet	15,3962	2,53236	2732,0	0,045
	Hayır	14,1000	3,24281		
Türk Mutfağı Ölçeği	Evet	21,1216	2,91316	3142,5	0,253
	Hayır	20,3000	3,46562		
Gastronomi Turist Rehberliğine İlgi Ölçeği	Evet	28,9730	4,35913	3314,5	0,431
	Hayır	27,8000	5,32719		
Toplam Ölçek	Evet	87,8054	9,89593	2845,0	0,081
	Hayır	83,3000	12,41434		

Tablo 5.8. Uzmanlaşma değişkeni ile alt boyutların Mann-Whitney analiz sonuçları

Mann-Whitney analizi sonucunda, programda uzmanlaşmak gerekliliğine inanan turist rehber adayları ile uzmanlaşmak gerekliliğine inanmayan turist rehber adaylarının Lisans Ders Müfredatı, Türk Mutfağı ve Gastronomi Turist Rehberliğine İlgi ölçeklerinde sorulan sorulara verdikleri cevaplarda ve Toplam Ölçekte istatistiksel olarak %5 anlamlılık düzeyinde bir fark bulunamamıştır ki H_{0a}, H_{0c} ve H_{0d} hipotezi kabul edilir ($p = 0,118 > \alpha = 0,05$, $p = 0,253 > \alpha = 0,05$, $p = 0,431 > \alpha = 0,05$, $p =$

0,081 > $\alpha = 0,05$). Bununla birlikte, programda uzmanlaşmak gerekliliğine inanan turist rehber adayları ile uzmanlaşmak gerekliliğine inanmayan turist rehber adaylarının Gastronomi - Türkiye Ölçeğinde sorulan sorulara verdikleri cevaplar arasında istatistiksel olarak %5 anlamlılık düzeyinde fark bulunmuştur ki H0b hipotezi reddedilir ($p = 0,045 < \alpha = 0,05$).

Yani rehber adaylarından rehber olarak uzmanlaşma gerekliliğine inanan ve inanmayanların, Gastronomi - Türkiye Ölçeği sorularına verdikleri cevaplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkiden söz edilebilmektedir.

7.6.5. Ki-Kare Analizleri

H₀: Rehberlikte Uzmanlaşma Gerekliliği Değişkeni ile Sınıf değişkeni arasında ilişki yoktur.

H₁: Rehberlikte Uzmanlaşma Gerekliliği Değişkeni ile Sınıf değişkeni arasında ilişki vardır.

Tablo 7.9.'da yer alan analiz sonuçlarına göre yapılan Ki-Kare testi sonuçları da Tablo 7.10'da yer almaktadır.

			Sınıf				Toplam
			1. Sınıf	2. Sınıf	3. Sınıf	4. Sınıf	
Rehberlikte Uzmanlaşma	Evet	Sayı	97	74	65	141	377
		Yüzde	24,4	18,6	16,5	35,5	95
	Hayır	Sayı	7	0	5	8	20
		Yüzde	1,8	0	1,2	2	5
Toplam		Sayı	104	74	70	149	397
		Yüzde	26,2	18,6	17,7	37,5	100

Tablo 5.9. Rehberlikte uzmanlaşma gerekliliği ile sınıf değişkeni Ki-Kare analiz sonuçları

Ki-Kare testi

	Kapak	df	Asymp.Sig. (2-taralı)
Pearson Ki-Kare	5,734 ^a	3	,125
Olasılık Oranı	9,255	3	,026
Doğrusal-Doğrusal İlişki	,002	1	,963
Geçerli Vaka Sayısı	397		

Tablo 5.10. Rehberlikte uzmanlaşma gerekliliği ile sınıf değişkeni Ki-Kare analiz testi

Tablo 7.10.'da Rehberlikte Uzmanlaşma Gerekliliği değişkeni ile Sınıf değişkeni arasında yapılan ki-kare testi sonucunda $p=0,125 > \alpha=0,05$ olduğundan, değişkenler arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. H_0 hipotezi kabul edilir.

7.6.6. Frekans Tabloları

Rehberlikte Uzmanlaşma Gerekliliğine yüksek oranda katılım sağlanan bu çalışmada, uzmanlaşmanın nasıl ve nereden sağlanacağı ifadelerine aşağıdaki oranlarda yanıt verilmiştir.

	Değişken	Frekans (n)	Yüzde (%)
Rehberlikte Uzmanlaşma	Lisans müfredatı	145	23,7
	Lisans Dışı Kurslar	185	30,2
	Ders Paketi	176	28,7
	Uzmanlaşma	107	17,5
Uzmanlaşma Bünyesi	Üniversite Bünyesi	219	62
	Bakanlık	93	26,3
	Özel Kurslar	41	11,6

Tablo 5.11. Rehberlikte uzmanlaşma gerekliliğine inanç ve kursların nereden alınacağı ile ilgili frekans tabloları

Rehberlikte Uzmanlaşmanın nasıl olması gerektiği sorularına, katılımcıların birden fazla seçenek işaretlemelerine fırsat verildiğinden, Lisans Dışı Kurslar Düzenlenmeli ve Son Sınıfta Gastronomi Seçmeli Ders Paketi Oluşturulmalı ifadelerine verilen cevaplarda %30 civarında bir değer gözlenmekte, Lisans Ders Müfredatı Gastronomi

Anlamında Zenginleştirilmeli ifadelerine verilen cevaplar da %23,7 ile hemen takipte kalmaktadır.

Ayrıca Uzmanlaşmanın nereden sağlanacağı ifadelerinde de, Üniversite bünyesinde uzmanlaşma sağlanmalı ifadesi %62 ile birinci sıraya oturmaktadır.

7.6.7. Sınıf Değişkenine Göre Alt Boyutların Ki-Kare Analizleri

H₀: Sınıf değişkeni ile Mezuniyetim sonrasında gastronomi turizmi konusunda eksik kalacağımı düşünüyorum ifadesi arasında ilişki yoktur.

H₁: Sınıf değişkeni ile Mezuniyetim sonrasında gastronomi turizmi konusunda eksik kalacağımı düşünüyorum ifadesi arasında ilişki vardır.

Tablo 7.12’de Sınıf Değişkeni ile Ölçek sorularından olan Mezuniyetim sonrasında, gastronomi turizmi konusunda eksik kalacağımı düşünüyorum ifadesi arasında yapılan Ki-Kare Analizi neticesinde, ölçülenler arasında aşağıdaki gibi bir ilişki bulunmuş olup, analiz sonuçlarına göre yapılan Ki-Kare testi sonuçları da Tablo 7.13’de yer almaktadır.

			Mezuniyetim sonrasında, gastronomi turizmi konusunda eksik kalacağımı düşünüyorum					Toplam
			1	2	3	4	5	
Sınıf	1. Sınıf	Sayı	2	15	46	30	8	101
		Yüzde	0,5	3,8	11,8	7,7	2,0	25,8
	2. Sınıf	Sayı	5	10	22	27	10	74
		Yüzde	1,3	2,6	5,6	6,9	2,6	18,9
	3. Sınıf	Sayı	2	7	22	29	10	70
		Yüzde	0,5	1,8	5,6	7,4	2,6	17,9
	4. Sınıf	Sayı	15	17	38	48	58	146
		Yüzde	3,8	4,3	9,7	12,3	7,2	37,3
Toplam		Sayı	24	49	128	134	56	391
		Yüzde	6,1	12,5	32,7	34,3	14,3	100

Tablo 5.12. Sınıf değişkeni ile mezuniyetim sonrasında gastronomi turizmi konusunda eksik kalacağımı düşünüyorum ifadesi arasında yapılan Ki-Kare analiz sonuçları

Ki-Kare testi

	Kapak	df	Asymp.Sig. (2-tarflı)
Pearson Ki-Kare	22,458 ^a	12	,033
Olasılık Oranı	23,151	12	,26
Doğrusal-Doğrusal İlişki	,928	1	,335
Geçerli Vaka Sayısı	391		

Tablo 5.13. Sınıf değişkeni ile mezuniyetim sonrasında gastronomi turizmi konusunda eksik kalacağımı düşünüyorum ifadesi arasında yapılan Ki-Kare analiz testi

Tablo 7.13’de Sınıf değişkeni ile Mezuniyetim sonrasında gastronomi turizmi konusunda eksik kalacağımı düşünüyorum ifadesine verilen cevaplar arasında %5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur ($p = 0,033 < \alpha = 0,05$). Bulunan p değeri %5’ten küçük olduğu için H_0 hipotezi reddedilir.

7.6.8. Turist Rehberi Olarak Çalışmak İsteme Değişkeni ile Alt Boyutların Ki-Kare Analizleri

H_0 : Turist Rehberi olarak Çalışmak İsteme Durumu Değişkeni ile Mezuniyetim sonrasında gastronomi turizmi konusunda eksik kalacağımı düşünüyorum ifadesi arasında ilişki yoktur.

H_1 : Turist Rehberi olarak Çalışmak İsteme Durumu Değişkeni ile Mezuniyetim sonrasında gastronomi turizmi konusunda eksik kalacağımı düşünüyorum ifadesi arasında ilişki vardır.

Tablo 7.14’te Turist Rehberi olarak Çalışmak İsteme Durumu Değişkeni ile Ölçek sorularından olan Mezuniyetim sonrasında, gastronomi turizmi konusunda eksik kalacağımı düşünüyorum ifadesi arasında yapılan Ki-Kare Analizi neticesinde, ölçülenler arasında aşağıdaki gibi bir ilişki bulunmuş olup, analiz sonuçlarına göre yapılan Ki-Kare testi sonuçları da Tablo 7.15’te yer almaktadır.

			Mezuniyet sonrasında, gastronomi turizmi konusunda eksik kalacağımı düşünüyorum					Toplam
			1	2	3	4	5	
Mezuniyet Sonrası Turist Rehberi Olarak Çalışmayı İsteme Durumu	Evet	Sayı	13	30	71	99	36	249
		Yüzde	3,3	7,7	18,2	25,3	9,2	63,7
	Hayır	Sayı	5	5	12	4	2	28
		Yüzde	1,3	1,3	3,1	1,0	0,5	7,2
	Emin Değilim	Sayı	6	14	45	31	18	114
		Yüzde	1,5	3,6	11,5	7,9	4,6	29,2
Toplam		Sayı	24	49	128	134	56	391
		Yüzde	6,1	12,5	32,7	34,3	14,3	100

Tablo 5.14. Turist rehberi olarak çalışmak değişkeni ile mezuniyet sonrasında gastronomi turizmi konusunda eksik kalacağımı düşünüyorum ifadesine verilen cevaplar arasında yapılan Ki-Kare analiz sonuçları

Ki-Kare testi

	Kapak	df	Asymp.Sig. (2-tarafli)
Pearson Ki-Kare	19,547 ^a	8	,12
Olasılık Oranı	18,408	8	,018
Doğrusal-Doğrusal İlişki	1,405	1	,236
Geçerli Vaka Sayısı	391		

Tablo 5.15. Turist rehberi olarak çalışmak değişkeni ile mezuniyet sonrasında gastronomi turizmi konusunda eksik kalacağımı düşünüyorum ifadesine verilen cevaplar arasında yapılan Ki-Kare analiz sonuçları

Tablo 7.15'te, Mezun olduktan sonra turist rehberi olarak çalışmayı düşünen turist rehber adayları, mezun olduktan sonra turist rehberi olarak çalışmayı düşünmeyen turist rehber adayları ve bu konuda kararsız olan turist rehber adaylarının, Mezuniyet sonrasında, gastronomi turizmi konusunda eksik kalacağımı düşünüyorum sorusuna verdikleri cevaplar arasında %5 anlamlılık düzeyinde anlamlı bir farklılık bulunmuştur ($p = 0,012 < \alpha = 0,05$). Bulunan p değeri %5'ten küçük olduğu için H_0 hipotezi reddedilir.

7.6.9. Gastronomi Uzmanlığı İçin Alınacak Kursların Yeri Değişkenine Göre Alt Boyutların Ki-Kare Analizleri

H₀: Gastronomi uzmanlığı için alınacak kursların yeri değişkeni ile Lisans eğitimim sırasında yerel mutfak kültürünü yansıtan tüm yer, mekân ve güzergâhlara yönelik uygulamaları almalıyım ifadesine arasında ilişki yoktur.

H₁: Gastronomi uzmanlığı için alınacak kursların yeri değişkeni ile Lisans eğitimim sırasında yerel mutfak kültürünü yansıtan tüm yer, mekân ve güzergâhlara yönelik uygulamaları almalıyım ifadesine arasında ilişki vardır.

Tablo 7.16’da Gastronomi uzmanlığı için alınacak kursların yeri değişkeni ile Lisans eğitimim sırasında yerel mutfak kültürünü yansıtan tüm yer, mekân ve güzergâhlara yönelik uygulamaları almalıyım ifadesi arasında yapılan Ki-Kare Analizi neticesinde, ölçülenler arasında aşağıdaki gibi bir ilişki bulunmuş olup, analiz sonuçlarına göre yapılan Ki-Kare testi sonuçları da Tablo 7.17’de yer almaktadır.

			Lisans eğitimim sırasında yerel mutfak kültürünü yansıtan tüm yer, mekân ve güzergâhlara yönelik uygulamaları almalıyım					Toplam
			1	2	3	4	5	
Gastronomi Rehberliği Konusunda Uzmanlaşma İçin Açılacak Kursların Yeri	Üniversite	Sayı	7	13	24	106	65	215
		Yüzde	2,0	3,7	6,9	30,4	18,6	61,6
	Bakanlık	Sayı	5	5	12	45	26	93
		Yüzde	1,4	1,4	3,4	12,9	7,4	26,6
	Özel Kurslar	Sayı	5	5	20	8	3	41
		Yüzde	1,4	1,4	5,7	2,3	0,9	11,7
Toplam		Sayı	17	23	56	159	94	349
		Yüzde	4,9	6,6	16	45,6	26,9	100

Tablo 5.16. Alınacak kurs “değişkeni ile” lisans eğitimim sırasında yerel mutfak kültürünü yansıtan tüm yer, mekân ve güzergâhlara yönelik uygulamaları almalıyım ifadesi arasında yapılan Ki-Kare analiz sonuçları

Ki-Kare testi

	Kapak	df	Asymp.Sig. (2-taraflı)
Pearson Ki-Kare	52,814 ^a	8	,000
Olasılık Oranı	45,962	8	,000
Doğrusal-Doğrusal İlişki	22,852	1	,000
Geçerli Vaka Sayısı	349		

Tablo 5.17. Alınacak kurs “değişkeni ile” lisans eğitimim sırasında yerel mutfak kültürünü yansıtan tüm yer, mekân ve güzergâhlara yönelik uygulamaları almalıyım ifadesi arasında yapılan Ki-Kare analiz sonuçları

Tablo 7.17’de Gastronomi uzmanlığı için alınacak kursların yeri değişkeni ile Lisans eğitimim sırasında yerel mutfak kültürünü yansıtan tüm yer, mekân ve güzergâhlara yönelik uygulamaları almalıyım ifadesine verilen cevaplar arasında %5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur ($p = 0,000 < \alpha = 0,05$). H_0 hipotezi reddedilir.



6. SONUÇ VE ÖNERİLER

Turist rehber adaylarının, Türk Mutfağı hakkındaki bilgilerinin ortaya konulması, mutfağımıza hâkim olmaları, gezi rotalarında yeme içme operasyonlarını nasıl yönetecekleri konularında bilgi sahibi olmaları ve gastronomi rehberi olarak uzmanlaşmaları gerekliliği ile gastronomi turizmine bakış açılarını ortaya koyabilmek için yapılan bu çalışmanın örneklem grubunu, Türkiye’de Turizm Rehberliği bölümü bulunan yükseköğretim kurumlarında lisans düzeyinde eğitim gören 391 turist rehber adayı oluşturmaktadır. Ankete katılan turist rehber adaylarından, turist rehberi olarak belirli bir alanda uzmanlaşma gerekliliğine inananların %94,8’lik bir orana sahip olduğu tespit edilmiştir. Gastronomi rehberliği konusunda uzmanlaşma isteyenlerin seçenekleri incelendiğinde de, en yüksek orana, ‘lisans dışı kurslar düzenlenmeli’ ifadesi, arkasından ‘son sınıfta gastronomi seçmeli uzmanlık alan dersi olarak eklenmeli’ ifadesi, sonrasında ‘lisans müfredatı gastronomi anlamında yoğunlaştırılmalı’ ifadesi ve son olarak da ‘lisansüstü programlar bu alanda yoğunlaştırılmalı’ ifadesinin sahip olduğu anlaşılmıştır. İşte bu noktada da lisans dışı kursların nereden alınması gerektiği konusundaki anket sorularına, en yüksek oranda ‘üniversite bünyesinde oluşturulan kurslar’ arkasından, ‘Bakanlık bünyesinde oluşturulan kurslar’ ve en son olarak da ‘özel kurslar’ ifadeleri sahip olmuşlardır.

Ankete katılan turist rehber adayları, mezuniyet sonrasında gastronomi turizmi konusunda eksik kalacaklarını ve lisans ders müfredatının da yöresel mutfak kültürü konusunda yeterli olmadığını düşünmektedirler. Müfredata gastronomi turizmi ile ilgili ders eklenmesinin gereksiz olduğuna katılmamaktadırlar. Kendilerinin, lisans eğitimi sırasında, yerel mutfak kültürünün konu, etkinlik ve uygulamaları ile ilgili dersleri ve yerel mutfak kültürünü yansıtan tüm yer, alan, mekân ve güzergâhlara yönelik uygulamaları almaları gerektiği fikrine katılmaktadırlar. Mevcut lisans müfredatı ile de yöresel mutfak konusunda yeterli bilgiye sahip olduklarını/olabileceklerini düşünmemektedirler. Kısaca ankete katılan turist rehber adayları, lisans müfredatının gastronomi konusunda tam anlamıyla zenginleştirilmesi gerektiğini düşünmektedir.

Turist rehber adayları, rehber olduklarında rehberlik edecekleri gruplara, Türk Mutfağını tanımaları için fırsat tanıyacaklarını ve bu fırsatı kendilerine tanıyacak acenteler ile çalışmayı istediklerini belirtmişlerdir. Gastronomi turizmi rehberliğinin

Türkiye'nin parlayan yüzü olduğunu düşünen turist rehber adayları, gastronomi müzeleri ve tarihçesi alanlarında bilgi sahibi olmak istediklerini belirtmişlerdir. Bu çalışmadaki turist rehber adayları, Türk Mutfağının tanıtımında etkin rol oynayacaklarını düşünmektedirler.

Günümüzde turizm, tüm dünyada büyük önem gösterilen uluslararası bir olgu haline gelmiş ve Türkiye gibi zengin tarihsel, kültürel ve doğal kaynaklara sahip olan ülkelerin de başlıca kazançlarından biri durumuna gelmiştir. Bu noktada müşteri memnuniyeti de büyük önem taşımaktadır. Turist rehberleri, turistlerin ilk karşılaştıkları kişiler olup, tur boyunca turistlerle ilgilendikleri için, tanıtım ve memnuniyet açısından en ön planda olan turizm çalışanlarıdır. Bu nedenle turist rehberlerinin performansları ile turizmin başarısı birbiriyle bağlantılıdır (Ergün, B.2020). Gastronomi turizmi ele alındığında, turist rehber adayları, mutfak kültürünü derinlemesine öğrenerek, geleneksel boyutta sürdürülen ancak az bilinip sahip çıkılması gereken tatları, rehberlik mesleğini icra ederken, destinasyon ziyaretçilerine aktararak, bu tatların tanıtılmasını ve korunmasını sağlamalıdır. Gastronomi turizminin geliştirilmesi yolunda, turist rehber adaylarının hedeflerinin başında, mesleklerini icra esnasında, zengin Türk Mutfak Kültürünün nesiller boyunca tanıtılarak aktarılması olmalıdır. Turist rehberi olarak uzmanlaşma söz konusu olduğunda, gastronomi rehberliği konusunda uzmanlaşma oranının azlığı gerçeği ortada iken, bu alana yönelik gerekli eğitimlerin yerinde ve zamanında verilerek etkinliği sağlanmalı, güçlü bir alt yapı oluşturulmalı ve gastronomi turizmi konusunda etkin ve verimli hizmet verebilecek gastronomi rehberlerinin yetiştirilmesi özendirilerek artırılmalıdır.

Türkiye Yükseköğretim Yeterlilikler Çerçevesi (TYYÇ), Yüksek Öğretim Kurulu bünyesinde faaliyet gösteren, yükseköğrenimini tamamlayan kişilerin alanında yeterliliklerini ve bu yeterliliklere ulaşabilmek için gereken kriterlerin nasıl olacağını gösteren bir kurumdur. Yükseköğrenimini tamamlayan bir kişinin mezun olduktan sonra alanında yetkin olup olmadığını, mesleki anlamda neleri bileceğini ve neleri yapabileceğini ifade eden bir kavramdır yükseköğretim alanında yeterlilik. (TYYÇ, 2019). Türkiye Yeterlilikler Çerçevesinin amacı; yaygın ve örgün eğitim ile kazanılmış ve kalite güvencesi garanti altına alınmış yeterliliklerin tanımlandığı, sınıflandırıldığı ve bu yeterlilikler arasındaki geçişlerin belirlendiği öğrenmenin

sürdürülebilirliğinin desteklendiği tümleşik bir yapı sunmak olduğundan, Yüksek Öğretim Yeterlilikler çerçevesinde turizm rehberliği müfredatlarının, gastronomi turizmi boyutunda yenilenmesi ve güncellenmesi büyük önem arz etmektedir.

Ziyaretçi ile dinamik bir ilişki içinde olan turist rehberlerinin, turist rehber adayı konumunda iken, gastronomi turizmi olgusunun Türkiye’de geliştirilmesi bakımından, bu alanda uzmanlaşma gerekliliğine inanmaları, daha sonraki aşamalarda bu turizm çeşidinin potansiyel olarak var olduğunu turiste hissettirebilmeleri çok önemli bir husus olup, gastronomi turizmi kapsamında ziyaretçilere verecekleri hizmet esnasında mutfak zenginliğini ve çeşitliliğini doğru olarak aktarabilmeleri açısından da ciddi önem arz etmektedir. Araştırma sonuçlarında da turist rehber adaylarının büyük çoğunluğunun, Türkiye’nin sahip olduğu gastronomik miras ile gastronomi turizmi arasında çok uyumlu bir ilişki olduğunu düşünmeleri ve gastronomi rehberi olarak uzmanlaşmanın gerekliliğine inanıyor olmaları da bu ilişkinin güçlendirilmesi açısından büyük destekçi olduklarını göstermektedir. Turist rehber adaylarına gastronomi alanında verilen eğitimin yetersiz olduğu görüşü elde edilen bulgular arasındadır ve bu yetersizlik, kişisel çabalar ile tamamlanmaya çalışılmayıp, Kültür ve Turizm Bakanlığı, meslek odaları, TÜRSAB ve diğer yetkili kurumlar tarafından gastronomi turizmi kursları düzenlenerek, üniversitelerin turist rehberliği bölümlerinde lisans müfredatı gastronomi dersleri ile zenginleştirilerek, lisans son sınıfta gastronomi dersi, seçmeli uzmanlık alan dersi olarak yerini alarak ve lisansüstü programlarda da uzmanlaşma sağlanarak tüme varım sağlanmalıdır. Tabi bu noktada, ülkelerin evrensel yüzü olan turist rehberlerinin sadece gastronomi ve gurme alanlarında değil, yerel ve kültürel değerler konusunda da tanımaya ve öğrenmeye açık olmaları gerektiği konusu, turizm sürdürülebilirliğini sağlamak açısından önem arz etmektedir. Sürdürülebilirlik vizyonu ile gelenekselliğin her anlamda korunması da esas olmalı, özgünlükten ödün verilmemelidir.

Çeşme Turizm ve Otelcilik Yüksekokulu bölüm/programında okumakta olan turizm öğrencilerinin mezuniyet sonrası eğilimlerini ölçen Avcı (2011)’nın çalışmasında, rehberlik öğrencilerinin mesleklerini yapmaya istekli oldukları ve mezuniyet sonrasında sektörde kalmaya eğilimli oldukları ortaya konulmuştur. Diğer turizm bölümleri öğrencilerine nispeten ortalamanın üzerinde bir isteklilikle mezun olan bu öğrencilerin eğitiminin kalitesi, turizmin kalitesini doğrudan etkilemektedir (Avcı, N.

2011). Dolayısıyla bu kadar kaliteli bir eğitim söz konusu iken aynı zamanda gastronomide uzmanlaşmanın da bu kalite içinde yerini alması için, lisans müfredatlarında gastronomi ders ve uygulamalarının daha fazla ve net bir şekilde yerine alarak, rehber adaylarında derinlere doğru nüfuz etmesi de kaçınılmaz olmalıdır.

Turist rehberliği ders programlarının kurumlar arası farklılık göstermesi, kimi kurumlarda genel derslerin uzmanlık derslerinin önüne geçmesi rehberlik eğitiminin teorik alt yapısını olumsuz etkilemekte, rehberlerin mesleklerini icra ederken ilgi duyacakları bilgi ve becerileri kapsamamasına yol açabilmektedir. Turist rehberi öğrencilerin müfredatlarında gastronomi derslerinin de çok az yer aldığı sonucuna ulaşıldığından, bu konu ile ilgili bilgi ve becerilerinin yetersizliğinin de, mesleklerini icra ederken sorun olarak karşılarına çıkacağı esastır.

Diğer taraftan, turist rehberliği müfredatına, üniversitelerin yer aldığı bölgeleri tanıttak dersler ile uygulama gezisi dersleri konulması önerilebilir. Böylece bölge turizminin gelişmesine ve öğrencilerin uzmanlaşmalarına katkı sunulmuş olur. Dünya Turist Rehberleri Birliğinin eğitimlerinde derslerin çoğunun uygulamalı yürütüldüğü bilinmektedir (WFTGA, 2019).

Gastronomi rehberleri için yol gösterici kitapçıklar oluşturulması da, geniş coğrafyaya ve farklı yemek kültürüne sahip olan Türkiye’de hangi yörelerde neler yenilip içileceğinin gösterilmesi ve sürdürülebilirlik için, üzerinde önemle durulması gereken konulardan biri olmalıdır. Türk mutfağının tanıtılması amacıyla hazırlanan bu rehber kitapçıklar, farklı dillerde olmalı ve seyahat acenteleri aracılığıyla farklı gruplara ulaştırılmak için kullanılmalıdır. Yapılan bir çalışmada, oldukça geniş coğrafyaya, iklim çeşitliliğine ve zengin yemek kültürüne sahip olan Türkiye’nin coğrafi bölgeleri dikkate alınarak yörelere göre neler yenilip içileceğini gösteren gastronomi rehber kitapçıklarının oluşturulması gerekliliği sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca tanıtım faaliyetleri olarak televizyonlarda bilgilendirici yayınlar olmalı, internet siteleri düzenlenmeli, yayınlanan dergilerde tanıtıcı reklamlara ve yazılara yer verilmelidir (Cömert ve Özkaya, 2014). Soner (2013) ise çalışmasında küçük şehirlerin bir turizm destinasyonu olarak pazarlanmasında, yöresel mutfak kültürünün etkili bir biçimde kullanılabileceğini belirtmektedir. Gastronomi turizmi sayesinde küçük şehirlerde ekonomik gelişme sağlanabileceği ifade edilmektedir (Oğan, 2021).

Rehber adaylarına yönelik bu alanda yapılmış olan bir çalışma olmaması nedeniyle, bu çalışma gelecekte yapılacak çalışmalara kaynak niteliğinde olabilir. Öte yandan, yapılmış olan bu çalışmanın kapsamı geliştirilerek farklı alanlarda eğitim almış kişilerde, farklı il ve yörelerde, nitel araştırma yöntemleri ile veri toplanarak ve farklı analiz yöntemleri kullanılarak literatüre katkı sağlanabilir. Ayrıca Türkiye’de lisans eğitimi gören ulaşılammış turist rehber adaylarının da gastronomi turizmine bakış açısının değerlendirilmesi suretiyle, bu çalışmanın diğer araştırmacılara kaynak oluşturması öngörülmektedir.

Tez konularının sınırlı olması bu çalışmanın kıyaslanabilirliği açısından dezavantaj oluşturmaktadır.

Turist rehberliği/ turizm rehberliği eğitimi ana kavramları ile çalışılan yıl aralıklarının yakın veya uzak olmasına bakılmaksızın benzer verilere ulaşılması da, turist rehberliği eğitiminde ciddi sorunlar yaşandığını ve bazı hususların değişmesi/ değiştirilmesi gerektiğini vurgulamaktadır. Öyle ki, Aşkın (2020) tarafından hazırlanan yüksek lisans tezinde de bahsedildiği üzere, turist rehberleri tarafından da, mevcut müfredatların yeterli olmadığı, sunulan eğitim programlarında eksikliğin fark edilebilir düzeyde olduğu görüşü hâkimdir. Aynı çalışmada bahsi geçen Değirmencioğlu (1998), “Türkiye’de Turizm Rehberliği Eğitimine Bir Yaklaşım” adlı yüksek lisans tezinde, turizm rehberliği eğitimlerinin yeterli olmadığını, farklı disiplinleri kapsamaması gerektiğini vurgulamış ayrıca üniversitelerdeki turizm rehberliği eğitiminin dört yıllık olması gerektiğini de çalışmanın sonuçları arasında ifade etmiştir. Ege, (2006), “Kars Meslek Yüksekokulu Turizm Rehberliği Programında İngilizce Öğrenimi Gören Öğrencilerin Program Geliştirmeye Yönelik İhtiyaç Analizi” adlı tezinde hazırlık sınıfı öğrencilerine uyguladığı anket verileri ile dil programlarının öğrenci gereksinimlerini karşılamakta yetersiz olduğunu ve daha etkili bir dil programının olması gerektiğini belirtmiş; Eker (2015), “Profesyonel Turist Rehberleri Bakış Açısıyla Turizm Rehberliği Eğitim Müfredatlarının Uygulama Yeterliliği” adlı tezindeki bulgular da benzer şekilde turist rehberlerinin de dil eğitimlerinin yetersizliğinden şikâyetçi oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Bu çalışmada da, turist rehber adayları lisans müfredatlarının, gastronomi turizmi bakımından yeterli olmadığı ve zenginleştirilmesi gerektiği sonucuna ulaşılmaktadır.

Rehberlerin, destinasyonlarda turistlerin yerel yemek tüketimini artırmaları ve yerel yemeklerin çekim unsuru haline gelmesinde bilgilendirme yapabilmeleri önerildiğinden, özellikle lisans öğrenciliklerinde bu konuya özen gösterilmesine ve bunun dışında da yerel yemeklerden oluşan menülerde detaylı açıklayıcı bilgilerin yer almasına özen gösterilmesi dikkat edilmesi gereken konulardandır.

Turist rehber adaylarının Türk Mutfak Kültürüne hâkim olmaları gerekliliği ile ilgili araştırmaların sınırlı olması, bu araştırmanın yapılmasında belirleyici olmuştur (Keleş, 2020). Yapılan diğer bazı çalışmalarda turist rehberliği ders müfredatlarının değişik alanlarda yetersizliğine değinilirken, bu çalışmada da, turist rehberlerinin gastronomi turizmi, gastronomi rotaları gibi konularda yetkinlik kazanabilmeleri için yiyecek içecek ve özellikle Türk Mutfağı konularında bilgi ve becerilerinin artırılması gerektiğine değinilmiştir.

KAYNAKLAR

- Akay, B. ve Özöğütçü, B. (2019). 'Turist rehberlerinin gastronomi bilgisi ve algısının tavsiye niyetine etkisi'. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 1(8), (ss.1412-1424).
- Akpınar, A. (2020). 'Turist rehberliğinde uzmanlaşma ve verilen uzmanlık eğitimlerinin analizi'. *Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi*. 22 Aralık 2020 tarihinde YÖKTEZ adresinden ulaşıldı.
- Aral, İ. (2017). *Sevgili*. İstanbul: Kırmızı Kedi Yayınevi.
- Aşkın, S. (2020). 'Turist rehberliği lisans eğitiminin akademisyenler, turist rehberleri ve lisans bölümü öğrencilerinin bakış açısı ile değerlendirilmesi: karşılaştırmalı bir analiz'. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi lisansüstü Eğitim Enstitüsü*. 12 Ocak 2021 tarihinde YÖKTEZ adresinden ulaşıldı.
- Avcı, N. (2011). Turizm Eğitimi alan lisans öğrencilerinin iş değerleri: Çeşme Turizm ve Otelcilik Meslek Yüksekokulu. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 22 (1), (ss. 7-18).
- Ayaz, N. ve Türkmen, B. M. (2018). 'Yöresel yiyecekleri konu alan lisansüstü tezlerin bibliyometrik analizi'. *Gastoria: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 1(2), (ss.22-38).
- Aydın, İ. (2019). *Kalbimin Can Mayası*. İstanbul: Artemis Yayınları.
- Aydın, İ. (2019). *Unutursun*. İstanbul: Artemis Yayınları.
- Aydoğdu, A., ve Mızrak, M. (2017). Yöresel yemeklerin sürdürülebilirliğinde standart reçetelendirmenin önemi: Kastamonu mutfağı örneği. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(20), 366-394.
- Başoda, A., Aylan, S., Kılıçhan, R. ve Acar, Y. (2018). 'Gastronomi uzmanlığı, turları ve rehberliği: kavramsal bir çerçeve'. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(3), (ss. 1809-1826).
- Batıbeki, S.E., Taşpınar, O. (2021). 'Planlı Davranış Teorisi Çerçevesinde Turistlerin Gastronomi Festivallerine Katılma Niyeti'. *Çanakkale Üniversitesi Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 9(3), (ss.1820-1835).
- Birdir Sahilli S., İflazoğlu N. ve Birdir K. (2019). 'Turist rehberi adaylarında yeni yiyecek deneme korkusu (Neophobia)'. *Gastroia:Journal of Gastronomy and Travel Research*, 3(4), (ss.551-561).
- Christie, A. (1999). *Beklenmeyen Misafir*. İstanbul: Altın Kitaplar Yayınevi.
- Cömert, M. ve Durlu-Özkaya, F. (2014). 'Gastronomi turizminde Türk mutfağının önemi'. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*. 2(2), (ss.62-66).

- Deniz, H. (2019). 'Profesyonel turist rehberlerinin kültürel mirasın korunmasındaki rolü: Türkiye'deki turist rehberleri üzerine bir araştırma'. Yüksek Lisans Tezi, *Batman Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Batman*. 07 Ekim 2020 tarihinde earxiv.batman.edu.tr adresinden ulaşıldı.
- Doruk, B. (2020). 'Batı Karadeniz mutfağında yerel farklılıklar'. Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi. 14 Mayıs 2021 tarihinde YÖKTEZ adresinden ulaşıldı.
- Dönmez, Polat D. ve Gezen A. (2017). 'Gastronomide sokak yiyecekleri ve satıcıları: teorik bir çalışma'. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(2), (ss.117-124).
- Durlu-Özkaya, F., Sünnetçioğlu, S. ve Can, A. (2013). 'Sürdürülebilir gastronomi turizmi hareketliliğinde coğrafi işaretlemenin rolü'. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1(1), (ss.13-20)
- Düzgün, E. Ve Durlu-Özkaya F. (2015). 'Mezopotamya'dan günümüze mutfak kültürü'. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1(3), (ss.41-47).
- Eker, N., Kaya, M. C. ve Zengin, B. (2019). Turist rehberliği mesleği(dünü -bugünü-yarını) O. Batman, G. E. Bayram, & B. Zengin (Ed.). (1. Baskı). Detay Yayıncılık, (ss. 59-90).
- Eker, N., Zengin, B. (2016). 'Turizm rehberliği eğitimi müfredatlarının uygulama yeterliliğinin profesyonel turist rehberleri bakış açısıyla irdelenmesi'. *Turizm ve Araştırma Dergisi*, 2(5), (ss.4-19).
- Ergün, B. (2020). 'Turist rehberliği öğretiminde kalite'. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora Tezi. 29 Aralık 2020 tarihinde YÖKTEZ adresinden ulaşıldı.
- Güler, S. ve Olgaç, S. (2015). 'Lisans düzeyinde eğitim gören öğrencilerin Türk mutfağının tanıtım ve pazarlanmasına ilişkin görüşleri-Anadolu Üniversitesi Turizm ve Otel İşlemciliği Yüksekokulu örneği'. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 28, (ss. (227-238).
- Gastronomi Turizm Komitesi (2015). 10 Eylül 2019 tarihinde <https://www.tourmag.com.tr/gastronomi-turizm-komitesi-kuruldu/> adresinden ulaşıldı.
- Güllü, K. ve Atasoy B. (2019). 'Gastronomi turistlerinin motivasyon faktörlerinin incelenmesi'. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(19), (ss.269-280).
- Güven, Z. Ö. ve Ceylan U. (2014). 'Lisans ve ön lisans düzeyinde turizm rehberliği eğitimi veren okullardaki müfredatların turizm rehberliği meslek yönetmeliğine uygunluğunun incelenmesi'. Kılıçlar, A (Ed.), Gazi Üniversitesi 15.Ulusal Turizm Kongresi 'Engelsiz Turizm', (ss.187-196). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

- Güzel Şahin, G. ve Ünver, G. (2015). 'Destinasyon pazarlama aracı olarak 'gastronomi turizmi': İstanbul'un gastronomi turizmi potansiyeli üzerine bir araştırma'. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(2), (ss.63-73).
- Güzel Şahin, G. (2019). 'Şehir turizminde gastronominin önemi: başkent Ankara üzerine bir değerlendirme'. Emir, O (Ed), 20. Ulusal Turizm Kongresi 'Şehir Turizmi', (ss.1022-1025). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Basımevi.
- İlgaz, B. ve Kozak, M. (2019). 'Turistlerin destinasyon seçim kriterlerinin değerlendirilmesi: Ahb ve Topsis uygulaması'. Emir, O (Ed.), 20. Ulusal Turizm Kongresi 'Şehir Turizmi', (ss.496-503). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Basımevi.
- İrigüler, F. ve Güler, M.E. (2015). 'Türkiye'deki profesyonel turist rehberlerinin gastronomi turizmine bakışı'. 1.Uluslararası Gastronomi Turizmi Kongresi.
- İrigüler, F. (2019). 'Gastronomik kültür oluşumunda mutfak müzelerinin rolü: Köstem zeytinyağı müzesi örneği'. Emir, O (Ed.), 20. Ulusal Turizm Kongresi 'Şehir Turizmi', (ss.812-818). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Basımevi.
- İşçeli, Z., Kılıç, G. (2018). 'Lisans düzeyinde turizm rehberliği eğitimi veren fakültelerin müfredatlarının incelenmesi'. *Turist Rehberliği Dergisi (TURED)*, 1 (1) , (ss.41-56).
- Kaplan, A. (2018). 'Gastronomi Turistlerinin Gıda Seçiminde Neofobi-Neofili Etkisi'. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın.
- İnternet: Kaynak Yazımı Kılavuzu. 15 Mart 2020 tarihinde <http://halic.edu.tr/documents/halicweb/etik-kurul/kaynak-yazim-klavuzu.pdf>.
- Keleş, M (2020). 'Gaziantep'i ziyaret eden yerli turistlerin yiyecek neofobisi ve çeşitlilik arayışı eğilimlerinin yerel yemek tüketimine etkisi'. Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Doktora Tezi. 14 Mayıs 2021 tarihinde YÖKTEZ adresinden ulaşıldı.
- Kodaş, D. ve Özel, H. Ç. (2019). 'Yerli ziyaretçilerin deneyimlerini belirlemeye yönelik nitel bir araştırma'. Emir, O (Ed.), 20. Ulusal Turizm Kongresi 'Şehir Turizmi', (ss.129-135). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Basımevi.
- Kohen, A. (2019). *Gör Beni*. İstanbul: Everest Yayınları.
- Kök, A., Karahan, S., Akyurt Kurnaz H. ve Kurnaz, A. (2021). 'Turizm Rehberliği Öğrencilerinin Gastronomi Rehberliğine Bakış Açısı'. *Turist Rehberliği Dergisi (TURED)*, 4(1), (ss.1-18).
- Köroğlu, Ö., Manav, S. ve Karaca, Ç.K. (2018). 'Turizm rehberliği öğrencilerinin 'Türk mutfak kavramına ilişkin algılarının metaforlar yöntemi ile belirlenmesi'. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 2(10), (ss.114-129).

- Küçükkömürler, S., Şirvan, U. N. B., ve Sezgin, A. C. (2018). Dünyada ve Türkiye’de gastronomi turizmi. *Uluslararası Turizm, Ekonomi ve İşletme Bilimleri Dergisi (IJTEBS)*, 2(2), 78-85.
- Nizamlıoğlu, F. (2018). *Gastronomide Güncel Konular*. Konya: Billur Yayınevi ve Basımevi.
- Oğan, Y. (2021). ‘Artvin ilinin gastronomi değerleri; yiyecek içecek hizmeti sunan işletmeler ve satın alan turistler üzerine bir inceleme’. Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Doktora Tezi. 18 Mayıs 2021 tarihinde YÖKTEZ adresinden ulaşıldı.
- Önçel, S. (2015). ‘Türk mutfağı ve geleceğine ilişkin değerlendirmeler’. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(4), (ss.33-44).
- Özdemir G. ve Altınar D. (2019). ‘Gastronomi kavramları ve gastronomi turizmi üzerine bir inceleme’. *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(1), (ss.1-14).
- Pekyaman, A., Yılmaz H. ve Aliyeva A. (2019). ‘Şehir turizminin canlandırılmasında gastronomi müzeleri ve Afyonkarahisar’da bir gastronomi müzesi önerisi’. Emir, O (Ed.), 20. Ulusal Turizm Kongresi ‘Şehir Turizmi’, (ss.150-157). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Basımevi.
- İnternet: Rehber taban ücretleri başlığı altında 7 Ekim 2019 tarihinde <http://tureb.org.tr/Page/Detail/64> adresinden ulaşıldı.
- Sevim, B. ve Görkem, O. (2015). ‘Gastronomi ve aşçılık programlarında gıda güvenliği donanım altyapısının değerlendirilmesi’. *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 1(7), ss.(59-67).
- Şengel, Ü., İbiş, S., Zengin, B. ve Batman, O. (2014). ‘Turistik destinasyon seçiminin demografik özelliklere göre belirlenmesi: Yerli turistler üzerine bir araştırma’. Kılıçlar, A (Ed.), Gazi Üniversitesi 15.Ulusal Turizm Kongresi ‘Engelsiz Turizm’, (ss.821-833). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Solmaz, Y. ve Dülger Altınar, D. (2018). ‘Türk mutfak kültürü ve beslenme alışkanlıkları üzerine bir değerlendirme’. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(3), (ss.108-124).
- Tanrısever, C., Bektaş, İ. ve Koç, E. (2019). ‘Dünyada turist rehberliği eğitimi’. *Turist Rehberliği Dergisi (TURED)*, 1(2), (ss.44-56).
- Taşkın, Ş. (2020). ‘Destinasyon çekicilik unsuru olarak gastronomi turizminin yiyecek-içecek işletmesi özellikleri açısından değerlendirilmesi: Şanlıurfa ili örneği’. Hasan Kalyoncu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi. 02 Ocak 2021 tarihinde YÖKTEZ adresinden ulaşıldı.
- Tanrısever, C., Bektaş, İ. ve Koç, D. (2019). ‘Dünya’da turist rehberliği eğitimi’. *Turist. Rehberliği Dergisi (TURED)*, 2(1), (ss.44-56).

- Tekin, Ö.A. (2016). 'Türkiye'deki lisansüstü turizm tezlerinde odaklanılan konular: 1984-2015'. *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 2(8), (ss.175-187).
- Tekin, Ö.A ve Çidem, G. (2017). 'Ön lisans turizm öğrencilerinin mutfak departmanında kariyere yönelik tutumları: Süleyman Demirel Üniversitesi örneği'. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 52, (ss.33-51).
- Temizkan, P ve Arı S. Ö. (2019). 'Turist rehberi adaylarının kişilik özelliklerinin mesleğin gerekleri açısından değerlendirilmesi'. *Journal of Gastronomy Hospitality and Travel*, 2 (1), (ss.65-79).
- İnternet: Turist rehberleri gastronomi uzmanlığı için Kahramanmaraş'ta (2015). 25 Ekim 2019 tarihinde <https://www.haber46.com.tr/yemek/turist-rehberleri-gastronomi-uzmanligi-icin-kahramanmaraş-ta-h130349.html> adresinden ulaşıldı.
- İnternet: Turist Rehberliğinde Uzmanlık Eğitimi Programlarının Kayıtları Sürüyor, (2018). 7 Ekim 2019 tarihinde <http://www.milliyet.com.tr/turist-rehberliginde-uzmanlik-egitimi-eskişehir-yerelhaber-3115555> adresinden ulaşıldı.
- T.C. Resmi Gazete, (2014). *Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği*, 26 Aralık 2014, sayı: 29217.
- İnternet: Türkiye'nin Gastronomi Turizmi Raporu (2017). 20 Kasım 2019 tarihinde <https://tourmag.com.tr/turkiyenin-gastronomi-turizmi-raporu-aciklaniyor/> adresinden ulaşıldı.
- Uyar, H. ve Zengin, B. (2015). 'Gastronomi turizminin alternatif turizm çeşidi olarak değerlendirilmesi bağlamında gastronomi turizm indeksinin oluşturulması'. *Asos Journal Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 17, (ss.355-376).
- İnternet: 3.Turizm Şurası (2017). 12 Eylül 2019 tarihinde <https://turizmsurasi.ktb.gov.tr/Eklenti/57392>, gastronomi turizmi komisyonu raporu pdf adresinden ulaşıldı.
- Vasconcelos, J. M. (2019). *Şeker Portakalı*. İstanbul: Can Yayınları.
- İnternet: World Food Travel Association Yeni Mutfak Sertifikalı Turist Rehberi Programı başlattı 2019. 18 Nisan 2021 tarihinde worldfoodtravel.org/tr/news-world-food-travel-association-launches-new-culinary-certified-tourist-guide-program/ adresinden ulaşıldı.
- Yenipınar, U. ve Zorkirişçi A. (2013). 'Türkiye ve Avrupa Birliği ülkelerinde turist rehberliği eğitimi'. *Çağ University Journal of Social Sciences*, 10(2), ss.(111-136).
- Yenipınar, U. ve Çapar G. (2017). *Yerel tatların sürdürülebilirliğinde turist rehberlerinin önemi: gurme ve gastronomi uzmanlık seminerlerine katılan turist rehberlerine yönelik bir araştırma*. Gaziantep Üniversitesi Turizm ve Otelcilik Meslek Yüksekokulu VI. Ulusal II. Uluslararası Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu 'Gastronomi ve Kültür Turizmi', (ss.531-545).

Yenipınar, U. ve Kardaş, K. (2019). ‘Turizm rehberliği bölümleri müfredat geliştirme önerisi’. *Aydın Adnan Menderes University Journal Of Travel And Tourism Research*, 15, ss. (01-26).

İnternet: Yükseköğretim Program Atlası. 24 Ocak 2020 tarihinde <https://yokatlas.yok.gov.tr/> adresinden ulaşıldı.

Yüksel, İ. (2018). ‘Geleneksel Urfa Evi’nin gastronomi turizmi içinde değerlendirilmesi’. *Online Journal of Art and Design*. 6(1), ss. (6).

Zengin B. ve Çevrimkaya M. (2019). ‘Turist rehberlerinin mesleki sorunlarına yönelik literatür taraması’. Emir, O (Ed.), 20. Ulusal Turizm Kongresi ‘Şehir Turizmi’, (ss.974-978). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Basımevi.

İnternet: <https://www.bingol.edu.tr/media/210799/sayt-bolum12-Arastirma-Evreni-Orneklem-Secimi-ve-Olcum.pdf>



EKLER

EK-1. Turist Rehber Adaylarına Uygulanan Anket

Sayın Katılımcı,

Bu anket, Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği Bölümü öğrencilerinin yani Turist Rehber Adaylarının, kültür elçisi rolüne sahip olarak, kültürel değerlerimizden olan gastronomi turizmine katkılarını ortaya koyabilmeleri için, lisans düzeyinde ‘daha fazla ne yapılabilir?’ katkısına odaklanılması için oluşturulmuştur. Verilen cevaplar, bilimsel amaçlar doğrultusunda, gizlilik ilkelerine bağlı kalınarak değerlendirilecektir. Soruları dikkatlice okuyup, size en yakın gelen cevabı veriniz. Araştırmanın sorunsuzca başarıya ulaşması, siz değerli öğrencilerin sorulara tam ve doğru olarak cevap vermeniz ile mümkün olacaktır. İlginize çok teşekkür ederiz.

Prof. Dr. Fügen DURLU ÖZKAYA
AHBV Üniversitesi Turizm Fakültesi

Eda PEKER
AHBV Üniversitesi Turizm Fakültesi

1. Cinsiyetiniz nedir?

☐ Erkek

☐ Kadın

2. Sınıfınız nedir?

☐ 1.Sınıf

☐ 2.Sınıf

☐ 3.Sınıf

☐ 4.Sınıf

3. Şu anda eğitim gördüğünüz programı kendi isteğiniz ile mi seçtiniz?

☐ Evet

☐ Hayır

4. Mezun olduktan sonra turist rehberi olarak çalışmayı düşünüyor musunuz?

☐ Evet

☐ Hayır

☐ Emin değilim

5. Turist Rehberi olarak belirli alanlarda uzmanlaşma gerekliliğine inanıyor musunuz?

☐ Evet

☐ Hayır

6. Turist rehberi olarak hangi dilde uzmanlaşmak istiyorsunuz?

☐ İngilizce

☐ Almanca

☐ Fransızca

☐ Rusça

☐ Arapça

☐ Nadir diller

EK-1. (devam) Turist Rehber Adaylarına Uygulanan Anket

7. Gastronomi Rehberliği konusunda uzmanlaşmak için; (Seçeneğiniz 1 den fazla ise tercih sıranıza göre sıralandırma yapınız).

- ☐ Lisans müfredatı bu alanda yoğunlaştırılmalı
- ☐ Lisans dışı kurslar düzenlenmeli
- ☐ Son sınıfta, gastronomi seçmeli uzmanlık alan ders paketi olmalı
- ☐ Lisansüstü programlarda uzmanlaşma sağlanmalı

8. Eğer Gastronomi Rehberliği konusunda uzmanlaşmak için “lisans dışı kurslar düzenlenmeli” kutucuğunu işaretlediyseniz, bu kursları nereden almak isterseniz?

- ☐ Üniversite bünyesinde yapılacak çalışmalar
- ☐ Bakanlık tarafından açılan kurslar
- ☐ Özel kurslar

9. Gastronomi Rehberliği konusunda uzmanlaşmayı hangi alanda isterdiniz?

- ☐ Yerel
- ☐ Ulusal
- ☐ Uluslararası

EK-1. (devam) Turist Rehber Adaylarına Uygulanan Anket

Soru No	İfadeler	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1	Mezuniyetim sonrasında, gastronomi turizmi konusunda eksik kalacağımı düşünüyorum.					
2	Ders müfredatımız yöresel mutfak kültürü konusunda yeterlidir.					
3	Müfredata gastronomi turizmi ile ilgili ders eklenmesi gereksizdir.					
4	Lisans eğitimim sırasında yerel mutfak kültürünün konu, etkinlik ve uygulamaları ile ilgili dersleri almalıyım.					
5	Lisans eğitimim sırasında yerel mutfak kültürünü yansıtan tüm yer, alan, mekân ve güzergâhlara yönelik uygulamaları almalıyım.					
6	Lisans müfredatı sayesinde yöresel mutfak konusunda yeterli bilgiye sahibim.					
7	Lisans müfredatımız, gastronomi konusunda tam anlamıyla zenginleştirilmeli					
8	Gastronomi turizminin Türkiye'yi ziyaret etmek için birincil sebep olacağını düşünüyorum.					
9	Türkiye'nin, sahip olduğu gastronomik miras ile gastronomi turizmi için potansiyeli yüksek bir ülke olduğunu düşünüyorum.					
10	Gastronomi turizminin Türkiye'de yeterince geliştiğine inanıyorum.					
11	Gastronomi turizminin Türk turizmine katkı sağlayacağını düşünüyorum.					
12	Türk yemekleri ve kültürü, uluslararası platformlarda tanıtılmalıdır.					
13	Konaklama işletmelerinde, yöresel Türk Mutfağı günleri düzenlenmeli.					
14	Konaklama işletmelerinde Türk Mutfağına özgü yemekler aslına uygun olarak hazırlanmalı.					
15	Türk Mutfağının sağlıklı beslenme ile örtüşen özellikleri ön plana çıkarılmalı.					
16	Türk Mutfağı konusunda kalifiye aşçı sayısının yetersiz olduğunu düşünüyorum.					
17	Rehberlik edeceğim grupların Türk Mutfağını tanımlarına fırsat vermek isterim.					
18	Rehberlik edeceğim grupların Türk Mutfağını tanımlarına fırsat verecek acenteler ile çalışmak isterim.					
19	Gastronomi turizmi rehberliği Türkiye'nin parlayan yüzüdür.					
20	Türk Mutfağına hâkim bir rehber olmak istiyorum.					
21	Gastronomi müzeleri konusunda bilgi sahibi olmalıyım.					
22	Gastronomi tarihçesi hakkında bilgi sahibi olmalıyım.					
23	Türk Mutfağının tanıtımında etkin rol oynayacağımı biliyorum.					

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Soyadı, adı : PEKER, Eda
Uyruğu : T.C.

Eğitim

Derece	Eğitim Birimi	Mezuniyet Tarihi
Yüksek Lisans	AHBV Gastronomi ve Mutfak Sanatları	2022
Lisans	Anadolu Üniversitesi İşletme Fak.	2016
Lisans	Ankara Üniversitesi Gıda Mühendisliği	1997
Lise	Yahya Kemal Beyatlı Lisesi	1993

İş Deneyimi

Yıl	Yer	Görev
2006-halen	Gazi Üniversitesi	Mühendis/ Enstitü Sekreteri

Yabancı Dil

İngilizce

Hobiler

Kitap okumak, gezmek



