



## Journal of Recreation and Tourism Research

Journal home page: [www.jrtr.org](http://www.jrtr.org)

ISSN:2148-5321

DOI: 10.31771/jrtr.2019.19

### PERAKENDECİ VE ZİYARETÇİLERİN YÖRESEL YİYECEK ALGISI: KAYSERİ İLİ ÖRNEĞİ

Nurettin AYAZ<sup>a</sup> 

Muzaffer Ali ATEŞ<sup>b</sup> 

<sup>a</sup> Karabük Üniversitesi, Safranbolu Turizm Fakültesi, Karabük, Türkiye (nurettinayaz@karabuk.edu.tr)

<sup>b</sup> Karabük Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Karabük, Türkiye (muzaow93@gmail.com)

#### ARTICLE HISTORY

##### **Received:**

19.03.2019

##### **Accepted:**

12.06.2019

##### **Anahtar Kelimeler:**

Yöresel yiyecek  
Algı  
Perakendeci  
Ziyaretçi  
Kayseri

##### **Keywords:**

Local food  
Perception  
Retailer  
Visitor  
Kayseri

#### ÖZ

Turizmde yöresel yiyecekler; yerel mutfak deneyimi üzerine odaklanma, yerel mutfak, mirası, kültürü ve geleneği yansıtmaya, yiyecek ve içecekleri öğrenen, takdir eden veya tüketenler için bir turizm deneyimi olarak oldukça önem arz eder hale gelmiştir. Bu süreçte “yerel kültürün özünü yöresel yiyecek veya içeceklerin tüketilmesinin sağlanması” öne çıkartılmaktadır. Bu araştırmada Kayseri iline özgü yöresel yiyecekler yerel perakendeciler ve ziyaretçiler perspektifinden ele alınmakta ve Kayseri iline özgü yöresel yiyeceklerle yönelik algının ortaya çıkarılması amaçlanmaktadır. Bu kapsamda 127 yöresel yiyecek perakendecisi ve 487 ziyaretçi anket tekniği kapsamında veri toplanmıştır. Toplanan verilerin analizi sonucunda perakendecilerinin yöresel yiyecek algısında yiyecek özellikleri, etnosentrizm ve fiyat-erişilebilirlik olmak üzere üç boyut tespit edilmiştir. Ziyaretçilerin yöresel yiyecek algısında ise yiyecek özellikleri ve etnosentrizm olmak üzere iki alt boyuta ulaşılmıştır. Araştırma sonucunda görülmüştür ki perakendecilerin yöresel yiyeceklerle yönelik algı ortalaması 4,61 iken ziyaretçilerin yöresel yiyecekler için algı ortalaması 3,59 olarak tespit edilmiştir. Yöresel yiyecek algısında en büyük farklılık fiyat değişkeninde ortaya çıkmıştır. Perakendeciler ( $\bar{x}=4,20$ ) fiyat uygunluğu konusunda ziyaretçilere ( $\bar{x}=2,90$ ) göre farklı düşünmektedir. Bununla birlikte perakendecilerin eğitim ve gelir durumu arttıkça yöresel yiyeceklerle daha olumlu yaklaşımları, ziyaretçilerde ise memur ve emeklilerin yöresel yiyeceklerle daha olumlu baktıkları saptanmıştır.

#### ABSTRACT

Local food in tourism; focusing on the local culinary experience has become very important as a tourism experience for those who learn, appreciate or consume local cuisine, heritage, culture and tradition, food and drink. In this process, "local cultures are provided to consume local food or drinks". In this research, regional foods specific to Kayseri province are taken from local suppliers and from the perspective of Kayseri, and it is aimed to reveal the origin of Kayseri province specific local foods. In this context, data were collected under the questionnaire technique of 127 local food suppliers and 487 visitors. Analysis of the collected data revealed that local food suppliers had three dimensions, namely food characteristics, ethnocentrism and price-accessibility in the local food perception. In the perception of local food, visitors have two sub-dimensions, food characteristics and ethnocentrism. As a result of the survey, the average perception of local food for suppliers was 4,61 while the average perception for local foods was 3,59 The greatest difference in the perception of local food was found in the price variable. The suppliers ( $\bar{x}=4,20$ ) think differently about price compliance according to visitors ( $\bar{x}=2,90$ ). On the other hand, it has been found out that suppliers and suppliers are more positively approaching local foods as the education and income situation increases, while officers and pensions are more positive about local foods.

\***Sorumlu Yazar:** Nurettin AYAZ

**E posta:** nurettinayaz@karabuk.edu.tr