



## Alabalığın Farklı Şekillerde Pişirilmesinin Gastronomik Turizm Motivasyonuna Etkisi

Emre Yavuzer<sup>1\*</sup>

<sup>1</sup>Ahi Evran Üniversitesi, Kaman Meslek Yüksekokulu, Gıda İşleme Bölümü 40300, Kırşehir, Türkiye  
\*Sorumlu yazar: emreyavuzer@gmail.com

Geliş Tarihi: 12.03.2018

Kabul Tarihi: 27.09.2018

### Öz

Tüketicilerin turizm algısında gıda parametrelerinin etkili olması gastronomik turizmin önemini artırmaktadır. Sürekli taze ve kaliteli suya olan ihtiyaçlarından dolayı alabalık üretimi su kaynaklarına yakın, genellikle kırsal bölgelerde yapılabilmektedir. Tüketicilerin balık yemek için balığı canlı olarak görebildikleri alabalık tesislerinin restoranlarını tercih etmesi, *bir yiyecek veya içecek deneyimi için seyahat motivasyonu yaratan durum* olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu çalışmada, tüketicilerin gastronomik turizm deneyimlerinde alabalığın farklı şekilde pişirilmesinin etkileri araştırmak amacıyla İç Anadolu Bölgesindeki (Niğde) merkeze 60 km uzakta bulunan ve diğer tesislerden farklı olarak kiremitte alabalık, tütsülenmiş alabalık, sütte alabalık gibi farklı pişirme teknikleri olan bir alabalık üretim tesisinin müşterilerine anket çalışması yapılmıştır. Çalışma neticesinde tüketicilerin taze ve farklı şekillerde işlenmiş balığa olan ilgilerinden dolayı balığı yerinde tüketebilmek için balık tesislerine gitmeyi tercih ettikleri, balığı üretim yerinde tüketebilmek için kat edilen mesafeyi önemsemedikleri ve kırsaldaki bir balık üretim tesisinin gastronomik turizme etkisinin oldukça fazla olduğu sonucuna varılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Sütte alabalık, Kiremitte alabalık, Gastronomik turizm.

### The Effect of Trout's Different Cooking Methods to the Gastronomic Tourism Motivation

#### Abstract

The influence of food parameters on consumers' tourism perception increasing the importance of gastronomic tourism. Because of the need for continuous fresh and quality water, trout production is close to water resources, usually in rural areas. Consumers are often confronted by the fact that they prefer restaurants in the trout farms where they can see live fish for fish consumption due to fresh fish consumption, *creating a travel motivation for a food or beverage experience*. In this study, a survey was conducted to the consumers of a trout production farm which is 60 km away from the central city in the Central Anatolia Region and has different cooking techniques such as trout in the tile, smoked trout and trout in the milk, in order to investigate the effects of consumers different cooking types of trout in gastronomic tourism experiences As a result of the study, it was concluded that the consumers prefer to go to the fish farms to consume processed and different shapes fishes at the farm zone so they did not care about the distances to consume at the fish production site and that the effect of gastronomic tourism on a rural fish production farm was very high.

**Keywords:** Trout in the milk, trout in the tile, gastronomic tourism.

#### Giriş

Günümüzde mevcut iş ve hayat temposunun stresli ortamından uzaklaşabilmek, dinlendirici etkisinin olduğu düşünülen su kaynaklarını izleyebilmek ve şehir hayatında barındırılmayan doğal ortamda dinlenebilmek için insanlar kırsal turizme yönelmektedir. Böylelikle yeni bir turist modeli oluşmakta ve bu yeni turistlerin ekolojik dengeye uyumlu, otantik değerlere odaklı ve seyahat etmeyi seven turist modelleri oldukları bilinmektedir (Demir ve Çevirgen, 2006). Bu tarz turistlerin genel yapıları incelendiğinde doğaya saygılı olmalarının yanı sıra gıda güvenliği algılarının da yüksek olduğu görülmektedir (Yavuzer ve ark., 2016).

Gastronomi kavramını, bireylerin memnuniyet ile aldığı, besleyici bir şekilde ve mikrobiyolojik olarak güvenli olan yiyeceği tüketebilmesi için gerçekleştirdiği süreç olarak tanımlamaktadır (Hegarty ve Antun, 2007; Çalışkan, 2013). Bu tanıma uygun olarak balık üretim tesisinin restoran kısmında kızartma, tütsüleme, kiremitte ya da sütte pişirme gibi metotlarla servis edilen bir alabalık içerdiği yüksek orandaki kalsiyum, fosfor ve iyot ile vücudun mineral dengesinin korunmasına yardımcı olmaktadır. Ayrıca tanımda geçen “mikrobiyolojik olarak güvenli olması”



hususunda alabalık restoranında balığın yağda kızartılarak pişirilmesi, tütülenmiş olması, ya da kiremitte yüksek ısıda pişirilmesi depolama periyodu süresince mikroorganizmalardan ve lipit oksidasyonundan kaynaklanan (Gram ve Huss, 2000; Jasour ve ark., 2011) ve aerobik koşullarda genellikle *Pseudomonas*, *Alteromonas*, *Shewanella* ve *Flavobacterium* gibi gram negatif psikrotrofik organizmalar tarafından gerçekleşen (Chytiri ve ark., 2004) mikrobiyolojik faaliyetlere önlem olabilmektedir. Her şeyden öte protein kaynağı olarak alabalık üretiminin dünya üzerinde bu kadar yoğun olması (Çaklı ve ark., 2006; Fazio ve ark., 2016) alabalık etinde bulunan esansiyel yağ asitleri ve çoklu doymamış yağ asitlerinin (PUFA) yüksek seviyelerde olmasındandır (Ates ve ark., 2013; Güler ve ark., 2017). Bu nedenle özellikle gökkuşağı alabalığının, ülkemiz dışında çeşitli ülkelerde de yoğun olarak kültürü yapılmaktadır (Gall ve Crandell, 1992; Gökoğlu ve ark., 2004; Fallah ve ark., 2011).

Son yıllarda gastronomik turizmle ilgili çalışmalar artmakla beraber farklı araştırmacılar gastronomi ve yerel mutfakla (Hornig ve Tsai, 2010), bazıları ise (Nam ve Lee, 2011) turistlerin gastronomik turizmden genel memnuniyetleri ile ilgili çalışmalar yapmışlardır. Bununla birlikte literatürde alabalık üretim tesislerinin restoran kısımlarında farklı pişirme metotları uygulamalarının gastronomik turizme olan etkilerinin incelendiği bir çalışmaya rastlanmamıştır.

### **Materyal ve Yöntem**

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket tekniği kullanılmıştır. Anket formu Niğde İli, Çamardı İlçesi, Pınarbaşı Köyü'nde bulunan bir Alabalık Üretim Tesisinin restoran kısmına yaz ayında (Haziran, Temmuz, Ağustos) gelen müşteriler üzerinde yüz yüze ve homojen cinsiyet oranlarına dikkat edilerek uygulanmıştır. Söz konusu tesisin, Niğde Merkezine olan uzaklığı 60 km'dir. Bölgede anketin yapıldığı tesis dışında restorana sahip olan 4 tane daha alabalık üretim işletmesi bulunmaktadır. Araştırmanın evreninin bu tesis olarak belirlenmesinin ana gerekçesi tesiste diğer tesislerden farklı pişirme tekniklerinin uygulanıyor olmasıdır. Bu teknikler, tütülenmiş alabalık, kiremitte alabalık ya da sütte alabalık şeklinde adlandırılmaktadır. Örneklem ile katılımcıların demografik özellikleri ve ne kadar süre ile ev dışında yemek yedikleri, ekonomik ve eğitim düzeyleri belirlenmiştir. Anket formunda ayrıca bölgedeki balık tesisinin gastronomik turizme etkisinin belirlenmesi amacı ile ilgili olarak bölgeye geliş amacı ve gelinen mesafeden oluşan bir ölçek yer almıştır. Anket sonuçlarının güvenilirliğinin sağlanması için bire bir olarak veriler toplanmış, katılımcıların soruları dikkatle cevaplaması için gerekli şartlar sağlanmıştır. Çalışmada 228 erkek ve 202 kadın katılımcı olmak üzere toplam 430 kişinin verileri analiz edilmiştir.

Araştırma verileri, SPSS 22 paket programı yardımıyla hesaplanmıştır. Katılımcıların demografik özelliklerini belirleyebilmek için frekans ve yüzde dağılımlarından yararlanılmıştır.

### **Bulgular ve Tartışma**

Katılımcıların demografik özellikleri Tablo 1'deki gibidir. Katılımcıların yaş aralıkları açısından dağılımlarında 14-20 (%13.95), 21-30 (%15.12), 31-40 (%20.23), 41-50 (%21.86), 51-60 (%22.56) ve 61 yaş üzeri (%6.28) olarak kayıt edilmiştir (Tablo 1). 14-20 yaş aralığının diğer yaşlara yakın seviyede olması ailelerin balık yemeye çocuklarıyla gittiklerini göstermektedir. Diğer bir nedenin ise araştırmanın yapıldığı yaz döneminde eğitimin tatilde olmasıdır. Cinsiyet durumuna göre katılımcılar incelendiğinde yarısına yakın bir kısmının (%53,03) erkeklerden, diğer yarısının ise kadınlardan (%46,97) oluştuğu görülmektedir. Çalışanların aylık ortalama gelirleri önemli düzeyde en yüksek (%33,26) 1000-2000 TL arasındadır. Bu gelir düzeyini (%20,23) oranla 4001-5000 TL arasındaki grup takip etmiştir. Buda gelir düzeyleri arasında önemli derecede fark olsa dahi balık üretim tesisinin restoran kısımlarının her ekonomik seviyeye uygun olabileceği sonucunu çıkarmaktadır. "Gelirim yok" seçeneğini işaretleyen (%1,16) anketörlerin yaş grupları ile beraber incelendiğinde 61 yaş üzeri oldukları ve ev hanımı oldukları gözlenmektedir.



Tablo 1. Katılımcıların Demografik Profili

YAŞ	Sıklık (n)	Oran (%)
14-20	60	13,95
21-30	65	15,12
31-40	87	20,23
41-50	94	21,86
51-60	97	22,56
61 ÜZERİ	27	6,28
CİNSİYET	Sıklık (n)	Oran (%)
ERKEK	228	53,03
KADIN	202	46,97
AYLIK Ortalama Gelir	Sıklık (n)	Oran (%)
1000-2000	143	33,26
2001-3000	67	15,58
3001-4000	82	19,07
4001-5000	87	20,23
5001 ve Üzeri	46	10,70
Gelir Yok	5	1,16
<b>Toplam</b>	<b>430</b>	<b>100</b>

Katılımcıların haftada 1 ile ayda 1'den fazla dışarıda yemek yiyen grupların tamamının balık restoranları dışında yemeğe çıkmadığı görülmektedir (Tablo 2). Ayda 1 dışarıda yemek yiyen grubun %71,43 oranla yalnızca balık restoranlarını tercih ettiği, %28,57 olan bölümün ise diğer restoranlara da gittiği belirlenmiştir. Kısa aralıklarda dışarıda yemeğe çıkan tüketicilerin sadece balık restoranlarını tercih etmeleri balığın sağlıklı bir gıda olmasından kaynaklı bilinçli tüketici sınıfında değerlendirilebilmelerine neden olmaktadır. Birkaç ayda 1 dışarıda yemek yiyen 125 kişinin 80'i (%64) sadece balık restoranlara gittiğini belirtse de diğer 45'i (%36) farklı restoranlara da gittiklerini ifade etmişlerdir. Çalışmada birkaç ayda 1 ve yılda 1 ya da 2 dışarıda yemek yiyen gruplar diğer gruplardan önemli seviyede yüksek çıkmıştır. Yılda 1 ya da 2 kez dışarıda yemek yiyen 234 kişinin 95'inin (%40,60) balık restoranlarını, 139'ununsa (%59,40) diğer restoranları da tercih ettikleri gözlenmektedir.

Tablo 2. Katılımcıların dışarıda yemek yeme sıklığı

Dışarıda Yeme Sıklığı	Sıklık (n)	Yalnızca Balık Restoran	Oran (%)	Diğer Restoranlar	Oran (%)
Haftada 1	15	15	100,00	0	0,00
Ayda 1	42	30	71,43	12	28,57
Ayda 1'den fazla	14	14	100,00	0	0,00
Bir kaç ayda 1	125	80	64,00	45	36,00
Yılda 1 ya da 2	234	95	40,60	139	59,40

Araştırma verilerinde (Tablo 3) katılımcıların %37,44'ünün tesise mesafesinin 60 km olduğu Niğde Merkezden, %30,93'ünün tesise 171 km mesafesi olan Adana'dan, %12,33'ünün 177 km mesafeli Mersin'den, %3,95'inin 135 km mesafeli Kayseri'den, %8,37'sinin 108 km mesafeli Nevşehir'den, %1,86'sinin 399 km mesafeli Ankara'dan ve %5,12'sinin 204 km uzaktaki Kırşehir'den geldikleri görülmektedir. Katılımcıların Adana ve Mersin gibi uzak illerden tesise gelmelerinin bir sebebinin de yaz döneminde kendi bölgelerinin oldukça sıcak, balık tesisinin bulunduğu bölgenin ise daha serin olmasından kaynaklandığı düşünülmektedir. Tablo 3 ile Tablo 4 birlikte incelendiğinde katılımcıların bölgeye geliş amaçlarının %93,72 ile balık yemek olduğu ortaya çıkmaktadır. Yani katılımcıların çoğu geldikleri mesafe ne kadar uzun olursa olsun bölgeye balık yemek amacıyla gelmişlerdir. "Bölge ile ilgili akla ilk gelen nedir?" sorusuna ise katılımcılar %92,09 oranla "Alabalık Tesisleri" cevabını vermişlerdir.



Tablo 3. Katılımcıların geldikleri bölgeler ve mesafesi

Gelinen Bölge	Ortalama (km)	Sıklık (n)	Oran (%)
Niğde Merkez	60	161	37,44
Adana	171	133	30,93
Mersin	177	53	12,33
Kayseri	135	17	3,95
Nevşehir	108	36	8,37
Ankara	399	8	1,86
Kırşehir	204	22	5,12

Tablo 4. Katılımcıların bölge ile ilgili görüşleri

Bölgeye Geliş Amacınız	Sıklık (n)	Oran (%)
Balık Yemek	403	93,72
Turistik Gezi	20	4,65
Diğer	7	1,63
Çamardı Denince İlk Akla Gelen	Sıklık (n)	Oran (%)
Alabalık Tesisleri	396	92,09
Demirkazık Dağı	27	6,28
Diğer	0	0

Tüketicilerin diğer tesisler yerine söz konusu tesisi tercih etme nedenleri ise balığın işlenmiş olması temeline dayanan 4 adet sorudan oluşturularak Tablo 5’de gösterilmiştir. Bulgulara göre, kiremitte alabalık ve sütte alabalık diğer gruplardan önemli düzeyde farklı çıkmıştır ( $P<0,05$ ). Destinasyon konusunda diğer tesislerin sadece kızartmış alabalık yaptıkları bilindiği için balığın daha farklı tekniklerle pişirilmiş olması tesisi tercih edilebilir hale getirmiştir. Bilindiği gibi tütsüleme ve kiremitte alabalık pişirme belirli bilgi ve donanım gerektirmektedir. Bundan dolayı tüketicilerin ev ortamlarında söz konusu pişirme modellerini sağlayabilmeleri oldukça zordur. Zaten 430 adet katılımcı arasında önemli düzeyde düşük oranda kalan “kızartılmış balık yeme” durumunun ev ortamında ya da diğer tesislerde de sağlanabilecek bir teknik olması, su ürünleri işleme teknolojilerinin bazılarını efektif olarak kullanılması bu tesisi, diğer tesislerin önüne geçiren faktör olarak karşımıza çıkarmıştır.

Tablo 5. Katılımcıların bu tesisi tercih etme nedeni

Tesisi Tercih Etme Nedeniniz	SIKLIK (n)	ORAN (%)
Tütsülenmiş Alabalık	90	20,93
Kızartılmış Alabalık	48	11,16
Sütte Alabalık	135	31,40
Kiremitte Alabalık	157	36,51

Tütsüleme balık muhafaza ve aromatik damak lezzeti bırakma durumundan dolayı dünya üzerinde geleneksel olarak kullanılan bir yöntemdir (Koral ve ark., 2010). Tütsüleme her ne kadar çok zor bir işlem sayılmasa da yüksek düzeyde bilgi, beceri ve donanım gerektirmektedir. Bundan dolayı tüketiciler tütsülenmiş balığa ulaşabilmek için belirli bir zaman ve para ayırma durumunda kalmaktadır. Benzer şekilde kiremitte alabalık ve sütte alabalık da spesifik pişirme metotları arasında yer alır. Sütte alabalık, kızartılarak pişirilen balığın daha sonra süt içine konarak sütün kaynama noktasına gelene kadar ısıtılması işlemi olarak tanımlanabilir. Bu pişirme yönetiminde çoğu zaman süt içerisine çeşitli aroma verici baharatlar katılabilmektedir. Kiremitte alabalıkta ise soğan, biber gibi çeşitli ilaveler ile balığın kiremit kaplarda fırınlanması söz konusudur. Tüm bunlardan dolayı mevcut çalışma balığın yalnızca bir protein ve yağ asidi kaynağı değil aynı zamanda yüksek düzeyde damak zevki bırakan bir gıda olduğunu da göstermektedir. Çokişler ve Türker (2015), Doğu Karadeniz Bölgesinde yaptıkları bir çalışmada turistlerin ilgi duyduğu yöresel ürün sıralamasını muhlama, alabalık, lahana çorbası, laz böreği ve mısır ekmeği olarak bildirmişlerdir. Buda ülkemizde kültürü yaklaşık olarak 30 senedir yapılmakta olan alabalığın artık yöresel bir gıda olarak tanımlandığını göstermektedir.



## Sonuç

Kırsal turizmin içerisinde bulunduğu bölgeye oldukça önemli ekonomik kazanımları olmakta ve geleneksel gıdalar ile beraber alternatif pişirme metotlarının da etkili bir şekilde uygulanması tüketicilerin ilgisini çekerken turizm gelirlerini artırmaktadır. Bir turist destinasyonunun oluşmasında, doğal, kültürel ya da sanatsal kaynakların bir araya gelmesi kadar seyahatçinin istediği deneyimi yansıtması gerekir (Cracolici ve ark., 2008). Mevcut çalışmada bu deneyim kırsaldaki alabalık üretim tesisinin gastrofiziksel olarak tüketiciye verdiği havuzlardan gelen su sesleri, yüzen canlı alabalıklar ve pişirilen balıkların sunumu gibi diğer çevresel koşullar olarak karşımıza çıkmaktadır. Aslında genel olarak yemek pişirme ve yemek yeme sanatı olarak tanımlanan gastronomi bilimi, gıda ve kültür arasındaki ilişkilere odaklanan bir bilimsel araştırma alanı olarak kabul edilmiştir (Johns and Clarke, 2001; Özdemir ve Seytoğlu, 2017). Besin ihtiyaçlarını karşılamaktan çok bölgedeki spesifik damak tatlarını önemseyen turistlerin kendilerine seyahat motivasyonu yarattıkları bilinmektedir (Galvez ve ark., 2017). Bu nedenle özellikle gelişmekte olan ülkelerde, ziyaretçilerin yerel gıda ile ilgili algılarını analiz etmek önemlidir (Mgonja ve ark., 2016). Bununla birlikte yöresel gıdalara alternatif olabilecek özellikle su ürünleri gibi fonksiyonel gıdaların sıra dışı sunum şekli bir bilim dalı olarak kabul edilen Gastronomi ve Mutfak Sanatlarının ekonomiye etkisine katkı sağlayacaktır.

Dünyada birçok farklı ülke kendi yöresel mutfaklarından ya da yalnızca belirli yerlerinden elde edilebilen gastronomik turizm potansiyeline sahiptir. Ülkemizde ise tarihimizin başladığı dönemlerden gelen, kendimize has bir mutfak kültürümüz vardır. Bu kültür günümüz popüler gıdaları ile birleştiğinde gastronomik turizme oldukça fazla katkı sağlamakta, yerli ve yabancı turistlerin ilgisini çekmektedir. Mevcut çalışma kırsaldaki bir alabalık üretim tesisine tüketicilerin balığı canlı olarak görüp tüketebilmelerinden dolayı mesafeye bakmaksızın geldiklerini göstermektedir. Ancak tüketicilerin bölgedeki diğer tesislere nazaran çalışmanın yapıldığı tesisi tercih etmeleri su ürünlerini yetiştirmek kadar, onu farklı metotlarla işleyerek tüketicilere sunabilmenin de önemini belirtmektedir. Niğde ili Çamardı Bölgesindeki bir alabalık üretim tesisinde yapılan bu çalışma alabalığın farklı işleme metotları ile pişirilmesinin gastronomik turizme olan pozitif etkilerini görme konusunda önemli fikirler vermektedir. Bununla beraber bölge halkının tesis çıkışlarında kendi yöresel ürünlerini de satıyor olmaları, alabalık tesislerinin gıda boyutunun dışında yöresel ürünlerin pazarlanmasına da pozitif katkılarının olduğunu göstermektedir.

## Kaynaklar

- Ateş, M., Çakıroğulları, G.Ç., Kocabaş, M., Kayım, M., Can, E., Kızak, V., 2013. Seasonal variations of proximate and total fatty acid composition of wild. Turkish Journal of Fisheries and Aquatic Sciences. 613-619. Doi:[https://doi.org/10.4194/1303-2712-v13\\_4\\_06](https://doi.org/10.4194/1303-2712-v13_4_06).
- Chytiri, S., Chouliara, I., Savvaidis, I.N., Kontominas, M.G., 2004. Microbiological, chemical and sensory assessment of iced whole and filleted aquacultured rainbow trout. Food Microbiology. 157-165. Doi: [https://doi.org/10.1016/S0740-0020\(03\)00059-5](https://doi.org/10.1016/S0740-0020(03)00059-5)
- Cracolici, M.F. Nijkamp, P. Rietveld, P., 2008. Assessment of tourism competitiveness by analysing destination efficiency Tourism Econ. 14: 325-342. Doi: <https://doi.org/10.5367/000000008784460427>.
- Çaklı, Ş., Kılınç, B., Dinçer, T., Tolasa, Ş., 2006. Comparison of the shelf lifes of Map and vacuum packaged hot smoked rainbow trout (*Oncorhynchus mykiss*). European Food Research and Technology. 19-26. Doi: <https://doi.org/10.1007/s00217-006-0283-3>.
- Çalışkan, O., 2013. Destinasyon rekabetçiliği ve seyahat motivasyonu bakımından gastronomik kimlik. Journal of Tourism and Gastronomy Studies. 1/2:39-51.
- Çokışler, N., Türker, A., 2015. Mutfak kültürünün turizm ürünü olarak kullanım etkinliğinin incelenmesi: ayder turizm merkezi örneği. Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. 122-136.
- Demir, C., Çevirgen, A., 2006. Turizm ve Çevre Yönetimi. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.14-94.sayfa.
- Fallah, A.A., Saei-Dehkordi, S.S., Nematollahi, A., 2011. Comparative assessment of proximate composition, physicochemical parameters, fatty acid profile and mineral content in farmed and wild rainbow trout (*Oncorhynchus mykiss*). International Journal of Food Science & Technology. 767-773. Doi:<https://doi.org/10.1111/j.1365-2621.2011.02554.x>.
- Fazio, F., Saoca, C., Piccione, G., Acar, Ü., 2016. Comparative study of some hematological and biochemical parameters of italian and turkish farmed rainbow trout *oncorhynchus mykiss* (Walbaum, 1792). Turkish Journal of Fisheries and Aquatic Sciences. 715-721. Doi: [https://doi.org/10.4194/1303-2712-v16\\_3\\_25](https://doi.org/10.4194/1303-2712-v16_3_25).
- Gall, G.A.E, Crandell, P.A., 1992. The rainbow trout. Aquaculture. 100 (1–3): 1-10. Doi: [https://doi.org/10.1016/0044-8486\(92\)90333-G](https://doi.org/10.1016/0044-8486(92)90333-G).



- Galvez, J.C.P, Guzman, T.L, Buiza, F.C, Viruel, M.J.M., 2017. Gastronomy as an element of attraction in a tourist destination: the case of Lima, Peru. *Journal of Ethnic Foods*. 4:254-261. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.jef.2017.11.002>.
- Gökoğlu, N., Yerlikaya, P., Cengiz, E., 2004. Changes in biogenic amine contents and sensory quality of sardine (*sardina pilchardus*) stored at 4c and 20c. *Journal of Food Quality*. 221-231. Doi: <https://doi.org/10.1111/j.1745-4557.2004.tb00651.x>.
- Gram, L., Huss, H.H., 2000. Fresh and processed fish and shellfish. Lund BM, Baird- Parker TC, Gould GW (Ed), the Microbiological Safety and Quality of Food. Aspen Publishers, 472-502.
- Güler, G.Ö., Zengin, G., Çakmak, Y.S., Aktumsek, A., 2017. Comparison of fatty acid compositions and  $\omega 3/\omega 6$  ratios of wild brown. *Turkish Journal of Fisheries and Aquatic Sciences*. 1179-1187. Doi: [https://doi.org/10.4194/1303-2712-v17\\_6\\_11](https://doi.org/10.4194/1303-2712-v17_6_11).
- Hegarty, J.A., Antun, J.M., 2007. Celebrate culinary science and gastronomic knowledge! *Journal of Culinary Science and Technology*. 1-7. Doi: 10.1300/J385v05n04\_01.
- Hornig, J.S., Tsai, C.T., 2010. Government websites for promoting East Asian culinary tourism: A cross-national analysis. *Tourism Management*. 31:74-85. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.01.009>.
- Jasour, M.S., Rahimabadi, E.Z., Ehsani, A., Rahnama, M., Arshadi, A., 2011. Effects of refrigerated storage on fillet lipid quality of rainbow trout (*oncorhynchus mykiss*) supplemented by  $\alpha$ -tocopheryl acetate through diet and direct addition after slaughtering. *Journal of Food Processing & Technology*. 2-5. Doi: 10.4172/2157-7110.1000124.
- Johns, N. Clarke, V., 2001. Mythology analysis of boating tourism. *Annals of Tourism Research*. 28: 334-359. Doi: [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(00\)00063-3](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(00)00063-3).
- Koral, S., Köse, S., Tufan, B., 2010. Investigating the quality changes of raw and hot smoked garfish (*belone belone euxini*, g nther, 1866) at ambient and refrigerated temperatures. *Turkish Journal of Fisheries and Aquatic Sciences*. 53-58.
- Mgonja, J.T. Backman, K.F. Bacman, S.J. Moore, D.D. Hallo, J., 2016. A structural model to assess international visitors' perceptions about local foods in Tanzania. *Journal of Sustainable Tourism*. 25:796-816.
- Nam, J.H., Lee, T.J., 2011. Foreign travelers' satisfaction with traditional Korean restaurants. *International Journal of Hospitality Management*. 30:982-989. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2011.02.006>.
-  zdemir, B., Seyitođlu, F., 2017. A conceptual study of gastronomical quests of tourists: Authenticity or safety and comfort? *Tourism Management Perspectives*. 23:1-7. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.03.010>.
- Yavuzer, E., Bođa, M., Yavuzer, M.N., Aytac, S., 2016. Consumer's food safety perception who came to trout farm's restaurant in central anatolia region. *International Symposium on Fisheries and Aquatic Sciences, Antalya/Türkiye*. (s. 504).