


**Turistlerin Sağlıklı Beslenme ve Diyet Danışmanlığı Hizmeti Alma Motivasyonu ile Gerçekleştirdikleri Turizm Hareketlerinde Çekici ve İtici Faktörler: Sosyal Medya Destekli Bir Araştırma**

**Push and Pull Factors in the Tourism Movements of the Tourists with the Motivation to Receive Diet and Nutrition Counseling: A Social Media-Supported Research**

**Arş. Gör. Oğuzhan DÜLGAROĞLU**   
Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi  
Turizm Fakültesi, Çanakkale Türkiye  
**E-posta:** odulgaroglu@comu.edu.tr

**Doç. Dr. Şefik Okan MERCAN**   
Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi  
Turizm Fakültesi, Çanakkale Türkiye  
**E-posta:** okanmercan@comu.edu.tr

**Dyt. Merve BARBOROZ**   
Çanakkale Özel Biga Can Hastanesi  
Turizm Fakültesi, Çanakkale Türkiye  
**E-posta:** merve.barbaroz@bigacan.com

**Prof. Dr. Cevdet AVCIKURT**   
Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi  
Turizm Fakültesi, Balıkesir Türkiye  
**E-posta:** avcikurt@balikesir.edu.tr

**Öz**

Turizm faaliyetlerinin çeşitlenmesiyle birlikte günümüzde turistlerin destinasyonlara farklı motivasyonlarla seyahat ettikleri bilinmektedir. Bu çalışmada sağlıklı beslenme ve diyet danışmanlığı hizmeti almak için şehir dışından Çanakkale'ye gelen hastaların, bu destinasyonu seyahatlerinde etkili olan itici ve çekici faktörlerin açığa çıkarılması amaçlanmıştır. Ayrıca hastaların; sağlıklı beslenme ve diyet danışmanlığı hizmeti alma sebepleri, bu hizmeti alacakları diyetisyende aradıkları özellikler ve bu hizmeti almak için şehir dışındaki bir diyetisyeni tercih etmelerinde etkili olan faktörler incelenmiştir. Veriler, nitel araştırma yöntemlerinden biri olan mülakat yöntemiyle toplanmış ve içerik analizi yöntemiyle analiz edilmiştir. Yapılan analiz sonucunda, hastaların sağlıklı beslenme ve diyet danışmanlığı hizmeti alma motivasyonu ile gerçekleştirdikleri turizm hareketlerindeki çekici, itici ve bu konuya ilişkin incelenen diğer faktörler saptanmıştır. Hastaların bu kapsamda gerçekleştirdikleri seyahatlerde tespit edilen çekici faktörler; "olumlu referanslar, kaliteli diyet hizmeti alma ihtiyacı, teknolojik olanaklar, özel sunulan olanaklar, bulunulan destinasyondaki olanaksızlıklar, daha uygun seans ücreti ve kurumun jeopolitik konumu" olarak tespit edilmiştir. Hastaların bu kapsamda gerçekleştirdikleri seyahatlerde tespit edilen itici faktörler ise; "diyetisyenin olumlu imajı, çevreye daha çekici görünme ihtiyacı, çevreden gelen kilo verme baskısı, sağlıklı olma ihtiyacı, özgüven kazanma, sağlıklı beslenme ihtiyacı, ebeveynliğe hazırlık ve yaşlanma hissini yenme" olarak tespit edilmiştir. Ayrıca çalışmada, elde edilen tüm bulgulara paralel olarak çeşitli öneriler de sunulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Sosyal Medya, Sağlık Turizmi, Gastronomi Turizmi, Beslenme ve Diyet, İtici-Çekici Faktörler.

**Abstract**

It is known that tourists could travel to destinations with different motivations recently. In this study, it's aimed to reveal push and pull factors that effect to the travelling of the patients who coming to Çanakkale from other destinations in order to receive diet and nutrition counseling. In addition, it's aimed to reveal patients' reasons for receiving diet and nutrition counseling, the skills that patients' looking for of the nutritionist and factors, which are effective in patients choosing a nutritionist from other destination to receive this service have examined. The data were collected by interview method, which is one of the qualitative research methods, and analyzed by content analysis method. As a result of the analysis, push factors, pull factors and other examined factors in the tourism movements of the patients with the motivation to receive diet and nutrition counseling have determined. In this context, the pull factors have determined in the travels of the patients are; "positive references, the need to receive quality nutrition counseling, technological possibilities, special offers, impossibilities in the destination, more affordable session fee and geopolitical location of the establishment". As for that the push factors have detected in the travels of the patients are; "the positive image of the nutritionist, the need to look more attractive, pressures from friends, the need to be healthy, the purpose of gaining self-confidence, the need for healthy nutrition, preparation for parenting and the need to overcome feeling of aging". In addition, various suggestions have presented in line with the findings.

**Key Words:** Social Media, Health Tourism, Gastronomy Tourism, Diet and Nutrition, Push and Pull Factors.

## 1. Giriş

Tüm dünyada turistik hareketlerin gün geçtikçe hızla arttığı görülmektedir. Özellikle küreselleşen dünyada bireyler dünyanın bir ucundan diğer ucunda yer alan turistik ürünleri bile kolayca satın alabilmektedirler. Bireylerin tatile çıkmaları için motive olmaları gerekmektedir. Bu da ne tür tatile ihtiyaç duyduklarının belirlenmesiyle sağlanabilir. Bireyler belirledikleri tatil ihtiyaçları üzerinden bu ihtiyaçları karşılayabilecek türde turistik ürünlere sahip olan destinasyonlara yönelik tatil satın alabilmektedirler. Bireylerin tatile gitme yönünde karar vermeleri bu yönde motivasyona sahip olmalarıyla gerçekleşebilir. Motivasyon faktörleri, bireylerin tatil kararı verme aşamasında çeşitli faktörler tarafından ne şekilde itildiği ve destinasyon tarafından ne şekilde çekildiğini açıklayabilmektedir (Cha ve diğ., 1995; Baloğlu ve Uysal, 1996; Kozak, 2002). Bu sebeple, bireyleri tatile gitmeye motive eden faktörler, itici ve çekici özelliklerine göre sınıflandırılmaktadır (Yoon ve Uysal 2005). İtici ve çekici faktörler vasıtasıyla motive olan bireyler, satın alma aşamasında doğru karar verebilmek için ihtiyaçlarıyla uyulaabilecek alternatiflerle ilgili bilgi toplarlar (Sırakaya ve Woodside 2005). Alternatifler hakkında bilgi elde etme aşamasında kullanılan kaynaklar, motivasyon ögesinin itici veya çekici özelliğine göre değişim göstermektedir (Cha ve diğ., 1995).

Bu araştırmada sağlıklı beslenme ve diyet danışmanlığı hizmeti almak için şehir dışından Çanakkale'ye gelen hastaların, bu destinasyonu seyahatlerinde etkili olan itici faktörlerin ve çekici faktörlerin açığa çıkarılması amaçlanmıştır. Araştırmada, bu motivasyonlarla seyahat eden hastaların; sağlıklı beslenme ve diyet danışmanlığı hizmeti alma sebepleri ve bu hizmeti alacakları diyetisyende aradıkları özellikler de incelenmiştir. Ayrıca hastaların buldukları destinasyondaki diyetisyenlerden beslenme ve diyet danışmanlığı hizmeti alma olanakları varken, bu hizmet için başka bir destinasyondaki diyetisyeni tercih etmelerinde etkili olan faktörler de incelenen konular arasında yer almaktadır. Bu araştırmayla birlikte, hastaların beslenme ve diyet danışmanlığı hizmeti almak için diğer destinasyonlara seyahat etmelerinin de turizm hareketlerinin arasında olduğu vurgulanmıştır. Böylece diyet ve beslenme danışmanlığı hizmeti alma motivasyonu başka bir destinasyona giden hastaların gerçekleştirdikleri bu etkinliklerin sağlık turizmi kapsamında değerlendirilmesi mümkündür.

Bu araştırmanın yapılabilmesi için, 2020/52 başvuru protokol numarasıyla 24.03.2020 tarihinde Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler ve Eğitim Bilimleri Etik Kurulu'na başvurulmuştur. Yapılan başvurunun sonucunda, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler ve Eğitim Bilimleri Etik Kurulu'nun 16.04.2020 tarihinde gerçekleştirdiği 03 sayılı toplantısında bu çalışmaya ilişkin, "bilimsel araştırma etik kurallarına uygundur" kararlı araştırma değerlendirme sonuç raporu ilgili kuruldun alınmıştır.

## 2. Kavramsal Çerçeve

### 2.1. Turistlerin Turizm Motivasyonlarında İtici ve Çekici Faktörler

Turistlerin satın alma davranışlarına sebep olan öğeleri belirlemede çekici ve itici faktörler kilit rol oynamaktadır (Kim ve diğ., 2003). Dann'a (1977) göre itici ve çekici faktörlerin çerçevesi, turistik davranışlara sebep olan motivasyonları kavramada basit ve sezgili bir yaklaşım oluşturabilmektedir. Bu çerçeveye göre, itici faktörler kişinin yaşamındaki seyahat kararını etkileyen sezgisel güçler olarak ele alınabilir. İtici faktörler, turistlerin ihtiyaçları ve istekleri doğrultusunda gerçekleştirdikleri

seyahatlerinde, ikamet ettikleri yerlerden uzaklaşmak istemelerinin sebebini oluşturan motivasyonları tanımlamaktadır (Crompton, 1979). Oh ve diğerleri (1995) itici faktörleri, "bireyleri seyahate motive eden içsel faktörler" olarak tanımlamıştır. Yoon ve Uysal (2005) ise itici faktörleri, bireylerin buldukları ortamdan uzaklaşmaları ve yeni yerler keşfetmeleri için onları motive eden faktörler olarak tanımlamıştır. Tüm bu tanımlar değerlendirildiğinde itici faktörler, bireyleri buldukları ortamdan uzaklaşmaları için güdüleyen, zihinlerinde yeni yerler görme, yeni deneyimler edinme gereksinimleri uyandıran ve onları başka bir yere seyahat etmeleri için motive eden faktörler olarak tanımlanabilir.

Çekici faktörler ise, tüm destinasyonlar arasından bir destinasyonun tercih edilmesini sağlayan somut sebepler olarak değerlendirilebilir. Uysal ve diğerleri (2008) çekici faktörleri, doğal ve tarihi güzellikler, güzel yemekler, insanların bulunduğu ortamlar, rekreasyon alanları ve destinasyonun imajı ile ilgili olan dışsal motivasyon güçleri şeklinde tanımlamıştır. Crompton (1979), çekici faktörleri bireylerin yeni bir şeyler öğrenmeleri için başka yerlere seyahat etmeleri olarak ifade etmiştir. Yoon ve Uysal (2005) çekici faktörlerin turistlerin gittikleri destinasyonla ilgili unsurlar olduğunu ifade etmiştir. Bir başka tanıma göre ise çekici faktörler, destinasyonun elinde bulundurduğu çekicilikler ve kendine has özellikler şeklinde tanımlanmıştır (Klenosky, 2002). Bunlara; güneş, mavi deniz, altın renkli kumsal, sportif aktiviteler ve kültürel değerler gibi örnekler verilebilir.

Destinasyonun sahip olduğu çeşitli özelliklere göre farklılık gösteren çekici faktörler, turizm alanyazınında sıklıkla kullanılmaktadır (Kim ve diğ., 2003). Turistlerin seyahat motivasyonlarını etkisi altına alan çekici faktörlerin belirlenmesi, destinasyonun sahip olduğu özelliklerin daha iyi bir şekilde anlaşılmasını, pazar bölümlendirmesini ve pazarlama karması öğelerinin turistik kaynaklarla daha etkin bir biçimde kullanılmasını sağlayabilmektedir. Çekici faktörler, bireylerin destinasyona niçin gitme ihtiyacı hissettiklerini açıklayabilen destinasyona ait çekici güçler şeklinde tanımlanabilir. Tarihi kaynaklar, doğal kaynaklar, fiziksel yapı ve bunun gibi öğeler çekici faktörler olarak değerlendirilmektedir. (Uysal ve diğ., 2008). Günümüzde turizmin sebep olduğu sosyal, ekonomik ve kültürel etkiler, ülke ekonomilerinde ve özellikle uluslararası ekonomik ve politik ilişkilerde önemli sonuçlar ortaya çıkarmaktadır. Bu durum, uluslararası turizm hareketlerinden büyük paya sahip olan gelişmiş ülkelerde olduğu kadar, gelişmekte olan ülkelerde de turizme verilen önemin artmasına sebep olmaktadır (Giritlioğlu ve Avcıkurt, 2010).

## **2.2. Turistlerin Turizm Motivasyonlarında İtici ve Çekici Faktörlerin İncelendiği Çalışmalar**

Son yıllarda destinasyonun çekici faktörleri ile turistleri motive eden itici faktörler çeşitli araştırma yöntemleri kullanılarak incelemeye alınmıştır (Klenosky 2002). Turizm alanyazınında turistlerin seyahat motivasyonları üzerine gerçekleştirilmiş birçok çalışma bulunmaktadır. Bu çalışmalarda hem itici hem de çekici faktörler (McGehee ve diğ., 1996; Jang ve Cai, 2002; Yoon ve Uysal 2005; Sangpikul, 2008; Yousefi ve Marzuki, 2012) ele alınmıştır.

Yoon ve Uysal (2005) Kuzey Kıbrıs'ta 148 turisti örneklem olarak gerçekleştirdikleri araştırmalarında, itici faktörleri sekiz faktör altında toplamıştır. Bu faktörler; "heyecan vericilik", "eğitim", "dinlenme", "başarma", "aile ile birlikte olma", "bulunulan ortamdan kaçış", "eğlenme ve evden uzaklaşmak", ve "gezip görmek" olarak belirlenmiştir. Yazarlar çekici faktörleri ise on faktör şeklinde belirlemişlerdir. Bu faktörler; "modern atmosfer", "aktiviteler", "uygun hava koşulları", "doğal manzara",

“farklı kültürler”, “hijyen koşulları”, “gece hayatı”, “ilginç şehirler”, ve “su aktiviteleri” olarak belirlenmiştir.

Jang ve Cai (2002) itici ve çekici faktörlerin destinasyon seçiminde etkili olup olmadığını araştırmıştır. Araştırma sonucunda destinasyon seçimini etkileyen en kilit nitelikteki itici faktörler; “bilgi arama”, “bulunulan ortamdan kaçış” ve “aile ile birlikte olma” olarak belirlenmiştir. En önemli çekici faktörler ise; “hijyen ve güvenlik”, “kolay erişilebilirlik”, “güneş ve egzotik atmosfer” olarak tespit edilmiştir.

McGehee ve arkadaşları (1996), Avustralyalı turistler üzerine gerçekleştirdikleri araştırmada itici faktörleri; “spor ve macera”, “kültürel deneyim”, “aile ile birlikte olma”, “prestij” ve “bulunulan ortamdan kaçış” olarak tespit etmiştir. Çekici faktörleri ise; “miras ve kültür”, “boş zaman faaliyetleri”, “dinlenme”, “açık hava aktiviteleri”, “uygun fiyatlar” olarak tespit etmişlerdir. Sangpikul (2008), Tayland’a giden turistler üzerinde gerçekleştirdiği bir araştırmada itici faktörleri üç faktör, çekici faktörleri ise dört faktör olarak tespit etmişlerdir. İtici faktörler; “bilgi arama”, “dinlenme”, “ego tatmini”, çekici faktörler ise; “kültürel ve tarihi çekicilikler”, “aktiviteler”, “alışveriş” ve “güvenlik ve hijyen” olarak tespit edilmiştir. Araştırmacılar gerçekleştirdikleri çalışma sonucunda turistlerin Tayland’ı tercih etmelerini sağlayan en önemli faktörleri, “bilgi arama” ve “kültürel ve tarihi çekicilikler” olarak belirlemişlerdir. Yousefi ve Marzuki (2012), Malezya’nın Pennang bölgesini ziyaret eden ziyaretçiler üzerine gerçekleştirdikleri çalışmalarında, itici ve çekici faktörleri üç faktör olarak tespit etmiştir. İtici faktörler; “bilgi arama”, “ego tatmini”, “dinlenme”, çekici faktörler ise; “çevre ve güvenlik”, “kültürel ve tarihi çekicilikler” ve “turistik olanaklar” olarak ifade edilmiştir.

### **2.3. Sağlık ve Sağlık Turizmi Açısından Sağlıklı Beslenme**

Beslenme, tüm insanları ilgilendiren günden güne devam eden bir yaşam faaliyeti şeklinde ifade edilebilir. Bu yaşamsal faaliyete verilen önemin de gün geçtikçe artış gösterdiği görülmektedir. Buna paralel olarak, toplum içinde beslenmeye verilen önemde artış göstermektedir (Gürsoy, 2005). Bireylerin beslenmelerinde kullandıkları gıdaların ülkeden ülkeye farklılık göstermesinde; ekonomik, koşullar, sosyal koşullar, doğal koşullar ve toplumun içine yerleşmiş olan örf, adet ve gelenekler de etki göstermektedir (Demirbaş ve diğ., 2006). Bu etkilere paralel olarak gün yüzüne çıkan kültürel, yöresel veya en yaygın kullanımıyla geleneksel gıdalara ilişkin gösterilen ilginin de devam ettiği görülmektedir. Buna ilaveten, gelişen teknoloji sayesinde artan beslenme bilgisinin de etkisiyle, bireylerin besin tüketimi konusunda daha güvenli besin kaynaklarına yönelerek, daha bilinçli tüketim gerçekleştirdikleri görülmektedir. Böylece bireyler besinleri bilinçli tüketerek sağlıklarını da koruma fırsatı yakalayabilmektedirler. Sağlıklı yaşam tarzı, bireyin sağlığını etki altına alabilen tüm davranışlarını kontrol altına alması, günlük gerçekleştirdiği etkinliklerde kendi sağlık durumuna uygun gördüğü davranışlara yönelmesi şeklinde ifade edilmektedir (Sisk, 2000). Bu davranışları tutum haline dönüştüren kişiler, sağlıklı olma durumunu sürdürebildiği gibi, sağlığını daha iyi bir düzeye getirebilir. Sağlık davranışı, bireylerin sağlıklı kalmaları ve hastalıklardan korunmaları adına inandığı ve uygulamış olduğu davranışların tamamıdır (Zaybak ve Fadiloğlu, 2004). Bireylerin sağlıklı beslenmeye yönelim göstermeleri de bu davranışlara örnek gösterilebilir.

Sağlıklı beslenme; insanların gelişmeleri, büyümeleri, sağlıklarını korumaları ve verimli bir şekilde yaşamlarını devam ettirebilmeleri adına gerekli olan besin ve enerji bileşenlerini besin değerini düşürmeden, en doğru şekilde tüketmeleri olarak tanımlanmıştır (Korinth ve diğ., 2010). Bu bileşenlerin herhangi birisi alınmadığında ya da bu bileşenler gereğinden az ya da fazla alındığında, bireylerin büyümelerinin,

gelişmelerinin engellerle karşılaştığı ve sağlık durumunda bozulma yaşandığı bilimsel olarak ortaya konmuştur (Shah, 2012). Öte yandan beslenmenin fizyolojik bir boyutunun mevcut olduğu kadar, psikolojik ve sosyolojik boyutunun da olduğu unutulmamalıdır (Korinth ve diğ., 2010). Bireylerin yaşam eğrilerinin her bölümünde zihinsel ve bedensel açıdan sağlıklı olmak ve sağlıklı olan hali sürdürmek, dengeli ve yeterli beslenme ile mümkün olabilir. Bireyin büyümesi, vücudun yenilenmesinin sağlanması ve sağlıklı bir şekilde çalışması için farklı türlerde besin bileşenine ihtiyaç duyabilmektedir. Gerekli olan bu besin öğelerinin her birinin dengeli ve yeterli miktarlarda alınması ve bu besinlerin vücut için uygun şekillerde kullanılması yeterli ve dengeli beslenme terimi ile ifade edilmektedir (Brytek, 2012). Son zamanlarda beslenme bilincinin de artmasıyla bireylerin sağlıklı beslenme ve diyet danışmanlık hizmeti alma amacıyla başka destinasyonlara seyahat ettikleri görülmektedir. Gerçekleştirilen bu seyahatler tıpkı bir bireyin sağlığını koruma amacıyla SPA olanağı sunan tesislere gitmesi veya ameliyat olma amacıyla bir yerden başka bir destinasyona seyahat etmesi gibi sağlık turizmi kapsamında değerlendirilebilir.

Sağlık turizmi, bireylerin sağlıklarını koruma, geliştirme ve mevcut hastalıklarının tedavi edilmesi amacıyla ikamet ettikleri bir destinasyondan başka bir destinasyona seyahat etmeleri ve gidilen yerde bir süre bulunarak sağlık ve turizm imkanlarından faydalanmaları şeklinde ifade edilmektedir (Kaya ve diğ., 2013: 5). Sağlık turizmine ilişkin dikkate alınması gerekli olan en önemli konulardan birinin turistlerin sağlığı olduğu söylenebilir. Turistlerin, ikamet ettikleri bölgeden başka bir destinasyona tatil ya da farklı bir amaç doğrultusunda seyahat ettiklerinde seyahatleri boyunca sağlıkları korunmalıdır (Aydın ve diğ., 2011: 6). Buna ilaveten turistlerin sağlıklarını koruma veya hastalıklarını atlama amacıyla da farklı bölgelere seyahat ettikleri bilinmektedir. Dolayısıyla sağlıklı beslenme ve diyet danışmanlığı hizmeti alma gereksinimiyle başka bir destinasyona seyahat eden hastaların yaptıkları bu seyahatler de sağlık turizmi kapsamında ele alınabilir.

#### **2.4. Gastronomi Turizmi Açısından Sağlıklı Beslenme**

Yemek insanoğlunun fizyolojik gereksinimlerinden biridir (Tikkanen, 2007: 721). Tarih öncesi dönemlerden itibaren yemek ile ilgili çeşitli yazılı kaynaklar gün yüzüne çıkmıştır (Cömert ve Sökmen, 2017: 7). Buna ilaveten her toplumun birbirinden farklı mutfak kültürü mevcuttur (Bekar ve Belpınar, 2015: 6518). Bunun da ötesinde, her toplumun içinde belli kesimlerde de farklı mutfak kültürleri oluşabilmektedir. Örneğin Sünnetçioğlu ve diğerleri (2017), çalışmalarında veganların toplum içinde farklı bir yemek kültürüne sahip olduklarına değinmişlerdir. Mutfak kültürlerinde görülen bu farklılaşma; iklim koşulları, yaşanan coğrafya, yaşanan savaşlar, diğer toplumlarla yaşanan ilişkiler, gerçekleştirilen alışverişler ve yaşanan göçler gibi farklı sebeplerden ortaya çıkmaktadır (Taşpınar, 2017: 211). Bu zenginlik zaman geçtikçe yemek yemenin ölçsüz bir şekilde gerçekleştirilmesine de sebebiyet verebilmektedir. Bundan dolayı sağlıklı beslenme bilinci ortaya çıkmıştır.

Çağımızda beslenme alışkanlıklarında görülen evrim, beslenme kültürünün de farklılaşmasına sebep olan bireylerin yaşam tarzlarının farklılık göstermesini de beraberinde getirebilmektedir. Bunun sonucunda endüstri sonrası toplumlarda hızlı servis (fastfood) gibi yeni beslenme biçimlerinin de ortaya çıkmasıyla birlikte kişilerin sağlıklarını olumsuz etkileyen gelişmeler meydana gelmiştir (Kocatepe ve Tırıl, 2015). Son yıllarda bilhassa genç yaştaki bireylerin kalp ve damar hastalıkları beraberinde gelen ölüm haberlerinin artış göstermiş olması, yaşam tarzı ve beslenme ilişkisini mercek altına alan sağlıkçıların üzerinde en fazla durduğu konulardan biridir (Babaoğlu ve Hatun, 2002). Aşırı yağlı, tuzlu ve şekerli hazır gıdalar öncelikle obezite

olmak üzere obeziteyle beraber gelişen akut ya da kronik hastalıkların ortaya çıkmasına sebep olabilmektedir. Böylece bireyler, bilinçsiz beslenerek ölümcül hastalıklarla karşı karşıya kalabilmektedir (Kocatepe ve Tırıl, 2015). Bundan dolayı bireylerin sağlıklı beslenme adına beslenme biçimlerini kontrol altına almaya çalıştıkları görülmektedir. Bu da profesyonel diyetisyen hizmetiyle sağlanabilir. Boyne ve diğerleri (2003) insanların gastronomi turizmi kapsamında yeni yiyecekler ve içecekler tatma amacıyla başka destinasyonlara seyahat ettiklerini ifade etmişlerdir. Öte yandan bireylerin beslenme ve diyetetik alanında en yetkin kişilerden sağlıklı beslenme ve diyet danışmanlığı hizmeti almak için de uzun mesafeleri göze alarak farklı destinasyonlara seyahat ettikleri bilinmektedir. Bireylerin hangi besinleri ne ölçüde ve ne şekilde tüketmeleri gerektiği konusunda profesyonel destek alma amacıyla bu seyahatlere yönelim gösterdikleri bilinmektedir. Dolayısıyla bu seyahat hareketleri de gastronomi turizmi kapsamında değerlendirilebilir.

### **3. Yöntem**

Bu araştırmanın yapılabilmesi için, 2020/52 başvuru protokol numarasıyla 24.03.2020 tarihinde Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler ve Eğitim Bilimleri Etik Kurulu'na başvurulmuştur. Yapılan başvurunun sonucunda, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler ve Eğitim Bilimleri Etik Kurulu'nun 16.04.2020 tarihinde gerçekleştirdiği 03 sayılı toplantısında bu çalışmaya ilişkin, "bilimsel araştırma etik kurallarına uygundur" kararlı araştırma değerlendirme sonuç raporu ilgili kuruldan alınmıştır.

Bu araştırma, sağlıklı beslenme ve diyet danışmanlığı hizmeti alma amacıyla ikamet ettikleri yerden başka destinasyonlara sağlık turizmi kapsamında seyahat eden ve bu şekilde turizm olayını gerçekleştiren hastalar üzerine gerçekleştirilmiştir. Bu araştırmada, sağlıklı beslenme ve diyet danışmanlığı alma amacıyla bireylerin buldukları yerden başka bir destinasyona seyahat etmelerinde çekici ve itici motivasyonların belirlenmesi amaçlanmaktadır. Araştırmada 13 hastaya beş adet araştırma sorusu yöneltilmiştir. Araştırma sorularından ilk dördü hastalarla yüz yüze görüşülerek sorulmuştur. Beşinci soru ise toplanan verilerin teyidinin sağlanması hedeflenerek, yine aynı hastalara sosyal medya platformlarından biri olan WhatsApp vasıtasıyla sorulmuştur. Araştırmanın evrenini, Türkiye'deki tüm sağlıklı beslenme ve diyet danışmanlığı hizmeti almak için ikamet ettiği yerden farklı bir destinasyona seyahat eden hastalar oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini ise, Çanakkale'de faaliyetlerini yürüten özel bir hastaneden sağlıklı beslenme ve diyet danışmanlığı hizmeti alan 13 hasta oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini oluşturan hastalar kota örnekleme yöntemine başvurularak, Çanakkale'de faaliyet yürüten özel bir hastaneden sağlıklı beslenme ve diyet danışmanlığı hizmeti alan müşteriler arasından seçilmiştir. Örnekleme dahil edilen hastalar, araştırmanın amacı doğrultusunda özellikle şehir dışından(en az 90 km mesafeden) gelen hastalardan seçilmiştir.

Bu araştırma, nitel araştırma desenlerinden fenomenolojik yaklaşımla yürütülmüştür. Fenomenolojik yaklaşım yoğun insan deneyimlerini çalışmak için uygun bir yaklaşımdır (Merriam, 2013). Bu yaklaşım, insanların farkında olduğu ancak derinlemesine bir anlayışa sahip olmadığı olgulara odaklanmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2008). Bu araştırmada turistlerin sağlıklı beslenme ve diyet hizmeti alma motivasyonu ile gerçekleştirdikleri turizm hareketlerinde çekici ve itici faktörler derinlemesine incelenmiştir.

Araştırmanın verileri yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılarak katılımcılarla yüz yüze görüşülerek toplanmıştır. Görüşme soruları hazırlanırken

alanında uzman diyetisyen ve akademisyenlerden görüş alınmıştır. Bu görüşler doğrultusunda ortaya çıkarılan yarı yapılandırılmış görüşme formu vasıtasıyla çalışma grubu dışından sağlıklı beslenme ve diyet danışmanlığı hizmeti alan bir hasta ile ön görüşme yapılmıştır. Daha sonra deneme görüşmesi metne dönüştürülerek, araştırmacılar ile uzman diyetisyen ve akademisyenler bu görüşme sorularını tartışmışlardır. Bu tartışma sonucunda yarı yapılandırılmış görüşme formundaki sorulara son şekli verilmiştir. Araştırmada araştırma soruları oluşturulurken Kocabulut'un (2016) ve Çetinkaya ve diğerlerinin (2019) daha önce gerçekleştirdiği çalışmalarında kullandıkları görüşme sorularından yararlanılmıştır. Araştırmanın amacı doğrultusunda katılımcılara yöneltilen açık uçlu sorular şunlardır:

- 1- Sağlıklı beslenme ve diyet danışmanlığı hizmeti alma sebepleriniz nelerdir?
- 2- Sağlıklı beslenme ve diyet danışmanlığı hizmeti alacağınız diyetisyende ne gibi özellikler ararsınız?
- 3- Sağlıklı beslenme ve diyet danışmanlığı için bu hastaneyi tercih etmenizin nedenleri nelerdir? Diyet hizmeti almak için birçok yer olmasına karşın bu hastanede sizi cezbeden ne gibi faktörler bulunmaktadır?
- 4- Sağlıklı beslenme ve diyet danışmanlığı hizmeti almak için bu hastaneye gelmenizde sizi motive eden faktörler nelerdir? Sizi bulduğunuz yerden uzaklaştırıp bu hastaneye gelmeniz için cesaretlendiren faktörler nelerdir?
- 5- Sağlıklı beslenme ve diyet danışmanlığı hizmeti alma amacıyla şehir dışındaki bir diyetisyeni tercih etmeniz; diyetisyenin adı, bağlı olduğu kurumun markası ve arkadaş/dost tavsiyeleri etkili midir? Bunlardan en etkili olanı hangisidir? Nedenleriyle birlikte açıklayınız.

Araştırma sorularından ilk dört soru, hastalara yüz yüze sorulmuştur. Beşinci soru ise, hastaların görüşlerini teyit etme amacıyla aynı kişilere sosyal medya iletişim platformlarından biri olan WhatsApp vasıtasıyla sorulmuştur.

Sağlıklı beslenme ve diyet danışmanlığı hizmeti alma amacıyla bir destinasyondan farklı bir destinasyona seyahat eden hastalarla gerçekleştirilen görüşmelerin ilk dördü 15 ile 20 dakika arasında gerçekleştirilmiştir. Son soru ise aynı kişilere WhatsApp üzerinden sorulmuştur. Örnekleme oluşturan hastaların beşinci soruyu cevaplamaları için herhangi bir zaman sınırlandırması yapılmamıştır. Görüşmelerde katılımcıların araştırma sorularına verdikleri cevaplar metne dönüştürülmüştür. Araştırmanın geçerlik ve güvenilirliği açısından elde edilen metinler görüşme yapılan hastalara gösterilerek katılımcıların onayı alınmıştır. Bulgular ortaya konulurken katılımcıların isimleri gizli tutulmuş ve her katılımcıya birer kod verilmiştir (D1, D2, D3, D4, D5, D6, D7, D8, D9, D10, D11, D12, D13). Araştırmadaki veriler içerik analizi yöntemiyle çözümlenerek ham veriler kodlara çevrilmiş ve tablolarda her kodun görülme sıklığına yer verilerek bulgular ortaya konulmuştur.

Bu araştırmada iç geçerlik ve dış geçerlik, uzman görüşünden faydalanılarak sağlanmıştır. İç güvenilirlik ve dış güvenilirlik ise, veriler tekrar analiz edilip aynı sonuçlar bulunarak sağlanmıştır.

#### **4. Bulgular**

Araştırmanın ilk sorusu, hastaların neden sağlıklı beslenme ve diyet danışmanlığı hizmeti alma ihtiyacı hissettiklerine ilişkindir. "Sağlıklı beslenme ve diyet danışmanlığı hizmeti alma sebepleriniz nelerdir?" sorusuna katılımcıların verdikleri cevaplardan oluşan kod listesi Tablo 1'de verilmiştir. Tablo 1'de açığa çıkan kod listesinde her hasta için birden fazla kod ortaya çıkabilmektedir.

**Tablo 1: Hastaların Sağlıklı Beslenme ve Diyet Danışmanlığı Alma Sebepleri**

Kod	Frekans (f)
Sağlıklı olma	12
Dış görünüşe verilen önem	10
Özgüven sağlama	9
Zinde olma ihtiyacı	5
Doktor tavsiyesi	3
Eş tavsiyesi	1

Tablo 1’de görüldüğü gibi katılımcılar sağlıklı beslenme ve diyet danışmanlığı hizmeti almayı en çok sağlıklı olmak amacıyla yapmaktadırlar. Araştırma verilerine bakıldığında katılımcılar pek çok sebeple sağlıklı beslenme ve diyet danışmanlığı hizmetine başvurumaktadırlar. Örneğin katılımcılardan biri (D1) *“Sağlıklı olmak için diyet yapıyorum. Diyet yaparsam vücut dengemi bozmayarak daha sağlıklı bir yaşam süreceğime inanıyorum.”* Yine katılımcılardan biri (D4) *“Sağlıklı beslenmeyi öğrenmek için diyet yapıyorum. Çünkü sağlıklı beslenirsem, yaşamımı sağlıklı bir şekilde sürdürme adına önlemimi de almış olurum.”* Bir diğer katılımcı (D6) *“Dış görünüşümün iyi olması demek, ilerleyen dönemde iyi görünüşlü bir eşe sahip olmak demek. Bundan dolayı iyi bir dış görünüşe sahip olarak çevremdeki bireylere karşı daha çekici görünmek istiyorum.”* demiştir. Başka bir katılımcı (D9) *“Dış görünüşümü beğenmediğim için genellikle özgüvenim düşük hareket ediyorum. Buna bir son vermek ve özgüvenimi artırmak için diyet yapma ihtiyacı hissettim.”* ifadelerini kullanarak diyet yapma sebeplerini belirtmişlerdir. Bu ifadelere bakıldığında katılımcıların sağlıklı beslenme ve diyet danışmanlığı hizmeti almalarının birçok sebebinin olduğu görülmüştür. Bu sebeplerden en etkili olanların sırasıyla sağlıklı olma, dış görünüşe verilen önem ve özgüven sağlama olduğu görülmektedir. Bu sebepler arasından sağlıklı beslenmenin ön plana çıkması, hastaların gelecekte karşılaşılabilecekleri çeşitli hastalıklara karşı güçlü kalabilmeleri için, beslenme biçimlerini belli bir düzene sokmak istemeleriyle açıklanabilir.

Araştırmanın ikinci sorusu hastaların sağlıklı beslenme ve diyet danışmanlığı hizmeti alacakları diyetisyende ne gibi özellikler aradıklarına ilişkindir. *“Sağlıklı beslenme ve diyet danışmanlığı hizmeti alacağınız diyetisyende ne gibi özellikler ararsınız?”* sorusuna katılımcıların verdikleri cevaplardan oluşan kod listesi Tablo 2’de verilmiştir. Tablo 2’de açığa çıkan kod listesinde her hasta için birden fazla kod ortaya çıkabilmektedir.

**Tablo 2: Hastaların Diyetisyende Aradıkları Özellikler**

Kod	Frekans (f)
İletişime açıklık	12
Formda bir dış görünüş	8
Motive edicilik	7
Güvenilirlik	6
Güleryüz	5
İlgili olma	4
Deneyim	4
Disiplin	3
Empati	3
Sabır	2



Tablo 2’de görüldüğü gibi katılımcılar sağlıklı beslenme ve diyet danışmanlığı hizmeti aldıkları diyetisyenin en çok iletişime açık bir özelliğe sahip olmasını istemektedirler. Araştırma verilerine bakıldığında katılımcılar sağlıklı beslenme ve diyet danışmanlığı hizmeti alacakları diyetisyende bunun gibi pek çok özellik aramaktadırlar. Örneğin katılımcılardan biri (D3) *“Sağlıklı beslenme hizmeti alacağım diyetisyen kesinlikle iletişime açık olmalıdır. Çünkü bana uygun bir diyet programı düzenleyebilmesi için beni iyi anlaması gerekir.”* demiştir. Yine katılımcılardan biri (D5) *“Bana diyet programı hazırlayan diyetisyen beslenmesine dikkat etmiyorsa, onun bana önerdiklerini neden dikkate alayım ki!”*, bir diğer katılımcı (D7) ise *“Diyetisyenim onun bana verdiği diyet programına uymam için bana gerekli motivasyonu sağlamalıdır. Hatta gerekirse kızabilir de! Küçük tatlı kaçamaklarımdan kaçınmamı sağlaması için bu oldukça önemlidir.”* demiştir. Başka bir katılımcı (D11) *“Sağlıklı beslenme hizmeti alacağım diyetisyen kesinlikle mesleğinin gereklerini yerine getirmelidir. Örneğin; mesleğiyle ilgili kilit denebilecek bilgilere mutlaka sahip olmalıdır. Bunun yanında onun tavsiyelerini dinleyebilmem adına bana güven duygusu aşılmalıdır.”* ifadelerini kullanarak sağlıklı beslenme ve diyet danışmanlığı hizmeti alacakları diyetisyende ne tür özellikler aradıklarını belirtmişlerdir. Hastaların diyetisyende sırasıyla en çok iletişime açık olmasını, formda bir dış görünüşe sahip olması ve motive edicilik gibi özellikleri aradığı görülmektedir. Hastaların, beslenme ve diyet danışmanlığı hizmeti alacakları diyetisyenin öncelikle iletişime açık olmasını beklemeleri, beslenme danışmanlığı verilirken besinlere ilişkin rahatlıkla sorular sorabilmeleri açısından normal görülebilir. Hastalar tarafından diyetisyenin formda bir dış görünüşe sahip olmasının beklenmesi de, hastalara örnek olması açısından mantıklıdır. Hastaların, diyetisyenin iyi bir motive edici olmasını beklemeleri de, diyet listelerine uyum sağlayabilmeleri için aranan önemli bir özellik olarak değerlendirilebilir.

Araştırmanın üçüncü sorusu hastaların sağlıklı beslenme ve diyet danışmanlığı hizmeti almak için neden buldukları yerden başka bir destinasyona seyahat ettiklerine ilişkindir. *“Diyet için burayı tercih etmeniz nedenleri nelerdir? Sağlıklı beslenme ve diyet danışmanlığı hizmeti almak için birçok yer olmasına karşın burada sizi cezbeden ne gibi faktörler bulunmaktadır?”* sorularına katılımcıların verdikleri cevaplardan oluşan kod listesi Tablo 3’te verilmiştir.

**Tablo 3: Hastaların Sağlıklı Beslenme ve Diyet Danışmanlığı Hizmeti Alma Amacıyla Farklı Bir Destinasyona Seyahat Etmelerindeki Çekici Faktörler**

Kod	Frekans (f)
Olumlu referanslar	11
Kaliteli diyet hizmeti alma ihtiyacı	9
Teknolojik olanaklar	8
Özel sunulan olanaklar	4
Bulunulan destinasyondaki olanaksızlıklar	3
Daha uygun seans ücreti	2
Kurumun jeopolitik konumu	1

Tablo 3’te görüldüğü gibi katılımcıları sağlıklı beslenme ve diyet danışmanlığı hizmeti alma amacıyla farklı bir destinasyona seyahat etmelerine en çok olumlu referanslar yöneltmektedir. Araştırma verilerine bakıldığında hastaların sağlıklı beslenme ve diyet danışmanlığı hizmeti alma amacıyla farklı bir destinasyona seyahat etmelerini sağlayan bunun gibi pek çok çekici faktör bulunmaktadır. Örneğin katılımcılardan biri (D2) *“Arkadaşımın annesinin tavsiyesi üzerine iyi bir diyetisyenden diyet hizmeti alma amacıyla buraya geldim. Yaşadığım yere uzak olmasına rağmen buradaki diyetisyenin yetkin olduğunu duyduğum için mesafenin uzak olmasını göz*

ardı ederek buradan diyet hizmeti alıyorum.” demiştir. Yine katılımcılardan biri (D4) “Benim burayı seçmemdeki temel neden işini severek yapan bir diyetisyenin burada görev yapmasıdır. Çünkü işini seven bir diyetisyenin benimle ilgilendiğini deneyimliyorum. Vücut yağ oranım ve kas oranım gibi birçok etmeden faydalanarak ve bana bunları ayrıntılı bir şekilde açıklayarak hizmet verilebiliyor. Bu da ister istemez bende mesafe gözetmeksizin buradan diyet hizmeti alma ihtiyacı doğuruyor” demiştir. Bir diğer katılımcı (D12) “Bilerek ve isteyerek diyet hizmeti alma amacıyla bulunduğum yerden buralara kadar geldim. Bu konuda beni cezbeden unsurlardan biri özel hastanenin getirmiş olduğu özel olanaklardır. Örneğin; benim kas, yağ oranlarımı ve diğer vücut oranlarımı ölçen makine sayesinde daha iyi bir diyet hizmeti alabiliyorum. Böylece güvenle kilo verebilirim.” ifadelerini kullanarak sağlıklı beslenme danışmanlığı hizmeti alma amacıyla neden başka bir destinasyona seyahat ettiklerini belirtmişlerdir. Hastaların sağlıklı beslenme danışmanlığı hizmeti alma amacıyla başka bir destinasyona gitmelerinin başlıca sebeplerinin olumlu referanslar, kaliteli diyet hizmeti alma ihtiyacı ve teknolojik olanaklar olduğu görülmektedir. Hastaların, bu hizmeti almak amacıyla belli bir uzaklığı göze almalarında, arkadaş/dost tavsiyelerine dayanan olumlu referansların ön plana çıkması, başarılı bir şekilde sonuçlanan canlı örnekleri bizzat görmeleriyle yorumlanabilir. Bunun sonucunda riske girmeden kaliteli beslenme ve diyet danışmanlığı hizmeti almak istemeleri normal karşılanabilir. Bununla birlikte, tercih edilen diyetisyenin sahip olduğu teknolojik olanakların, bulunulan destinasyondaki diyetisyenlere kıyasla daha iyi olması da hastaların bu hizmeti almak için başka bir destinasyona seyahatlerinde motive edici diğer bir sebep olabilir.

Araştırmanın dördüncü sorusu hastaların sağlıklı beslenme ve diyet danışmanlığı hizmeti almak için buldukları destinasyondan başka bir destinasyona seyahat etmelerini sağlayan motivasyonlara ilişkindir. “Sağlıklı beslenme ve diyet danışmanlığı hizmeti almak için buraya gelmenizde sizi motive eden faktörler nelerdir? Sizi bulduğunuz yerden uzaklaştırıp buraya gelmeniz için cesaretlendiren faktörler nelerdir?” sorusuna katılımcıların verdikleri cevaplardan oluşan kod listesi Tablo 4’te verilmiştir.

**Tablo 4: Hastaların Sağlıklı Beslenme ve Diyet Danışmanlığı Hizmeti Alma Amacıyla Farklı Bir Destinasyona Seyahat Etmelerini Sağlayan İtici Faktörler**

Kod	Frekans (f)
Diyetisyenin olumlu imajı	10
Çevreye daha çekici görünme ihtiyacı	9
Çevreden gelen kilo verme baskısı	8
Sağlıklı olma ihtiyacı	8
Özgüven kazanma	5
Sağlıklı beslenme ihtiyacı	4
Ebeveynliğe hazırlık	2
Yaşlanma hissini yenme	1

Tablo 4’te görüldüğü gibi katılımcıları sağlıklı beslenme ve diyet danışmanlığı hizmeti alma amacıyla farklı bir destinasyona seyahat etmelerine en çok diyetisyenin olumlu imajı motive etmektedir. Araştırma verilerine bakıldığında hastaların sağlıklı beslenme ve diyet danışmanlığı hizmeti alma amacıyla farklı bir destinasyona seyahat etmelerini sağlayan bunun gibi pek çok motivasyon kaynağı bulunmaktadır. Örneğin katılımcılardan biri (D1); “Kilo vermekte oldukça zorlanıyordum. Yaşadığım yerdeki diyetisyenlerden pek memnun kalmadım. Daha sonra arkadaşlarım bana bir diyetisyen ismi verdi ve ondan diyet hizmeti almamı tavsiye ettiler. Coğrafi konum olarak bana oldukça uzak olsa da verimli bir şekilde kilo vermek için bu yolu göze almaya değer

olarak düşündüm. Çünkü iyi bir diyet hizmeti almak için uzak mesafeyi göz ardı edebilirim.” demiştir. Yine katılımcılardan biri (D3) “Eşim kilolarımdan çok şikayet ederdi. Sadece eşim değil, çevremdeki arkadaşlarım da kilomun normal olmadığını söylerlerdi. Ben de bu durumdan rahatsızlık duymaya başladım. Onlara daha iyi görünebilme motivasyonu ile iyi bir diyet hizmeti alabileceğim farklı bir destinasyondaki iyi bir diyetisyene gitme kararı aldım.” demiştir. Bir diğer katılımcı (D6), “Son zamanlarda çok kilo aldım. Annem ve kardeşlerim kilomdan dolayı bana baskı yapmaya başladılar. Özellikle annem kilo vermezsem eş bulmakta zorlanacağımı söyledi. Özellikle bu söz iyi bir diyetisyenden diyet hizmeti alma konusunda beni resmen kamçıladi. Böylece iyi bir diyet hizmeti alma güdüsüyle başka bir destinasyona gitme durumum oldu.” demiştir. Başka bir katılımcı (D10) ise; “Kilolarımdan dolayı kendimi çok kötü hissediyordum. Hatta bazen nefes almakta bile güçlük çekiyordum. Sağlık durumumu toparlamak için daha fazla dayanamayıp iyi bir diyetisyenden iyi bir diyet hizmeti alarak kilo vermeye karar verdim.” ifadelerini kullanarak sağlıklı beslenme ve diyet danışmanlığı hizmeti alma amacıyla onları başka bir destinasyona seyahat etmeleri yönünde motive eden faktörleri belirtmişlerdir. Hastaların sağlıklı beslenme ve diyet danışmanlığı hizmeti alma amacıyla başka bir destinasyona seyahat etmeleri yönünde motive eden başlıca faktörlerin diyetisyenin olumlu imajı, çevreye daha çekici görüne ihtiyacı ve çevreden gelen kilo verme baskısı olduğu görülmektedir. Hastaların, beslenme ve diyet danışmanlığı hizmeti için olumlu bir imaja sahip olan diyetisyeni tercih etmeleri, içleri rahat bir şekilde bu hizmeti almak istemeleriyle açıklanabilir. Hastaların, çevreden gelen baskılar sonucunda belli bir uzaklığı göze almaları da beslenme ve diyet danışmanlığı hizmeti almalarını gizli tutmak istemeleriyle yorumlanabilir.

Araştırmanın beşinci sorusu diğer sorulara verilen cevapları teyit etme amacıyla aynı katılımcılara WhatsApp üzerinden sorulmuş olup, hastaların sağlıklı beslenme ve diyet danışmanlığı hizmeti alma amacıyla farklı bir destinasyondaki diyetisyeni tercih etmelerinde etkili olan faktörleri açığa çıkarmaya ilişkindir. “Sağlıklı beslenme ve diyet danışmanlığı hizmeti alma amacıyla şehir dışındaki bir diyetisyeni tercih etmeniz; diyetisyenin adı, bağlı olduğu kurumun markası ve arkadaş/dost tavsiyeleri etkili midir? Bunlardan en etkili olanı hangisidir? Nedenleriyle birlikte açıklayınız” ifadesine katılımcıların verdikleri cevaplardan oluşan kod listesi Tablo 5'te verilmiştir.

**Tablo 5: Hastaların Sağlıklı Beslenme ve Diyet Danışmanlığı Hizmeti Alma Amacıyla Farklı Bir Destinasyondaki Diyetisyeni Tercih Etmelerinde Etkili Olan Diğer Faktörler**

Kod	Frekans (f)
Arkadaş/dost tavsiyesi	13
Diyetisyenin tanınırlığı	6
Sağlıklı beslenme açısından başarılı olunan hastalar	5
Kurumun markası	3

Tablo 5'te görüldüğü gibi katılımcıları sağlıklı beslenme ve diyet danışmanlığı hizmeti alma amacıyla farklı bir destinasyona seyahat etmelerini sağlayan faktörlerin başında arkadaş/dost tavsiyeleri gelmektedir. Araştırma verilerine bakıldığında hastaların sağlıklı beslenme ve diyet danışmanlığı hizmeti alma amacıyla farklı bir destinasyona seyahat etmelerini sağlayan bunun gibi pek çok faktör bulunmaktadır. Örneğin katılımcılardan biri (D1); “Diyet hizmeti alacaksam kurumun markasının çok büyük bir önemi yoktur. Çünkü alacağım diyet hizmetinin niteliğinin diyetisyenin alanında kendini yetiştirip yetiştirmemesiyle ilgili olduğunu düşünmekteyim. Arkadaşlarımın tavsiyeleri benim için en büyük referanstır. Bundan dolayı sağlıklı bir

diyet hizmeti almak için neredeyse 2-3 saatlik yolu göz ardı ediyorum. Yeter ki hedeflediğim şekilde zayıflayayım.” demiştir. Yine katılımcılardan biri (D4) “Bence diyet hizmeti alırken, kurumdan öte diyetisyenin adı benim için çok daha önemlidir. Çünkü bu piyasada isim yapmanın oldukça zor olduğunu düşünüyorum. İyi isim yapmış bir diyetisyenin bu şöhreti kaybetmemek için bana daha iyi bir hizmet vereceğini düşünüyorum.” demiştir. Bir diğer katılımcı (D7), “Yıllardır beraber yaşadığım komşularımda görünen değişiklik beni çok etkiledi. Neden ben de onlar gibi olmayayım diyerek tavsiye ettikleri diyetisyene gittim.” ifadelerini kullanarak sağlıklı beslenme ve diyet danışmanlığı hizmeti alma amacıyla onları başka bir destinasyona seyahat etmelerini sağlayan faktörleri belirtmişlerdir. Bu faktörlerden arkadaş/dost tavsiyesinin ön plana çıkması, hastaların bu hizmeti alırken riske girmek istememeleriyle açıklanabilir.

## 5. Sonuç ve Öneriler

Bireylerin çeşitli amaçlarla buldukları yerlerden başka destinasyonlara seyahat ederek turizm hareketi oluşturdukları görülmektedir. Buna paralel olarak, turizm olayının turistlerin belli amaçlarını gerçekleştirmeleri üzerine açığa çıkan motivasyonlar neticesinde gerçekleştiği öne sürülebilir. Bireylerin, mevcut hastalıklarının iyileştirilmesi ya da sağlıklarını koruma amacıyla buldukları yerlerden başka bir destinasyona seyahat etmeleri de bu motivasyonlara örnek teşkil edebilmektedir. Bu araştırmada Çanakkale’de faaliyetlerini yürüten bir özel hastane mercek altına alınarak, bireylerin sağlıklı beslenme ve diyet danışmanlığı hizmeti almak için başka bir destinasyona seyahat etmelerini sağlayan çekici ve itici faktörler açığa çıkarılmaya çalışılmıştır. Buna ilaveten, katılımcılardan toplanan verilerin teyit edilmesi amacıyla katılımcılara sosyal medya platformlarından biri olan WhatsApp üzerinden de bir soru sorulmuştur.

Gerçekleştirilen bu araştırmada, öncelikle sağlıklı beslenme ve diyet danışmanlığı hizmeti alma amacıyla buldukları yerden başka bir destinasyona seyahat eden hastaların/turistlerin sağlıklı beslenme ve diyet danışmanlığı alma sebepleri açığa çıkarılmıştır. Buna göre, bu amaçla başka bir destinasyona seyahat eden hastaların/turistlerin sağlıklı beslenme ve diyet danışmanlığı hizmetini ağırlıklı olarak sağlıklı olmayı arzuladıkları için aldıkları belirlenmiştir. Buna paralel olarak Jang ve Cai (2002), gerçekleştirmiş oldukları çalışmalarında turistlerin başka destinasyonlara seyahatlerinde ve destinasyon seçimlerinde etkili olan faktörler arasında sağlıklı olma güdüsünün de olduğuna değinmişlerdir. Dolayısıyla bu sonuç, araştırmanın sonucuyla benzerlik göstermektedir. Çalışmada, hastaların sağlıklı beslenme ve diyet danışmanlığı hizmetini “sağlıklı olma” amacından sonra sırasıyla dış görünüşe verilen önem, özgüven sağlama, zinde olma ihtiyacı, doktor tavsiyesi ve eş tavsiyesi gibi amaçlarla da aldıkları saptanmıştır.

Araştırmada hastaların sağlıklı beslenme ve diyet danışmanlığı hizmeti almayı planladıkları diyetisyende ne gibi özellikler aradıkları da tespit edilmeye çalışılmıştır. Buna göre hastaların sağlıklı beslenme ve diyet danışmanlığı hizmeti almayı planladıkları diyetisyenin en çok “iletişime açık” olmasını beklemektedirler. Buna paralel olarak Solmaz ve Duğan (2018) gerçekleştirdikleri çalışmalarında, hastaların sağlık çalışanlarından beklentilerinden birinin de onlarla iyi bir iletişim kurmaları olduğunu tespit etmişlerdir. Dolayısıyla bu sonuç, araştırmanın sonucuyla benzerlik göstermektedir. Bu çalışmada hastaların, hizmet alacakları diyetisyenin iletişime açık olmasından sonra sırasıyla formda bir dış görünüşe sahip olması, iyi bir motive edici olması, güvenilir olması, güler yüzlü olması, hastalarına karşı ilgili olması, iyi bir deneyime sahip olması, disiplinli olması ve empati yeteneğine sahip olması gibi özellikler barındırmasıyla da tercih sebebi olacağı tespit edilmiştir.

Araştırmada saptanmaya çalışılan bir konu da hastaların sağlıklı beslenme ve diyet danışmanlığı hizmeti alma amacıyla farklı bir destinasyona seyahat etmelerindeki çekici faktörlerdir. Yapılan araştırmadan edinilen bulgulara göre, hastaların sağlıklı beslenme ve diyet danışmanlığı hizmeti alma amacıyla farklı bir destinasyona seyahat etmelerindeki etkili olan en çekici faktör “diyetisyen hakkında alınan olumlu referanslar” olarak saptanmıştır. Goodman ve diğerleri (2018), gerçekleştirdikleri çalışmalarında hastaların sağlıklı beslenme ve diyet danışmanlığı hizmeti almadan önce hizmet almayı planladıkları diyetisyeni seçme aşamasında yakınları veya dostlarının tavsiyelerine güvenerek tercih yaptıklarına değinmişlerdir. Dolayısıyla bu sonuç, araştırmanın sonucuyla benzerlik göstermektedir. Bu araştırmadaki bulgular neticesinde, hastaların sağlıklı beslenme ve diyet danışmanlığı hizmeti alma amacıyla farklı bir destinasyona seyahat etmelerinde açığa çıkan en çekici faktör olan “olumlu referanslar”dan sonra çekici faktörler; “kaliteli hizmet alma ihtiyacı”, “özel hastanenin sahip olduğu teknolojik olanaklar”, “özel hastanelerde sunulan birtakım özel olanaklar”, “ikamet edilen coğrafi yerdeki olanaksızlıklar”, “rakiplere göre daha uygun seans ücretiyle hizmet alma” ve “kurumun jeopolitik konumu” olarak sıralanmıştır.

Araştırmada hastaların/turistlerin sağlıklı beslenme ve diyet danışmanlığı hizmeti alma amacıyla farklı bir destinasyona seyahat etmelerinde onları en çok motive eden faktörün ise, “diyetisyenin olumlu imajı” olduğu tespit edilmiştir. Kwan ve diğerleri (2017), gerçekleştirdikleri çalışmalarında hastaların diyetisyen tercihlerinde diyetisyenin sağlık sektöründeki imajının önemli bir etkisinin bulunduğu değinmişlerdir. Böylece diyetisyenin kendi dalında olumlu bir imaja sahip olmasının hastaların/turistlerin farklı destinasyonlara seyahat etmelerinde etkili olan bir motivasyon kaynağı olduğu söylenebilir. Dolayısıyla bu sonuç, araştırmanın sonucuyla benzerlik göstermektedir. Bu araştırmadaki bulgular neticesinde, hastaların/turistlerin sağlıklı beslenme ve diyet danışmanlığı hizmeti alma amacıyla farklı bir destinasyona seyahat etmelerini sağlayan diğer itici faktörler sırasıyla; “çevreye daha çekici görünme ihtiyacı”, “yakın çevreden gelen kilo verme baskısı”, “sağlıklı olma ihtiyacı”, “özgüven kazanma”, “sağlıklı beslenme ihtiyacı”, “ebeveynliğe hazırlık” ve “yaşlanma hissini yenme” şeklinde saptanmıştır.

Bu araştırmada bulguların teyit edilmesi için sosyal medya platformlarından biri olan WhatsApp aracılığıyla aynı katılımcılara sorulan soru ışığında; hastaların/turistlerin sağlıklı beslenme ve diyet danışmanlığı hizmeti alma amacıyla farklı bir destinasyondaki diyetisyeni tercih etmelerinde en etkili faktörün “arkadaş/dost tavsiyesi” olduğu tespit edilmiştir. Goodman ve diğerleri (2018) de gerçekleştirdikleri çalışmalarında buna benzer şekilde hastaların sağlıklı beslenme ve diyet danışmanlığı hizmeti almadan önce hizmet almayı planladıkları diyetisyeni seçme aşamasında yakınları veya dostlarının tavsiyelerine güvenerek tercih yaptıklarına değinmişlerdir. Dolayısıyla bu sonuç, araştırmanın sonucuyla benzerlik göstermektedir. Böylece hastaların/turistlerin bu hizmeti alma amacıyla farklı bir destinasyona gitmelerinde arkadaş veya dost tavsiyesinin etkili bir faktör olduğu söylenebilir. Araştırmadaki bulgular neticesinde, “arkadaş/dost tavsiyesi”ne ek olarak “diyetisyenin tanınırlığı”, “sağlıklı beslenme açısından başarılı olunan hastalar” ve “kurumun markası” sırasıyla hastaların/turistlerin sağlıklı beslenme ve diyet danışmanlığı hizmeti alma amacıyla farklı bir destinasyona seyahat ederek sağlıklı beslenme ve diyet danışmanlığı hizmeti almalarında etkili olan diğer faktörler olarak tespit edilmiştir.

Bu araştırmada açığa çıkan sonuçlarla birlikte, turizm işletmelerine ve akademisyenlere birtakım öneriler sunulabilmektedir. Bu öneriler maddeler halinde şu şekildedir:

- Konaklama işletmeleri için geceleme satışlarının yanında tıpkı bünyesinde bulundurabildiği spor salonu, SPA ve restoran işletmeleri gibi konaklamayan müşterilerin de faydalanabildiği hizmet olanakları bulunabilmektedir. Konaklama işletmelerinin bünyelerinde çalışma odaları tahsis edilerek tıpkı bu departmanlar gibi, anlaşmalı bir diyetisyen vasıtasıyla bu işletmelerde müşterilere sağlıklı beslenme ve diyet danışmanlığı hizmeti verilebilir. Bu hizmet, işletmelerde konaklayan veya konaklamayan tüm müşterilere sağlanabilir. Böylece işletmenin gelir kalemleri genişletilebilir. Buna ilaveten, işletmelere yalnızca sağlıklı beslenme ve diyet danışmanlığı hizmeti almaya gelen müşterilere de günlük hamam kullanımı, SPA üyeliği, spor salonu üyeliği ve masaj gibi yeni ürünlerin pazarlanması sağlanabilir.
- Seyahat işletmeleri ve tur operatörlerinin; kendini kanıtlamış diyetisyenlerle özel anlaşmalar yaparak, sağlıklı beslenme ve diyet danışmanlığı hizmeti kapsamında birtakım turlar düzenlemeleri önerilebilir. Ayrıca bu işletmeler sağlık turizmi konseptli gününbirlik veya konaklamalı turlar organize ederken, sağlıklı beslenme ve diyet danışmanlığı hizmetini de paket turlardaki seçeneklere ekleyerek müşterilere daha çekici gelen yeni paket ürünler açığa çıkarabilirler.
- Sağlık turizmine ilişkin araştırma yapmayı planlayan araştırmacılara; hastaların sağlıklı beslenme ve diyet danışmanlığı hizmeti alma amacıyla başka destinasyonlara seyahat etmelerini incelemeye ilişkin yeni çalışmalar yapmaları önerilebilir. Bunun yanında araştırmacılar, turistlerin sağlık turizmi kapsamında diğer destinasyonlara gerçekleştirdikleri seyahatleri de mercek altına alabilirler. Örneğin; tıpkı medikal sağlık hizmeti veren bir doktor gibi iyi bir fizyoterapistten fiziksel tedavi alabilmek için bulunduğu yerden başka bir destinasyona seyahat eden turistlere yönelik çalışmaların yapılması da sağlık turizmi kapsamındaki alanyazına katkı sağlaması açısından araştırmacılara önerilebilir.

## 6. Kaynakça

- Babaoğlu, K. ve Hatun, Ş. (2002), 'Çocukluk Çağında Obezite' *STED*, 11 (5), ss. 169-171.
- Baloğlu, Ş. ve Uysal, M. (1996), 'Market Segments of Push and Pull Motivations: A Canonical Correlation Approach' *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 8 (3), ss. 32-38.
- Bekar, A. ve Belpınar, A. (2015), 'Turistlerin Gastronomi Turizmine İlişkin Görüşlerinin Milliyetlerine Göre Değerlendirilmesi' *Journal of Yasar University*, 10 (38), ss. 6519-6530.
- Boyne, S., Hall, D. ve Williams, F. (2003), 'Policy, Support and Promotion for Food Related Tourism Initiatives' *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 14 (3-4), ss. 131-154.
- Brytek, M. A. (2012), 'Orthorexia Nervosa an Eating Disorder, Obsessive-Compulsive Disorder or Disturbed Eating Habit?' *Archives of Psychiatry and Psychotherapy*, 1, ss. 55-60.
- Cha, S., McCleary, K. ve Uysal, M. (1995), 'Travel Motivation of Japanese Overseas Travelers: A Factor-Cluster Segmentation Approach' *Journal of Travel Research*, 34 (1), ss. 33-39.
- Cömert, M. ve Sökmen, A. (2017), 'Türkiye'de Gastronomi Turizmi: Antalya'da Konaklayan Turistler Üzerine Bir Araştırma' *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 14 (3), ss. 6-26.

- Crompton, J. L. (1979). 'Motivations for Pleasure Travel' *Annual of Tourism Research* 6, ss. 408-424.
- Çetinkaya, G, Kaplan, M, ve Ömürüş, E. (2019), 'Golf Turizm Motivasyonlarının İncelenmesi Antalya-Belek Destinasyonu Üzerine Nitel Bir Çalışma' *Journal of Yaşar University*, 14 (53), ss. 42-55.
- Dann, M. S. G. (1977), 'Tourist Motivation an Appraisal, *Annals of Tourism Research*' (8) 2, ss. 187-219.
- Demirbaş, N., Oktay, D. ve Tosun, D. (2006), 'AB Sürecindeki Türkiye'de Gıda Güvenliği Açısından Geleneksel Gıdaların Üretimi ve Pazarlanması' *Harran Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 10 (3/4), ss. 47-55.
- Giritlioğlu, İ. ve Avcıkurt, C. (2010), 'Şehirlerin Bir Turistik Olarak Pazarlanması, Örnek Şehirler ve Türkiye'deki Şehirler Üzerine Öneriler (Derlemeden Oluşmuş Bir Uygulama)' *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3 (4), ss. 74-89.
- Goodman E. M., Redmond J., Elia D., Harris S. R., Augustine M. B., Hand R. K. (2018), 'Practice Roles and Characteristics of Integrative and Functional Nutrition Registered Dietitian Nutritionists' *Journal of the Academy of Nutrition and Dietetics*, 118 (12), ss. 2356-2368.
- Gürsoy, A. (2005), 'Türkiye'de Beslenme Kültürü Hangi Açılardan İncelenebilir?' *V. Türk Kültürü Kongresi (Cilt XIV: Beslenme Kültürü)*, Atatürk Kültür Merkezi Başkanlığı Yayınları, Ankara, ss. 3-15.
- Jang, S. C. ve Cai, L. A. (2002), 'Travel Motivations and Destination Choice: A Study of British Outbound Market' *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 13 (3), ss. 111-133.
- Kim, S. S., Lee, C. K. ve Klenosky, D. B. (2003), 'The Influence of Push and Pull Factors at Korean National Parks' *Tourism Management*, 24 (2), ss. 169-180.
- Klenosky, D. B. (2002), 'The Pull of Tourism Destinations: A Means-End Investigation' *Journal of Travel Research*, 40, ss. 385-395.
- Kocabulut, Ö. (2016), 'Akademisyenlerin Uluslararası Kongre Katılım Motivasyonlarının Tespiti' *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 14 (1), ss. 48-58.
- Kocatepe, D. ve Tırıl, A. (2015), 'Sağlıklı Beslenme ve Geleneksel Gıdalar' *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3 (1), ss. 55-63.
- Korinith A, Schiess S, ve Westenhoefer, J. (2010), 'Eating Behaviour and Eating Disorders in Students of Nutrition Sciences' *Public Health Nutr*, 13, ss. 32-37.
- Kozak, M. (2002), 'Comparative Analysis of Tourist Motivations by Nationality and Destinations' *Tourism Management*, 23 (3), ss. 221-232.
- Kwan, B. M., Jortberg, B., Warman, M. K., Kane, I., Wearner, R., Koren, R., Carrigan, T., Martinez, V. ve Nease, D. E. (2017), 'Stakeholder Engagement in Diabetes Self-Management: Patient Preference for Peer Support and Other Insights' *Family Practice*, 34 (3), ss. 358-363.
- McGehee, G. N., Murphy, L. L. ve Uysal, M. (1996), 'The Australian International Pleasure Travel Market: Motivations from a Gendered Perspective' *The Journal of Tourism Studies*, 7 (1), ss. 45-57.
- Oh, C. H. Uysal, M. ve Weaver, A. P. (1995), 'Product Bundles and Market Segments Based on Travel Motivations: A Canonical Correlation Approach' *Int. J. Hospitality Management*, 14 (2), ss. 123-137.
- Sangpikul, A. (2008), 'Travel Motivations of Japanese Senior Travellers to Thailand' *International Journal of Tourism Research*, 10 (1), ss. 81-94.
- Shah S. M. (2012), *Orthorexia Nervosa: Healthy Eating or Eating Disorder?*, *Unpublished Masters Thesis*, Illinois, Eastern Illinois University.
- Sırakaya, E. ve Woodside, A. G. (2005), 'Building and Testing Theories of Decision Making By Travellers' *Tourism Management*, 26 (6), ss. 815-832.

- Sisk, R. J. (2000). Caregiver Burden and Health Promotion. *International Journal of Nursing Studies*, 37, ss. 37-43.
- Solmaz, B. ve Duğan, Ö. (2018), 'Sağlık Çalışanı ile Hasta ve Yakınları Arasında Yaşanan Şiddetin Nedenlerinden "İletişim" Üzerine Bir İnceleme' *AİBÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18 (2), ss. 185-206.
- Sünnetçioğlu, S. Mercan, Ş. O. Yıldırım, H. M. ve Türkmen, S. (2017), 'Veganların Restoranlarda Karşılaştıkları Sorunlar Üzerine Bir Araştırma' *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5 (2), 241-252.
- Uysal, M., Li, X. ve Sirakaya-Turk, E. (2008), 'Handbook of Hospitality Marketing Management' içinde H. Oh ve A. Pizam (Editörler), *Push-Pull Dynamics in Travel Decisions*, ss. 412-439, Oxford: Elsevier.
- Yoon, Y. ve Uysal, M. (2005), 'An Examination of the Effects of Motivation and Satisfaction on Destination Loyalty: A Structural Model' *Tourism Management*, 26 (1), ss. 45-56.
- Yousefi, M. ve Marzuki, A. (2012), 'Travel Motivations and the Influential Factors: The Case of Penang, Malaysia' *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 23 (2), ss. 169-176.
- Taşpınar, O. (2017), 'Gastronomi Turizmi Kapsamında Değerlendirilen Ürünlerin Marka Farkındalık, Bilinirlik ve Marka İmajı İlişkinin İncelenmesi: Şaraplar Üzerine Bir Araştırma' *Journal of Current Researches on Social Sciences*, 7 (2), ss. 219-226.
- Tikkanen, I. (2007), 'Maslow's Hierarchy and Food Tourism in Finland: Five Cases' *British Food Journal*, 109 (9), ss. 721-734.
- Zaybak, A. ve Fadiloğlu, Ç. (2004), 'Üniversite Öğrencilerinin Sağlığı Geliştirme Davranışı ve Bu Davranışı Etkileyen Etmenlerin Belirlenmesi' *Ege Üniversitesi Hemşirelik Yüksekokulu Dergisi*, 20 (1), ss.77-95.



T.C.  
ÇANAKKALE ONSEKİZ MART ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER VE EĞİTİM BİLİMLERİ ETİK KURULU

PROJE/ARAŞTIRMA DEĞERLENDİRME SONUÇ RAPORU

Toplantı Tarihi	16. 04. 2020
Toplantı Sayısı	03
Başvuru protokol numarası	2020/52
Başvuru tarihi	24.03.2020
Proje/araştırma başlığı	Turistlerin Sağlıklı Beslenme ve Diyet Danışmanlığı Hizmeti Alma Motivasyonu ile Gerçekleştirdikleri Turizm Hareketlerinde Çekici ve İtici Faktörler: Sosyal Medya Destekli Bir Araştırma
Proje/araştırma yürütücüsü	Oğuzhan DÜLGAROĞLU
Karar	Bilimsel araştırma etik kurallarına uygundur
Açıklamalar	-