



GASTRONOMİK UNSURLARIN VE BESLENME ALIŞKANLIKLARININ YÖRESEL MUTFAK TERCİHİNDEKİ ROLÜ: BALIKESİR'İ ZİYARET EDEN GASTRO TURİSTLER ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Yasemin ASİLTÜRK OKUTAN^{1*}

Özet

Gastronomi, alternatif turizm imkânı sağlama konusunda önemli bir rol oynamaktadır. Gastronomik davranışlar, bölgesel kalkınmaya etki eden önemli bir unsurdur. Geleneksel turizm anlayışından çıkarak farklı deneyimler kazanmak isteyen turistler için önemli bir tercih sebebi olmaktadır. Bir bölgenin gastronomi imajının oluşmasında yöresel ürünlerin kullanımı ve tanıtımı etkili olmaktadır. Rekabetin yoğun yaşandığı gastronomi turizminde bir destinasyonun gastronomi imajının oluşması kalkınması ve tanıtımı için önemli olmaktadır. Bu araştırmanın örneklem grubu Balıkesir'i gastronomik amaçlı ziyaret eden turistlerden oluşmaktadır. Araştırma verileri anket tekniği ile toplanmış olup, SPSS 21.0 paket programı aracılığı ile analiz edilmiştir. Araştırma verilerinin analizinde yüzde, frekans dağılımı ve değerlerin karşılaştırılması için ki kare analizi uygulanmıştır. Araştırmada Balıkesir'i ziyaret eden gastroturistlerin seyahatlerinde beslenme alışkanlıklarının yöresel ürünleri tercihlerine etki ettiği tespit edilmiştir. Ayrıca besin seçiminde fiyat, güvenli ve lezzetli olması gibi ölçütler yüksek puanda tercih edilebilir çıkmıştır. Gastronomi turizminin gelişmesi ve yöresel gastronomi unsurlarının daha iyi tanıtılması için tüm paydaşların birlikte stratejiler geliştirmesi gerekmektedir.

Anahtar Kelimeler: Gastroturist, Gastronomi Turizmi, Beslenme Alışkanlıkları, Yöresel Mutfak, Gastronomik Unsur.

The Role of Gastronomic Elements and Eating Habits of Gastrotourists in Their Regional Gastronomy Preferences: The Case of Balıkesir

Abstract

Gastronomy plays an important role in providing alternative tourism opportunities. It is an important factor affecting regional development. It is an important reason for preference for tourists who want to gain different experiences by leaving the traditional understanding of tourism. The use and promotion of local products are effective in the formation of a region's gastronomy image. In gastronomy tourism, where competition is intense, the formation of a destination's gastronomy image is important for its development and promotion. In this study, a sample group consisting of gastrotourists visiting Balıkesir was selected and a three-part questionnaire form developed by the researchers was used. The data obtained from the questionnaires were analyzed through SPSS 21.0 package program and chi-square analysis was applied for percentage, frequency distribution and comparison of values. In the study, it was found that the eating habits of gastrotourists visiting Balıkesir affect their preferences for local products and the criteria such as price, safety and taste were rated highly in food selection. All stakeholders should develop strategies together for the development of gastronomy tourism and better promotion of local gastronomy elements.

Keywords: Gastrotourist, Gastronomy Tourism, Eating Habits, Local Cuisine, Gastronomic Elements.

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, yasilturkokutan@agri.edu.tr, ORCID [0000-0001-9134-6995](https://orcid.org/0000-0001-9134-6995)

* Sorumlu yazar, Dr. Öğr. Üyesi Yasemin ASİLTÜRK OKUTAN.

Makalenin Künyesi: Asiltürk Okutan, Y. (2024). Gastronomik Unsurların ve Beslenme Alışkanlıklarının Yöresel Mutfak Tercihindeki Rolü: Balıkesir'i Ziyaret Eden Gastro Turistler Üzerine Bir Araştırma, *Sinop-e: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1 (1), 1-15.

Giriş

Besinler, insanların yaşamlarını sürdürmesi ve fizyolojik ihtiyaçlarını karşılamasında önemli rol oynamaktadır. Bireyler hayatları boyunca sağlıklı bir yaşam sürdürebilmek için beslenmelerine önem vermelidirler. Beslenmede yeterli ve dengeli yiyecek seçimi önemli olduğundan kişinin ihtiyaçları doğrultusunda beslenme alışkanlığı edinmesi gerekmektedir (zelik, 2000). nk doğru beslenme alışkanlıkları sağlık üzerinde önemli bir etkiye sahiptir.

Turistik gezilerde turistler gittikleri bölgenin tarihi ve doğal güzelliklerinin yanı sıra o yöreye ait yerel lezzetleri de keşfetmek istemektedirler. Son yıllarda klasik deniz turizmine alternatif olarak yeme-içme deneyimi kazanmaya yönelik yapılan seyahatler de önemli bir tercih haline gelmektedir (avuşoğlu ve avuşoğlu, 2018).

Yemek, turistik gezilerin kritik bir bileşeni rolündedir. nk yöresel lezzetler, bölge mutfağı hakkında bilgi vermekte ve yerel halk ile sosyalleşme imkânı sunarak turistlere motivasyon kaynağı olmaktadır (Chang, 2014). Yöresel yeme-içme kültürü neticesinde ortaya çıkan gastronomi turizmi bölge için sürdürülebilir bir ekonomi ile birlikte pozitif yönlü sosyal etkiler sağlamaktadır (Ballı, 2016). Turizm alanında başarılı olmak isteyen ülkeler bu durumun doğal getirisi olarak gastronomi turizmine önem vermektedir.

Rekabetin yoğun yaşandığı turizm pazarında bir destinasyon bölgesi, kendine özgü ürünleri ile öne çıkmaktadır. İhtiyaçları ve beklentileri farklı olan turistleri memnun edebilen bölgeler turizm pazarında yerini koruyabilmektedir. Bu sebeple yöresel mutfaklar önemli bir hal almakta ve yörenin gastronomi imajını oluşturmaktadır (Uyar ve Zengin, 2015).

Gastroturistler, daha önce deneyimlemediği bir ürünü deneyimlemek amacıyla seyahat edebilmektedir. Bu noktada yöresel gastronomi ürünleri turistleri bu seyahatlerine motive etme ve seyahat davranışlarını şekillendirmeye etki eden bir unsur olmaktadır (Harrington ve Ottenbacher, 2010). nk yöresel ürünler turistlere yalnızca yeni bir besin deneyimleme fırsatı vermemektedir. Aynı zamanda o yöreye ait mutfak kültürü hakkında bilgi sunmaktadır.

Destinasyonların tanıtımında ve turist çekmesinde yöresel yemekler önemli bir kaynaktır. Bir yöreye ait yemekleri kendi yerinde tatmak ve nasıl yapıldığını deneyimlemek gastroturistler için tercih sebebi olmaktadır (Cömert ve zkaya, 2014). Bireylerin ekonomik gelirlerinin artması ve farklı deneyimler yaşama isteklerinin oluşması gastronomi turizminin son yıllarda giderek artmasına yol açmaktadır.

Gastroturistlerin seyahatlerinde tercih ettikleri besin seçimlerinin incelenmesi gastronomi turizminin gelişmesine katkı sağlamaktadır. Bu çalışmanın temel amacı gastroturistlerin gastronomik unsurlar ve beslenme alışkanlıklarının yöresel mutfak tercihindeki rollerini tespit etmektir. Bu sayede tüm paydaşların bilgilenmesi sağlanarak, gastro turizminin gelişmesine katkı sağlayacağı düşünmektedir.

1.Literatür Taraması

1.1.Gastronomi Kavramı

Kelime anlamı olarak Yunancada “gastro” mide ve “nomos” kural, yasa ya da düzenleme anlamına gelen gastronomi; antropoloji, sosyoloji, ekonomi, kimya, ziraat, çevre-bilim ve tıp bilimleri gibi çeşitli bilim dallarıyla etkileşim halindedir (Göker, 2011). Yeme-içme ile ilgili tüm kural ve normları ifade eden gastronomi kültür, tarih, yetenek ve tecrübe ile harmanlanmıştır (Aksoy, 2015). Gastronomi kavramı yerel ürünler, kültür, yaşam tarzı ve sürdürülebilir değerler anlamına da gelmektedir. Bu nedenle gastronomi kavramı kültür ve gelenekleri, sağlıklı bir yaşam tarzı, özgünlük, sürdürülebilirlik ve deneyim gibi tüm geleneksel değerleri içermektedir.

Gıdaların nerede, ne zaman, nasıl, ne kadar, ne şekilde ve ne ile beraber yenilip içileceğine dair tavsiye ve rehber (Üner, 2014) olarak tanımlanan gastronomi alanının konusu insandır. Başka bir tanıma göre gastronomi; yiyecek ve içeceklerin tarihsel gelişme sürecinden başlayarak tüm özelliklerinin ayrıntılı bir biçimde tanımlanarak uygulanması ve geliştirilerek günümüz şartlarına uyarlanması çalışmalarını kapsamaktadır (Deveci vd., 2013).

Kısaca gastronomi; yiyecek ve içecek ile ilgili kullanılan malzemelerin nasıl kullanılması gerektiğini anlatan, farklı mutfak kültürleri arasındaki benzerlik ve farklılığı ortaya koyan, bir yemekten alınan tadı doruk noktasına çıkarmaya ve tarih, kültür ve yemeği bir arada sunmaya çalışan bir bilim dalıdır (Akgöl, 2012).

Correia (2008) göre; gastronomi salt kültürel bir çekicilik unsuru değil aynı zamanda farklı kültürel ürünleri tamamlayıcı bir enstrümandır. Bu tamamlayıcı yönü ile de sürdürülebilir turizmde önemli bir yere sahiptir. Yerel ekonomiye kazanç sağladığı gibi yerel tüketimi de artıran gastronomi, destinasyonlar için yerel mutfağın sembolik bir unsurudur ve sağladığı çekicilikle de destinasyonlara rekabette avantaj sağlamaktadır. Destinasyonun mutfak ile ilgili mirasının turizm ürünü olarak kabul edilmesi oldukça önemlidir. Kaliteli yiyecek ve içeceği turizm ürününe dönüştürerek turistlerin deneyimine sunmak mümkündür. Bu turizm ürününe yapılan harcama yöre halkı ve bölge ekonomisine katkı sağlayarak bölgede çarpan etkisi oluşturabilmektedir (Deveci vd., 2013).

1.2.Gastroturist

Gastronomi turizminde iyi kaliteli yerel ürünler kavramı önemlidir. Bu amaçla yapılan gastronomi turizmi belirli bir bölgeye belirli bir amaçla yapılan turizm faaliyeti olarak öne çıkmaktadır. Bu tarz faaliyetlere katılan turistler daha deneyimli, kültür düzeyi yüksek ve daha çok boş zamanı olan ve günlük rutin işlerinden farklı beklentileri olan gruplardır. Çünkü turistler gastronomik değerlerdeki yemeklerin efsanelerini ve yiyeceklerle ilgili hikayeleri ve yemeğin geçmişini merak etmektedirler (Gheorghe, 2014).

Her yerde bulunmayan yiyecekleri keşfetmek için farklı ülkelere seyahat eden gruplar “gastro turist” kavramının ortaya çıkmasına neden olmuştur (Hatipoğlu, 2010). Gastro turisti kavramını temel seyahat motivasyonlarından biri gastronomik deneyimler yaşamak olan, bulunduğu destinasyonda yiyecek içeceklerle ilgili aktivitelere katılan özel ilgi turisti olarak tanımlamak da mümkündür (Üner, 2014). Gastro turist olarak adlandırılan kişiler turist kelimesinin tanımından yola çıkılarak sadece yemek yemek için buldukları ülkeden başka bir ülkeye gidebilecek boş zamana, yeterli maddi imkâna, isteğe ve güdülenmeye sahip turistlerdir.

Toplumun gastronomi ile yakından ilgilenen her bir ferdi geleneksel yemekler, üst tabaka yemekleri ve bir ülkenin özel bir yemeği ile ilgilenmektedir. Bu üç kesimle bütünleşen yemeklerin hepsiyle, uygun yer, zaman ve mekânda ilgilenenlerin oluşturduğu turizm alanında seyahat edenler gastro turist olarak değerlendirilmektedir (Hatipoğlu, 2010).

Ayrıca gastro turist; ünlü veya yeni açılan bir yiyecek içecek mekânını ziyaret etmek için uzun yollar kat edebilecek, tatil programını mevsimlik meyve ve sebzeleri hesaba katarak ve yemek festivallerinin zamanını göz önünde bulundurarak yapabilecek bir turist tipi olarak tanımlanmaktadır (Akgöl, 2012). Bu turistler tatillerinde daha çok keşif ruhlarını ortaya çıkaran araştırmacı turist grubuna girmektedir. Kişisel düşkünlükleri, dinlenme ve romantizmin keyfini sürmeyi talep ederler. Yüksek harcama grubundan olan gastro turistler dış mekân aktiviteleri ve kültürel aktivitelerden hoşlanmaktadır (Öney, 2013).

Gastro-turist kavramı, yalnızca belli bir yörede bulunan besinleri keşfetmek amacıyla farklı yerlere seyahat eden grupları ifade etmektedir (Hatipoğlu, 2010). Gastro-turistler, gastronomik deneyim yaşama motivasyonu bulunan ve bir öreye ait yiyecek-içecek aktivitelerine katılmayı tercih eden özel ilgi turistleridir (Üner, 2014).

Gastronomi turizminde yerel ürünlerin kalitesi önemli bir etkidir. Gastronomi turizmi bu amaçla belli bir bölgeye yapılan seyahatleri içermektedir. Bu faaliyetleri gerçekleştiren turistler farklı beklentileri olan ve yüksek kültür düzeyli ve günlük rutinlerin dışına çıkmak isteyen gruplardır. Çünkü gastro-turistler deneyimledikleri yemeklerin geçmişini ve hikâyelerini de merak etmektedirler (Gheorghe,2014).

1.3.Beslenme Alışkanlıkları

Beslenme, bireylerin büyüyüp gelişmesi ve sağlıklı yaşaması için gerekli tüm besin öğelerinin yeterli miktarda alınmasıdır (Sağlık Bakanlığı, 2019). Beslenme yalnızca bir karın doyurma faaliyeti olarak algılanmamalı, aynı zamanda sağlığı koruyan ve yaşam kalitesini artıran bilinçli bir davranış olarak düşünölmelidir. Beslenmede amaç vücut için gerekli olan besinlerin yeterli ve dengeli miktarlarda alınmasıdır. Sağlıklı beslenme faaliyeti de yaşamı sürdürmek için gerekli olan enerjinin sağlanması için uygun besinlerin tercih edilmesidir (Arslan, 2018).

Sağlıklı beslenme, bireylerin sağlıklı yaşaması için ihtiyaç duyulan besinlerin uygun miktarlarda alınmasını içermektedir. Çünkü bir besinin eksik alınması kadar fazla alınması da önemlidir. Bireylerin besin seçimlerinde yaşı, cinsiyeti, çevresi, gelenekleri, ekonomik durumları ve sosyo-kültürel yapısı etkili olmaktadır (Arslan, 2018). Kültürel yapının beslenme alışkanlıkları üzerindeki etkisi yörenin gastronomi imajına da etki etmektedir.

Beslenme alışkanlıkları yeterli ve dengeli beslenmeyi sağlayabileceği gibi yetersiz ve dengesiz beslenmeye de sebep olabilmektedir. Yetersiz ve dengesiz beslenme alışkanlıklarını etkileyen ekonomik olarak istenilen düzeyde olamama, besinlerin üretiminde meydana gelen gelişmelerin takip edilememesi, beslenme konusundaki bilgi düzeyinin düşük olması, ailelerin yapıları ve aile içerisindeki roller, evre kuralları, sağlığın bu konu ile yoğun ilişki içinde olması gibi sebepler beslenme davranışlarının alışkanlığa dönüşmesine zemin hazırlamaktadır (Arcas 2015).

2.Yöntem

2.1.Araştırmanın Konusu

Besinler insanların yaşamlarını sürdürmesi ve fizyolojik ihtiyaçlarını karşılamasında önemli rol oynamaktadır. Bireylerin hayatları boyunca sağlıklı bir yaşam sürdürebilmesi için beslenmelerine önem vermeleri gerekmektedir. Turistik gezilerde kişiler gittikleri bölgenin tarihi ve doğal güzelliklerinin yanı sıra o yöreye ait yerel lezzetleri de keşfetmek istemektedirler. Son yıllarda klasik deniz turizmine alternatif olarak yeme-içme deneyimi kazanmaya yönelik yapılan seyahatlerde önemli bir tercih haline gelmektedir (avuşoğlu ve avuşoğlu, 2018).

Bu sebeple araştırmanın konusunu turizmde önemli bir alternatif olan gastronomi turizmini tercih eden gastroturistlerin seyahatlerine etki eden gastronomi unsurlarının ve beslenme alışkanlıklarının, yöresel gastronomi ürünlerini tercihlerinde rollerin belirlenmesi oluşturmaktadır.

2.2.Araştırmanın Yöntemi

Bu çalışmada veri toplama yöntemi olarak anket tekniği kullanılmıştır. Anket,  bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde katılımcıların demografik özelliklerini belirlemek amacıyla beş soru bulunmaktadır. İkinci bölümde seyahatleri esnasında seçtikleri besinlerde nelere dikkat ettiklerini belirlemek amacıyla Contento (2011) tarafından geliştirilen 15 maddeli ölçek kullanılmıştır. Bu bölümdeki ölçeğin Cronbach Alfa güvenilirlik katsayısı $\alpha=0.870$ 'dir. nc bölümde ise, gastroturistlerin seyahatlerinde gösterdikleri gastronomi davranışlarını ve destinasyon seçimlerine etki eden gastronomi unsurlarını belirlemek amacıyla Aslan ve Aktaş (2011) tarafından geliştirilen ve 11 sorudan oluşan ölçek kullanılmıştır. Bu bölümdeki ölçeğin Cronbach Alfa güvenilirlik katsayısı $\alpha=0.890$ 'dir.

3.Bulgular

Katılımcıların demografik özelliklerine ait bulgular Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1. *Katılımcıların Demografik Özellikleri*

	n	%
Cinsiyet		
Kadın	215	52,5
Erkek	169	48,5
Medeni Durum		
Evli	206	53,6
Bekâr	178	46,4
Yaş		
18-30	180	37,7
31-40	55	14,2
41-50	79	28,6
51-60	51	11,3
65 yaş üzeri	19	8,2
Aylık Gelir		
0-5000 tl	27	16,2
5001-10000 tl	113	24,7
10.000 tl üzeri	244	60,1
Eğitim Durumu		
İlköğretim	31	8,1
Lise	86	22,4
Ön Lisans	103	26,8
Lisans	108	28,1
Lisansüstü	56	14,6

Tablo 1’de görüldüğü üzere katılımcıların %52,5’i kadın, % 48,5’i erkektir. %53,6’sı evli iken, %46,4’ü bekârlardan oluşmaktadır. Katılımcıların en yüksek yaş oranını %46,9 ile 18-30 arası oluşturmakta iken, aylık geliri en yüksek olan katılımcılar %33,6 ile 15.00 üzeridir. Ayrıca katılımcıların eğitim durumuna bakıldığında en yüksek oranın %28,1 ile lisans mezunu olduğu görülmektedir.

Tablo 2. *Gastroturistlerin Seyahatlerindeki Besin Seçimlerinde Tercih Ettiği zellikler*

Seyahatlerimde Seçerken	Besin	f	%	χ^2
Uygun Fiyatlı Olması				.038
Önemli		235	52,1	
Kısmen Önemli		130	43,0	
Önemsiz		19	4,9	
Bilindik Olması				.540
Önemli		214	56,3	
Kısmen Önemli		150	38,7	
Önemsiz		20	5,0	
Besleyiciliği				1.568
Önemli		257	65,2	
Kısmen Önemli		105	28,2	
Önemsiz		22	6,6	
Doyuruculuğu				1.215
Önemli		163	45,2	
Kısmen Önemli		74	21,8	
Önemsiz		60	12,7	
Sık Tükettiğim Bir Ürün Olması				.425
Önemli		189	59,3	
Kısmen Önemli		114	21,2	
Önemsiz		189	8,6	
Lezzeti				.325
Önemli		165	51,9	
Kısmen Önemli		79	13,4	
Önemsiz		47	11,1	
Hızlı Ve Kolay Hazırlanabilmesi				.025
Önemli		193	46,1	
Kısmen Önemli		63	14,7	
Önemsiz		85	27,3	
Tazeliği				2.783
Önemli		79	20,1	
Kısmen Önemli		83	24,6	

Önemsiz	78	18,2	
Güvenli Gıda Olması			.229
Önemli	214	45,3	
Kısmen Önemli	115	22,5	
Önemsiz	25	13,1	
İştah Açıcılığı			.585
Önemli	274	65,2	
Kısmen Önemli	72	23,2	
Önemsiz	38	11,6	
Gelenekselliği			.436
Önemli	296	69,8	
Kısmen Önemli	63	31,3	
Önemsiz	25	8,9	
Yöresel Olması			.165
Önemli	268	65,2	
Kısmen Önemli	55	14,2	
Önemsiz	61	20,6	
Dinime Uygunluğu			.918
Önemli	319	71,2	
Kısmen Önemli	44	21,8	
Önemsiz	21	7	
Mutfak Kültürüne Uyması			.450
Önemli	247	70,3	
Kısmen Önemli	100	18,2	
Önemsiz	37	11,5	
Helal Olması			1.361
Önemli	294	76,3	
Kısmen Önemli	70	18,2	
Önemsiz	20	5,5	

Tablo 2’de görüldüğü üzere gastroturistlerin seyahatlerindeki besin seçimlerinde uygun fiyat olması (%52,1), bilindik olması (%56,3), besleyiciliği (%65,2), doyuruculuğu (%45,2), sık tükettikleri ürün olması (%59,3), lezzetli olması (%51,9), hızlı ve kolay hazırlanması (46,1), tazeliği (24,6), güvenilir olması (%45,3) iştah açıcılığı (%65,2), gelenekselliği (%69,8), yöresel olması (%65,2), dinime uygunluğu (%71,2), mutfak kültürüne uygunluğu (%70,3), helal olması (%76,3) oranındadır.

Chang (2007)’in araştırmasında, turistlerin besin seçimlerinde lezzet, fiyat, kolaylık, temizlik, servis hızı, atmosfer gibi faktörlerin etkili olduğu bulunmuştur.

Budak ve iek (2002)'in yaptıkları çalışmada ise, katılımcıların %46,1'i Türkiye'de yedikleri yemeklerin lezzetli ve çeşitli olmasının Türkiye'ye tekrar gelmelerinde etkili olduğunu, Türk yemeklerinin lezzetli, görünüşünün güzel, miktar ve çeşit yönünden yeterli olduğunu ifade etmişlerdir.

Tablo 3. Gastroturistlerin Destinasyon Seçimlerine Etki Eden Gastronomi Unsurları ve Yöresel Gastronomi Tercihleri

Yöresel Davranışları	Gastronomi	f	%	χ^2
Yöreye Ait Yemek Kitabı Satın Alırım				8.985
Evet		226	65,6	
Hayır		48	12,5	
Bazen		110	21,9	
Yöresel rnleri Satın Alırım				1.628
Evet		294	75,3	
Hayır		30	6,1	
Bazen		60	18,6	
Yöresel Mutfak Araç Gereçlerini Satın Alırım				4.540
Evet		268	65,2	
Hayır		55	14,2	
Bazen		61	20,6	
Yediğim Yöresel rn Kendimde Denerim				.321
Evet		226	65,5	
Hayır		60	12,7	
Bazen		98	21,8	
Yöresel Restoranlarda Yemek Yerim				7.106
Evet		303	79,6	
Hayır		12	6,9	
Bazen		69	13,5	
Destinasyon Tercihi		f	%	
Beslenme Tercihlerim Destinasyon Seimimi Etkiler				.894
Evet		269	71,9	
Hayır		37	12,3	
Bazen		78	15,8	
Destinasyonun Gastronomi rn çeşitlerine Dikkat Ederim				3.567
Evet		257	66,1	
Hayır		36	18,2	

Bazen	31	15,7	
Destinasyona Ait Yöresel Ürünleri Gitmeden Öğrenirim			2.098
Evet	277	70,1	
Hayır	36	7,7	
Bazen	71	22,2	
Tüketeceğim Yiyeceklere Önceden Karar Veririm			1.416
Evet	244	70,3	
Hayır	108	21,2	
Bazen	32	8,5	
Yöresel Ürünlere Özel Bütçe Ayırırım			1.876
Evet	229	61,6	
Hayır	58	10,1	
Bazen	97	28,3	
Bütçemi Zorlamayacak Yerleri Seçerim			2.586
Evet	296	69,8	
Hayır	25	8,9	
Bazen	63	31,3	

Gastroturistlerin yöresel gastronomi davranışlarına bakıldığında; yöreye ait yemek kitabı satın alırım (%65,6), yöresel ürünleri satın alırım (%75,3), yöresel mutfak araç, gereç satın alırım (%65,2), yediğim yöresel ürünleri denerim (%65,5), yöresel restoranda yemek yerim (%79,6) oranındadır. Gastroturistlerin destinasyon tercihleri ise; beslenme tercihlerinin destinasyon seçimini etkilemesi (%71,9), destinasyonun gastronomi ürün çeşidine dikkat etme (%66,1), destinasyona ait yöresel ürünleri önceden öğrenme (%70,1), yiyeceklere önceden karar verme (%70,3), yöresel ürünlere özel bütçe ayırma (%61,6), bütçeyi zorlamayacak destinasyon seçimleri (%69,8) oranındadır.

Cohen ve Avieli (2004)'nin yemek algısı üzerine yaptıkları çalışmada, destinasyon için yemek kültürünün önemli bir unsur olduğu ancak turistlerin, seyahat amaçlarında gastronomik ürünleri temel bir unsur olarak görmedikleri belirlenmiştir. Hong Kong'u ziyaret eden turistler üzerinde yapılan araştırmada yöre mutfağının destinasyon seçimlerinde anlamlı bir rol oynadığı, yeniden ziyaret etme arzularında yemeklerin lezzetli olması, temizlik, ürün çeşitliliği gibi faktörlerin önemli olduğu saptanmıştır (Kivela ve Crotts, 2006).

Turistlerin memnuniyet beklentileri üzerine yapılan bir araştırmada (Correia, Moital, Costa ve Peres, 2008) ücret ve kalitenin birinci faktör olduğu belirlenmiştir. Benzer konuda yapılan diğeri bir çalışmada ise, turistlerin memnuniyetlerini etkileyen faktörlerin, yemek kalitesi ve ödedikleri ücretin karşılığını bulması, yemek çeşitliliği, ortam ve yemeğin sunumu olduğu belirtilmiştir (Nield, Kozak ve LeGrays, 2000).

Dünya Turizm Örgütü'ne (UNWTO) göre turistlerin %88,2'si seyahat için destinasyon seçme kararında yemeğin çok önemli olduğunu belirtmektedir (Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği [TÜRSAB], 2014). Bu araştırmada ise "Destinasyonun gastronomi zenginliğini göz önünde bulundururum" diyenlerin oranı erkeklerde %68,2 kadınlarda ise %73,9 olmuştur.

Yiyecek için yapılan harcama toplam turistik harcamaların yaklaşık üçte birini oluşturmaktadır (Torres, 2003). Bu araştırmada da katılımcıların yarıdan fazlası (%63) seyahatlerinde yemek için özel bir bütçe ayırdığını belirtmiştir. UNWTO'ya göre dünya turizm gelirleri içerisinde yeme-içme harcamalarının payı yüzde %30 seviyesindedir. Türkiye'ye 2014 yılında gelen 41 milyon 415 bin turistin yaptığı toplam 34,3 milyar dolar olup, bu harcamanın 6 milyar 523 milyon doları (turist başına 157.5 dolar) yeme içme için yapılmaktadır. Bu durum yeme içmeye yapılan harcamanın toplam harcamanın %19'unu oluşturduğu anlamına gelmektedir (TÜRSAB, 2014).

Sonuç ve Öneriler

Kültürün beslenme alışkanlıkları üzerindeki etkisi yörelerin gastronomi imajının oluşumuna katkı sağlamaktadır. Yerel destinasyonlarda yaşanacak gastronomi deneyiminin başka yerlerde gerçekteşmeyecek olması o yörenin gastronomi imajı için önemli bir etkidir. Gastro-turistlerin beslenme alışkanlıklarının yerel yemekleri deneyimleme aşamasında önemli bir rolü vardır. Bu çalışmada Balıkesir ilini ziyaret eden gastro-turistlerin seyahatlerine etki eden gastronomi unsurları ve beslenme alışkanlıklarının yöresel gastronomi tercihlerindeki rolü üzerine bir araştırma yapılmıştır.

Araştırmanın sonucunda gastro-turistlerin seyahatlerinde tercih ettikleri seçimlerinde uygun fiyatlı olması, helal ürün olması, lezzetli olması, bilindik olması gibi unsurlar yüksek oranda önemlidir. Bunların yanı sıra gastro-turistlerin yemek seçimlerinde yöresel ürün olması ve geleneksel olmasına da dikkat ettikleri sonucuna ulaşılmıştır. Araştırma bulgularına göre, katılımcıların seyahatlerinde destinasyonun gastronomi zenginliğini göz önünde bulundurdıkları söylenebilir. Gastro-turistlerin yöresel gastronomi davranışları arasında yöresel ürünleri ve yöresel mutfak araç-gereçleri satın alma yer almaktadır. Ayrıca yöresel restoranları tercih ettikleri ve yöresel yemekleri kendileri de denedikleri sonucuna ulaşılmıştır.

Mutfak kültürü ve gastronomi özelliklerin destinasyona rekabetçi bir üstünlük sağlayabilmesi, kültürel mirasın bir parçası olan bu ürünlerin pazarlanabilmesinde ilgili tüm paydaşların iş birliği içinde olmasına gereksinim vardır. Ayrıca gastro-turistlerin destinasyon tercihlerinde yörenin gastronomi ürünleri açısından zenginliğine dikkat ettikleri ve beslenme alışkanlıklarının destinasyon seçimlerinde önemli olduğu görülmüştür. Bunun yanı sıra bir destinasyona ait yöresel ürünleri gitmeden inceledikleri ve bütçelerini zorlamayacak yerleri seçtikleri bilgisi elde edilmiştir. Ayrıca yöresel ürünlere ayrı bir bütçe ayırdıkları da görülmüştür.

Mutfak kültürünün geleneksel özellikleriyle turizm bölgelerindeki otel ve restoran menülerine kazandırılması, tur rehberlerinin destinasyonun yöresel yiyecek ve içecekleri konusundaki bilgi, tutum

ve davranışları, turistler için o yörenin yemeklerini denemelerine olanak sağlayacak organizasyonlar düzenlemeleri gastronomi turizminin gelişimi açısından yarar sağlayabilecektir.

Turizm araştırmaları içinde besin seçimi ve gastronomi turizmine yönelik davranışları incelemeye yönelik Türkiye’de yürütülen çalışmaların sınırlılığı göz önüne alındığında bu araştırma benzer konuda araştırma yapacaklara ışık tutabilecektir. Ayrıca, turistlerin gastronomi turizmine yönelik tercih ve beklentilerinin daha geniş örneklem gruplarında bilimsel yöntemlerle incelenmesi sorunların zmne katkı sağlayabilecektir.

Bir destinasyonun rekabetçi olabilmesi gastronomi özellikleri ile bağlantılı olmakta ve kültürel mirasın parçası haline gelmektedir. Bu sebeple destinasyonların gastroturistlerin beklenti ve ihtiyaçlarını karşılayabilmek ve memnuniyet sağlamak adına ürün tanıtımlarını daha iyi gerçekleştirmeleri gerekmektedir.

Beyan

Çalışma tek yazarlı olduğundan yazarın katkısı %100dr. Çalışmanın herhangi bir kişisel ve finansal çıkar atışması bulunmamaktadır. Etik kurul iznine gerek olmamaktadır.

Kaynakça

- Akgöl, Y. (2012). Gastronomi Turizmi ve Türkiye'yi Ziyaret Eden Yabancı Turistlerin Gastronomi Deneyimlerinin Değerlendirilmesi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.
- Aksoy, M. & Sezgi, G. (2015). Gastronomi Turizmi ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi Gastronomik Unsurları. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(3), 79-89.
- Aksu, M., Gezen, A., & Özcan, S. (2017). Turistlerin Yöresel Mutfak Tercihleri İle İlgili Bir Araştırma: Bozcaada Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5 (Special Issue 2), 125-137.
- Arcas, M. (2015), Differences in Food Intake and Nutritional Habits Between Spanish Adolescents Who Engage in Ski Activity and Those Who Do Not, *Nutrición Hospitalaria*, 31 (2), 936-943.
- Arslan, M. (2018). Beslenme Alışkanlıkları ve Fiziksel Aktivite Düzeylerinin Analizi: Marmara Üniversitesi Öğretim Üyeleri Üzerine Bir Çalışma. *Dicle Tıp Dergisi*, 4 (1), 59 – 69.
- Ballı, E. (2016). Gastronomi Turizmi Açısından Adana Sokak Lezzetleri. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(Özel sayı), 3-17.
- Bayrakcı, S. & Akdağ, G. (2016). Yerel Yemek Tüketim Motivasyonlarının Turistlerin Tekrar Ziyaret Eğilimlerine Etkisi: Gaziantep'i Ziyaret Eden Yerli Turistler Üzerine Bir Araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 27(1), 96-110.
- Chang, R. C. Y. (2014). The Influence of Attitudes Towards Healthy Eating on Food Consumption When Travelling. *Current Issues in Tourism*, 20(4), 369–390. doi:10.1080/13683500.2014.890579
- Correia, A., Moital, M., Da Costa, C.F. & Peres, R. (2008). The Determinants of Gastronomic Tourists' Satisfaction: A Second-Order Factor Analysis. *Journal of Foodservice*, 19(3), 164-176.
- Cömert, M., & Özkaya, F.D. (2014), Gastronomi Turizminde Türk Mutfağının Önemi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(2), 62-66.
- Çalışkan, O. (2013). Destinasyon Rekabetçiliği ve Seyahat Motivasyonu Bakımından Gastronomik Kimlik. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1(2), 39-51.
- Çavuşoğlu, M. & Çavuşoğlu, O. (2018). Gastronomi Turizmi ve Kıbrıs Sokak Lezzetleri Üzerine Bir Araştırma. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(Ek.1), 637-651.
- Derin, D.Ö., Keskin, S., & Çelikörs, D. (2015). Konya İl Merkezinde Çalışan Bazı Kamu Memurlarının Beslenme Alışkanlıkları Üzerine Bir Araştırma. *Gümüşhane Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*. 4 (3), 421-439.
- Deveci, B., Türkmen, S. & Avcıkurt, C. (2013). Kırsal Turizm ile Gastronomi Turizmi İlişkisi: Bigadiç Örneği. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 3(2), 29-34.
- Gheorghe G., Tudorache P. & Nistoreanu P. (2014). Gastronomic Tourism, A New Trend for Contemporary Tourism. *Cactus Tourism Journal*, 9(1), 12-21.

- Göker, G. (2011). Destinasyon Çekicilik Unsuru Olarak Gastronomi Turizmi (Balıkesir İli Örneği). Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Hatipoğlu A., Batman, O. & Sarışık, M. (2009). Gastronomi ve Din. *3.Ulusal Gastronomi Sempozyumu*, 17-18 Nisan 2009, Antalya.
- Hatipoğlu, A. (2010). İnançların Gastronomi Üzerine Etkileri Bodrumdaki Beş Yıldızlı Otellerin Mutfak Yöneticilerinin Görüşlerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Harrington, R.J. & Ottenbacher, M.C. (2010), Culinary Tourism: A Case Study of the Gastronomic Capital. *Journal of Culinary Science & Technology*, 8(1), 14-32.
- Kim, S. & Choe, J.Y. (2019). Testing an Attribute-Benefit-Value-İntention (ABVI) Model of Local Food Consumption as Perceived by Foreign Tourists. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 31 (1), 123-140. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-10-2017-0661>
- Öney, H. (2013). Gastronomi Turizmi. Alternatif Turizm, Bahçe, S. (Ed.), Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları. Eskişehir, Web Ofset Tesisleri, 159-171.
- Özçelik, A.(2000). Sağlık Personelinin Beslenme Alışkanlıkları Üzerine Bir Araştırma. *Gıda*, 25(2), 93-99.
- Sağlık Bakanlığı Temel Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü. (2019). Türkiye Beslenme Rehberi TÜBER 2015, T.C. Sağlık Bakanlığı Yayın No: 1031, Ankara. ISBN: 978-975-590-608-9.
- Sarışık, M. & Özbay, G. (2015). Gastronomi Turizmi Üzerine Bir Literatür İncelemesi. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 26(2), 264-278.
- Uyar, H. & Zengin B. (2015), Gastronomi Turizminin Alternatif Turizm Çeşidi Olarak Değerlendirilmesi Bağlamında Gastronomi Turizm İndeksinin Oluşturulması, *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 17, 355-376.
- Üner, E.H. (2014). Her şey Dahil Sistemde Türkiye Gastronomi Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Yıldırım, F. & Çengel, Ö. (2013). Hızlı Gıda Tüketimi ve Tüketicilerin Değerleri ve Yaşam Tarzlarının İlişkisi Üzerine Bir Araştırma. *Online Academic Journal of Information Technology*, 4(11), 1-14.

Extended Abstract

Food plays an important role in sustaining people's lives and meeting their physiological needs. Individuals should give importance to their nutrition to maintain a healthy life throughout their lives. Since adequate and balanced food selection is important in nutrition, individuals should acquire eating habits in line with their needs (Özçelik, 2000). Because correct eating habits have a significant impact on health.

In touristic trips, tourists want to discover the historical and natural beauties of the region as well as the local flavors of that region. In recent years, as an alternative to classical sea tourism, traveling to gain food and beverage experience has become an important choice (Çavuşoğlu & Çavuşoğlu, 2018).

Food is a critical component of tourist trips. Because local flavors provide information about the cuisine of the region and provide motivate tourists by offering the opportunity to socialize with local people (Chang, 2014). Gastronomy tourism, which emerges from local food and beverage culture, provides a sustainable economy and positive social impacts for the region (Ballı, 2016). Countries that want to be successful in the field of tourism attach importance to gastronomy tourism as a natural consequence of this situation.

In the intensely competitive tourism market, a destination region stands out with its unique products. Regions that are able to satisfy tourists with different needs and expectations are able to attract tourists in the tourism market.

Gastronomy plays an vital role in providing alternative tourism opportunities. It is an important factor affecting regional development. It is an important reason for preference for tourists who want to gain different experiences by leaving the traditional understanding of tourism. The use and promotion of local products are effective in the forming a region's gastronomy image. In gastronomy tourism, where competition is intense, the formation of a destination's gastronomy image is important for its development and promotion.

In this study, a sample group consisting of gastrotourists visiting Balıkesir was selected and a three-part questionnaire form developed by the researchers was used. The data obtained from the questionnaires was analyzed through SPSS 21.0 package program and chi-square analysis was applied for percentage, frequency distribution and comparison of values. In the study, it was found that the eating habits of gastrotourists visiting Balıkesir affect their preferences for local products and criteria such as price, safety and taste were rated highly in food selection. All stakeholders should develop strategies together for the development of gastronomy tourism and better promotion of local gastronomy elements.