



Turizm Akademik Dergisi

Tourism Academic Journal

www.turizmakademik.com



İkincil Konut Sahiplerinin Yiyecek Tercihleri*

Havva GÖZGEÇ MUTLU**a , Cevdet AVCIKURT^b

^a Bandırma Onyedli Eylül Üniversitesi, Ömer Seyfettin Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları, BALIKESİR, Turkey, hgozgec@bandirma.edu.tr, orcid.org/0000-0003-3891-8960

^b Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, BALIKESİR, Turkey, avcikurt@balikesir.edu.tr, orcid.org/0000-0002-9169-9763

Öz

Turizmde yiyecek tercihi konusundaki araştırmaların azlığı göz önüne alındığında, bu çalışma, gözlem ve bireysel görüşmeler yoluyla katılımcıların ikincil konut yaşantılarında yemek tercihlerini derinlemesine anlamaya yönelik ilk girişimdir. Bu çalışmanın amacı; ikincil konut sahiplerinin gastronomik kişilik özelliklerinin, yiyecek tercihlerinin, bu tercihler altında yatan sebeplerin ve yiyecek tercihlerinde aile etkisinin rolünün belirlenmesidir. Balıkesir'in Erdek ilçesinde yaşayan 10 ikincil konut sahibi araştırma örneklemini oluşturmaktadır. Çalışma nitel araştırma paradigmasına dayanmaktadır. Alanyazın taraması sonucunda yapılandırılmış mülakat soru formu hazırlanmıştır. Veriler katılımcılardan yüz yüze derinlemesine görüşme tekniği ile toplanmıştır. Verilere, MAXQDA programı aracılığıyla içerik analizi uygulanmıştır. Araştırma sonucunda katılımcıların çoğunluğunun deniz mahsullerini, zeytinyağlı sebzeleri ve beyaz-kırmızı etleri tercih ettikleri, bu tercihlerinde özellikle sağlık, tazelik ve lezzet faktörünün etkili olduğu ortaya çıkmıştır. Ayrıca erkek katılımcıların hepsinde neofobik gastronomik kişilik özelliklerine, kadın katılımcıların da bazılarında neofilik gastronomik kişilik özelliklerine rastlanmıştır. Bu çalışma Erdek'te özgü yerel yiyecek ve içecekleri ortaya çıkararak, ilçenin pazarlanmasında turizm politika yapımcılarına ipuçları sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Yiyecek tercihleri, gastronomik kişilik özelliği, ikincil konut sahipleri, MAXQDA.

Food Preferences of Secondary Homeowners

Abstract

Given the scarcity of research on food preferences in tourism, this study is the first attempt to deeply understand the food preferences of the participants in their secondary home life through observations and individual interviews. The aim of this study is; It is the determination of the gastronomic personality traits of the second house owners, their food preferences the underlying reasons for these preferences and the role of family influence in their food choices. As a sample, 10 secondary house owners living in Erdek district of Balıkesir were selected. The study is based on the qualitative research paradigm. A semi-structured interview questionnaire was prepared as a result of the literature review. Data were collected from the participants with face to face in-depth interview technique. Content analysis was employed to the data through the MAXQDA program. As a result of the research, it was found that the majority of the participants preferred seafood, vegetables with olive oil and white-red meat, especially the health, freshness and taste factors were effective in these preferences. In addition, there was neophobic gastronomic personality in all male participants, and neophilic gastronomic personality in some of the female participants. This study reveals local foods and beverages specific to Erdek and provides clues to tourism policy makers in the marketing of Erdek.

Keywords: Food preferences, gastronomic personality trait, secondary homeowners, MAXQDA.

JEL CODE: L83, L66

Makalenin Geçmişi:

Gönderim Tarihi : 03.03.2019

Birinci Düzeltme : 07.05.2020

İkinci Düzeltme : 27.10.2020

Kabul : 24.02.2021

Makale Türü : Araştırma Makalesi

Gözgeç Mutlu, H. & Avcıkurt, C. (2021). İkincil Konut Sahiplerinin Yiyecek Tercihleri, Turizm Akademik Dergisi, 8 (1), 167-180.

* Bu çalışmada veri toplama süreci 10 Aralık 2018-15 Ocak 2019 tarihlerinde tamamlanmış olup Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı TR Dizin Etik Kurul Kriterleri 1 Ocak 2020 tarihinde ilan edilmiştir.

** Sorumlu yazar e-posta: Bandırma Onyedli Eylül Üniversitesi, Ömer Seyfettin Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları, hgozgec@bandirma.edu.tr

GİRİŞ

Osmanlı döneminde varlıklı, statü sahibi ailelerin, İstanbul ve çevresindeki yazlık olarak isimlendirilen mekânlara yaptıkları seyahatler Türkiye'deki iç turizm hareketlerinin başlangıcını oluşturduğu düşünülmektedir (Kervankıran & Çuhadar, 2017). İç turizm dünyanın birçok yerinde toplam turizm hareketleri içerisinde önemli bir paya sahiptir (Turner & Reisinger, 2001: 15). Özellikle yazlık olarak adlandırılan ikincil konutlar bölgenin ekonomisini canlandırmaktadır. Türkiye'nin iç turizm hareketliliğinde meydana gelen 633.721 toplam geceleme sayısının 545.101'i arkadaş, akraba evi ve kişinin kendi evi olarak tespit edilen konutlarda yapılmıştır. Ayrıca son on yılda en fazla geceleme sayısı yine bu konutlarda gerçekleşmiştir (TÜİK, 2018).

İç turizm hareketlerinde bu konutların önemli bir paya sahip olduğu açıktır. Her ne kadar Türkiye'de ikincil konutlara yönelik çalışmalar yapılmış olsa da bu çalışmalar genellikle ikincil konutların ekonomik, çevresel ve sosyo-kültürel etkileri (Bakırcı, 2007; Baltacı, 2011; Gülcan, 2013; Gündüz, 2003; Kılıçaslan, 2006; Okuyucu & Somuncu, 2015; Sulak & Türk, 2015), ikincil konutların turizm sektörüne kazandırılması üzerine yapılmıştır (Gökdeniz, 2010; Kozak & Duman 2011; Manisa, 2007; Özsoy, 2015; Serengil, 2000). Bu konutlarda ikamet edenlerin gastronomik yönleri ele alınmamıştır. Oysaki beslenme insanın en temel ihtiyaçlarından biridir. İnsanın ve bölgenin anlaşılmasında önemli ipuçları sunmaktadır. İnsanların ikincil konutların da ikamet ettikleri süre içerisinde yiyecek tercihleri ve nedenleri, bölgeye özgü yiyeceklere olan yaklaşımları araştırmanın temel sorununu oluşturmaktadır.

Literatürde yiyecek tercihlerini etkileyen faktörleri ele alan birçok araştırmaya rastlanmıştır (Bayrakçı & Akdağ, 2016; Girgin, 2018; Kim, Eves & Scarles, 2009; Semerci & Akbaba, 2018; Quan & Wang, 2004; Sparks, Bowen & Klag, 2003). Fakat ikincil konut sahiplerinin yerel yiyecek tercihlerini araştıran bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu nedenle çalışma, ikincil konut sahiplerinin yiyecek tercihleri ve bu tercihlerinin altında yatan motivasyon faktörlerini araştırmayı amaçlamaktadır. Ayrıca, Cohen & Avieli (2004) turizmde bilinmeyen yiyeceklere maruz kalan turistlerin mutfak alışkanlıklarının incelenmesinin önemli olduğunu vurgulamıştır. Buradan hareketle ikincil konut sahiplerinin bölgenin coğrafyasına ve mutfağına maruz kalması yeni yiyeceklere ne kadar açık ve kapalı olduklarının araştırılmasını gerekli kılmıştır. Bu nedenle ikincil konut sahiplerinin gastronomik kişilik özelliklerinin de araştırılması gerekli görülmüştür. Olayı, derinlemesine ve keşfedici bir şekilde ele alabilmek için nitel bir desene başvurulmuştur.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Yiyecek Tercihi

Geçmişten günümüzde gıdaya olan ihtiyaç değişmemiş, sadece tüketim kalıplarında değişimler yaşanmıştır. En önemli fizyolojik ihtiyaçlardan biri olan gıda tüketimi bireylerin yaşamsal faaliyetlerini sürdürmelerini sağlamaktadır. Bireylerin gıda tüketimlerinde tercihlerinin büyük etkileri vardır. Gıda tercihi, diğer gıda öğelerinin arasından birisinin seçilmesi olarak tanımlanabilir (Rozin & Vollmecke, 1986). Gıda tercihinin etkileyen faktörler Randall & Sanjur (1981: 154) tarafından üç grupta toplanmıştır. Bunlardan birincisi yaş, cinsiyet, eğitim, gelir, beslenme bilgisi, yemek pişirme tekniği, sağlık ile ilgili tutumlar gibi birey özelliklerinden; ikincisi lezzet, görünüm, kıvam, maliyet, yiyecek tipi, hazırlama şekli, yiyecek kombinasyonu gibi gıda özelliklerinden ve üçüncüsü dönem, istihdam, erişilebilirlik, şehirleşme, aile büyüklüğü, aile ortamı gibi çevresel faktörlerden oluşmaktadır. Kim, Eves & Scarles (2009) ise yine yiyecek tercihinin etkileyen faktörleri üç gruba ayırmıştır. Birincisi heyecan verici deneyim, rutinden kaçma, sağlık kaygısı, öğrenme bilgisi, otantik deneyim, birliktelik, prestij, duyuşsal cazibe ve fiziksel çevre gibi motivasyonel faktörler; ikincisi cinsiyet, yaş ve eğitim gibi demografik faktörler; üçüncüsü gıda neofili, gıda neofobisi gibi kişilik özellikleri şeklindedir.

Motivasyon, bireyi arzu edilen memnuniyeti elde etmesi için belirli bir şekilde harekete yönlendiren ihtiyaçtır (Beerli & Martin, 2004: 626). Motivasyon çekici ve itici olmak üzere iki faktöre ayrılmaktadır. İtici faktörler; insanın seyahatiyle ilgili içsel dürtülerle, çekici faktörler ise turistlerin ihtiyaç ve beklentilerini karşılayan destinasyonun çekicilikleri ile ilgilidir (Crompton, 1979: 416). Yerel yiyecekler destinasyon seçiminde ve ilk defa gelecek kişiler üzerinde çekicilik oluşturmaktadır. Destinasyondaki yerel restoranlar turistlere tarafından en ilgi çekici restoranlar olarak görülmektedir. Ayrıca, mutfak kültürü yabancı turistlerin ilgili destinasyonu ve yerel yemek sunan restoranları tercih etmesinde etkili olmaktadır (Aslan, Güneren & Çoban, 2014: 4; Bayrakçı & Akdağ, 2016; Zağralı & Akbaba, 2015). Quan & Wang (2004) yerel yemekleri turistlerin seyahatlerinde önemli bir turistik deneyim olarak gördüklerini ifade etmiştir. Yapılan birçok çalışmada yerel gıda tüketim motivasyon faktörleri belirlenmiştir. Bu motivasyon faktörleri; kültürel deneyim, heyecan arayışı, kişiler arası ilişkiler, duyuşsal çekicilik, sağlık kaygısı, şımartma, rahatlatma ve konfor, deneyim ve keşfetme şeklinde belirlenmiştir (Bayrakçı & Akdağ, 2016; Girgin, 2018; Kim, Eves & Scarles 2009; Semerci & Akbaba, 2018; Sparks, Bowen & Klag 2003). Ayrıca yapılan nitel bir çalışmada Chang, Kivela & Mak (2010) Çinli turistlerin yerel yiyecek tercih motivasyonları ye-

rel kültürü keşfetme, otantik seyahat deneyimi, öğrenme fırsatı, prestij ve statü, seyahat grubunun etkisi ve özel algılamalar olarak belirlenmiştir.

Gastronomik Kişilik Özelliği

Hayvanlar ve insanlar hayatta kalabilmek için beslenmede çeşitliliğe, yeniliğe, keşfetmeye ve değişmeye ihtiyaç duymaktadır. Öte yandan bilinmeyen gıdaların tehlike potansiyelinin yüksek olması bu canlıları yiyeceklerinde dikkatli ve tutucu olmak zorunda bırakmıştır. Böylelikle tat alma eğilimlerinde iki farklı durum ortaya çıkmıştır. Bunlar; ihtiyatlı, bilinmeyenden korkma ve değişime karşı direnme anlamlarına gelen “neofobi” ve keşfetme, değişim, yenilik ve çeşitlilik arayışı anlamlarına gelen “neofili” olarak isimlendirilmiştir (Fischler, 1988). Cohen & Avieli (2004) Fischer’in bu ayrımını turizmde bilinmeyen gıdalara daha fazla maruz kalan turistlerin mutfak alışkanlıklarının incelenmesinde öneme sahip olduğunu vurgulamıştır. Turistler, destinasyonlardaki yiyecekleri genel olarak yabancı ve bu yiyeceklerin yaşamsal risk taşıyor olarak gördükleri için bu tarz yiyecekleri tatmada isteksiz olmakta ve neofobik eğilimler göstermektedir. Tam tersi neofilik eğilimleri olan turistler seyahatlerinde yeni, farklı yiyecekler denemek ve yeni deneyimler elde etmek yönünde güdülenmektedir.

Nebioğlu (2018) ve Cohen & Avieli (2004) yeni ve farklı yiyecek deneyimine, çalışmalarında “yeniliğe kapalı olma” ve “yeniliğe açık olma” olarak yer vermiştir. Turistlerin yemeklere yükledikleri anlamlara göre yemek yeme davranışlarının farklılık gösterdiğini belirtmişlerdir. Yemek yemeyi bir fizyolojik ihtiyaç ve zorunluluk olarak gören turistler bilindik yemeklere odaklanırken, yemek yemeği bir sosyal ve kültürel olgu olarak gören turistlerin ise yerel ve farklı yemeklere odaklandığını ifade etmiştir. Bu yeniliğe kapalı ve açık olma durumu milliyetler bazında incelendiğinde Japon, Tayvanlı, Malezyalı ve Yeni Zelandalıların bilindik yiyecekleri tüketmeye önem vermedikleri neofobik eğilimlerin az olduğu görülmüştür. Destinasyonlarda yerel alanda üretilen veya yetiştirilen yiyecek veya içecekleri tüketen farklı milliyetten bireyler incelendiğinde ise Fransız ve İtalyanların yerel yiyeceklerden uzak durdukları ortaya çıkmıştır (Prescott, Young, O’Neill, Yau & Stevens, 2002; Pizam & Sussmann, 1995).

İkincil Konutlar

İkincil konutlar “*ikamet edilen yerden başka bir yerde bulunan, yılın belirli dönemlerinde rekreatif amaçlarla kullanılan, doğal ya da kültürel çekiciliği yüksek yerlerde (akarsu, göl, kaplıca, deniz kıyısı vb.) inşa edilen, turizm ile bütünleşmiş ve emlak yatırım özelliği bulunan sabit bir mülk*” şeklinde tanımlanmıştır (Manisa, 2007: 16). İkincil kelimesi, “kişinin sahip olduğu konutun

sirasını değil, kullanımında yüklendiği karakteristikleri ve belirli süreler zarfında konaklanan, asıl konut dışında tatil için kullanılan konut tipini açıklamaktadır” (Arkon 1989; akt. Zoğal & Emekli, 2018). Çoğunlukla yaz ve bahar aylarında 3-6 ay süreyle kullanılan ikincil konutların, olumlu etkisi “ekonomik canlılık”, olumsuz etkileri “kalabalıklaşma” ve “doğaya zarar verilmesi” olarak belirlenmiştir. İkincil konut sahiplerinin temel motivasyonları; yeni insanlar ve yeni kültürler tanımak, yeni arkadaşlıklar ve dostluklar edinmektir (Zoğal & Emekli, 2018).

Nüfus ve vatandaşlık işleri genel müdürlüğü 2013 verilerine göre Türkiye’deki toplam yazlık/mevsimlik konut sayısı 559.934’tür. Marmara bölgesi, 106.688 yazlık/mevsimlik konut ile bölgeler arasında ikinci sıradadır (NVİ, 2013). Bu bölgenin ilçelerinden biri olan Erdek’te sıkça ikincil konutlara rastlanmaktadır. Erdek’in nüfusu 32.963’tür (TÜİK, 2018). Bu ilçede toplam konut sayısı 32.687, ikincil konut sayısı 4.498’dir (TÜİK, 2019).

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırmanın bu bölümünde çalışmanın yöntemi, örnekleme, çalışmada kullanılan veri toplama aracına, verilerin analizine yer verilmiştir. Araştırmanın amacı doğrultusunda için nitel araştırma desenine başvurulmuştur Nitel araştırma, “*algıların ve olayların doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül bir biçimde ortaya konmasına yönelik nitel bir sürecin izlendiği araştırma*” desenidir (Yıldırım & Şimşek, 2016: 41).

Evren ve Örneklem

Nitel araştırmalarda araştırmanın amacını en uygun verileri sağlayacak katılımcıların belirlenmesi oldukça önemlidir. Bu nedenle nitel araştırmalar için önerilen amaçlı örnekleme yöntemlerinden kartopu örnekleme tekniği seçilmiştir. Kartopu örnekleme, örnekleme oluştururken ilk katılımcılardan gelen yönlendirmelere dayanır (Breakwell, Hammond & Fife-Schaw, 2000). Bu çalışmada temsil edici özelliklere sahip olanlar araştırma kapsamına alınmıştır (Sönmez & Alacapınar, 2018: 174). Çalışmanın evrenini Balıkesir’in Erdek ilçesinde yaşayan ikincil konut sahipleri oluşturmaktadır. İlçede 4.498 ikincil konut sahibi vardır. Çalışmanın örneklemini ise seçilen 10 ikincil konut sahibi oluşturmaktadır. Bu ilçenin seçilmesinde bölgenin coğrafi konumu gereği bir turizm destinasyonu olarak yakın illerden çok fazla talep edilmesi ve araştırmacıların bu ilçeye yakın konumda görev yapması etkili olmuştur. Ayrıca seçilen 10 katılımcı ile gerçekleştirilen görüşmeler sonrasında alınan verilerin tekrar edilmeye başlaması ile (Miles & Huberman, 1994) katılımcı sayısı yeterli görülmüştür.

Veri Toplama Aracı

Katılımcılar ile derinlemesine yüz yüze görüşmeler yapılarak veriler toplanmıştır. Araştırmada yazın taraması sonucuna uygun yarı-yapılandırılmış mülakat soru formu hazırlanmıştır. Sorular öncelikle pilot çalışma ile 2 katılımcı üzerinde denenmiştir. Katılımcılardan alınan cevaplar doğrultusunda sorularda değişiklik yapılmıştır ve soru sayısı azaltılmıştır. Katılımcılardan ayrıca etik ilkeler doğrultusunda ses kaydı için izin istenmiştir. İzin veren katılımcıların anlattıkları ses kayıt cihazı ile kaydedilmiştir. İzin vermeyen 2 katılımcının anlattıkları araştırmacı tarafından kâğıda aktarılmıştır. Ses kayıt cihazı ve not alınarak elde edilen veriler metin belgesine aktarılmıştır. Her bir katılımcı için ayrı metin belgesi hazırlanmıştır. Katılımcılar sırası ile katılımcı 1,2,3... şeklinde kodlanmıştır.

Görüşme formundaki sorular iki bölümden oluşmaktadır; birinci kısım demografik sorular ve ikinci kısım 4 açık uçlu soru şeklindedir. Katılımcılara yarı yapılandırılmış görüşme tekniği uygulanmıştır. Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı TR Dizin Etik Kurul Kriterleri 1 Ocak 2020 tarihinde ilan edilmiştir. Görüşmeler 10 Aralık 2018 ve 15 Ocak 2019 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler yaklaşık 15 dakika sürmüştür. Katılımcılardan benzer görüşler elde edilmeye başlandığında görüşmelere son verilmiştir.

Katılımcılara yöneltilen açık uçlu sorular şu şekildedir:

1. Alışkanlıklarınız dışındaki yeni yiyeceklere açık mısınız? İyi veya kötü unutulmaz bir anınızı anlatır mısınız?
2. Erdek'te kalışınız süresince hangi yiyecekleri tercih edersiniz?
3. Sizi bu yiyeceklere tüketmeye iten sebepler nelerdir?
4. Aileniz yiyecek tercihlerinizi etkiliyor mu? Anlatır mısınız?

Verilerin Analizi

İçerik analizi, insanların veya grupların inançlarını, tutumlarını, düşüncelerini ve değerlerini ortaya çıkarmaktadır (Büyüköztürk, Çakmak, Akgün, Karadeniz & Demirel, 2018). İçerik analizi ile veriler gruplara ayrılır, alt ve üst sınıflamalar yapılarak, bunlar arasındaki ilişkiyi gösterecek matrisler hazırlanır. Gruplar sayısal veriler şeklinde verilir, bilgisayarda nitel veri analiz programı ile ihtiyaç duyulan analizler yapılır (Sönmez & Alacapınar, 2018: 273). Kodlamalar metin belgelerinin dikkatlice araştırmacılar tarafından okunması ile katılımcı cevaplarından ortaya çıkartılmıştır. Demografik veriler Excel'de düzenlenmiştir. Açık uçlu sorulardan elde edilen

verilere MAXQDA 2019 nitel veri analiz programında içerik analizi uygulanmıştır. Wolcott'un (1994) önerdiği şekilde verilerin özgünlüğünü korumak için katılımcıların ifadelerinden doğrudan alıntılar yapılmış ve araştırma sorularına verilen cevaplar sistematik olarak bazı kategoriler altında incelenmiştir. Son olarak araştırmacının yorumları da veri analizinde kullanılmıştır.

Geçerlilik ve Güvenilirlik

Araştırmanın inandırıcılığını arttırmaya yönelik olarak uzun süreli etkileşim, katılımcı teyidi ve uzman incelemesi yöntemlerine başvurulmuştur (Holloway ve Wheeler, 1996). Araştırmacı görüşmelere yeterli zaman ayırıp, bizzat katılarak, katılımcıyı tanıma kültürünü ve dilini anlama imkânına sahip olmuştur. Bu şekilde araştırmacı, katılımcının verdiği cevaplar ile beden hareketlerinin örtüşüğünü gözlemlemiştir. Araştırmacının bu sayede ön yargıları azalmıştır ve çalışmanın objektifliği artmıştır. Araştırmacılar katılımcıların verdikleri cevapları yanlış yorumlamamak için katılımcıları teyit etmek amacıyla "... mı/mi-mu/mu, demek istiyorsunuz?" şeklinde sorular yöneltilmiştir. Teyit mekanizması, ulaşılan sonuçların gerçeği yansıtmada yeterli olup olmadığını anlamada yardımcı olabilir (Yıldırım & Şimşek, 2013). Çalışmanın kodlanması ve temaların oluşturulmasında uzman birinin incelemesine başvurulmuştur. Ayrıca, çalışmada sık sık katılımcıların görüşlerini anlatan doğrudan alıntılara yer verilmiştir. Nitel çalışmalarda bulgular araştırmacıların görüşleri yerine katılımcıların görüşlerini içermelidir (Lincoln ve Guba, 1985). Bu şekilde çalışmanın denetlenebilirliği ve aktarılabilirliği sağlanmıştır.

Nitel araştırmalarda güvenilirlik sağlamadaki temel ölçütler kaç kişiyle, nerede, ne zaman ve kiminle yapıldığına dair soruları içerir (Whittemore, Chase, Susan ve Carol, 2001). Çalışmanın güvenilirliğini sağlamada kullanılan ölçütler araştırma yöntem bölümü altında ayrıntıları ile verilmiştir. Diğer bir önemli etken araştırmacının bizzat kendinin veri toplama aşamasına dahil olup not tutmasıdır. Ayrıca veri analiz sürecinde kayıtlar, her bir görüşmeden sonra bilgisayar ortamına geçirilmelidir (Kozak, 2018). Bu çalışmada araştırmacı bizzat görüşmeleri yapmıştır ve gerektiği noktalarda notlarını tutmuştur. Ayrıca araştırmacı, ses kayıtlarını ve not alarak tuttuğu görüşmelerin her birini ayrı ayrı Microsoft Word belgelerine kaydetmiştir.

BULGULAR

Bu bölüm altında katılımcılara ait demografik ve görüşmelerden elde edilen bulgulara yer verilmiştir.

Tablo 1: Katılımcılara ait Tanımlayıcı Bilgiler

	Yaş	Cinsiyet	Meslek	Medeni Durum
Katılımcı 1	27	Erkek	Gelir Uzman Yardımcısı	Bekâr
Katılımcı 2	55	Kadın	Gelir Uzmanı	Evli
Katılımcı 3	55	Kadın	Devlet Memuru	Evli
Katılımcı 4	55	Erkek	Gelir Uzmanı	Evli
Katılımcı 5	47	Erkek	Devlet Memuru	Evli
Katılımcı 6	41	Kadın	Ev Hanımı	Evli
Katılımcı 7	24	Kadın	Öğretmen	Bekâr
Katılımcı 8	43	Kadın	Ev Hanımı	Evli
Katılımcı 9	33	Kadın	Diş Doktoru	Bekâr
Katılımcı 10	35	Kadın	Diş Doktoru	Bekâr

Tablo 1 incelendiğinde katılımcıların 3'ü erkek 7'si kadın, 4'ü bekar 6'sı evli ve yaşlarının 24 ve 55 arasında değişmekte olduğu görülmektedir. Ayrıca katılımcıların 1'i gelir uzman yardımcısı, 1'i gelir uzmanı, 3'ü devlet memuru, 2'si ev hanımı, 1'i öğretmen ve 2'si diş doktorudur (Tablo 1).

Bulgular üç tema altında değerlendirilmiştir: (1) gastronomik kişilik özellikleri, (2) yiyecek tercihleri ve tercihlerin altında yatan sebepler, (3) yiyecek tercihlerinde aile etkisi.

Gastronomik Kişilik Özellikleri

Bu tema; "neofobik" ve "neofilik" olmak üzere 2 kategori altında incelenmiştir. Neofobik kişilik özelliğine sahip olan katılımcıların sıklığı (f=5)'tir. Erkek katılımcıların hepsi Türk mutfağı dışındaki farklı mutfaklara açık olmadıklarını dile getirmiştir. Bu katılımcıların düşüncelerini en iyi anlatan örnekler şu şekildedir:

K1: "Alışkanlıklarım dışında yeni yiyeceklere açık değilim. Çok yeni yiyeceklere açık olmadığım için pek anım oluşmadı."

K5: "Yok çok açık değilim. Türk mutfağı dışında farklı mutfakları yemem. Mesela kurbağa bacağı suşi falan yemem. Türk mutfağında her şeyi yerim ama dünya mutfağında yemem."

K7: "Çok açık sayılmam. Mümkün olduğunca tadını bildiğim yemekleri yemeyi tercih ederim. Bir gün Yemenli bir öğrencim okula ekmeğin arasına konulan bol baharatlı bir yiyecek getirdi. Adı ne bilmiyorum. Bana da getirmiş nezaketten aldım fakat kokusu o kadar ağırdu ki tadına bakmaya bile cesaret edemedim."

Katılımcıların geriye kalan kısmının (f=5) verdiği cevaplar neofilik kişilik özelliklerine sahip olduklarını göstermiştir. Bu katılımcıların hepsinin cinsiyeti kadındır ve farklı-yeni yiyeceklere tatmaya açık oldukları yönünde bulgulara erişilmiştir. Bu bulguların ortaya çıkmasını sağlayan katılımcı görüşleri şu şekildedir:

K9: "Önceleri pek açık değildim ama şu an çok açığım. Örneğin; Çin mutfağından *suşi çok ön yargılıydım bir kere denedim şu an müptelasıyım. Yine kara salyangozu da öyle ona da çok kapalı ve ön yargılıydım şu an bayılıyorum onun da müptelasıyım.*"

K10: "Çok açığım. Hatta başkalarının uç dedikleri bana normal geliyor. Örneğin; kurbağa bacağı yedim, çok beğendim. Kara salyangozu, çiğ istiridye, deniz böcekleri çok da severek yerim."

K2: "Genellikle tadarım merak ederim. Çin lokantasına gitmişim. Çok acılı bir çorba gelmişti. Kulaklarımdan çıktı zannettim. Onu asla unutamam. O çok korkunç bir şeydi."

Yiyecek Tercihleri ve Tercihlerin Altında Yatan Sebepler

Bu tema "zeytinyağlı sebzeler," "deniz mahsulleri," "hamur işleri," "beyaz-kırmızı et" ve "hızlı gıda" olmak üzere 5 kategori altında incelenmiştir. Katılımcıların verdikleri cevaplar analiz edilirken tek bir kategoriye odaklanmadıkları ortaya çıkmıştır. Birden fazla kategori altında değerlendirildikleri durumlar ortaya çıkmıştır.

Tablo 2. Kodlar Arasındaki İlişki

Yiyecek Tercihleri	Sıklık (f)	Tercihlerin Altında Yatan Sebepler
Deniz Mahsulleri	9	Tazelik, Lezzet, Sağlık, Bilindik
Zeytinyağlı Sebzeler	5	Merak, Kolay Ulaşılabilirlik
Beyaz Et-Kırmızı Et	5	Kalabalık Aile, Lezzet, Bilindik
Hamur İşi	4	Kalabalık Aile, Lezzet, Bilindik
Hızlı Gıda	3	Kolay Ulaşılabilirlik, Lezzet, Bilindik

Tablo 2' de katılımcıların yiyecek tercihleri, bu tercihlerinin altında yatan sebepler, birbirleri ile ilişkileri ve yiyecek tercih sıklıkları gösterilmektedir. "Deniz mahsulleri" 9 katılımcı, "zeytinyağlı sebzeler" ve "Beyaz et-kırmızı et" 5 katılımcı, "hamur işi" 4 katılımcı, "hızlı gıda" 3 katılımcı tarafından ifade edilmiştir. Bir kod her bir katılımcıda bir kez sayılmıştır.

Deniz mahsulleri

Zeytinyağlı sebzeler gibi katılımcıların çoğunluğunun en fazla tercih ettiği yiyecek grubu deniz mahsulleridir. Bu kategoriye en iyi anlatan görüşler şöyledir:

K2: “Balık çok seviyoruz. Mesela yazın 7:30 8:00’de balıkçı haline gideriz. Orada müzayedeye olur. Karı koca çıkarız, müzayedeye gideriz, orada balıklar küçük demir tepsilere konur. Balıkçılar ‘bu 10 lira, bu 20 lira, bu 30 lira var mı alan’ der. Açık artırmada kim daha fazla verirse o alır, bizim çok hoşumuza gider. Sabah erkenden gider balığımızı oradan alırız. Eşim gitmese bile ben giderim. Erdek’in her şeyini çok seviyorum.”

K10: “Yazın Erdek’te taze balık, deniz mahsulleri ve meze olarak bölgesel otları çok fazla tüketirim.”

Kazayağı toplarım, yapraklarından salata yaparım. Hardal toplarım salatasını yaparız zeytinyağlı sirkeli sarımsaklı. Şevketi bostan, etle pişirip yeriz. Ebe gömeci salatasını da yapıyoruz. Ebe gömeci filiz çıkartıyor aynı filizlerini küçük küçük kesip pişiriyorum. Aynı bamya yemeği gibi oluyor. Baharda Meneviş ağacının körpe filizlerini toplarız, haşlarız sirkeli sarımsaklı salata yapar yeriz. Özellikle bunları toplamak yemek için hafta sonları bile giderim.”

Zeytinyağlı sebzelerin tercih edilmesinin altında yatan sebepler şu şekildedir; “merak”, “sağlık”, “bilindik”,

Şekil 1. Kelime Bulutu



Not: Her kelimenin büyüklüğü, belirtilen sayı ile ilişkilidir. Anlamli olmayan kelimeler kelime listesinden temizlenmiştir. Bir kod birden fazla kez sayılmıştır. Bütün şekiller MAXQDA analiz programında hazırlanmıştır.

Deniz mahsullerinin tercih edilmesinin altında yatan sebepler; “merak”, “sağlık”, “bilindik”, “tazelik”, “kolay ulaşılabilirlik” ve “lezzet” olarak belirlenmiştir. Katılımcıların, yiyecek tercihlerinin altında yatan sebepleri anlatan örnekler şu şekildedir:

K3: “Sağlık tazelik açısından, balık tercih ediyorum gözle çok iyi geliyor.”

K9: “Sağlık, lezzet, kolay ulaşılabilirlik, tazelik çok büyük bir faktör.”

Zeytinyağlı sebzeler

Katılımcıların yarısının zeytinyağlı sebze yemeklerini tercih ettikleri alınan cevaplardan ortaya çıkmıştır. Katılımcıların tercih ettiği zeytinyağlı sebzeleri en iyi açıklayan örnekler şu şekildedir:

K5: “Orada bahçemiz olduğu için genelde bahçeden kızartma hafif şeyler yiyoruz. Özellikle limonlu, zeytinyağlı çiğ semizotu salatası yaparız. Yazın orda olduğumuz için ot ağırlıklı sebze ile besleniyoruz. Yemeklerimiz zeytinyağlı oluyor hepsine sebze, et fark etmez hepsine zeytinyağı koyarız.”

K2: “Sebze yemekleri pişiriyorum. Mevsimine göre direk orada yetişen bitkileri yiyorum. Ot yemekleri yapıp tüketiyorum. Koca yaz Erdek’te bulabildiğim sürece Kara Hindi bağ, ebe gömeci yapraklarından sarmalar yaparım.”

“tazelik”, “kolay ulaşılabilirlik” ve “lezzet” olarak belirlenmiştir. Katılımcıların, yiyecek tercihlerinin altında yatan sebepleri anlatan birkaç örnek şu şekildedir:

K5: “Yerel yiyecekler sağlıklı ve taze olduğu için tercih ediyorum. Çünkü bahçemizde yetişiyor ne yediğimizi biliyoruz nasıl yetiştiğini biliyoruz. Kendi ektiğimiz için ilaç kullanmıyoruz doğal gübre falan kullanıyoruz. Hem sağlıklı hem taze hem de lezzetli oluyor.”

K10: “Yiyeceklerin taze ve sağlıklı olması beni Erdek’te bu tarz yiyecekler tüketmeye itiyor. Yiyeceklerin işlenmemiş olması özellikle çok büyük etken. Ama yerel de olsa her şeyi yemem örneğin hoşmerim, çiğ börek yemedim ve asla yemem.”

Şekil 1’deki kelime bulutu on katılımcıya ait yiyecek tercih sebeplerine ve yiyecek isimlerine yönelik veriler sunmaktadır. 147 adet yiyecek ismi ve yiyecek tercih sebeplerine ilişkin 54 ifade sıklıklarına göre tekrarlanma koşulu ile Microsoft Excel programı kullanılarak düzenlenmiştir. Analiz edilen kelimelerden en fazla tekrar eden 26 kelime alınmıştır. Örneğin, en fazla tekrar edilen “sağlık” 15 kez, “lezzet” 14 kez, “balık” 14 kez, “tazelik” 14 kez, “zeytinyağı” 13 kez, “zeytinyağlı sebze” 12 kez, “mangal” 8 kez, “bilindik” 7 kez... şeklinde değişmektedir. Kelime bulutunda geçen kelimelerin sıklıkları 15 kez ve 2 kez arasında farklılaşmaktadır. En çok tekrar edilen “sağlık” kodu, en az tekrar edilenlerden biri olan “Rıfki, ÖGS tostçusu” kodu 2 kez

tekrar etmiştir.

Beyaz et-kırmızı et

Katılımcıların yine yarısı tarafından tercih edilen diğer bir yiyecek grubu beyaz ve kırmızı etlerdir. Katılımcılardan birinin görüşü şu şekildedir:

K7: “Et, tavuk tarzı ürünleri tercih ediyorum. Yazlıkçı olduğumuz için genellikle bahçemizde mangal yapmayı tercih ediyoruz.”

K6: “Yazları kalabalık olduğumuz için hamur işleri de yapıyoruz. Oda yine bahçede kendiliğinden çıkan ısırgan otundan börek yaparız.”

Hızlı gıda

Katılımcılardan son olarak ilçede kalışları süresince tercih ettikleri yiyecek gruplarından biri de hızlı gıdalardır. Katılımcıların bu yiyecekleri tercih etme sebepleri “lezzet” “bilindik” ve “kolay ulaşılabilirlik” faktörlerinden oluşmaktadır.

Şekil 2. Yiyecek Tercihlerine İlişkin Kod Haritası



Katılımcıların beyaz-kırmızı et tercih etmelerinin altında yatan sebepler; “sağlık”, “bilindik”, “tazelik”, “kalabalık aile” ve “lezzet” olarak belirlenmiştir. Katılımcılardan birinin tercih sebebini açıklayan görüş şöyledir:

K8: “Ailemizin kalabalık olması ve lezzetli olması sebebiyle genellikle mangalda et veya tavuk yapmayı seviyoruz.”

Hamur işi

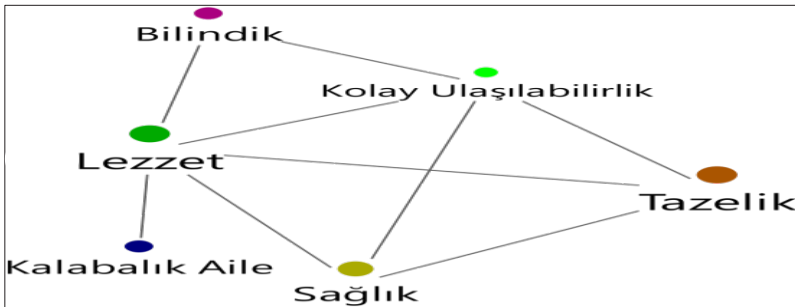
Katılımcılardan bazılarının tercih ettiği yiyecek gruplarından biri de hamur işleridir. Katılımcıların bu yiyeceği tercih etmelerinin altında yatan sebepler; “bilindik”, “kalabalık aile” ve “lezzet” olarak bulunmuştur. Katılımcılardan bazılarının görüşleri şu şekildedir:

K1: “Çalıştığım için genellikle büfe ve lokanta yiyecekleri tercih ediyorum. Bakliyat türleri hamburger, kumru, kokoreç. Genel olarak bunları tercih ediyorum. Özel olarak başka bir şey tercih etmiyorum. ÖGS tostçusu var tostları çok güzel tostlarına kaşarlı karışık demek yerine Rıfki vb. isimler veriyor ve çok lezzetli.”

K8: “Erdek merkezde sık sık ‘cantik pide’ yiyoruz. Gerçekten yediğim en lezzetli pidelerden ve gelen misafirlerimiz çok beğeniyor.”

Şekil 2’de tercih edilen yiyecek kodlarının aynı katılımcı tarafından tercih edilme durumu anlatılmaktadır. Eğer katılımcı iki, üç veya dört kodu cevap olarak verdi ise kodlar arasında şekildeki gibi ilişki görülür.

Şekil 3. Yiyecek Tercih Faktörlerine İlişkin Kod Haritası



Not: Her kodun ve sembolünün büyüklüğü, belirtilen sayı ile ilişkilidir. “Hızlı Gıda” ve “Merak” kodu ilişki eksikliğinden dolayı yok sayılmıştır.

“Hamur işleri” kodunun “beyaz et-kırmızı et” ve “zeytinyağlı sebzeler” kodları ile birlikte ifade edildiği durumlar gerçekleşmiştir. Benzer olarak “deniz mahsulleri” kodunun “beyaz et-kırmızı et” ve “zeytinyağlı sebzeler” kodları ile birlikte ifade edildiği durumlar gerçekleşmiştir. “Zeytinyağlı sebzeler” kodunun “deniz mahsulleri”, “beyaz et-kırmızı et” ve “hamur işleri” kodları ile birlikte ifade edildiği durumlar gerçekleşmiştir. Yine benzer olarak “beyaz et-kırmızı et” kodunun “zeytinyağlı sebzeler”, “deniz mahsulleri” ve “hamur işleri” kodları ile birlikte ifade edildiği durumlar gerçekleşmiştir. Bu ilişkiler biri, ikisi, üçü veya dördü birlikte ifade edildiğinde oluşmuş olabilir.

Şekil 3 yiyecek tercih faktörlerinin ifade sıklığını ve bu faktörler arasındaki ilişkiyi göstermektedir. İfadelerin sıklığı sembollerin boyutuyla gösterilmektedir. “Sağlık”, “tazelik” ve “lezzet” kodu sembollerin boyutundan anlaşılacağı üzere en sık kodlanan faktörlerdir. Kodlar arasındaki ilişkiye bakıldığında örneğin; bir katılımcı “sağlık” kodunun yanında “tazelik” kodunu da ifade ederse, şekilde görüldüğü gibi bir ilişki meydana gelir. “Lezzet”, “sağlık”, “kolay ulaşılabilirlik” ve “tazelik” kodları arasında örnekte anlatıldığı gibi bir ilişki meydana gelmiştir. Bu ilişki biri, ikisi veya üçü birlikte ifade edildiğinde oluşmuş olabilir. “Bilindik” yiyecekler kodu “lezzet” ve “kolay ulaşılabilirlik” kodlarından biri veya ikisi ile birlikte ifade edildiği durumlar gerçekleşmiştir. “Kalabalık aile” kodu sadece lezzet kodu ile birlikte ifade edilmiştir. Tablo 2’deki kodlar arasındaki ilişki Şekil 2 ve 3’deki kod haritaları ile desteklenmiştir.

teması belirlenmiştir. Bu tema altında “aile etkisi” ve “bağımsız kararlar” kodu oluşturulmuştur. Şekilden de anlaşılacağı üzere alt kodlar sıklık sayısı kadar tekrar etmiştir. “Bağımsız kararlar” 4 kez, “aile etkisi” 6 kez kodlanmıştır. “Aile etkisi” kodu daha fazla kodlandığı için tema ve kod arasındaki ilişki kalın çizgi ile gösterilmiştir.

Katılımcılar üzerinde ailelerinin etkileri olduğunu gösteren örnekler şu şekildedir:

K8: “Ailecek yiyeceklerimize karar verdiğimiz için özellikle mangalda tavuk, et falan yapıyoruz. Pişireceklerimizi çocuklarımızın ve misafirlerimizin yiyeceği şekilde olmasına özen gösteriyorum.”

K2: “Ailemin görüşleri yemek tercihlerinde illaki etkili oluyor ben sebze severim. Oğlum gelince mecbur et yemekleri yapıp yiyoruz.”

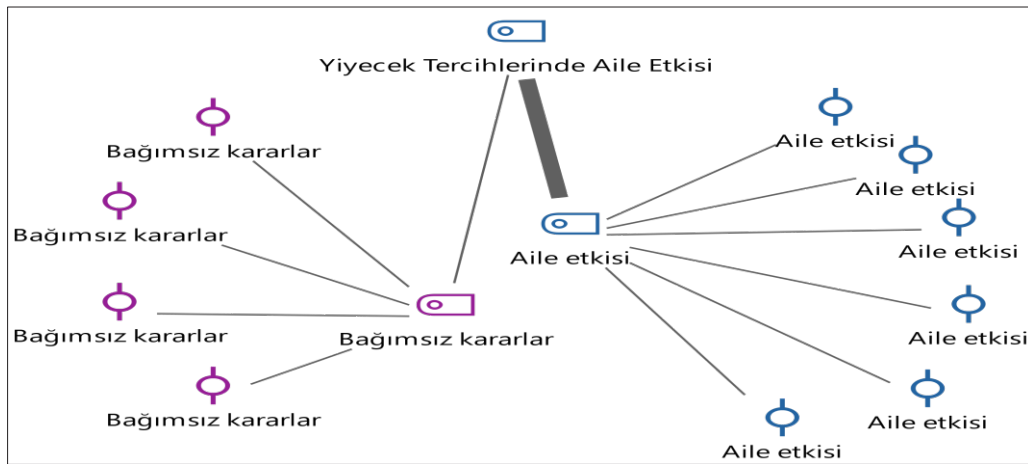
K5: “Ailemizin istekleri tabii ki yemek tercihlerimizi etkiliyor. Onlar ne yaparsa ne pişirirse onu yiyoruz zamanla alışıyoruz.”

K3: “Oğlum eti çok sevdiği için hep, et yiyoruz. Pek sebze tüketmiyoruz.”

Katılımcıların ailelerinin yemek tercihlerinde etkili olmadığını gösteren görüşler aşağıdaki gibidir:

K1: “Ailemin yiyecek tercihleri pek üzerimde etkili değil genelde ne yiyeceğime ben kendim karar veririm.”

Şekil 4. Yiyecek Tercihlerinde Etki Faktörlerini Gösteren Kod-Alt Kod Bölümler Modeli



Yiyecek Tercihlerinde Aile Etkisi

Katılımcıların yiyecek tercihlerinde çoğunluğunda (f=6) aile etkilerinin olmadığı daha az bir kısmı üzerinde (f=4) ise etkili olduğu ortaya çıkmıştır.

Şekil 4 yiyecek tercihlerinde aile etkisini açıklamaktadır. Analiz sırasında “yiyecek tercihlerinde aile etkisi”

K4: “Ailemin görüşleri pek etkili olmuyor ne yiyeceğim konusunda.”

TARTIŞMA VE SONUÇ

Turizmde yiyecek tercihi konusundaki araştırmaların azlığı göz önüne alındığında, bu çalışma, gözlem ve bireysel görüşmeler yoluyla katılımcıların ikincil konut

yaşantılarında yemek tercihlerini derinlemesine anlamaya yönelik ilk girişimdir. Bu çalışmanın amacı; ikincil konut sahiplerinin gastronomik kişilik özelliklerinin, yiyecek tercihlerinin, bu tercihler altında yatan sebeplerin ve de yiyecek tercihlerinde aile etkisinin rolünün belirlenmesidir. Temalar değerlendirilirken katılımcıların demografik özellikleri dikkate alındığında yaşa ve mesleğe göre herhangi belirgin bir farklılık saptanmamıştır.

Çalışma, Erdeğe özgü yerel yiyecek ve içecekleri ortaya çıkararak, Erdek'in pazarlanmasında turizm politika yapıcılara ipuçları sunmaktadır. Katılımcılardan edinilen bilgiler doğrultusunda Erdeğe özgü bilinenler dışında yerel yiyecek ve içeceklerin; *meneviş filizi salatası*, *zeytinyağlı hardal*, *ebe gömeci filizi yemeği*, *karadut suyu* ve *Rıfki gibi isimleri olan tostlar* olduğu öğrenilmiştir. Çalışma alanyazında yerel yiyecekleri keşfeden çalışmaların kısıtlılığı sebebiyle diğer çalışmalara ışık tutması açısından önemlidir.

Çalışma, Çinli turistlerin yiyecek tercihi motivasyonunu belirleyen Chang, Kivela & Mak (2010)'un çalışmasının ve Antalya'daki turistlerin yiyecek tercihi motivasyonunu belirleyen Girgin (2018)'in çalışmasının sonuçlarına benzer sonuçlar vermiştir. Bu çalışmalar da örneklem yurtdışı seyahatine çıkmış yabancı turistler iken, bu çalışma da iç turizm hareketliliğine sebep olan ikincil konut sahipleridir. Bu sayede iç turizmde hareketlenme sağlayan ve görece az çalışılmış olan ikincil konut sahiplerinin yiyecek tercihleri ve gastronomik kişilik özellikleri belirlenmiştir. Çalışmada kadın ikincil konut sahiplerinin daha "neofilik" kişilik özelliklerine sahip olduğu, erkek, ikincil konut sahiplerinin daha "neofobik" kişilik özelliklerine sahip olduğu belirlenmiştir. Erkek katılımcıların, Türk mutfağı dışındaki farklı mutfaklara açık olmadıkları ortaya çıkmıştır. Genel anlamda katılımcıların yarısının yeni farklı yiyeceklere açık olduğu yarısının açık olmadığı anlaşılmıştır. Ayrıca, kadın katılımcıların bazılarının bütün farklı mutfaklara açık oldukları belirlenmiştir.

Katılımcıların çoğunluğunun Erdek'te kalış süreleri boyunca *deniz mahsullerini* tercih ettikleri ortaya çıkmıştır. Yine "zeytinyağlı sebzeler" ve "beyaz et-kırmızı et" katılımcılar tarafından sıklıkla tercih edilmektedir. "Hamur işi" ve "hızlı gıdalar" diğerleri kadar olmasa da katılımcıların bazıları tarafından tercih edilmektedir.

Bu çalışmada "sağlık" diğer çalışmalardaki gibi önemli bir tercih sebebi olarak önemli rol oynamıştır (Bayrakçı & Akdağ, 2016; Girgin, 2018; Kim, Eves & Scarles 2009). Sağlık dışında katılımcıların çoğunluğunun yiyeceklerin tazeliğini ve lezzetini yiyecek tercih sebebi olarak gösterdiği ortaya çıkmıştır. Çalışmada sağlık, lezzet ve tazelik dışında kalabalık aile olma faktörünün de ikinci konut sahiplerinin yiyecek tercihlerini etkilediği ortaya çıkmıştır. Kalabalık ailelerin,

hamur işi, mangalda beyaz et veya kırmızı ete yönelikleri belirlenmiştir.

Randall & Sanjur (1981: 154) çalışmasında yiyecek tercihinde erişilebilirlik, aile büyüklüğü ve aile ortamı gibi çevresel özelliklere vurgu yapmıştır. Benzer olarak çalışmada "kolay ulaşılabilirlik" faktörünün katılımcılar üzerinde etkili olduğu görülmüştür. Katılımcıların bazıları deniz mahsulleri ve sebzelerin tercihlerinde "kolay ulaşılabilirlik" faktöründen bahsederken bazıları "hızlı gıda" tercihinde bu faktörden bahsetmiştir. Son olarak katılımcıların üzerinde "aile etkisi" çalışmada ele alınmış ve katılımcıların bazıları üzerinde bu etkinin olduğu belirlenmiştir. Katılımcıların yiyecek tercihlerini aile üyelerinin tercihlerine göre şekillendirdiği ortaya çıkmıştır. Bu sonuç yine Randall & Sanjur (1981: 154)'un çalışma sonuçları ile benzerdir. Katılımcıların çoğunluğunun ise yiyecek tercihlerinde "bağımsız kararlar" aldıkları belirlenmiştir.

Katılımcılar üzerinde özellikle yiyeceklerin bilindik olması daha az etkili olsa da yine de tercihleri etkilemektedir. "Bilindik" yiyecekler burada bir yiyecek grubunu ifade etmemektedir. İlçeye yakın şehirlerde doğup büyüyen katılımcılar, sebzeleri ve doğada yetişen otları "bilindik" yiyecek olarak kabul edip tüketmektedir. Fakat katılımcıların bazıları için "bilindik" yiyecekler beyaz-kırmızı et ve hızlı gıdalardan oluşmaktadır. Chang, Kivela & Mak (2010) çalışmasında Çinli turistlerin de tatillerinde Çin mutfağını "bilindik" olduğu için tercih ettiklerini ortaya koymuştur. Benzer olarak bazı katılımcılar da ikinci konutlarında geçirdikleri zaman içerisinde alışkın oldukları yiyecekleri tüketmeye devam etmiştir.

Araştırmanın Sınırlılıkları ve Gelecekteki Çalışmalara Öneriler

Araştırmada elde edilen bulgular Balıkesir'in Erdek ilçesinde yaşayan ikincil konut sahipleri arasından örneklem olarak seçilen katılımcıların, araştırma yapılan zamandaki görüşleri ile sınırlıdır. Araştırmanın soruları; gastronomik kişilik özellikleri, yiyecek tercihleri ve altında yatan sebepler ve de yiyecek tercihlerinde aile etkisinden oluşmaktadır. Araştırma nitel bir desende oluşturulduğu için örneklem sayısı 10'dur. İlerideki çalışmalarda örneklem genişletilerek ikincil konut sahiplerinin tipolojisinin ortaya çıkartılması amaçlanabilir. İkincil konutlarla (yazlık evler) ilgili çalışmaların bibliyometrik analiz yoluyla incelenmesi, ikincil konut sahiplerinin destinasyon mekân bağlılığının veya gitme sıklığının incelenmesi ve ikincil konut sahiplerinin ya da yerel halkın yazlıklar veya destinasyon ile ilgili yorumlarının içerik analizi ile incelenmesi gelecek çalışmalarda uygulanabilir. Ek olarak yiyecek tercihlerinin yaş cinsiyete ve sahip olunan yazlıktaki yıllara göre değişkenlik gösterip göstermediği ile ilgili gelecekte çalışmalar yapılabilir.

Araştırma kapsamında tespit edilen yiyecek içeceklerin ikincil konut sahipleri tarafından yalnızca yılın belirli zamanlarında tüketilmemesi, bu yiyecek ve içeceklerin diğer zamanlarda tüketilmeye devam edilmesi, unutulmaması ve gelecek kuşaklara aktarılması adına önem arz etmektedir. İkincil konut sahiplerinin yiyecek ve içecek tercihleri ve motivasyonları zaman içerisinde değişkenlik gösterebilir. Bu sebeple, ikincil konut sahiplerinin bu yiyecek ve içecekleri tercihinde ortaya çıkan itme çekme faktörleri belirli periyotlarla tespit edilebilir. Çalışma, farklı örneklem gruplarıyla ve sayılarıyla tekrarlanabilir. Sonuçların genellenebilirliği açısından uygun örneklem sayısı ile katılımcılara ölçek (tüketicilerin gıda tercihi vb.) uygulanabilir.

Araştırmanın Uygulamaya Katkısı

Erdeğe özgü bilinenler dışında yerel yiyecek ve içeceklerin; *meneviş filizi salatası*, *zeytinyağlı hardal*, *ebe gömeci filizi yemeği*, *karadut suyu* ve *Rıfkı gibi isimleri olan tostlar* olduğu belirlenmiştir. Tespit edilen bu yerel yiyecek ve içeceklerin bölge mutfağı ile sınırlı kalmayıp şehir ve ülke mutfağında kullanımını sağlamak için yerel yönetimler başta olmak üzere kamu kurum ve kuruluşları desteği ile tanıtımlarının gerçekleştirileceği workshoplar düzenlenerek bilinirliği artırılabilir.

Bu çalışma, Erdeğe özgü yerel yiyecek ve içecekleri ortaya çıkararak, ilçenin pazarlanmasında turizm politika yapımcılarına ipuçları sunmaktadır. Özellikle çalışma "Türkiye Turizm Stratejisi (2023)" "Zeytin Koridoru" içinde yer alan Erdek ilçesinin gastronomi varış noktası (KTB, 2007) olarak geliştirilmesinde strateji oluşturulmasına katkı sağlayacaktır.

Araştırmanın Teoriye Katkısı

Araştırma sonuçları ikincil konut sahiplerinin yiyecek tercih motivasyonlarına, aile etkisine ve gastronomik kişilik özelliklerine yer verdiği için tüketici davranışları, tüketici psikolojisi ve turizm sosyolojisi gibi alanlara teorik katkı sağlamaktadır. Çalışma ikincil konut sahiplerinin araştırma kapsamında tespit edilen yiyecek ve içecekleri tercih etme eğilimlerinin değişip değişmediğini belirlemek üzere yapılacak çalışmalara kaynaklık edecektir. Ayrıca çalışma farklı yörelerdeki ikincil konut sahiplerinin yiyecek tercihleri üzerine ve pandemi sonrası ikincil konut sahiplerinin yiyecek tercihlerindeki değişiklikler üzerine yapılan çalışmalar ile teorik açıdan karşılaştırma yapılmasına olanak tanıyacaktır. Çalışma kapsamında ortaya çıkarılan yerel yiyecek ve içeceklerin daha sonraki çalışmalarda kavramsallaştırılması ve üzerine araştırma yapılmasına kaynak teşkil edecektir. Ayrıca çalışma gıda tercihinde katılımcıların neofobik ve neofilik kişilik özellikleri, motivasyonları ve katılımcıların üzerinde etkili olan referans gruplarının etkileri ile ilgili bulgular sunduğu için alanyazının genişlemesini sağlamaktadır.

KAYNAKÇA

- Aslan, Z., Güneren, E. & Çoban, G. (2014). Destinasyon Markalaşma Sürecinde İlçesel Mutfağın Rolü: Nevşehir Örneği, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2 (4), 3-13.
- Arkon, C. (1989). İkincil Konutlar: Sorunları ve Potansiyelleri ile Planlama İçerisindeki Konumu (İzmir Örneği). Dokuz Eylül Üniversitesi Mimarlık Fakültesi, İzmir.
- Bakırcı, S. (2007). Yabancıların İkinci Konut Talebinin Fiziksel Çevreye Etkisi: Dalyan Örneği, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Baltacı, F. (2011). İkinci Konut Turizmi Kapsamında Alanyada Konut Edinen Yabancıların Kentin Sosyal, Kültürel ve Ekonomik Yapısına Etkileri, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı, Antalya.
- Bayrakçı, 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.
- Beerli, A. & Martin, J.D. (2004). Factors Influencing Destination Image, *Annals of Tourism Research*, 31, 657-681.
- Breakwell, G.M., Hammond, S., Fife-Schaw, C., (2000). *Research Methods in Psychology*. Sage, London.
- Büyüköztürk, Ş., Kılıç-Çakmak, E., Akgün, Ö.E., Karadeniz, Ş. & Demirel, F. (2018). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*, 25. Baskı. Ankara: Pegem Yayınları.
- Chang, R. C. Y., Kivela, J. & Mak, A. H. N. (2010). Food Preferences of Chinese Tourists, *Annals of Tourism Research*, 4, 989-1011.
- Cohen, E. & Avieli, N. (2004). Food in Tourism: Attraction and Impediment, *Annals of Tourism Research*, 31(4), 755-778.
- Crompton, J. L. (1979). Motivation for Pleasure Vacation, *Annals of Tourism Research*, 6(4), 408-424.
- Fischler, C. (1988). Food, Self and Identity, *Social Science Information*, 27, 275-292.
- Holloway, I., & Wheeler, S. (1996). *Qualitative Research for Nurses*. Oxford: Blackwell Science Ltd.
- Girgin, G.Y. (2018). Yerel Gıdaların Tüketilmesine Yönelik Turist Motivasyonlarının Ölçülmesi: Antalya'da Bir Uygulama, *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22(Özel Sayı), 793-810.

- Gökdeniz, A. (Ed.) (2010). Türkiye'de İç Turizmin Geliştirilmesi ve İkinci Konutların Turizme Kazandırılması: Ayvalık Örneği. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Gülcan, M. (2013). Challenges of Coastal Resort Towns Regarding Second-Home Developments: The Case of Ayvalık, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, ODTÜ, Şehir ve Bölge Planlama Bölümü Kentsel Tasarım, Ankara.
- Gündüz, E. (2003). Tatil Amaçlı İkinci Konutların Fiziksel ve Sosyal Yapıya Etkileri: Mahmutlar Örneği, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Konya.
- Kervankıran İ. & Çuhadar M. (2017). Türkiye'de İç Turizmin Gelişimi ve Mekânsal İstatistik Yöntemlerle Analizi, Turizm Akademik Dergisi, 4 (2), 1-18.
- Kılıçaslan, Ç. (2006). İkinci Konutların Deniz Kıyılarına Etkisi, Süleyman Demirel Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi, 1, 147-156.
- Kim, Y. G., Eves, A. & Scarles, C. (2009). Building a Model of Local Food Consumption on Trips and Holidays: A Grounded Theory Approach, International Journal of Hospitality Management, 28 (3), 423-431.
- Kozak, M. & Duman, T. (2011). İkinci Konutların Turizm Sektörüne Kazandırılması: Muğla İli Datça İlçesi Örneği. Doğu Üniversitesi Dergisi, 12 (2), 226-242.
- Kozak, M. (2018). Bilimsel Araştırma: Tasarım, Yazım ve Yayımlar Teknikleri. Ankara: Detay Yayıncılık.
- KTB (2007). Türkiye Turizm Stratejisi (2023), Kültür ve Turizm Bakanlığı, Ankara.
- Lincoln, S. Y., & Guba, E. G. (1985). Naturalistic Inquiry. Thousand Oaks, CA: Sage, InElo, S., Kääriäinen, M., Kanste, O., Pölkki, T., Utriainen, K. ve Kyngäs, H. (2014). Qualitative content analysis: a focus on trustworthiness, SAGE Open, 1-10.
- Manisa, K. (2007). İkinci Konutların Turizm Sektöründe Yeniden Kullanılabilmesine İlişkin Bir Model Önerisi, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Miles, B. M. & Huberman, A. M. (1994). Qualitative Data Analysis: An Expanded Source Book, California: Sage.
- Nebioğlu, O. (2018). Turistlerin Yemek Tüketim Davranışları Üzerine Kavramsal Bir Değerlendirme, Turizm Akademik Dergisi, 5 (1), 124-136.
- NVİ (2013). Niteliklerine Göre Bina Türü İstatistiği, https://www.nvi.gov.tr/kurumlar/nvi.gov.tr/Genel_Mudurluk/istatistikler/Niteliklerine_Gore_Bina_turu_istatistigi.pdf Erişim tarihi: 10.12.2019.
- NVİ (2013). Bölgelere Göre Bina Niteliği İstatistiği, https://www.nvi.gov.tr/kurumlar/nvi.gov.tr/Genel_Mudurluk/istatistikler/Bolgeler_itibariyle_Bina_Nitelikleri_istatistigi.pdf Erişim tarihi: 10.12.2019.
- Okuyucu, A. & Somuncu, M. (2015). Yalova Çınarcık'taki İkinci Konutların Ekonomik Etkilerinin Değerlendirilmesi, Coğrafi Bilimler Dergisi, 13(2), 139-159.
- Özsoy, T. (2015). Türkiye'de İkincil Konutların Turizm Pazarlamasında Kullanımı, Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 6(10), 1-18.
- Pizam, A., & Sussmann, S. (1995). Does nationality affect tourist behavior? Annals of Tourism Research, 22 (4), 901-917.
- Prescott, J., Young, O., O'Neill, L., Yau, N. J. N. & Stevens, R. (2002). Motives for Food Choice: A Comparison of Consumers from Japan, Taiwan, Malaysia and New Zealand. Food Quality and Preference, 13, 489-495.
- Quan, S. & Wang, N. (2004). Towards a Structural Model of the Tourist Experience: An Illustration from Food Experience in Tourism, Tourism Management, 25(3), 297-305.
- Randall, E. & Sanjur, D. (1981). Food Preferences: Their Conceptualization and Relationship to Consumption, Ecology of Food and Nutrition, 11(3), 151-161.
- Rozin, P. & Vollmecke, T. A. (1986). Food Likes and Dislikes, Annual Review of Nutrition, 6, 433-456.
- Semerci, H. & Akbaba, A. (2018). Bodrum'a Gelen Uluslararası Ziyaretçilerin Yerel Yemek Tüketimindeki Motivasyon Faktörlerinin Değerlendirilmesi, International Journal of Contemporary Tourism Research, 1, 41 - 57.
- Serengil, M. (2000). Kapıdağ Yarımadası'nda Bulunan İkinci Konutların Turizm Amaçlı Değerlendirilmesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Sparks, B., Bowen, J. & Klag, S. (2003). Restaurants and the Tourist Market, International Journal of Contemporary Hospitality Management, 15 (1), 6-13.
- Sönmez, V. & Alacapınar, F. (2018). Örneklenirilmiş Bilimsel Araştırma Yöntemleri, Ankara: Anı Yayıncılık.
- Sulak, B. & Türk, E. (2015). Gayrimenkul Odaklı Büyümeden Üretime Dayalı Büyümeye Doğru, KBAM 6. Kentsel ve Bölgesel Araştırmalar Sempozyumu. Bildiri Kitabı, İzmir, 327-337.
- Turner, L.W. & Reisinger, Y. (2001). Shopping Satisfaction for Domestic Tourist. Journal of Retailing and Service, 8(1), 15-27.
- TÜİK (2018). İlçe Nüfusları, <https://biruni.tuik.gov.tr/medas/?kn=95&locale=tr> Erişim tarihi: 10.12.2019.

TÜİK (2018). Seyahatlerde Kalınan Konaklama Türü ve Çeyrekler Göre Seyahat Sayısı, Erişim tarihi: 27.01.2020.

TÜİK (2019). 31 Aralık 2019 Tarihinde Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sisteminden Alınan Konut ve Yazlık Sayısı, Erişim tarihi: 27.01.2020.

Wolcott, H. F. (1994). Transforming Qualitative Data: Description, Analysis and Interpretation, Newbury Park, CA: Sage.

Whittemore, R., Chase, S. K., & Mandle, C. L. (2001). Validity in Qualitative Research. Qualitative Health Research, 11,117-132.

Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2013). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri, (9. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2016). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri, 10. Baskı, Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Zağralı, E. & Akbaba, A. (2015). Turistlerin Destinasyon Seçiminde İlçesel Yemeklerin Rolü: İzmir Yarımadası'nı Ziyaret Eden Turistlerin Görüşleri Üzerine Bir Araştırma, Journal of Yasar University, 10 (40), 6633-6644.

Zoğal, V. & Emekli, G. (2018). Urla'da (İzmir) İkinci Konutların Değerlendirilmesine Yönelik Nitel Bir Araştırma, Turizm Akademik Dergisi, 5 (1), 189-204.

Destek Bilgisi: Bu çalışmanın hazırlanması sürecince herhangi bir bireyden ya da kurumdan aynı ya da nakdi bir yardım/destek alınmamıştır.

Çıkar Çatışması: Makalede herhangi bir çıkar çatışması ya da kazancı yoktur.

Etik Onayı: Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Turizm Akademik Dergisinin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazarlarına aittir.

Bilgilendirilmiş Onam Formu: Tüm taraflar kendi rızaları ile çalışmaya dâhil olmuşlardır.

Etik Kurul Onayı: Bu çalışmada veri toplama süreci 10 Aralık 2018-15 Ocak 2019 tarihlerinde tamamlanmış olup Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı TR Dizin Etik Kurul Kriterleri 1 Ocak 2020 tarihinde ilan edilmiştir.

Araştırmacıların Katkı Oranı: Çalışma, iki yazarın katkısı ile hazırlanmıştır. Katkı oranları;

1. Yazar = 60 %

2. Yazar = 40 %

Extensive Summary

Food Preferences of Secondary Homeowners

Havva GÖZGEÇ-MUTLU*, Cevdet AVCIKURT

INTRODUCTION

Food consumption, which is one of the most important physiological needs, enables individuals to maintain their vital activities. The preferences of individuals in food consumption have great effects. Food preference can be defined as the selection of one of the other food elements (Rozin & Vollmecke, 1986). Kim, Eves & Scarles (2009) divided the factors affecting food preference into three groups. The first one is motivational factors such as exciting experience, routine escape, health anxiety, learning knowledge, authentic experience, cohesion, prestige, sensory attraction and physical environment. The second is demographic factors such as gender, age and education, and the third is personality traits such as food neophilia and food neophobia. Neophobia means fear of unknown and resistance to change. neophilia is a search for discovery, change, innovation and diversity (Fischler, 1988).

Motivation is the need to direct the individual in a certain way to achieve desirable satisfaction (Beerli & Martin, 2004: 626). In many studies, local food consumption motivation factors such as cultural experience, quest for excitement, interpersonal relations, spiritual appeal, health anxiety, pampering, relaxation and comfort, experience and exploration were determined (Bayrakçı & Akdağ, 2016; Girgin, 2018; Kim, Eves & Scarles 2009; Semerci & Akbaba, 2018; Sparks, Bowen & Klag 2003).

Population and citizenship affairs directorate in Turkey according to 2013 data the total cottage / seasonal residence number is 934.559. Marmara region ranks second among the regions with 106.688 summer / seasonal residences (NVI, 2013). Secondary residences are frequently found in the Erdek region of this region. Erdek's population is 32.963 (TÜİK, 2018). The total number of buildings in this region is 32.687 and the number of secondary homes is 4.498 (TÜİK, 2019).

PURPOSE AND METHOD

In the context of the literature review, there are many studies evaluating the factors influencing food preference in the framework of tourists. However, there

is not any study investigating the local food preferences of the secondary homeowners. Therefore, the study, aims to explore the food preferences, the motivation factors underlying these preferences, family effect and gastronomic personality traits of the secondary homeowners. In this study, qualitative research design was employed (Sönmez & Alacapınar, 2018).

For this reason, the snowball sampling technique, which is one of the purposeful sampling methods recommended for qualitative research, was chosen. Snowball sampling is based on prompts from the first participants while sampling (Breakwell et al., 2000). As sample 10 secondary homeowners were selected. A semi-structured interview questionnaire was prepared according to the results of the literature review. The questions were first employed on 2 participants with pilot study. In the direction of the answers received from the participants, the questions were changed and the number of questions decreased. Content analysis of qualitative research methods were employed and data were collected from the participants with in-depth interview technique. Data analysis was performed on the MAXQDA program.

DISCUSSION AND CONCLUSION

First of all, this study shows the local food and beverages specific to Erdek and provides tips for tourism policy makers in Erdek's marketing. According to the information obtained from the participants, local food and beverages specific to Erdek; *salad of mastic tree sprouts, salad of mustard greens with olive oil, mallow sprout dish and black mulberry juice*. Due to the limited nature of the studies exploring local foods in the study literature, it is important to shed light on other studies.

In general, some of the participants are open to new foods and some of them aren't open. It was found that men participants were abstaining against the kitchens except Turkish cuisine. They can be called *neophobic*. Some women participants were found to be open to all different cuisines. They can be called *neophilic*. Also, considering the demographic characteristics of the participants, there were no significant differences according to age and occupation.

It was found that the majority of the participants preferred the seafood in the secondary home during their stay in Erdek. The participants frequently prefer *olive oil dishes* and *white-red meat*. Pastries are preferred by some of the participants, although not as much as others.

In this study, *health* has played an important role as an important preference as in other studies

* Corresponding author at: Bandırma Onyedi Eylül University, Faculty of applied sciences. E-Mail Address: hgozgec@bandirma.edu.tr

(Bayrakçı & Akdağ, 2016; Girgin, 2018; Kim, Eves & Scarles 2009). Apart from health, it was found that the majority of the participants showed the *freshness* and *taste* of the food as the reason for choosing food. The study showed us that the *large family* factor affects the food preferences of the secondary homeowners of the Erdek. It was determined that *large families* preferred *pastry, barbecued white meat or red meat*.

To be *familiar* to food, less effective for participants but it still affects preferences. Familiar foods do not refer to a food group here. The participants, who are born and grown in cities close to the district, accept and consume vegetables and different herbs that come from nature spontaneously. However, for some of the participants, the *familiar* foods consist of white-red meat or prepared foods. Similarly, this situation was also seen in easy access factor. Some of the participants mentioned the factor of *easy access* in the preferences of *seafood* and *vegetables* while others mentioned this factor in the preference of fast food.

Finally, the *family influence* on the participants was discussed in the study and it was determined that this effect was present on some of the participants. It was found out that the some of participants shaped their food preferences according to the preferences of their family members. However most of participants act independently in food choices.