

Pandemi Sürecinde Gastronomi Turistlerinin Yöresel Yemek Tüketim Alışkanlıkları, Tutumları ve Tatil Tercihlerindeki Değişimlerinin Belirlenmesi*

Emre Çelebi^{1**}  Mehmet Oğuzhan İlban² 

¹ Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir, Türkiye, emreclb10@gmail.com, ORCID: 0000-0002-7039-0564

² Balıkesir Üniversitesi, Burhaniye Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Balıkesir, Türkiye, ilban@balikesir.edu.tr, ORCID: 0000-0002-7557-9817

Öz

Bu çalışmanın temel amacı gastronomi turistlerinin pandemi döneminde değişiklik gösteren tatil tercihlerinin, gastronomi turizminin pandemi sürecinde hissedeceği etkilerin ve gastronomi turistlerinin yöresel yemek tüketim alışkanlıkları ile tutumlarının belirlenmesidir. Edremit Körfezi'nde ikamet eden gastronomi turistlerinin evreni oluşturduğu bu çalışmada; 316 anket formu değerlendirilmeye alınmıştır. Veriler SPSS programında incelenmiştir. Verilerin analizi için bağımsız örneklem T-Testi, One Way ANOVA, Pearson korelasyon analizi ve basit doğrusal regresyon analizi kullanılmıştır. Gerçekleştirilen analizlere göre; katılımcıların tatil tercihlerinde anlamlı düzeyde değişiklikler olduğu; buna göre doğa odaklı turizm türlerine ilginin arttığı, tatil yerlerinde hijyen unsurunun daha önemli olacağı ve bireysel tatil programlarının ön planda tutulacağı gibi sonuçlara ulaşılmıştır. Ek olarak katılımcıların gastronomi turizmine katılım isteklerinde azalma olmasına karşın yöresel yemek tüketim alışkanlıkları ve tutumlarının yüksek olması ve gastronomi turizmine katılım isteğindeki değişimin yöresel yemek tutumları üzerinde anlamlı etkiye sahip olduğu sonuçlarına varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, Pandemi, Tatil Tercihleri, Yöresel Yemek

Determination of Changes in Local Food Consumption Habits, Attitudes and Holiday Preferences of Gastronomy Tourists during the Pandemic Process

Abstract

The primary purpose of this study is to determine the holiday preferences of gastronomy tourists that changed during the pandemic period, the effect of pandemic process on gastronomy tourism, and the local food consumption habits and attitudes of gastronomy tourists. In this study, in which gastronomy tourists residing in Edremit Bay constitute the population of the study; 316 questionnaire forms were evaluated. The data were analyzed in the SPSS program. Independent sample T-Test, One Way ANOVA, Pearson correlation analysis and simple linear regression analysis were used for data analysis. According to the analyzes carried out; there are significant changes in the holiday preferences of the participants; it was concluded that the interest in nature-oriented tourism types has increased, accordingly the hygiene element will be more important in holiday destinations and individual holiday programs will be prioritized. In addition, although the participants' willingness to participate in gastronomy tourism decreased, it was found out that the local food consumption habits and attitudes were high and the change in the willingness to participate in gastronomy tourism had a significant effect on local food attitudes.

Keywords: Gastronomy, Pandemic, Holiday Preferences, Local Food

önerilen atf/cite this article as

Çelebi, E., & İlban, M.O. (2023). Pandemi Sürecinde Gastronomi Turistlerinin Yöresel Yemek Tüketim Alışkanlıkları, Tutumları ve Tatil Tercihlerindeki Değişimlerinin Belirlenmesi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 7(1), 106-128.

*Bu çalışma, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalında "Yeni Normal Süreçte Gastronomi Turistlerinin Yöresel Yemek Tüketim Alışkanlıklarının ve Tutumlarının Belirlenmesi" adlı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

**Sorumlu yazar e-posta/ Corresponding author e-mail: emreclb10@gmail.com

Araştırma Makalesi

Cilt 7, Sayı 1, 2023
ss. 106-128

Gönderim : 27.07.2022
1. Düzeltme: 31.10.2022
2. Düzeltme: 11.11.2022
Kabul Tarihi: 13.12.2022

Research Article

Vol 7, No 1, 2023
pp. 106-128

Received : 27.07.2022
Revision1: 31.10.2022
Revision2: 11.11.2022
Accepted: 13.12.2022

GİRİŞ

2019 yılı Aralık ayında Çin'in Hubei eyaletine bağlı Wuhan kentinde sebebi hakkında hiç bir yorum yapılamayan ve akut şekilde gelişen zatürre vakaları bildirilmiştir (Zhu, vd., 2020: 728; Cucinotta & Vanelli, 2020: 158). Yedi Ocak 2020 tarihinde bir hastadan alınan örneklerle virüsün genom dizilimi belirlenmiş (Lu, Stratton & Tang, 2020: 401) ve bilinmeyen virüs; "Wuhan koronavirüsü" veya "2019 yeni koronavirüsü" olarak adlandırılmıştır (Shereen, vd., 2020: 92). 11 Şubat 2020 tarihinde ise Uluslararası Virüs Taksonomisi Komitesi yeni virüsün adını, "Severe Acute Respiratory Syndrome Coronavirus-2 (SARS-CoV-2) olarak tanımlamış; yol açtığı hastalığın adını ise Covid-19 (Kovid-19) olarak belirlemiştir (Gorbalenya, vd., 2020: 536). Daha sonra hastalığın yayılımı durdurulamamış ve başka ülkelere de sıçramaya başlamış, buna bağlı olarak da tarihler 11 Mart 2020 tarihine geldiğinde Dünya Sağlık Örgütü tarafından pandemi ilan edilmiştir. Yine takvimlerin 11 Mart 2020'yi gösterdiği günde Türkiye'de ilk vaka tespit edilmiştir.

İnsanlık tarihte Kovid-19 gibi birçok salgın yaşanmış ve bu salgınlar toplumları ekonomik, sosyal, demografik olarak etkilemiştir (Alaeddinoğlu & Rol, 2020: 235). Bu salgınların en yenisi olan ve bu çalışmanın da kapsamında yer alan Kovid-19 pandemisi de birçok sektörü etkilerken bu etkileri en çok hisseden sektörlerin başında da turizm sektörü gelmiştir (Sürme, 2020: 9). Dünya Turizm Örgütü (UNWTO, 2020) verilerine göre; 2020 yılının ilk dört ayında uluslararası turist sayısında geçen yılın aynı dönemine göre %57'lik bir azalma söz konusu iken bunun ekonomik kaybının yaklaşık 80 milyar Amerikan doları olduğu belirtilmektedir. Türkiye'ye bakıldığında ise T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın (KTB) yayınladığı verilere göre Türkiye'ye gelen yabancı turist sayısında 2020 yılı Ocak- Eylül ayları baz alındığında geçen yılın aynı dönemine göre yaklaşık 30 milyon turist kaybı ile %71,34' lük bir azalma söz konusu olmuştur (KTB, 2021). Bununla beraber çalışmaya katılan yerli turistlerin yaptıkları seyahat ve geceleme sayılarında da pandemi öncesine göre düşüş yaşanmıştır. Türkiye İstatistik Kurumu tarafından yayınlanan verilerde ise 2019 yılında yapılan seyahat sayısı 78200 iken bu sayı 2020 yılında 42847'ye düşmüştür (TÜİK, 2021).

Tüm veriler ve yapılan çalışmalar (UNWTO, 2020; Ayittey, vd. 2020:474; Gössling, Scott & Hall, 2020:11; Folinas & Metaxas, 2020:5; Bahar & İlal, 2020:130; UNWTO, 2022) turizm sektörünün pandemi nedeniyle ciddi olumsuzluklar ile karşılaştığını göstermektedir. Fakat tatil, insanlar için bir ihtiyaç (Chang & Bae, 2020) olmakla birlikte salgınlar sırasında oluşan kaygular ve endişeler elbette ki turistlerin tercihlerinde değişikliklere sebep olmaktadır. Örneğin, Neuburger & Egger (2020) Almanya, İsviçre ve Avusturya bölgesine ziyarette bulunan turistler üzerinde yaptıkları çalışmada; pandemi boyunca turistlerin seyahat risk algılarında artış olduğunu belirlemişlerdir.

Alanyazın incelendiğinde Kovid-19 pandemisi sonrası turistlerin risk algılarında artış olduğu ve tatil tercihlerinde değişiklikler olacağı açıkça görülmektedir (Neuburger & Egger, 2020; Chebli & Ben Said, 2020; Kourgiantakis, Apostolakis & Dimou, 2020;

Yenişehirlioğlu & Salha, 2020; Jafari, vd., 2020; Wachyuni & Kusumaningrum, 2020; Osti & Nava, 2020). Dolayısıyla turistlerin izole ortamlar tercih etmeleri ve kitlesel turizme olan ilgilerinin azalmasıyla birlikte dışarıda yemek alışkanlıklarının da azalacağı ve buna paralel olarak yemeklerini kendileri hazırlamak isteyecekleri de öngörülmektedir (Yenişehirlioğlu & Salha, 2020:364) Bu amaçla yöresel yemek tüketim alışkanlıkları ve tutumlarının etkileneceği beklenmektedir. Bunun yanında dışarıda yemek yeme alışkanlıklarında meydana gelen değişimlerin gastronomi turizminde olumsuz etkiler yaratacağı ihtimali de bulunmaktadır. Bu amaçla gastronomi turistlerinin tatil tercihlerinde meydana gelen değişimlerinin belirlenip; gastronomi turizmine katılım isteklerindeki değişimlerinin de yöresel yemek tüketim alışkanlıklarına ve tutumlarına etkisinin belirlenmesi, çalışmanın temel amacını oluşturmaktadır. Dolayısıyla yapılacak bu çalışma sonucunda; gastronomi turistlerinin pandemi sürecindeki tatil tercihlerindeki değişimleri, gastronomi turizmine yönelik ilgileri ve yöresel yemek tüketim alışkanlıkları ile tutumları hakkında bulgular elde edilmesi beklenmektedir. Elde edilecek sonuçlar kapsamında sunulacak öneriler ile gastronomi turizminin ve yöresel yemeklerin pandemi ve pandemi sonrası süreçte daha fazla öne çıkarılması amaçlanmaktadır.

İlgili alanyazın incelendiğinde pandemi sürecinde değişen turizm taleplerini belirlemeye yönelik çalışmalar olmasına karşın (Kılıç, Aslan & Gövce, 2020; Silik, Ilgaz & Dünder, 2020; Yenişehirlioğlu & Salha, 2020; Chebli & Ben Said, 2020) pandemi-gastronomi turizmi ilişkisi ve pandeminin yöresel yemekler tüketim alışkanlıkları ve tutumlarına etkisini inceleyen az sayıda çalışma (Garibaldi & Pozzi, 2020; Dalahmeoğlu & Avcı, 2021) bulunmaktadır. Bu amaç ile ortaya çıkan bu çalışmanın alanyazındaki benzer çalışmalardan ayrışması beklenmektedir. Bunun yanı sıra pandemi sürecinde gastronomi turizmine ve yöresel yemeklere olan ilginin belirlenmesinin ardından ortaya çıkan sonuçlar ışığında sunulacak önerilerin; gastronomi turizminin geliştirilmesi ve gastronomi turizminin fark yaratan turizm türlerinden birisi olmaya devam etmesi açısından önem taşıdığı düşünülmektedir. Son olarak yapılacak bu çalışmanın ileride yapılacak olan benzer çalışmalara öncülük etmesi beklenmektedir.

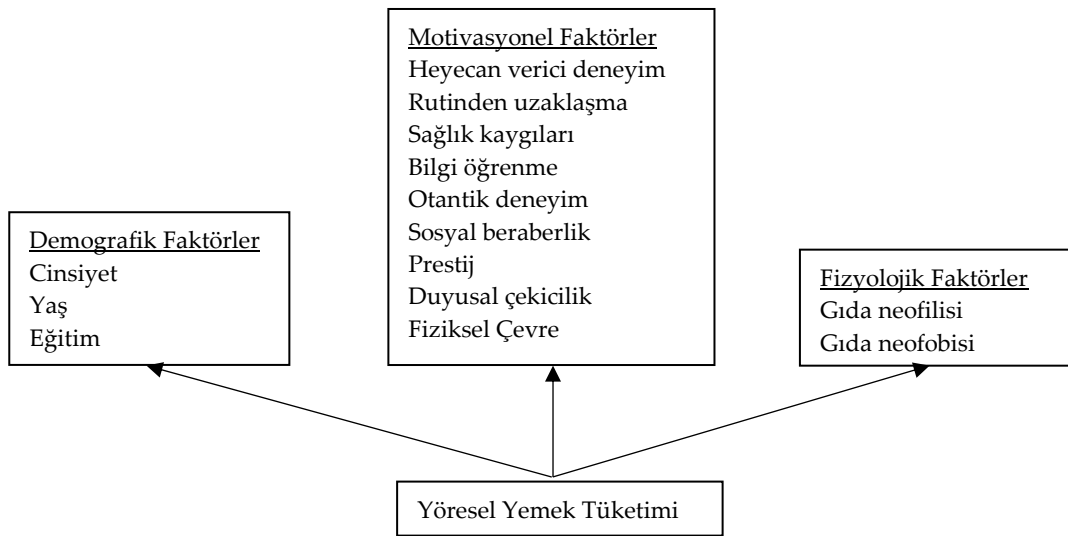
Kavramsal Çerçeve

Yöresel Yemek ve Yöresel Yemek Tüketimini Etkileyen Faktörler

Maslow'un (1943) oluşturmuş olduğu "ihtiyaçlar hiyerarşinde" gösterildiği üzere insanların en önemli gereksinimlerinin başında yeme-içme yani beslenme gereksinimi bulunmaktadır (Kula & Çakar, 2015: 193). İnsanlar için beslenme, her zaman en temel gereksinimlerden birisi olmuş ve bu gereksinimin giderilmesi uğruna verilen mücadeleler toplumların kültürleri ve yaşantılarında doğrudan etkili olmuştur. Toplumlar yaşadıkları bölgelerin hava şartları ve buna bağlı olarak bölgede yetişen bitki örtüsüne göre yemekler oluştururken; yaşanan savaşlar ve göç olayları da yemek kültürlerinin ortaya çıkmasında büyük rol oynamıştır (Saatci & Demiral, 2018: 331).

Alpaslan (2019: 81) da yine beslenmenin insanlar için bir gereksinim olduğunu ancak bu gereksinimin bir süre sonra toplumların kimliklerini dışa vuran bir kültür oluşturduğunu belirtmiştir. Benzer başka bir görüşe göre ise; sahip olunan coğrafi konum ve hayat tarzları toplumların beslenme ve yemek kültürlerini etkilemiştir (Toprak, 2015). Abdurrezzak (2014: 13) yapmış olduğu araştırma sonucunda, bireylerin günlük ihtiyaçları dışında yemeğin kültürel bir sembol olduğunu ve yemeğin sosyal statü ve iletişim sağlamada önemli bir rolü olduğunu belirtmiştir. Yine bir başka görüşe göre ise; insanlar diğer canlılardan farklı olarak bir akla sahip oldukları için beslenmelerinde nitelikli besin maddeleri tüketmeyi istemiştir ancak bu nitelik coğrafi şartlara göre farklılık göstermektedir ve bu değişiklikler de zamanla yemek kültürünün ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır (Beardsworth & Keil, 2011: 4; Gökçegöz, 2019: 5). Hatipoğlu vd.' ne (2013: 7) göre yöresel yemekler, kent merkezleri ya da kırsal yerleşim yerlerinde yapılması gelenek olmuş, daha ziyade özel günlerde tercih edilen, önemli hadiseler neticesinde toplumun kültüründe yer bulmuş ve yöre insanları tarafından diğer yemeklerden daha ayrıcalıklı görülen yemeklerdir.

Bunun yanında turistler farklı kültür ve hayat tarzlarını tanıma hususunda yöresel yemekleri bir aracı olarak görmektedirler (Hsu, Robinson & Scott, 2018: 456). Bir başka benzer görüşe göre ise yemekler, toplumların önem taşıyan bir unsuru olması ve özel günler açısından simgesel nitelikte olmasından dolayı, turistlerin gittikleri bölgelerde yöresel kültürleri ve gelenekleri tanımaları açısından bir köprü olarak görülmektedir (Kivela & Crofts, 2006: 354). Ancak yaşam yerlerinin değişiklik göstermesi, farklı hayat şekilleri ve alışagelinmişlikler etkisi ile; kimi turistler tatil için buldukları yörelerin yemeklerini enteresan ve olağandışı görmektedirler (Chang, Kivela & Mak, 2011: 307). Bu durumun etkisiyle de bireylerin yöresel yemek tüketim düzeylerinde farklılıklar görüldüğünü söylemek mümkünken; bu farklılıkların sebebi olarak da bazı etmenlerden söz edilmektedir (Semerci & Akbaba, 2018: 44). Kim, Eves & Scarles (2009) yöresel yemek tüketimine etki eden faktörler hakkında bir model oluşturmuşlardır.



Şekil 1. Yöresel Yemek Tüketimine Etki Eden Faktörler

Kaynak: Kim, Eves & Scarles (2009)

Şekil 1'deki model incelediğinde yöresel yemek tüketimine etki eden faktörlerin üç kategoride incelendiği görülmektedir. Bu faktörler arasında yer alan motivasyonel faktörlerden "sağlık kaygıları" bu çalışmanın ana probleminin oluşmasında öne çıkmaktadır. Örneğin Yenişehirlioğlu & Salha'nın (2020) Kovid-19 sonrası turizmde değişen talepleri belirlemek amacıyla yapmış olduğu araştırmaya göre ise turistler; Kovid-19 öncesi dönemde bile otellerin temizliğinin problem olabildiği gibi yeni normal süreçte otellerde konaklamanın sağlık açısından riskli olduğu belirtmişlerdir ve normal dönemde otellerde konaklamayı tercih eden turistler yeni normal süreçte kalabalıktan uzak kalabilecekleri, sosyal mesafeyi uygulayabilecekleri camping, bungalov ev, glamping veya günlük- haftalık ev kiralama gibi unsurlara yöneleceklerini belirtmişlerdir. Ancak kişilerin tatil tercihleri ne olursa olsun tatilleri esnasında yeme- içme ihtiyaçlarının en temel ihtiyaç olacağı aşikardır. Bununla birlikte turistler tatilleri süresince buldukları destinasyonun yöresel lezzetlerini tatma isteği içinde olmaktadır (Semerci & Akbaba, 2018: 42). Ancak pandeminin etkisinde geçen 2020 yılında yerli turistlerin yeme içme harcamalarında %24' lük bir düşüş olduğu belirlenmiştir. Bu da gastronomi turizminin olumsuz olarak etkilenmesi ihtimalini göstermektedir. Bununla birlikte bahsedilen bu düşüş sadece yeme içme harcamaları ile sınırlı kalmamış; konaklama ve paket tur gibi harcamalarda da düşüşler gözlemlenmiştir (TÜİK, 2022).

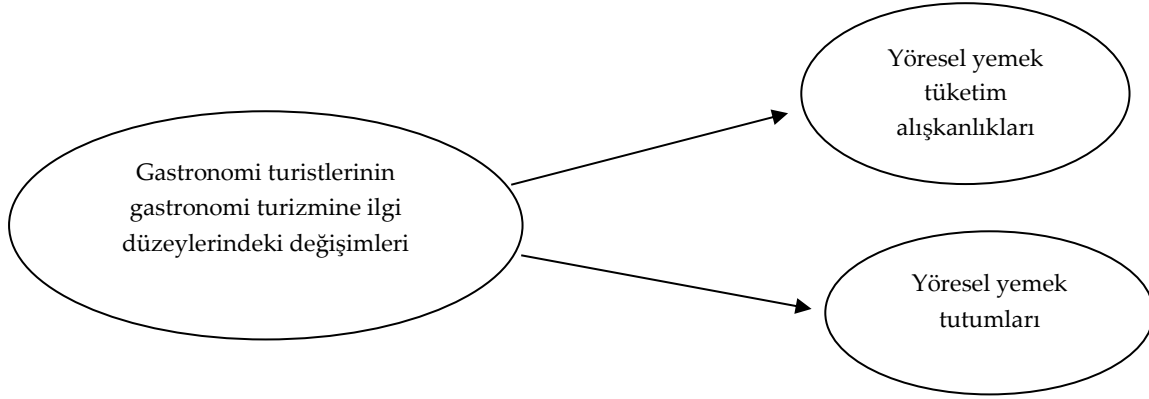
Pandemi sürecinde bireylerin sağlık kaygıları ve sosyal mesafeye dikkat etme istekleri olacağı göz önünde bulundurulduğunda, turistlerin başta konaklama olmak üzere tatil tercihlerinde değişiklikler olacağı ve bu değişiklikler ile beraber turistlerin tatilleri esnasında yemek yeme ihtiyaçlarını karşılamak adına yemeklerini kendilerinin hazırlamak isteyeceği veya kendileri hazırlamak zorunda kalacağı beklenmekte buna bağlı olarak da yeme içme alışkanlıklarında da değişiklikler olacağı ve yöresel yemeklerin daha ön plana çıkacağı öngörülmektedir. Ancak bununla birlikte gastronomi turizminin de olumsuz etkilenmesi muhtemel görülmektedir.

Nitekim Kılıç, Aslan & Gövce (2020) görüşme yöntemi ile yapmış oldukları çalışmada; katılımcıların pandemiden önce dışarıda yeme hususunda eğilimlerinin fazla olmasına rağmen pandemi ile birlikte bu eğilimlerinde azalma olacağını ve bu konudaki tutumlarını değiştirdiklerini belirtmişlerdir. Dolayısıyla pandemi ile birlikte getirilen çeşitli kısıtlamalar ve pandeminin yaratmış olduğu hijyen endişeleri sebebiyle ile gastronomi turizminin hissedeceği etkileri belirleyip öneriler sunmanın ilgili literatüre ve turizm paydaşlarına katkı sunması beklenmektedir. Bu sebeple, bu çalışmanın problemini yeni normal süreçte gastronomi turistlerinin gastronomi turizmine katılım isteklerinde değişimlerinin yöresel yemek tüketim alışkanlıklarına ve tutumlarına etkisinin belirlenmesi oluşturmaktadır.

YÖNTEM

Yapılan bu çalışmada ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır. Karadağ'a (2010) göre ilişkisel tarama modeli yürütülen bilimsel çalışmada iki ya da daha fazla sayıdaki değişkenin arasındaki ilişkilerin belirlenmesi amacıyla kullanılmakta olup, bu ilişkilerin yönünü ve düzeyini belirlemektedir. Yapılan bu araştırma ölçekler

arasındaki ilişkileri temel aldığından dolayı araştırmaya en uygun yöntemin ilişkisel tarama modeli olduğuna karar verilmiştir. Buna göre araştırmaya uygun görülen model aşağıda verilen Şekil 2'de gösterilmiştir.



Şekil 2. Araştırmanın Modeli

Şekil 2'de yer alan araştırma modeline göre; gastronomi turistlerinin gastronomi turizmine ilgi düzeylerindeki değişimleri, yöresel yemek tüketim alışkanlıkları ve tutumlarını etkilemektedir. Çalışma kapsamında oluşturulan model doğrultusunda 4 adet hipotez oluşturulmuştur:

- H₁: Gastronomi turistlerinin gastronomi turizmine ilgi düzeylerindeki değişimleri ile yöresel yemek tüketim alışkanlıkları arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişki vardır.
- H₂: Gastronomi turistlerinin gastronomi turizmine ilgi düzeylerindeki değişimleri ile yöresel yemek tutumları arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişki vardır.
- H₃: Gastronomi turistlerinin gastronomi turizmine ilgi düzeylerindeki değişimleri ile yöresel yemek tüketim alışkanlıklarını istatistiksel olarak anlamlı düzeyde etkilemektedir.
- H₄: Gastronomi turistlerinin gastronomi turizmine ilgi düzeylerindeki değişimleri ile yöresel yemek tutumlarını istatistiksel olarak anlamlı düzeyde etkilemektedir.

Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini Balıkesir ilinin Edremit Körfezi'nde yer alan Ayvalık, Burhaniye, Edremit ve Gömeç ilçelerinde yaşayan, daha önce tatile çıkmış ve gastronomi turizmine katılmış; gelecekte de tekrar tatile çıkmayı planlayan kişiler oluşturmaktadır. Bölgede yaşayan bireylerin sosyo-demografik özelliklerinin yüksek olduğunun varsayımı ile evren olarak seçilmesi uygun görülmüştür. Kolayda örnekleme tekniğine başvuru bu araştırmada 400 adet katılımcıya ulaşılmıştır. Araştırmanın örnekleme hesaplanırken evrenin tam olarak hesaplanamadığı durumunda incelenecek olayın görülüş sıklığına göre örneklem hesaplanabilmektedir. Kişilerin tekrar tatile çıkıp çıkmama olasılığının %50 olduğu varsayımına göre örneklem hesaplanmıştır. Buna göre yanılma payı (%5), güven

aralığı (%95), incelenecek olayın görülüş sıklığı (0,5), incelenecek olayın görülmeysi sıklığı (0,5), örnekleme hatası (0,5) değerlerine göre ideal örneklem sayısı 384 olarak hesaplanmıştır (Nachmias & Nachmias, 1996). Ölçekler arasındaki ilişkilerin, etkilerin ve demografik değişkenlere göre karşılaştırmasının yapılabilmesi için nicel verilerin olması gerekmektedir. Bu verileri toplamanın en uygun yollarından biri anket-ölçek uygulamaktır. Araştırma kapsamında hazırlanan anket formu yüz yüze görüşme tekniği ile 2021 yılının Ocak ve Haziran ayları arasında uygulanmıştır.

Veri Toplama Aracı

Veri toplama aracının birinci bölümde 95 maddeden oluşan ve tatil tercihlerindeki değişimi ölçmeyi amaçlayan ifadeler bulunmaktadır. Anketin, tatil tercihlerine yönelik kısmında Hong vd., (2020) çalışmasından esinlenerek her bir ifade için Covid-19 öncesi ve sonrası şeklinde beşli likert ölçeği oluşturulmuştur. Ankette yer alan tatil tercihleri ile ilgili bölümünde: Bulut (2019), Ertürk (2019) Wachyuni & Kusumaningrum (2020), Aşan (2013,) (Duman, Erkaya & Topaloğlu 2020, (Sidali & Schulze 2010), Yıldırım (2018) ve Tuna (2019) çalışmalarından alınan maddeler kullanılmıştır.

Tatil tercihlerine ilişkin değişimlerin belirlenmesi amacıyla katılımcıların Covid-19 sonrası döneme ilişkin verdikleri yanıtlardan Covid-19 öncesi döneme ilişkin verdikleri yanıtlar çıkarılmıştır. İşlem sonucunun 0 olması değişim olmadığını, işlem sonucunun eksi (-) olması ilgili tercihte azalma meydana geldiğini, işlem sonucunun artı (+) olması ise ilgili tercihte artı meydana geldiği anlamına gelmektedir. Puan aralığı -4 ile +4 arasında değişmektedir.

Veri toplama aracının ikinci bölümünde katılımcıların yöresel yemek tüketim alışkanlıklarını ölçmeyi amaçlayan 6 madde, üçüncü bölümünde ise yöresel yemek tutumlarını ölçmeyi amaçlayan 15 madde bulunmaktadır. Veri toplama aracının ikinci ve üçüncü bölümlerinde bulunan bu maddeler Dalagan (2019) çalışmasından alınmıştır. Hem tüketim alışkanlıkları hem de tutum puanları ölçekler 5'li likert türünde olduğundan dolayı 1-5 arasında puanlanmaktadır. Puanın 1'e yakın olması tüketim alışkanlığının ve tutumun düşük olduğunu gösterirken, puanın 5'e yakın olması tüketim alışkanlığının ve tutumun yüksek olduğunu göstermektedir. Veri toplama aracının dördüncü bölümünde yöresel mutfak bilgi düzeylerini ölçmeyi amaçlayan 20 madde bulunmakta olup, düşük düzeyde güvenilirliğe sahip olduğundan dolayı bu maddeler veri analizlerinde kullanılmamıştır. Anketin beşinci ve son bölümünde araştırmaya katılanların kişisel bilgileri, yaşadıkları bölge ve Covid-19 geçirmiş olma durumlarını ölçmeyi amaçlayan 9 soru bulunmaktadır.

Verilerin Analizi

Araştırma kapsamında toplanan verilerin analizi SPSS 22.0 programında yapılmıştır. Katılımcıların demografik bilgilerinin yüzdelerle dağılımlarının belirlenmesinde frekans analizi kullanılmıştır. Ölçek puanlarının arasındaki ilişkinin incelenmesinde Pearson Korelasyon analizi kullanılırken, gastronomi turizmine katılım isteğindeki değişimin yöresel mutfak tüketim alışkanlıklarına ve tutumlarına etkisinin

incelenmesinde ise basit doğrusal regresyon analizi kullanılmıştır. Çalışmada verilerin analizine başlanmadan önce; tatil tercihleri, yöresel yemek tüketim alışkanlıkları ve yöresel yemek tutumlarına yönelik ölçeklerin güvenilirlik analizleri test edilmiştir. Buna göre güvenilirlik analizi sonuçları Tablo 1’de yer almaktadır.

Tablo 1. Katılımcıların Tatil Tercihleri Ölçeği, Yöresel Yemek Tüketim Alışkanlıkları Ölçeği ve Yöresel Yemek Tutumları Ölçeği Puanlarına Yönelik Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Ölçek	α
Tatil türü	,602
Mevsim	,653
Sıklık	,626
Özellik	,622
Program	,655
Konaklama	,632
Pansiyon	,634
Geceleme	,644
Yiyecek- içecek	,608
Öncelik	,625
Aktivite	,685
Tatil sırasında	,629
Tüketim alışkanlığı	,662
Tutum	,924

Tablo incelendiğinde, araştırma kapsamında kullanılan tatil tercihleri ölçeğinin alt boyutları ve yöresel mutfak tüketim alışkanlıkları ölçeğinin orta düzeyde güvenilir olduğu ($,60 << ,80$), yöresel mutfak tutum ölçümünün yüksek düzeyde güvenilir olduğu ($> ,80$) görülmektedir (Özdamar, 2013: 555).

BULGULAR

Katılımcıların %52,8’i erkek, %47,2’si kadın, %83,2’si evli, %10,4’ü 18-25 yaş grubunda, %18,4’ü 26-35 yaş grubunda, %33,2’si 36-45 yaş grubunda, %24,4’ü 56-65 yaş grubunda, %13,6’sı 65+ yaş grubundadır. Araştırmaya katılanların %7,3’ü ortaokul mezunu, %54,1’i lise mezunu, %14,6’sı ön lisans mezunu, %24,1’i lisans mezunu, %5,4’ünün aylık geliri asgari ücret, %6,6’sının 2500-3500 TL, %17,7’sinin 3501-4500 TL, %42,7’sinin 4501-5500 TL, %27,5’inin 5500+ TL’dir. Katılımcıların %6,6’sı kırsal alanda, %68,7’si kentsel alanda, %24,7’si sahil kesiminde yaşamakta, %13,3’ünün yaşadığı bölge Ayvalık, %23,7’sinin Burhaniye, %55,4’ünün Edremit, %7,6’sının Gömeç’tir ve katılımcıların %4,1’i yaşadığı bölgede 1 yıldan az süredir yaşarken, %6,6’sı 1-3 yıldır yaşamakta, %23,1’i 3-5 yıldır yaşamakta, %13,9’u 5-7 yıldır yaşamakta, %21,5’i 7-9 yıldır yaşamakta, %30,7’si 10+ yıldır yaşamaktadır. Katılımcıların %8,9’u Covid-19 geçirmiştir.

Tablo 2. Yöresel Yemek Tüketim Alışkanlıkları Ölçeği Açıklayıcı Faktör Analizi

Ölçek maddeleri	Faktör yükü
3.Hafta içi akşam dışarıda aile ile yöresel mutfak yemeklerini tüketme	,876
5.Gelen misafirlere evde yöresel mutfak yemeklerini pişirme	,570
6. Hafta sonu aile ile dışarıda yöresel mutfak yemeklerini tüketme	,865
Açıkladığı toplam varyans	61,354
KMO Ölçüm Yeterliliği	,774
Bartlett's Küresellik Test Değeri	$x^2=210,016$; $p=,000$

Yöresel Yemek Tüketim Alışkanlıkları Ölçeği açıklayıcı faktör analizine ilişkin örneklem büyüklüğünün yeterliliğini ölçen KMO değerinin ,774 olduğu ve bu değer örneklem büyüklüğü için yeterli bir değer olduğu görülmektedir (Aksu vd., 2017: 9; Altunışık & diğ., 2007: 226). Ölçeğin faktör analizi için uygunluğunu belirten Bartlett's test değerinin anlamlı olması ölçeğin faktör analizi için uygun olduğunu belirtmektedir (Aksu vd., 2017: 10; Altunışık vd., 2007: 230) ve Yöresel Yemek Tüketim Alışkanlıkları Ölçeğine ilişkin test değeri anlamlı bulunmuştur ($p<0,05$). Yapılan faktör analizi sonucunda faktör yükü 0,30'un altında kalan maddeler (*Hafta içi öğlen işyerinde yöresel mutfak yemeklerini tüketme, Hafta içi akşam evde yöresel mutfak yemeklerini tüketme, Evde aile fertlerine evde yöresel mutfak yemeklerini pişirme*) ölçekten çıkarılmıştır (Altunışık vd., 2007: 226, Çokluk vd., 2012: 194). Ölçek tek boyutlu ve 3 madde olarak analizlerde değerlendirilmiştir.

Tablo 3. Yöresel Yemek Tutum Ölçeği Açıklayıcı Faktör Analizi

Ölçek maddeleri	Faktör yükü
1. Yöresel yemekleri yemeyi tercih ederim	,870
2. Yöresel yemekleri, diğer yemeklere göre daha çok tercih ederim.	,850
3. En çok yaşadığım yerin yöresel yemeklerini yaparım.	,573
5. Ziyaret ettiğim yerlerde, yöresel yemekleri tercih ederim.	,827
6. Yörelere özgü yemek programları ve gösterilerini izlerim, takip ederim.	,587
7. Yöresel yemek yiyebilmek için fazla para ödemeye razıyım.	,887
10.Yöresel yemeklerin daha besleyici olduğunu düşünüyorum.	,856
11.Yöresel yemeklerin daha sağlıklı olduğunu düşünüyorum.	,851
12.Yöresel yemeklerin daha ucuz olduğunu düşünüyorum.	,829
15.Yöresel mutfaklarda yiyecek ve içecek çeşitliliğinin daha fazla olduğunu düşünüyorum.	,850
Açıkladığı toplam varyans	64,874
KMO Ölçüm Yeterliliği	,912
Bartlett's Küresellik Test Değeri	$x^2=2688,921$; $p=,000$

Yöresel Yemek Tutum Ölçeği açıklayıcı faktör analizine ilişkin örneklem büyüklüğünün yeterliliğini ölçen KMO değerinin ,912 olduğu ve bu değer örneklem büyüklüğü için yeterli bir değer olduğu görülmektedir (Aksu vd., 2017: 9; Altunışık vd., 2007, s. 226). Ölçeğin faktör analizi için uygunluğunu belirten Bartlett's test değerinin anlamlı olması ölçeğin faktör analizi için uygun olduğunu belirtmektedir (Aksu vd., 2017: 10; Altunışık vd., 2007: 230) ve Yöresel Yemek Tutum Ölçeğine ilişkin test değeri anlamlı bulunmuştur ($p<0,05$). Yapılan faktör analizi sonucunda faktör yükü 0,30'un altında kalan maddeler ölçekten çıkarılmıştır (Altunışık vd., 2007: 226, Çokluk vd., 2012: 194). Ölçek tek boyutlu ve 10 madde olarak analizlerde değerlendirilmiştir.

Tablo 4. Katılımcıların Tatil Tercihleri Ölçeği, Yöresel Yemek Tüketim Alışkanlıkları Ölçeği ve Yöresel Yemek Tutumları Ölçeği Puanlarına Yönelik Tanımlayıcı İstatistikler

Ölçek	x	s.s.
Tatil türü	-0,23	0,37
Mevsim	-0,03	0,48
Sıklık	-0,08	0,34
Özellik	-0,26	0,47
Program	-0,19	0,52
Konaklama	-0,08	0,36
Pansiyon	-0,40	0,62
Geceleme	-0,38	0,45
Yiyecek – içecek	-0,99	0,55
Öncelik	-0,28	0,38
Aktivite	-0,58	0,35
Tatil sırasında	0,04	0,37
Tüketim alışkanlığı	4,42	0,43
Tutum	3,96	0,84

Tablo incelendiğinde, katılımcıların tatil tercihlerine ilişkin tatil türü, mevsim, sıklık, özellik, program, konaklama, pansiyon, geceleme, yiyecek-içecek, öncelik ve aktivite tercihlerinde azalma meydana geldiği, tatil sırasında yaptıklarına ilişkin tercihlerinde ise düşük düzeyde (0,04 puan) artış meydana geldiği görülmektedir. Katılımcıların yöresel yemek tüketim alışkanlık düzeylerinin yüksek olduğu ($X=4,42$), yöresel yemeklere ilişkin tutumlarının da benzer şekilde yüksek olduğu ($X= 3, 96$) görülmektedir.

Bununla birlikte tatil tercihlerinde meydana gelen değişimler detaylı incelendiğinde birçok önemli sonuç öne çıkmaktadır. Buna göre katılımcıların tatil türlerine ilişkin tercihlerinin tamamında anlamlı düzeyde değişiklikler olduğu görülmektedir ($p<0,05$). Deniz-kum-güneş turizmi ($t=18,267$; $p<0,01$), kış turizmi ($t=2,114$; $p<0,05$), kongre turizmi (toplantı, sempozyum) ($t=5,366$; $p<0,01$), yat turizmi ($t=22,418$; $p<0,01$),

gastronomi turizmi ($t=8,102$; $p<0,01$), inanç turizmi (hac, cami ziyareti gibi) ($t=15,200$; $p<0,01$), etkinlik turizmi (festival, spor karşılaşmaları) ($t=22,013$; $p<0,01$), kruvaziyer turizmi (lüks gemi) ($t=17,279$; $p<0,01$) tercihlerinde düşüş meydana gelirken, sağlık turizmi (termal, fizyoterapi vb.) ($t=-4,964$; $p<0,01$), yayla turizmi ($t=-18,342$; $p<0,01$), av turizmi ($t=-3,285$; $p<0,05$), karavan turizmi ($t=-19,457$; $p<0,01$), çiftlik turizmi ($t=-19,789$; $p<0,01$) tercihlerinde artış meydana gelmiştir.

Mevsim tercihlerinde ise yaz mevsimini tercih etme durumunda anlamlı düzeyde azalma meydana geldiği ($t=22,820$; $p<0,01$) görülürken; katılımcıların gidilecek yerin özelliğine ilişkin yanıtlarında hiç bilinmeyen yerleri tercih etme ($t=-16,793$; $p<0,01$) ve az bilinen yerleri tercih etme ($t=-19,339$; $p<0,01$) durumlarında istatistiksel olarak anlamlı düzeyde artış meydana geldiği, genellikle bilinen yerleri tercih etme ($t=25,311$; $p<0,01$) ve herkesin bildiği yerleri tercih etme ($t=23,980$; $p<0,01$) durumlarında ise anlamlı düzeyde azalma meydana geldiği görülmektedir. Katılımcıların tatil programlarına ilişkin yanıtlarına göre ise katılımcıların paket turları tercih etme durumlarında ($t=17,516$; $p<0,01$) anlamlı düzeyde azalma meydana geldiği, bireysel olarak program yapma durumlarında ($t=-11,963$; $p<0,01$) ise anlamlı düzeyde artış meydana geldiği görülmektedir.

Katılımcıların konaklama türüne ilişkin yanıtlarına göre ise pansiyon ($t=-16,395$; $p<0,01$), dağ evi ($t=-20,278$; $p<0,01$), kamu misafirhanesi ($t=-4,837$; $p<0,01$), kamp ($t=-12,028$; $p<0,01$), karavan ($t=-15,371$; $p<0,01$) ve diğer türden konaklama yerlerini ($t=-5,239$; $p<0,01$) tercih etme durumlarında ise istatistiksel olarak anlamlı düzeyde artış meydana geldiği görülürken 5 yıldızlı otelleri tercih durumunda istatistiksel olarak anlamlı düzeyde değişim olmadığı görülmektedir. Tatil süresine verilen yanıtlar incelendiğinde ise katılımcıların 1-3 gece konaklama durumlarında istatistiksel olarak anlamlı düzeyde değişim olmadığı ($t=-,204$; $p>0,05$), günübirlik seyahat etme durumlarında istatistiksel olarak anlamlı düzeyde artış meydana geldiği ($t=-3,619$; $p<0,01$) görülmektedir. Bunun yanında katılımcıların tercih ettikleri pansiyon türüne ilişkin yanıtlarında ise sadece oda şeklinde konaklama tercihlerinde ($t=-19,985$; $p<0,01$) istatistiksel olarak anlamlı düzeyde artış meydana geldiği sonucu öne çıkmaktadır.

Katılımcıların gidilecek tatil yerinde öncelikle önem verdikleri özelliğe ilişkin yanıtlara göre ise tatil yerlerinin güvenli ($t=-2,741$; $p<0,05$) ve temiz ($t=-3,662$; $p<0,01$) olmasına yönelik beklentilerinin istatistiksel olarak anlamlı düzeyde arttığı, güzel ($t=7,301$; $p<0,01$) ve havalı ($t=13,901$; $p<0,01$) olmasına ilişkin beklentilerinin ise istatistiksel olarak anlamlı düzeyde azaldığı görülmektedir.

Katılımcıların tatilde beslenme tercihlerine ilişkin yanıtlarda ise yöresel yemek sunan işletmeleri tercih etme durumlarında istatistiksel olarak anlamlı düzeyde değişim meydana gelmediği ($t=,201$; $p>0,05$), tatilde beslenme tercihlerine ilişkin fast food ($t=28,833$; $p<0,01$), döner, kebab ve pide ($t=33,108$; $p<0,01$), patisseries ürünleri (pastane ürünleri) ($t=27,029$; $p<0,01$), bonfile biftek türü et ürünleri ($t=14,766$; $p<0,01$), Çin, Hint mutfağı vb. etnik mutfaklar ($t=9,018$; $p<0,01$), cafe bistro tarzı ($t=23,911$; $p<0,01$), deniz ürünleri ($t=19,399$; $p<0,01$) sunan işletmeleri tercih etme durumlarında ve yiyecek-

içecek işletmeleri tercih etmeme durumlarında ($t=-19,067$; $p<0,01$) ise istatistiksel olarak anlamlı düzeyde azalma meydana geldiği görülmektedir.

Katılımcıların tatil sırasındaki etkinliklere ilişkin yanıtlar incelendiğinde ise kamp yapma ($t=-11,690$; $p<0,01$), yürüyüş ve dağcılık aktivitelerine katılma ($t=-18,191$; $p<0,01$), kırsal yerleşim alanlarını gezme ($t=-9,779$; $p<0,01$), yaban hayat gözlemleme ($t=-11,070$; $p<0,01$) ve avlanma ($t=-3,862$; $p<0,01$) aktivitelerinde istatistiksel olarak anlamlı düzeyde artış meydana geldiği, restoranlarda yemek yeme ($t=25,107$; $p<0,01$), şehir merkezinde gezme ($t=25,375$; $p<0,01$), alışveriş yapma ($t=16,055$; $p<0,01$), milli parkları ziyaret etme ($t=14,830$; $p<0,01$), müze ve sanat galerilerini ziyaret etme ($t=18,090$; $p<0,01$), konser, müzikal gibi sanatsal etkinliklere katılma ($t=23,641$; $p<0,01$), tarihi yerleri gezme ($t=18,929$; $p<0,01$), kültürel miras alanlarını ziyaret etme ($t=16,495$; $p<0,01$), temalı/eğlence parklarını ziyaret etme ($t=25,218$; $p<0,01$), tekne gezilerine katılma ($t=24,719$; $p<0,01$), ticari turlara katılma ($t=28,195$; $p<0,01$), spor etkinliklerine katılma ($t=9,583$; $p<0,01$), gece kulüplerinde eğlenme ($t=9,027$; $p<0,01$), su sporları (rafting, dalış vb.) yapma ($t=7,444$; $p<0,01$) tercihlerinde istatistiksel olarak anlamlı düzeyde azalma meydana geldiği görülmektedir.

Katılımcıların tatil sırasında yaptıkları arasında ise her zaman yerel insanlarla kaynaşmayı ve yerel olanı deneyimleme ($t=-3,573$; $p<0,01$), tatillerim sırasında yalnız kalma ($t=-31,379$; $p<0,01$), kırsal yaşamı deneyimleme ($t=-18,649$; $p<0,01$), ilkel koşullarda (mahrumiyet koşullarında) tatil yapma ($t=-30,026$; $p<0,01$), plajda uzanmaktansa trekking (doğa yürüyüşü) yapma ($t=-22,583$; $p<0,01$) tercihlerinde istatistiksel olarak anlamlı düzeyde artış meydana geldiği, şehir turuna katılma ($t=25,255$; $p<0,01$), farklı yemekleri tatma ($t=15,129$; $p<0,01$), sahilde uzanarak bol vakit geçirme ($t=22,698$; $p<0,01$), gittiği yerin kültürü hakkında bir şeyler öğrenme ($t=4,560$; $p<0,01$), aktif şeyler yapmayı (hareketli / faal olma) tercih etme ($t=26,475$; $p<0,01$) durumlarında ise istatistiksel olarak anlamlı düzeyde azalma meydana geldiği görülmektedir.

Tablo 5. Gastronomi turizmine katılım isteğindeki değişim ile Yöresel Mutfak Tüketim Alışkanlıkları ve Yöresel Mutfak Tutumları Arasındaki İlişkinin İncelenmesine Yönelik Pearson Korelasyon Analizi

	Tüketim alışkanlığı	Tutum
Gastronomi turizmi değişimi	r	,040
		-,179**

** $p<0,01$; * $p<0,05$

Tablo incelendiğinde, araştırmaya katılanların gastronomi turizmine katılım isteklerinde meydana gelen değişim ile yöresel mutfak tüketim alışkanlıkları arasında anlamlı düzeyde ilişki olmadığı ($p>0,05$), araştırmaya katılanların gastronomi turizmi davranışlarında meydana gelen değişim ile yöresel mutfak tutumları arasında negatif ve düşük düzeyde anlamlı ilişki olduğu ($p<0,01$) görülmektedir. Bu sonuçlara göre H_1 hipotezi desteklenmemiş; H_2 hipotezi ise desteklenmiştir.

Tablo 6. Gastronomi Turizmine (GT) İlgili Düzeyinde Meydana Gelen Değişimin Yöresel Mutfak Tüketim Alışkanlıkları (TA) Üzerindeki Etkisine İlişkin Basit Doğrusal Regresyon Analizi

GT → TA	β	Std. β	t	p	R ²	F	p
Sabit	4,429		168,517	,000	,002		
Gastronomi turizmi	,012	,040	,706	,480	Düzeltilmiş R ² =-,001	,499	,480

Tablo incelendiğinde, bağımlı değişken olan yöresel mutfak tüketim alışkanlıkları ve tahmin değişkeni olan gastronomi turizmine ilgi düzeyinde meydana gelen değişim için kurulan basit doğrusal regresyon modeli istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır (F(1, 314)=,499; p>0,05). Bu sonuca göre H₃ hipotezi desteklenmemiştir.

Tablo 7. Gastronomi Turizmine İlgili Düzeyinde Meydana Gelen Değişimin Yöresel Mutfak Tutumları Üzerindeki Etkisini Belirlemeye Yönelik Basit Doğrusal Regresyon Analizi

GT → TA	β	Std. β	t	p	R ²	F	p
Sabit	3,889		76,452	,000	,032		
Gastronomi turizmi	-,102	-,179	-3,217	,001	Düzeltilmiş R ² =-,029	10,349	,001**

**p<0,01

Tablo incelendiğinde, bağımlı değişken olan yöresel mutfak tutumları ve tahmin değişkeni olan gastronomi turizminde meydana gelen değişim için kurulan basit doğrusal regresyon modeli istatistiksel olarak anlamlıdır (F(1, 314)=10,349; p<0,01). Gastronomi turizmine ilgi düzeyinde meydana gelen değişim yöresel mutfak tutumlarındaki değişimin %2,9'unu açıkladığı ve bu etkinin istatistiksel açıdan anlamlı olduğu görülmektedir (β(GT)= -,102; t(GT)= -3,217; p<0,01). Bu bulgulara göre H₄ hipotezi desteklenmiştir.

SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Kuşkusuz 2019 yılının sonlarında dünyayı etkisi altına alan Kovid-19 pandemisi ile birlikte hayatın her alanında birtakım değişiklikler meydana gelmiştir. Çeşitli sektörler olumsuz yönde etkilenerek ciddi ekonomik zararları hissetmişlerdir. Elbette ki hizmet sektörünün başında gelen turizm sektörü de bu etkileri derinden hissetmiştir. Yapılan araştırmalar ile turizm sektörünün aldığı hasarlar çeşitli kurumlar ve bilim insanları tarafından incelenmiştir (Ayıttey, vd., 2020; Gössling, Scott & Hall, 2020; Yenişehirlioğlu & Salha, 2020; Aydın & Doğan, 2020; Erol, 2020; Akbaba, 2020; Bahar ve İlal, 2020). Yapılmış olan bu çalışma ile de bireylerin pandemi endişeleri gölgesinde tatil tercihlerinin nasıl olacağı ve yöresel yemeklere karşı tutumları ve tüketim alışkanlıklarının incelenmesi gerçekleştirilmiştir.

Pandemi süreci ile birlikte katılımcıların gastronomi turizmine yönelme düzeylerinde anlamlı düzeyde azalma meydana geldiği tespit edilmiştir. Bu sonucun ortaya çıkmasının temelinde insanların pandemi süreci ile birlikte genel hijyen kurallarının yanında gıda hijyenine de önem vermelerinin, bu nedenle kalabalık ortamlarda

yiyecek tüketmekten uzak durmalarının yattığı düşünülebilir. Bunun yanında pandemi sürecinde yöresel yemek satışı yapan birçok işletmenin kapanmasının da gastronomi turizminin az tercih edilmesinde etkili olduğu söylenebilir. Literatürde bu konuda yapılan bir çalışmada da Kovid-19 sürecinde gastronomi turizmine katılımın azaldığı, bu nedenle birçok işletmenin tanınmış gıda ürünlerini online satış vasıtasıyla kullanıcılara ulaştırmaya başladığı belirtilmiştir (Dalahmetoğlu & Avcı, 2021: 666). Ortaya çıkan bu sonucun Milwood & Crick (2021) ve Gaffar vd. (2022) çalışmalarıyla da örtüştüğü görülmektedir. Buna karşın Özel & Yıldız (2021) ise normalleşmenin başladığı dönemde yaptıkları çalışmada katılımcıların normalleşme ile birlikte dışarıda yemek yemeyi sağlıklı ve keyifli bir etkinlik şeklinde ifade ettiklerini gözlemlemiştir.

Gerçekleştirilen bu çalışmanın en önemli sonuçlarından bir tanesinin katılımcıların gastronomi turizmine katılım isteklerinde azalma olmasına karşın yöresel yemek tutumları ve tüketim alışkanlıklarının yüksek olmasıdır. Bu kapsamda pandemi ile birlikte getirilen kısıtlamalar ve dışarıda yemek yemenin sağlıksız olması düşüncesi gibi etmenlerin gastronomi turizmini olumsuz etkilemesi normal olarak değerlendirilebilir ancak bireylerin evlerinde daha fazla vakit geçirmesi ve gittikleri tatil bölgelerinde de daha izole ortamlarda tatil yapmasının kendi yemeklerini kendileri pişirmek durumunda kalacakları sonucunu da doğurabilmektedir. Nitekim Şahingöz & Öztürk (2021) de yapmış oldukları çalışmada pandemi döneminde bireylerin dışarıda yeme isteklerinin azalmasına karşın sağlıklı beslenme düşüncelerinin arttığını tespit etmişlerdir. Durmaz, Çayırağası & Çopuroğlu (2022) ise pandemi ile birlikte yiyecek içecek işletmelerinin kapatılmasının gastronomi turizmini ciddi anlamda etkilediğini fakat bireylerin eskisinden daha fazla hijyenik ve sağlıklı beslenme konusunda istekli olacaklarını belirtmişlerdir.

Gastronomi turistlerinin pandemi döneminde gastronomi turizmine katılım isteklerindeki değişim ile yöresel yemek tüketim alışkanlıkları arasında anlamlı düzeyde bir ilişki olmadığı fakat yöresel yemek tutumları arasında negatif yönde bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Ayrıca yapılan bu çalışmada katılımcıların gastronomi turizmine katılım isteklerinde meydana gelen değişimin yöresel yemek tüketim alışkanlıkları üzerinde etkili olmadığı fakat yöresel tutumları üzerinde etkisinin olduğu belirlenmiştir. Katılımcılar gastronomi turizmine katılmak istemeseler dahi yöresel yemeklere yönelik tutumlarının değişmemesi ve tutumlarının yüksek olması, pandeminin etkisinin azaldığı dönemlerde gastronomi turizmine tekrardan katılım istekleri olacağı şeklinde yorumlanabilir. Bu konuda yapılan çalışmalar sınırlı olmakla beraber, yapılan bazı çalışmalarda özellikle gastronomi turizmine yönelik tutumlar ile gastronomi davranışları arasında anlamlı ilişki olduğu belirtilmektedir (Aslan & Aktaş, 2011: 365).

Katılımcıların pandemi süreci ile birlikte deniz-kum-güneş turizmine yönelme düzeylerinde anlamlı azalma meydana geldiği tespit edilmiştir. Kovid-19 sürecinin tüm dünyayı etkilediği göz önünde bulundurulduğu zaman farklı ülkelerde de turistlerin pandemi sürecinde deniz-kum-güneş turizmine olan ilgilerinin azaldığı

görülmektedir (Gössling, Scott & Hall, 2020; Zielinski & Botero, 2020). Deniz-kum-güneş turizmine olan ilgi ya da katılımın azalmasının nedenleri arasında ülkeler arası seyahat yasaklarının da etkili olmasının yanı sıra sosyal mesafeye dikkat etme isteğinin olduğu düşünülebilir. Söz konusu yasaklar nedeniyle dünyanın birçok ülkesinde turistik faaliyetlerin azaldığı bilinmektedir (Kervankıran & Bağmacı, 2021: 263).

Doğa odaklı ve daha az kalabalık içeren turizm türlerine yönelik ilginin artmış olduğunun belirlenmesi çalışmanın önemli sonuçlarından birisidir. Bu sonuçların da alanyazınla paralellik gösterdiği görülmektedir. Örneğin Aydın & Doğan (2020: 107) yaptıkları çalışmada pandeminin turistlerin tercihlerinde farklılıklara sebep olabileceğini ve bu bağlamda kitlesel turizmden ziyade bireysel turizm faaliyetlerinin görüleceğini; karavan, kamp ya da ev kiralama gibi tatil türlerinin daha fazla tercih edilmeye başlanacağını belirtmiştir. Nitekim yapılmış olan bu çalışmada da turistlerin yaz mevsimi tercihlerinde azalma olduğu da çıkan sonuçlardan birisi olmuştur. Özdemir (2020) ise çalışmasında; turistlerin pandemi sebebi ile doğaya yönelik bazı turizm faaliyetlerinde bulunacaklarını ve bu durumunda kırsal turizmi canlandıracağını belirtmiştir. Wachyuni & Kusumaningrum (2020) da doğa turizminin pandemi ardından ön planda tutulacağını belirtirken; Osti & Nava (2020) da çalışmalarında; katılımcıların deniz çevresinde yer alan tatil yerlerini, dağlık kesimlere nazaran daha güvensiz bulduklarını tespit etmişlerdir.

Konaklama türü açısından değişimler incelendiğinde ise katılımcıların kamp, karavan gibi daha izole konaklama türlerine yönelik ilgilerinin arttığı belirlenmiştir. Pandemi sürecinde birçok otelin geliri ciddi anlamda azalmış, bazı oteller ise kapanma yoluna gitmiştir. Küresel düzeyde otellerin eski müşteri verimliliğine ulaşmalarının 2023 yılında gerçekleşeceği belirtilmektedir. Türkiye Otelciler Birliği'nin (TÜROB) uluslararası veri ve analiz şirketi STR Global iş birliği ile hazırladığı otel doluluk verileri de pandemi öncesi dönem ile kıyaslandığı zaman pandemi sürecinde otel doluluk oranlarının azaldığını göstermektedir (TÜRSAB, 2020: 12). Bu konuda yapılan bir çalışmada Kovid-19 sürecinde özellikle otellerde konaklayan müşteri sayısının azaldığı belirlenmiş, bunun temel nedenlerinin başında pandemi sürecinde insanların otel doluluk oranlarını ve otellerin aldıkları pandemi tedbirlerini dikkate almalarının yattığı belirtilmiştir (Demir, Şen-Demir, Doğanay, Ergen & Dalgıç, 2021: 89). Bunun yanında katılımcıların 5 yıldızlı otel tercih durumlarında anlamlı düzeyde bir değişim olmadığı tespit edilmiştir. Bunun nedeninin ise katılımcıların 5 yıldızlı otellerin daha fazla pandemi tedbirlerini sağlayabileceklerine olan güvenlerinin olduğu düşünülebilir.

Bir diğer sonuca bakıldığında ise paket turlara ilginin azaldığı görülmektedir. Elbette ki bu sonucun ortaya çıkmasında paket turlarda toplu halde ulaşım yapılmasının getirmiş olduğu sosyal mesafe kuralına uyulamayacak olmasının yattığı düşünülebilir. Elde edilen bu sonucun da Chebli & Ben Said (2020: 203) çalışmasıyla örtüştüğü görülmektedir. Bahsedilmekte olan bu çalışmada katılımcıların %61'nin ise paket turlardan uzak durmak istediklerini belirlenmiştir.

Katılımcıların pandemi sürecindeki tatil tercihleri mevsim değişkenine göre incelendiği zaman; tatil tercihlerinin mevsimlere göre bazı farklılıklar gösterdiği bulunmuştur. Elde edilen sonuçlara göre, pandemi süreci ile birlikte katılımcıların tatillerini ilkbahar, sonbahar ve kış mevsimlerinde yapma düzeylerinin arttığı, buna karşılık pandemi öncesi dönem ile kıyaslandığı zaman pandemi süreci ile birlikte yaz turizmüne katılımlarının anlamlı düzeyde azaldığı bulunmuştur. Pandemi sürecinde özellikle yaz turizminde azalma meydana gelmesinin temel nedenlerinin başında turistlerin kalabalıktan uzak durmak ve sağlıklarını korumak amacıyla deniz-kum-güneş turizmüne yönelmemelerinin yattığı düşünülebilir. Yayınlanan bir raporda da 2020 yılında turistlerin Mayıs ayında destinasyona yönelme niyetlerinin %30 olduğu, Haziran ayında ise destinasyona yönelme niyeti olan turist oranının %20'ye düştüğü rapor edilmiştir (TÜRSAB, 2020: 22).

Pandemi sürecinde katılımcıların gidecekleri tatil bölgesinde aradıkları en önemli özelliğin hijyen olması; çalışmadan elde edilen bir başka sonuçtur. Bireylerin pandemi dönemlerinde hijyen unsuruna daha fazla önem verecek olmaları beklenen bir sonuçtur. Ayrıca bu sonucun da alanyazında Jafari vd.'nin (2020) çalışmalarıyla örtüştüğü görülmüştür. Bahsi geçen bu çalışmada gidilecek destinasyonda dikkat edilecek ilk hususun sağlık açısından güvenlik ve hijyen olduğu sonucuna varılmıştır. Chebli & Ben Said (2020:203) de katılımcıların tamamının gidecekleri destinasyonlarda ve konaklama tesislerinde hijyene ekstra önem vereceklerini belirlemişlerdir.

Pandemi sürecinde katılımcıların daha az bilinen destinasyonlara ilgi düzeylerinin arttığı da elde edilen sonuçlardan bir tanesidir. Bu sonucun altındaki sebebin, gidilecek bölgenin az bilinen olması ile kalabalık olmaması arasındaki doğru orantılı ilişkinin olduğu düşünülebilir. Benzer bir çalışmada Issabel vd. (2020) katılımcıların tatilleri için yoğunluğun fazla olduğu destinasyonları seçmeyeceklerini belirlemişlerdir.

Yapılmış olan bu çalışma ile pandemi ile birlikte yerli turistlerin tatil tercihlerinde değişiklikler olduğu, katılımcıların yöresel yemek tüketim alışkanlıkları ve tutumlarının yüksek olduğu ve meydana gelen tatil tercihi değişimlerinin yöresel yemek tüketim alışkanlıkları ve tutumları üzerinde etkili olduğu sonucuna varılmıştır. Ortaya çıkan sonuçlara göre katılımcıların yöresel yemek tüketim alışkanlıkları ve tutumlarının yüksek olduğu fakat gastronomi turizmine katılım isteklerinin az olması ve tatilleri sırasında restoranlarda yemek yeme tercihlerinde azalma meydana gelmesi gibi sonuçlar elde edilmiştir. Bunun yanında tatil tercihlerinde meydana gelen değişimler de yöresel yemek tüketimi ve tutumları üzerinde etkili olmuştur. Bu sonuçların pandeminin getirdiği birçok olumsuzluklara rağmen yöresel yemeklerin ve yöresel yemekler ile ayrı düşünülmemeyen gastronomi turizminin geleceği açısından önemli olduğu düşünülmektedir. Bu sonuçlar doğrultusunda sunulan öneriler aşağıda kısımında yer almaktadır.

- Bireylerin tatillerinde yöresel yemekler sunan işletmeleri tercih edemeyecek olmasına rağmen konakladıkları yerlerde kendi yöresel yemeklerini yapmaları için veya konakladıkları yerlerde yöresel

yemek tüketmelerini arttırmak için paket servis hizmetlerinin arttırılması önerilmektedir.

- Özellikle bölgede yer alan yerel ürünler satan işletmelerin online alışverişe uygun şekilde hizmet vermesi sağlanmalıdır. Gaffar vd. (2022) de yapmış oldukları çalışmada Endonezya'daki sokak satıcılarının online siparişler ve paket servisler ile gastronomi turizminin devam etmesine olanak sağladıklarını ifade etmişlerdir.
- Günümüzde artan sosyal medya kullanımı dikkate alınarak sosyal medya reklamlarının artırılarak yöresel yemeklerin yapımında kullanılan yerel ürünlerin satışları özendirilmelidir.
- Pandemi ile birlikte olumsuz etkilenen gastronomi turizminin tekrardan fark yaratan bir turizm türü olması için pandeminin ardından yöresel yemek sunan işletmelerin hijyen kurallarına uygun hizmet verdiği turistlere lanse edilmelidir.
- Gastronomi turizminin pandemi sonrası tekrardan canlandırılması için destinasyonların gastronomi ürünlerini ve yöresel yemeklerini tanıtan festivaller düzenlemesi, pandemi döneminde düzenlenen festivallerin pandeminin etkisini yitirdikten sonra tekrar devam ettirilmesi önerilmektedir.
- Özellikle pandemi döneminde bireylerin daha sağlıklı beslenme düşüncesinde oldukları bilinmektedir (Ceylan, Muştı & Saruışık, 2020). Buna istinaden yöresel yemeklerin sağlıklı olma özelliklerinin ön plana çıkarılması ve bu doğrultuda reklamlar, tanıtımlar, eğitimler ve seminerler yapılarak yöresel yemeklerin pandemi sonrası daha çok tüketilmesi teşvik edilmelidir.
- Bunun yanında pandemiyle birlikte katılımcıların hijyene ve sağlıklı beslenmeye daha fazla önem verecekleri düşünüldüğünde; yöresel yemek sunan işletmelerin devlet tarafından verilecek olan sertifikalar ile yöresel yemekler konusunda ayırt edici restoranlar oldukları gösterilebilir. Bu sayede de gastronomi turizmine katılım sağlayan bireylerin gittikleri destinasyonlarda işletme seçimlerinde kolaylık sağlanmış olabilir. Ayrıca yapılacak bu uygulama ile işletmeler arası rekabetin artırılması da sağlanarak işletmelerin kalitelerinin artırılması sağlanabilir.
- Yapılan bu çalışmada Bunun yanında pandemi süreci ile birlikte turistlerin genellikle açık alanlarda yapılan turistik faaliyetlere katılım sağladıkları bulunmuştur. Bu noktada açık alanda yapılan alternatif turizm faaliyetlerinin tanıtımına yönelik çalışmalar yapılabilir. Böylece pandemi sürecinin yanında pandemi sona erdiği zaman açık alanda yapılan alternatif turizm faaliyetleri geliştirilebilir.
- Yapılan bu çalışmada elde edilen sonuçlar pandemi sürecinde turistlerin otel ve pansiyon gibi insanların yoğun kullandığı konaklama işletmelerinden uzaklaştıklarını, kamp, karavan ya da

günlük ev kiralama gibi konaklama tercihlerine yöneldiklerini göstermektedir. Bu süreçte otel ve pansiyon gibi konaklama tesislerinin daha fazla turist kazanabilmek için pandemi kurallarına uygun hizmet vermelerinin ve tanıtım yapmaları önerilmektedir.

- Pandemi sürecinde bireylerin genellikle sağlık kaygılarını göz önünde bulundurarak destinasyona yöneldikleri görülmektedir. Bu noktada gerek tur operatörlerinin gerekse de konaklama işletmelerinin destinasyon sürecinde turistlerin sağlıkla ilişkili kaygılarını azaltıcı önlemler almaları önerilmektedir. Bu noktada zaten hükümet tarafından zorunlu tutulan tedbirlerin (maske, mesafe ve aşılama gibi) eksiksiz ve doğru bir şekilde uygulanması gerekmektedir.
- Pandemi sürecinde bireylerin işlerini kaybetmeleri ya da birçok sektörde çalışanların gelirlerinin düşmesi turizme katılımı olumsuz yönde etkilemektedir. Bu noktada devletin turizme katılımı canlandırmak için turistleri ekonomik olarak rahatlatacak bazı önlemler (vergi indirim, faizsiz kredi vb.) almaları gerektiği önerilmektedir.
- Bu çalışma yerli gastronomi turistleri üzerine yapılmış bir çalışmadır. Farklı turizm türlerine yönelik bireyler üzerinde veya yabancı turistler üzerinde de benzer çalışmalar yapılması önerilmektedir. Çıkacak sonuçların bu çalışma ile karşılaştırma yapılarak farklı öneriler sunulması alanyazına katkı açısından önem taşıyacaktır.

Bu araştırma kapsamında gerçekleştirilen anket uygulaması; ölüm oranları ve vaka sayılarının yüksek olduğu dönemde gerçekleştirilmiştir. Buna ek olarak anketlerin uygulandığı dönemde aşılamanın başlamamış olması gibi etkenlerin katılımcıların vermiş oldukları yanıtlar üzerinde etkili olabileceğini düşünmek mümkündür. Bu sebeple, ölüm oranlarının düşük olduğu ve aşılama oranlarının yüksek olduğu dönemlerde benzer çalışmaların yapıp bu çalışmadan çıkan sonuçlar ile karşılaştırılmaları yapılması da önerilmektedir.

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.

Teşekkür: Katkılarından dolayı hakemlere teşekkür ederiz.

Destek Bilgisi: Herhangi bir kurum ve/veya kuruluşun destek alınmamıştır.

Çıkar Çatışması: Yazarlar arasında çıkar çatışması yoktur.

Etik Onayı: Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi'nin

hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazar(lar)ına aittir.

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

Etik Kurul Onayı: Balıkesir Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Komisyonundan 24/12/2020 tarihinde izin alınmıştır.

Araştırmacıların Katkı Oranı: Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamıştır.

Veri Kullanılabilirlik Beyanı: Araştırma verileri paylaşılmamıştır.

KAYNAKÇA

- Abdurrezzak, A. O. (2014). İşlevsel teori bağlamında yemek kültürünün iletişimsel yönü. *Electronic Turkish Studies*, 9(11), 1-16
- Akbaba, M. (2020). COVID- 19 salgını kapsamında turist yorgunluğunun turistlerin satın alma, tavsiye etme ve daha fazla ödeme niyetlerine etkisinin belirlenmesi. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 6 (2), 225-240.
- Aksu R., Eser M. T., & Güzeller C.O. (2017), Açımlayıcı ve doğrulayıcı faktör analizi ile yapısal eşitlik modeli uygulamaları. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Alaeddinoğlu, F., & Rol, S. (2020). Covid- 19 pandemisi ve turizm üzerindeki etkileri. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Salgın Hastalıklar Özel Sayısı*, 233-258.
- Alpaslan, K. (2019). Yöresel yemeklerde moleküler gastronomi kullanımı, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), T.C Kastamonu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı, Kastamonu.
- Altunışık R., Coşkun R., Bayraktaroğlu S., & Yıldırım E. (2007), Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri spss uygulamalı. İstanbul: Sakarya Yayıncılık.
- Aslan, H., & Aktaş, N. (2011). Turizm ön lisans öğrencilerinin gastronomi turizmüne yönelik tutumları ve gastronomi davranışlarının belirlenmesi. *Social Sciences*, 6 (3), 363-373.
- Aşan, K. (2013). Doğa deneyimleri, açık alan rekreasyon güdeleri ve tatil aktivite tercihleri arasındaki ilişkinin belirlenmesi, (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi), Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı, Eskişehir.
- Aydın, B., & Doğan, M. (2020). Yeni koronavirüs (covid-19) pandemisinin turistik tüketici davranışları ve Türkiye turizmi üzerindeki etkilerinin değerlendirilmesi. *Pazarlama Teorisi ve Uygulamaları Dergisi*, 6 (1), 93-115.
- Ayittey, F., Ayittey, M., Chiwero, N., Kamasah, J., & Dzuvoor, C. (2020). Economic impacts of Wuhan 2019-ncov on China and the world. *Journal of Medical Virology*, 92(5), 473-475.
- Bae, S. Y., & Chang, P. J. (2021). The effect of coronavirus disease-19 (COVID-19) risk perception on behavioural intention towards 'untact' tourism in South Korea during the first wave of the pandemic (March 2020). *Current Issues in Tourism*, 24 (7), 1017-1035.
- Bahar, O., & İlal, N. Ç. (2020). Coronavirüsün (Covid-19) turizm sektörü üzerindeki ekonomik etkileri. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 6(1), 125- 139.
- Beardsworth, A., & Keil, T. (2011). Yemek sosyolojisi: yemek ve toplum çalışmasına bir davet, (Çev. Abdülbaki Dede). Ankara: Phoenix Yayınevi.
- Bulut, A. (2019). Turistlerin kişilik özelliklerinin turistik ürün tercih ve satınalma davranışına etkisi, (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Ana Bilim Dalı, Zonguldak.
- Ceylan, V., Muştu, Ç., & Sarıışık, M. (2020). Healthy nutritional attitudes and behaviors during covid- 19 outbreak lockdown. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8 (4), 2491-2506.
- Chang, R. C., Kivela, J., & Mak, A. H. (2011). Attributes that influence the evaluation of travel dining experience: When East meets West. *Tourism Management*, 32(2), 307-316.

- Chebli, A., & Ben Said, F. (2020). The impact of covid- 19 on tourist consumpt behaviour: a perspective article. *Journal of Tourism Management Research*, 7(2), 196- 207.
- Cucinotta, D., & Vanelli, M. (2020). WHO declares covid-19 a pandemic. *Acta Biomed*, 91(1), 157-160.
- Çokluk Ö., Şekercioğlu G., & Büyüköztürk Ş. (2012), Sosyal bilimler için çok değişkenli istatistik: SPSS ve LISREL uygulamaları. Ankara: PEGEM Akademi.
- Dalagan, S. (2019). Çalışan kadınlarda yöresel mutfak eğitiminin yöresel yemek tüketim alışkanlıkları, tutumları ve bilgi düzeylerine etkisi, (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi), Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı, Konya.
- Dalahmetoğlu, K.B., & Avcı, M. (2021). Covid-19 salgınının gastronomi turizm üzerine etkisi: Kastamonu örneği. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 11 (4), 645-668.
- Demir, M., Şen-Demir, Ş., Doğanay-Ergen, F., & Dalgıç, A. (2021). Covid-19 sürecinde tüketicilerin otel seçimini etkileyen faktörler. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 7 (1), 82-94.
- Duman, T., Erkaya, Y., & Topaloglu, O. (2020). Vacation interests and vacation type preferences in Austrian domestic tourism. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 37(2), 217-245.
- Durmaz, Y., Çayırağası, F., & Çopuroğlu, F. (2022). The mediating role of destination satisfaction between the perception of gastronomy tourism and consumer behavior during COVID-19. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 28, 100525.
- Erol, S. I. (2020). Covid-19' un turizm sektöründe istihdama etkisi: İtalya, İspanya ve Türkiye örnekleri. *İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi*, 8(2), 38- 49.
- Ertürk, M. (2019). Çocuklu ailelerin dışarıda yeme alışkanlıkları. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 18(4), 1592-1610.
- Garibaldi, R., & Pozzi, A. (2020). Gastronomy tourism and Covid-19: technologies for overcoming current and future restrictions. *Languages, Literatures and Cultures of the University of Bergamo where she is member of the CST-DiathesisLab. Her primary research interests are participatory processes and collaborative mapping to promote territorial regeneration in a sustainable perspective.*, 45.
- Gorbalenya, A. E., Baker, S. C., Baric, R. S., de Groot, R. J., Drosten, C., Gulyaeva, A. A., ... & Ziebuhr, J. (2020). The species Severe acute respiratory syndrome-related coronavirus: classifying 2019-nCoV and naming it SARS-CoV-2. *Nature microbiology*, 5(4), 536-544.
- Gökçeğöz, S. (2019). Yemek kültürünün rasyonelleşmesi: Kayseri' de dışarıda yemek, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), T.C Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sosyoloji Ana Bilim Dalı, Kayseri.
- Gössling, S., Scott, D., & Hall, M. (2020). Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(1), 1- 20.
- Hatipoğlu, A., Zengin, B., Batman, O., & Şengül, S. (2013). Yöresel yemeklerin, kırsal turizm işletmeleri mönülerinde kullanım düzeyleri: Gelveri örneği. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 3(1), 6-11.

- Hsu, F. C., Robinson, R. N., & Scott, N. (2018). Traditional food consumption behaviour: the case of Taiwan. *Tourism Recreation Research*, 43(4), 456-469.
- Issabel, N., Rehnui, R., Tawan, J., Maneechay, S., & Anantamongkolkul, C. (2020). Local travel behavior during covid- 19: preliminary study. Proceeding 1. International Conference on Business & Social Sciences (ICOBUSS), Surabaya, October 3.– 4., 834-839.
- Jafari, K., Saydam, M. B., Erkanlı, E., & Olorunsola, V. O. (2020). The impacts of the covid-19 pandemic on the consumer behavior of Turkish tourists. *Revista TURISMO: Estudos e Práticas*, (5), 1-17.
- Karadağ, E. (2010). Eğitim bilimleri doktora tezlerinde kullanılan araştırma modelleri: Nitelik düzeyleri ve analitik hata tipleri. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 1(1), 49-71.
- Kervankıran, İ., & Bağmancı, M. F. (2021). COVID-19 sürecinde Türkiye turizminin mekânsal görünümü: Hangi il nasıl etkilendi? *Coğrafi Bilimler Dergisi*, 19 (1), 263- 287.
- Khan, A. A. (2020). Covid-19 salgınının turizm üzerindeki etkileri: Safranbolu Miras Kenti Örneği. *İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi*, 8 (2), 28- 37.
- Kılıç, B., Aslan, H., & Gövce, M. (2020). Covid-19 sonrası turistik tüketim tutumu. *Gaziantep University Journal of Social Sciences, (Covid-19 Özel Sayısı)*, 554-570.
- 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.
- Kivela, J., & Crofts, J. C. (2006). Tourism and gastronomy: gastronomy's influence on how tourists experience a destination. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 30(3), 354-377.
- Kourgiantakis, M., Apostolakis, A., & Dimou, I. (2020). COVID-19 and holiday intentions: the case of Crete, Greece. *Anatolia*, 32(1), 148-151.
- Kula, S., & Çakar, B. (2015). Maslow ihtiyaçlar hiyerarşisi bağlamında toplumda bireylerin güvenlik algısı ve yaşam doyumu arasındaki ilişki. *Bartın Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 6(12), 191-210.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2020). 2020 yılı 3. çeyrek turizm istatistikleri, <https://yigm.ktb.gov.tr/Eklenti/78391,turizmistatistikleri2020-3-ceyrekpdf.pdf>. (Erişim Tarihi: 10 Mayıs 2022).
- Lu, H., Stratton, C. W., & Tang, Y.-W. (2020). Outbreak of pneumonia of unknown etiology in Wuhan, China: The mystery and the miracle. *Journal of Medical Virology*, 92, 401-402.
- Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50. 370-396.
- Milwood, P. A., & Crick, A. P. (2021). Culinary tourism and post-pandemic travel: Ecosystem responses to an external shock. *Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing (JTHSM)*, 7(1), 23-32.
- Nachmias, C. F., & Nachmias, D. (1996). Research methods in the social sciences (5th ed.). London: St. Martin's Press Inc.
- Neuburger, L., & Egger, R. (2021). Travel risk perception and travel behaviour during the COVID-19 pandemic 2020: A case study of the DACH region. *Current Issues in Tourism*, 24 (7), 1003-1016.

- Osti, L., & Nava, C. R. (2020). Loyal: to what extent? A shift in destination preference due to the covid-19 pandemic. *Annals of Tourism Research Empirical Insights*, 1(1), 1- 4.
- Özdamar K., (2013). Paket programlar ile istatistiksel veri analizi I: MINITAB, SPSS, SYSTAT. TC Anadolu Üniversitesi. Eskişehir: Nisan Kitapevi.
- Özel, G., & Yıldız, F. (2021). Covid-19 sonrası dışarıda yemek yeme alışkanlıklarının planlı davranış teorisi kapsamında değerlendirilmesi. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 20 (2), 953-972.
- Saatci, G., & Demiral, N. Ö. (2018). Yöresel yemeklerin yiyecek-içecek işletmelerinin menülerinde yer alma düzeylerinin belirlenmesi: Bozcaada örneği. *Iwact 2018 International West Asia Congress Of Tourism Research, Van- Turkey*. 330-340.
- Semerci, H., & Akbaba, A. (2018). Bodrum'a gelen uluslararası ziyaretçilerin yerel yemek tüketimindeki motivasyon faktörlerinin değerlendirilmesi. *International Journal of Contemporary Tourism Research*, 2(1), 41-57.
- Shereen, M. A., Khan, S., Kazmi, A., Bashir, N., & Siddique, R. (2020). Covid-19 infection: Origin, transmission, and characteristics of human coronaviruses. *Journal of Advanced Research*, (24), 91-98.
- Sidali, K. L., & Schulze, B. (2010). Current and future trends in consumers' preference for farm tourism in Germany. *Leisure/Loisir*, 34(2), 207-222.
- Silik, C. E., Ilgaz, B., & DüNDAR, Y. (2020). COVID-19 sonrası turist davranışlarının kuşak farklılıkları açısından çoklu uyum analizi (MCA) ile değerlendirilmesi. *Iğdir University Journal of Social Sciences*, 4, 341-372.
- Sürme, D. M. (2020). Turizm ve Kovid-19. Ankara: Iksad Publications House.
- Şahingöz, S. A., & Öztürk, B. (2021). COVID-19 pandemisi normalleşme sürecinde bireylerin yiyecek ve içecek tercihleri. *Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(2), 187-214.
- Toprak, L. (2015). Mardin ve Yemek Kültürü. Mardin: Artuklu Yayınları.
- Tuna, S. (2018). Tüketicilerin destinasyon seçimini etkileyen faktörlerin araştırılması (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), T.C. Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Ana Bilim Dalı, Aydın.
- Türkiye İstatistik Kurumu (2021). Hanehalkı yurt içi turizm, iv. çeyrek: ekim-aralık ve yıllık, 2020. <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Yurt-Ici-Turizm-IV.Ceyrek:-Ekim-Aralik-ve-Yillik,-2020-37473>. (Erişim Tarihi: 31 Mart 2022)
- Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (TÜRSAB). (2020). Türkiye ve dünya turizmi değerlendirmesi. İstanbul.
- UNWTO (2020). International Tourism and Covid-19. <https://www.unwto.org/international-tourism-and-covid-19>. (Erişim Tarihi: 17 Haziran 2022)
- Wachyuni, S.S., & Kusumaningrum, D. A. (2020). The effect of COVID-19 pandemic: How are the future tourist behavior. *Journal of Education, Society and Behavioural Science*, 33 (4), 67-76.
- Yenişehirlioğlu, E., & Salha, H. (2020). Covid- 19 pandemisinin Türkiye iç turizmine yansımaları: değişen talep üzerine bir araştırma. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Bahar (Covid19-Özel Ek)*, 355-368.

- Yıldırım, O. (2018). Yeşil tüketici değerleri, değişikli arayışı, heyecan arayışı ve tatil tercihi ilişkisi: Adana'da yapılan bir araştırma, (Yayımlanmamış Doktora Tezi), T.C. Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı, Mersin.
- Zhu, N., Zhang, D., Wang, W., Li, X., Yang, B., Song, J., ... & Tan, W. (2020). China novel coronavirus investigating and research team. A novel coronavirus from patients with pneumonia in China, 2019. *N Engl J Med*, 382(8), 727-733.
- Zielinski, S., & Botero, C. M. (2020). Beach tourism in times of COVID-19 pandemic: critical issues, knowledge gaps and research opportunities. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(19), 7288.