



AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



Ekin AKBULUT

ULUSLARARASI SEYAHATLERDE DESTİNASYON VE RESTORAN SEÇİMİNİN
GIDA GÜVENLİĞİ ALGISI AÇISINDAN İNCELENMESİ

Gastronomi ve Mutfak Sanatları Ana Bilim Dalı
Yüksek Lisans Tezi

Antalya, 2021



AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



Ekin AKBULUT

ULUSLARARASI SEYAHATLERDE DESTİNASYON VE RESTORAN SEÇİMİNİN
GIDA GÜVENLİĞİ ALGISI AÇISINDAN İNCELENMESİ

Danışman

Dr. Öğr. Üyesi Bahar GÜMÜŞ

Gastronomi ve Mutfak Sanatları Ana Bilim Dalı
Yüksek Lisans Tezi

Antalya, 2021

Akdeniz Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne,

Ekin AKBULUT 'un bu çalışması, jürimiz tarafından Gastronomi ve Mutfak Sanatları
Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Programı tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan : Dr. Öğr. Üyesi Aslı ARSLAN KULCAN (İmza)

Üye (Danışmanı) : Dr. Öğr. Üyesi Bahar GÜMÜŞ (İmza)

Üye : Dr. Öğr. Üyesi Neslihan ONUR (İmza)

Tez Başlığı: Uluslararası Seyahatlerde Destinasyon ve Restoran Seçiminin Gıda Güvenliği Algısı Açısından İncelenmesi
--

Onay : Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

Tez Savunma Tarihi : 29/ 6 /2021

Mezuniyet Tarihi :/..../20...

(İmza)

Prof. Dr. Suat KOLUKIRIK

Müdür

AKADEMİK BEYAN

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum “Uluslararası Seyahatlerde Destinasyon ve Restoran Seçiminin Gıda Güvenliği Algısı Açısından İncelenmesi” adlı bu çalışmanın, akademik kural ve etik değerlere uygun bir biçimde tarafımca yazıldığını, yararlandığım bütün eserlerin kaynakçada gösterildiğini ve çalışma içerisinde bu eserlere atıf yapıldığını belirtir; bunu şerefimle doğrularım.

İmza

Ekin AKBULUT



T.C.
AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TEZ ÇALIŞMASI ORJİNALLİK RAPORU
BEYAN BELGESİ



SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ'NE

ÖĞRENCİ BİLGİLERİ	
Adı-Soyadı	Ekin AKBULUT
Öğrenci Numarası	20195271004
Enstitü Ana Bilim Dalı	Gastronomi ve Mutfak Sanatları Ana Bilim Dalı
Programı	Tezli Yüksek Lisans
Programın Türü	(X) Tezli Yüksek Lisans () Doktora () Tezsiz Yüksek Lisans
Danışmanın Unvanı, Adı-Soyadı	Dr. Öğr. Üyesi Bahar GÜMÜŞ
Tez Başlığı	Uluslararası Seyahatlerde Destinasyon ve Restoran Seçiminin Gıda Güvenliği Algısı Açısından İncelenmesi
Turnitin Ödev Numarası	1617707994

Yukarıda başlığı belirtilen tez çalışmasının a) Kapak sayfası, b) Giriş, c) Ana Bölümler ve d) Sonuç kısımlarından oluşan toplam 100 sayfalık kısmına ilişkin olarak, 10 / 7 / 2021 tarihinde tarafımdan Turnitin adlı intihal tespit programından Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Çalışması Orijinallik Raporu Alınması ve Kullanılması Uygulama Esasları'nda belirlenen filtrelemeler uygulanarak alınmış olan ve ekte sunulan göre, tezin/dönem projesinin benzerlik oranı;

alıntılar hariç % 7

alıntılar dahil % 7 'dir.

Danışman tarafından uygun olan seçenek işaretlenmelidir:

(X) Benzerlik oranları belirlenen limitleri aşmıyor ise;

Yukarıda yer alan beyanın ve ekte sunulan Tez Çalışması Orijinallik Raporu'nun doğruluğunu onaylarım.

() Benzerlik oranları belirlenen limitleri aşıyor, ancak tez/dönem projesi danışmanı intihal yapılmadığı kanısında ise;

Yukarıda yer alan beyanın ve ekte sunulan Tez Çalışması Orijinallik Raporu'nun doğruluğunu onaylar ve Uygulama Esasları'nda öngörülen yüzdeleri aşılmasına karşın, aşağıda belirtilen gerekçe ile intihal yapılmadığı kanısında olduğumu beyan ederim.

Gerekçe:

Benzerlik taraması yukarıda verilen ölçütlerin ışığı altında tarafımda yapılmıştır. İlgili tezin orijinallik raporunun uygun olduğunu beyan ederim.

10 / 07 / 2021

Dr. Öğr. Üyesi Bahar GÜMÜŞ

İÇİNDEKİLER

ŞEKİLLER LİSTESİ	iii
TABLolar LİSTESİ	iv
ÖZET	v
SUMMARY	vi
ÖNSÖZ	vii
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

GIDA GÜVENLİĞİ VE ALGI KAVRAMI

1.1. Gıda Güvenliği	3
1.1.1. Gıda Hijyeni ve Sanitasyon	5
1.1.2. Gıda Güvenliğini Etkileyen Faktörler	7
1.1.2.1. Mikrobiyolojik Faktörler	7
1.1.2.2. Kimyasal Faktörler	8
1.1.2.3. Fiziksel Faktörler	9
1.1.3. Gıda Güvenliği Sağlama Yolları	9
1.1.3.1. Satın Alma ve Teslim Alma Sırasında Gıda Güvenliği	9
1.1.3.2. Depolama Sırasında Gıda Güvenliği	10
1.1.3.3. Hazırlık ve Pişirme Sırasında Gıda Güvenliği	10
1.1.3.4. Servis Sırasında Gıda Güvenliği	11
1.1.3.5. Ekipman Hijyeni	11
1.1.3.6. Personel Hijyeni	11
1.1.4. Gıda Güvenliği Yönetim Sistemleri	12
1.2. Algı Kavramı	12

İKİNCİ BÖLÜM

TURİZM, TURİSTLERİN SEYAHAT KARARLARI VE YEMEK İLİŞKİSİ

2.1. Turizm, Turist ve Yemek İlişkisi	15
2.2. Seyahat Kararı Süreci	18

2.2.1. Destinasyon Seçimi	22
2.2.2. Restoran Seçimi.....	26
2.3. Yapılmış Çalışmalar	30

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ULUSLARARASI SEYAHATLERDE DESTİNASYON VE RESTORAN SEÇİMİNİN GIDA GÜVENLİĞİ ALGISI AÇISINDAN İNCELENMESİ

3.1. Araştırmanın Amacı	35
3.2. Araştırmanın Önemi	35
3.3. Araştırmanın Sınırlılıkları	36
3.4. Araştırma Modeli ve Problemi	36
3.5. Araştırmanın Evren ve Örneklemi.....	37
3.5.1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular	37
3.6. Veri Toplama Aracı.....	40
3.6.1. Ölçeklere İlişkin Geçerlik İstatistikleri	42
3.6.2. Ölçeklere İlişkin Güvenirlik İstatistikleri.....	49
3.6.3. Ölçeklere İlişkin Normallik İstatistikleri.....	50
3.7. Verilerin Analizleri.....	50
3.8. Bulgular	51
3.8.1. Birinci Araştırma Problemine İlişkin Bulgular	51
3.8.2. İkinci Araştırma Problemine İlişkin Bulgular	52
3.8.3. Üçüncü Araştırma Problemine İlişkin Bulgular	53
3.8.4. Dördüncü Araştırma Problemine İlişkin Bulgular	55
3.8.5. Beşinci Araştırma Problemine İlişkin Bulgular	56
3.9. Tartışma.....	57
SONUÇ	62
KAYNAKÇA.....	66
EK 1 – Anket Formu	83
EK 2 – Ölçek İzin Yazıları.....	86
Ö Z G E Ç M İ Ş	88

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. 1 Gıdalara İlişkin Riskler	7
Şekil 1. 2 Algılama Süreci.....	13
Şekil 2. 1 Turizmin Çeşitleri.....	16
Şekil 2. 2 Tüketicinin Satın Alma Davranışını Etkileyen Faktörler.....	19
Şekil 2. 3 Bir Turistin Seyahat Deneyimi.....	21
Şekil 2. 4 Destinasyon Seçimi Hiyerarşisi	23
Şekil 2. 5 Restoran Çeşitleri	27
Şekil 3. 1 Restoran Seçimi Ölçeği DFA Sonucuna İlişkin Diyagram (Standart Solution).....	44
Şekil 3. 2 Restoran Seçimi Ölçeği DFA Sonucuna İlişkin Diyagram (T Değeri).....	45
Şekil 3. 3 Destinasyon Seçimi Ölçeği DFA Sonucuna İlişkin Diyagram (Standart Solution).46	
Şekil 3. 4 Destinasyon Seçimi Ölçeği DFA Sonucuna İlişkin Diyagram (T Değeri)	47
Şekil 3. 5 Gıda Güvenliği Algısı Ölçeği DFA Sonucuna İlişkin Diyagram (Standart Solution)	48
Şekil 3. 6 Gıda Güvenliği Algısı Ölçeği DFA Sonucuna İlişkin Diyagram (T Değeri).....	48
Şekil 3. 7 Gıda Güvenliği Endişesi Nedeniyle Kaçınılan ve/veya Tercih Edilen Destinasyonlara İlişkin Bulgular	55

TABLolar LİSTESİ

Tablo 2. 1 Gıda Güvenliği ve Turizm Alanında Yapılmış Çalışmalar.....	30
Tablo 3. 1 Örnekleme İlişkin Demografik Özellikler.....	38
Tablo 3. 2 Gıda Güvenliği Algı Ölçeği	40
Tablo 3. 3 Restoran Seçimi Ölçeği.....	41
Tablo 3. 4 Destinasyon Seçimi Ölçeği	41
Tablo 3. 5 DFA İçin Uyum İndeksleri ve Kabul Edilebilir Değerler	43
Tablo 3. 6 Güvenirlik Değer Aralığı	49
Tablo 3. 7 Ölçeklere İlişkin Cronbah's Alpha Değerleri	49
Tablo 3. 8 Ölçeklere İlişkin Normallik İstatistikleri.....	50
Tablo 3. 9 Gıda Güvenliği Algısı ile Restoran Seçimi Arasındaki Korelasyon Analizinin Sonuçları.....	51
Tablo 3. 10 Gıda Güvenliği Algısını Etkileyen Faktörlere İlişkin Bulgular	52
Tablo 3. 11 Restoran Seçimini Gıda Güvenliği Açısından Etkileyen Faktörlere İlişkin Bulgular	53
Tablo 3. 12 Destinasyon Seçimini Etkileyen Faktörlere İlişkin Bulgular.....	56

ÖZET

Bu tez çalışmasında, turistlerin gıda güvenliği algısı ile uluslararası seyahatlerde restoran seçimi arasındaki ilişkinin incelenmesi amaçlanmıştır. Ayrıca turistlerin gıda güvenliği algılarında belirleyici faktörler, uluslararası seyahatlerde turistlerin restoran seçimlerinde gıda güvenliği konusunda dikkat ettikleri faktörler, uluslararası destinasyon seçiminde dikkat edilen faktörler ve gıda güvenliği açısından uluslararası seyahatlerde tercih edilen ve/veya kaçınılan destinasyonlar araştırılmıştır. Çalışmada nicel araştırma deseni tercih edilmiş ve anket yöntemi ile veriler toplanmıştır. Anket çalışması, Antalya ilinde yaşayan ve turist olarak uluslararası seyahat deneyimi olan 332 katılımcı ile Aralık 2020-Mart 2021 tarihleri arasında yüz yüze ve online olarak gerçekleştirilmiştir.

Anket çalışmasından elde edilen verilerin ölçüm aralığının yapı geçerliliği ve güvenilirliği test edilmiş ve normal dağılım gösterdikleri belirlenmiştir. Buna göre anket sonuçları incelendiğinde, uluslararası seyahatlerde gıda güvenliği algısı ile restoran seçimi arasında anlamlı bir ilişkinin olup olmadığını belirlemek amacıyla yapılan korelasyon analizine göre pozitif, anlamlı ve düşük bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Gıda güvenliği algısı ölçeğine yapılan frekans analizi sonucunda ifadelerin genellikle “katılmıyorum” cevabı etrafında şekillendiği belirlenmiştir. Uluslararası seyahatlerde restoran seçiminde gıda güvenliği açısından en çok “Gıdanın Duyusal Algısı” boyutunun etkili olduğu saptanmıştır. Gıda güvenliği endişesi bakımından destinasyon seçiminde katılımcıların en çok “Avrupa Ülkelerini” tercih ederken, kaçındıkları destinasyonun “Afrika Ülkeleri” olduğu belirlenmiştir. Diğer taraftan uluslararası destinasyon seçimlerinde en çok “Sağlık/Gıda Güvenliği” faktörünün etkili olduğu saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Turist, Gıda Güvenliği, Gıda Güvenliği Algısı, Destinasyon Seçimi, Restoran Seçimi

SUMMARY

EXAMINATION OF DESTINATION AND RESTAURANT SELECTION IN INTERNATIONAL TRAVEL IN TERMS OF FOOD SAFETY PERCEPTION

This thesis, it was aimed to examine the relationship between tourists' perception of food safety and their restaurant selection in international travels. In addition, the determining factors in tourists' perceptions of food safety, the factors that tourists pay attention to in selecting restaurants in international travel, the factors considered in selecting international destinations, and the destinations selected and/or avoided in international travels in terms of food safety were investigated. A quantitative research design was selected in the study and data were collected by the questionnaire method. The survey was conducted face-to-face and online with 332 participants living in Antalya and having international travel experience as tourists between December 2020 and March 2021.

The construct validity and reliability of the measurement range of the data obtained from the survey were tested and it was determined that they showed normal distribution. Accordingly, when the survey results were examined based on the correlation analysis conducted to determine whether there was a significant relationship between the perception of food safety in international travels and restaurant selection, it was determined that there was a positive, significant, and low-relationship. As a result of the frequency analysis performed on the food safety perception scale, it was determined that the responses were generally shaped around the answer "I do not agree". It has been determined that the "Sensory Perception of Food" dimension was most effective in terms of food safety in choosing restaurants in international travels. In terms of food safety concerns, it was determined that while the participants mostly preferred "European Countries" in destination selection, the destination they avoided was "African Countries". Also, it has been determined that the "Health/Food Safety" factor was the most effective in international destination selections.

Keywords: Tourist, Food Safety, Perception of Food Safety, Destination Selection, Restaurant Selection

ÖNSÖZ

Bu tez çalışmasında, turistlerin gıda güvenliği algısı ile uluslararası seyahatlerde restoran seçimi arasındaki ilişki, turistlerin gıda güvenliği algılarında belirleyici faktörler, uluslararası seyahatlerde turistlerin restoran seçimlerinde gıda güvenliği konusunda dikkat ettikleri faktörler, gıda güvenliği açısından kaçınılan ve/veya tercih edilen uluslararası destinasyonlar ve uluslararası destinasyon seçimini etkileyen faktörler araştırılmıştır.

Danışmanım olduğu günden itibaren bu tez çalışması sonuçlanana kadar geçen tüm süreçte hoşgörüsünü, zamanını ve anlayışını esirgemeyen, bu uzun ve stresli geçen tez döneminde daima beni destekleyen ve motive eden, yorulduğumda ayağa kalkmamı sağlayan değerli danışmanım Dr. Öğr. Üyesi Bahar GÜMÜŞ'e sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Lisans eğitimimden başlayarak, akademideki basamakları tek tek tırmanırken bu yolda değerli bilgileriyle beni destekleyen ve ne zaman ihtiyaç duysam beni geri çevirmeyen saygı değer hocalarım, Prof. Dr. Cem Oktay GÜZELLER, Prof. Dr. Bahattin ÖZDEMİR, Doç. Dr. Osman ÇALIŞKAN, Dr. Öğr. Üyesi Adem ARMAN'a saygı ve teşekkürü bir borç bilirim.

Hayattaki hedeflerime ulaşmak adına çıktığım bu yolda desteklerini bir an olsun esirgemeyen, tüm kararlarımda yanımda olan ve beni cesaretlendiren başta biricik annem Tülin KARAER olmak üzere tüm aileme, hayatımda varlıkları ve görüşleriyle zor zamanlarımda yanımda olan dostlarıma ve eğitim hayatım boyunca görüşleriyle yolumu bulmamı sağlayan tüm hocalarıma sonsuz teşekkürler, iyi ki hayatımdasınız, siz olmadan başaramazdım.

Ekin AKBULUT

Antalya, 2021

GİRİŞ

Sanayi devriminden itibaren toplumların üretim ve tüketim faaliyetleri hız kazanmıştır. Bununla birlikte sosyal ve çalışma alanlarında oluşan büyük değişimler birçok endüstrinin doğmasına ve var olanların hareketlenmesine neden olmuştur. Bireylerin yıl boyu yoğun bir çalışmanın ardından ortaya çıkan dinleme gereksiniminin artması sonucunda, seyahat etmeye yönelmesi turizm sektörünün büyümesinde etkili olmuştur. Ulaşım imkanlarının iyileşmesi, turistler için dünyanın herhangi bir bölgesine seyahat etme olanağı sağlamaktadır. Bu durum bireylere farklı kültürleri deneyimleme ve o kültürü belirli bir süre için yaşama şansı sunmaktadır. Günümüzde artan turist hareketliliği sebebiyle, turizm sektörü hızla gelişmekte ve hem bireyler için hem de ülkeler için önemli bir ekonomik gelir kaynağıdır. Bu nedenle, dünya ülkelerinin çoğu turizm sektörünün gelişmesine önem vermekte ve gelirlerinin büyük bir bölümünü bu sektörden kazanmaktadır.

Turistler, seyahatlerinde farklı motivasyonlar sergilemektedir. Farklı amaçlarla seyahat etmeyi planlayan turistler seyahatleri sırasında farklı davranışlar sergileyebilmektedir. Bu farklılık insanların kişilik özelliklerinden, algılarından, istek ve ihtiyaçlarından kaynaklanabilir. Hangi uyarının seçileceği ve nasıl yorumlanacağı kişiden kişiye değişmektedir (İslamoğlu ve Altunışık, 2008). Duyum aynı olsa da tepki aynı olmayabilir. İki kişi aynı olay ya da nesneye tanık olabilir fakat onu farklı algılayabilirler. Algılama, bireylerin bilgileri seçmesi, ayırtması ve yorumlamasıyla çevreyi anlamlı bir resme dönüştürme süreci olarak ifade edilmektedir (Kotler ve Armstrong, 2001; Solomon, 2004). Seyahat edilen destinasyonların nasıl algılandığını, turistlerin nasıl tepkiler verdikleri ve ne kararlar aldıklarını anlamak, iyi bir turizm deneyimi sağlamak için gereklidir (Avcıkurt, 2007: 16). Turizmin pazarlanması için turistlerin destinasyon seçiminde belirleyici olan faktörlerin tespit edilmesi gerekmektedir (Hsu vd., 2009). Ancak turistler ne olursa olsun gittikleri yerde insani ihtiyaçlarını karşılamak zorundadırlar. Bu durum turistlerin destinasyon seçimlerinde ziyaret etmeyi planladıkları destinasyonlarındaki yiyecek ve içecek olanaklarına önem verdiğini ve kararlarında etkin bir rol oynadığını kanıtlamaktadır (Long, 2004). Kendi kültüründen ve ülkesinden başka bir destinasyona seyahat etmek, turistlerin seyahatleri sırasında yaşayacakları deneyimler için belirsizlik oluşturmaktadır. Turistler tatillerine başladığından, yaşadığı yere dönene kadar geçen süreçte sorunsuz ve güzel bir deneyim yaşamak istemektedir. Bu süreçte de kendi güvenliklerini önemsemektedirler (Sönmez ve Graefe, 1998a). Her bireyin hayatı boyunca gıda kaynaklı bir riskle karşılaşma ihtimali bulunmaktadır. Yaşanabilecek gıda kaynaklı bir hastalık ciddi sağlık sorunlarıyla hatta ölümle

sonuçlanabilmektedir. Cheung vd. (2000)'nin 5 yıl süre aralığında seyahate çıkmış turistler üzerine yaptıkları araştırma sonucu, seyahate çıkan turistlerin %17'sinin seyahatleri sırasında gıda kaynaklı bir hastalık yaşadığını ortaya koymaktadır.

Rekabetin yoğun olduğu turizm işletmelerinin tercih edilmelerinde, işletmelerin temizliği ve sunulan yemeğin kalitesi, hijyeni, güvenliği, duyuşal özelliği önemli bir etkidir. (Bai vd., 2019). Turizm işletmelerinde turistlerin kaliteli hammadde ile hijyenik koşullarda hazırlanmış ve uygun servis kalitesi ile sunulan yemeği tüketme beklentilerinin karşılanması konusundaki çabaları gün geçtikçe artmaktadır (Fox, 2007). Dolayısıyla turizm sektöründe, gıda güvenliği kavramı önemli bir rol oynamaktadır. Gıda güvenliği, içinde barındırdığı risklerden dolayı seyahatleri boyunca dışarıda yemek yeme zorunluluğu olan turistlerin önem verdiği bir konudur (Maclaurin, 2004). Bu nedenle gıda güvenliği konusuna turizm işletmelerinin dikkat etmesi gerekmektedir. Günümüzde gıda güvenliği literatürde birçok disiplinin incelediği bir olgudur. Son yıllarda literatürde gıda güvenliğiyle ilgili tüketicilerin ve işletmelerin bilgileri, bilinç düzeyleri ve davranışları ile ilgili yerli ve yabancı birçok araştırma bulunmaktadır. Gıda güvenliği; Türk Gıda Kodeksinde 5179 sayılı Kanunda "Gıdalarda olabilecek fiziksel, kimyasal, biyolojik ve her türlü zararların bertaraf edilmesi için alınan tedbirler bütünü" olarak tanımlanmaktadır (Artık vd., 2019). Turizmde hijyen, lezzet, kalite ve tazelik yönünden gıdalar, turistler tarafından sıkça irdelenmektedir. Sağlıklı gıdaya ulaşma, satın alma ve tüketme her insanın özlük hakkıdır. Ayrıca gıda güvenliği, taşıdığı riskler nedeniyle her birey için önem teşkil etmektedir. Bu nedenle turizm hizmeti sunan her işletme güvenli gıda üretimi konusundaki bilgi ve uygulamalarını geliştirme çabasında olmalıdır (Purnomo, 2006: 1).

Son yıllarda birçok ülke için gıda güvenliği önemli bir sorun haline dönüşmüştür. Turistler, seyahatleri boyunca gıda güvenliği konusunda karşılaşılabileceği hatalar sebebiyle gıda kaynaklı hastalık, zehirlenme ve ölüm gibi ciddi sağlık endişeleri ile karşı karşıya kalmaktadır. Turistlerin gıdaya olan duyarlılıklarının artmasına bağlı olarak, gıda ürünlerinin talebindeki belirleyici etkenlerden biri haline gelen gıda güvenliği olgusu araştırmaya değer görülmüştür. Dolayısıyla bu çalışmanın amacı; turistlerin gıda güvenliği algılamaları ile uluslararası seyahatlerde restoran seçimi arasındaki ilişkinin belirlenmesi, turistlerin gıda güvenliği algılarında belirleyici faktörlerin belirlenmesi, uluslararası seyahatlerde turistlerin restoran seçimlerinde gıda güvenliği konusunda dikkat ettikleri faktörlerin belirlenmesi, gıda güvenliği açısından tercih edilen ve/veya kaçınılan uluslararası destinasyonların belirlenmesi ve turistlerin destinasyon seçiminde etkili olan faktörlerin belirlenmesidir.

BİRİNCİ BÖLÜM

GIDA GÜVENLİĞİ VE ALGI KAVRAMI

1.1. Gıda Güvenliği

Beslenme ihtiyacı, insanın en temelini oluşturmaktadır. Anne karnında başlayıp ve ölene kadar devam eden bir süreç olan beslenme ihtiyacı, insanlar için asla vazgeçilemeyecek bir duygudur. Her ne zaman ve nerede olursa olsun, insanın biyolojik ve fizyolojik özelliklerini yerine getirebilmesi için beslenme ihmal edilmemelidir. Bu ihtiyacın karşılanmasında kuşkusuz en önemli olan gıda ürünleridir. İnsanların çoğu sanayi devriminden, tarımdan endüstriye geçişten, teknolojinin ilerlemesinden, çalışma koşullarından veya kendi isteklerinden dolayı başkaları tarafından hazırlanmış ve evleri dışında yemekler yemektedir (Bulduk, 2006). Bundan dolayı gerekli gıdanın sağlanması, dağılımı, içeriği, miktarı ve güvenliği toplum sağlığı için önemli bir konudur.

Gıda ürünleri, yetiştirildikten sonra taze ya da endüstriyel olarak farklı formlara dönüştürülerek ülke içerisinde ve dışında uygun muhafaza ve taşıma yöntemleri ile tüketime sunulmaktadır. Tüketicinin sofrasına ulaşana kadar gıdalar geçirdikleri aşamalarda çeşitli risklerle karşılaşmaktadır. Sağlıklı gıdaya ulaşma, satın alma ve tüketme her insanın özlük hakkıdır. Buna rağmen dünyadaki her insan gıda kaynaklı herhangi bir hastalığa yakalanabilme riski altındadır. Bununla beraber bazıları için bu risk, ölüme kadar gidebilecek ciddi sonuçlar doğurabilmektedir. Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ, 2021a) gıda kaynaklı hastalığı, “gıda veya suyun tüketilmesi ile oluşan ya da oluştuğu düşünülen enfeksiyöz veya toksik yapıli hastalık” olarak tanımlanmaktadır. Günümüzde 250’den fazla bilinen gıda kaynaklı hastalık türü ve bu hastalıklara yol açan çeşitli varyasyonlarda birçok mikroorganizma bulunmaktadır. Gıda kaynaklı hastalıklar, bulantı, kusma, ishal ve karın ağrısı gibi ortak belirtiler gösterdikleri için bazı ülkelerde bu hastalıklara genel olarak “gıda zehirlenmesi” adı verilmektedir.

Dünyadaki gelişmiş ülkelerin nüfusunun yarısına yakını her yıl gıda kaynaklı hastalığa yakalanmaktadır (DSÖ, 2021b). Ülkelerin gelişme düzeyinden bağımsız olarak gıda kaynaklı hastalıklar hızla artarak küresel seviyeleri aşan önemli bir sorun haline dönüşmüştür (Özay, 2016). Örneğin, Amerika Birleşik Devletleri (ABD)’nde her yıl 5.000 üzerinde ölümlerle sonuçlanan ortalama 76 milyon gıda kaynaklı hastalık yaşandığı tahmin edilmektedir. Yine, Amerika Birleşik Devletleri (ABD)’nde 1994 yılında ortalama 224.000 kişinin dondurmaya bulamış salmonella bakterisinin neden olduğu gıda zehirlenmesine maruz kaldığı

bildirilmektedir. 1998 yılında Çin’de, Hepatit A virüsü ile kontamine olmuş istiridye tüketen yaklaşık 300.000 kişinin gıda kaynaklı hastalığa yakalandığı belirtilmektedir (DSÖ, 2021b).

Dünyada her yıl seyahatleri sırasında hastalanan turistlerin %35’i, sindirim sistemi rahatsızlıkları ya da gıda zehirlenmesi belirtileri yaşadıklarını belirtmişlerdir. Gıda kaynaklı hastalıklar; tüm dünya ülkeleri için önemli zaman ve ekonomik kayıp nedenidir. Giderek büyüyerek tüm dünyayı etkisi altına alan ve milyonlarca insanın yaşamını olumsuz etkileyen bir tehdittir. Çoğunluğu gelişmiş ülkelerin oluşturduğu kısıtlı istatistiklerden, her yıl yüz binlerce vaka olduğu bilinmektedir (Ayçiçek ve Aktan, 2003). Buna rağmen gıda kaynaklı hastalıkların dünyada bildirimi ciddi oranda düşüktür. Dolayısıyla hala gıda kaynaklı hastalıkların küresel boyutunu tam olarak saptamak mümkün değildir. Bunun birçok nedeni (yasal düzenlemeler, hasta sayılarının bildirilmesi, ülkelerin sağlık sistemleri, hizmete erişim olanağı, vb. koşullardaki eksiklikler) olsa da en önemlisi gıda kaynaklı hastalığa yakalanan hastaların çoğunun herhangi bir sağlık kuruluşuna başvurmaması ve/veya başvuran hastaların hepsine gıda kaynaklı hastalık tanısı konulmamasından kaynaklanmaktadır. Gıda kaynaklı hastalıkların, kayıtlara geçen gerçek sayının yüzde 10’u ile 20’si olduğu düşünülmektedir (Özdoğan, 2009a). Bu nedenle rapor edilen gıda kaynaklı hastalıkların sayısının gerçeği tam olarak yansıtmadığı belirtilmektedir (Ayçiçek ve Aktan, 2003). Riskin boyutu, kapsamı ve ciddiyeti göz önüne alındığında, tüm dünya için gıda güvenliği büyük özen gösterilmesi gereken konudur.

Yiyecek içecek endüstrisinde oluşan yaygın rekabet, gıda sektöründeki gelişmeler, yasal zorunluluklar ve tüketicilerin bilinçlenmesinden dolayı tüketilen gıdalarda kalite ve güvenlik arayışı gibi nedenler, gıda güvenliği konusunun önemini daha çok anlaşılır kılmıştır (Özdoğan, 2014: 127). Güvenli gıda, besin değerini kaybetmeden ve insan sağlığını etkileyecek herhangi bir rahatsızlığa yol açmadan, insanlar tarafından tüketilebilecek gıdalar olarak tanımlanabilir. Koçak (2010) güvenli gıdayı, “amaçlandığı şekilde hazırlandığında mikrobiyolojik, kimyasal ve fiziksel tehlikeler barındırmayan, başka bir ifade ile insan tüketimine elverişli olan, sağlık açısından bir tehlike oluşturmayan ve besin değerini kaybetmemiş gıda maddesi” olarak açıklamaktadır. Gıda güvenliği, gıdalarda oluşabilecek biyolojik, fiziksel, kimyasal ve her türlü zararların ortadan kaldırılması için alınan önlemler bütünü olup, daha çok insan sağlığı için tehlike arz eden güvenilir ve tüketime uygun olmayan gıdalarla ilgilidir (DSÖ, 2021a). Gıda güvenliği, sağlıklı gıdaların dağıtımını sağlamak için gıda üretimi, işleme, depolama, nakliye ve saklama aşamalarında gerekli kurallara uyulma ve önlem alınma durumu olarak da ifade edilmektedir (Yılmaz vd., 2015: 673).

Gıda güvenliği tüm dünya ülkeleri yönetimlerinin yoğun bir çaba göstermeleri gereken bir husustur. Bu çabalar büyüyen gıda güvenliği sorunlarının ve artan tüketici endişelerinin önüne geçilmesi içindir (DSÖ, 2021a). Üretiminden tüketime kadar olan tüm süreçte gıda maddelerinin kirlenmesinin ve bozulmasının önüne geçilmesi, tüketici sağlığında korunmasını sağlar. Bu süreçteki her aşamada hammadde kalitesinden, kişisel hijyene, kullanılan suyun kalitesine, mutfak ekipmanının temizliğine kadar farklı birçok faktörün etkisinden söz edilmektedir (Akbulut, 2010: 2). Kontrol edilmesi gereken çok sayıda faktörün varlığı, son yıllarda tüm dünya ülkelerinde hem kamu hem de özel sektörde gıda kalite kontrol sistemlerinde değişikliklere yol açmıştır (Henson ve Caswell, 1999: 589). Ünüsan (2007) yaptığı çalışmada, katılımcıların %97'sinin gıda güvenli bilgisinin olduğunu ve %66'sının hayatlarında en az bir kez gıda kaynaklı hastalık yaşadığını saptamıştır. Patron (2006) yaptığı çalışmada, katılımcıların %76'sının gıda zehirlenmelerini, hayati tehlike oluşturan neden olarak gördüğünü, gıda hijyeni (%69) ve sanitasyonun (%45) yetersizliği gıda zehirlenmelerinin en önemli iki faktör olduğunu ve katılımcıların %89'u gıda hijyeni konusunda bilgisinin yetersiz olduğunu saptamıştır. Bu bağlamda bu sorunların önüne geçilebilmesi için, tüm gıda endüstrisi ve hükümetlerin gıdanın güvencesini, hijyenini ve sanitasyonunu sağlayacak sistemler geliştirmesi ve denetlemesi gerekmektedir.

1.1.1. Gıda Hijyeni ve Sanitasyon

Sağlığı korumak amacıyla uygulanan ilkelerin bütünü hijyen olarak tanımlanmaktadır (Sormaz ve Şanlıer, 2017: 1357). Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ) (2021a)'ne göre hijyen, hastalıkların yayılmasını önlemek ve insan sağlığını korumak için uygulanması gerekli olan şartların sağlanması olarak açıklanmaktadır. Sözlük anlamında hijyen, sağlığa zarar verecek tüm hastalık yapıcıları ortamlardan uzaklaştırmak için yapılacak uygulamalar ve alınan temizlik önlemlerinin tümü olarak ifade edilmektedir (TDK, 2021). Ancak temizlik ve hijyen birbirini yerine kullanılabilen kavramlar olsa da ayrı hususlardır. Hijyen, insan sağlığını olumsuz etkileyebilecek hastalık ve zararlıların önlenmesi ve sağlığın korunması bilimidir. Temizlik ise bir yüzeydeki gözle görünür kirlerin ortadan kaldırılması işlemidir. Bu bağlamda hijyenin ilk koşulu temizliktir. Başka bir deyişle temizlik ve hijyen birbirinden ayrı ancak ayrılmaz bir bütündür.

Hayatın sürdürülebilmesi, insanın en temel ihtiyacı olan beslenmeye bağlıdır. Bu noktada insanların tükettikleri besinlerin, insan sağlığı için tüketilebilir hijyende olması gerekmektedir. Yiyeceklerin insan sağlığını bozacak duruma getiren hususları ve nasıl ortadan kaldırılacağı bilinir ve gerekli önlemler alınır, oluşabilecek sorunlarla kolaylıkla baş

edilebilir (Beyhan, 2011). Gıda hijyeni; genel temizliğin daha ötesinde temiz koku, tozlardan kurtulma, çıplak gözle görülmeyen fakat var olduğu kabul edilen mikroskop yardımıyla görülebilen mikroorganizmalardan arınma ve arınmaya yönelik uygulamalarda dezenfeksiyonu ve sterilizasyonu sağlayan maddelerin kullanılmasıyla yapılan temizliği kapsar (Sevimli, 2005: 2). Koçak (2010)'a göre gıda maddelerinin her türlü bozulma veya bulaşma etkeninden uzaklaştırılarak tüketime uygun hale getirilmesi gıda hijyenidir. Gıda hijyeni, tüketilmeye hazır herhangi bir gıdanın hastalık yapan etmenlerden tamamen arınmış olması demektir (Bulduk, 2006). Gıdanın üretiminde başlayan süreç, hammaddenin satın alımı, uygun depolanma koşulları, hazırlığı, pişirilmesi ve servisi boyunca mikroorganizmalar ile temasını engellemek gıda hijyeninin temelidir. Bu çerçevede gıda işleyicilerinden, tüketicileri gıda kaynaklı hastalıklardan korumak için kişisel hijyen kurallarına uyması beklenmektedir (Abdul-Mutalib vd., 2012: 289). Bu nedenle hükümetler ve gıda endüstrisi tarafından sürecin tüm aşamalarında gıdanın hijyen açısından kontrollerin yapılması gerekmektedir.

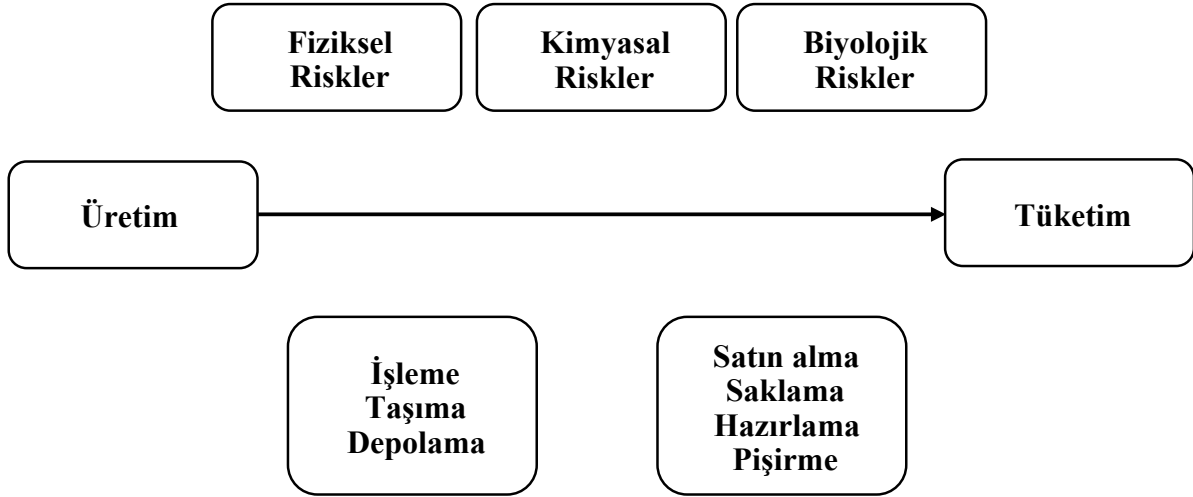
İnsan sağlığını tehdit eden mikroorganizmaların ortamdaki kaldırılma işlemi sanitasyon olarak tanımlanmaktadır (Koçak, 2010). Sanitasyonun hijyenle eş anlamlı bir kullanımı vardır ancak diğer bir tanımı, hijyenik koşulların ve temizliğin sağlıklı bir şekilde yerine getirilmesi ve tüm bunların devamlılığının sağlanmasıdır (Bulduk, 2006). Hijyenin amacı sağlığın korunması için alınan önlemlerin bütünü iken; sanitasyon, hijyenik koşulların sağlanması ve devamlılığı için yapılan işlemlerinin tümüdür. Sanitasyon, hijyenik koşulların düzeltilmesi, iyileştirilmesi ve sürdürülmesini kapsamaktadır (İçier ve Sabancı, 2013). Sökmen (2005)'a göre, gıda sanitasyonunun temelinde iki kuralı bulunmaktadır:

1. Gıda maddelerinin üretiminden tüketimine kadar tüm aşamalarda zararlı parazit ve kimyasal maddelerle temasını engellemektir.
2. Gıda maddelerine tüm gerekli uygulamaların yapılmasına rağmen, zararlı organizma veya maddelerin bulaşması durumunda, gıdayı insan tüketimine sunmadan yok etmek ve hastalık çoğalmasını önlemektir.

Sanitasyon, özellikle yiyecek-içecek işletmelerinde olmak üzere birçok çalışma ortamlarında ve kullanılan ekipmanlarda bulunan sağlığa zararlı mikroorganizmaların, gerekli sıcaklık ve kimyasal madde kullanımıyla güvenli seviyede tutulmasının sağlandığı bir süreçtir (Denizer, 2005). Kirlenmeden korunma ilkesiyle, temizlik, hijyen ve sanitasyon ayrılmaz bir bütün ve birbiri içine geçen kurallar topluluğudur. Bu kavramların varlığı, insanların güvenli gıdaya ulaşmaları için gerekli en temel husustur.

1.1.2. Gıda Güvenliğini Etkileyen Faktörler

Küresel nüfusun hızlı artışına paralel olarak gıda ihtiyacı da hızla artmaktadır. Şekil 1.1' de, gıdanın üretiminden başlayıp tüketimine kadar devam eden gıda tedariki (satın alma, depolama, vb.) sürecinde ortaya çıkabilecek riskler (kimyasal, fiziksel ve mikrobiyolojik) gösterilmektedir. Tüm bu süreçte karşılabilecek riskler gıdanın güvenliğini tehdit etmektedir.



Şekil 1. 1 Gıdalara İlişkin Riskler

Kaynak: (Giray ve Soysal, 2007: 486)

Gıdayı güvensiz kılan tehlikeler, yemeğin içine düşen yabancı bir cisim olabileceği gibi belirgin ya da gözle görülemeyen bir mikroorganizma veya kimyasal madde de olabilmektedir. Gıdalardaki bu sorunlar, insan sağlığı için tehlike oluşturmaktadır. Gıda kaynaklı hastalıkların önüne geçmek ve güvenli gıda tedarik etmek için, gıdanın güvensiz olmasına neden olan etmenlerin bilinmesi, denetlenmesi ve oluşmasını engellemek adına gerekli olan önlemlerin alınması gerekmektedir. Ancak gıdaları bu tehlikelerden koruma esnasında gıdaların besin değerlerinin kaybolmamasına da özen gösterilmelidir (Tayyar, 2010). Gıdaları güvensiz kılan üç tür tehlike bulunmaktadır (Koçak, 2010):

- Mikrobiyolojik faktörler; bakteri, parazit, virüs ve küf toksinleri vb.
- Kimyasal faktörler; alerjenler, gıda katkı maddeleri, tarım ilaçları, veteriner ilaç kalıntıları, toksik mineraller, deterjan ve dezenfektan kalıntıları vb.
- Fiziksel faktörler; taş, toprak, cam, tahta, kemik parçaları, saç teli, zımba teli vb.

1.1.2.1. Mikrobiyolojik Faktörler

Mikroorganizmalar, çıplak insan gözü ile görülemeyecek kadar küçük tek hücreli canlılardır (Wester, 2017: 172). Gıdalarda uygun koşullarda hızla üreyen mikroorganizmaların bazıları insan sağlığı için yararlıyken bazıları ise zararlıdır. Yararlı

mikroorganizmalar, yiyecek üretiminde, ilaç yapımında kullanılmaktadır. Zararlı mikroorganizmalar ise, insana doğrudan temas, yiyecek tüketimi ve başka yollarla bulaşır ve ciddi hastalıklara yol açabilmektedir. Gıdaların bozulmasında etkili olan mikroorganizmalar (Merdol vd., 2000: 31);

- Bakteriler,
- Virüsler,
- Mayalar,
- Küfler,
- Parazitlerdir.

Zararlı mikroorganizmalar, gıdalarda biyolojik olarak bozulmalara neden olmaktadır. Bu gıdalarda kalite düşüklüğüne ve tat, koku ve renk gibi yapı değişimlerine yol açmaktadır. İnsan sağlığına zararlı mikroorganizmalar en çok yüksek proteinli yiyeceklerde üremektedirler. Bunun nedeni proteinli besinlerin mikroorganizmaların çoğalması için uygun koşullar içermeleridir. Ancak mutfakta kullandığımız diğer gıda maddeleri için de uygun olmayan koşullarda bu risk söz konusudur. Mikroorganizmalardan dolayı, gıdaların insan sağlığını bozacak seviyeye ulaşması çok kısa sürmektedir. Bundan dolayı mikroorganizmaların bulaşmasına ve çoğalmasına neden olan tüm koşulların kontrol edilmesi ve düzenlenmesi gerekmektedir (Amjadi ve Hussain, 2005: 171). Mikroorganizmaların çoğalmasında etkili olan faktörler sırasıyla (Denizer, 2005: 206).;

- Besin,
- Nem (su),
- Sıcaklık (ısı),
- Zaman,
- Oksijen,
- Ph seviyesi,
- Ortamın temizliğidir.

Gıdanın güvenliğinin sağlanabilmesi için etkili olan bütün etkenlerin ve tüm koşulların uygun olması gerekmektedir.

1.1.2.2. Kimyasal Faktörler

Gıdalara, üretim aşamalarında herhangi bir yolla dışarıdan kimyasal maddelerin bulaşmasıyla meydana gelen kirlilik, insan sağlığı için ciddi tehdit oluşturmaktadır. Gıdalardaki kimyasal kirliliğin çoğu genellikle gıda üreticisinin ve işleyicisinin dikkatsizliğinden kaynaklanmaktadır. Gıdaların insan sağlığı için tehlikeli olmasına

pestisitler, metaller, tarım ve hayvancılık ilaçları, hormonlar, gübre kalıntıları, gıda katkı maddeleri, gıda toksinleri, uygunsuz ambalajlar ve deterjanlar gibi kimyasallar neden olmaktadır (Merdol vd., 2000).

1.1.2.3. Fiziksel Faktörler

Gıdalara çeşitli yollarla bulaşan ve hastalığa sebep olabilen tüm yabancı cisimler, fiziksel riskler olarak görülmektedir. Bu maddelere metal, cam, tahta kıymıkları, kağıt, tırnak, sinek, kemik, ambalaj kalıntısı, saç, sebze ve meyve çekirdekleri gibi örnekler verilebilir (Bulduk ve Bulduk, 2010). Yemeklerin içinden çıkan yabancı cisimler, tüketici memnuniyetini olumsuz etkilediği görülürken, yemek içinden en çok çıkan yabancı cismin cam olduğu belirtilmektedir (Koçak, 2010: 38). Fiziksel tehlikelerin gıdaya bulaşmasını önlemek için, gıdaların bulunduğu ortam, kullanılan ekipmanlar ve gıdayı üreten personelin hijyeni dikkat edilmesi gereken hususlardır.

1.1.3. Gıda Güvenliği Sağlama Yolları

Gıdaların satın alınmasıyla başlayıp tüketimine kadar geçen sürecin tüm kademelerinde gıda hijyeni ve sanitasyonun sağlanması, güvenli gıda üretmek için gereklidir (Bilici vd., 2006b). Gıda güvenliği satın alma, teslim alma, depolama, hazırlama ve servis aşamalarında gerekli önlemlerin alınmasıyla sağlanmaktadır (Koçak, 2010). Gıda işletmelerinde güvenli gıda üretebilmek için gıda hijyen kurallarının, kullanılan ekipmanların temizliğinin ve personelin kişisel temizliğinin eksiksiz uygulanması gerekmektedir. Hijyen kurallarına dikkat edilmemesi ve gerekli tedbirlerin uygulanmaması halinde gıda güvensiz hale gelmektedir ve bu durum insan sağlığında ciddi sorunlara yol açmaktadır (Koçak, 2010: 65). Bu nedenle amaç gıda üretim akışının her aşamasında güvenli gıda üretmek olmalıdır.

1.1.3.1. Satın Alma ve Teslim Alma Sırasında Gıda Güvenliği

Güvenli gıda üretebilmenin ilk adımı, güvenli gıda satın almaktır. Koçak (2010)'a göre, gıda işletmelerinde olması gereken satın alma işlemi; hammaddeleri, mamulleri ve yarı mamulleri ihtiyaca göre;

- Doğru satın almak,
- İstenilen kalitede almak,
- Uygun fiyata satın almak,
- Doğru yerden ve zamanda satın almaktır.

Bu nedenle gıda tedariki sürecinde gıda hijyeni sağlamanın ilk adımı doğru satın almaktır. Ancak doğru satın alırsa da ürünlerin teslimatının doğru yapıldığının kontrol

edilmesi gerekmektedir. Satın alınan ürünler teslim alınırken; taşıma sıcaklığı, tüketim tarihi, tadı, kalitesi, görünüşü, ambalajı, miktarı uygun olmayan ürünler kabul edilmemelidir (Bulduk ve Bulduk, 2010). Ürünleri teslim alan personelin satın alınan malzemeler hakkında bilgi sahibi olması gerekmektedir (Kozak ve Güçlü, 2006: 74). Satın alınanlar teslim edildiğinde ürünlerin kaliteli ve güvenli olduğunu belirledikten sonra bu ürünlere hızlı bir şekilde uygun muhafaza yöntemleri uygulanması gerekmektedir.

1.1.3.2. Depolama Sırasında Gıda Güvenliği

Satın alınan ürünlerin bozulmaması ve insan sağlığı için riskli hale gelmemesi için uygun şekilde depolanmalı ve kontrol edilmelidir. Depoların nem, ısı, havalandırma ve yalıtım özellikleri eksiksiz ve uygun olmalıdır (Koçak, 2010). Gıdaları depolamanın uygun olması için gıda maddelerini bozabilecek etmenlerin bilinmesi önemli bir gerekliliktir (Sökmen, 2005: 56). Gıdaların uygun depolanması, ürünlerin cinsini, tüketim tarihini, dayanıklılığını ve muhafaza edilecek sıcaklık aralığı gibi kriterlere bağlıdır. Sağlanan hijyen ilkelerinin yanında, düzenli aralıklarla temizlik ve düzenleme, depo sıcaklık kontrolü, etiketleme, düzenli haşere ve böcek kontrolü gibi yöntemlerle denetlenmelidir (Koçak, 2010). İşletmelerde yanlış depolama yapılması, ciddi hastalıklara, gıda israfına ve ekonomik kayıplara neden olabilmektedir.

1.1.3.3. Hazırlık ve Pişirme Sırasında Gıda Güvenliği

Ürünlerin hazırlanması ve pişirilmesi, gıda maddelerinin yenilebilir hale getirilme sürecindeki işlemleri kapsamaktadır (Knowles, 2002: 175). Gıdaların uygun şekilde hazırlanması ve pişirilmesi, gıda hijyeni ve insan sağlığı için önemlidir. Koçak (2010)' a göre hazırlık ve pişirme sırasında gıda güvenliğini sağlamak için;

- Yıkabilecek ürünler işlenmeden temiz, bol suyla yıkanmalıdır.
- Pişmiş ve çiğ yiyeceklerin işleneceği bölümler ayrı olmalıdır.
- Çapraz bulaşmayı önlemek için farklı tezgah ve ekipman kullanılmalıdır.
- Her ürünün özellik ve yapısına uygun araç gereç tercih edilmelidir.
- Yiyecek üretiminde donmuş gıdalar uygun koşullarda çözündürülmeli ve çözünen gıda tekrar dondurulmamalıdır.
- Gıdaların güvenli olması için doğru sıcaklıkta ve yeterli sürede pişirmek gerekmektedir.

Doğru ilkelerle hazırlanıp pişirilmenin yanı sıra bu aşamada kullanılan ekipmanların temizliği ve gıda işleyen personelin kişisel hijyeni de oldukça önemlidir. Bu süreçte yapılacak herhangi bir dikkatsizlik insan sağlığı üzerinde ciddi tehlikelere neden olabilmektedir.

1.1.3.4. Servis Sırasında Gıda Güvenliği

Gıda üretiminin en son basamağı olan servis, tüketicinin istediği şekilde hazırlanmış ve pişmiş yiyeceklerin, belirli ilkelerle sunulması işlemidir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2009: 1). Gıdalar servis edilecek zamana kadar tüm hijyen koşullarına uygun olarak üretilse bile servis sırasında güvensiz hale dönüşebilmektedir (Koçak, 2010). Bu nedenle servis personelinin kişisel hijyenine ve kullanılan ekipmanların temizliğine dikkat edilmelidir. Pişirilen yiyecekler, oda sıcaklığında uzun süre bekletilmemeli ve üzerleri kapalı tutulmalıdır (Koçak, 2010). Yiyeceklerin servise kadar bekletilme sıcaklığı, sıcak yiyeceklerde 60 –74 °C arasında, soğuk yiyeceklerde ise 5'in altında olmalıdır (Sökmen, 2005: 59). Yiyeceklerin servisi uygun zamanda ve hijyen ilkelerine uygun yapılmalıdır.

1.1.3.5. Ekipman Hijyeni

Sağlıklı bir yemek ortaya çıkarmak için temiz araç-gereç, temiz tezgah ve temiz ortam kullanılmalıdır (Koçak, 2010). Hijyenik bir gıda, sağlık açısından güvenli olmayan ekipmanlar kullanılarak hazırlanması durumunda insan sağlığını tehdit edecek duruma gelebilir (Tayar, 2005). Bundan dolayı hazırlıkta kullanılan ekipmanın, tezgahın ve çalışma ortamının temiz olması çok önemlidir. Mutfakta yemeğin hazırlanması sırasında kullanılan ekipmanla birlikte servis esnasında kullanılan tabak, çatal, bıçak, masa örtüsü gibi malzemelerinde hijyen kurallarına dikkat edilerek temizlenmesi gerekmektedir (Koçak, 2010). Ekipmanların çatlak, kırık, çizik olması mikroorganizmaların barınması için ortam sağlamaktadır ve bu durum ekipmanları hijyenik olmaktan uzaklaştırmaktadır (Sökmen, 2005). Ayrıca zemin, duvar, kapı, masa ve sandalye gibi yiyecek içecek işletmesinin bünyesinde bulunan tüm yüzeylerin hijyenik ve temizliğe uygun malzemelerden yapılmış olması gerekmektedir (Tayar, 2005).

1.1.3.6. Personel Hijyeni

İnsan, gıdaya biyolojik ve fiziksel tehlikelerin bulaşması için önemli bir araçtır. Çalışanların periyodik olarak sağlık kontrollerinin yapılması, gıda hijyeni konusunda bilgi ve becerilerini geliştirmek için gerekli eğitimi almış olması gerekmektedir (Bilici vd., 2006a). Personelin kıyafeti, özellikle elleri olmakla birlikte vücut temizliği, saç, sakal ve tırnakları personel hijyenini sağlamak için uygun olan koşulları sağlamalıdır. Ayrıca personelin

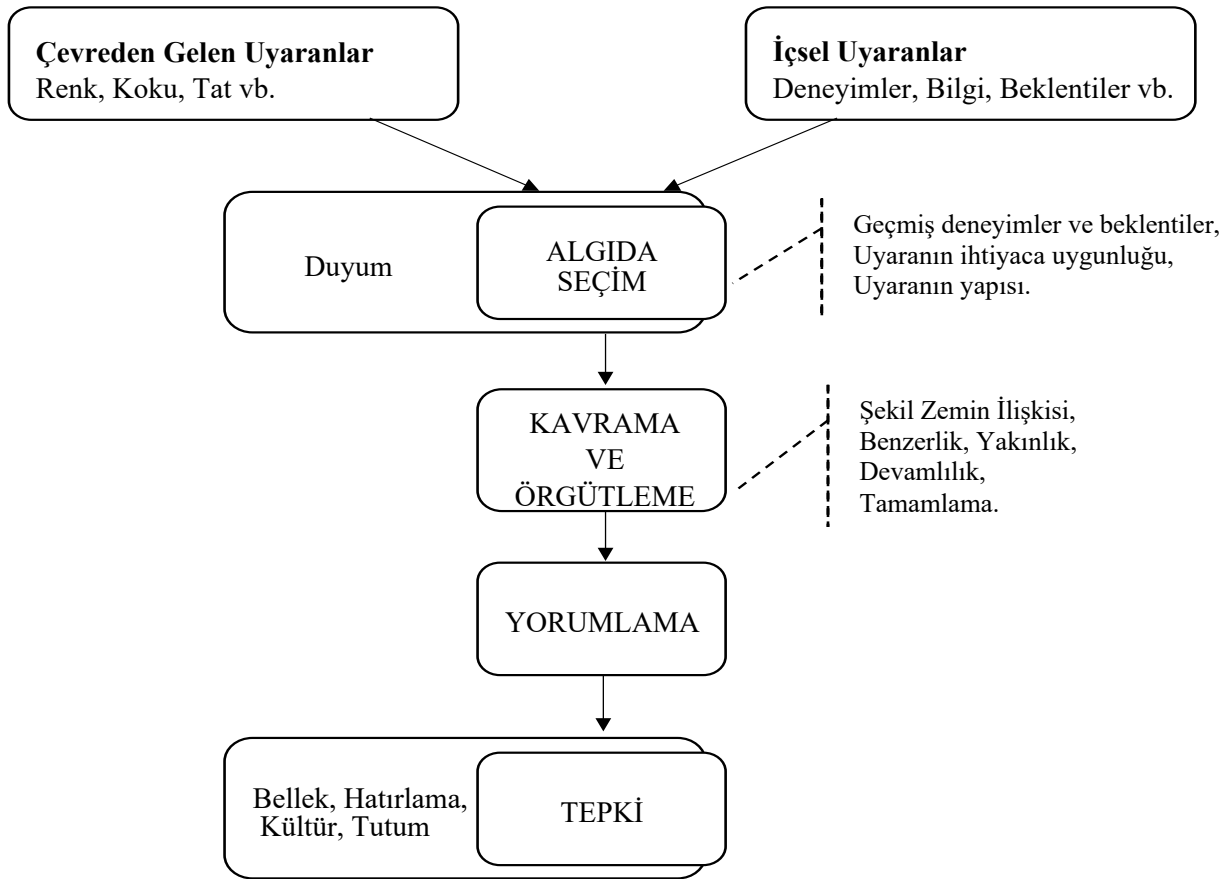
hastalığı, yaraları, tükürüğü, nefesi gıda hijyenini tehlikeye atabilir bununla beraber çalışanların birçok ortam ve ekipmanla teması da gıda hijyeninde oluşan tehlikelerin yayılmasını kolaylaştırabilmektedir (Buzbaş, 2008). Yiyecek içecek hazırlayan ve servis eden personel gıda hijyeni ile birebir ilgili ve etkilidir. Bu nedenle, gıda işleyen personelin kişisel hijyenine dikkat etmesi gerekmektedir.

1.1.4. Gıda Güvenliği Yönetim Sistemleri

Gıda kaynaklı hastalıkların insan sağlığı üzerindeki ciddi tehditlerine karşı koyabilmek için en önemli yol küresel çapta güvenli gıda akışını sürdürmektir. Bu doğrultuda Türkiye'nin de içerisinde olduğu birçok ülke, gıda güvenliği ile ilgili standartlar ve yönetim sistemleri uygulamaya koymuştur. Birçok ülkede, gıda güvenliği ile ilgili uluslararası kabul görmüş "HACCP sistemi" ile "ISO 22000: Gıda Güvenliği Yönetim Sistemleri Standardı" kullanılmaktadır. HACCP sistemi, gıdalar ile ilgili risklerin belirlenmesi, tehlikelerin saptanması ve risklerin kontrol altına alınmasını amaçlayan sistematik bir yaklaşımdır (Sökmen, 2005). ISO 22000, gıda güvenliği yönetim sistemi için bir standart sağlamayı amaçlayan uluslararası gıda güvenliği yönetim sistemidir (Sökmen, 2005). Bu yönetim sistemleri belgelendirildiği için birçok ülkede uygulaması zorunlu hale getirilmiş ve yiyecek içecek işletmelerince kabul edilmiştir (Koçak, 2010: 89). Bundan dolayı gıda güvenliği yönetim sistemini belgelendiren ülke ve işletmeler rekabette öne çıkabilmektedir (Koçak, 2010: 99).

1.2. Algı Kavramı

Algı, bireylerin çevreyi gözlemlemesi, anlaması ve yorumlaması ile ilgilidir. Uyarıcılardan oluşan anlamların bütünü, algı olarak tanımlanmaktadır (Hawkins vd., 2001: 141). Algı, çevresel uyarıların yorumlanmasının sonucudur (Solomon, 2004). Uyarılar bireyi etkileyen dış etkenlerdir. Günlük yaşantı düşünüldüğünde bireyler her gün sayısız uyarana maruz kalmaktadır (Barış, 2012). Duyum, duygusal ve fiziksel uyarıların kişinin beş duyu organıyla alınması ve zihin ile anlamlandırılmasıdır (Odabaşı ve Barış, 2006: 128). Kişinin zihnine ulaşan bilgi, algılama olmadan tek başına bir değer taşımamaktadır. Algılama, bireylerin bilgileri seçmesi, ayrıştırması ve yorumlamasıyla çevreyi anlamlı bir resme dönüştürme süreci olarak ifade edilmektedir (Kotler ve Armstrong, 2001; Solomon, 2004).



Şekil 1. 2 Algılama Süreci

Kaynak: (Barış, 2012: 46)

Birey, kendisine ulaşan duylumlara nasıl bir tepki vereceğine algılama sonucunda karar verebilmektedir (Uzuntaş, 2013: 18). Çevredeki uyarılar, içsel uyarılarla birleştirilmektedir. Duyumsanacak uyarılar seçilip, kavranıp örgütlenir ve bir anlam çıkarılır (Barış, 2012). Birey her daim çok sayıda uyarana maruz kalmaktadır. Ancak bu karmaşıklıktan belirgin olarak sadece birkaçını zihin algılamaktadır (Barış, 2012). Bireyler uyarınları seçerken:

1. Geçmiş deneyimlerine ve beklentilerine bakar.
2. Uyarının ihtiyacına, değerlerine ve amaçlarına uygunluğuna bakar.
3. Algı sürecine girecek olan uyarının yapısına bakar.

Bu seçim, duylumları örgütleme ve yorumlama için dayanak oluşturmaktadır (Barış, 2012). Duylumların örgütlenmesi geçmiş algılarla ve öğrenme kuramlarıyla ilişkilidir (Barış, 2012). Kavranan duylumlar bir sonuca ulaşmak için zihinde yorumlanmaktadır. Sonunda anlam ise verilecek tepkiyi belirlemektedir. Hangi uyarının seçileceği ve nasıl yorumlanacağı kişiden kişiye değişmektedir (İslamoğlu ve Altunışık, 2008). Duylum aynı olsa da tepki aynı olmayabilir. İki kişi aynı olay ya da nesneye tanık olabilir fakat onu farklı algılayabilirler. Bu

durum kişinin ihtiyaçlarına, isteklerine, özelliklerine, eğilimine, değerlerine ve beklentilerine göre değişebilecektir (İslamoğlu ve Altunışık, 2008). Bundan dolayı algılar kişiseldir.

İnsanın en temel ihtiyacı olan beslenme ile yemek doğrudan ilişkilidir. Kişi beslenmek için gıdaları tercih etmektedir. Bu ihtiyacın tatmini için bir kişinin seçtiği gıdayı bir başka kişi seçmeyebilir. Bu durumun altında yatan sebep o gıdaya ilişkin algının kişisel olmasıdır (İslamoğlu ve Altunışık, 2008). Kişilerin farklı seçim davranışı sergilemesinin açıklanmasında gıdaların içerdiği risk faktörü öne çıkmaktadır (McCathy ve Henson, 2005).

Algılanan risk, belirgin olmayan ve seçim sonrasında değişebilen bir algıdır. Dolayısıyla algılardaki farklılık deneyim ile şekillenebilmektedir (Maclaurin, 2004). Gıdaya ilişkin riskler, kişiye yaşatabileceği kayıplar sebebiyle her insanın önemseydiği bir konudur. Yeung (2009), ürün satın alımında gıda güvenliği riski çalışmasını turistler yönünden ele alarak seyahat sırasında gıda güvenliği risk algısına bağlı yedi tür kayıp bileşenini şu şekilde açıklamıştır: gıda kaynaklı enfeksiyon nedeniyle sağlık kaybı, harcanan paranın karşılığının sağlanamaması açısından mali kayıp, seyahat uzunluğunu kısaltmak açısından performans kaybı, tıbbi tedavi arayışında zaman kaybı, destinasyon seçiminin arkadaş veya akrabalar tarafından onaylanmaması açısından sosyal kayıp, gıda kaynaklı bir hastalıktan bulaşma olasılığı konusunda stresli hissetme açısından psikolojik kayıp ve tüm tatil deneyimini bozma açısından memnuniyet kaybı. Yeung ve Yee (2013) gıda güvenliği risk algısına yönelik model önerdiği çalışmada, kişiler için gıda güvenliği risk algısının iki boyutlu olduğunu öne sürmüşlerdir. Gıda satın almada çeşitli durumlarına göre değişiklik gösterdiğinden (Stone ve Grønhaug, 1993) gıdaya güvenliğine ilişkin risk algısı belirleyici olabilmektedir. Satın almada kişilerin değerlendirmelerinden oluşan yargılar, kişilerin algılama sürecindeki belirleyici öğedir (Tolungüç, 2000: 25).

İKİNCİ BÖLÜM

TURİZM, TURİSTLERİN SEYAHAT KARARLARI VE YEMEK İLİŞKİSİ

2.1. Turizm, Turist ve Yemek İlişkisi

Hayatın rutin akışından uzaklaşma isteği yüzyıllardır insanın temel ihtiyaçları arasında olmuştur. Zaman ilerledikçe insanların boş vakitlerinin artması, ulaşım olanaklarının gelişmesi, ekonomik refah düzeyinin artması ve teknolojinin doğuşu, turizm kavramının oluşmasına ve gelişmesine neden olmuştur (Bayhan, 2014). Dünyada turizm hareketi, zamanla herkesin katıldığı bir aktiviteye dönüşmesiyle ulusal ve uluslararası turizm, dünyanın en büyük sektörlerinden biri olmuştur (Yeşiltaş ve Öztürk, 2008: 6). Günümüzde ise turizm, büyük bir endüstri halini almış, ülkelerin ve birçok insanın gelir kaynağı haline dönmüştür.

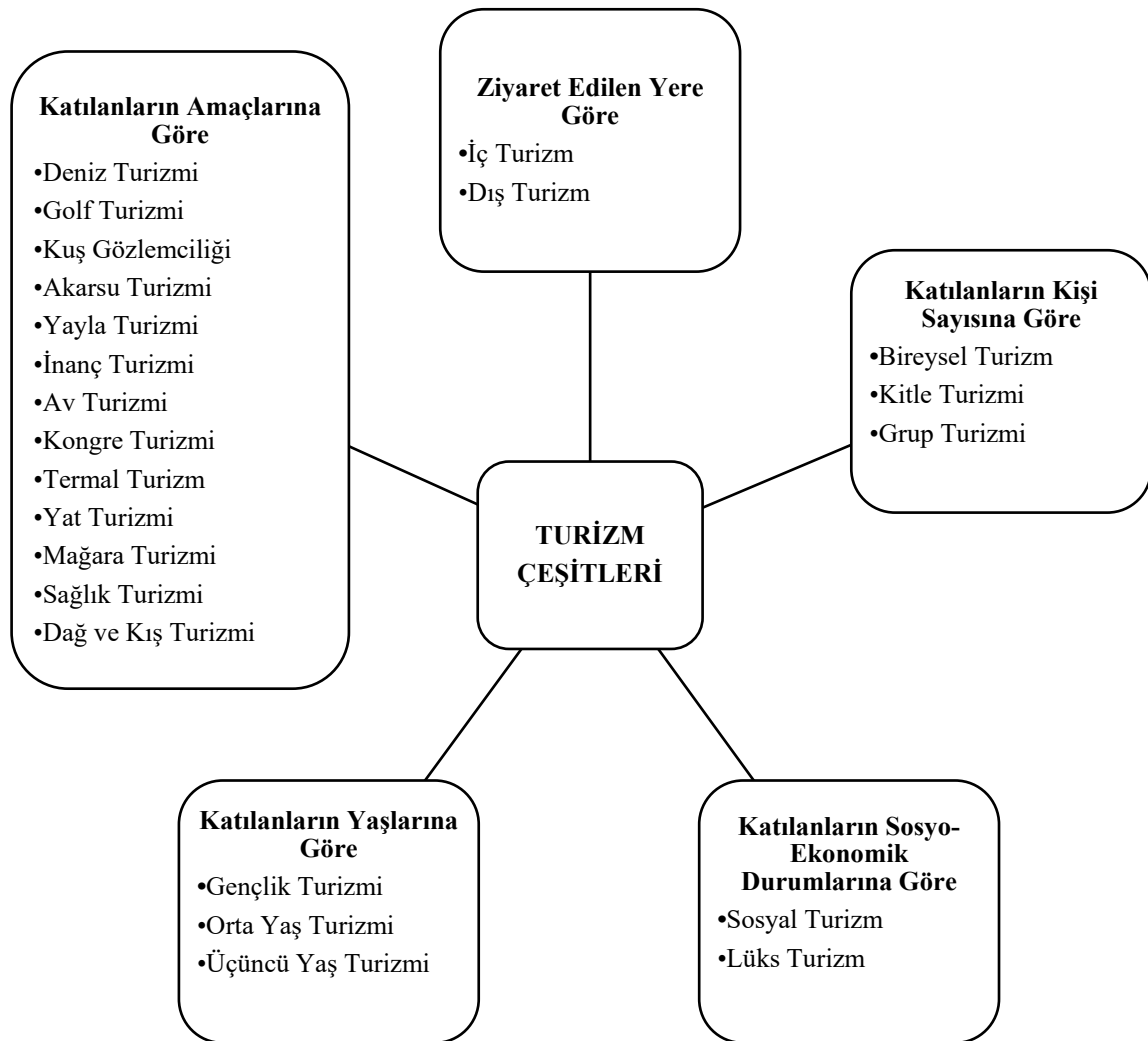
Turizm insanların kendi yaşam alanlarından uzaklaşma ve belli bir süre sonra oraya geri dönme faaliyetidir. Farklı amaçlarla bir konumdan çıkarak belirli bir destinasyona ulaşmayı kapsayan insani bir etkinliktir (Kozak vd., 2014). Turizm, insanların farklı amaçlar kapsamında yaşadıkları yerlerin dışındaki herhangi bir yere gitmesi ve bir yılı geçmeyecek şekilde orada kalması şeklinde tanımlanmaktadır (Yılmaz ve Arıkan, 2015). Literatürdeki turizm tanımlarının genel kabul görmüş ve ortak nitelikleri:

- Kişilerin ikamet ettikleri yerden farklı bir destinasyona,
- Devamlı yaşama amacı olmadan,
- Seyahat edilen yerde para kazanma faaliyetinde bulunmaksızın,
- Eğlenme, iş, sağlık, eğitim, dinlenme, dini gibi amaçlarla,
- Seyahat sonunda ikamet edilen yere geri dönmeleridir.

Turizm insanların seyahatleri boyunca yararlandığı konaklama, yeme-içme, ulaştırma, eğlence, güvenilirlik, gezi, alışveriş ve diğer birçok hizmetlerin bir araya getirilmesiyle oluşturulmuş bileşik bir yapıdır (Uygur, 2017: 203). T.C. Türkiye Kültür ve Turizm Bakanlığı (2009) turizmi, kişinin ikamet ettiği yerin dışındaki bir yere seyahatini içeren faaliyetler olarak tanımlamaktadır.

Turizm, ulusal ve uluslararası birçok mal ve hizmeti içinde barındıran karmaşık bir kavramdır (Yağcı, 2007). Turizm sosyal, kültürel, ekonomik, siyasi ve çevresel yönleri olan toplumu ve sosyal yapıyı etkileyen bir harekettir (Berber, 2003: 205-206). Turizmin tarih, sosyoloji, gıda, sağlık, işletme, ekonomi gibi birçok bilim dalı ile ilişkisi bulunmaktadır. Turizmin toplumun bütün kesimlerini etkileyecek boyutlara ulaşması, bilim insanlarını bu konuda derinlemesine araştırmalar yapmaya itmiştir. Geniş bir kavram olan turizmi

sınıflandırmak araştırma yapmayı kolaylaştırabilmektedir. Bu turizm hareketlerinin özelliklerinin daha iyi anlaşılmasına olanak sağlayacaktır (Kozak vd., 2014).



Şekil 2. 1 Turizmin Çeşitleri

Kaynak: (Kozak vd., 2014: 13)

Turizm, zamanla sosyal ve ekonomik gelişmeler ile turistlerin ihtiyaç ve istekleri doğrultusunda değişmiş ve çeşitlenmiştir (İbret, 2007: 137). Eko turizm, inanç turizmi, kongre turizmi, spor turizmi, sağlık turizmi, kültür turizmi, macera turizmi ve gastronomi turizmi bu duruma örnek olarak gösterilebilmektedir. Çeşitli turistik faaliyetlere katılım gün geçtikçe artmaktadır. Bu bağlamda turizmin öznesi olan turist kavramı turizmde öne çıkmaktadır. Turist, dinlenmek, eğlenmek, iş ve birçok farklı sebeple devamlı yaşadığı yerden geçici olarak ayrılan ve belirli süre seyahat edip tekrar yaşadığı yere dönen kişi olarak tanımlanmaktadır (Küçükaslan, 2006). Turistler kendi ülkeleri içerisinde seyahat etmeleri sonucunda “yerli turist”, yabancı bir ülkeye seyahat gerçekleştirdiklerinde ise “yabancı turist” olarak adlandırılmaktadır (İlker, 2012). Literatürde turist kavramını açıklayan birçok tanım bulunmakla birlikte tanımlardaki ortak paydanın, kişinin gittiği yerde para kazanma niyeti

olmaması ve kalış süresi en az bir gece, en fazla bir yıl olması gerektiği görülmektedir (Kozak vd., 2014; Bayer, 1992; Akkılıç, 2002; İlker, 2012; Kervankıran ve Özdemir, 2013).

Turistler niteliğine, amacına, geldiği yere, sayısına, yaş gruplarına, özel ilgi alanlarına vb. göre birçok farklılık göstermektedir (Kaypak, 2012: 12). Ancak bu farklılıklara rağmen değişmeyecek tek şey turistin ihtiyaçlarıdır. Turistler nereye giderse gitsin en temel ihtiyaç olan beslenme ihtiyaçlarını karşılamak zorundadırlar. Turistler seyahat edilen yerde bulunan turizm işletmelerinden faydalanıp ihtiyaçlarını gittiği yerde karşılamaktadır (Aktaş, 2002: 2). Bundan dolayı turistler için destinasyonlardaki yeme-içme olanakları önemlidir (Fox, 2007; Harrington ve Ottenbacher, 2010). Turizmin önemli bir parçası olan yemek, destinasyon için imaj oluşturmada ve turist için zengin bir turizm deneyimi yaşatmada önemli rol oynadığı birçok çalışmada yer almaktadır (Reynolds, 1993; Hall ve Mitchell, 2002; Quan ve Wang, 2004; Harrington, 2005; Okumuş vd., 2007; Henderson, 2009; Kim vd., 2009; Alonso ve Liu, 2011; Silkes vd., 2013; Wan ve Chan, 2013) Literatürde yemek ve turizm ilişkisini açıklayan birçok çalışma bulunmaktadır (Hu ve Ritchie, 1993; Cohen ve Avieli, 2004; Kivela ve Crotts, 2006; Fox, 2007; Harrington ve Ottenbacher, 2010; Sánchez-Cañizares ve López-Guzmán, 2012). Hu ve Ritchie, (1993) bir destinasyonu ziyaret etmede etkili olan nedenlerden birinin yiyecek olduğunu vurgulamaktadır. Boyne vd., (2002) yemeğin, turizmin üretiminde ve tüketiminde önemli bir faktör olarak etkin rol oynadığını belirtmektedir. Bazı destinasyonlar için yemek, turistik çekicilik yaratan ürünler arasında ilk sıralarda geldiği görülmektedir (Hjalager ve Richards, 2002). Santich, (2004) turizm destinasyonlarının, gastronomi sayesinde turistler için daha anlaşılabilirliğini ve daha anlamlı olabileceğini ön görmüştür. Henderson, (2009) yaptığı çalışmasında yemeğin, turistik bir destinasyon için önemini belirtmiş ve turistler için destinasyonun imajını arttırdığını öne sürmüştür.

Seyahat edilen destinasyonların nasıl algılandığını, turistlerin nasıl tepkiler verdikleri ve ne kararlar aldıklarını anlamak, iyi bir turizm deneyimi sağlamak için gereklidir (Avcıkurt, 2007: 16). Turistler, seyahat ettikleri turizm destinasyonlarında eğlenme, dinlenme, yeme-içme, alışveriş gibi zorunlu ve zorunlu olmayan gereksinimlerini karşılamaktadır. Hu ve Ritchie (1993), bir destinasyonda yiyecek olanaklarının, turistlerin seyahat kararlarında önemli bir etkiye sahip olduğunu vurgulamaktadır. Bu bağlamda turistlerin seyahatleri boyunca kararlarında farklı motivasyonlar etkili olsa da hayati önem taşıyan yemek yeme ihtiyacı göz ardı edilemez bir konudur.

2.2. Seyahat Kararı Süreci

Tüketim, canlıların yaşamsal fonksiyonunu devam ettirebilmek için gereken temel ihtiyaçlarını (beslenme, sağlık, barınma vb.) ve/veya isteklerini giderebilmek için yaptıkları eylemlerdir (Durmaz vd., 2011: 115). Mal ve hizmetlerin belirli bir zaman diliminde kullanılan miktarı olarak ifade edilebilen tüketim, ekonomik mal ve hizmetlerin yararlarından ihtiyacın tatmini olarak da gösterilmektedir (Baycan, 2017: 7). İnsan, ihtiyaçlarını bilinçli olarak tüketme davranışı sergileyen tek canlı varlıktır. Dolayısıyla insanlar, tatmin olma amaçlı davranışlar sergileyerek tüketim yapmaktadırlar ve bu tüketimi yapan kişiler için “tüketici” terimi kullanılmaktadır (Arıkan ve Odabaşı, 1996). Tüketici davranışı, bireylerin ürün ve hizmetleri seçme, satın alma, tüketme ve elden çıkarma kararları ile ilgili eylemleri içine alan dinamik ve sürekli değişim gösteren bir süreçtir (Walters, 1978; Wilkie, 1994; Akat vd., 2006; Çakmak ve Yurtsever, 2012; Ramya ve Ali, 2016). Tüketici davranışı, insanların ürün ve hizmetleri satın alma ve tüketmedeki davranışlarını ve karar sürecini kapsamaktadır (Rızaoğlu, 2003: 41; Uygur, 2007: 163). Ayrıca tüketici davranışı, tüketicilerin kısıtlı olanaklarını (zaman, para, güç) nasıl harcayacaklarına karar vermeleri ile ilgilidir (Schiffman ve Kanuk, 2000).

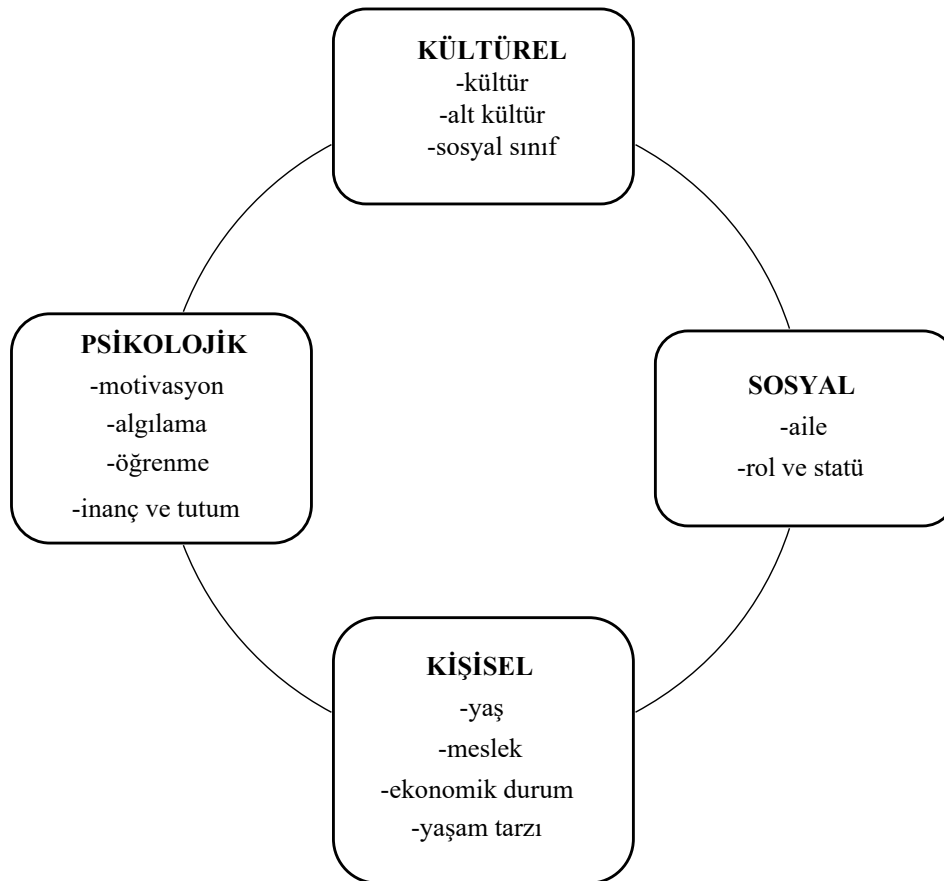
Literatürde yapılmış birçok çalışmada tüketici davranışı, tüketicinin sadece satın alma sırasında meydana gelen durumları dikkate almayan, satın alma öncesi ve sonraki durumları da inceleyen bir süreç olarak ele alınmaktadır (Cemalcılar, 1999; Baycan, 2017). Odabaşı (1996) satın alma karar sürecini;

1. Sorunun belirlenmesi,
2. Bilgi araştırması,
3. Alternatiflerin belirlenmesi,
4. Satın alma kararı,

olarak sıralamaktadır. Tüketicilerin alışveriş sonrası davranışı ise; alışveriş sonrası tatminlik (memnun kalma ve memnuniyetsizlik) ve alışveriş sonrası hareketlerdir (Odabaşı, 1996). Kotler (2000) tüketici karar verme sürecini;

1. İhtiyacı fark etme,
 2. Bilgi araması,
 3. Alternatiflerin değerlendirilmesi,
 4. Ürün/hizmet seçimi ve
 5. Tüketim sonrası değerlendirme
- olarak belirlemektedir.

İnsanın zihinsel, duygusal ve fiziksel nitelikleri, kararlarında farklılıklara neden olabilir. Çünkü insanın davranışı, kendisi ve çevresi ile olan etkileşiminin bir sonucudur (Koç, 2015: 321). Ürün ve hizmetlerin tüketicilere göre farklılaşması, satın alma davranışlarının çeşitlenmesinde önemli bir etken olarak nitelendirilmektedir (Arıkan ve Odabaşı, 1996: 13). Dolayısıyla tüketicilerin satın alma davranışının anlaşılabilmesi ancak bireyin kişiliği, algısı ve çevresi arasındaki ilişkinin çözümlenmesi ile mümkün olmaktadır.



Şekil 2. 2 Tüketicinin Satın Alma Davranışını Etkileyen Faktörler

Kaynak: (Kotler ve Armstrong, 2001)

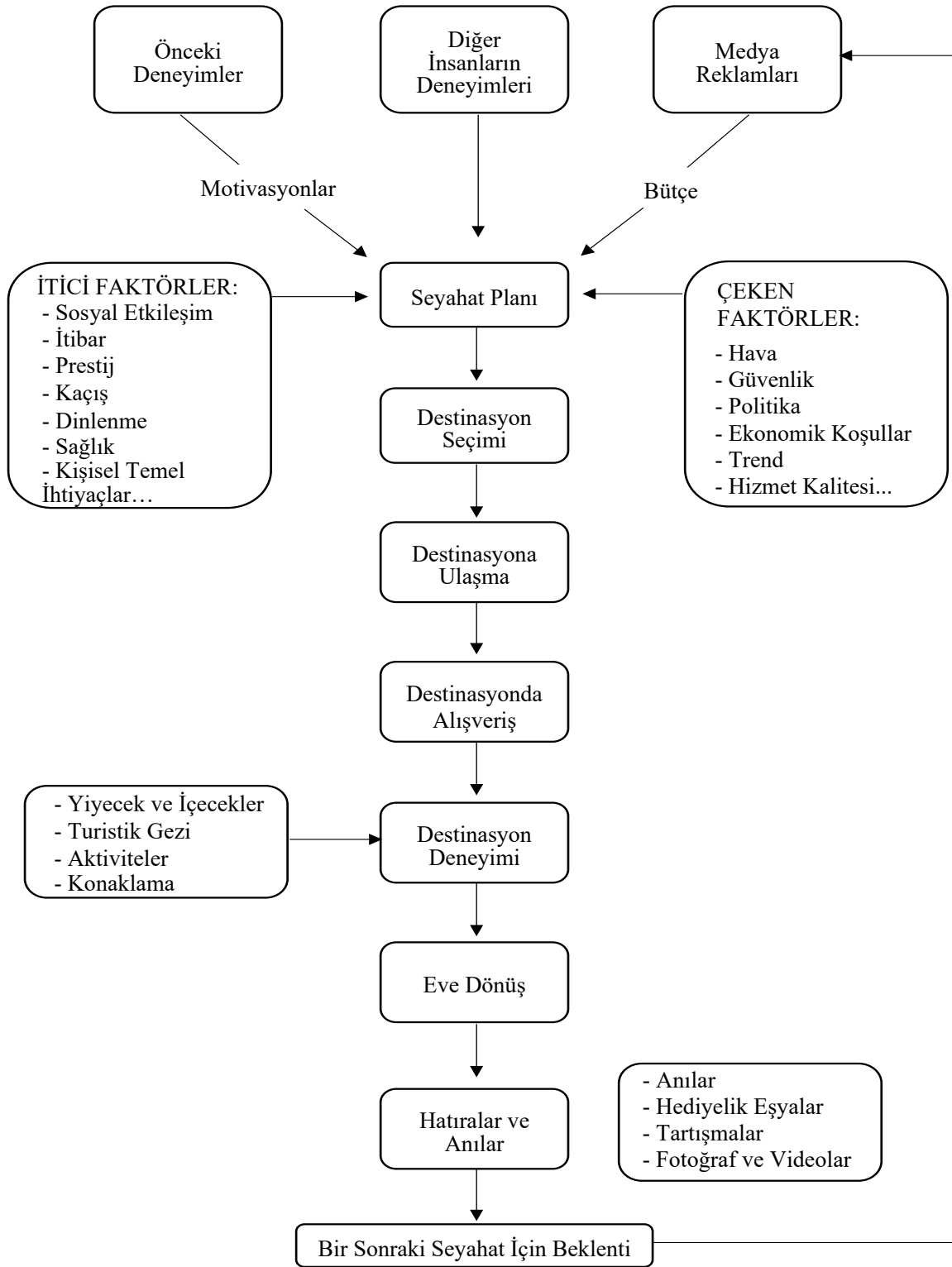
Şekil 2. 2’de de görüldüğü gibi, tüketicilerin satın alma davranışlarında etkili olan özellikler; demografik (yaş, cinsiyet, medeni durum, gelir, eğitim ve meslek gibi kişisel özellikler), sosyo-kültürel (aile, danışma grupları, sosyal sınıf, kültür) ve psikolojik (güdüleme, algılama, öğrenme, tutum ve inançlar, kişilik) olarak sıralanabilir (Örücü ve Tavşancı, 2001). Tüketicilerin bu etkiler altında satın alma davranışı gösterdikleri belirtilmektedir (Rızaoğlu, 2004; Kotler vd., 2003; Hayta, 2008). Bununla birlikte tüketicinin istek ve ihtiyaçları, kişiliği, algısı, tutum ve inançları ile içinde bulunduğu toplumun sosyo-kültürel faktörleriyle (aile, kültür, sınıf) şekillenen tüketici davranışları oldukça karmaşık bir olgudur. Ayrıca tüketici davranışları; ekonomik, demografik, sosyal ve psikolojik olarak

sınıflandırılmıştır (Solomon vd., 2006; Khan, 2006; Torlak ve Altunışık, 2009). Odabaşı ve Barış (2006), da tüketici davranışlarını etkileyen etmenleri psikolojik, sosyo-kültürel, demografik ve durumsal etkiler olarak dört grupta sınıflandırmaktadır.

İnsan, yaşamı boyunca birçok konuda çeşitli ihtiyaçları için satın alma kararı vermektedir. Psikolojik ihtiyacı karşılama isteği kişiyi turizm faaliyetlerine katılmaya itmektedir. Seyahat kararı, tüketici satın alma kararlarından birini oluşturmaktadır (Pearce, 2005). İnsanların turistik satın alma kararı alması, turist olmaya karar vermesi ile başlayan bir süreçtir (Rızaoğlu, 2004: 101). Tatil yapma ihtiyacı olan her insan hem gideceği destinasyona hem de tatil süreci boyunca yapacaklarına karar vermelidir. Turizm talebindeki gelişmelerle birlikte devamlı değişen tüketici tercihleri ve tüketici davranışlarının karmaşıklığı nedeniyle kişilerin seyahat edilecek ülke, destinasyon, konaklama yeri seçimi gibi seyahat kararlarının altında yatan etmenlerin iyi analizi edilmesi gerekmektedir (Üner, 2014: 20).

Seyahat kararı karmaşık olabileceğinden, seyahatle ilgili karar verme konusu turizm literatüründe geniş çapta araştırılmaktadır. Çalışmalar, karar verme modelleri, karar verme sürecindeki katılımcı türleri ve rolleri dahil üzere seyahat karar verme sürecinin çeşitli yönlerini ele almaktadır (Corey, 1996; Sirakaya vd., 1996; Zalatan, 1998; Pearce, 2005) Amirtahmaseb (2007) turist karar verme sürecinin tüketici davranış ve tipolojisi ile açıklamaktadır ve kişinin geçmiş deneyimlerinin gelecek kararlar üzerinde etkisi olabileceğini öne sürmektedir. Turistlerin seyahat kararlarındaki öncül sebeplerin dinlenmek ve eğlenmek olmasının yanı sıra yeni kültürler öğrenmek, bilgi edinmek, deneyimlemek ve keşfetmek de turistlerin seyahat kararı alması üzerinde etkili olabilmektedir (Koç, 2015). Seyahat planlaması ile ilgili, etkili olan etmenler (Zimmer vd., 1995), risk türleri (Sönmez ve Graefe, 1998a; Sönmez, 1998), milliyet (Pizam ve Sussmann, 1995) ve dinin (Cohen, 1998) etkisi üzerine literatürde yapılmış temel çalışmalar bulunmaktadır. Tüm bu etmenlere ilaveten destinasyona kolay ulaşma ve seyahatte güvenlik gibi faktörlerde insanların seyahat kararlarında belirleyici olabilmektedir (Tsourgiannis vd., 2015). Turistlerin seyahat kararlarını etkileyen birçok özellikle birlikte yiyecek içecek faktörü bu kararda belirleyici olmaktadır. Handszuh (1991), turizm literatüründeki çalışmaların, güzel manzara, alışveriş fırsatları ve yerel halkın tutumu gibi destinasyonun pek çok özelliği turistlerin karar vermesindeki varlığından bahsederken, seyahat kararlarında güvenli yiyecek etmeninin öneminden bahsetmediğini belirtmektedir. Dann (1977) turistlerin seyahat kararlarını etkileyen itme ve çekme olmak üzere iki faktör olduğunu belirtmektedir. Turistlerin seyahat kararı vermesi ve daha sonra gidilecek bir destinasyon seçme süreci, içinde çeşitli boyutlar barındıran, birçok iç ve dış etkenden etkilenen karmaşık ve bütüncül bir süreçtir (Seyidov ve Adomaitienė, 2016).

Bu bağlamda turistlerin seyahat kararı, kişinin karar vermesini sağlayan motivasyonları, seyahat edilecek yerin çekici faktörleri ve kişiyi bu seyahate iten etmenleri içinde barındıran dögüsel bir süreçtir.



Şekil 2. 3 Bir Turistin Seyahat Deneyimi

Kaynak: (PSHE, 2013: 68)

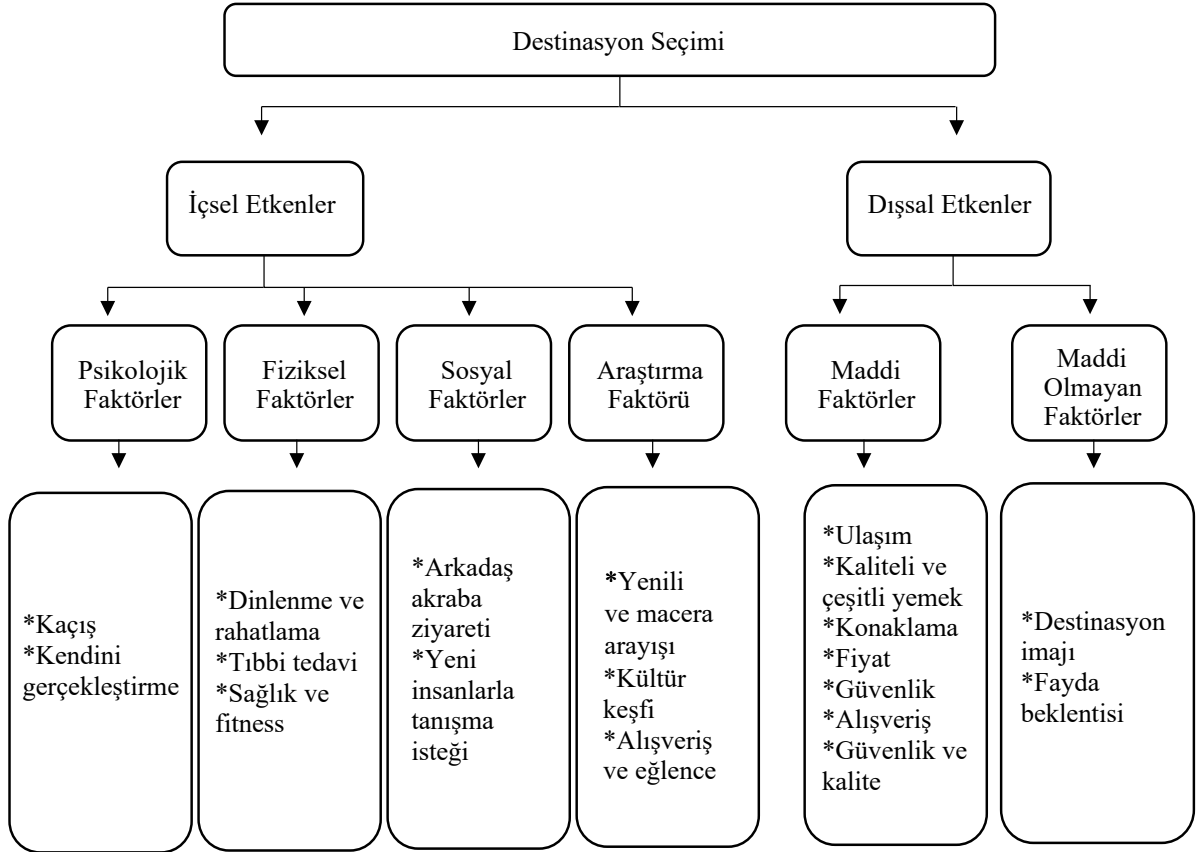
Seyahat kararı tatil yapma ihtiyacının doğmasından başlayarak gidilecek yerin seçimi ve geri dönene kadar geçen sürede gidilen destinasyonda verilen tüm kararları kapsamaktadır (Dann, 1977). İtme ve çekme faktörleri insanların niçin seyahat ettiğini açıklamaktadır. Çekici faktörler, bir destinasyona turistin seyahat etmesi için yönelten destinasyonun çekiciliği iken itici faktörler ise turistin bir destinasyona seyahat etmesine etki eden kişinin kendi içsel duygu ve tutumlarıdır (PSHE, 2013). Turistler iç güduları vasıtasıyla bir turizm faaliyetine katılmak için itilmekle birlikte destinasyonların kendine has özellikleriyle çekilmektedir (Khuong ve Ha, 2014).

2.2.1. Destinasyon Seçimi

Turistlerin seyahat etmek için seçtikleri yer olan destinasyon, bireylerin kişisel tutumlarını, seyahat amaçlarını, eğitim seviyelerini ve önceki deneyimlerini de içinde barındıran algısal bir kavramdır (Buhalis, 2000). Çakıcı ve Aksu (2007) destinasyonu, turistik mal ve hizmetlerin turistler tarafından tüketilerek deneyimlenen çekim yerleri olarak tanımlamışlardır. Tekin ve Ardahan (2006) ise destinasyonu, gerçek ya da zihinde algılanan düzeyde gidilecek yer olarak tanımlamaktadır. Kozak (2008)'a göre destinasyon, turistlerin amaçlarına, geçmiş deneyimlerine ve sosyo-demografik özelliklerine göre şekillenen algısal bir kavramdır. Literatürdeki Türkçe kaynaklarda destinasyon kavramı yerine “turizm yeri”, “turizm alanı”, “varış yeri” ve “turizm merkezi” gibi terimlerde kullanılmaktadır (Rızaoğlu, 2003; Çakıcı ve Aksu, 2007; Kozak, 2008; Akbulut, 2014). Türk Dil Kurumu da destinasyon kelimesini “gidilecek olan yer” olarak tanımlamaktadır (TDK, 2021). Destinasyonlar, turistlerin belirli bir süre için tercih ettiği ve ilgisini çeken kıtalar, bölgeler, ülkeler, eyaletler, şehirler, beldeler ve turistik tesisler gibi değişik büyüklükteki yerlerdir (Pike, 2004: 11). Sınırları belirli ve tek bir yerden oluşan yerler mikro destinasyon, birden çok yeri içinde barındıran yerler ise makro destinasyon olarak adlandırılmaktadır (Kotler vd., 2003). Bir destinasyonun turistler için bir çekim yeri olması ve tercih edilmesi için onu diğer destinasyonlardan ayıran özelliklere sahip olması gerekmektedir (Ülker, 2010: 10). Mucuk (1997), destinasyonun özelliklerini oluşturan faktörleri;

- Sosyal ve kültürel faktörler: Destinasyonun yerel insanının değerleri, gelenekleri, yaşam tarzları, kültürleri, vb.
- Doğal çevre: Destinasyonun doğal kaynakları, iklim özellikleri, coğrafi konumu, vb.
- Politik ve yasal faktörler: Destinasyonun yönetiminin oluşturduğu kurallar, yasalar, milli para, toplum sağlığı kanunları, vb.
- Teknolojik faktörler: Destinasyonun alt yapı ve telekomünikasyon olanakları, vb.

- Ekonomik faktörler: Destinasyonun bağlı olduğu ülkenin ekonomik durumu, ekonomik politikalar, turistin geldiği ülkenin ekonomik durumu, vb. olarak sıralamaktadır. Artan rekabet ortamında destinasyonun özelliklerinin sağladığı avantaj turistlerin o destinasyona yönelmesinde önemli rol oynamaktadır (Buhalis, 2000).



Şekil 2. 4 Destinasyon Seçimi Hiyerarşisi

Kaynak: (Hsu vd., 2009: 291)

Turizm literatürünün büyük bir bölümü, turistlerin seyahat etmek için birçok seçenek arasından özel bir destinasyonu neden ve nasıl seçtiğini anlamaya yöneliktir (Ahn vd., 2013: 720). Herhangi bir destinasyonun çekim yeri olarak algılanmasında pek çok etmen etkili olabilmektedir. Destinasyonun çekici özellikleri: doğal ve kültürel kaynaklar, konaklama, rekreasyonel olanaklar (Kim vd., 2003), alışveriş imkanları ve güvenlik (Evren ve Kozak, 2012) olarak sıralanabilmektedir. Destinasyon seçiminde, turistlerin istek, ihtiyaçları ve yönelimleri, tercih edecekleri destinasyonla ilgili algıladıkları riskler, geçmiş deneyimleri gibi pek çok faktör destinasyon seçimini etkileyebilmektedir. Literatürde turistlerin destinasyon seçimini etkileyen faktörleri açıklamaya çalışan birçok çalışma bulunmaktadır (Um ve Crompton, 1990; Papatheodorou, 2001; Yoon ve Uysal, 2005; Hsu vd., 2009; Wu vd., 2011; Mutinda ve Mayaka, 2012).

Hsu vd., (2009) yaptığı çalışmalarında, turistlerin seyahat edecekleri yeri seçmesinde etkili olan faktörleri belirten bir model ortaya koymuşlardır. Modelde turistlerin kişisel özellikleri (içsel) ve destinasyonun özellikleri (dışsal), destinasyon seçiminde etkili olduğu öne sürülmektedir. Çizilen modelde içsel faktörleri (psikolojik, fiziksel, sosyal, araştırma) dört boyutta, dışsal faktörleri (maddi, maddi olmayan) iki boyutta toplanmıştır. Hsu vd., (2009) Tayvan'ı ziyaret etmeyi tercih eden turistlerin bu seçimlerinde, destinasyon seçimi modelindeki arkadaşları/akrabaları ziyaret etmek, kişisel güvenlik, kaçış, dinlenme ve rahatlama, destinasyon imajı ve çevre güvenliği ve kalitesi faktörlerinin etkili olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Um ve Crompton, (1990), bir seyahat destinasyonu seçim sürecini dışsal faktörler, bilişsel faktörler ve içsel faktörler olarak üç ana kategoriye ayırmıştır. Ayrıca Solomon vd., (2006), tüketici satın alma sürecinde yer alan beş faktör ile tüm karar verme sürecini özetlemiştir. Kozak ve Rimmington (2000), Mallarco destinasyonunu ziyaret eden turistlerin destinasyon seçme motivasyonlarını araştırdıkları çalışmalarında; destinasyon çekicilikleri (doğal çevre, konaklama standartları, güvende hissetmek, destinasyonun atmosferi, personel davranışları, yiyeceklerin çeşitliliği ve kalitesi, hijyen ve sanitasyon), turistik rekreasyonlar (sportif faaliyetler, eğlence ve gece hayatı, çocuklara uygun uygulamalar, alışveriş imkanları, müzeler) ve destinasyon ulaşım olanakları (ulaşım yollarının temizliği ve güvenliği, sağlanan kolaylıklar, mesafe) faktörlerinin destinasyon seçiminde etkili olduğu sonucuna varmışlardır. Heung vd., (2001) turistlerin destinasyon seçimlerinde güvenlik faktörünün önemli bir tercih nedeni olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Yoon ve Uysal (2005) yaptığı çalışmada KKTC'yi tercih etme, memnuniyet ve tekrar ziyaret etmeyi etkileyen 8 itici (rahatlama, güven hissi, aile ile birlikte olma vb.) ve 10 çekici (atmosfer, doğal ortam, fiyat, temizlik, mutfak çeşitliliği ve hijyeni vb.) faktörün varlığından söz etmektedirler. Giritlioğlu ve Avcıkurt, (2010) bölgeye özgü doğal çekicilikler, yiyecek içecek işletmelerinin yeterliliği, hizmetin kalitesi ve alışveriş olanakları turistlerin destinasyon seçiminde etkili olduğunu öne sürmektedirler.

Literatüre bakıldığında, turistlerin destinasyon seçimlerinde karar verme süreçlerini etkileyen birçok faktörün varlığı kanıtlanmıştır. Ancak bir destinasyonun turistler tarafından tercih edilmesini arttırmak için insanların destinasyona ilişkin algıladıkları risklerin azaltılması gerekmektedir (Ersun ve Arslan, 2011: 240). Risk algısı, seyahat planlamasını etkileyen önemli bir faktördür (Maser ve Weiermair, 1998; Sönmez ve Graefe, 1998a). Riskin seyahat karar verme üzerindeki etkileri hakkındaki literatür genellikle, güvenlik ve sağlık risklerinin önemini vurgulamaktadır. Genel güvenlik ve sağlık güvenliği turizm arzıyla doğrudan ilişkilidir (Tataroğlu ve Subaşı, 2009). Güvenlik riskleri seyahat kararları üzerinde

önemli bir etkiye sahiptir ve seyahat planlarını değiştirme kabiliyetine sahiptir (Sönmez, 1998). Seyahat edilen destinasyonda, mal ve can güvenliğini tehlikeye atacak risklerle karşılaşmak turistlerin en büyük kaygısını oluşturmaktadır (Sönmez ve Graefe, 1998a). Literatürde turistlerin seyahatlerinde en önem verdiği konunun, güvenlik olduğu ortaya konmakla birlikte turistlerin, konaklama yerlerinin temiz olmasına, çalışanların temiz görünümlü olmasına ve yemeklerin hijyen kurallarına uygun hazırlanmasına dikkat ettikleri vurgulanmaktadır (Sönmez ve Graefe, 1998a; George, 2010; Payam, 2015).

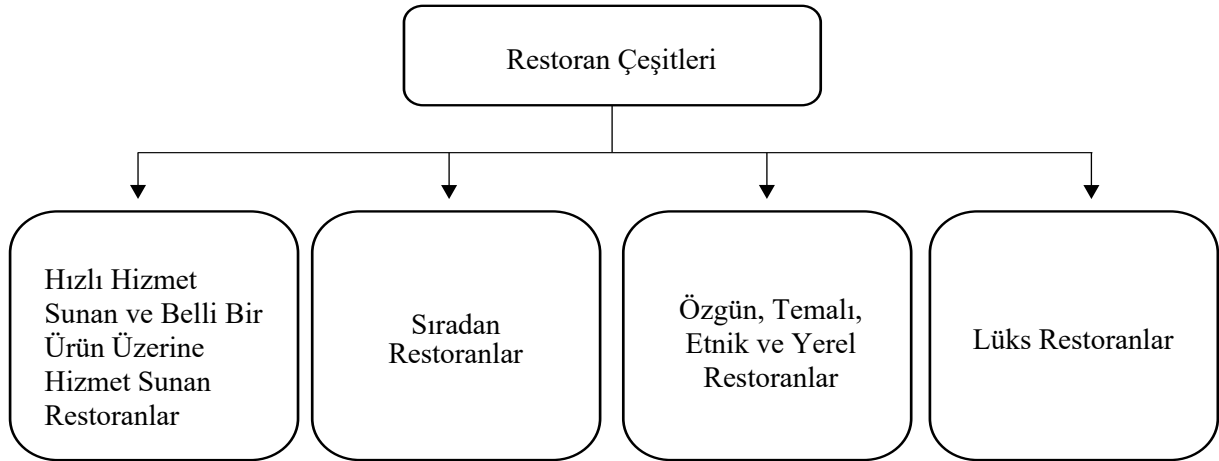
Ülkeleri kalkındıran ve önemli gelir kaynağı sağlayan turizm, dünya için vazgeçilemez bir endüstridir. Artan rekabet ortamında, turistik destinasyonlara gelen kişi sayısını arttırmak tüm ülkelerin çabasıdır. Turizmin devamlılığının sağlanabilmesi için, o destinasyonun turist tarafından güvenli olarak algılanması gerekmektedir (Yıldız vd., 2015). Bu nedenle turistlerin bir destinasyona yönelmesini sağlamak için ilk önce onların o destinasyonu nasıl algıladıklarının bilinmesi gerekmektedir. Destinasyon, turistlerin ziyaret ettiği ve ihtiyaçlarını karşıladığı ve güzel vakit geçirmek istediği bir yerdir. Seyahat ettikleri yerlerde yemek yeme ihtiyacını karşılayan turistler için gıda kaynaklı riskler seyahat planlamasında önemli bir faktör oluşturmaktadır (Maclaurin, 2004). Bu noktada destinasyonun gıda emniyeti konusundaki tutumu turist için önem arz etmektedir. Gıda emniyeti konusu büyüyük gıda güvenliği meselesi haline almıştır (Tarlow, 2014: 8). Hem iç hem de dış turizmde gıdanın değerinin artmasıyla birlikte destinasyonun rekabet üstünlüğü yakalaması için bir farklılık yaratmasına olanak sağlayan gıda güvenliği, turizm şletmelerinde sağlanması gereken bir husustur. Handszuh (1991), yaptığı çalışmasında turizm pazarlamasına ilişkin el kitaplarının güzel manzara, alışveriş fırsatları ve yerel halkın tutumları gibi pek çok etkenin varlığından bahsetme eğiliminde olduğunu, ancak güvenli yiyeceklerden bahsetmediğini belirtmektedir. Ancak turistlerin maruz kaldığı genel sağlık risklerinin arasında gıda kaynaklı riskler büyük bir paya sahiptir. Gıdanın neden olabileceği riskler sonucunda yaşanabilecek maddi kayıp, fiziksel ağrı, rahatsızlık ve özellikle dil engelleri olduğunda uygun tıbbi tedavi bulma sorunları tüm tatil deneyimini bozabilmektedir. Dolayısıyla turizm hareketliliğinin sürdürülebilir kılmak, turist memnuniyetini sağlamak ve en önemlisi destinasyonun seçiminin arttırılması için destinasyonda gıda üretimi yapan şletmelerin daha kaliteli ve güvenilir yiyecek-içecek hizmeti sunması ve turist sağlığı konusunda üzerlerine düşen görevleri yerine getirmesi gerekmektedir.

2.2.2. Restoran Seçimi

Yemek yeme, her insan için zorunlu bir ihtiyaç olmakla birlikte, insana keyif veren bir olgudur. İnsanlar hayatlarının her kesiminde karın doyurmak, arkadaşlarla vakit geçirmek vb. birçok sebeple hem ev içinde hem de ev dışında yemek yeme faaliyetinde bulunmaktadır. Bu noktada konuya dahil olan yiyecek içecek işletmeleri, insanlara beslenme ihtiyaçlarını ev dışında giderme fırsatı sunmaktadır. Merkezinde insanın beslenme ihtiyacı olan yiyecek-içecek işletmeleri, müşterilerine kaliteli bir yeme içme hizmet sunarak o zamanı güzel geçirmeyi sağlayan işletmeler olarak tanımlanmaktadır (Türksoy, 2002). Yiyecek içecek işletmeleri, bağımsız veya başka bir işletmeye bağlı olarak var olan ve yeme içme hizmeti sunan işletmelerdir (Denizer, 2012). İnsanın dışarda yeme ihtiyacı ve isteği ile yiyecek içecek işletmeleri hızla gelişim göstermektedir.

Yiyecek içecek işletmeleri konaklama tesisleri, kafeteryalar, barlar, ulaşım tesislerinin içindeki işletmeler, restoranlar ve yemek üretim fabrikaları gibi birçok işletmeyi içinde barındıran kolektif bir yapıdır (Aktaş ve Özdemir, 2012). Literatürde yiyecek içecek endüstrisi işletmeleri, ticari ve ticari olmayan olmak üzere iki ana gruba ayrılmaktadır (Denizer, 2005). Restoranlar ticari olan grupta yer almaktadır. Restoranlar yiyecek-içecek işletmeleri içerisinde çok önemli bir yere sahiptir (Sökmen, 2005). Restoranlar, kaliteli yeme içme hizmeti sunan ve insanların kendilerini rahat hissettikleri yerlerdir (Ali ve Nath, 2013). Walker (2014) restoran işletmelerini, müşterilere hazırlanan yiyecek ve içeceklerin sunulduğu tesisler olarak tanımlamıştır. Rekabetin giderek arttığı bu ortamda restoranlar, varlıklarını devam ettirebilmek için kişilerin algılanan ihtiyaçlarına dikkat etmelidir. Restoranlar gelen müşterilerin, fizyolojik, sosyal ve psikolojik ihtiyaçlarını karşılamalı ve bu doğrultuda kişilerin ihtiyaçlarına göre hizmet sunmalıdır (Öztürk, 2006).

İnsanlar eğlence, keyif alma, sosyalleşme, sadece karın doyurma veya prestij kazanma gibi birçok amaçla restoranda yemek yemeyi tercih edebilmektedir (Auty, 1992; Kivela vd., 1999; Batra, 2008; Özdemir, 2010). Birçok kişiye hizmet sunan restoranlar, müşterilerin istek ve ihtiyaçlarını karşılamak ve yeni hizmetler sunma adına çeşitlenmiştir. Günümüzde restoranların çeşitlenmesinin hemen hemen her toplumda var olduğu görülmektedir (Özdemir ve Çalışkan, 2011).



Şekil 2. 5 Restoran Çeşitleri

Literatürde restoranlarla ilgili yapılan çalışmalar yönetim ve müşteriler ile ilgili olarak bölünmektedir. Araştırmalar, restoran seçimi, memnuniyet, restoran yönetimi, gıda güvenliği, yenilik, enformasyon arayışı, menü kavramı, davranışsal niyet ve şikayet etme davranışı kavramları üzerine yoğunlaşmaktadır (Kivela, 1997; Batra, 2008; Nam ve Lee, 2011; Özdemir ve Çalışkan, 2014; DiPietro, 2017). Birçok konuyu içinde barındıran restoran kavramında ilk olarak restoranın devamlılığını sürdürbilmesi için müşterilerin seçimlerini anlamak oldukça önemlidir. Dolayısıyla tüketicilere odaklanan çalışmalar genellikle restoran seçimi konusunu üzerinde durmaktadır (Kivela, 1997; Cullen, 2005; Batra, 2008; Kim vd., 2010; Harrington vd., 2011).

Kişiler ilk olarak, dışarıda yemek yemeye karar verdikten sonra nereyi seçeceklerine karar vermektedir (Özdemir, 2010). Restoran seçimi, insanların farklı amaçlarla bu kararı vermesinden dolayı karmaşık bir süreçtir ve kişiden kişiye çeşitlilik göstermektedir (Cullen, 2005). Yemek yenecek restorana karar vermede etkili olan birçok faktörün varlığından söz edilebilir. İlgili literatürde restoran seçimini etkileyen temel faktörler, kişinin restorana gitme amacı, gidilecek kişiler, hizmet algısı, sosyo-demografik özellikler ve enformasyon kaynakları olarak bahsedilmektedir (Lewis, 1981; Auty, 1992; Kivela vd., 1999; Yüksel ve Yüksel, 2002; Cullen, 2005; Kim vd., 2010; Fatimah vd., 2011; Albayrak, 2014). Restoran seçiminde etkili olan faktörler restoran özellikleri olarak somutlaştırılmaktadır (Özdemir, 2010: 222). Restoran özelliklerini değerlendirmek için kişiler marka adı, imaj, kalite ve fiyat gibi farklı önem derecelerine sahip bazı göstergeleri kullanmaktadır (Chamhuri ve Batt, 2013). Kivela (1997) demografik faktörlerin, restoran türünün, konumunun, fiyatın, yemek çeşitliliği ve kalitesinin, ambiyansın ve hizmet kalitesinin restoran seçimini etkilediği sonucuna ulaşmıştır. Park (2004) yaptığı çalışmasında, kişilerin restoran seçimlerini etkileyen faktörleri; yiyeceğin duyuşal özellikleri, kalitesi ve temizliği, çalışanların tutumu, ürün çeşitliliği ve hizmet kalitesi olarak belirlemiştir. Ha vd. (2016) ayrıca restoranların kalabalık

olması ve yorum derecelendirmelerinin müşterilerin restoran seçimlerini etkilediğini belirtmektedir. Restoranın temizliği (Cullen, 2005; Choi ve Zhao, 2010; Albayrak, 2014) konumu (Kim vd., 2010; Ali ve Nath, 2013), atmosferi (Kivela, 1997; Yüksel ve Yüksel, 2002), fiyat (Kim vd., 2010; Fatimah vd., 2011) servis kalitesi ve hızı (Qu, 1997; Cullen, 2005; Law vd., 2008) ve personel (Yüksel ve Yüksel, 2002; Batra, 2008; Albayrak, 2014) özellikleri kişinin restoran seçiminde etkili olmaktadır. Restoranlarda sunulan yiyecek ve içeceklerin kalitesi (Auty, 1992; Yüksel ve Yüksel, 2002; Fatimah vd., 2011), çeşitliliği (Fatimah vd., 2011; Albayrak, 2014) ve duyuşsal özellikleri (Choi ve Zhao, 2010) de restoran seçiminde etkili rol oynamaktadır.

Kişiler çeşitli amaçlarla restoranları tercih etseler de asıl ürün yiyecek ve içeceklerdir. Dolayısıyla yiyeceğin kalitesi tüm kriterlerin üzerinde gelebilmektedir. Pek çok çalışma, kişilerin restoran seçiminde etkili olan kritik faktörün restoranda sunulan yiyecekler (kalite, gıda güvenliği, yemeğin duyuşsal özelliği, gıda hijyeni, vb.) olduğunu sonucuna ulaşmıştır (Cullen, 2005; Auty, 1992; Ali ve Nath, 2013; Alonso vd., 2013; Harrington vd., 2013; Min, 2016). Kivela (1997), müşterilerin restoran seçiminde dikkat ettiği faktörlerin yiyecek kalitesi ve yiyecek türü olduğunu bulmuştur. Dublin’de yapılmış çalışmada kişilerin, yemek kalitesi, yemek türü, restoranın temizliği ve itibarı restoranları seçmek için kullanılan temel faktörler olduğu sonucuna varılmıştır (Cullen, 2005). Tüketiciler için yemek türü ve yemek kalitesi restoran seçiminde birincil etken olmaktadır (Auty, 1992). Worsfold (2006) çalışmasında, bir yiyecek içecek işletmesinin gıda hijyeni/güvenliği seviyesini değerlendirirken müşteriler için en önemli görülen faktörlerin, tuvaletlerin temizliği ve yiyeceğin görünümü olduğunu belirtmiştir. Aksoydan (2007), müşterilerin restoran seçimini etkileyen en önemli faktörün hijyenik faktörler olduğunu, bunlarında mutfak temizliği, restoran temizliği, yemek hijyeni, tuvalet ve lavabo temizliği, ekipman temizliği ve servis personeli hijyeni olduğunu ortaya koymuştur. Narine ve Badrie (2007) yaptıkları çalışmada, kişilerin restoran seçimlerinde güvenlik/sanitasyon (%60) faktörüne önem verdiğini belirtmiştir. Fatimah vd. (2011) restoran seçiminde hijyen veya temizliğin daha kritik olduğunu belirtmiş ve gıda hizmeti hijyenini; gıda, personel ve ekipman, servis ve ortam kokusu olmak üzere dört temel boyutta toplamıştır. Alonso vd. (2013)’nin yaptığı çalışma, bir restoran seçiminde o restorani diğerlerinden ayıran özelliğin gıda güvenliği ve duyuşsal özellikleri olduğunu göstermektedir. Bu sonuca ilaveten geçmiş olumlu deneyimler, temizlik ve hizmet kalitesi bu seçimde etkin rol oynamaktadır. Min (2016) yaptığı çalışmasında, kişilerin bir Kore restoranını seçmesinde en etkili faktörün yiyeceklerin tazeliği olduğunu ve buna ilaveten lezzet ve temizlik faktörlerinin önemli bir bileşen olduğu vurgulanmaktadır. Tüm bu bulgular ışığında, eğer kişi

güvenli olmayan yemekler sunan restoranları seçmeme konusunda kararlıysa, o kişinin ev dışında gittiği yerde güvenli restoranları araması ve tercih etmesi kaçınılmaz olmaktadır. Bu da yüksek gıda güvenliği standartları sunan restoranların diğerlerine göre daha çok tercih edilmesinde aktif bir rol oynayacaktır.

Yemek yeme turistler için gidilen destinasyonda karşılanması gereken zorunlu bir ihtiyaçtır. Yemek turistin benzersiz bir deneyim yaşamasına zemin hazırlamaktadır (Long, 2004). Seyahate çıkmadan planlama ile başlayan turistik deneyim, kişilerin algı, istek ve ihtiyaçlarıyla şekillenmektedir. Turistler seyahatlerinden güzel bir deneyim yaşayarak dönmek istemektedir. Restoranlar da bunun önemli bir kısmını oluşturmaktadır. Bir destinasyonun imajının gelişmesinde restoranların etkisi oldukça fazladır (Sparks vd., 2004). Yaşadıkları yerden farklı bir yere seyahat eden turistler için restoran işletmeleri, yaşayacakları turistik deneyimin bir parçasını oluşturmaktadır. Restoranların, turistik destinasyonlara katkı sağladığı ifade edilmektedir (Cohen ve Avieli, 2004). Dolayısıyla restoranlar hem yiyecek içecek sektörünün hem de turistik destinasyonların önemli bir bileşimidir (Özdemir, 2010). Gittikleri yerde, yemek yenecek yerin kararını vermede birçok istek ve ihtiyacın varlığı söz konusudur (Tikkanen, 2007: 723). Turistlerin gittikleri destinasyonlardaki yeme içme deneyimini gerçekleştirmek için restoranları tercih etmesinde, daha önce gidenlerin deneyimleri, hizmet kalitesi, personel ve yiyeceklerin temizliği etken olduğunu söylemek mümkündür (Bai vd., 2019).

Turistler gittikleri yerlerde güvenlik arayışında oldukları gibi yemek yeme ihtiyacını karşılarlarken de kendilerini güvende hissetmek istemektedirler. Turistlerin seyahat ettikleri yerde yemek yeme zorunluluğundan yaşadığı gıda güvenliği endişesi göz önüne alındığında, kişiler restoran seçerken diğer kalite özelliklerinden ziyade esas olarak gıda güvenliğine odaklanmaktadır (Bai vd., 2019). Merkezinde yemek olan restoranların itibarlarını, gelirlerini ve seçilme sayılarını artırma amacını gerçekleştirmede gıda güvenliği kavramı öne çıkmaktadır. Restoranların yeme içme hizmeti sundukları kişilere sağlık risklerine yol açmadan hizmet vermesi gerekmektedir. Restoranların, kişileri gıda kaynaklı risklerle maruz bırakmasına neden olan faktörler arasında, gıda işleyicilerinin kötü kişisel hijyeni, uygun olmayan saklama koşulları ve uygunsuz pişirme şekilleri yer almaktadır (Collins, 1997). Bu sorun çalışanların eğitilmesi, ekipman kontrolü ve sık yapılan denetimlerle çözülebilse de gıda güvenliğini sağlama oldukça dikkat isteyen karmaşık bir süreçtir (Park vd., 2010). Bu hataların birçok çözümü olsa da restorana gelen müşteri yapılan uygulamaların doğru yapıp yapılmadığını her zaman değerlendiremeyebilir. Bunları değerlendirmek için bazı algısal özellikler kullanılmak gerekmektedir. Restoranın gıda kalitesi değerlendirilirken, gıdaların

görünümü, tadı, tazeliği, kokusu ve dokusu gibi gıdanın kendisiyle ilgili içsel özellikleri; fiyat, itibar, ülke imajı ve sertifikalar gibi dışsal ipuçları dikkate alınmaktadır (Bilkey ve Nes, 1982; Henson vd., 2006; Moser vd., 2011; Kao vd. 2016). Dolayısıyla restoranlar da kendi üstlerine düşen gıda güvenliğine ilişkin tüm görevleri yerine getirmelidir.

Turistlerin restoranın kalite özelliklerini nasıl algıladığı onlara restoran seçerken yardımcı olmaktadır. Restoran kalite özelliklerinden biri olan gıda güvenliği turistlerin kararlarında etkili olabilmektedir (Yiridoe vd., 2005; Kim, 2012). Tripp vd., (1995) yaptıkları çalışmada, turist özelliklerindeki farklılıklara rağmen gittikleri destinasyonda restoran seçerken en çok yemek kalitesi ve restoran temizliği faktörlerinin dikkat edildiğini belirtmektedir. Yüksel ve Yüksel (2002)'in yaptığı çalışmada turistlerin restoranda önem verdiği özelliğin hizmet ve gıda kalitesi, temizlik ve hijyen olduğunu öne sürmektedir. Gıda kalitesi, turistlerin önem verdiği bir restoran boyutudur (Heung, 2002). Ha ve Jang (2010) yaptıkları araştırmada, gıda güvenliğinin turistlerin restoran seçimi için çok önemli olduğunu ortaya koymaktadır. Bu konunun önemine rağmen, yapılan literatür taraması, bugüne kadar turistlerin gittikleri destinasyonlarda restoranları seçerken gıda güvenliği düzeyinin bir değerlendirme unsuru olarak kullanıldığını inceleyen çalışmaların azlığını ortaya koymaktadır. Ancak evinden uzak olan turistler için seyahatleri boyunca kendilerini ve sağlıklarını güvende tutarak tekrar eve dönmek birincil önceliktir. Bu doğrultuda turistlerin yemek yenecek restoran seçiminde birçok etken olsa da orada yenecek yemeklerin herhangi bir sağlık riskine yol açmayacak olmasının algılanması çok önemlidir.

2.3. Yapılmış Çalışmalar

Bu tez çalışmasının amacı doğrultusunda ilgili literatür incelendiğinde, gıda güvenliği ve turizm alanında yapılmış çalışmalar Tablo 2. 1'de yer almaktadır.

Tablo 2. 1 Gıda Güvenliği ve Turizm Alanında Yapılmış Çalışmalar

KAYNAK	KAPSAM	SONUÇ
Örer, (1995)	Çalışma, Türk mutfağının, turistlerin Türkiye'ye tekrar ziyaret etmeleri arasındaki etkiyi ve otellerdeki hijyen ve sanitasyon uygulamalarının turistlerde görülen gıda zehirlenmesi sıklığının ilişkisini kapsamaktadır.	Araştırma sonucunda 17 tane beş yıldızlı otelde konaklayan turistlerin gıda kaynaklı rahatsızlık belirtme oranının %20 olduğu belirlenmiştir.
Sönmez ve Graefe, (1998b)	Bu çalışma, geçmiş uluslararası seyahat deneyiminin etkilerini, uluslararası seyahatle ilişkili risk	Sonuçlar, belirli bölgelere yapılan geçmiş seyahat deneyiminin hem oraya tekrar seyahat etme niyetini artırdığını hem de

	türlerini ve algılanan risk nedeniyle kişilerin bir sonraki uluslararası tatil gezilerinde çeşitli coğrafi bölgelere seyahat etme olasılıkları veya bu bölgelerden kaçınma olasılıkları üzerindeki uluslararası seyahat sırasında hissedilen genel güvenlik derecesini incelemesini kapsamaktadır.	bölgelerden, özellikle riskli alanlardan kaçınma niyetini azalttığını ve destinasyonları ziyaret etmeyi planlamaktan kaçınmada algılanan risk ile güvenliğin daha etkin rol oynadığını ortaya koymuştur.
Bruhn ve Schutz, (1999)	Kaliforniya’da yapılan bu çalışma tüketicilerin gıda güvenliği konusundaki bilgi ve uygulamalarının belirlenmesini kapsamaktadır.	Araştırmanın sonucuna göre, tüketicilerin bakteriyel bulaşma faktörünün gıda güvenliğini tehdit eden en önemli tehlike olduğunu saptamıştır.
Leach vd., (2001)	Çalışma, restoran müşterilerinin gıda güvenliğine ilişkin değerlendirmelerinde önem verdikleri faktörlerin sınıflandırılmasını kapsamaktadır.	Müşterilerin dikkat ettikleri faktörler sırasıyla, işletmelerin dış ve iç temizliği, personel hijyeni ve sunulan yemekler olarak belirlenmiştir.
Knight vd., (2003)	Jamaika’da kırsal bölgede yaşayan 110 katılımcı ile gerçekleştirilen bu çalışma, katılımcıların gıda güvenliği hakkındaki bilgi düzeylerinin belirlenmesini kapsamaktadır	Sonuçlar, katılımcıların %73’ün gıda güvenliğine önem verdiklerini göstermektedir. Katılımcıların sırasıyla hijyene, üretim sürecindeki uygulamalara, gıdanın duyuşal özelliklerine, ambalajlama ve ısı faktörlerine dikkat ettiklerini ortaya koymaktadır.
Maclaurin, (2004)	Bu çalışma, katılımcıların destinasyon seçimleri ile gıda kaynaklı hastalıkların algılanan riski arasındaki ilişkinin gücünün ve ayrıca katılımcıların seyahatten önce gıda güvenliğiyle ilgili bilgi kaynaklarının belirlenmesini kapsamaktadır.	Sonuçlar, gıda güvenliğinin, turistlerin sosyo-demografik özelliklerinde farklılaştığını ortaya koymaktadır. Ayrıca gıda güvenliği açısından Afrika, katılımcıların gitmekten kaçınacağı en önemli destinasyon olduğu saptanmıştır. Gıda güvenliği bilgileri için başvuru alan en yaygın kaynaklar arkadaşlar ve akrabalar, seyahat acenteleri, dergiler ve gazeteler olarak belirlenmiştir.
Amjadi ve Hussain, (2005)	Çalışma, algılanan gıda güvenliğini etkileyen faktörlerin belirlenmesini kapsamaktadır.	Çalışma sonuçlarında; restoranda sunulan yiyecekler, personel hijyeni, restoranda haşerat bulunmaması ve restoranın temiz olması gıda güvenliği algısını etkileyen faktörler olarak belirtilmektedir.
Şanlıer, (2005)	Çalışma, yerli ve yabancı turistlerin Türk mutfağı hakkındaki gıda güvenliğine yönelik görüşlerini kapsamaktadır.	Araştırma sonucunda, araştırmaya katılan Türk Mutfağına hijyenik olduğu belirten yabancı turistlerin oranının %64,7 olduğu, turistlerden Türk mutfağını sağlıksız bulanların oranı %42,3 iken %44,2 ise

		sağlıklı bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır. Türkiye'ye gelen yabancı turistlerin %84,7'sinin seyahatleri sırasında gıda kaynaklı rahatsızlıklar yaşamış ve rahatsızlanan turistlerin %50,0'sinin tedavi için herhangi bir sağlık kuruluşuna başvurmadığı saptanmıştır.
Henson vd., (2006)	Çalışma, restoran müşterilerinin algılanan gıda güvenliğine etki eden faktörlerin saptanmasını kapsamaktadır.	Araştırma sonuçları, literatürdeki benzer çalışmaların bulgularına (temizlik, personelin görünümü, restoranın itibarı vb.) ilaveten hijyen denetim belgelerinin de algılanan gıda güvenliği üzerindeki etkisini ortaya koymaktadır.
Patron, (2006)	İspanya Trinidad'da yapılan çalışma, tüketicilerin gıda güvenliğine ilişkin tutum ve uygulamalarının belirlenmesini kapsamaktadır.	Araştırmaya katılanların gıda kaynaklı hastalıkların oluşmasında etkili olduğunu belirttikleri en önemli faktörler gıda hijyeninin (%69) ve sanitasyonun (%45) yetersizliğidir. Gıda zehirlenmesi yaşamının hayati sonuçlar doğurabileceğini düşünenlerin oranı %76'dır ancak katılımcıların %89'u gıda güvenliği konusunda bilgi sahibi olmadığını vurgulamışlardır.
Kozak vd., (2007)	Çalışma, uluslararası seyahat eğilimi üzerinde algılanan riskin etkisinin belirlenmesini ve riskli yerlerin algılanmasında, Hofstede'nin belirsizlikten kaçınma endeksine göre bir farkın olup olmadığının belirlenmesini kapsamaktadır.	Araştırma bulguları, yüksek riskli bir destinasyonla karşılaşıldığında turistlerin çoğunun seyahat planlarını değiştirme eğiliminde olduğunu göstermektedir ve bu bulgu, uluslararası seyahat eden turistlerin destinasyonlarda herhangi bir tür riskin oluşmasına karşı hassas olduğunu göstermektedir. Algılanan risklerin etkisinin, farklı kıtalardan gelen ve farklı ulusal kültürden olan turistlerde değişebileceği saptanmıştır.
Ünüsün, (2007)	Konya ilinde gerçekleştirilen çalışma, tüketicilerin gıda güvenliği bilgileri ve uygulamalarının incelenmesini kapsamaktadır.	Araştırma sonucunda, yaşamları boyunca en az bir kez gıda zehirlenmesi yaşayan katılımcıların oranının %66 olduğu görülmektedir. Gıda güvenliği hakkında bilgi sahibi olduğunu düşünen katılımcı oranı ise %97 olarak belirlenmiştir.
Yeung, (2009)	Bu makale, turistlerin gıda güvenliğiyle ilgili riskler hakkındaki algısını ve destinasyon seçimi üzerindeki olası etkiyi etkileyecek potansiyel faktörleri araştırmak için kavramsal bir çerçeveye yönelik çalışmalar için ilgili literatürün bir incelemesini	Çalışma sonuçları, gıda güvenliği algısının destinasyon seçimi üzerindeki etkisini araştıran çalışmaları ortaya koymaktadır.

	kapsamaktadır.	
Kılıçalp, (2011)	Çalışma, Türkiye'ye gelen yabancı turistlerin Türkiye'ye ilişkin gıda güvenliği algısının ve katılımcıların sosyo-demografik farklılıklarının algı düzeylerinde bir farklılaşmaya neden olup olmadığının belirlenmesini kapsamaktadır.	Çalışma sonuçları, katılımcıların Türkiye'ye yönelik olumlu bir gıda güvenliği algısının olduğunu göstermiştir. Katılımcılar seyahat kararlarında, gidecekleri destinasyon hakkında bilgi almaya önem verdikleri sonucuna ulaşmıştır. Ayrıca katılımcıların destinasyon seçerken gıda güvenliği faktörüne önem verdiği saptanmıştır.
Harris vd., (2015)	ABD'de yapılmış çalışmada, iki ayrı türdeki (etnik ve etnik olmayan) restoranların aralarındaki farkların belirlenmesini kapsamaktadır.	Çalışma sonuçları, kültürel farklılıklardan dolayı iki tür restoran arasında farklılıkları göstermiştir. Restoranlarda etkili olan risk faktörleri saptanmıştır ve bu risk faktörleri arasında gıda güvenliği riski dikkat çekmektedir. Etnik olmayan restoranlara oranla etnik restoranlarda müşterilerin risk algısı artmaktadır.
Ayaz ve Sünbül, (2018)	Çalışma, yerli turistlerin gittikleri restorandan gıda güvenliğine ilişkin beklentileri ve tepkilerinin belirlenmesini kapsamaktadır.	Çalışma sonucunda, yerli turistlerin restorandan, fiziki yapı, ekipman ve malzeme, ambiyans, hizmet önceliği gibi faktörleri beklediği görülmektedir. Ayrıca turistlerin beklentileri arasında, hizmet kalitesi, ekipman temizliği öne çıkmaktadır. Gittikleri restoranda gıda güvenliği riskleri ile karşılaşan yerli turistlerin verdikleri tepkiler ise, yemeği değiştirme talebi, personele şikâyet, yöneticiye şikâyet, tekrar ziyaret etmeme, çevreye tavsiye etmeme ve sosyal medyada olumsuz paylaşım yapma olarak bulunmuştur.
Liu ve Lee, (2018)	Çalışma, yiyecek içecek işletmelerinde bulunan gıda güvenliği ipuçlarının algılanan gıda güvenliğine etkisinin belirlenmesini kapsamaktadır.	Çalışma bulguları, restoranlarda sunulan yiyeceklerin kalitesi, lezzeti, pişirme kalitesi ve yiyeceğin içinde bulunabilecek herhangi bir yabancı madde algılanan gıda güvenliğini etkileyebileceğini göstermektedir.
Yasami, (2018)	Bu çalışma, Malezya'daki restoranlarla ilişkili gıda kaynaklı riskler ile ilgili uluslararası seyahat yapan turistlerin kaçınma niyetlerini belirlemek için Koruma Motivasyon Teorisinin (PMT) kullanılmasını kapsamaktadır.	Çalışma sonucunda, uluslararası turistlerin destinasyonda yerel restoranların seçiminde gıda güvenliği ipuçlarını kullanma niyetlerinin etkili olduğunu tespit edilmiştir.
Bai vd., (2019)	Çalışma, restoran gıda güvenliği düzeylerinin değerlendirilmesi	Çalışma sonuçları, müşterilerin restoran gıda güvenliği düzeyini

	için kullanılan boyutların müşterilerin farklı sosyo-demografik özelliklerine göre değişiminin belirlenmesini kapsamaktadır.	değerlendirmesinde, yiyeceğin duyuşsal algısı ve restoran ortamı faktörlerinin daha önemli olduğunu göstermektedir. Ayrıca cinsiyetin gıda güvenliği açısından farklılaştığı tespit edilmiştir.
Lee vd., (2019)	Bu keşifsel çalışma, ABD'nin Miami şehrindeki otel restoranlarında yerel müşterilerin kritik gıda güvenliği ihlallerinin değerlendirilmesini kapsamaktadır.	Sonuçlar restoran konumunun (sahile, şehir merkezine, Miami şehrine ve havaalanına yakınlığın) kritik gıda güvenliği ihlalleri üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir.
Okat, (2019)	Yiyecek içecek işletmesi müşterilerinin gıda güvenliği algılarına etki eden faktörlerin belirlenmesini kapsamaktadır.	Yapılan analizler sonucunda, müşterilerinin gıda güvenliği algılarına etki eden faktörlerin “Yiyecek Faktörü” ve “İşletme ve Çalışan Faktörü” olarak iki boyut altında toplandığı belirlenmiştir. Ayrıca bu iki boyut altında müşterilerin gıda güvenliği algılarını etkileyen en önemli faktörlerin, servis edilen ürünlerin kalitesi ile restoranın masa ve sandalyelerinin temizliği olduğu ortaya çıkmıştır.
Yasami vd., (2020)	Bu çalışma, uluslararası turistlerin destinasyonda yerel restoran seçiminde gıda güvenliği göstergelerinden yararlanma niyetlerini belirlemeyi kapsamaktadır.	Çalışma sonuçları, gıda güvenliği göstergelerinin üç boyuttan oluştuğunu ortaya koymaktadır: duyuşsal gıda güvenliği ipuçları, gıda güvenliği bilgisi ipuçları ve restoran koruma düzeyi. Ayrıca farklı gıda güvenliği ipuçlarını kullanma yönündeki niyetinin turistlerin sosyo-demografik özelliklerine göre farklılık gösterdiğini ortaya koymaktadır.

Gıda güvenliği ve turizm alanlarının ortak çalışmaları incelendiğinde, gıda güvenliği kavramının turizm ve turistler için önemi ortaya konulmaktadır. Yapılmış çalışmalar genellikle yerel yiyecek, etnik restoran ve yabancı turistler üzerinde yoğunlaştığı görülmektedir (Patron, 2006; Kılıçalp, 2011; Harris vd., 2015; Yasami, 2018; Bai vd., 2019; Yasami vd., 2020). Ancak literatürde turistlerin gıda güvenliği algısı ile seyahat kararları arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalar sayıca azdır. Bu doğrultuda kendi kültürleri dışındaki uluslararası destinasyonlara seyahat eden turistlerin gıda güvenliği algıları ile seyahat kararları arasındaki ilişkiyi inceleyen bu çalışma literatürdeki çalışmalara farklı bir bakış açısıyla yaklaşmaktadır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ULUSLARARASI SEYAHATLERDE DESTİNASYON VE RESTORAN SEÇİMİNİN GIDA GÜVENLİĞİ ALGISI AÇISINDAN İNCELENMESİ

3.1. Araştırmanın Amacı

İnsanların seyahat etme isteklerinin karşılanması için ilk önce bireylerin bu seyahati planlaması ve bunun için kararlar alması gerekmektedir. Seyahat kararlarını anlamak karmaşık olabileceği için, seyahat ile ilgili karar verme süreci turizm araştırmacıları tarafından detaylı olarak incelenen konular arasında yer almaktadır. Turistlerin seyahat kararı verme sürecini etkileyen birçok etmen olsa da risk ve güven unsuru burada öne çıkmaktadır (Sönmez ve Graefe, 1998a). Seyahatleri boyunca hiçbir güvenlik riskiyle karşılaşmadan geldikleri yere dönmek, turistler için oldukça önemlidir. Destinasyon seçiminde, turistlerin ziyaret etmeyi planladıkları destinasyonlardaki yiyecek içecek olanakları ve hijyeni etkin bir rol oynamaktadır (Long, 2004). Turistler seyahat için tercih ettikleri destinasyondaki restoranlarda servis edilen yiyeceklerin güvenlik ve hijyen standartlarından endişe duymaktadır (Maclaurin, 2004; Torres ve Skillicorn, 2004; Yiamjanya ve Wongleedee, 2013). Bu tez çalışmasında;

1. Turistlerin gıda güvenliği algıları ile seyahat için gittikleri destinasyonda restoran seçimi arasındaki ilişkinin belirlenmesi,
2. Turistlerin gıda güvenliği algılarında belirleyici faktörlerin belirlenmesi,
3. Uluslararası seyahatlerde turistlerin restoran seçimlerinde gıda güvenliği konusunda dikkat ettikleri faktörlerin belirlenmesi,
4. Turistlerin gıda güvenliği açısından tercih ettiği ve/veya kaçındıkları destinasyonların belirlenmesi,
5. Turistlerin destinasyon seçiminde önem verdiği faktörleri belirlenmesi,

amaçlanmıştır. Bununla birlikte uluslararası seyahatlerde, turistlerin gıda güvenliği algısı ile seçtikleri destinasyonda restoran seçerken verdikleri kararların ilişkili olup olmadığını incelemek ve gıda güvenliği faktörünün turistlerin seyahat kararları ile ilişkisini ortaya koymak hedeflenmiştir.

3.2. Araştırmanın Önemi

Turistlerin gıdaya olan duyarlılıklarının ve algılarının artmasına bağlı olarak, gıda ürünlerinin talebindeki belirleyici etkenlerden biri haline gelen gıda güvenliği, destinasyon ve seyahat sırasında restoran seçimi ile ilişkilendirilebilmektedir. Ulusal literatürde restoran

seçimi ve destinasyon seçimi üzerine yapılmış çalışmalar bulunmaktadır. Ancak literatürden farklı olarak bu çalışma turistlerin uluslararası seyahat kararları ile gıda güvenliğinin ilişkisini araştırmaktadır ve bu amaçla yapılmış bir çalışma ulusal literatürde bulunmamaktadır. Turistlerin uluslararası seyahatlerde gittikleri yerlerdeki restoran seçimlerindeki kararlar ile gıda güvenliği algıları ilişkisini araştırma niyetiyle yapılan bu çalışma ile değişkenler farklı bir bakış açısıyla ele alınmıştır. Böylelikle bu çalışma ilgili literatürdeki boşluğu doldurması bakımından önem taşımaktadır. Bu tez çalışmasının alanda yapılacak gelecek çalışmalara katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Çalışma pratikte, daha çok turist çekmek isteyen ülkeler ve restoran işletmeleri için turistlerin gıda güvenliğine ilişkin istek ve ihtiyaçlarını anlamalarına ve kendilerini geliştirmelerine katkı sağlayabileceği açısından önemlidir.

3.3. Araştırmanın Sınırlılıkları

Bu tez çalışmasının literatür başta olmak üzere, ölçme aracı, yöntem ve örneklem bağlamında sınırlılıkları bulunmaktadır. Literatürde destinasyon seçimi ve restoran seçimi üzerine yapılmış çalışmalar olsa da uluslararası bir destinasyonda restoran seçimi ile turistlerin gıda güvenliği algısının ilişkisinin kavramsallaştırıldığı çalışmalara rastlanmamıştır. Bu durum, literatür bağlamında çalışmanın sınırlılıklarını göstermektedir. Çalışma, uluslararası seyahat eden turistlerin destinasyon seçimindeki faktörlerin önemini belirlemek ve restoran seçimi ile turistlerin gıda güvenliği algılarının ilişkisini araştırmak için geliştirilmiş olan ölçme araçlarıyla sınırlıdır. Kavramsal çerçeve göz önüne alındığında çalışma yöntemi nicel araştırma yöntemi ile sınırlandırılmıştır. Bu çalışma, turistlerin uluslararası seyahate çıkma durumlarında, gidecekleri destinasyonu seçerken önem verdikleri faktörleri belirlemek, gidilen destinasyonda restoran seçiminde gıda güvenliğine yönelik dikkat ettikleri faktörleri belirlemek amacıyla ve gittikleri yerde restoran seçimi ile gıda güvenliği algılarının ilişkili olduğu varsayımıyla yapılmıştır. Dolayısıyla amaçlı örnekleme kapsamında çalışmanın örnekleme uluslararası seyahat deneyimi bulunan kişiler ile sınırlandırılmıştır. Son olarak katılımcı sayısının sınırlı olması bulguların genellenmesi açısından bir sınırlılık olarak görülebilir.

3.4. Araştırma Modeli ve Problemi

Turistlerin gıda güvenliği algıları ile uluslararası seyahatlerde restoran seçimi arasındaki ilişkinin belirlenmesi, turistlerin gıda güvenliği algılarında belirleyici faktörlerin belirlenmesi, uluslararası seyahatlerde turistlerin restoran seçimlerinde gıda güvenliği konusunda dikkat ettikleri faktörlerin araştırılması, turistlerin gıda güvenliği endişeleri nedeniyle uluslararası seyahatlerde kaçındıkları ve/veya tercih ettikleri destinasyonların

belirlenmesi ve turistlerin uluslararası seyahatlerde destinasyon seçerken dikkat ettikleri faktörlerin belirlenmesini amaçlayan bu tez çalışması, nicel bilimsel araştırma modellerinden İlişkisel Tarama Modeli kullanılarak tasarlanmıştır. İlişkisel tarama modeli, iki veya daha çok değişken arasındaki ilişkisel (birlikte) değişimin varlığını ve/veya değişimin derecesini belirlemeyi amaçlamaktadır (Karasar, 2014). Çalışmanın amacına yönelik, araştırma problemleri;

1. Turistlerin gıda güvenliği algısı ile uluslararası seyahatlerde restoran seçimi arasında ilişki var mıdır?
2. Turistlerin gıda güvenliği algılarında belirleyici faktörler nelerdir?
3. Uluslararası seyahatlerde turistlerin restoran seçimlerinde gıda güvenliği konusunda dikkat ettikleri faktörler nelerdir?
4. Uluslararası seyahatlerde turistlerin gıda güvenliği açısından kaçındıkları ve tercih ettikleri destinasyonlar nelerdir?
5. Uluslararası seyahatlerde turistlerin destinasyon seçiminde dikkat ettikleri faktörler nelerdir?

3.5. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Turistlerin gıda güvenliği algıları ile uluslararası seyahatlerde restoran seçimi arasındaki ilişkiyi ölçmeyi, turistlerin gıda güvenliği algılarında belirleyici faktörlerin belirlemeyi, uluslararası seyahatlerde turistlerin restoran seçimlerinde gıda güvenliği konusunda dikkat ettikleri faktörlerin araştırılmasını, turistlerin gıda güvenliği endişeleri nedeniyle uluslararası seyahatlerde kaçındıkları ve/veya tercih ettikleri destinasyonların belirlemeyi ve turistlerin uluslararası seyahatlerde destinasyon seçerken dikkat ettikleri faktörlerin belirlemeyi amaçlayan bu çalışmanın evrenini Antalya’da yaşayan ve hayatlarında en az bir kez uluslararası seyahat deneyimi yaşamış kişiler oluşturmaktadır. Bu çalışmada gerekli örneklem seçimi, olasılıksız örnekleme yöntemlerinin arasından amaçlı örnekleme yöntemi kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Amaçlı örnekleme yöntemi, araştırma problemlerinin daha ayrıntılı araştırılmasına olanak tanımaktadır (Pamuk, 2017, 24). Bu kapsamda 332 örneklem sayısına ulaşılmıştır.

3.5.1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Bu tez çalışmasına katılan örnekleme ilişkin demografik özellikler aşağıdaki Tablo 3.1’de yer almaktadır. Çalışmaya katılan toplam katılımcı sayısı 332’dir. Çalışmaya katılanların çoğu 35-44 (%27,7) yaş aralığındadır. Bunu 45-54 yaş aralığı (%23,2) ve 25-34 yaş aralığındaki (%20,8) katılımcı sayısı takip etmektedir. Katılımcıların cinsiyet dağılımına

bakıldığında kadınların (%47,9) ve erkeklerin (%52,1) oranının birbirine yakın olduğu anlaşılmaktadır. Çalışmaya katılanların eğitim durumları dikkate alındığında, lisans eğitimini (%52,1) tamamlamış olanların en fazla orana sahip olduğu görülmektedir. Gelir düzeyinde cevapların belirgin olarak toplandığı bir seçenek olmamasına rağmen 4.001-6.000 TL aylık gelir (%26,5) en yüksek orana sahiptir. Seyahate çıkma amacıyla hem iş hem de tatil için seyahate çıkmak (%52,1) en yüksek orana sahiptir. Onu sadece tatil için (%40,7) seyahate çıkan katılımcı sayısı takip etmektedir. Katılımcılar verdiği cevaplara göre, yılda 1-2 kez (%38,6) uluslararası seyahate çıktıkları görülmektedir. Uluslararası seyahatlerde en çok 1-5 gün (%34,9) kalış süresinin olduğu belirlenmiştir. Çalışmaya katılanlar, seyahate çıktıkları kişiler için verdikleri cevapların oranlarında farklılık bulunmamaktadır. Ancak oranların belirgin olmamasına rağmen katılımcılar en çok çift olarak (%28,6) seyahate çıkmaktadırlar. Katılımcılar olumlu veya olumsuz deneyimler (%48,2) ve haberler (%47,9) uluslararası seyahat kararını bazen etkiler cevabını vermişlerdir. Son olarak uluslararası seyahatlerde gıda zehirlenmesi yaşama durumlarını katılımcılar en çok hayır (%89,5) olarak belirtmiştir.

Tablo 3. 1 Örneklem İlişkin Demografik Özellikler

Özellikler	Seçenekler	Frekans	%
Yaş	18-24	28	8,4
	25-34	69	20,8
	35-44	92	27,7
	45-54	77	23,2
	55+	66	19,9
Toplam		332	100,0
Cinsiyet	Kadın	159	47,9
	Erkek	173	52,1
Toplam		332	100,0
Eğitim Durumu	İlkokul	3	0,9
	Lise	60	18,1
	Ön Lisans	43	13,0
	Lisans	173	52,1
	Lisansüstü	53	16,0

Toplam		332	100,0
Gelir Düzeyi	0-2.000 TL	21	6,3
	2.001-4.000 TL	55	16,6
	4.001-6.000 TL	88	26,5
	6.001-8.000 TL	72	21,7
	8.001-10.000 TL	28	8,4
	10.001+ TL	68	20,5
Toplam		332	100,0
Seyahat Amacı	Yalnız iş için	24	7,2
	Yalnız tatil için	135	40,7
	Her ikisi de	173	52,1
Toplam		332	100,0
Seyahat Sıklığı	Birkaç yılda 1 kez	93	28,0
	Yılda 1-2 kez	128	38,6
	Yılda 3-5 kez	57	17,2
	Yılda 5'ten fazla	54	16,3
Toplam		332	100,0
Kalış Süresi	1-5 gün	116	34,9
	6-10 gün	93	28,0
	11-15 gün	43	13,0
	15+ gün	80	24,1
Toplam		332	100,0
Seyahate Çıkılan Kişi	Tek başına	69	20,8
	Çift olarak	95	28,6
	Arkadaş grubu ile	79	23,8
	Aile/Akraba ile	89	26,8
Toplam		332	100,0
Olumlu veya Olumsuz	Asla	63	19,0

Deneyimler Uluslararası Seyahat Kararını Etkiler	Bazen	160	48,2
	Her zaman	109	32,8
Toplam		332	100,0
Olumlu veya Olumsuz Haberler Uluslararası Seyahat Kararını Etkiler	Asla	67	20,2
	Bazen	159	47,9
	Her Zaman	106	31,9
Toplam		332	100,0
Uluslararası Seyahatlerde Gıda Zehirlenmesi Yaşama Durumunuz	Evet	35	10,5
	Hayır	297	89,5
Toplam		332	100,0

3.6. Veri Toplama Aracı

İlgili literatür taraması sonucunda çalışmanın değişkenlerine ilişkin ölçekler incelenmiş ve çalışmanın amaçları doğrultusunda bu değişkenleri ölçme gücüne sahip ölçekler belirlenmiştir. Çalışmada, turistlerin gıda güvenliği algısını ölçmek için Maclaurin (2004)'nin uyarladığı ve 4 ifadeden oluşan ve 5'li likert tipi derecelendirme uygulanan gıda güvenliği algı ölçeği kullanılmıştır.

Tablo 3. 2 Gıda Güvenliği Algı Ölçeği

Yazar	İfadeler
(Maclaurin, 2004)	Hiçbir şey seyahat kararımı engellemez.
	Seyahat kararım için gıda güvenliği önemli değildir.
	Gelişmekte olan ülkelerin şehir merkezindeki yemekler güvenli değildir.
	Gelişmiş ülkelerde sokakta satılan yemekler güvenli değildir.

Turistlerin uluslararası seyahatlerinde restoran seçimini ölçmek amacıyla, çalışmada Bai vd., (2019) geliştirdiği ve 3'li likert tipi derecelendirme uygulanan restoran seçimi ölçeğinden çalışmanın amacı doğrultusunda 6 boyuttan 4 boyut kullanılmıştır.

Tablo 3. 3 Restoran Seçimi Ölçeği

Yazar	Boyut	İfadeler
(Bai vd., 2019)	Gıdanın Duyusal Algısı	Yiyeceklerin tuhaf kokup kokmaması önemlidir
		Yiyeceklerin taze görünüp görünmemesi önemlidir
		Servis edilen yiyecek veya içeceklerde yabancı cisim bulunup bulunmaması önemlidir
	Restoran Ortamı	Yemek yedikten sonra kendinizi hasta hissetmek önemlidir
		Zemin, duvar, masa ve sandalyelerin temizliği önemlidir
		Tuvaletlerin temizliği önemlidir
	Çalışma Personelinin Görünümü ve Davranışları	Restoranın temiz dış görünüşü olması önemlidir
		İş personelinin kıyafetlerinin temiz görünüp görünmemesi önemlidir
		Çalışanın hizmet verirken parayla temas etmesi önemlidir
		Çalışanların uzun tırnaklara sahip olup olmaması veya oje sürüp sürmemesi önemlidir
	Restoran İmajları	Çalışma personelinin uygun saç bonesi kullanıp kullanmaması önemlidir
		Restoranın itibarı önemlidir
Restoranın tanınmış bir markanın zinciri olup olmaması önemlidir		
Menüdeki fiyatlandırmalar önemlidir		
Restoranın popülerliği ve kalabalıklığı önemlidir		
		Restoranın puan derecelendirmesi önemlidir
		İç ve dış dekorasyonu önemlidir

Turistlerin destinasyon seçiminde önemli olan unsurları belirlemek için Sönmez ve Graefe, (1998a)'in geliştirdiği Maclaurin, (2004)'ninde uyguladığı 8 ifadeden oluşan ve 5'li likert tipi derecelendirme uygulanan ölçek kullanılmıştır.

Tablo 3. 4 Destinasyon Seçimi Ölçeği

Yazar	İfadeler
(Maclaurin, 2004)	Ülkenin Güvenliği
	Ülkenin Politik İstikrarı
	Gezi ve Kültürel Olanaklar
	Fiyat
	Ülkenin Sağladığı Kolaylıklar

Çalışmada kullanılan ölçeklerin orijinalinde olan İngilizce dilinden Türkçe diline çevirisi yapılarak kullanılmış çalışmalar mevcut değildir. Ölçeklerin İngilizceden Türkçeye çevrilmesinde her iki dile de hakim olan bir uzman tarafından yardım alınarak ölçekler Türkçeye uyarlanmıştır. Elde edilen Türkçe ölçek tekrardan İngilizceye çevrilmiş ve alanında uzman bir kişi tarafından orijinali ile kıyaslanmıştır. Bunun yanı sıra 90 kişiyle pilot uygulama yapılmıştır. Kullanılan ölçeklere doğrulayıcı faktör analizi, güvenirlik ve normallik analizi yapılarak süreç tamamlanmıştır.

Çalışmada verileri toplamak için anket yöntemi kullanılmıştır. Düzenlenen anket formu 4 bölümden oluşmaktadır. İlk bölüm katılımcıların demografik özelliklerini ve turistlerin gıda güvenliği açısından tercih ettikleri ve kaçındıkları destinasyonları içermektedir. Bu aşamada belirlenen destinasyon seçenekleri, bilimde genel geçer olarak kabul görmüş dünyanın 7 bölgesinden oluşmaktadır. İkinci bölüm restoran seçimini, üçüncü bölüm turistlerin gıda güvenliği algısını, dördüncü bölüm ise destinasyon seçimini içeren ölçek sorularından oluşmaktadır. Anket nihai hali tamamlandıktan sonra hem yüz yüze hem de online olarak uluslararası seyahat deneyimi bulunan kişilere uygulanmıştır.

3.6.1. Ölçeklere İlişkin Geçerlik İstatistikleri

Bu çalışmada kullanılan ölçekler, Maclaurin (2004)'in çalışmasında kullanılmış destinasyon seçimi ile gıda güvenliği algı ölçekleri ve Bai vd., (2019)'nin çalışmasında kullanılmış restoran seçimi ölçeğinden oluşmaktadır. Kullanılan ölçeklerin, bu tez çalışmasının ölçmeyi amaçladığı yapıyı ne düzeyde ölçtüğünü belirlemek için Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) yapılmıştır. Doğrulayıcı Faktör Analizi, daha önceden belirlenmiş bir yapının orijinalinin, farklı çalışmalar için kullanılabilir olmasını denetleyen ve sosyal bilimlerde çok kullanılan yapı geçerliği yöntemidir (Yaşlıoğlu, 2017).

DFA analizi için Uyum İndeksleri incelenmiştir. Uyum indeksleri, yapı ile gerçeklik arasındaki uyumu test etmektedir. Literatürde bu konuda kullanılan birçok yöntem bulunmaktadır ancak ortak bir görüş bulunmamaktadır (Albright ve Park, 2009). Bundan dolayı yapı geçerliğinin daha doğru bir sonuç vermesi için tek bir ölçüm değeri kullanılmamalıdır (Yaşlıoğlu, 2017: 80). Bu çalışmada DFA analizi için en sık kullanılan uyum indeksleri baz alınmıştır. Literatürde en sık kullanılan uyum indeksleri: χ^2/sd (Ki kare/Serbestlik derecesi), GFI (Uyum İyiliği İndeksi/Goodness of Fit Index), CFI

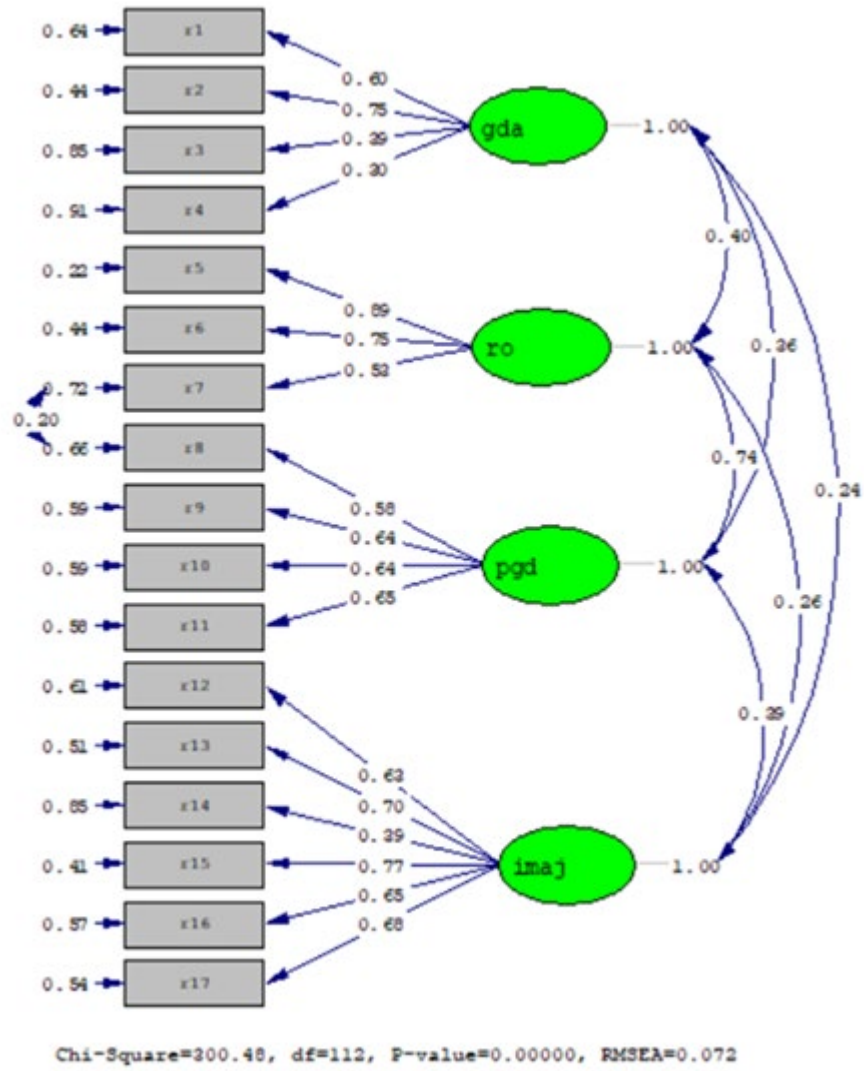
(Karşılaştırmalı Uyum İndeksi/Comparative Fit Index), IFI (Fazlalık Uyum İndeksi/Incremental Fit Index), NNFI (Normalleştirilmemiş Uyum İndeksi/Non-Normed Fit Index), NFI (Ölçeklendirilmiş Uyum İndeksi/Normed Fit Index), RFI (Görelî Uyum İndeksi/Relative Fit Index), AGFI (Düzeltilmiş Uyum İyiliği İndeksi/Adjusted Goodness of Fit Index), RMSEA (Yaklaşık Hataların Ortalama Kare Kökü/Root Mean Square Error of Approximation), SRMR (Standartlaştırılmış Hata Kareler Ortalaması Karekökü/Standardized Root Mean Square Residual). Çalışmada kullanılan DFA uyum indeksleri ve değer aralıkları Tablo 3. 5'te yer almaktadır.

Tablo 3. 5 DFA İçin Uyum İndeksleri ve Kabul Edilebilir Değerler

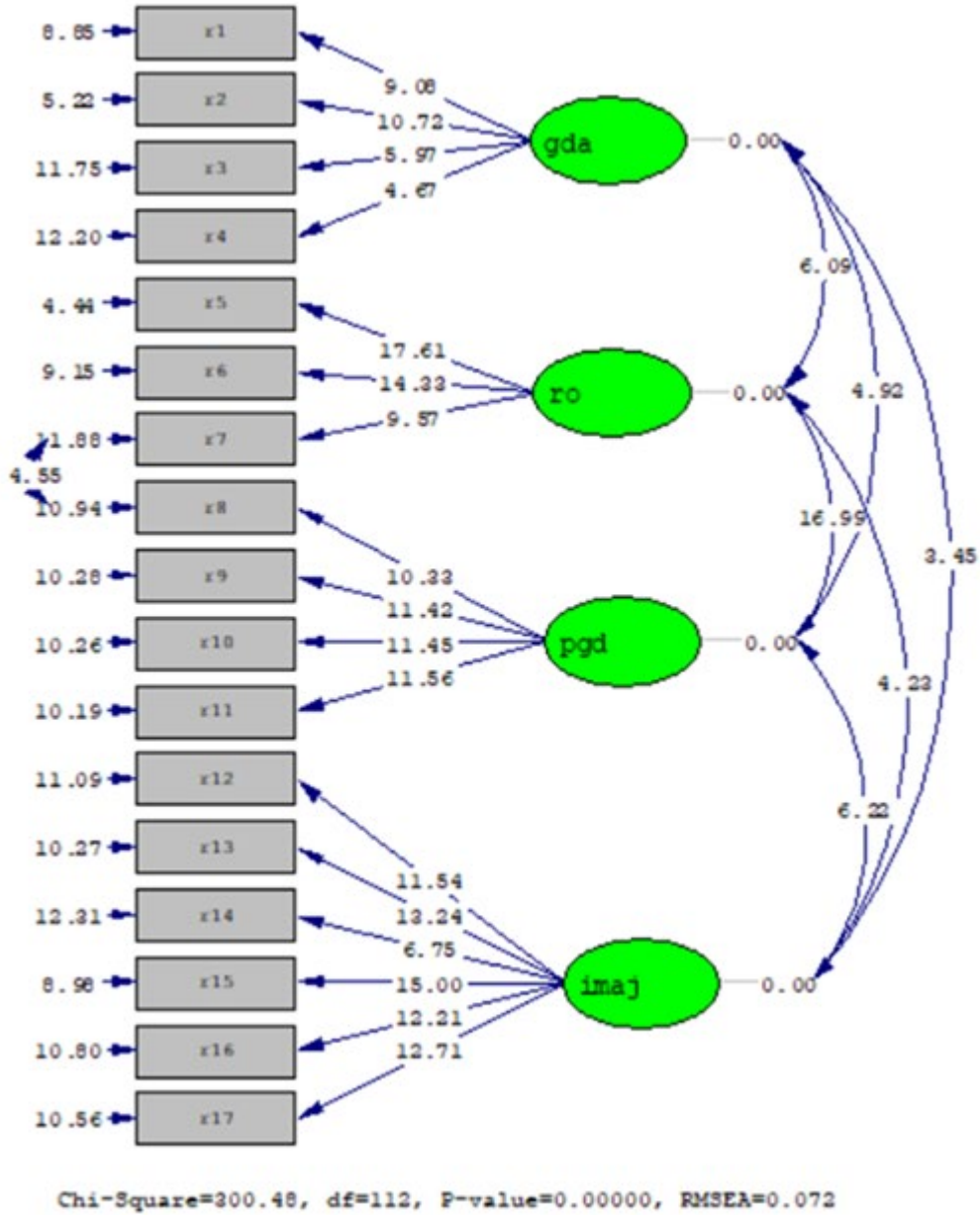
Uyum İndeksi	Kabul Edilebilir Değer Aralığı
χ^2/sd	$2 \leq \chi^2/sd \leq 5$
CFI	$0.90 \leq CFI \leq 1.00$
RMSEA	$0,00 \leq RMSEA \leq 0.10$
NFI	$0.90 \leq NFI \leq 1.00$
NNFI	$0.95 \leq NNFI \leq 1.00$
RFI	$0.90 \leq RFI \leq 1.00$
IFI	$0.90 \leq IFI \leq 1.00$
GFI	$0.90 \leq GFI \leq 1.00$
AGFI	$0.85 \leq AGFI \leq 1.00$
SRMR	$0,00 \leq SRMR \leq 0,10$

Kaynak: (Wang ve Wang, 2012; Aksu vd., 2017: 79)

Restoran seçimi ölçeğine ilişkin DFA uyum indekslerine bakıldığında, χ^2/sd (2,68), CFI (0,93), RMSEA (0,072), NFI (0,90), NNFI (0,92), RFI (0,87), IFI (0,93), GFI (0,90), AGFI (0,87), SRMR (0,066) değerlerin elde edildiği görülmektedir. Çalışmada kullanılan restoran seçimi ölçeğinin, χ^2/sd , CFI, RMSEA, NFI, NNFI, RFI, IFI, GFI, AGFI ve SRMR, uyum indeks değerlerine ilişkin bulgular kabul edilebilir değer aralığındadır. Restoran seçimi ölçeğinin DFA diyagramı (standart solution ve t değeri) Şekil 3.1 ve Şekil 3.2'de verilmektedir.

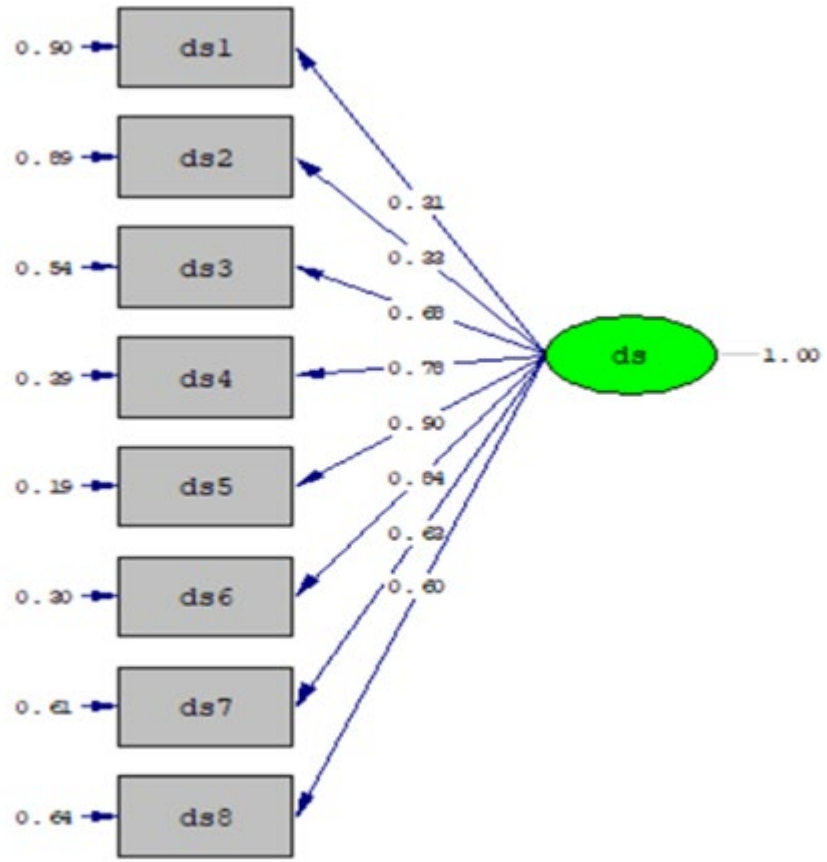


Şekil 3. 1 Restoran Seçimi Ölçeği DFA Sonucuna İlişkin Diyagram (Standart Solution)



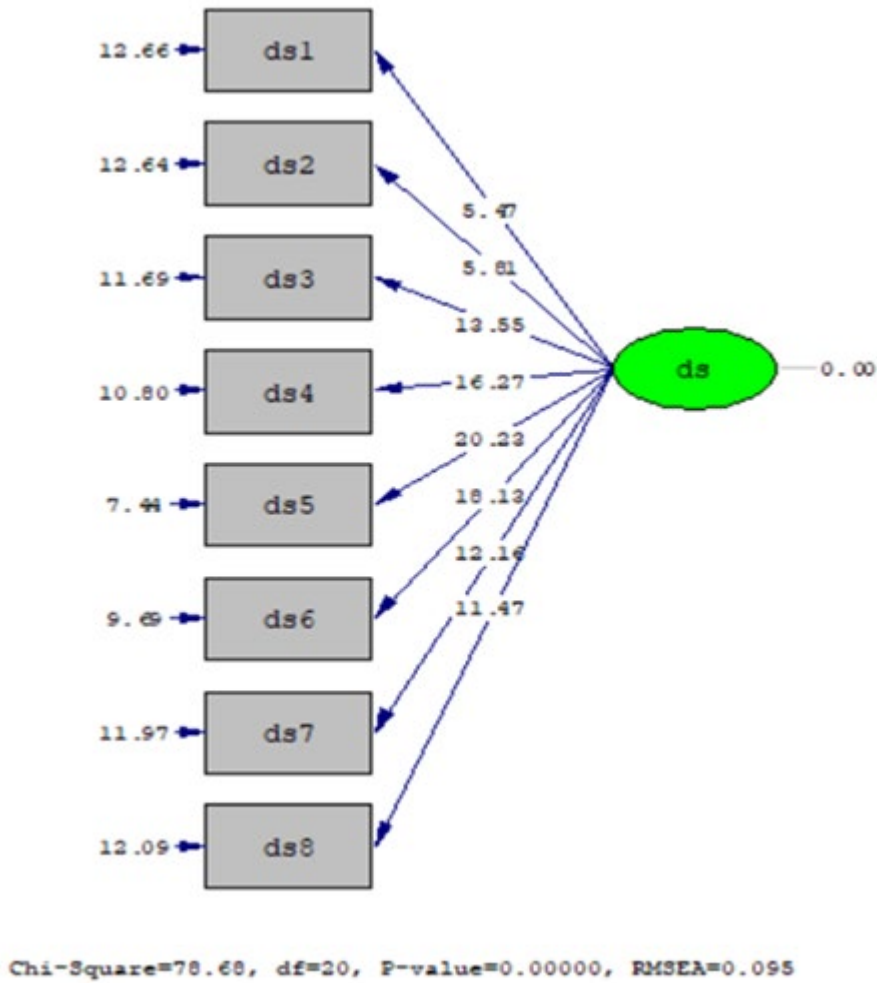
Şekil 3. 2 Restoran Seçimi Ölçeği DFA Sonucuna İlişkin Diyagram (T Değeri)

Destinasyon seçimi ölçeğine ilişkin DFA uyum indekslerine bakıldığında, χ^2/sd (3,93), CFI (0,96), RMSEA (0,095), NFI (0,95), NNFI (0,95), RFI (0,94), IFI (0,97), GFI (0,94), AGFI (0,90), SRMR (0,045) değerlerin elde edildiği görülmektedir. Çalışmada kullanılan destinasyon seçimi ölçeğinin, χ^2/sd , CFI, RMSEA, NFI, NNFI, RFI, IFI, GFI, AGFI ve SRMR, uyum indeks değerlerine ilişkin bulgular kabul edilebilir değer aralığındadır. Destinasyon seçimi ölçeğinin DFA diyagramı (standart solution ve t değeri) Şekil 3.3 ve Şekil 3.4'te verilmektedir.



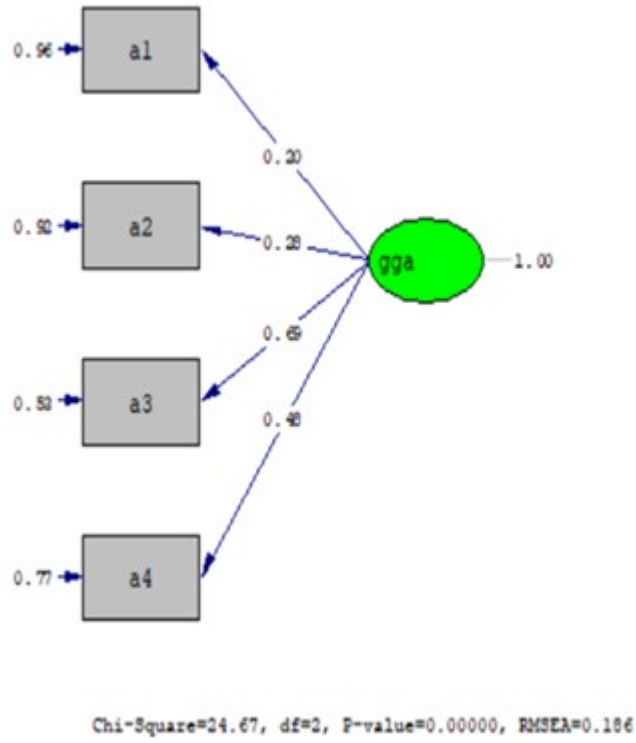
Chi-Square=78.68, df=20, P-value=0.00000, RMSEA=0.095

Şekil 3. 3 Destinasyon Seçimi Ölçeği DFA Sonucuna İlişkin Diyagram (Standart Solution)

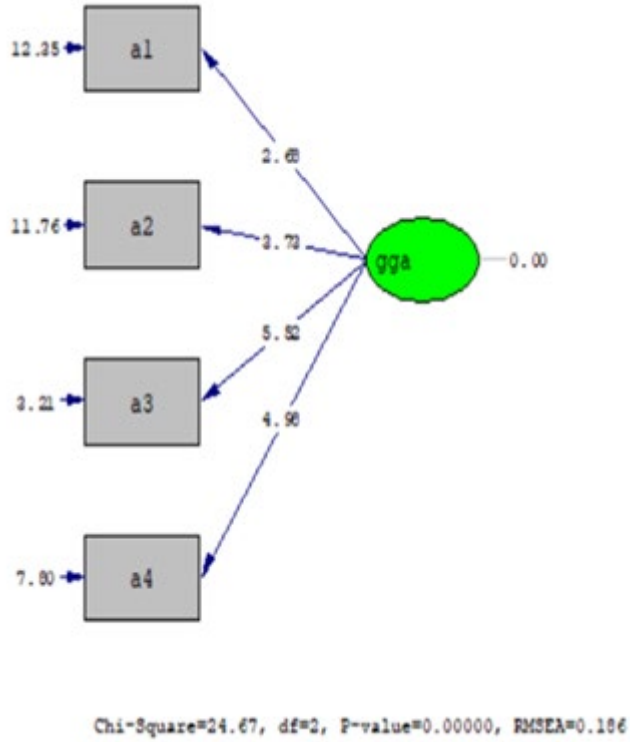


Şekil 3. 4 Destinasyon Seçimi Ölçeği DFA Sonucuna İlişkin Diyagram (T Değeri)

Gıda güvenliği algı ölçeğinin az sayıda ifadeden oluşmasından kaynaklı ölçeğe ilişkin DFA uyum indeksi değerlerinin tamamı kabul edilebilir değer aralığı içinde değildir. Uyum indekslerinin birkaçının kabul edilebilir sınırlar içinde olmaması durumunda, kabul edilen değerler göz önüne alınabilir veya ölçümler üzerinde düzeltme indeksleri uygulanabilir (Aksu vd., 2017). Ölçeğe ilişkin bazı DFA sonuçlarına bakıldığında, SRMR (0,080), GFI (0,96), AGFI (0,85) değerlerin elde edildiği görülmektedir. Gıda güvenliği algı ölçeğine ilişkin DFA sonuçları genel olarak değerlendirildiğinde, ölçeğin geçerlik analizi kabul edilmiştir. Gıda güvenliği algı ölçeğinin DFA diyagramı (standart solution ve t değeri) Şekil 3.5 ve Şekil 3.6'da verilmektedir.



Şekil 3. 5 Gıda Güvenliği Algısı Ölçeği DFA Sonucuna İlişkin Diyagram (Standart Solution)



Şekil 3. 6 Gıda Güvenliği Algısı Ölçeği DFA Sonucuna İlişkin Diyagram (T Değeri)

3.6.2. Ölçeklere İlişkin Güvenirlik İstatistikleri

Bu bölümde, çalışmada kullanılan ölçeklerin güvenirlğine yönelik analizler yapılmıştır. Güvenirlik analizi hem ölçek geliştirirken hem de daha önce geliştirilmiş bir ölçeği kullanırken yapılması gereken bir işlemdir. Güvenirlik, aynı koşullarda bir ölçek ile tekrarlanan ölçümlerde elde edilen değerlerin kararlılığını göstermesiyle ilgilidir (Carmines ve Zeller, 1982). Ölçekle elde edilen verilerin kararlı yani hatasız olması ve aynı amaçla yapılacak ölçümlerde aynı verilerin elde edilmesi ölçeğin güvenilir olduğunu göstermektedir (Sencer ve Sencer, 1978). Ölçek güvenilir olmadığında o ölçeği kullanmamak gerekmektedir (Gay, 1985). Çalışmada kullanılan ölçeklerin güvenirlğini test etmek için güvenirlilik analizinde en yaygın yöntem olan Cronbach's Alpha (alfa katsayısı) kullanılmıştır. Alfa (α) katsayısının değer aralıklarına ilişkin ölçeğin güvenirlik durumu Tablo 3.6'da yer almaktadır.

Tablo 3. 6 Güvenirlik Değer Aralığı

Değerlere İlişkin İfadeler	Değer Aralıkları
Güvenirlik yoktur.	$0,00 \leq \alpha < 0,40$
Düşük güvenirlik düzeyi.	$0,40 \leq \alpha < 0,60$
İdeal güvenirlik düzeyi.	$0,60 \leq \alpha < 0,80$
Yüksek güvenirlik düzeyi.	$0,80 \leq \alpha < 1,00$

Kaynak: (Özdamar, 2004)

Çalışmada kullanılan destinasyon seçimi, restoran seçimi ve gıda güvenliği algı ölçeklerine ilişkin Cronbach's Alpha değerleri Tablo 3. 7'de verilmektedir.

Tablo 3. 7 Ölçeklere İlişkin Cronbah's Alpha Değerleri

Ölçekler	Cronbach's Alpha Değerleri
Destinasyon Seçimi Ölçeği	0,85
Restoran Seçimi Ölçeği	0,81
1. Gıdanın Duyusal Algısı	0,55
2. Restoran Ortamı	0,71
3. Çalışma Personelinin Görünümü ve Davranışları	0,72
4. Restoran İmajları	0,80
Gıda Güvenliği Algı Ölçeği	0,45

Çalışmaya katılanların destinasyon seçimi ölçeğinde bulunan 8 ifadeye verdikleri cevaplar doğrultusunda, ölçeğin güvenirlği $\alpha = 0,85$ olarak bulunmuştur. Bu sonuç ölçeğin yüksek güvenirlik düzeyine sahip olduğunu göstermektedir. Katılımcıların restoran seçimi ölçeğinde bulunan 4 boyuttaki 17 ifadeye verdikleri cevaplar doğrultusunda, ölçeğin güvenirlği $\alpha = 0,81$ olarak bulunmuştur. Restoran seçimi ölçeğinin Cronbach's Alpha değeri yüksek güvenirlik düzeyine sahip olduğunu göstermektedir. Aynı zamanda restoran seçimi ölçeğinin, gıdanın duyusal algısı boyutunun $\alpha = 0,55$, restoran ortamı boyutunun $\alpha = 0,71$, çalışma personelinin görünümü ve davranışları boyutunun $\alpha = 0,72$, restoran imajları

boyutunun $\alpha = 0,80$ güvenilirliğe sahip olduğu bulunmuştur. 4 ifadeden oluşan gıda güvenliği algı ölçeğine ilişkin güvenilirlik değeri $\alpha = 0,45$ olarak bulunmuştur. Gıda güvenliği algı ölçeğinin güvenilirlik düzeyinin düşük olduğu görülmektedir. Madde sayısının ve katılımcı sayısının azlığından dolayı değer düşük olabilmektedir. Ancak sınır değer üzerinde olması nedeniyle kabul edilebilmektedir (Carmines ve Zeller, 1982).

3.6.3. Ölçeklere İlişkin Normallik İstatistikleri

Çalışmada parametrik bir test uygulanmasının ön koşulu verilerin normal dağılım göstermesidir (Tabachnick ve Fidell, 2013). Normallik analizinde, çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) değerlerinin incelenmesi gerekmektedir. Literatürde basıklık ve çarpıklığın kabul edilen değer aralığına ilişkin birden fazla bakış açısı bulunmaktadır. Ancak en yaygın kullanılan basıklık ve çarpıklık değerlerinin -2 ile +2 aralığında olmasının gerekli olduğudur (Demir vd., 2016). Çalışmada kullanılan ölçeklere ilişkin normallik değerleri Tablo 3. 8'de verilmektedir.

Tablo 3. 8 Ölçeklere İlişkin Normallik İstatistikleri

Ölçekler	Mean	Mod	Medyan	SD	Çarpıklık	Basıklık
Gıda Güvenliği Algı Ölçeği	3,35	3,50	3,50	0,63	-0,26	0,31
Restoran Seçimi Ölçeği	2,55	2,71	2,588	0,26	-0,69	0,87
Destinasyon Seçimi Ölçeği	4,09	3,88	4,12	0,67	-0,95	1,53

Çalışmada kullanılan ölçeklere ilişkin basıklık ve çarpıklık değerleri incelendiğinde, değerlerin -2 ile +2 arasında olduğu görülmektedir. Çalışmanın verileri normal dağılım göstermektedir.

3.7. Verilerin Analizleri

Çalışmada elde edilen verilerin analizi için SPSS ve Lisrel istatistiksel analiz paket programları kullanılmıştır. Verilere betimsel ve korelasyon analizleri uygulanmıştır. Katılımcıların sosyo-demografik özellikleri, turistlerin gıda güvenliği algısında belirleyici olan faktörlerin belirlenmesi, uluslararası seyahatlerde restoran seçiminde gıda güvenliği açısından belirleyici olan faktörlerin belirlenmesinde, gıda güvenliği açısından kaçınılan ve tercih edilen destinasyonların belirlenmesi ve turistlerin uluslararası destinasyon seçerken önem verdiği faktörlerin saptanması için frekansları ve aritmetik ortalamaları incelenmiştir. Turistlerin gıda güvenliği algısı ile restoran seçimi arasındaki ilişki incelenebilmesi için

Pearson korelasyon analiz yöntemi uygulanmış ve bulgular literatürle karşılaştırılıp raporlanmıştır.

3.8. Bulgular

Çalışmanın araştırma problemlerine yönelik bulgular bu bölümde yer almaktadır. Öncelikle turistlerin gıda güvenliği algıları ile restoran seçimi arasındaki ilişkinin araştırılması üzerine korelasyon analizi bulguları sunulmuştur. Turistlerin gıda güvenliği algılarında belirleyici faktörlerin belirlenmesi, uluslararası seyahatlerde turistlerin restoran seçimlerinde gıda güvenliği konusunda dikkat ettikleri faktörlerin belirlenmesi, turistlerin gıda güvenliği açısından kaçındığı ve/veya tercih ettikleri destinasyonların belirlenmesi ve uluslararası seyahatlerde destinasyon seçiminde etkili olan faktörlerin belirlenmesi amacıyla yapılan frekans analizleri bulgularına yer verilmiştir.

3.8.1. Birinci Araştırma Problemine İlişkin Bulgular

Çalışmada, “Turistlerin gıda güvenliği algıları ile uluslararası seyahatlerde restoran seçimleri arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?” araştırma sorusuna yanıt bulmak için değişkenler arasında korelasyon analizi yapılmıştır. Tablo 3. 8’de görüldüğü üzere ölçek verilerinin normal dağıldığı görülmektedir. Veriler normal dağılım gösterirse ve iki değişken arasında ilişki olup olmadığı incelenmek isteniyorsa, Pearson Korelasyon Katsayısı kullanılır (Şahin, 2010: 203). Bu doğrultuda normal dağılım gösteren turistlerin gıda güvenliği algısı ile restoran seçimi değişkenlerinin arasındaki ilişkinin varlığını ve gücünü incelemek için değişkenlere Pearson Korelasyon Analizi (Altunışık vd., 2001: 175) uygulanmıştır. Yapılan analizin sonuçları Tablo 3. 9’da gösterilmektedir.

Tablo 3. 9 Gıda Güvenliği Algısı ile Restoran Seçimi Arasındaki Korelasyon Analizinin Sonuçları

Değişken	N	M	SD	Anlamlılık	1	2
1. Gıda Güvenliği Algısı	332	2,64	,63791	,000	—	,199**
2. Restoran Seçimi	332	2,55	,26535	,000	,199**	—

**p<0,01

Gıda güvenliği algısı ile restoran seçimi arasında yapılan korelasyon analizi sonuçlarının belirtildiği Tablo 3. 9 incelendiğinde, değişkenler arasında anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir ($p<,01$). Korelasyon katsayısı güç düzeyleri; $0<r\leq,3$ pozitif yönde

zayıf, $0,3 < r \leq 0,7$ pozitif yönde orta, $0,7 < r \leq 1$ pozitif yönde yüksek, $0 < r \leq -0,3$ negatif yönde zayıf, $-0,3 < r \leq -0,7$ negatif yönde orta, $-0,7 < r \leq -1$ negatif yönde yüksek ilişkilidir (Gürbüz ve Şahin, 2016). Hesaplanan katsayıların değerlendirilmesi sonucu gıda güvenliği algısı değişkeni ile restoran seçimi değişkeni arasında pozitif yönde zayıf bir ilişki olduğu sonucuna varılmıştır ($r=0,199$). Ayrıca değişkenler arasındaki ilişki anlamlı olduğunda, aradaki ilişkinin ve anlamlılığın gücünü ölçmek için etki büyüklüğü test edilmektedir (Kelly ve Preacher, 2012). Değişkenler arasındaki ilişkinin etki büyüklüğü 0,18'dir. Elde edilen değer 0,2'ye yakın olduğunda etki büyüklüğü düşük, 0,5'e yakın olduğunda etki büyüklüğü orta, 0,8'e yakın olduğunda yüksek etki büyüklüğü olarak tanımlanmaktadır (Cohen, 1998). Gıda güvenliği algısı ile restoran seçimi değişkenleri arasında hesaplanan etki büyüklüğü değerine göre ilişkinin ve anlamlılığın gücünün düşük düzey olduğu saptanmıştır.

3.8.2. İkinci Araştırma Problemine İlişkin Bulgular

Uluslararası seyahatlerde turistlerin gıda güvenliği algısında belirleyici olan faktörlerin belirlenmesi için 4 ifadeden oluşan ve 5'li likert tipi derecelendirme uygulanan gıda güvenliği algısı ölçeğinden elde edilen verilere Frekans analizi yapılmıştır. Elde edilen sonuçlar Tablo 3.10'da gösterilmektedir.

Tablo 3. 10 Gıda Güvenliği Algısını Etkileyen Faktörlere İlişkin Bulgular

Değişkenler	İfadeler										Toplam	
	1		2		3		4		5		N	M
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	M
1. Hiçbir şey seyahat kararımı engellemez.	40	12,0	125	37,7	96	28,9	44	13,3	27	8,1	332	2,67
2. Seyahat kararım için gıda güvenliği önemli değildir.	37	11,1	148	44,6	64	19,3	59	17,8	24	7,2	332	2,67
3. Gelişmekte olan ülkelerin şehir merkezindeki yemekler güvenli değildir.	31	9,3	151	45,5	110	33,1	31	9,3	9	2,7	332	2,50
4. Gelişmiş ülkelerde sokakta satılan yemekler güvenli değildir.	33	9,9	111	33,4	115	34,6	56	16,9	17	5,1	332	2,73

1="kesinlikle katılmıyorum", 2="katılmıyorum", 3="ne katılıyorum ne katılmıyorum", 4="katılıyorum", 5="kesinlikle katılıyorum"

Turistlerin gıda güvenliği algılarında belirleyici faktörlerin belirlenmesi için yapılan frekans analizi incelendiğinde, tüm ifadelerin puanlarının birbirine yakın olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Katılımcıların “Hiçbir şey seyahat kararımı engellemez.” ifadesine en çok “katılmıyorum” (%37,7) cevabını verdiği sonucuna ulaşılmıştır. “Seyahat kararım için gıda güvenliği önemli değildir.” ifadesine katılımcılar en çok “katılmıyorum” (%44,6) cevabını vermişlerdir. “Gelişmekte olan ülkelerin şehir merkezindeki yemekler güvenli değildir.” ifadesine katılımcılar en çok “katılmıyorum” (%45,5) cevabını vermişlerdir. Son olarak katılımcılar “Gelişmiş ülkelerde sokakta satılan yemekler güvenli değildir.” ifadesine “ne katılıyorum ne katılmıyorum” (%34,6) cevabını verdiği sonucuna ulaşılmıştır.

3.8.3. Üçüncü Araştırma Problemine İlişkin Bulgular

Uluslararası seyahatlerde turistlerin restoran seçimlerinde gıda güvenliği konusunda dikkat ettikleri faktörlerin belirlenmesi için 17 ifadeden oluşan ve 3’li likert tipi derecelendirme uygulanan restoran seçimi ölçeğinden elde edilen verilere Frekans analizi yapılmıştır. Elde edilen sonuçlar Tablo 3.11’de gösterilmektedir.

Tablo 3. 11 Restoran Seçimini Gıda Güvenliği Açısından Etkileyen Faktörlere İlişkin Bulgular

Boyutlar	Değişkenler	1		2		3		Toplam	
		N	%	N	%	N	%	N	M
Gıdanın Duyusal Algısı	1. Yiyeceklerin tuhaf kokup kokmaması önemlidir	5	1,5	48	14,5	279	84,0	332	2,82
	2. Yiyeceklerin taze görünüp görünmemesi önemlidir	0	0	23	6,9	309	93,1	332	2,93
	3. Servis edilen yiyecek veya içeceklerde yabancı cisim bulunup bulunmaması önemlidir	6	1,8	33	9,9	293	88,3	332	2,86
	4. Yemek yedikten sonra kendinizi hasta hissetmek önemlidir	8	2,4	46	13,9	278	83,7	332	2,81
Toplam									2,85
Restoran Ortamı	5. Zemin, duvar, masa ve sandalyelerin temizliği önemlidir	2	0,6	41	12,3	289	87,0	332	2,86
	6. Tuvaletlerin temizliği önemlidir	3	0,9	23	6,9	306	92,2	332	2,91
	7. Restoranın temiz dış görünüşü olması önemlidir	7	2,1	88	26,5	237	71,4	332	2,69

Toplam		2,82							
Çalışma Personelinin Görünümü ve Davranışları	8. İş personelinin kıyafetlerinin temiz görünüp görünmemesi önemlidir	2	0,6	52	15,7	278	83,7	332	2,83
	9. Çalışanın hizmet verirken parayla temas etmesi önemlidir	25	7,5	127	38,3	180	54,2	332	2,46
	10. Çalışanların uzun tırnaklara sahip olup olmaması veya oje sürüp sürmemesi önemlidir	22	6,6	127	38,3	183	55,1	332	2,48
	11. Çalışma personelinin uygun saç bonesi kullanıp kullanmaması önemlidir	13	3,9	116	34,9	203	61,1	332	2,57
Toplam		2,58							
Restoran İmajları	12. Restoranın itibarı önemlidir	29	8,7	147	44,3	156	47,0	332	2,38
	13. Restoranın tanınmış bir markanın zinciri olup olmaması önemlidir	95	28,6	190	57,2	47	14,2	332	1,85
	14. Menüdeki fiyatlandırmalar önemlidir	17	5,1	142	42,8	173	52,1	332	2,46
	15. Restoranın popülerliği ve kalabalıklığı önemlidir	62	18,7	192	57,8	78	23,5	332	2,04
	16. Restoranın puan derecelendirmesi önemlidir	40	12,0	170	51,2	122	36,7	332	2,24
	17. İç ve dış dekorasyonu önemlidir	41	12,3	195	58,7	96	28,9	332	2,16
Toplam		2,19							

1="asla", 2="bazen", 3="her zaman",

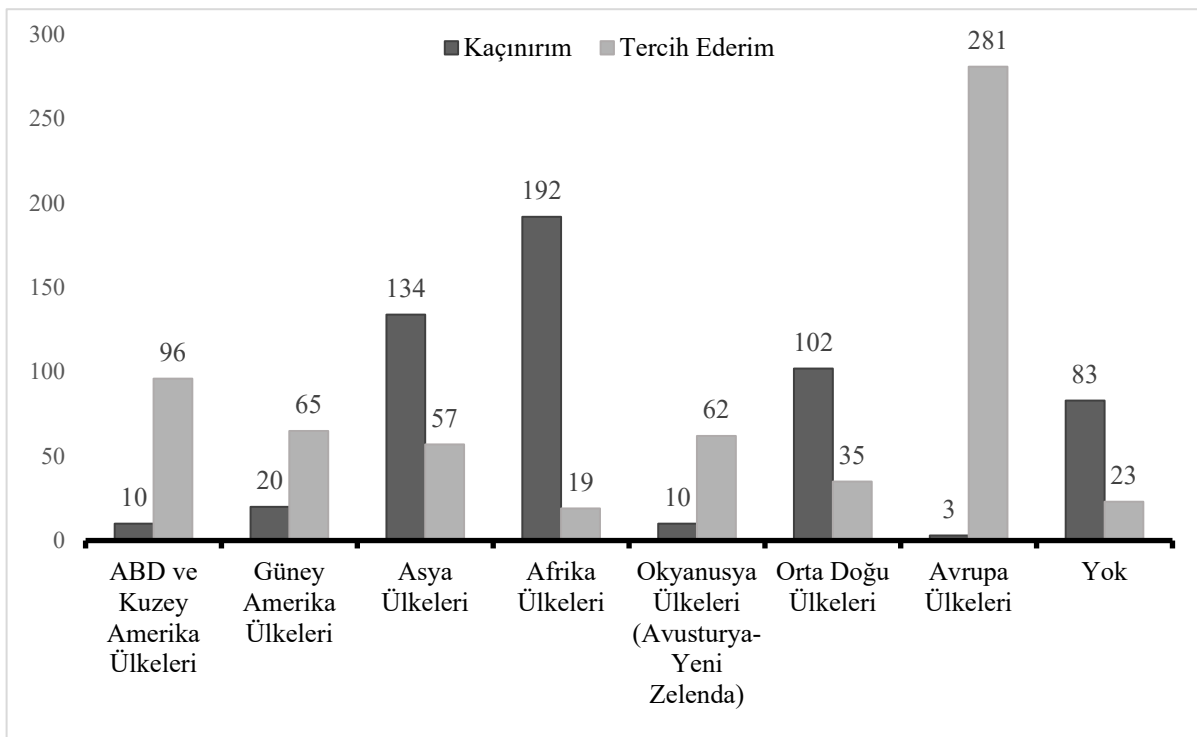
Uluslararası seyahatlerde turistlerin restoran seçimlerinde gıda güvenliği konusunda dikkat ettikleri faktörlerin belirlenmesi için yapılan frekans analizi yapılmıştır. Turistler, ölçeğin dört boyutu arasından en çok "Gıdanın Duyusal Algısı" (2,85) boyutuna dikkat ettikleri sonucuna ulaşılmıştır. İkinci olarak ise "Restoran Ortamı" (2,82) boyutuna dikkat edilmektedir. Dört boyut arasından en az dikkat edilen boyut ise "Restoran İmajları" (2,19) boyutudur. Ancak genel olarak katılımcıların verdikleri cevaplar doğrultusunda, restoranlarda gıda güvenliğine dikkat edildiği sonucuna ulaşılabılır.

Uluslararası seyahatlerde turistlerin restoran seçimlerinde gıda güvenliği konusunda dikkat ettikleri faktörlerin belirlenmesi için 17 ifadeye yapılan frekans analizi incelendiğinde, en yüksek puanla "Yiyeceklerin taze görünüp görünmemesi önemlidir" (2,93) faktörünün

restoran seçiminde dikkat edildiği ortaya konmaktadır. Katılımcılar ikinci olarak “Tuvaletlerin temizliği önemlidir” (2,91) faktörüne dikkat etmektedirler. Restoran seçiminde gıda güvenliği konusunda en az “Restoranın tanınmış bir markanın zinciri olup olmaması önemlidir” (1,85) faktörünün etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. İkinci en az dikkat edilen faktör ise “Restoranın popülerliği ve kalabalıklığı önemlidir” (2,04) faktörüdür.

3.8.4. Dördüncü Araştırma Problemine İlişkin Bulgular

Turistlerin uluslararası seyahatlerde gıda güvenliği endişeleri nedeniyle kaçınabileceği ve/veya daha güvenle tercih edebileceği en yaygın destinasyonu belirlemek için katılımcıların verdikleri cevaplara Frekans Analizi yapılmıştır. Katılımcıların uluslararası seyahatlerde gıda güvenliğine ilişkin kaçındıkları ve güvenle tercih ettikleri destinasyonlardan bir veya birden fazla seçeneği seçmeleri beklenmiştir. Gıda güvenliği açısından kaçındıkları ve/veya tercih ettikleri belirgin bir destinasyon olmayan katılımcıların yalnız “Yok” cevabı vermesi istenmiştir. Elde edilen sonuçlar Şekil 3. 7’de gösterilmektedir.



Şekil 3. 7 Gıda Güvenliği Endişesi Nedeniyle Kaçınılan ve/veya Tercih Edilen Destinasyonlara İlişkin Bulgular

Çalışmaya katılanların verdikleri cevaplar doğrultusunda, gıda güvenliği riskleri açısından daha güvenli görülerek, uluslararası seyahatte en çok tercih edilen destinasyonun Avrupa ülkeleri (281 kişi) olduğu belirlenmiştir. İkinci en yüksek puanla ABD ve Kuzey Amerika ülkeleri (96 kişi) gıda güvenliği açısından tercih edilen destinasyon olduğu tespit

edilmiştir. Bunu sırasıyla Güney Amerika ülkeleri (65 kişi), Okyanusya ülkeleri (62 kişi) takip etmektedir. Gıda güvenliği bakımından en az tercih edilen destinasyon ise Afrika ülkeleridir (19 kişi). Buna karşılık gıda güvenliği endişeleri bakımında uluslararası seyahatlerde en çok gitmekten kaçınılacağı ön görülen destinasyon Afrika ülkeleridir (192 kişi). Bunu sırasıyla Asya ülkeleri (134 kişi) ve Orta Doğu (102 kişi) ülkeleri takip etmektedir. Gıda güvenliği açısından en az kaçındıkları destinasyon ise Avrupa Ülkeleridir (3 kişi). Çalışmada, gıda güvenliği bakımından kaçınılan (83 kişi) ve/veya tercih edilen (23 kişi) belirgin herhangi bir destinasyona yönelmeyen katılımcılarda bulunmaktadır.

3.8.5. Beşinci Araştırma Problemine İlişkin Bulgular

Turistlerin uluslararası seyahat edecekleri destinasyona karar verirken dikkat ettikleri faktörlerin belirlenmesi için 8 ifadeden oluşan ve 5'li likert tipi derecelendirme uygulanan destinasyon seçimi ölçeğinden elde edilen verilere Frekans analizi yapılmıştır. Elde edilen sonuçlar Tablo 3. 12'de gösterilmektedir.

Tablo 3. 12 Destinasyon Seçimini Etkileyen Faktörlere İlişkin Bulgular

Değişkenler	İfadeler											
	1		2		3		4		5		Toplam	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	M
1. Ülkenin Güvenliği	10	3,0	5	1,5	23	6,9	123	37,0	171	51,5	332	4,32
2. Ülkenin Politik İstikrarı	23	6,9	40	12,0	103	31,0	99	29,8	67	20,2	332	3,44
3. Gezi ve Kültürel Olanaklar	13	3,9	11	3,3	29	8,7	129	38,9	150	45,2	332	4,18
4. Fiyat	12	3,6	11	3,3	51	15,4	133	40,1	125	37,7	332	4,04
5. Ülkenin Sağladığı Kolaylıklar	8	2,4	7	2,1	37	11,1	152	45,8	128	38,6	332	4,15
6. Ulaşılabilirlik	7	2,1	7	2,1	26	7,8	143	43,1	149	44,9	332	4,26

7.Sağlık/Gıda Güvenliği	2	0,6	1,	3,0	22	6,6	124	37,3	174	52,4	332	4,37
8.Sosyal (İnsanların Dostluğu)	11	3,3	24	7,2	63	19,0	117	35,2	117	35,2	332	3,91

1="kesinlikle katılmıyorum", 2="katılmıyorum", 3="ne katılıyorum ne katılmıyorum", 4="katılıyorum", 5="kesinlikle katılıyorum"

Turistlerin destinasyon seçiminde dikkat ettikleri faktörlerin belirlenmesi için yapılan frekans analizinin sonuçları incelendiğinde, en yüksek puanla "Sağlık/Gıda Güvenliği" (4,37) faktörü destinasyon seçerken en çok dikkat edilen faktör olduğu ortaya konmaktadır. Katılımcılar ikinci olarak, "Ülkenin Güvenliği" (4,32) faktörüne dikkat etmektedirler. Destinasyon seçerken dikkat edilen birinci ve ikinci faktörlerin değerleri birbirine yakın olduğu görülmektedir. Destinasyon seçiminde, üçüncü olarak "Ulaşılabilirlik" (4,26) faktörünün, dördüncü olarak "Gezi ve Kültürel Olanaklar" (4,18) faktörünün etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Çalışmanın bulguları doğrultusunda, destinasyon seçiminde en az dikkat edilen "Ülkenin Politik İstikrarı" (3,44) ve "Sosyal (İnsanları Dostluğu)" (3,91) faktörleridir.

3.9. Tartışma

Turistlerin gıda güvenliği algılarının, uluslararası seyahat kararları ile ilişkisini ortaya koymayı hedefleyen bu çalışmada; turistlerin gıda güvenliği algıları ile uluslararası destinasyonlarda restoran seçimi arasındaki ilişki, turistlerin gıda güvenliği algılarında belirleyici faktörlerin belirlenmesi, uluslararası seyahatlerde turistlerin restoran seçimlerinde gıda güvenliği konusunda dikkat ettikleri faktörleri, gıda güvenliği bakımından tercih edilen ve/veya kaçınılan destinasyonlar ve uluslararası seyahatlerde destinasyon seçiminde belirleyici olan faktörler araştırılmıştır. Bu doğrultuda araştırma sonucunda ortaya çıkan bulgular, literatürdeki geçmiş çalışmalar ile karşılaştırılarak değerlendirilmiştir.

Çalışmanın amacına ulaşması için, Antalya ilinde yaşayan ve turist olarak uluslararası seyahat deneyimi bulunan bireylere, gıda güvenliği algısı, destinasyon seçiminde dikkat edilen faktörler, restoran seçimlerinde gıda güvenliğinin önemi ve gıda güvenliği açısından tercih edilen ve/veya kaçınılan destinasyonlar sorulmuş ve veriler incelenmiştir. Gıda güvenliği ve turizm literatürü incelendiğinde, turistlerin gıda güvenliği algısı üzerine yapılmış çalışmalar oldukça sınırlıdır. Var olan çalışmalar içerisinde, Türk turistlerin kendi ülkesi dışındaki seyahatlerinde gıda güvenliği algısına odaklanan bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Buna bağlı olarak bu çalışma, hem turistlerin gıda güvenliği algısını anlayabilmek hem de

kendi ülkesi dışındaki seyahatler için verilen kararlarda gıda güvenliği faktörünün önemini belirleyebilmek adına diğer çalışmalardan farklılaşmaktadır. Bu çalışmanın bulguları, kendi yerli turistimizin beklentilerinin ve kararlarındaki belirleyici faktörlerin anlaşılmasıyla turizm işletmelerine hem yerli hem yabancı turistlerin memnuniyetinin sağlanması açısından rehber olacağı ve literatürdeki gelecek çalışmalara katkı sağlayacağını ön görülmektedir.

Çalışma kapsamında öncelikle turistlerin gıda güvenliği algıları ile restoran seçimi arasındaki ilişki incelenmiştir. Bulgular gıda güvenliği algısı ve restoran seçimi değişkenleri arasında, pozitif yönde anlamlı ancak düşük ilişki olduğunu göstermektedir (Tablo 3. 9). Değişkenlerin arasındaki ilişkinin düşük olmasının algı kavramının soyutluğundan kaynaklanabilir. Algı hem soyut hem de kişisel bir olgudur (İslamoğlu ve Altunışık, 2008). Ayrıca seyahat eden bireylerin güvenli olarak seyahat ettiklerini düşündükleri bir destinasyonda restoran seçimi kararlarında belirleyici olan ilk faktör gıda güvenliği algısı olmayabilir. Uluslararası seyahat eden kişilerin farklı kültürleri tanıma ihtiyaçları ve yenilik arayışı, seyahat kararlarında gıda güvenliği faktörünü geri plana itebilir. Bu ilişkinin düşüklüğünün bir diğer sebebi de bu tez çalışmasının örneklemini oluşturan katılımcılarının benzer sosyo-demografik özelliklere sahip olması olabilir. Gelir düzeyi, cinsiyet, yaş, seyahate çıkılan kişiler gibi birçok faktörde oluşabilecek farklılaşmalar algı ile seçim arasındaki ilişkiyi de kuvvetlendirebilir. İlgili literatür incelendiğinde, gıda güvenliği algısı ve restoran seçimi değişkenleri arasında korelasyon analizi yapılmış çalışmaya rastlanılmamıştır. Ancak turistlerin gıda güvenliği algı düzeyini (Liu ve Lee, 2018; Okat, 2019) ve restoran tercihlerinde gıda güvenliğinin önemini (Worsfold, 2006; Aksoydan, 2007; Boo vd., 2011; Lee vd., 2012; Bai vd., 2019; Lee vd., 2019) ayrı ayrı inceleyen çalışmalar bulunmaktadır.

Turistlerin gıda güvenliği algısında belirleyici olan faktörlerin belirlenmesine yönelik bulgular incelendiğinde, genel anlamda gıda güvenliği algı için katılımcılarının verdikleri cevapların birbirine yakın ve “katılmıyorum” ve “ne katılıyorum ne katılmıyorum” seçeneklerinde toplandığı gözlemlenmektedir. Bu durum algı kavramının soyut olmasından ve soyut bir kavramın sayısal verilere uyarlanmasındaki zorluktan kaynaklanabilir. İlgili literatür incelendiğinde, turistlerin gıda güvenliği algısı üzerine yapılmış çalışma oldukça azdır (Stone ve Grønhaug, 1993; Maclaurin, 2004; Amjadi ve Hussain, 2005; Henson vd., 2006; Yeung, 2009; Kılıçalp, 2011; Yeung ve Yee, 2013, Liu ve Lee, 2018; Okat, 2019). Maclaurin (2004) yaptığı çalışmada, bu tez çalışmada da kullanılan gıda güvenliği algı ölçeğini iki ayrı örneklem grubunda uygulamış ve gruplar arasında gıda güvenliği algısında farklılaşma tespit etmiştir. Kılıçalp (2011) yaptığı çalışmada Türkiye’ye gelen yabancı turistlerin Türkiye’ye ilişkin gıda güvenliği algısını incelemiş ve katılımcıların olumlu bir algıya sahip olduğunu

tespit etmiştir. Yeung ve Yee (2013) gıda güvenliği risk algısına yönelik model önerdiği çalışmada, kişiler için gıda güvenliği risk algısının iki boyutlu olduğunu öne sürmüşlerdir. Bu doğrultuda bu tez çalışmada gıda güvenliği algısına yönelik bulgular literatürdeki çalışmalarla paralellik göstermektedir.

Turistlerin uluslararası seyahatlerde restoran seçiminde gıda güvenliği açısından dikkat ettiklerin faktörlerin belirlenmesine yönelik bulgular incelendiğinde, katılımcıların restoran seçimi ölçeğin dört boyutu arasından en çok “Gıdanın Duyusal Algısı” boyutuna dikkat ettikleri sonucuna ulaşılmıştır. İkinci olarak ise “Restoran Ortamı” boyutuna dikkat edilmektedir. Bu durum restoranlarda ana öğenin yemek olmasından restoranın ortamının ise restoranın yemekten hemen sonra gelen ilk yapı taşı olmasından kaynaklanıyor olabilir. Dört boyut arasından en az dikkat edilen boyut ise “Restoran İmajları” boyutudur. Uluslararası seyahatlerde turistlerin restoran seçimlerinde gıda güvenliği konusunda dikkat ettikleri faktörlerin belirlenmesi için uygulanan ölçeğin ifadelerine katılımcıların en çok “Yiyeceklerin taze görünüp görünmemesi önemlidir” faktörünün restoran seçiminde dikkat ettiği ve ikinci olarak “Tuvaletlerin temizliği önemlidir” faktörüne dikkat ettiği saptanmıştır. Restoran seçiminde gıda güvenliği konusunda en az “Restoranın tanınmış bir markanın zinciri olup olmaması önemlidir” faktörünün etkili olduğu sonucuna ulaşılırken ikinci en az dikkat edilen faktör ise “Restoranın popülerliği ve kalabalıklığı önemlidir” faktörüdür. Genel olarak katılımcıların verdikleri cevaplar doğrultusunda, uluslararası seyahatlerde restoran seçimlerinde gıda güvenliğine dikkat edildiği sonucuna ulaşılabilir. Bu doğrultuda turistlerin yemek yenecek restoran seçiminde birçok etken olsa da orada yenecek yemeklerin herhangi bir sağlık riskine yol açmayacak olmasının daha önemli olduğu söylenebilir. İlgili literatür incelendiğinde, restoran seçimi üzerine yapılmış birçok çalışma bulunmaktadır. Ancak pek çok çalışma, kişilerin restoran seçiminde etkili olan kritik faktörün restoranda sunulan yiyecekler (kalite, gıda güvenliği, yemeğin duyuşsal özelliği, gıda hijyeni, vb.) olduğunu sonucuna ulaşmıştır (Cullen, 2005; Auty, 1992; Ali ve Nath, 2013; Alonso vd., 2013; Harrington vd., 2013; Min, 2016). Tripp vd., (1995) yaptıkları çalışmada, turist özelliklerindeki farklılıklara rağmen gittikleri destinasyonda restoran seçerken en çok yemek kalitesi ve restoran temizliği faktörlerinin dikkat edildiğini belirtmektedir. Yüksel ve Yüksel (2002)’in yaptığı çalışmada turistlerin restoranda önem verdiği özelliğin hizmet ve gıda kalitesi, temizlik ve hijyen olduğunu öne sürmektedir. Heung (2002)’un yaptığı çalışma sonucu, gıda kalitesinin turistlerin önem verdiği bir restoran boyutu olduğudur. Cullen (2005), Dublin’de yapılmış olduğu çalışmada kişilerin, yemek kalitesi, yemek türü, restoranın temizliği ve itibarı restoranları seçmek için kullanılan temel faktörler olduğu sonucuna

varmıştır. Ha ve Jang (2010) yaptıkları araştırmada, gıda güvenliğinin turistlerin restoran seçimi için çok önemli olduğunu ortaya koymaktadır. Bai vd. (2019)'nin yaptığı çalışmada katılımcıların restoran gıda güvenliği düzeyini değerlendirirken, gıdanın duyuşsal algısı ve restoran ortamı faktörlerinin daha önemli olduğunu göstermektedir. Bu çalışmanın sonuçları yapılan bu tez çalışmasının bulguları örtüşmektedir. Uluslararası seyahatlerde restoren seçiminde gıda güvenliği açısından önem verilen faktörlerin belirlenmesine yönelik bulguların literatürdeki çalışmalarla paralel olduğu görülmektedir. Yapılan literatür taraması sonucunda bu çalışma, konunun önemine rağmen bugüne kadar turistlerin gittikleri destinasyonlarda restoranları seçerken gıda güvenliği düzeyinin bir değerlendirme unsuru olarak kullanıldığını inceleyen çalışmaların azlığını ortaya koymaktadır.

Turizm literatürünün büyük bir bölümü, turistlerin seyahat etmek için birçok seçenek arasından özel bir destinasyonu neden ve nasıl seçtiğini anlamaya yönelmiştir (Ahn vd., 2013: 720). Turistlerin gıda güvenliği açısından tercih ettikleri ve/veya kaçındıkları destinasyonlara ait bulgular incelendiğinde, çalışmanın örnekleminin verdiği cevaplar doğrultusunda gıda güvenliği açısından en çok tercih edilen destinasyonun “Avrupa ülkeleri” olduğu saptanmıştır. Sönmez ve Graefe (1998b)'nin yaptığı çalışmada, gıda güvenliği açısından gelecek seyahat planlarında Avrupa bölgesinin en çok seçilecek destinasyon olduğu bulunmuştur. Elde edilen sonuçlar Sönmez ve Graefe (1998b)'in yaptığı çalışmanın bulgularıyla desteklenmektedir. Katılımcıların en çok uluslararası seyahat etmeyi tercih edecekleri destinasyonların “Avrupa Ülkeleri” ve “ABD ve Kuzey Amerika Ülkeleri” olmasının gıda güvenliği açısından başlıca nedenleri arasında o ülkelerin gelişmişlik düzeyinin yüksek olması ve gıda güvenliği yönetim sistemlerinin o ülkelerde geliştirilip tüm dünyada kabul görmesi olabilir. Gıda güvenliği bakımında kaçınılan destinasyonları belirlemeyi amaçlayan bu çalışmanın örnekleminin en çok “Afrika ülkelerinin” destinasyonlarından kaçındığını belirtmektedir. Çalışmanın katılımcıları gıda güvenliği açısından kaçındıkları ikinci destinasyonun “Orta Doğu ülkeleri” olduğunu belirtmektedir. Maclaurin (2004)'nin çalışmasında, Afrika bölgesinin gıda güvenliği açısından en çok kaçınılan destinasyon olduğu sonucuna ulaşmıştır. Sönmez ve Graefe (1998b) yaptıkları çalışmanın bulgusu, gıda güvenliği açısından kaçınılan birinci destinasyonun Orta Doğu bölgesi, ikinci destinasyon Afrika bölgesi olduğunu ortaya koymaktadır. Bu bağlamda, Sönmez ve Graefe (1998b)'in çalışmasının ve Maclaurin (2004)'in çalışmasının bulguları, elde edilen sonuçlarla örtüşmektedir. Katılımcıların Afrika ve Orta Doğu ülkelerini gıda güvenliği açısından güvensiz olarak nitelendirmeleri ve tercih etmekten kaçınmalarının sebepleri, o destinasyonların gelişmişlik düzeylerinin düşük olması, dünyada tanınmış mutfak kültürlerinin bulunmaması ve destinasyonların genel olarak güvenli algılanmaması olabilir.

Bulgular doğrultusunda, uluslararası seyahat etmiş turistlerin daha çok “Avrupa ülkelerini” güvenli olarak algıladığı ortaya konmaktadır. Aynı şekilde “Afrika ülkeleri” gıda güvenliği açısından daha riskli destinasyonlar olarak algılandığı sonucuna ulaşılmıştır.

Aynı zamanda bu tez çalışmasında, destinasyon seçiminde etkili olan faktörler incelenmiştir. Bu çalışmada uluslararası seyahatlerde destinasyon seçiminde dikkat edilen faktörlere ait bulgular incelendiğinde, katılımcıların destinasyon seçerken en önem verdiği faktör “Sağlık/Gıda Güvenliği” ikinci faktörün ise “Ülkenin Güvenliği” olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Seyahat edilen destinasyonda, mal ve can güvenliğini tehlikeye atacak risklerle karşılaşmak turistlerin en büyük kaygısını oluşturmaktadır (Sönmez ve Graefe, 1998a). Destinasyon seçiminde turistler birçok farklı motivasyonla karar verseler de bütün faktörleri geride bırakarak güvenlik faktörünün özellikle de gıda güvenliği faktörünün öne çıkması, amacı güzel bir deneyim yaşamak olan turizm faaliyetinin gıda güvenliği açısından yaşanacak bir olumsuzlukla kötü bir deneyime dönüşme ihtimalinin yüksekliğinden kaynaklanıyor olabilir. Turistlerin “Sağlık/Gıda Güvenliği” ve “Ülkenin Güvenliği” faktörlerinin destinasyon seçiminde belirleyici olmasının bir diğer sebebi de güvenlik konusunun turistlerin kendi kontrolleri dışında gelişmesi ve hayati risk taşımasından kaynaklanması olabilir. Ayrıca yemek ve turizmin ayrılmaz bir bütün olduğu günümüzde can ve mal güvenliğinin yanında turistlerin seçeceği uluslararası bir destinasyonda yenecek yemeklerde de güvenlik arayışında olmaları kaçınılmaz olabilir. İlgili literatür incelendiğinde, destinasyon seçimi üzerine yapılmış birçok çalışma bulunmaktadır (Um ve Crompton, 1990; Sönmez ve Graefe, 1998a; Sönmez ve Graefe, 1998b; Heung vd., 2001; Maclaurin, 2004; Reisinger ve Mavondo, 2005; Sirakaya ve Woodside, 2005; Lam ve Hsu, 2004; Yeung, 2009). Maclaurin vd. (2000), uluslararası seyahat edenlerin çoğunluğunun, seyahat edecekleri destinasyonları seçerken bir destinasyonun gıda güvenliği itibarını dikkate aldıklarını bildirmektedir. Maclaurin (2004) yaptığı çalışmada katılımcıların destinasyon seçerken “Güvenlik” faktörüne dikkat ettiği sonucuna ulaşmıştır. Elde edilen bulgular, Sönmez ve Graefe (1998a); Maclaurin vd., (2000); Maclaurin (2004); Yeung ve Yee, (2019) tarafından yapılan benzer çalışmalarla tutarlıdır.

SONUÇ

Bu çalışma, turistin gıda güvenliği algıları ile uluslararası seyahatlerde restoran seçimi arasındaki ilişkinin incelenmesi, turistlerin gıda güvenliği algılarında belirleyici faktörlerin belirlenmesi, uluslararası seyahatlerde turistlerin restoran seçimlerinde gıda güvenliği konusunda dikkat ettikleri faktörlerin araştırılması, turistlerin gıda güvenliği endişeleri nedeniyle uluslararası seyahatlerde kaçındıkları ve/veya tercih ettikleri destinasyonların belirlenmesi ve turistlerin uluslararası seyahatlerde destinasyon seçerken dikkat ettikleri faktörlerin belirlenmesi amacıyla yapılmıştır. Çalışmanın amacına ulaşmak için veriler, Antalya ilinde yaşayan hayatlarında en az bir kez turist olarak uluslararası seyahat deneyimi yaşamış kişilerden oluşan katılımcılarla anket yöntemi kullanılarak elde edilmiştir. Elde edilen veriler uygun istatistik yöntemleri kullanılarak analiz edilmiştir. Turistlerin gıda güvenliği algıları ile uluslararası seyahatlerde restoran seçimi arasındaki ilişkinin incelenmesine yönelik elde edilen bulgular doğrultusunda, gıda güvenliği algısı ile restoran seçimi arasında pozitif yönde, anlamlı ve düşük bir ilişki olduğu saptanmıştır. Turistlerin gıda güvenliği algısında belirleyici olan faktörlerin belirlenmesine yönelik bulgular doğrultusunda, verdikleri cevapların birbirine yakın olduğu sonucuna varılmıştır. Ayrıca cevapların “katılmıyorum” ve “ne katılıyorum ne katılmıyorum” seçeneklerinde toplandığı gözlemlenmektedir. Turistlerin uluslararası seyahatlerde restoran seçiminde gıda güvenliği açısından dikkat ettiklerin faktörlerin belirlenmesine yönelik bulgular incelendiğinde, katılımcıların restoran seçimi ölçeğinin dört boyutu arasından en çok “Gıdanın Duyusal Algısı” boyutuna ikinci olarak “Restoran Ortamı”, en az ise “Restoran İmajları” boyutuna dikkat ettikleri sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca restoran seçimi ölçeğinin ifadelerine bakıldığında en çok “Yiyeceklerin taze görünüp görünmemesi önemlidir” faktörünün ve ikinci olarak “Tuvaletlerin temizliği önemlidir” faktörünün, en az ise “Restoranın tanınmış bir markanın zinciri olup olmaması önemlidir” ile “Restoranın popülerliği ve kalabalıklığı önemlidir” faktörlerinin restoran seçiminde dikkat edildiği saptanmıştır. Turistlerin gıda güvenliği endişeleri nedeniyle uluslararası seyahatlerde tercih ettikleri ve/veya kaçındıkları destinasyonların belirlenmesine yönelik elde edilen bulgular doğrultusunda, turistlerin en çok “Avrupa Ülkelerini” tercih ettikleri, en çok “Afrika Ülkelerinden” kaçındıkları sonucuna ulaşılmıştır. Turistlerin uluslararası seyahatlerde destinasyon seçerken dikkat ettikleri faktörlerin belirlenmesine yönelik elde edilen bulgular doğrultusunda, turistlerin destinasyon seçerken en çok “Sağlık/Gıda Güvenliği” faktörünü dikkate aldıkları saptanmıştır. Çalışmanın bulguları bir bütün olarak değerlendirildiğinde, turistlerin kendi kültürlerinden farklı bir

kültüre sahip uluslararası bir destinasyona gitmeye karar verirken ve gittikleri destinasyonda yemek yenecek yeri seçerken gıda güvenliği faktörüne önem verdikleri ve uluslararası seyahat kararlarında gıda güvenliğinin etkin rolü ortaya konulmuştur. Bu tez çalışmadan elde edilen bulgular doğrultusunda hem turizm işletmeleri hem de literatüre katkı sağlayacak öneriler sunulmuştur.

Öneriler

İnsanların seyahat için gittikleri yerden hiçbir riskle karşılaşmadan dönmek istemeleri, hükümetleri ve turizm işletmelerini güvenli seyahat imkanları oluşturmaya itmektedir. Seyahat sırasında karşılaşılabilecek ve seyahat deneyimini olumsuz etkileyebilecek birçok risk türü bulunsa da kişinin hem maddi hem de sağlıksal kayıplar yaşamamasına neden olan gıda güvenliği riski turistler için bir adım öne çıkmaktadır.

Çalışmanın sonuçları da göstermektedir ki, turistlerin seyahat kararlarında kuşkusuz gıda güvenliği kavramının payı oldukça fazladır. Gıda güvenliğine dair ipuçları, turistlerin seyahat etmek için destinasyon seçimi ve o destinasyonda yemek yenecek restoran seçme kararlarında etkili olabilmektedir. Yemeğin dolayısıyla gıdanın ve turist kavramının birlikte öneminin anlaşılmasının gerektiği sektör ise turizm sektörüdür. Gıda güvenliği, içinde barındırdığı risklerden dolayı seyahatleri boyunca dışarıda yemek yeme zorunluluğu olan turistler için oldukça önemlidir. Seyahat deneyiminin bir parçası olan yemek deneyimi, gıda güvenliği riski oluşturabilecek herhangi bir uygulama ile insan sağlığını ölümcül tehlikelere sokabilmektedir. Bu nedenle gıda güvenliği gerek turizm işletmeleri gerekse turistler açısından oldukça önemli bir konudur. Odağının turist talebi olduğu bir sektörde rekabet üstünlüğü yakalamak ve müşteri sadakatinin sağlanması için gıda güvenliğinin tam yapılması gerekmektedir. Bu doğrultuda turizm hizmeti veren işletmelerin gıda güvenliği konusunu göz ardı etmemesi gerekmektedir. Özellikle yapılacak hataların kötü sonuçlar doğurabileceğinin personel, yönetici ve işletmeciler tarafından bilinmesi gerekmektedir. Turizm müşterilerinin çevresindeki kişilere seyahatleri boyunca gıda güvenliği konusunda yaşadığı olumlu ve olumsuz deneyimleri paylaşmasıyla oluşacak işletmelerin olumlu veya olumsuz imajı ağızdan ağıza pazarlama yoluyla birçok kişiye yayılmaktadır. Turistlerin ziyaret ettiği destinasyonu ve restoranı tavsiye etmemesi veya sosyal medyada olumsuz paylaşım yapması o işletmenin prestijine zarar verebilmektedir. Bu durum, müşteri sayısını arttırmak isteyen turizm işletmelerinin lehine veya aleyhine sonuçlanabilmektedir. İşletmelerin müşterilerin gıda güvenliği algılarını ve beklentilerini anlamaları işletmelerin hatalı hizmetlerin farkına varılması ve telafi edilmesine katkı sağlayabilmektedir. Bu konudaki geri bildirimler işletmenin kendini düzeltmesi adına bir fırsattır. Turizm işletmeleri, gıda güvenliğini eksiksiz

yerine getirdiğinde marka imajlarını ve sürdürülebilirliklerini garanti altına almaları sağlanmaktadır (Ayaz ve Sünbül, 2019). Bu nedenle yiyecek içecek hizmetleri sunan turizm işletmeleri gıda güvenliği konusundaki bilgi ve becerilerini geliştirmelidirler (Purnomo, 2006). Bu çalışma, gıda güvenliğinin turistler için önemini vurgulamaktadır. Çalışma pratikte işletmelerin gıda güvenliği konusunda kendilerini geliştirmeleri için bir bakış açısı oluşturabilir.

Literatürde gıda güvenliği, birçok disiplinin incelediği bir olgudur. Son yıllarda literatürde, tüketicilerin ve işletmelerin gıda güvenliği bilgileri, bilinç düzeyleri ve davranışları yönüyle ele alınan yerli ve yabancı birçok araştırma bulunmaktadır. Aynı zamanda literatürde turist kavramını farklı açılardan inceleyen birçok çalışma da bulunmaktadır. Ancak turistlerin gıda güvenliği algılarını inceleyen çalışmalar literatürde sayıca azdır. Odağı turist olan ülkeler ve turizm işletmeleri için turistlerin gıda güvenliği algılarını anlamak oldukça önemlidir. Bu bilgiler ışığında gıda güvenliği, turizm ve turistler arasındaki ilişki araştırılmaya değer görülmüştür.

Ülkeler, gıda sektörü ve turizm işletmeleri büyük ölçüde turist talebine bağımlıdır. Bu, gıda güvenliğine yönelik turist davranışlarını anlamak, bilimsel olarak araştırılmasının önemini artırmaktadır. Ancak literatürde birçok bilimin ele aldığı gıda güvenliği olgusunu turizm işletmeleri ve turist boyutlarını sentezlemiş çalışma oldukça sınırlıdır. Literatür taraması sonucunda literatüre katkı sağlayacağı varsayımıyla yapılan bu çalışma, turistlerin gıda güvenliği algısı ile seyahat kararları ilişkisini incelemektedir.

Bu çalışma zaman zaman göz ardı edilebilen gıda güvenliğinin turistler için önemine dikkat çekmektedir. Gelecek çalışmalarda ise gıda güvenliği ile dışarıda yemek yeme olgusu bir bütün olarak ele alınıp araştırılabilir. Gıda güvenliğinin, turistlerin seyahat kararlarında olduğu kadar seyahat sonrası davranışlarındaki öneminin de kapsamlı olarak araştırılması literatüre katkı sağlayabileceğini düşünmekteyiz.

Bu çalışmada katılımcıların sosyo-demografik özellikleri ile değişkenler arasında bir analiz yapılmamıştır. Gelecek çalışmalar turistlerin gıda güvenliği algılarında sosyo-demografik özelliklerine göre farklılaşıp farklılaşmadığını inceleyebilirler. Yapılan çalışmada, turistlerin belirli bir destinasyona ve/veya belirli bir restoran türüne yönelik gıda güvenliği algıları incelenmemiştir. İleride yapılacak çalışmalarda belirli bir destinasyona seyahat edecek turistlerin o destinasyona özgü gıda güvenliği algılarını ve/veya belirli bir türdeki restoran seçiminde gıda güvenliği algısı ilişkisi araştırılabilir. Aynı şekilde belirli bir mutfağa yönelik veya belirli bir yemeğe yönelik turistlerin gıda güvenliği algısı incelenebilir. Bu çalışmada gıda güvenliği algısı ile restoran seçimi ilişkisi incelenmiştir. Ancak literatürdeki çalışmalar

ışığında restoran seçiminde etkili olan diğer faktörler ile gıda güvenliği algısı birlikte ele alınarak faktörlerin etki düzeyleri karşılaştırılabilir. Bu tez ęalıřmasının örneklemini, uluslararası seyahat deneyimi yaşamış ve Antalya ilinde yaşayan 332 katılımcı oluşturmaktadır. Örnekleme sayısı ve özellikleri değiştiğinde bu tez ęalıřmasından farklı bulgular elde edilmesi sağlanabilir. Böylelikle gıda güvenliği, turizm ve turist ilişkisinin daha kapsamlı olarak araştırılması mümkün olabileceği görüşündeyiz.

KAYNAKÇA

- Abdul-Mutalib, N. A., Abdul-Rashid, M. F., Mustafa, S., Amin-Nordin, S., Hamat, R. A. ve Osman, M. (2012). “Knowledge, Attitude and Practices Regarding Food Hygiene and Sanitation of Food Handlers in Kuala Pilah, Malaysia”. *Food Control*, 27(2): 289-293.
- Ahn, T., Ekinci, Y. ve Li, G. (2013). “Self-Congruence, Functional Congruence and Destination Choice” *Journal of Business Research*, 66: 719–723.
- Akat, Ö., Taşkın, Ç. ve Özdemir, A. (2006). “Uluslararası Alışveriş Merkezi Tüketicilerinin Satın Alma Davranışı: Bursa İlinde Bir Uygulama”. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(2): 13-30.
- Akbulut, A. B. (2014). *Turistik Destinasyon Olarak Ankara'nın Bilişsel ve Duygusal İmaj Bileşenleri Açısından Analizi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Akbulut, P. (2010). *Yalova İlinde Faaliyet Gösteren Hazır Yemek Üretim Yerlerinde Çalışan Personelin Hijyen Bilgi Düzeyi ile Üretilen Yemeklerin Mikrobiyolojik Kalitesi Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Namık Kemal Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Tekirdağ.
- Akkılıç, M. E. (2002). *Turizm Pazarlaması ile Oluşan Faydaların Tespiti ve Bu Faydaların Turizm Aracı Kuruluşlarının Reklam Faaliyetlerine Yansıtılmasının Önemi*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Malatya.
- Aksoydan, E. (2007). “Hygiene Factors Influencing Customers' Choice of Dining-Out Units: Findings From a Study of University Academic Staff”. *Journal of Food Safety*, 27(3): 300–316.
- Aksu, G., Eser, M. T. ve Güzeller, C. O. (2017). *Açımlayıcı ve Doğrulayıcı Faktör Analizi ile Yapısal Eşitlik Modeli Uygulamaları*. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Aktaş, A. (2002). *Turizm İşletmeciliği ve Yönetimi*. Azim Matbaa, 2. Baskı, Antalya.
- Aktaş, A. ve Özdemir, B. (2012). *Otel İşletmelerinde Mutfak Yönetimi*. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Albayrak, A. (2014). “Müşterilerin Restoran Seçimlerini Etkileyen Faktörler: İstanbul Örneği”. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 25(2). 190-201.
- Albright J. J. ve Park H. M. (2009). “Confirmatory Factor Analysis Using Amos, LISREL, Mplus, and SAS/STAT CALIS”. *Bloomington: University Information Technology Services Center for Statistical and Mathematical Computing Indiana University*, 9-13.

- Ali, J. ve Nath, T. (2013). "Factors Affecting Consumers' Eating Out Choices in India: Implications for the Restaurant Industry". *Journal of Foodservice Business Research*, 16: 197-209.
- Alonso A. D. ve Liu Y. (2011). "The Potential for Marrying Local Gastronomy and Wine: The Case of Fortunate Islands". *International Journal of Hospitality Management*, 30: 974-981.
- Alonso, A. D., O'Neill, M., Liu, Y. ve O'Shea, M. (2013). "Factors Driving Consumer Restaurant Choice: An Exploratory Study From the Southeastern United States". *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 22: 547-567.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Yıldırım, E. ve Bayraktaroğlu, S. (2001). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı*. Sakarya Kitabevi, Adapazarı.
- Amirtahmaseb, S. (2007). *The Typology of Inbound Tourists Visiting Iran*. Master Thesis, Department of Business Administration and Social Sciences, Division of Industrial Marketing and E-Commerce, Lulea University of Technology, Lulea.
- Amjadi, K. ve Hussain, K. (2005). "Integrating Food Hygiene into Quantity Food Production Systems". *Nutrition & Food Science*, 35(3): 169-183.
- Arıkan, R. ve Odabaşı, Y. (1996). *Tüketici Davranışları ve Tüketici Bilinci*. Anadolu Üniversitesi Web-Ofset Tesisleri, Eskişehir.
- Artık, N., Şanlıer, N., Ceyhun Sezgin, A. 2019. Gıda Kontrolü ve Mevzuatı. Vize yayıncılık, ISBN:978-605-9278-73-7, 1. Baskı, 373 sayfa, Ankara.
- Auty, S. (1992). "Consumer Choice and Segmentation in the Restaurant Industry". *The Service Industries Journal*, 12(3): 324-339.
- Avcıkurt, C., Sarioğlan, M. ve Girgin, G. K. (2007). "Yiyecek-İçecek Olgusuna Sosyolojik Bir Bakış". *1.Ulusal Gastronomi Sempozyumu ve Sanatsal Etkinlikler*, Antalya.
- Ayaz, N. ve Sünbül, K. (2018). "Restoran Müşterilerinin Beklentileri ve Gıda Güvenliğine Yönelik Tepkileri Üzerine Bir Nitel Araştırma". *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(1): 164-181.
- Ayaz, N. ve Sünbül, K. (2019). "Turistlerin Gıda Güvenliği Bilgisinin Şikâyet Etme Davranışına Etkisi". *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 16 (2): 244-258.
- Ayçiçek, H. ve Aktan, H. T. (2003). "Gıda Kaynaklı Salgınlarda Soruşturma İlkeleri". *Türk Hijyen ve Deneysel Biyoloji Dergisi*, 60(3): 95-9.
- Bai, L., Wang, M., Yang, Y. ve Gong, S. (2019). "Food Safety in Restaurants: The Consumer Perspective". *International Journal of Hospitality Management*, 77: 139-146.

- Barış, G. (2012). “Algılama ve İlgilenim”. Y. Odabaşı (Ed.), *Tüketici Davranışları*. T.C. Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir, 44-65.
- Batra, A. (2008). “Foreign Tourists' Motivation and Information Source(s) Influencing Their Preference for Eating Out at Ethnic Restaurants in Bangkok”. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 9(1): 1-17.
- Baycan, P. (2017). *Y Kuşağının Satın Alma Davranışları Üzerinde Sosyal Medyanın Etkisi, Tartışma Metinleri*. İstanbul Ticaret Üniversitesi Dış Ticaret Enstitüsü, İstanbul.
- Bayer, M. Z. (1992). *Turizme Giriş*. İstanbul: İşletme Fakültesi Yayını, İstanbul.
- Bayhan, İ. (2014). *Turistlerin Güvenlik Algısı Üzerine Bir Alan Araştırması*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Berber, S. (2003). “Sosyal Değişme Katalizörü Olarak Turizm ve Etkileri”. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9.
- Beyhan, Y. (2011). “Toplu Beslenmede Gıda Güvenliği”. *Elektronik Gıda Hattı Dergisi*. 30.
- Bilici, S., Uyar, M. F., Beyhan, Y. ve Sağlam, F. (2006a). *Besin Güvenliği*. Sinem Matbaacılık, Ankara.
- Bilici, Ç. S., Uyar, M. F., Beyhan, Y., ve Sağlam, F. (2006b). *Besin Zehirlenmeleri, Nedenleri ve Korunma Yolları*. Sinem Matbaacılık, Ankara
- Boo, H. C., Fatimah, U. Z. A. U. ve Sambasivan, M. Salleh, R. (2011). “Foodservice Hygiene Factors-The Consumer Perspective”. *International Journal of Hospitality Management*, 30(1): 38-45.
- Boyne, S., Williams, F. ve Hall, D. (2002). “On The Trail of Regional Success: Tourism, Food Production and The Isle of Arran Taste Trail”. A. M. Hjalager ve G. Richards (Ed.), *Tourism and Gastronomy*. Routledge, New York, 91-114.
- Bilkey, W. J. ve Nes, E. (1982). “Country of Origin Effects on Product Evaluations”. *Journal of International Business Studies*, 13(1): 89–100.
- Bruhn, Ç. M. ve Schutz H. G. (1999). “Consumer Food Safety Knowledge and Practices”, *Journal of Food Safety*, 19: 73-87.
- Buhalis, D. (2000). “Marketing the Competitive Destination of the Future”. *Tourism Management*, 22(1): 1- 9.
- Bulduk, S. (2006). *Gıda ve Personel Hijyeni*. Detay Yayıncılık, Ankara
- Bulduk, S. ve Bulduk E. Ö. (2010). *Gıda ve Personel Hijyeni, Genişletilmiş 5. Baskı*. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Buzbas, N. (2008). “Gıda Güvenliğinde İnsan Faktörü”. *Gıda Güvenliği Dergisi*, (5): 33.

- Carmines E. G. ve Zeller RA. (1982). *Reliability and Validity Assessment*. Sage Publications, Beverly Hills.
- Cemalcılar, İ. (1999). *Pazarlama*. Beta Basım Yayım, İstanbul.
- Chamhuri, N. ve Batt, P. J. (2013). “Understanding The Relationship Between Perceived Quality Cues and Quality Attributes in The Purchase of Meat in Malaysia”. *Journal of International Food & Agribusiness Marketing*, 25(3): 187–208.
- Cheung, G. Prisk, E. M. ve Maxwell, S. M. (2000). “The Knowledge and Practice of British Tourists with Regards to the Presentation of Food Related Illness”. *In Conference Proceedings: Food Safety In Travel And Tourism*, 12-16.
- Choi, J. ve Zhao, J. (2010). “Factors Influencing Restaurant Selection in South Florida: Is Health Issue One of The Factors Influencing Consumers' Behaviour When Selecting Restaurant?”. *Journal of Foodservice Business Research*, 13: 237-251.
- Cohen, E. (1998). “Tourism and Religion: A Comparative Perspective”. *Pacific Tourism Review*, 2: 1-10.
- Cohen, E. ve Avieli, N. (2004). “Food in Tourism”. *Annals of Tourism Research*, 31(4): 755-778.
- Collins, J. E. (1997). “Impact of Changing Consumer Lifestyles on the Emergence/Re-emergence of Foodborne Pathogens”. *Emerging Infectious Diseases*, 3(4): 471–479.
- Corey, R. J. (1996). “A Drama-Based Model of Traveler Destination Choice”. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 5(4): 1-22.
- Cullen, F. (2005). “Factors Influencing Restaurant Selection in Dublin”. *Journal of Foodservice Business Research*, 7(2): 53-77.
- Çakıcı, A. ve Aksu, M. (2007). “Çekim Yeri Seçiminde Grup Etkisi: Yerli Turistler Üzerine Bir Araştırma. Anatolia”: *Turizm Araştırmaları Dergisi*, 18(2): 183-194.
- Çakmak, A. Ç. ve Yurtsever, S. (2012). “Kredi Kartının Plansız Satın Alma Davranışına Etkisi: Karabük Üniversitesi Akademik Personeline Yönelik Bir Uygulama”. *Türk Kültür ve Sanat Araştırmaları Dergisi*, 1(4): 45-72.
- Dann, G. M. (1977). Anomie, Ego-Enhancement and Tourism. *Annals of Tourism Research*, 4(4): 184-194.
- Demir, E., Saatçioğlu, Ö. ve İmrol, F. (2016). “Uluslararası Dergilerde Yayımlanan Eğitim Araştırmalarının Normallik Varsayımları Açısından İncelenmesi”. *Current Research in Education*, 2(3): 130-48.
- Denizer, D. (2005). *Konaklama İşletmelerinde Yiyecek ve İçecek Yönetimi*. Detay Yayıncılık, Ankara.

- Denizer, D. (2012). “Yiyecek İçecek Hizmetleri”. M. Sarıışık (Ed). Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir.
- DiPietro, R. (2017). “Restaurant and Foodservice Research”. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(4): 1203-1234.
- Durmaz, Y., Bahar, R. ve Kurtlar, M. (2011). “Kişisel Faktörlerin Tüketici Satın Alma Davranışlarına Etkisi Üzerine Bir Araştırma”. *Akademik Yaklaşımlar Dergisi*, 2(1): 114-133.
- Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ). (2021a). “Gıda Kaynaklı Hastalık Salgınları”. <https://www.who.int/publications/i/item/9789241547222> (erişim tarihi: 20.03.2021).
- Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ). (2021b). “Gıda Kaynaklı Hastalıkların Küresel Yüküne İlişkin DSÖ Tahminleri”. <https://www.who.int/publications/i/item/9789241565165> (erişim tarihi: 30.03.2021).
- Ersun, N. ve Arslan, K. (2011). “Turizmde Destinasyon Seçimini Etkileyen Temel Unsurlar ve Pazarlama Stratejileri”. *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 31(2): 229-248.
- Evren, S. ve Kozak, N. (2012). “Eskişehir’in Çekici Faktörlerinin Günübürlük Ziyaretçilerin Bakış Açılılarıyla Değerlendirilmesi”. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 23(2): 220-232.
- Fatimah, U. Z., Boo, H. C., Sambasivan, M. ve Salleh, R. (2011). “Foodservice Hygiene Factors-The Consumer Perspective”. *International Journal of Hospitality Management*, 30: 38-45.
- Fox, R. (2007). “Reinventing the Gastronomic Identity of Croatian Tourist Destinations”. *Hospitality Management*, 26: 546-59.
- Gay, L. R. (1985). *Educational Evaluation and Measurement*. A Bell & Howell Company, London.
- George, R. (2010). “Visitor Perceptions of Crime-Safety and Attitudes Towards Risk: The Case of Table Mountain National Park, Cape Town”. *Tourism Management*, 31: 806–815.
- Giray, H. ve Soysal, A. (2007). “Türkiye’de Gıda Güvenliği Mevzuatı”. *TSK Koruyucu Hekimlik Bülteni*, 6(6): 485-490.
- Giritlioğlu, İ. ve Avcıkurt, C. (2010). “Şehirlerin Turistik Bir Ürün Olarak Pazarlanması, Örnek Şehirler ve Türkiye’deki Şehirler Üzerine Öneriler (Derlemeden Oluşmuş Bir Uygulama”. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (4): 74-89.

- Gürbüz, Ş ve Şahin, F. (2016). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- Ha, J. ve Jang, S. S. (2010). “Effects of Service Quality and Food Quality: The Moderating Role of Atmospherics in an Ethnic Restaurant Segment”. *International Journal of Hospitality Management*, 29(3): 520–529.
- Ha, J., Park, K. ve Park, J. (2016). “Which Restaurant Should I Choose? Herd Behavior in Therestaurant İndustry”. *Journal of Foodservice Business Research*, 19 (4): 396–412.
- Hall, M. ve Mitchell, R. (2002). “Tourism as a Force for Gastronomic Globalization and Localization”. A. M. Hjalager ve G. Richards (Ed.), *Tourism and Gastronomy*. Londra ve New York, 71-87.
- Handsuh, H. F. (1991). “Food and the Quality of Tourism. Food Safety and Tourism Proceedings”. *World Tourism Organization*, Madrid.
- Harrington, R. J. (2005) “Defining Gastronomic Identity: The Impact of Environment and Culture on Prevailing Components, Texture and Flavours in Wine and Food”. *Journal of Culinary Science and Technology*, 4(2/3): 129-152.
- Harrington, R. J. ve Ottenbacher, M. C. (2010). “Culinary Tourism: A Case Study of the Gastronomic Capital”. *Journal of Culinary Science & Technology*, 8(1): 14-32.
- Harrington, R. J., Ottenbacher, M. C. ve Kendall, K. W. (2011). “Fine-dining Restaurant Selection: Direct and Moderating Effects of Customer Attributes”. *Journal of Foodservice Business Research*, 14(3): 272-289.
- Harrington, R. J., Fauser, S. G., Ottenbacher, M. C. ve Kruse, A., (2013). “Key Informationsources İmpacting Michelin Restaurant Choice”. *Journal of Foodservice Business Research*, 16(3): 219–234.
- Harris, K. J., Murphy, K. S., DiPietro, R. B. ve Rivera, G. L. (2015). “Food Safety İnspections Results: A Comparison Of Ethnic-Operated Restaurants To Non Ethnic Operated Restaurants”. *International Journal of Hospitality Management*, 46: 190-199.
- Hawkins, D., Best, R. J. ve Coney, K. A. (2001). *Consumer Behavior. Building Marketing Strategy*, Irwin-McGraw Hill, Boston.
- Hayta, A. B. (2008). “Turizm Pazarlamasında Tüketici Satın Alma Süreci ve Karşılaşılan Sorunlar”. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 16(1): 31-48.
- Henderson, J. C. (2009). “Food Tourism Reviewed”. *British Food Journal*, 4(1): 317-26.
- Henson, S. ve Caswell, J. (1999). “Food Safety Regulation: An Overview of Contemporary İssues”. *Food Policy*, 24(6): 589-603.

- Henson, S., Majowicz, S., Masakure, O., Sockett, P., Jones, A., Hart, R. ve Knowles, L. (2006). "Consumer Assessment of the Safety of Restaurants: The Role of Inspection Botices and Other Information Cues". *Journal of Food Safety*, 26(4): 275-301.
- Heung, V. C. S., Qu, H. ve Chu, R. (2001). "The Relationship Between Vacation Factors and Socio-demographic and Traveling Characteristics: The Case of Japanese Leisure Travelers". *Tourism Management*, 22 (3): 259–269.
- Heung, V. C. S. (2002). "American the Me Restaurants: A Study of Consumer's Perceptions of the Important Attributes in Restaurant Selection". *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 7(1): 19–28.
- Hjalager, A. M. ve Ritchie, G. (2002). "A Typology of Gastronomy Tourism". A. M. Hjalager ve G. Richards (Ed.), *Tourism and gastronomy*. Routledge, New York, 21-35.
- Hsu, T. K., Tsai Y. F. ve Wu, H. H. (2009). "The Preference Analysis for Tourist Choice of Destination: A Case Study of Taiwan". *Tourism Management*, 30: 288–297.
- Hu, Y. ve Ritchie, J. R. B. (1993). "Measuring Destination Attractiveness: A Contextual Approach". *Journal of Travel Research*, 32(2): 25-34.
- İbret, B. Ü. (2007). "Türkiye'de Yeni Gelişen Bir Termal Turizm Merkezi: Çavundur Kaplıcası". *Doğu Coğrafya Dergisi*, 12 (18): 135-164.
- İçier, F. ve Sabancı, S. (2013). "Kurutma ve İşletmede Hijyen". 11. Ulusal Tesisat Mühendisliği Kongresi. 17-20 Nisan 2013, İzmir.
- İlker, G. (2012). Türkiye'de Termal Turizme Yönelik Hizmet Veren Konaklama İşletmelerinde Pazarlama Karması Elemanları: Örnek Bir Alan Araştırması. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- İslamoğlu, H. ve Altunışık R. (2008). Tüketici Davranışları. Beta Basım Yayın Dağıtım, İstanbul.
- Karasar, N. (2014). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*. Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- Kao, K. C., Rao Hill, S. ve Troshani, I. (2016). "Online Consumers' Responses to Deal Popularity as an Extrinsic Cue". *Journal of Computer Information Systems*, 1-11.
- Kaypak, Ş. (2012). "Ekolojik Turizm ve Sürdürülebilir Kırsal Kalkınma". *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, (1): 11-29.
- Kelly, K. ve Preacher, K. J. (2012). "On Effect Size". *Psychological Methods*, 17(2): 137-152.
- Kervankıran, İ ve Özdemir, M. (2013). "Turizm Yönüyle Gelişmekte Olan Afyonkarahisar İlinde Turist Algısı Üzerine Bir Araştırma". *Marmara Coğrafya Dergisi*, (27): 117-142.

- Khan, M. (2006). *Consumer Behaviour and Advertising Management*. New Age International, New Delhi.
- Khuong, M. N. ve Ha, H. T. T. (2014). "The Influences of Push And Pull Factors on the International Leisure Tourists' Return Intention to Ho Chi Minh City, Vietnam--A Mediation Analysis of Destination Satisfaction". *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 5(6): 490-496.
- Kılıçalp, M. (2011). *Türkiye'ye Gelen Turistlerin Gıda Güvenliği Algılamaları Üzerine Bir Araştırma*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın.
- Kim, R. B. (2012). Determinants of Brand Equity for Credence Goods: Consumers' Preference for Country Origin, Perceived Value and Food Safety. *Agricultural Economics*, 58(7): 299-307.
- Kim, S. S., Lee, C. K. ve Klenosky, D. (2003). "The Influence of Push and Pull Factors at Korean National Parks". *Tourism Management*, (24): 169-180.
- Kim Y. G., Eves A. ve Scarles C. (2009). "Building a Model of Local Food Consumption on Trips and Holidays: A Grounded Theory Approach.". *International Journal of Hospitality Management*, (28): 423-431.
- Kim, Y. S., Raab, C. ve Bergman, C. (2010). "Restaurant Selection Preferences of Mature Tourists in Las Vegas: A Pilot Study". *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 11: 157-170.
- Kivela, J. (1997). "Restaurant Marketing: Selection And Segmentation In Hong Kong". *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 9(3): 116-123.
- Kivela, J., Inbakaran, R. ve Reece, J. (1999). "Consumer Research in the Restaurant Environment, Part 1: A Conceptual Model of Dining Satisfaction and Return Patronage". *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 11(5): 205-222.
- Kivela, J. ve Crotts, 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.
- Knight P. G., Jackson, J. C., Bain, B. ve Eldemire-Sheraer, D. (2003). "Household Food Safety Awareness of Selected Urban Consumers in Jameika". *International Journal of Food Sciences and Nutrition*, 4(54): 309-320.
- Knowles, T. (2002). *Food Safety in The Hospitality Industry*. Routledge, London.

- Koç, E. (2015). *Türkiye Turizm Sektörünün İkincil Ekonomik Etkilerinin Çarpan ve Girdi-Çıktı Analizi Yöntemi ile İncelenmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Koçak, N. (2009). *Yiyecek İçecek Hizmetleri Yönetimi*. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Koçak, N. (2010). *Yiyecek İçecek İşletmelerinde Gıda ve Personel Hijyeni*. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Kotler, P. (2000). *Pazarlama Yönetimi* (Çev. N. Muallimoğlu), Beta Basım Yayım, İstanbul.
- Kotler, P. ve Armstrong, G. (2001). *Principles of Marketing*. Prentice Hall, New Jersey.
- Kotler, P., Bowen, J. ve Makens, J. (2003). *Marketing for Hospitality and Tourism*. Prentice Hall, New Jersey.
- Kozak, M. ve Rimmington, M. (2000). "Tourist Satisfaction With Mallorca, Spain, as an Off-Season Holiday Destination". *Journal of Travel Research*, 38: 260-269.
- Kozak, M., Crotts, J. C. Ve Law, R. (2007). "The Impact of the Perception of Risk on International Travellers". *International Journal of Tourism Research*, (9): 233-242.
- Kozak, M. ve Güçlü, H. (2006). *Turizmde Etik: Kavramlar, İlkeler, Standartlar*. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Kozak, N. (2008). *Turizm Pazarlaması*. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Kozak, N., Kozak, M. ve Kozak, M. (2014). *Genel Turizm: İlkeler, Kavramlar*. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Küçükaslan, N. (2006). "Özel İlgi Turizminde Niş Pazarlamanın Yeri". *Paradoks Ekonomi, Sosyoloji ve Politika Dergisi*, 2(2): 1-32.
- Lam, T. ve Hsu, C. H. C. (2004). "Theory of Planned Behavior: Potential Travelers from China". *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 28(4): 463-82.
- Law, R., To, T. ve Goh, C. (2008). "How Do Mainland Chinese Travelers Choose Restaurants in Hong Kong? An Exploratory Study of Individual Visit Scheme Travelers and Packaged Travelers". *International Journal of Hospitality Management*, 27: 346-354.
- Leach, J., Mercer, H., Stew, G. ve Denyer, S. (2001). "Improving Food Hygiene Standards—a Customer Focused Approach". *British Food Journal*, 103(4): 238-252.
- Lee, L. E., Niode, O., Simonne, A. H. ve Bruhn, C. M. (2012). "Consumer Perception on Food Safety in Asian and Mexican Restaurants". *Food Control*, 26(2): 531-538.
- Lee, Y., Pennington-Gray, L., ve Kim, J. (2019). "Does Location Matter? Exploring the Spatial Patterns of Food Safety in a Tourism Destination". *Tourism Management*, 71: 18-33.

- Lewis, R. (1981). "Restaurant Advertising: Appeals and Consumers' Intentions". *Journal of Advertising Research*, 21(5): 69-74.
- Liu, P. ve Lee, Y. M. (2018). "An Investigation of Consumers' Perception of Food Safety in The Restaurants". *International Journal of Hospitality Management*, 73: 29-35.
- Long, L. M. (2004). "Culinary Tourism: A Folkloristic Perspective on Eating and Otherness". Lexington: University Press of Kentucky, 20-50.
- MacLaurin, T., Loi, S. L. ve MacLaurin D. (2000). "Air Travelers' Attitudes to Food Safety". *In Conference Proceedings: Food Safety in Travel and Tourism*, 17.
- MacLaurin T. (2004). "The Importance of Food Safety in Travel Planning and Destination Selection". *Journal of Tourism and Travel Marketing*, 15(2-3): 233-257.
- Maser, B. ve Weiermair, K. (1998). "Travel Decision-Making: From the Vantage Point of Perceived Risk and Information Preferences". *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 7(4): 107-120.
- McCarthy, M. Ve Henson, S. (2005). "Perceived Risk and Risk Reduction Strategies in the Choice of Beef by Irish Consumers". *Food Quality and Preference*, 16(5): 435-445.
- Merdol, T. K., Beyhan, Y., Ciğirim, N., Tayfur, M., Baş, M. ve Dağ, A. (2000). *Toplu Beslenme Yapılan Kurumlarda Çalışan Personel için Sanitasyon / Hijyen Eğitimi Rehberi*. Hatiboğlu Yayınevi, Ankara.
- Min, K. H. (2016). "Selection Attributes and Satisfaction of Ethnic Restaurant Customers: A Case of Korean Restaurants in Australia". *International Journal of Tourism Sciences*, 16(4): 151-169.
- Moser, R., Raffaelli, R. ve Thilmany-McFadden, D. (2011). "Consumer Preferences for Fruit and Vegetables with Credence-Based Attributes: A Review". *International Food and Agribusiness Management Review*, 14(2): 121-142.
- Mucuk, İ. (1997). *Pazarlama İlkeleri*. Türkmen Kitabevi, İstanbul.
- Mutinda, R. Ve Mayaka, M. (2012), "Application of Destination Choice Model: Factors Influencing Domestic Tourists Destination Choice Among Residents of Nairobi, Kenya". *Tourism Management*, 33: 1593-1597.
- Nam, J. H. ve Lee, T. J. (2011). "Foreign Travelers' Satisfaction with Traditional Korean Restaurants". *International Journal of Hospitality Management*, 30: 982-989.
- Narine, T. ve Badrie, N. (2007). Influential Factors Affecting Food Choices of Consumers When Eating Outside the Household in Trinidad, West Indies. *Journal of Food Products Marketing*, 13(1): 19-29.

- Odabaşı, Y. (1996). *Tüketici Davranışı ve Pazarlama Stratejisi*. Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir.
- Odabaşı, Y. ve Barış, G. (2006). *Tüketici Davranışı*. MediaCat Yayınları, Ankara.
- Okat, Ç. (2019). *Yiyecek İçecek İşletmelerinde Kurumsal İtibarın Davranışsal Niyete Etkisinde Algılanan Gıda Güvenliğinin Rolü*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Okumuş B., Okumuş F. ve McKercher B. (2007). “Incorporating Local and International Cuisines in the Marketing of Tourism Destinations: The Cases of Hong Kong and Turkey”. *Tourism Management*, (28): 253-261.
- Örer, N. (1995). *Turistlerde Görülen Besin Zehirlenmesi Sıklığı ile Otellerin Sanitasyon Şartlarının Etkileşimi ve Türk Mutfağının Ülkemize Tekrar Gelişlerindeki Etkisi*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Hacettepe Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Örücü E. ve Tavşancı S. (2001). “Gıda Ürünlerinde Tüketicinin Satın Alma Eğilimini Etkileyen Faktörler ve Ambalajlama”. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3.
- Özay İ. (2016). *Sağlık Çalışanlarının Gıda Güvenliğine İlişkin Bilgi Düzeylerinin Saptanması*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Özdamar, K. (2004). *Paket Programları ile İstatistiksel Veri Analizi*. Kaan Kitapevi, Eskişehir.
- Özdemir, B. (2010). “Dışarıda Yemek Yeme Olgusu: Kuramsal Bir Model Önerisi”. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 21(2): 218-232.
- Özdemir, B. ve Çalışkan, O. (2011). “Otel Dışı Yemek Deneyimi”. İ. Pınar (Ed.), *Uluslararası Turizm İşletmeciliği*. Nobel Akademik Yayıncılık, Ankara, 475-496.
- Özdemir, B. ve Çalışkan, O. (2014). “A Review of Literature on Restaurant Menus: Specifying the Managerial Issues”. *International Journal of Gastronomy and Food Science*. 2(1): 3-13.
- Özdoğan, Y. G. (2009a). “Hijyen Olmadan Markanızı Koruyamazsınız”. *Restoran Kafe Bar Dergisi*, (1): 48-49.
- Özdoğan Y. Ş. (2014). “Gıda Güvenliği ve Yeni Yaklaşımlar, Yiyecek İçecek Endüstrisinde Trendler, Kavramlar, Yaklaşımlar ve Başarı Hikayeleri”. O. N. Özdoğan (Ed.), Detay Yayıncılık, Ankara, 127-140.

- Öztürk, A. (2006). *Restoran İşletmelerinde Siparişlerin Elektronik Ortamda Alınmasının İşletme Performansı Üzerine Etkileri ve Afyonkarahisar Özdilek A.Ş.'de Bir Uygulama*. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi. Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyon.
- Pamuk, S. (2017). "Arşivsel Örnekleme Yöntemlerinin Arşiv Serileri/Sınıfları Üzerinde Uygulanması". *Bilgi ve Belge Araştırmaları Dergisi*, 8: 1-41.
- Papatheodorou, A. (2001), "Why People Travel to Different Places". *Annals of Tourism Research*, 28 (1): 164-179.
- Park, C. (2004). "Efficient or Enjoyable? Consumer Values of Eating-out and Fast Food Restaurant Consumption in Korea". *International Journal of Hospitality Management*, 23(1): 87-94.
- Park, S. H., Kwak, T. K. ve Chang, H. J. (2010). "Evaluation of the Food Safety Training for Food Handlers in Restaurant Operations". *Nutrition Research and Practice*, 4(1): 58-68.
- Patron, D. D. (2006). "An Observing Study of The Awareness of Food Safety Practices in Households in Trinidad". *Internet Journal of Food Safety*, (8): 14-18.
- Payam, M. M. (2015). "Turizm Bölgelerinde Emniyet ve Güvenliğin Sağlanması". I. Eurasia International Tourism Congress: Current Issues, Trends, and Indicators (EITOC-2015). Konya, 316-326).
- Pearce, P. L. (2005). *Tourist Behaviour: Themes and Conceptual Schemes*. Channel View Publications, Clevedon.
- PSHE. (2013). *Introduction to Tourism (Fine-tuned version)*, Tourism and Hospitality Studies, Hong Kong.
- Pike, S. (2004). "Destination Marketing Organisations. Australia: School of Advertising, Marketing and Public Relations". *Queensland University of Technology*.
- Pizam, A. ve Sussmann, S. (1995). "Does Nationality Affect Tourist Behaviour?". *Annals of Tourism Research*, 22(4): 901-917.
- Purnomo, H. (2006). "Food Safety In Hospitality Industry". *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 2(1): 1-6.
- Qu, H. (1997). "Determinant Factors and Choice Intention for Chinese Restaurant Dining: A Multivariate Approach". *Journal of Restaurant & Foodservice Marketing*, 2(2): 37-41.
- Quan S. ve Wang N. (2004). "Towards a Structural Model of the Tourist Experience and Illustration From Food Experiences in Tourism". *Tourism Management*, (25): 297-305.

- Ramya, N. ve Mohamed Ali, S. A. (2016). "Factors Affecting Consumer Buying Behavior". *International Journal of Applied Research*, 2(10): 76-80.
- Reisinger, Y. ve Mavondo, F. (2005). "Travel Anxiety and Intentions to Travel Internationally: Implications of Travel Risk Perception". *Journal of Travel Research*, 43(1): 212-225.
- Reynolds P. C. (1993). "Food and Tourism: Towards and Understanding of Sustainable Culture". *Journal of Sustainable Tourism*, 1(1): 48-54.
- Rızaoğlu, B. (2003). *Turizm davranışı*. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Rızaoğlu, R. (2004). *Turizm pazarlaması*. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Richards, G. (2002). "Gastronomy: An Essential Ingredient in Tourism Production and Consumption". A. M. Hjalager ve G. Richards (Ed.), *Tourism and gastronomy*. Routledge, New York, 3-20.
- Santich, B. (2004). "The Study of Gastronomy and İts Relevance to Hospitality Education and Training". *International Journal of Hospitality Management*, 23(1): 15-24.
- Sánchez-Cañizares, S. M. ve López-Guzmán, T. (2012). "Gastronomy as a Tourism Resource: Profile of the Culinary Tourist". *Current Issues in Tourism*, 15(3): 229-245.
- Schiffman, L.G. ve Kanuk, L.L. (2000). *Consumer Behavior*. Prentice Hall, New Jersey.
- Sencer, M. ve Sencer, Y. (1978). *Toplumsal Araştırmalarda Yöntembilim*. Doğan Basımevi, Ankara.
- Sevimli, ř. (2005). *Anadolu Uygarlıklarında Temizlik Kavramı ve Uygulamalarının Evrimi*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Çukurova Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Adana.
- Seyidov, J. ve Adomaitiene, R. (2016). "Factors Influencing Local Tourists'Decision-Making on Choosing a Destination: A Case of Azerbaijan". *Ekonomika*, 95(3): 112-127.
- Silkes, C. A., Cai, L. A. ve Lehto, X. Y. (2013). "Marketing to the Culinary Tourist", *Journal of Travel & Tourism Marketing*, (30): 335-349.
- Sirakaya, E., McLellan, R. W. ve Uysal, M. (1996). "Modelling Vacation Destination Decisions: Abehavioural Approach". *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 5(1): 57-75.
- Sirakaya, E. ve Woodside, A. (2005). "Building and Testing Theories of Decision Making by Travelers". *Tourism Management*, 26(6): 815–832.
- Solomon, R. M. (2004). *Consumer Behavior: Buying Having and Being*. Pearson Pentice Hall, New Jersey.

- Solomon, B., Bamossy, G., Askegaard, S. ve Hogg, M. K. (2006). *Consumer Behaviour: A European Perspective*, Pearson Education Limited, Harlow.
- Sormaz, Ü. ve Şanlıer, N. (2017). “Zorunlu Hijyen Eğitiminin Yiyecek İçecek Hizmetleri Personelinde Hijyen Alışkanlıklarına, Davranışlarına ve Bilgi Düzeylerine Etkisi”. *Journal of Human Sciences*, 14(2): 1356-1369.
- Sökmen, A. (2005). *Yiyecek İçecek Hizmetleri Yönetimi ve İşletmeciliği*. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Sönmez, S. F. (1998). “Tourism, Terrorism and Political Instability. *Annals of Tourism Research*, (25): 416-456.
- Sönmez, S. F. ve Graefe, A. R. (1998a). “Influence of Terrorism Risk on Foreign Tourism Decisions”. *Annals of Tourism Research*, 25: 112-144.
- Sönmez, S. F. ve Graefe, A. R. (1998b). “Determining Future Travel Behaviour from Past Travel Experience and Perceptions of Risk and Safety”. *Journal of Travel Research*, 37(2): 171-177.
- Sparks, B., Bowen, J. ve Klag, S. (2004). “Restaurants as a Contributor to a Destinations’ Attractiveness”. C. Cooper, T. De Lacy, L. Jago (Ed.), *Phase Three (PT II) Market Segments*. Sustainable Tourism, CRC, Australia.
- Stone, R. N. ve Grønhaug, K. (1993). “Perceived Risk: Further Considerations for the Marketing Discipline”. *European Journal of Marketing*, 27(3): 39-50.
- Şahin, Ç. (2010). “Verilerin Analizi”. R. Y. Kıncal (Ed.), *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, 181-217.
- Şanlıer, N. (2005). “Yerli ve Yabancı Turistlerin Türk Mutfağı Hakkındaki Görüşleri”. *Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 25(1): 213-227.
- Tabachnick, B. G., ve Fidell, L. S. (2013). *Using Multivariate Statistics (Sixth Edition)*. Pearson, Boston.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2009). *Yiyecek ve İçecek Servisi*. Hazar Reklam, Ankara.
- Tarlow, P. E. (2014). *Tourism Security: Strategies For Effectively Managing Travel Risk And Safety*. Elsevier, Butterworth-Heinemann, Massachusetts.
- Tataroğlu, M. ve Subaşı, E. (2009). “Kolluk Güçlerinde Modernleşme: Muğla Örneğinde Turizm Jandarması Yapılanması”. *Yönetim ve Ekonomi*, 16(2): 73-93.
- Tayar, M. (2005) *Mutfak Hijyeni*. Halk Sağlığı Eğitim Serisi, Bursa.
- Tayyar, M., (2010). *Gıda Güvenliği Ders Kitabı*. T.C. Marmara Belediyeler Birliği Yayını, İstanbul.

- Tekin, M. ve Ardahan, F. (2006). “Bireylerin Tatile Çıkma Sebepleri, Türkiye’nin ve Tatil Yapılan Yörelere Tatil Destinasyonu Olarak Tercih Edilme Nedenleri”. *II. Balıkesir Ulusal Turizm Kongresi*, 20-22 Nisan 2006, Balıkesir, 1-21.
- Tikkanen, I. (2007). “Maslow's Hierarchy and Food Tourism in Finland: Five Cases”. *British Food Journal*. 109(9): 721-734.
- Tolunguç, A. (2000). *Turizmde Tanıtım ve Reklam*. MediaCat Yayınları, Ankara.
- Torlak, Ö. ve Altunışık, R. (2009). *Pazarlama Stratejileri, Yönetmel Bir Yaklaşım*. Beta Basım A.Ş., İstanbul.
- Torres, R. ve Skillicorn, P. (2004). Montezuma's Revenge: How Sanitation Concerns May Injure Mexico's Tourist Industry. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 45(2): 132-44.
- Tripp, C., Greathouse, K. R., Shanklin, C. W. ve Gregoire, M. B. (1995). “Factors Influencing Restaurant Selection by Travelers Who Stop at Visitor Information Centers”. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 4(2): 41-50.
- Tsourgiannis, L., Delias, P., Polychronidou, P., Karasavvogloub, A. ve Valsamidis, S. (2015). “Profiling Tourists Who Have Holidays in the Region of Eastern Macedonia and Thrace in Greece”. *Procedia Economics and Finance*, 33: 450-460.
- Türk Dil Kurumu (TDK). (2021). “Büyük Türkçe Sözlük”. <https://sozluk.gov.tr/> (erişim tarihi: 22.03.2021).
- Türksoy, A. (2002). *Yiyecek ve İçecek Hizmetleri Yönetimi*. Turhan Kitabevi, Ankara.
- Um, S. ve Crompton, J. L. (1990). “Attitude Determinants in Tourism Destination Choice”. *Annals of Tourism Research*, 17(1): 432- 448.
- Uygur, M. S. (2007). *Turizm Pazarlaması*. Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- Uygur, M. S. (2017). *Örnek Olaylarla Turizm Pazarlaması*. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Uzuntaş, A. (2013). “Etkili İletişim: Anlatabilmek ve Anlayabilmek”. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 21(1): 11-30.
- Ülker, E. (2010). *Destinasyon Pazarlamasında Destinasyon Seçimi Karar Verme Süreci Üzerine Bir Çalışma: Bozcaada Örneği*. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi. Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Edirne.
- Üner, E. H. (2014). *Her Şey Dahil Sistemde Türkiye Gastronomi Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Ünusan, N. (2007). “Consumer Food Safety Knowledge and Practices in the Home in Turkey”. *Food Control Dergisi*, (18): 45-51.

- Walker, J. (2014). *The Restaurant from Concept to Operations*. John Wiley & Sons, New Jersey.
- Walters, C.G. (1978). *Consumer Behaviour: Theory and Practice*. R. D., Irwin.
- Wan, Y. K. P. ve Chan, H. H. J. (2013). “Factors That Effect the Levels of Tourists’ Satisfaction and Loyalty Towards Food Festivals: A Case Study of Macau”. *International Journal of Tourism Research*, (15): 226-240.
- Wang, J ve Wang, X. (2012). *Structural Equation Modeling: Applications Using Mplus: Methods and Applications*. John Wiley & Sons, West Sussex, 5-9.
- Wester, P. A. (2017). *Hazard Analysis and Risk Based Preventive Controls/ Building a (Better) Food Safety Plan*. Academic Press, Cambridge.
- Wilkie, W. L. (1994). *Consumer Behavior*. Wiley, New York.
- Worsfold, D. (2006). “Eating Out: Consumer Perceptions of Food Safety”. *International Journal of Environmental Health Research*. 16(3): 219–229.
- Wu, L., Zhang, J. Ve Fujiwara, A. (2011), “Representing Tourists’ Heterogeneous Choices of Destination and Travel Party With an Integrated Latent Class and Nested Logit Model”. *Tourism Management*, 32: 1407-1413.
- Yağcı, Ö. (2007). *Turizm Ekonomisi*. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Yasami, M. (2018). *Tourists’ threat appraisal, coping appraisal and protection intention in using food safety cues in the choice of malaysian restaurants*. Yayanlanmamış Doktora Tezi. University Putra Faculty of Economy and Management, Malaysia.
- Yasami, M., Wongwattanakit, C. ve Promphitak, K. T. (2020). “International Tourists’ Protection Intentions to Use Food Hygiene Cues in the Choice of Destination Local Restaurants”. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 29(2): 583-596.
- Yaşlıoğlu, M. (2017). “Sosyal Bilimlerde Faktör Analizi ve Geçerlilik: Keşfedici ve Doğrulayıcı Faktör Analizlerinin Kullanılması”. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 46(Özel Sayı): 74-85.
- Yeşiltaş, M. ve Öztürk, İ. (2008). “Bölgesel Kalkınma Çerçevesinde Alternatif Turizm Faaliyetlerine Yönelik Bir Değerlendirme: Sivas Örneği”. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 9(1): 1-18.
- Yeung, R. M. W. (2009). “Tourist Perception of Food Safety Risk and Destination Choice”. *International Journal of Tourism and Hospitality Systems*, 2(1): 21-33.
- Yeung, R. M. W. ve Yee W. M. S. (2013). “Risk Measurement Framework: an Extension and Validation of Food Safety Risk in İnternational Travel Destinations”. *British Food Journal*, 115(8): 1073-1089.

- Yeung, R. M. W. ve Yee, W. M. S. (2019). "Travel Destination Choice: Does Perception of Food Safety Risk Matter?". *British Food Journal*, 122(6): 1919–1934.
- Yıldız, Z., Yıldız, S. ve Aytemiz, L. (2015). "Kara Turizm, Terör Turizmi ve Türkiye Potansiyeli". *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 4(2): 390-407.
- Yılmaz, H. ve Arıkan, İ. (2015). "Turizm ve Ulaştırma". İ. Arıkan, (Ed.), *Turizm Ulaştırması*. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Yılmaz, Y., Semerci, A., Tapkı, N., Dağistan, E. ve Konuşkan, D. B. (2015). "Consumers' Knowledge, Attitudes and Behavior Assessment About Food Safety: The Case Study of Hatay Province of Turkey". *Turkish Journal of Agriculture-Food Science and Technology*, 3(8): 672-679.
- Yiamjanya, S. ve Wongleedee, K. (2013). Food Safety and Perceived Risk: A Case Study of Khaosan Road, Bangkok, Thailand. *International Scholarly and Scientific Research & Innovation*, 7(1): 61–67.
- Yiridoe, E. K., Bonti-Ankomah, S. ve Marin, R. C. (2005). "Comparison of Consumer Perceptions and Preference Toward Organic Versus Conventionally Produced Foods: A Review and Update of the Literature". *Renewable Agriculture and Food Systems*, 20(4): 193–205.
- Yoon, Y. ve Uysal, M. (2005). "An Examination of the Effects of Motivation and Satisfaction on Destination Loyalty: An Structural Model". *Tourism Management*, 26(1): 45- 56.
- Yüksel, A. ve Yüksel, F. (2002). "Measurement of Tourist Satisfaction with Restaurant Services: A Segment-Based Approach". *Journal of Vacation Marketing*, 9(1): 52-68.
- Zalatan, A. (1998). "Wives' Involvement in Tourism Decision Processes". *Annals of Tourism Research*, 25: 890-903.
- Zimmer, Z., Brayley, R. E., ve Searle, M. S. (1995). "Whether to Go and Where to Go: Identification of Important Influences on Seniors' Decisions to Travel". *Journal of Travel Research*, 33(3): 3-10.

EK 1 – Anket Formu



Sayın Katılımcı,

Bu anket, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi olarak, gıda güvenliği algıları ile uluslararası seyahatlerde restoran seçimi arasındaki ilişkinin incelenmesi, turistlerin gıda güvenliği algılarında belirleyici faktörlerin belirlenmesi, uluslararası seyahatlerde turistlerin restoran seçimlerinde gıda güvenliği konusunda dikkat ettikleri faktörlerin araştırılması, turistlerin gıda güvenliği endişeleri nedeniyle uluslararası seyahatlerde kaçındıkları ve/veya tercih ettikleri destinasyonların belirlenmesi ve turistlerin uluslararası seyahatlerde destinasyon seçerken dikkat ettikleri faktörlerin belirlenmesi amacıyla yapılmıştır. Vereceğiniz cevaplar yalnızca tez amacıyla kullanılacak olup bilgileriniz başkaları ile paylaşılmayacaktır. Anketimize vereceğiniz cevaplar için teşekkür ederiz.

Bahar GÜMÜŞ

EkinAKBULUT

Akdeniz Üniversitesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları

Akdeniz Üniversitesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları

Doktor Öğretim Üyesi

Yüksek Lisans Öğrencisi

bahargumus@akdeniz.edu.tr

ekin.akbulut14@hotmail.com

Yaş	18-24 <input type="radio"/>	25-34 <input type="radio"/>	35-44 <input type="radio"/>	45-54 <input type="radio"/>	55 + <input type="radio"/>	
Cinsiyet	Kadın <input type="radio"/>		Erkek <input type="radio"/>			
Eğitim Durumu	İlkokul <input type="radio"/>	Lise <input type="radio"/>	Önlisans <input type="radio"/>	Lisans <input type="radio"/>	Lisansüstü <input type="radio"/>	
Aylık Gelir (TL)	0-2.000 <input type="radio"/>	2.001-4.000 <input type="radio"/>	4.001-6.000 <input type="radio"/>	6.001-8.000 <input type="radio"/>	8.001-10.000 <input type="radio"/>	10.001+ <input type="radio"/>
Seyahat Amacımız	Yalnız iş için <input type="radio"/>		Yalnız tatil için <input type="radio"/>		Her ikisi de <input type="radio"/>	
Seyahat Sıklığımız	Birkaç yılda 1 <input type="radio"/>	Yılda 1-2 <input type="radio"/>	Yılda 3-5 <input type="radio"/>	Yılda +5 <input type="radio"/>		
Kalış Süreniz	1-5 gün <input type="radio"/>	6-10 gün <input type="radio"/>	11-15 gün <input type="radio"/>	15 gün + <input type="radio"/>		
Seyahate Kiminle Çıkarsınız	Tek başına <input type="radio"/>	Çift olarak <input type="radio"/>	Arkadaş grubu ile <input type="radio"/>	Akraba/Aile ile <input type="radio"/>		
Gıda Güvenliği İle İlgili Olumlu Ya Da Olumsuz Haberler Uluslararası Seyahat Kararlarımı Etkiler	Asla <input type="radio"/>		Gıda Güvenliği İle İlgili Olumlu Ya Da Olumsuz Deneyimler Uluslararası Seyahat Kararlarımı Etkiler		Asla <input type="radio"/>	
	Bazen <input type="radio"/>				Bazen <input type="radio"/>	
	Her zaman <input type="radio"/>				Her zaman <input type="radio"/>	
Uluslararası Seyahatlerinizde Gıda Zehirlenmesi Yaşama Durumunuz	Evet <input type="radio"/>					
	Hayır <input type="radio"/>					

Lütfen aşağıdaki 2 sütunda bulunan soruları cevaplayınız. Her bir soru için bir'den fazla bölge işaretleyebilirsiniz.

BÖLGELER	Gıda Güvenliği Kaygıları Nedeniyle Seyahat Etmekten Kaçındığınız Bölge	Seyahat Etmeyi En Çok Tercih Ettiğiniz Bölge
ABD ve Kuzey Amerika Ülkeleri	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Güney Amerika Ülkeleri	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Asya Ülkeleri	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Afrika Ülkeleri	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Okyanusya Ülkeleri (Avustralya-Yeni Zelanda)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Orta Doğu Ülkeleri	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Avrupa Ülkeleri	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yok	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Lütfen aşağıdaki maddeleri uluslararası seyahatlerinizde bir restorana gittiğinizde gıda güvenliği değerlendirmesi yaparken dikkat ettiğiniz unsurları göz önünde bulundurarak cevaplayınız.

① Asla

② Bazen

③ Her zaman

	①	②	③
Yiyeceklerin tuhaf kokup kokmaması önemlidir	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yiyeceklerin taze görünüp görünmemesi önemlidir	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Servis edilen yiyecek veya içeceklerde yabancı cisim bulunup bulunmaması önemlidir	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yemek yedikten sonra kendinizi hasta hissetmek önemlidir	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Zemin, duvar, masa ve sandalyelerin temizliği önemlidir	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tuvaletlerin temizliği önemlidir	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Restoranın temiz dış görünüşü olması önemlidir	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
İş personelinin kıyafetlerinin temiz görünüp görünmemesi önemlidir	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Çalışanın hizmet verirken parayla temas etmesi önemlidir	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Çalışanların uzun tırnaklara sahip olup olmaması veya oje sürüp sürmemesi önemlidir	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Çalışma personelinin uygun saç bonesi kullanıp kullanmaması önemlidir	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Restoranın itibarı önemlidir	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Restoranın tanınmış bir markanın zinciri olup olmaması önemlidir	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menüdeki fiyatlandırmalar önemlidir	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Restoranın popülerliği ve kalabalıklığı önemlidir	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Restoranın puan derecelendirmesi önemlidir	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
İç ve dış dekorasyonu önemlidir	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Lütfen aşağıdaki maddeleri gıda güvenliği ile ilgi algınızı göz önünde bulundurarak cevaplayınız.

① Tamamen Katılmıyorum ② Katılmıyorum ③ Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum ④ Katılıyorum ⑤ Tamamen Katılıyorum

Hiçbir şey seyahat kararımı engellemez.	①	②	③	④	⑤
Seyahat kararım için gıda güvenliği önemli değildir.	①	②	③	④	⑤
Gelişmekte olan ülkelerin şehir merkezindeki yemekler güvenli değildir.	①	②	③	④	⑤
Gelişmiş ülkelerde sokakta satılan yemekler güvenli değildir.	①	②	③	④	⑤

Lütfen aşağıdaki maddeleri uluslararası seyahatiniz için destinasyon seçerken dikkat ettiğiniz unsurları göz önünde bulundurarak cevaplayınız.

① Tamamen Katılmıyorum ② Katılmıyorum ③ Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum ④ Katılıyorum ⑤ Tamamen Katılıyorum

Ülkenin Güvenliği	①	②	③	④	⑤
Ülkenin Politik İstikrarı	①	②	③	④	⑤
Gezi ve Kültürel Olanaklar	①	②	③	④	⑤
Fiyat	①	②	③	④	⑤
Ülkenin Sağladığı Kolaylıklar	①	②	③	④	⑤
Ulaşılabilirlik	①	②	③	④	⑤
Sağlık / Gıda Güvenliği	①	②	③	④	⑤
Sosyal (İnsanların Dostluğu)	①	②	③	④	⑤

EK 2 – Ölçek İzin Yazıları

Aşağıda restoran seçimi ölçeğinin kullanımı için Prof. Dr. Li Bai tarafından verilen izin yazısı verilmektedir.

07.06.2021

Posta - ekin akbulut - Outlook

Re:Permission of Scale

白丽 <bai_ly@126.com>

21.11.2020 Cmt 05:21

Kime: ekin akbulut <ekin.akbulut14@hotmail.com>

Bilgi: WangMingliang <jlu_wml@163.com>

Ekin AKBULUT,

Glad you are interested in our study. After asking the other authors, we agree you use the scale Only in your reasearch. Also, as you promised, you Must include our work as a reference or our work must be properly acknowledged with the citation.

Good Luck

Prof. Li Bai

At 2020-11-20 00:35:34, "ekin akbulut" <ekin.akbulut14@hotmail.com> wrote:

Dear Dr. Bai;

Related to your manuscript: Bai, L., Wang, M., Yang, Y. and Gong, S. (2019). Food Safety in Restaurants: The Consumer Perspective. International Journal of Hospitality Management, 77: 139-146.

I am a master's student at the University of Akdeniz in the Department of Gastronomy and Culinary Arts at Tourism Faculty. I am writing to ask your permission to use the scale of the food safety level of a restaurant in your manuscript in my research study. I will investigate the role of the food safety level of a restaurant on tourists restaurant choice in international travel of living people in Antalya/ Turkey. My research is being supervised by Assist. Dr. Bahar GÜMÜŞ.

I also ask your permission to reproduce your scales in the appendix of my thesis.

I would like to use your scales under the following conditions:

- I will use the scales only for my research study and will not use it for any other purposes
- I will include your work as a reference on all copies of my research.
- At your request, I will send a copy of my completed research study to you upon completion of the study and/or provide a hyperlink to the final manuscript

If these are acceptable terms and conditions, please indicate so by replying to me through e-mail at my e-mail address.

Thank you in advance. Sincerely,

Ekin AKBULUT

Aşağıda gıda güvenliği algısı ve destinasyon seçimi ölçeklerinin kullanımı için Prof. Dr. Tanya MacLaurin tarafından verilen izin yazısı verilmektedir.

07.06.2021

Posta - ekin akbulut - Outlook

Re: Permission of Scale

Tanya MacLaurin <tmaclaur@uoguelph.ca>

1.12.2020 Sal 16:19

Kime: ekin akbulut <ekin.akbulut14@hotmail.com>

Hello Ekin,

Yes, you may use.

All the best,
Dr. MacLaurin

From: ekin akbulut <ekin.akbulut14@hotmail.com>

Sent: Thursday, November 19, 2020 11:50 AM

To: Tanya MacLaurin <tmaclaur@uoguelph.ca>

Subject: Permission of Scale

CAUTION: This email originated from outside of the University of Guelph. Do not click links or open attachments unless you recognize the sender and know the content is safe. If in doubt, forward suspicious emails to lthelp@uoguelph.ca

Dear Prof. MacLaurin;

Related to your manuscript: MacLaurin, T. (2004). The Importance of Food Safety in Travel Planning and Destination Selection. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 15(4): 233–257.

I am a master's student at the University of Akdeniz in the Department of Gastronomy and Culinary Arts at Tourism Faculty. I am writing to ask your permission to use the scale of food safety perception of tourists in your manuscript in my research study. I will investigate the role of food safety perceptions when choosing a destination in international travel of living people in Antalya/Turkey. My research is being supervised by Assist. Dr. Bahar GÜMÜŞ.

I also ask your permission to reproduce your scales in the appendix of my thesis.

I would like to use your scales under the following conditions:

- I will use the scales only for my research study and will not use it for any other purposes
- I will include your work as a reference on all copies of my research.
- At your request, I will send a copy of my completed research study to you upon completion of the study and/or provide a hyperlink to the final manuscript

If these are acceptable terms and conditions, please indicate so by replying to me through e-mail at my e-mail address.

Thank you in advance. Sincerely,

Ekin AKBULUT

Ö Z G E Ç M İ Ş

Adı ve SOYADI	Ekin AKBULUT
Doğum Yeri - Tarihi	Antalya - 14.04.1997
EĞİTİM DURUMU	
Mezun Olduğu Lise	Konyaaltı Anadolu Lisesi
Lisans Diploması	-Akdeniz Üniversitesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü -Anadolu Üniversitesi AÖF Adalet Bölümü
Yüksek Lisans Diploması	Akdeniz Üniversitesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları Ana Bilim Dalı
Tez Konusu	Uluslararası Seyahatlerde Destinasyon ve Restoran Seçiminin Gıda Güvenliği Algısı Açısından İncelenmesi
Yabancı Dil / Diller	İngilizce
İŞ DENEYİMİ	
Çalıştığı Kurumlar	Selectum Luxury Resort
E-Posta	ekin.akbulut14@hotmail.com