



Türk Turizm Araştırmaları Dergisi

2019, 3(3):199-219.

DOI: 10.26677/TR1010.2019.155

ISSN: 2587-0890 Dergi web sayfası: <https://www.tutad.org>



ARAŞTIRMA MAKALESİ

Yöresel Yiyeceklere Yönelik Gıda Güvenliği Algısı: Mersin Tantunisi Örneği

Doç. Dr. Nurettin AYAZ, Karabük Üniversitesi, Safranbolu Turizm Fakültesi, e-posta: nurettinayaz@karabuk.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2117-2015>

Büşra Meltem TÜRKMEN, Karabük Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, e-posta: mltmturkmen@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9953-1749>

Öz

Tüketiciler tarafından lezzet, tazelik, çeşitlilik, daha az çevresel etki, yerel ekonomiyi destekleme ve gıda güvenliğini artırma gibi nedenlerle öne çıkarılan yöresel yiyecekler, popülerliğini artırmaktadır. Bu çalışmada tüketicilerin yöresel yiyecek satın alma nedeninin gıda güvenliği algısına olan etkisine odaklanılmış olup Mersin iline özgü bir yöresel yiyecek olarak kabul gören “Mersin Tantunisi” özelinde tüketicilerin satın alma nedeninin gıda güvenliği algısına etkisinin bulunup bulunmadığının ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda Mersin ilinde Şubat- Mart 2017 döneminde yöresel yiyecek hizmeti sunan işletmeleri tercih eden 457 tüketiciden veri toplama aracı olarak anket tekniğinden faydalanılmıştır. Anket verilerinin analizi neticesinde tüketicilerin yöresel bir yiyecek olarak “Mersin Tantunisi” satın alma nedenleri için dışsal faktörler, içsel faktörler, etnosentrizm (milliyetçilik) ve işletme imkânları olmak üzere dört boyuta ulaşılmıştır. Tüketicilerin Mersin Tantunisi’ ne ilişkin gıda güvenliği algısı öncelikleri ise pişirme ve koruma, personel sağlığı, temizlik ve hijyen, kişisel hijyen ve çapraz bulaşma şeklinde belirlenmiştir. Araştırmada tüketicilerin yöresel yiyecek satın alma nedeninin gıda güvenliği algısını orta düzeyde etkilediği ($r=0,482$; $p=0,000$, $p<0,001$) tespit edilmiştir. Tüketicilerin Mersin Tantunisi satın alma nedenine yönelik alt boyutlardan sadece dışsal faktörler ve etnosentrizm alt boyutlarının gıda güvenliği algısında etkili olduğu görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Tüketici, Yöresel Yiyecek, Satın Alma, Gıda Güvenliği Algısı, Mersin Tantunisi.

Makale Gönderme Tarihi: 17.03.2019

Makale Kabul Tarihi: 02.07.2019

Önerilen Atıf:

Ayaz, N. ve Türkmen, B. M. (2019). Yöresel Yiyeceklere Yönelik Gıda Güvenliği Algısı: Mersin Tantunisi Örneği, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(3): 199-219.

© 2019 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.



Journal of Turkish Tourism Research

2019, 3(3): 199-219.

DOI: 10.26677/TR1010.2019.155

ISSN: 2587-0890 Journal Homepage: <https://www.tutad.org>



RESEARCH PAPER

The Perception of Food Safety towards Local Foods: The Case of Mersin Tantuni

Assoc. Prof. Dr. Nurettin AYAZ, Karabük University, Safranbolu Faculty of Tourism, e-mail: nurettinayaz@karabuk.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2117-2015>

Büşra Meltem TÜRKMEN, Karabük University, e-mail: mltmturkmen@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9953-1749>

Abstract

Local food, which has been highlighted by consumers for reasons such as taste, freshness, diversity, less environmental impact, supporting the local economy and increasing food security, is increasing its popularity. This research focuses on the impact of the food safety perceptions of consumers towards local food purchase and also aims to determine whether the purchasing reason of Tantuni, a type of local food in Mersin province, has an impact on food safety perceptions. For this purpose, data were collected from 457 consumers who consume local food during February-March 2017 in Mersin province. By analyzing the data, four dimensions were obtained such as external factors, internal factors, ethnocentrism and business opportunities as the consumers' purchasing reasons of Tantuni. Consumers' perceptions of food safety towards Tantuni is determined as cooking and protection, personnel health, cleaning and hygiene, personal hygiene and cross contamination. The reason for consuming local food affects the perception of food safety at a moderate level ($r=0,482$; $p=0.000$, $p<0.001$). Only external factors and ethnocentrism which are the sub-dimensions related to the reasons for purchasing Tantuni, effect the perceptions of food safety.

Keywords: Consumer, Local Food, Purchasing, Perception of Food Safety, Mersin Tantuni.

Received: 17.03.2019

Accepted: 02.07.019

Suggested Citation:

Ayaz, N. and Türkmen, B. M. (2019). The Perception of Food Safety towards Local Food: The Case of Mersin Tantuni, *Journal of Turkish Tourism Research*, 3(3): 199-219.

© 2019 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.

GİRİŞ

Bir yöreye özgü olarak üretilen, uzun mesafeli pazarlara taşınmamış olan ve tazeliğini koruduğu düşünülerek tüketilebilen yöresel yiyeceklere ilgi artışı yaşanmakta, ilk zamanlarda çiftçi pazarları ve yol kenarındaki stantlarda satılan bu yiyecekler, yaşanan ilgi artışı ekseninde kent merkezlerindeki süpermarketlere ve temalı restoranlara taşınır hale gelmektedir. Bununla birlikte yöreye özgü tarımsal kaynaklar ve üretim gelenekleriyle meydana getirilen yöresel ürünlerin (Demirer, 2010: 119) kalitesinden söz edilmesi için temel niteliklerini korunması temel beklenti olduğu için birçok ülkede bu ürünler coğrafi işaretlerle koruma altına alınmaktadır.

21. yüzyılla birlikte dünyada gelişen turizm hareketleri kapsamında insanlar; seyahatlerinde başka kültürleri tanıma ve onlar hakkında bilgi sahibi olma adına yöresel yiyeceklerin deneyimlenmesini yiyecek turizminin önemli bir bileşeni olarak görmektedirler (Shenoy, 2005: 1). Özellikle yöresel yiyeceğe olan kamuoyu ilgisi kapsamında yiyecek turizmi, küresel yeni bir trend olarak sosyal medyanın etkisiyle önemini artırmaktadır (Ateş, 2019: 12). Destinasyonların bir yöreye ait kimliği ortaya koyan kültürel öğeler olarak yöresel ürünlerle desteklenmesi halinde anlam kazanabileceği düşünülmektedir (Arsil vd., 2013; Ballı, 2016).

Turizm bağlamında bir yörede yöre halkının kültürüyle üretimi ve tüketimi yapılan yiyeceklere önemli bir ilgi artışı yaşanmaktadır. Bu kapsamda hazırlanan yöresel yiyecekler, destinasyonlara rekabet avantajı sağlamaktadır (Yaşar, 2009; Irshad, 2010; Demirer, 2010; WTO, 2012; Giampiccoli ve Kalis, 2012; Devci, Türkmen ve Avcıkurt, 2013; Kodaş, 2013; Vu, 2013; Akkuş, 2013; Arslan, Güneren ve Çoban, 2014; Bayrakçı, 2014; Zağralı, 2014; Okech, 2014; Bekar ve Belpınar, 2015; Göller, 2015; Şengel vd., 2015; Büyüksalvarcı, Şapçılar ve Yılmaz, 2016; Simic ve Pap, 2016; Eryılmaz ve Şengül, 2016; Şengül ve Türkay, 2016; Toksöz ve Aras, 2016; Gölgeli, 2016; Dalgıç, Güler ve Birdir, 2016; Ayaz ve Çobanoğlu, 2017; Boesen, Sundbo ve Sundbo, 2017; Du Rand ve Heath, 2017; Eren ve Çelik, 2017; Aydoğdu ve Mızrak, 2017; Kılıç, 2017; Ayaz ve Türkmen, 2018). Özellikle yerel gıda ürünlerinin ekonomik kazanımları çerçevesinde küçük ve orta ölçekli aile çiftlikleri, yerel gıda endüstrileri, yerel dağıtıcılar ve yerel perakendeciler destinasyonların yeni paydaşları haline gelmektedirler (Arsil vd., 2013: 1535). Ancak destinasyonlar için önemli bir rekabet üstünlüğü oluşturan bu yiyeceklerin gıda güvenliği boyutuyla da irdelenmesi gerekmektedir. “İnsanlara içinde buldukları kültürün özüyle yerel yiyecek veya içeceklerin tüketiminin sağlanması ve unutulmaz bir yiyecek veya içecek deneyimi yaşatılması” temasına odaklı olan yiyecek turizminde gıda güvenliği uygulamaları öne çıkartılmalıdır. Özellikle kırsal bölgelerde turizm gelişiminde destekleyici bir güç olan yöresel yiyecekler ve içecekler (Hall ve Sharples, 2003) için bu önemli bir konudur.

Gıda güvenliği güncel bir konu olarak gıda politikalarında, endüstride ve bilimsel araştırmalarda yerini koruyan bir ilgi alanıdır (Grunert, 2005: 369). İnsanın sağlığını gıdalardan kaynaklanabilecek hastalık ve zehirlenmelere karşı korumaya odaklı olan gıda güvenliği, küresel bir sorun olarak en fazla tartışma konusu alanlarından bir tanesini oluşturmaktadır (Aoki, Shen ve Saijo, 2010: 433). Bu anlamda gıda güvenliğine yönelik bilimsel araştırmalar önemli çıktılar olarak görülebilir.

Tüketicilerin yöresel yemek satın alma nedeninin gıda güvenliği algısı üzerine etkisinin var olup olmadığını tespit etmek amacıyla tasarlanan bu araştırmada yöresel bir yemek olan “Mersin Tantunisii” özelinde yerel halkın gıda güvenliği algısını ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Çalışma ile yöresel yiyecek satın alma nedenlerini ortaya çıkarma, yöresel yiyeceklere yönelik gıda güvenliği algısında farkındalık oluşturma ve gıda güvenliği boyutuyla yöresel yiyecek hizmeti sunan işletmelere yol gösterici olmak hedeflenmiştir. Literatürde gıda güvenliğine ilişkin bir çok çalışma (Motarjemi ve Kaferstein, 1999; Kaferstein ve Abdussalam, 1999; Kennedy vd., 2005; Patil, Cates ve Morales, 2005; Baş, Ersun ve Kıvanç, 2006; McMeekin vd., 2006; Byrd-

Bredbenner vd., 2007; Mullan ve Wong, 2010; Mensah ve Julien, 2011; Bucak, 2012; Bekar, 2013; Erdem, 2014; Çiftçi, 2014; Sevim ve Görkem, 2015; Çelen ve Avcıkurt, 2017; Majowicz vd., 2017) ve turizmde yöresel yiyeceklere yönelik araştırmalar (Alonso ve O'neil, 2010; Bell vd., 2011; John ve Brady, 2011; Arsil vd., 2013; Autio vd., 2013; Arsil, Li ve Bruwer, 2014; Alias vd., 2015; Feldman ve Hamm, 2015; Thomas ve McIntosh, 2015; Hempel ve Hamm, 2016; Ayaz ve Türkmen, 2018) bulunmaktadır. Bununla birlikte tüketicilerin yöresel yiyecek satın alma nedeninin/nedenlerinin gıda güvenliği algısı üzerine etkisine yönelik yapılan bir araştırmaya rastlanmamıştır.

“Mersin Tantanisi” özelinde tüketicilerin satın alma nedeninin gıda güvenliği algısına etkisinin test edildiği bu çalışma ile Mersin iline yöresel yiyecekler konusunda destek sağlanması hedeflenmektedir. Tüketiciler perspektifinden yöresel yiyecek satın alma nedeninin gıda güvenliği algısına etkisini belirlemeye odaklanan bu çalışmanın yöresel yiyecek hizmeti veren işletmeler kapsamında bölgesel kalkınmaya katkı sağlaması, yiyecek ve içecek hizmeti sunmakta olan işletmeleri gıda güvenliği ve tüketici beklentileri konusunda bilgilendirmesi ve yerel yönetimler başta olmak üzere ilgili kurum ve kuruluşlara bilimsel destek sağlaması beklenmektedir.

LİTERATÜR İNCELEMESİ

Gıda ürünleri, bireyin beslenmesi başta olmak üzere psikolojik ve sosyolojik nedenlerle yaşam süresi boyunca önemli miktarda satın alma ihtiyacı hissettiği ürünlerdir. Bu ürünler, bireyin birincil satın alma nedeni olarak da düşünülmektedir (Yılmaz, 2008: 34). En basit haliyle yaşamı devam ettirebilmek için vücuda alınması gereken önemli bileşenler (Dölekoğlu ve Yurdakul, 2004; Topuzoğlu vd., 2007; İsmail vd., 2016) olarak gıdalar, son dönemlerde sıkça güvenli gıda (besleyici değerini muhafaza eden, kimyasal, biyolojik ve fiziksel tehlikeler açısından risk taşımayan temiz ve bozulmamış gıdalar) kavramı etrafında şekillenmektedir. Kısaca virüs, bakteri, kimyasal madde ve yabancı maddelerden arındırılmış yiyecekler olarak güvenli gıda kavramı önemini artırmaktadır (Ayaz ve Acar, 2018; Erkmn, 2010). FAO (2006), kullanım amacına göre hazırlandığı ve yenildiği zaman tüketiciye zarar vermeyen yiyecekleri güvenli gıda olarak tanımlamaktadır. Bununla birlikte bu gıdaların üretimden tüketime kadar geçen süre içerisinde kimyasal, fiziksel, duyuşsal ve biyolojik niteliklerini koruyarak sağlıklı ve güvenli bir şekilde tüketiciye sunulan, insan sağlığını korumak için gerekli tüm önlemlerin alınması ise “gıda güvenliği” olarak adlandırılmaktadır (Bruhn ve Schutz, 1998; Taşdan vd., 2014; Ayaz ve Acar, 2018). Sağlığa faydalı ve sağlıklı olmayı sağlayan gıdaların hazırlanması gıda güvenliği kapsamında değerlendirilmektedir (Uzunöz, Büyükbay ve Bal, 2008: 36).

Gıda güvenliği sürecinde tüketime sunulan gıdaların “çiftlikten sofraya” gelene kadar geçirdikleri sağlıklı hammadde temini, gıdaların üretimi, işlenmesi, depolanması, taşınması, dağıtımı ve sunulması aşamalarına yer verilmektedir (Giray ve Soysal, 2007; Özbek ve Fidan, 2010). Her geçen aşamada hammadde kalitesinden, kişisel hijyene, kullanılan temizlik suyunun kalitesine, mutfak ekipmanının temizliğine kadar birçok faktörün etkisine dikkat çekilmektedir (Akbulut, 2010: 2). Gıdalar içerisinde yasadışı katkı maddelerinin kötüye kullanılması önemli bir gıda güvenliği sorunu olarak görülmektedir (Qiang vd., 2011: 252). Ayrıca, gıdaların sağlığı tehlikeye düşürmeyecek şekilde tüketicilere sunulması için gereken her türlü bilimsel, teknolojik ve idari önlemler ile bireylerin eğitimi “gıda hijyeni” kapsamında değerlendirilmektedir (Çetiner, 2010: 31). Gıdaların bozulmaması ve sağlık açısından tehlikeli hale gelmemesi için hijyen ve sanitasyon konuları öne çıkartılmaktadır (Nazlı ve İzgi, 1997: 73).

Gıda maddelerinin satın alımı, depolanması, üretime hazırlanması, pişirilmesi ve servis esnasında mikroorganizmaların bulaşmasını engellemek gıda hijyeninin temel konusudur. Bu sebeple gıda hijyeni, yiyecek maddesinin satın alınmasıyla başlayıp, teslim alınması sürecinde

hijyen açısından kontrollerinin yapılması ve depolanmasındaki süreçleri kapsamaktadır. Ayrıca gıda maddesinin hazırlama, pişirme ve servis sürecinde de mikroorganizmalarla kirlenmesinin önlenmesi esaslarını taşımaktadır (Gündoğan, 2008; Şimşek, 2014). Gıdayı her türlü tehlikeden koruma adına tedarik zincirinde ekipman, çevre, hava, su ve personel hijyenine dikkat çekilmektedir (Marriot ve Grevani, 2006; Djukic vd., 2016).

Artan nüfus ve sosyal ve ekonomik değişimlerin etkisiyle insanların ihtiyaç, zevk ve tüketim alışkanlıkları değişmektedir. Bu süreçte geleneksel ve yöresel gıda ürünleri talebini ve önemini arttırmaktadır (Kadanalı ve Dağdemir, 2016: 9). Farklı toplumsal ve kültürel özelliklere sahip bulunabilen yörelerde yerel mutfak; bir yöreye ait kimliği ve kültürü diğer yörelerden ayıran en temel özellik olarak görülmektedir (Güneş, Ülker ve Karakoç, 2008; Ballı, 2016; Avcıkurt vd., 2017).

Destinasyonlar için yöresel yemekler, ait olduğu toplumun kültürünü ve yaşam biçimini yansıtmasıyla önemli bir çekicilik unsuru olarak kabul edilmekte ve yöre mutfağını diğerlerinden ayıran temel farklılıklara odaklanılmaktadır. Bu farklılıklarda din ve inanışlar, yöreye özgü bitki ve hayvan çeşitliliği ve toplumların ekonomik yapıları öne çıkartılmaktadır (Deveci, Türkmen ve Avcıkurt, 2013: 31). Her yörenin birbirinden farklı sahip olduğu yemek kültürü ve yöresel yiyecek çeşitliliğinin farklı yörelerden gelen kişiler tarafından her zaman merak uyandırıcı ve denenmeye değer olduğu düşünülmektedir (Bekâr ve Belpınar, 2015: 6519). Bir yörede yetiştirilen ürünler ve bölge halkının kültürüyle bir araya getirilerek oluşturulan gelenek haline gelmiş yemekler, o bölgenin geçmişte yaşamış olduğu bir olaya dayandırılmakta ve diğer yemeklerden üstün tutulmaktadır (Hatipoğlu vd., 2013; Erkul vd., 2014; Bianchi ve Mortimer, 2015; Büyüksalvarcı, Şapçılar ve Yılmaz, 2016; Çulha ve Dağkıran, 2016; Gölgeli, 2016). Bir bölgede yetiştirilen ürünlerle hazırlanan, hazırlığı, pişirme tekniği ve sunum şekliyle yöresel yemekler; paylaşılan ortak becerilere dayanma ve üretildikleri yöre ile aralarında güçlü bir bağ oluşturma yönüyle önemli öğeler olarak görülmektedirler (Jones, 2010; Tekelioğlu, 2010; Kelemci Schneider ve Ceritoğlu, 2010; Ran, Heath ve Alberts, 2013; Şengül ve Türkay, 2016). Ayrıca bilgi, beceri, deneyim ve gelenekleri yansıtan spesifik ürünler olarak sosyal eşitliği teşvik, çevresel ve ekonomik faydalarıyla öne çıkartılmaktadırlar (Arsil vd., 2013).

Yöresel yiyecekler, bölge kültürünün içine dâhil olma ve yöre kültürü konusunda bilgi sahibi olabilmenin en önemli araçlarından biridir (Kodaş, 2013; Zağralı ve Akbaba, 2015; Şengül ve Genç, 2016). Özellikle gelişmiş ülkelerde, yöresel yiyecekleri satın almada tüketici talepleri artış göstermekte ve gıda tüketiminde en dinamik sektörlerden biri olarak yöresel yiyecek sektörü dikkat çekilmektedir. Tüketicilerin mevcut küresel gıda sistemindeki olumsuz çevresel etkiler, sürdürülebilirlik, sağlık ve gıda güvenliği kapsamında yöresel yiyeceklere olan ilgisi artmaktadır (Feagan, 2007; Autio vd., 2013; Birch vd., 2018). Gıdaların kökeni ve gıda zincirinin şeffaflığı tüketiciler için öne çıkan bileşenler olmaktadır (Bianchi ve Mortimer, 2015: 2281).

Bir yöreye seyahat gerçekleştiren tüketicilerin yöresel yiyecekler sunan işletmelere giderek o yörenin yiyecek kültürü hakkında bilgi sahibi olma ve yöresel yiyecek deneyimini yerinde gerçekleştirme isteklere ön plana çıkmaya başlamıştır. Özellikle bu durum, seyahat planlarını düzenler hale gelmiştir (Güneş, Ülker ve Karakoç, 2008; Yıldız, 2015; Simic ve Pap, 2016). Bu kapsamda turizm pazarında kendine has spesifik ürünlere sahip olan ve çeşitli tüketici profillerinin beklentilerini karşılayabilen destinasyonlar ön plana çıkmaktadır. Özellikle yerel mutfağını, yöresel yiyecek çeşitliliği ve gastronomik zenginliğini öne çıkaran bölgeler turistler tarafından daha fazla ilgi çekmektedir (Şen ve Aktaş, 2017: 65). Son yıllarda bir destinasyonun sahip olduğu en değerli çekicilik unsurlarının başında yöresel yiyecek kültürü gelmektedir (Zağralı ve Akbaba, 2015). Turizm destinasyonlarında güçlü bölgesel kimlik markası olarak yöresel yiyecekler anılmaktadır (Kodaş, 2013; Zağralı ve Akbaba, 2015; Şengül ve Türkay, 2016). Bu durum sonucunda yöresel yiyecekler, yöre turizminin ve kültürünün ayrılmaz bir parçası

haline gelmektedir (Green ve Dougherty, 2009: 151). Her yöredeki iklim ve coğrafi koşulların el verdiği yöresel yiyecekler yöresel ürünler, çok zengin ve çeşitli alternatifler sunması sebebiyle önemli bir çekicilik unsuru oluşturmaktadır (Serçeoğlu, 2014). Yöresel yiyecekler, yerel geçim kaynaklarını destekleme, bölgesel ekonomiyi güçlendirme, kültürel mirası zenginleştirme ve yerel istihdamı zorunlu kılama özellikleri ile cezbedicidirler (Autio vd., 2013: 564).

Yöresel yiyeceklerin, ürün kalitesi, tüketici sağlığı ve güvenliği, yerel halkın refah düzeyini arttırmak, sosyal eşitliğe teşvik etmek gibi özellikleri tüketicilerin yöresel ürünleri tercih etme isteğini olumlu yönde etkilemektedir (Arsil, Li ve Bruwer, 2014: 108). Tüketiciler yöresel yiyeceklerin geleneksel yiyeceklere nazaran daha lezzetli olduğunu ve bölgesel kalkınma için önemli olması sebebiyle yöresel ürünlerin tüketiminin gerekli olduğunu düşünülmektedir (Autio vd., 2013: 565).

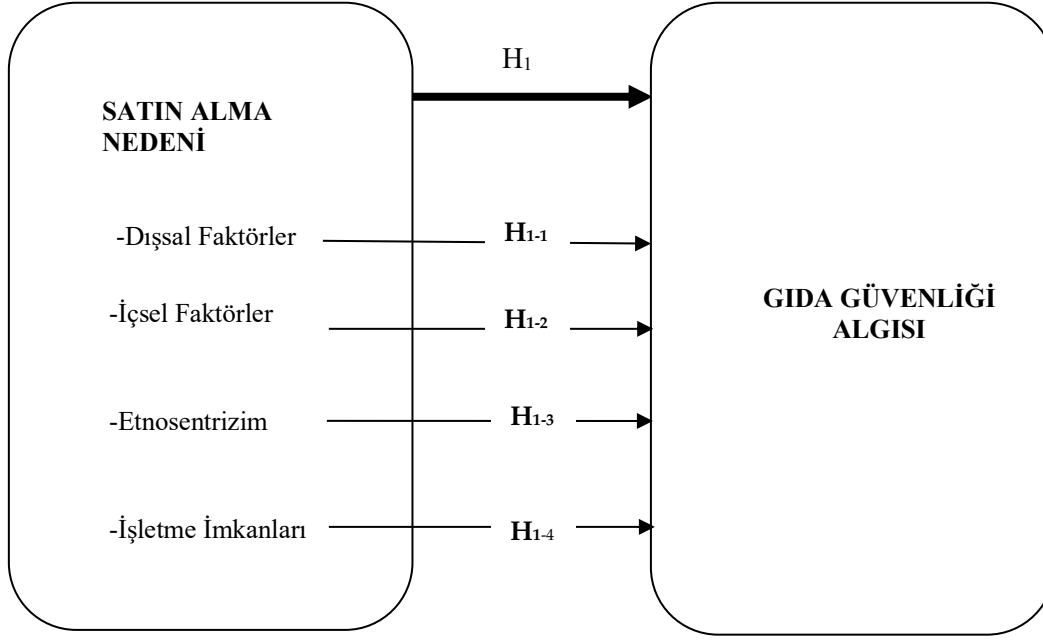
Yiyeceklerin tüketiciler tarafından yalnızca açlık hislerini karşılamak için değil, aynı zamanda satın alınan yiyecekte, atmosferden, işletme imkânlarından, manzaradan ve diğer koşullardan haz almak ve tatmin duygusu yaşamak içinde tüketildikleri düşünülmektedir. Bununla birlikte bu yiyecekleri tercih eden tüketicilerin satın almadan önce özen gösterdiği birtakım faktörler bulunmaktadır. Bu faktörler; yöresel yiyeceğin satın alınmasında önemli olan içsel faktörler (ruh hali, zevk, heyecan, farklı lezzetler), dışsal faktörler (aile ve arkadaşlarla iletişim ve zaman, sosyal çevre, fiyat, hazırlanma süresi), milliyetçilik (yöresel ürün, bölgesel kalkınma, geleneksel kültür, yöresel yiyecek alımı) ve işletme imkanları (hijyen, kalite, çeşitlilik, garnitürler) şeklinde açıklanmaktadır (Arı ve Madran, 2011; Ayaz ve Apak, 2015; Birdir ve Akgöl, 2015; Dalgıç, Güler ve Birdir, 2016; Şengül ve Türkay, 2016).

YÖNTEM

Bir yöreye özgü yetiştirilen veya hazırlanan ürünler olarak bilinen yöresel yiyecekler, bölgesel kültüre özgün pişirme, sunum ve tüketimleriyle son dönemlerde bir çekicilik unsuru olarak kabul edilmektedirler (Büyüksalvarcı, Şapçılar ve Yılmaz, 2016; Zağralı ve Akbaba, 2015). Özellikle bu ürünlerin taze ve lezzetli olması, bilinen üreticiler tarafından üretilmesi veya satılması temel çekicilik unsurlarıdır (Ayaz ve Türkmen, 2018: 23). Bununla birlikte bu temel çekiciliklerin var olduğu şekliyle incelenmesi ve otantikliğini kaybetmeden gelecek kuşaklara taşınması önemli bir gerekliliktir. Bu kapsamda bu çalışma yöresel yiyeceklere yönelik tüketim nedeni ile gıda güvenliği algısı arasındaki ilişkiyi belirlemeye yönelik bir nicel betimsel araştırmadır.

Araştırmanın Problemi ve Hipotezler

Mersin ili ile özdeşleştirilen yöresel yiyecekler arasında yer almakta olan Mersin Tantunisi için tüketicilerin gıda güvenliğine yönelik algılarının ortaya çıkarılmasının amaçlandığı bu araştırmada problem; "Mersin Tantunisi satın alan tüketicilerin gıda güvenliğine ilişkin algı düzeylerinin" belirlenmesi olarak belirlenmiştir. Tüketicilerin yöresel yiyecek satın alma nedeni ve gıda güvenliği algısı arasındaki ilişkinin test edilmesi kapsamında araştırma modeli Şekil 1'de gösterilen biçimde öngörülmüştür.



Şekil 1. Araştırma Modeli

Araştırma modelinde gıda güvenliği algısı bağımlı değişken, yöresel yiyecek satın alma nedeni ve alt faktörleri ise bağımsız değişken(ler) olarak öngörülmüş, araştırmaya yönelik hipotezler aşağıdaki şekilde belirlenmiştir:

H₁: Yöresel yiyeceklerin satın alınma nedeni, gıda güvenliği algısını etkiler.

H₁₋₁: Yöresel yiyeceklerin satın alınmasında dışsal faktörler, gıda güvenliği algısını etkiler.

H₁₋₂: Yöresel yiyeceklerin satın alınmasında içsel faktörler gıda güvenliği algısını etkiler.

H₁₋₃: Yöresel yiyeceklerin satın alınmasında etnosentrizm, gıda güvenliği gıda güvenliği algısını etkiler.

H₁₋₄: Yöresel yiyeceklerin satın alınmasında işletme imkânları, gıda güvenliği algısını etkiler.

Araştırmanın Evreni ve Örneklem

Yöresel yiyeceklere yönelik gıda güvenliği algısının ortaya çıkarılması amacıyla gerçekleştirilen bu araştırma için evren, Mersin ili Merkez ilçesinde ikamet eden yerel halk olarak öngörülmüştür. Bu verilerden hareketle zaman, maliyet ve ulaşılabilirlik unsurları dikkate alınarak örnekleme başvurulmuştur. Türkiye İstatistik Kurumu'nun (TÜİK) 2017 yılında Mersin ilinin toplam nüfusunun 1.793.931 kişi olduğu tespit edilmiştir (biruni.tuik.gov.tr; www.mersin.gov.tr). Bu nüfus kapsamında Sekeran (2003) tarafından geliştirilen evren için uygun örneklem sayısı 384 kişi olarak belirlenmiştir. Ancak araştırma 457 kişi üzerinden yürütülmüştür.

Verilerin Toplanması ve Analizi

Araştırma için kullanılması öngörülen veriler iki aşamalı bir süreçte toplanmıştır. Birinci aşamada literatür incelemesi kapsamında ikincil kaynaklardan yöresel yiyecek satın alma nedeni ve gıda güvenliği yönelik tarama yapılmıştır. İkinci aşamada tüketicilerin yöresel yiyecek satın alma nedeni ve gıda güvenliği algılarını belirlemek amacıyla anket formu tasarlanmıştır.

Araştırmada kullanılan anket formu, Shimp ve Sharma (1987), Kim ve Eves (2012), Ayaz ve Apak (2015), Bianchi ve Mortimer (2015), Choe ve Kim (2018) ile Ayaz ve Acar (2018) tarafından daha önce yapılmış olan çalışmalardan uyarlanarak hazırlanmıştır. Araştırma verileri 23 Şubat 2017-23 Mart 2017 tarihleri arasında toplam 457 tüketici ile yüz yüze görüşme tekniği ve kolayda örneklem yöntemi kullanılarak elde edilmiştir. Anket verilerinin analizinde yüzde ve frekans analizi, aritmetik ortalama, standart sapma ve regresyon analizi kullanılmıştır.

BULGULAR

Araştırma verilerinin analizi kapsamında ilk olarak yöresel yiyecek satın alan tüketicilerin demografik ve diğer özellikler açısından tanımlayıcı bilgiler yüzde ve frekans analizi kapsamında sıralanmış ve Tablo 1'de gösterilen biçimde tespit edilmiştir.

Tablo 1. Katılımcılara İlişkin Tanımlayıcı Bilgiler (n=457)

Değişken	f	%	Değişken	f	%
Cinsiyet			Yaş		
Erkek	271	59,3	18-25 Yaş	49	10,7
Kadın	186	40,7	26-33 Yaş	175	38,3
Medeni Durum			34-41 Yaş	144	31,5
Evli	253	55,4	42-49 Yaş	48	10,5
Bekâr	204	44,6	50 ve üzeri	41	9,0
Eğitim Durumu			Meslek		
İlköğretim	64	14,0	İşçi	85	18,6
Ortaöğretim	61	13,3	Memur	95	20,8
Önlisans	112	24,5	Esnaf	96	21,0
Lisans	220	48,1	Serbest Meslek	57	12,5
Aylık Gelir Durumu			Ev Kadını	42	9,2
1000 TL ve altı	21	4,6	Emekli	37	8,1
1001-2000 TL	46	10,1	Öğrenci	45	9,8
2001-3000 TL	224	49,0	Gıda Güvenliği Bilgi Düzeyi		
3001-4000 TL	141	30,9	Gıda güvenliğine yönelik kurslar ve dersler aldım	264	57,8
5000 TL ve üzeri	25	5,5	Hiçbir bilgim yok	193	42,2
Mersin'de Yaşam Süresi			Aylık Tantuni Tüketme Sıklığı		
1 yıl ve altı	42	9,2	1 kez	36	7,9
2-5 yıl	137	30,0	2 kez	56	12,3
6-10 yıl	71	15,5	3 kez	66	14,4
10 yıl ve üzeri	207	45,3	4 kez	80	17,5
			5 kez ve üzeri	219	47,9

Mersin Tantunisi satın alan tüketicilerin demografik özelliklerinde cinsiyet durumu açısından erkekler (%59,3), medeni durum bakımından evli tüketiciler (%55,4), yaş açısından 26-33 yaş (%38,3), eğitim durumunda lisans mezunları (%48,1), meslek bakımından esnaflar (%21) ve aylık gelir durumu açısından 2001-3000 TL gelir grubuna sahip tüketiciler (%49), öne çıkmıştır. Diğer özelliklerde ise gıda güvenliği bilgi düzeyi bakımından gıda güvenliğine yönelik kurslar ve dersler aldım cevabını verenler (%57,8), Mersin'de yaşam süresi yönünden 10 yıl ve üzeri Mersin'de yaşayanlar (%45,3) ve ayda 5 kez ve üzeri Mersin Tantunisi tüketirim cevabını veren katılımcılar (%47,9) önde oldukları tespit edilmiştir.

Araştırma verilerinin analizi kapsamında ikinci olarak tüketicilerin yöresel yiyecek satın alma nedeninin belirlenmesine yönelik faktör analizi (Tablo 2) öngörülmüştür.

Tablo 2. Yöresel Yiyecek Satın Alma Nedenine İlişkin Faktör ve Güvenirlilik Analizi

Faktör	\bar{x}	σ	Faktör Yüklü	α	Varyans Açıklama (%)	
Dışsal Faktörler	3,56	0,98				
Tantuni yemek aile ve arkadaşlarıyla eğlenceli vakit geçirmemde önemli bir etkidir.	3,60	1,17	0,859	0,808	21,529	
Tantuni yemek aile ve arkadaşlarıyla ilişkileri kuvvetlendirmemde önemli bir etkidir.	3,57	1,17	0,850	0,795		
Tantuninin sunumu tercihimde önemli etkidir.	3,50	1,15	0,837	0,782		
Tantuninin hızlı hazırlanması tercihimde önemli etkidir.	3,42	1,21	0,830	0,775		
Tantuni yemek, öz çekim için bir fırsattır.	3,64	1,16	0,824	0,760		
Tantuninin hijyenik olarak hazırlanması tercihimde önemli etkidir.	3,66	1,18	0,814	0,760		
Tantuninin fiyatının uygun olması tercihimde önemli etkidir.	3,50	1,18	0,807	0,753		
Çevremdeki insanların tantuni yemeleri tercihimde önemli etkidir.	3,84	1,29	0,789	0,730		
İçsel Faktörler	2,72	0,96				
Tantuni yemek, ruh halimi olumlu etkiler.	2,58	1,23	0,865	0,790	14,659	
Tantuni yemek, bana zevk verir.	2,47	1,17	0,834	0,749		
Tantuni yemek, sağlıklı beslenmektir.	2,78	1,22	0,822	0,727		
Tantuni yemek, beni heyecanlandırır.	2,98	1,27	0,767	0,651		
Tantuni yemek, farklı lezzetleri tatmaktır.	2,83	1,26	0,700	0,584		
Tantuni yemek, beni mutlu eder.	2,70	1,17	0,692	0,586		
Etnosentrizm (Milliyetçilik)	3,36	0,88				
Yerel olarak üretilen tantuniyi tatma konusunda şanslı bir yörede olduğumu düşünmekteyim.	3,18	1,11	0,823	0,702		16,909
Tantunin şehrimizi ziyaret eden misafirler için tadılması gereken önemli bir lezzet olduğunu düşünmekteyim.	3,19	1,12	0,814	0,727		
Tantuninin yerel bir yiyecek olarak şehrimin ekonomisini desteklediğini düşünmekteyim.	3,52	1,07	0,800	0,724		
Tantuni gibi yerel ürünleri satın almanın geleneksel kültürümüzün korunmasına katkı sağladığını düşünmekteyim.	3,41	1,08	0,796	0,701		
Tantuni gibi yerel yiyeceklerin satın almanın önemli olduğunu düşünmekteyim.	3,38	1,08	0,786	0,742		
İnsanların fast-food gibi ithal yiyecekler yerine tantuni gibi yerel yiyecekleri satın alması gerektiğini düşünmekteyim.	3,32	1,14	0,778	0,733		
Tantuninin yöresel yiyecek kültürümüzün tanıtımına katkı sağladığını düşünmekteyim.	3,55	1,13	0,778	0,699		
İşletme İmkânları	3,36	0,79				
Tantuniyi garnitürü bol olarak sunan işletmelerde yerim.	3,36	1,11	0,776	0,677	10,611	
Tantuniyi hijyenik olduğunu düşündüğüm işletmelerde yerim.	3,26	1,08	0,773	0,654		
Tantuniyi kalabalık olmayan işletmelerde yerim.	3,50	1,03	0,748	0,617		
Tantuniyi kaliteli malzeme kullandığını düşündüğüm işletmelerde yerim.	3,34	1,03	0,712	0,586		
Tantuniyi fiyatının uygun olduğunu düşündüğüm işletmelerde yerim.	3,33	1,06	0,710	0,551		
Tantuniyi gürültü olmayan işletmelerde yerim.	3,35	1,05	0,704	0,579		
Toplam Cronbach Alpha/Varyans Açıklama (%)				0,83	63,709	

KMO Örneklem Ölçüm Yeterliği: 0,88

Barlett's Anlamlılık Testi (Chi-Square / df / Sig) : 7112,156/ 351 / 0,000

Tablo 2’de görüldüğü üzere tüketicilerin yöresel yiyecek satın alma nedenine yönelik faktör analizi sonucunda dört boyut (dışsal faktörler, içsel faktörler, etnosentrizm (milliyetçilik), işletme imkânları) ortaya çıkmıştır. Bu boyutlara ilişkin 27 önerme için KMO Örneklem Ölçüm Değer Yeterliliği katsayısı 0,88, Bartlett's Kürsellik Testi anlamlılık düzeyi; $p=0,000$, varyans açıklama oranı; 63,70 ve toplam güvenilirlik kat sayısı; 0,83 olarak belirlenmiştir

Araştırma verilerin analizi kapsamında üçüncü olarak tüketicilerin yöresel yiyeceklere yönelik gıda güvenliği algısının belirlenmesine yönelik olarak faktör analizi Tablo 3’te gösterilen biçimde sıralanmıştır.

Tablo 3. Yöresel Yiyecek Gıda Güvenliği Algısına İlişkin Faktör Analizi

Faktör	\bar{x}	σ	Faktör Yüğü	α	Varyans Açıklama (%)
Kişisel Hijyen	3,22	0,91			
Personelin yere düşen bir şeyi aldıktan sonra ellerini yıkayıp, yıkamadığına dikkat ederim.	3,26	1,14	0,792	0,791	34,764
Personel evcil hayvan (kedi, köpek, kuş vb.) sevdikten sonra ellerini yıkayıp, yıkamadığına dikkat ederim.	3,22	1,17	0,773	0,780	
Personelin tek kullanımlık eldiven giyip, giymediğine dikkat ederim.	3,13	1,16	0,765	0,752	
Personelin çalışırken ellerini üniformaya silip, silmediğine dikkat ederim.	3,26	1,15	0,763	0,754	
Personelin çalışma esnasında bir şeyler yiyip, içmediğine dikkat ederim.	3,23	1,17	0,760	0,741	
Personelin çöpe dokunduktan sonra ellerini yıkayıp, yıkamadığına dikkat ederim.	3,30	1,14	0,753	0,737	
Personelin hazırlık öncesi ellerini yıkayıp, yıkamadığına dikkat ederim.	3,19	1,13	0,708	0,706	
Personelin iş kıyafetlerinin temiz olup olmadığına dikkat ederim.	3,19	1,04	0,635	0,633	
Çapraz Bulaşma	2,98	1,02			
Personelin paraya dokunduktan sonra ellerini yıkayıp, yıkamadığına dikkat ederim.	2,92	1,25	0,834	0,812	13,659
Personelin sigara içip, içmediğine dikkat ederim.	3,03	1,21	0,825	0,818	
Personelin vücudunun herhangi bir yerine dokunduktan sonra ellerini yıkayıp, yıkamadığına dikkat ederim.	2,84	1,21	0,812	0,762	
Personelin hapşırma veya öksürmeden sonra ellerini yıkayıp, yıkamadığına dikkat ederim.	3,03	1,24	0,806	0,815	
Personelin saçlarıyla oynadıktan sonra ellerini yıkayıp, yıkamadığına dikkat ederim.	3,14	1,14	0,729	0,713	

Personel masaları temizledikten sonra ellerini yıkayıp, yıkamadığına dikkat ederim.	2,93	1,19	0,698	0,705	
Temizlik ve Hijyen	3,37	0,90			
Aynı kurulama bezi ile birçok farklı malzemenin (bardak, tabak vb.) silinip, silinmediğine dikkat ederim.	3,46	1,10	0,758	0,652	
Tabak veya bardakların parmaklar içine girecek taşınıp, taşınmadığına dikkat ederim.	3,33	1,10	0,748	0,742	
Personelin aynı kesim tahtasının birçok kesim işinde kullanıp, kullanmadığına dikkat ederim.	3,43	1,09	0,738	0,664	
Herhangi bir nedenle yere düşen malzemelerin (çatal, kaşık, bıçak vb.) temizlenmeden yerine geri konulup, konulmadığına dikkat ederim.	3,34	1,13	0,734	0,692	
Personelin aynı bıçağı birçok kesim işinde kullanıp, kullanmadığına dikkat ederim.	3,37	1,18	0,711	0,661	7,411
Kaşık, çatal ve bıçakların hijyenik olmayan biçimde tutularak masaya bırakılıp, bırakılmadığına dikkat ederim.	3,26	1,23	0,695	0,684	
Pişirme ve Koruma	3,75	0,96			
Et ve et ürünlerinin tam olarak pişirilip, pişirilmediğine dikkat ederim.	3,74	1,21	0,859	0,769	
Dondurulmuş gıdaların tezgâh üzerinde çözdürülüp, çözdürülmediğine dikkat ederim.	3,82	1,20	0,832	0,732	
Pişmiş yiyeceklerin buzdolabı dışında sıcak olarak tutulup, tutulmadığına dikkat ederim.	3,51	1,23	0,829	0,680	6,537
Pişmiş yiyeceklerin buzdolabında korunup, korunmadığına dikkat ederim.	3,78	1,19	0,762	0,657	
Tantuni malzemelerinin zemine temas edecek şekilde bekletilip, bekletilmediğine dikkat ederim.	3,92	1,17	0,657	0,584	
Personel Sağlığı	3,59	1,16			
Herhangi bir parmak kesikliğine uğramış personelin gıda hizmetlerinde çalışıp, çalışmadığına dikkat ederim.	3,55	1,24	0,911	0,756	5,660
Soğuk algınlığı bulunan personelin gıda hizmetlerinde çalışıp, çalışmadığına dikkat ederim.	3,63	1,23	0,898	0,756	
Toplam Cronbach Alpha/Varyans Açıklama (%)				0,91	68,031

KMO Örneklem Ölçüm Değer Yeterliliği: 0,91

Bartlett's Kürsellik Testi (Chi-Square / df / Sig): 7754,966/ 351 / 0,000

Tüketicilerin yöresel yiyeceklere yönelik gıda güvenliği algısında; kişisel hijyen, çapraz bulaşma, temizlik ve hijyen, pişirme ve koruma, personel sağlığı olmak üzere beş boyuta ulaşılmıştır. Tablo 3'te görüldüğü üzere yöresel yiyeceklere yönelik gıda güvenliği algısına ilişkin faktör analizi için

27 ifadeye ait beş faktörün KMO katsayısı 0,91, Bartlett Sphericity testi anlamlılık düzeyi; $p=0,000$, varyans açıklama oranı; 68,03 ve toplam güvenilirlik kat sayısı; 0,91 olarak belirlenmiştir.

Tüketicilerin yöresel yiyecek satın alma nedeninin gıda güvenliği algısına yönelik etkisinin olup olmadığının test edilmesi ve araştırma hipotezlerinin değerlendirilmesi kapsamında son olarak veriler için Basit ve Çoklu Regresyon Analizi öngörülmüştür. Tüketicilerin yöresel yiyecekleri satın alma nedeninin gıda güvenliği algısına etkisinin bulunup bulunmadığının ortaya çıkarılması kapsamında basit doğrusal regresyon analizi sonuçları Tablo 4'te gösterilen biçimde tespit edilmiştir.

Tablo 4. Yöresel Yiyecek Satın Alma Nedeniyle Gıda Güvenliği Algısı Üzerine Olan Etkisine Yönelik Basit Doğrusal Regresyon Analizi

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	Sabit	(β)	t	p	F	R ²
Gıda Güvenliği Algısı	Satın Alma Nedeni	1,365	0,482	11,721	0,000*	137,376	0,232

*($p<0,05$)

Tablo 4'te görüldüğü üzere tüketicilerin yöresel yiyecek satın alma nedeninin ($\beta=0,482$ ve $p=0,000$; $p<0,05$) anlamlılık düzeyinde olmak üzere gıda güvenliği algısını olumlu şekilde etkilemektedir. Bununla birlikte regresyon modeline ait 137,376 (F) ve 0,23 (R²) değerlerine bakıldığında modelin 0,05 anlamlılık düzeyinde olduğu ve tüketicilerin yöresel yiyecek satın alma nedeninin gıda güvenliği algısını %23 oranında açıkladığı görülmektedir. Bu sonuç neticesinde araştırmada ana hipotez olan H₁ hipotezi (yöresel yiyeceklerin satın alınma nedeni, gıda güvenliği algısını etkiler) kabul edilmiştir.

Tüketicilerin yöresel yiyecek satın alma nedeni alt boyutlarının gıda güvenliği algısına bir etkisinin bulunup, bulunmadığının belirlenmesi ve öngörülen alt hipotezlerin test edilmesi bağlamında çoklu regresyon analizi yapılmış ve Tablo 5'deki sonuçlara ulaşılmıştır:

Tablo 5. Yöresel Yiyecek Satın Alma Nedenine İlişkin Boyutların Gıda Güvenliği Algısına Olan Etkisine Yönelik Çoklu Regresyon Analizi

Bağımsız Değişkenler	Bağımlı Değişkenler	(β)	t	p	F	R ²
Sabit	Gıda Güvenliği Algısı	1,205	8,997	0,000	149,191	0,569
Dışsal Faktörler		0,368	11,799	0,000		
İçsel Faktörler		-0,059	-1,870	0,062		
Etnosentrizm		0,611	19,527	0,000		
İşletme İmkânları		-0,003	-0,087	0,931		
R=0,754; R ² =0,569; Düzeltilmiş R ² =0,565; F=149,191; p=0,000						

*($p<0,001$)

Tablo 5'te görüldüğü üzere tüketicilerin yöresel yiyecek satın alma nedenlerini oluşturan alt boyutların gıda güvenliği algısı üzerindeki etkisini belirlemek üzere yapılan çoklu regresyon analizi istatistiksel olarak anlamlı (F=149,191; $p=0,000$) olup, yöresel yiyecek satın alma alt boyutlarının, gıda güvenliği algısı açıklama oranı %56,5'dir (Düzeltilmiş R²=0,565).

Standardize edilmiş regresyon katsayıları ve regresyon katsayılarını anlamlılığına ilişkin t-testi sonuçları incelendiğinde, dışsal faktörler ($\beta=0,368$, $p=0,000$) ve etnosentrizm ($\beta=0,611$, $p=0,000$) boyutlarının gıda güvenliği algısı üzerinde anlamlı ve pozitif etkileri kapsamında araştırmada test edilmesi öngörülen ilgili hipotezlerden H₁₋₁ Yöresel yiyeceklerin satın alınmasında dışsal faktörler, gıda güvenliği algısını etkiler) ve H₁₋₃ (yöresel yiyeceklerin satın alınmasında etnosentrizm, gıda güvenliği gıda güvenliği algısını etkiler), bu araştırma kabul edilmiştir.

İçsel faktörler ($\beta=-0,059$, $p=0,062$) ve işletme imkânları ($\beta=-0,003$, $p=0,931$) alt boyutları ile gıda güvenliği algısı arasında anlamlı bir ilişki tespit edilemediği için H_{1-2} (yöresel yiyeceklerin satın alınmasında dışsal faktörler, gıda güvenliği algısını etkiler) ve H_{1-4} (yöresel yiyeceklerin satın alınmasında işletme imkânları, gıda güvenliği algısını etkiler) hipotezleri bu araştırma için kabul edilmemiştir.

TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER

Gıda tüketimine yönelik küresel eğilim ve tahminler önemli bir inceleme konusu olup diyet modellerinde ortaya çıkan büyük değişimler, sosyo-demografik faktörlerdeki farklılıklar, serbest ticaret politikaları ve artan hastalıklar (obezite, kalp-damar hastalıkları, kanserler) gıdalara yönelik sürdürülebilir politikaların geliştirilmesini zorunlu kılan unsurlar olarak ön plana çıkar hale gelmiştir (Kearney, 2010). Bu anlamda insanların yaşamsal faaliyetlerini devam ettirebilmesi için fiziksel, kimyasal ve biyolojik tehlikeler bakımından risk unsuru taşımayan güvenli gıdalara erişimi önemli bir gerekliliktir. Bu süreçte tarihi bir geçmişe sahip olan ve varlıklarını belirli bir yörede sürdüren bir kültürün önemli bir parçasını oluşturan yöresel yiyecekler, güvenli gıda kapsamında görülmekte ve özellikle gelişmiş ülkelerde gıda tüketiminde payını artırmaktadır. Tüketicilerin yöresel yiyecek tercihlerinde tazelik, lezzet ve yöresel kültürü daha yakından tanıma öğeleri öne çıkartılmaktadır (Arsil vd., 2013; Avcıkurt vd., 2017; Güneş, Ülker ve Karakoç, 2008; Jones, 2010).

Yöresel yiyecek olarak yemekler son dönemlerde turistler için tetikleyici bir motivasyon kaynağına dönüşmüştür. Turistlerin yerel yemek tüketimindeki motivasyon faktörleri; sağlık, öğrenme düzeyi, prestij, heyecan verici deneyim, duyuşal tatmin, özgün deneyim, rutinden uzaklaşma, fiziksel çevre ve birliktelik olarak şekillenmiştir. Bununla birlikte halen yiyecek ve içecek hizmeti veren işletmelerin gıda güvenliği bileşenlerine yeterli önemi vermemesi ve gıdalarını uygun olmayan koşullarda hazırlanıp satışa sunulması yöresel yemeklerin kalitesini azaltan sebepler arasında gösterilmektedir (Semerci ve Akbaba, 2018). Ayrıca yöresel yiyeceklerin fiyatlandırması, pazarlanmasında güven eksikliği, yanlış algılamalar (organiklik, hijyeniklik) ve ticari rekabet yönüyle halen tartışılan bir konu olduğuna vurgu yapılmaktadır (Ateş, 2019).

Araştırma kapsamında görülmüştür ki Mersin Tantunisi satın alan tüketicilerin demografik özelliklerinde cinsiyet durumu açısından erkekler (%59,3), medeni durum bakımından evliler (%55,4), yaş açısından 26-33 yaş (%38,3), eğitim durumu yönünden lisans mezunları (%48,1), meslek bakımından esnaf (%21) ve aylık gelir durumu açısından 2001-3000 TL gelir grubu (%49) tüketicileri öne çıkmıştır. Diğer özelliklerde ise gıda güvenliği bilgi düzeyi bakımından gıda güvenliğine yönelik kurslar ve dersler aldım cevabını verenler (%57,8), Mersin’de yaşam süresi yönünden 10 yıl ve üzeri Mersin’de yaşıyor cevabını verenler (%45,3) ve ayda 5 kez ve üzeri tantuni yerim cevabını veren katılımcıların (%47,9) yer aldığı tespit edilmiştir.

Tüketicilerin yöresel bir yemek olarak “Mersin Tantunisi” satın almasında; *dışsal faktörler* (eğlenceli vakit geçirme, aile ve arkadaşlarıyla ilişkileri kuvvetlendirme, tantuninin sunumu, hızlı hazırlanması, öz çekim fırsatı sunması, hijyenik olarak hazırlanması, fiyatının uygun olması, çevredeki insanların tantuni yemeleri), *etnosentrizm* (şanslı bir yörede olma, şehrimizi ziyaret eden misafirler için önemli bir lezzet, şehir ekonomisini destekleme, geleneksel kültürümüzü korumaya katkı, yerel yiyeceklerin satın alma önemli, ithal yiyecekler yerine tantuni gibi yerel yiyecekler satın alma, yöresel kültürü tanıtmada katkı), *işletme imkânları* (garnitürü bol olarak sunma, hijyenik olma, kalabalık olmama, kaliteli malzeme kullanma uygun fiyat, gürültü olmayan işletmeler) ve *içsel faktörler* (ruh halini olumlu etkileme, zevk, sağlıklı beslenme, heyecan, farklı lezzetleri tatma, mutluluk) sırasında olmak üzere dört satın alma nedenine ulaşılmıştır.

Tüketicilerin “Mersin Tantunisi’ne yönelik gıda güvenliği algısı pişirme ve koruma (tam olarak pişirme, tezgâh üzerinde çözdürme, sıcak tutma, buzdolabında koruma, malzemeleri zemine temas edecek şekilde bekletme), personel sağlığı (kesik parmakla çalışma, soğuk algınlığı bulunan personelin çalışması), kişisel hijyen (yere düşen bir şeyi aldıktan sonra el yıkama, evcil hayvan sevdikten sonra el yıkama, tek kullanımlık eldiven giyme, çalışırken ellerini üniformaya silme, çalışma esnasında bir şeyler yeme-içme, çöpe dokunduktan sonra el yıkama, tantuni hazırlığı öncesi el yıkama temiz kıyafetle çalışma), temizlik ve hijyen (aynı kurulama bezi ile birçok farklı malzemenin temizliğinde kullanma, tabak veya bardakların parmaklar içine girecek şekilde taşıma, aynı kesim tahtasının birçok kesim içinde kullanma yere düşen malzemeleri temizlenmeden yerine geri koyma, aynı bıçağı birçok kesim içinde kullanma, kaşık, çatal ve bıçakların hijyenik olmayan biçimde taşıma) ve çapraz bulaşma (paraya dokunduktan sonra el yıkama, sigara içme, vücudunun herhangi bir yerine dokunduktan sonra el yıkama, hapşırma veya öksürmeden sonra el yıkama, saçlarla oynadıktan sonra el yıkama, masaları temizledikten sonra el yıkama) sırasında şekillendiği tespit edilmiştir.

Tüketicilerin yöresel bir yemek olarak “Mersin Tantunisi” satın alma nedeni ile gıda güvenliği algısı arasında orta düzeyde olmak üzere pozitif yönlü anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Bununla birlikte bu ilişkinin dışsal faktörler ve etnosentrizm boyutlarında gıda güvenliği algısını etkilediği görülmüştür. Dışsal faktörlerde tantuninin sunumu, hijyenik olarak hazırlanması ve diğer insanların tantuni tüketmeleri; etnosentrizmde ise geleneksel kültürün korunması gıda güvenliğinde öne çıktığı saptanmıştır.

Bu sonuçlar çerçevesinde Mersin ili ile özdeşleşen bir yöresel yemek olan “Mersin Tantunisi” özelinde üretim ve sunum yapan işletmeler için şu öneriler sıralanabilir:

-İşletmeler müşteri beklentileri hakkında bilgilendirilebilir. Bu süreçte yerel yönetimler (valilik, kaymakamlık, belediye) işletmelerde eğitim çalışmalarını düzenleyebilir.

-İşletmeler için yöresel yiyeceklerin hazırlanması ve sunumuna özgü standartlar oluşturulmalı ve yöresel yiyeceğin marka değerinin korunması adına işletmeler, bu standartlar çerçevesinde denetlenebilir.

--Bir yöresel yiyecek olarak Mersin Tantunisi, yerel kültürün korunması adına otantik ortamlarda sunulabilir.

-Tüketicilerin yöresel yiyeceklere yönelik algıları farklı zamanlarda ölçülebilir ve sonuçları işletmelerle paylaşılabilir.

-İşletmelerde Mersin Tantunisi hazırlanmasına yönelik bilgilendirme panoları asılabilir.

-Mersin Tantunisi’ne özgü yarışma ve festivaller şeklinde yurtiçi ve yurtdışında faaliyetler organize edilebilir.

Bu araştırmada Mersin Tantunisi özelinde tüketicilerin satın alma nedeni ve gıda güvenliği algısına yönelik bir bakış açısı oluşturulmuştur. Türkiye’nin farklı destinasyonlarda bulunan yöresel yemeklere yönelik sonraki araştırmalarda bu çalışmadaki ölçekler kullanılarak farklı öngörüler geliştirilebilir. Tüketicilerin satın alma nedeni yönüyle ele alınan yöresel yemeklere yönelik gıda güvenliği algısı; memnuniyet, beklenti ve sadakat yönleriyle de incelenebilir.

KAYNAKÇA

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.

Akkuş, G. (2013). Yemek Turizmine Katılma Niyeti: Planlı Davranış Teorisi Çerçevesinde Bir İnceleme. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri.

Alias, A., Aziz, A., Abdul Karim, M. S. and Isa, S. S. (2015). Adventure and Ecotourism in Malaysia. Chapter: 3 (Local food consumption at ecotourism destination), Faculty of Forestry, Malaysia.

Alonso, A. D. and O'neill, M. (2010). Small hospitality enterprises and local produce: a case study. *British Food Journal*, 112(11), 1175-1189.

Aoki, K., Shen, J. and Saijo, T. (2010). Consumer reaction to information on food additives: Evidence from an eating experiment and a field survey. *Journal of Economic Behavior and Organization*, 73(3), 433-438.

Arı, E. M. ve Madran, C. (2011). Satın alma kararlarında tüketici etnosentrizmi ve menşe ülke etkisinin rolü. *Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Hakemli Öneri Dergisi*, 9(35), 15-33.

Arsil, P., Li, B., Bruwer, J. and Lyons, G. (2013). Exploring consumer motivations towards buying local fresh food products. *British Food Journal*, 116(10), 1533-1549.

Arsil, P., Li, E. and Bruwer, J. (2014). Perspectives on consumer perceptions of local foods: a view from Indonesia. *Journal of International Food & Agribusiness Marketing*, 26(2), 107-124.

Arslan, Z., Güneren, E. ve Çoban, G. (2014). Destinasyon markalaşma sürecinde yöresel mutfağın rolü: Nevşehir örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(4), 3-13.

Ateş, M. A. (2019). Perakendeci ve Ziyaretçilerin Yöresel Yiyecek Algısı: Kayseri İli Örneği. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Karabük.

Autio, M., Collins, R., Wahlen, S. and Anttila, M. (2013). Consuming nostalgia? The appreciation of authenticity in local food production. *International Journal of Consumer Studies*, 37(5), 564-568.

Avcıkurt, C., Bozok, D., Doğdubay, M., Sarioğlan, M. ve Girgin, G. K. (2017). *Gastronomi Üzerine Araştırmalar*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Ayaz, N. ve Acar, A. (2018). *Turizm İşgörenleri İçin Gıda Güvenliği El Kitabı*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Ayaz, N. ve Apak, Ö. C. (2015). Kolayda gıda ürünlerini satın alma davranışı üzerine bir araştırma: bardak mısır örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(3), 116-124.

Ayaz, N. ve Çobanoğlu, S. (2017). Ev kadınlarının turizm amaçlı yöresel yemek üretimine bakış açıları: Bartın ili örneği. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, 7(1), 413-427.

Ayaz, N. ve Türkmen, B. M. (2018). Yöresel yiyecekleri konu alan lisansüstü tezlerin Bibliyometrik analizi. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 2(1), 22-38.

Aydoğdu, A. ve Mızrak, M. (2017). Yöresel yemeklerin sürdürülebilirliğinde standart reçetelendirmenin önemi: Kastamonu mutfağı örneği. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(20), 366-394.

Ballı, E. (2016). Gastronomi turizmi açısından Adana sokak lezzetleri. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(Özel Sayı 1), 3-17.

Baş, M., Ersun, A. Ş. and Kıvanç, G. (2006). Th evaluation of food hygiene knowledge, attitudes, and practices of food handlers' in food business in Turkey. *Food Control*, 17, 317-322.

- Bayrakçı, S. (2014). Yerel Yemek Tüketim Motivasyonlarının Turistlerin Tekrar Ziyaret Niyetlerine Etkisi: Gaziantep'i Ziyaret Eden Yerli Turistler Üzerine Bir Araştırma. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.
- Bekar, A. (2013). Tüketicilerin gıda güvenliğine yönelik tutumları. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Tarım Bilimleri Dergisi*, 23(2), 90-101.
- Bekar, A. ve Belpınar, A. (2015). Turistlerin gastronomi turizmine ilişkin görüşlerinin milliyetlerine göre değerlendirilmesi. *Journal of Yaşar University*, 10(38), 6519-6530.
- Bell, B., Adhikari, K., Chambers IV, E., Cherdchu, P. and Suwonsichon, T. (2011). Ethnic food awareness and perceptions of consumers in Thailand and the United States. *Nutrition & Food Science*, 41(4), 268-277.
- Bianchi, C. and Mortimer, G. (2015). Drivers of local food consumption: a comparative study. *British Food Journal*, 117(9), 2282-2299.
- Birch, D., Memery, J. and Kanakarathne, M.S. (2018). The mindful consumer: Balancing egoistic and altruistic motivations to purchase local food. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 40, 221-228.
- Birdir, K. ve Akgöl, Y. (2015). Gastronomi turizmi ve Türkiye'yi ziyaret eden yabancı turistlerin gastronomi deneyimlerinin değerlendirilmesi. *İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi*, 3(2), 57-68.
- Boesen, M., Sundbo, D. and Sundbo, J. (2016). Local food and tourism: an entrepreneurial network approach. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 17(1), 76-91.
- Bruhn, C. and Schutz, H. G. (1998). Consumer food safety knowledge and practices. *Journal of Food Safety*, 19(1), 73-87.
- Byrd-Bredbenner, C., Maurer, J., Wheatley, V., Cottone, E. and Clancy, M. (2007). Observed food safety behaviors of young adults. *British Food Journal*, 109(7), 519-530.
- Bucak, T. (2012). Yiyecek İçecek İşletmelerinde ISO 22000 Gıda Güvenliği Yönetim Sisteminin Uygulanabilirliği: İzmir İli Örneği. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Büyükşalvarcı, A., Şapçılar, M. C. ve Yılmaz, G. (2016). Yöresel yemeklerin turizm işletmelerinde kullanılma durumu: Konya örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(4), 165-181.
- Choe, J. Y. and Kim, S. (2018). Effects of tourist' local food consumption value on attitude, food destination image, and behavioral intention. *International Journal of Hospitality Management*, 71, 1-10.
- Çelen, O. ve Avcıkurt, C. (2017). Döner ve kebabçılarının yiyecek-içecek hijyenine yönelik bilgi düzeyi: Ankara ilinde bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(3), 303-323.
- Çetiner, H. (2010). Yiyecek-İçecek İşletmelerinde Hijyeni, Sanitasyon ve Personelin Hijyen Kurallarına İlişkin Davranışlarında Eğitim Faktörü. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Çiftçi, B. (2014). 5 Yıldızlı Otellerde Aşçılık Eğitimi Alan ve Almayan Yönetici Pozisyonundaki Mutfak Personelinin Gıda Güvenliği Konusundaki Bilgi ve Uygulamaları. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Çulha, O. ve Dağkırın, S. (2016). Restoran işletmelerinde üst düzey çalışanlar açısından yöresel yiyecekler: Fayda, engeller ve satın alma ölçütleri. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 27(2), 195-212.

- Dalgıç, A., Güler, O. ve Birdir, K. (2016). Tripadvisor.com’da yer alan restoran şikayetlerinin analizi: Mersin ve Hatay’da yöresel yiyecek sunan restoranlara yönelik bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(Özel Sayı 1), 153-173.
- Demirer, H. R. (2010). Yöresel Ürün ve Coğrafi İşaretler: Fransa ve Türkiye Üzerine Bir İnceleme. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Deveci, B., Türkmen, S. ve Avcıkurt, C. (2013). Kırsal turizm ile gastronomi turizmi ilişkisi: Bigadiç örneği. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 3(2). 29-34.
- Djukic, D., Moracanin, S. V., Milijasevic, M., Babic, J., Memisi, N. and Mandic, L. (2016). Food safety and food sanitation. *Journal of Hygienic Engineering and Design*, 14, 25-31.
- Dölekoğlu, C. Ö. ve Yurdakul, O. (2004). Adana ilinde hane halkının beslenme düzeyleri ve etkili faktörlerin logit analizi ile belirlenmesi. *Akdeniz İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 4(8), 62-86.
- Du Rand, G. E. and Heath, E. (2006). Towards a framework for food tourism as an element of destination marketing. *Current Issues in Tourism*, 9(3), 206-234.
- Erdem, Ö. (2014). Mengen Aşçılar Otelcilik ve Turizm Meslek Lisesi’nde Aşçılık Eğitimi Alan 10. ve 12. Sınıf Öğrencilerinin Gıda Güvenliğine Yönelik Bilgi ve Uygulama Düzeyleri. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Eren, R. ve Çelik, M. (2017). Çevrimiçi gastronomi imajı: Türkiye restoranlarının Tripadvisor yorumlarının içerik analizi. *Turizm Akademik Dergisi*, 4(2), 121-138.
- Erkmen, O. (2010). Gıda kaynaklı tehlikeler ve güvenli gıda üretimi. *Çocuk Sağlığı ve Hastalıkları Dergisi*, 53(3), 220-235.
- Erkul, H., Genç, H., Varlı, R. ve Çelik, E. (2014). Yerel ürünlerin yöresel tanıtıma katkıları: Gökçeada Efi Badem örneği. *Eko Gastronomi Dergisi*, 1(1), 123-142.
- Eryılmaz, B. ve Şengül, S. (2016). Sosyal medyada paylaşılan yöresel yemek fotoğraflarının turistlerin seyahat tercihleri üzerindeki etkisi. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 32-42.
- FAO (2006). Food safety risk analysis: A guide for national food safety authorities. Rome: FAO Food and Nutrition Paper 87.
- Feagan, R. (2007). The place of food: mapping out the “local” in local food systems. *Progress in Human Geography*, 3(1), 23-42.
- Feldmann, C. and Hamm, U. (2015). Consumers’ perceptions and preferences for local food: A review. *Food Quality and Preference*, 40, 152-164.
- Giampiccoli, A. and Kalss, J. H. (2012). Tourism, food and culture: Community-based tourism, local food, and community development in Mpondoland. *The Journal of Culture and Agriculture*, 34(2), 101-123.
- Giray, H. ve Soysal, A. (2007). Türkiye’de gıda güvenliği mevzuatı. *TSK Koruyucu Hekimlik Bülteni*, 6(6), 485-490.
- Göller, V. (2015). Yerel Yemek Tüketiminin Turist Motivasyonuna Etkisi: İspanya Örneği. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla.

- Green, G. P. and Dougherty, M. L. (2009). Localizing linkages for food and tourism: Culinary tourism as a community development strategy. *Journal of The Community Development Society*, 39(3), 148-158.
- Grunert, K. G. (2005). Food quality and safety: consumer perception and demand. *European Review of Agricultural Economics*, 32(3), 369-391.
- Gündoğan, N. (2008). Okul Kantinlerinde Çalışan Personelin Beslenme, Hijyen ve Sanitasyon Konularında Bilgi Düzeylerinin Belirlenmesi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Güneş, G., Ülker, H. İ. ve Karakoç, G. (2008). Sürdürülebilir turizmde yöresel yemek kültürünün önemi. *II. Ulusal Gastronomi Sempozyumu ve Sanatsal Etkinlikler*, 10.04.2008-11.04.2008, Antalya.
- Hall, C. M. and Sharples, L. (2003). The consumption of experiences or the experience of consumption? An introduction to the tourism of taste. https://www.researchgate.net/publication/285831364_The_consumption_of_experiences_or_the_experience_of_consumption_An_introduction_to_the_tourism_of_taste [Erişim Tarihi: 19.02.2019].
- Hatipoğlu, A., Zengin, B., Batman, O. ve Şengül, S. (2013). Yöresel Yemeklerin Kırsal Turizm İşletmeleri Mönülerinde Kullanım Düzeyleri: Gelveri Örneği. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 3(1), 06-11.
- Hempel, C. and Hamm, U. (2016). How important is local food to organic-minded consumers?. *Appetite*, 96, 309-318.
- Irshad, H. (2010). Local food—a rural opportunity. *Alberta Agriculture and Rural Development*.
- Ismail, F. H., Chik, C. T., Muhammad, R. and Yusoff, N. M. (2016). Food safety knowledge and personal hygiene practices amongst mobile food handlers in Shah Alam, Selangor. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 222, 290-298.
- John, A. V. and Brady, M. P. (2011). Consumer ethnocentrism and attitudes toward South African consumables in Mozambique. *African Journal of Economic and Management Studies*, 2(1), 72-93.
- Jones, G. E. (2010). Does eating local food reduce the environmental impact of food production and enhance consumer health?. *Proceedings of The Nutrition Society*, 69(4), 582-591.
- Kadanalı, E. ve Dağdemir, V. (2016). Tüketicilerin yöresel gıda ürünleri satın alma istekliliği. *Gaziosmanpaşa Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 33(1), 9-16.
- Kaferstein, F. and Abdussalam, M. (1999). Food safety in the 21st century. *Bulletin of the World Health Organization*, 77(4).
- Kart Gölgeci, Ü. (2016). Yerel Yiyeceklerin Gastronomi Turizmindeki Yeri ve Önemi: Anamur Örneği. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Üniversitesi, Mersin.
- Kearney, J. (2010). Food consumption trends and drivers. *Philosophical Transactions of the Royal Society B: Biological Sciences*, 365(1554), 2793-2807.
- Kelemci Scheider, G. ve Ceritoğlu, A. B. (2010). Yöresel ürün imajının tüketici satın alma davranışı ve yüksek fiyat ödeme eğilimi üzerindeki etkisi – İstanbul ilinde bir uygulama. *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 3(6), 29-52.

- Kennedy, J., Jackson, V., Blair, I. S., McDowell, D. A., Cowan, C. and Bolton, D. J. (2005). Food safety knowledge of consumers and the microbiological and temperature status of their refrigerators. *Journal of Food Protection*, 68(7), 1421-1430.
- Kılıç, G. D. (2017). Turistlerin Her Şey Dâhil Otellerde Yerel Yiyecek Tüketim Davranışları: Antalya'da Bir Araştırma. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Kim, Y. G. and Eves, A. (2012). Construction and validation of a scale to measure tourist motivation to consume local food. *Tourism Management*, 33, 1458-1467.
- Kodaş, D. (2013). Yerli Ziyaretçilerin Yerel Yiyecek Tüketim Güdülerinin Belirlenmesi: Beypazarı Örneği. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Majowicz, S. E., Hammond, D., Dubin, J. A., Diplock, K. J., Jones-Bitton, A., Rebellato, S. and Leatherdale, S. T. (2017). A longitudinal evaluation of food safety knowledge and attitudes among Ontario high school students following a food handler training program. *Food Control*, 76, 108-116.
- Marriott, N. G. and Gravani, R. B. (2006). *Principles of Food Sanitation (Fifth Edition)*. Springer Science + Business Media, United States of America.
- McMeekin, T. A., Baranyi, J., Bowman, J., Dalgaard, P., Kirk, M., Ross, T. and Zwietering, M. H. (2006). Information systems in food safety management. *International Journal of Food Microbiology*, 112(3), 181-194.
- Mensah, L. D. ve Julien, D. (2011). Implementation of food safety management systems in the UK. *Food Control*, 22(8), 1216-1225.
- Motarjemi, Y. and Käferstein, F. (1999). Food safety, Hazard Analysis and Critical Control Point and the increase in foodborne diseases: a paradox?. *Food Control*, 10(4-5), 325-333.
- Mullan, B. and Wong, C. (2010). Using the Theory of Planned Behaviour to design a food hygiene intervention. *Food Control*, 21(11), 1524-152.
- Nazlı, B. ve İzgi, Ş. (1997). Gıda işletmelerinde hijyen ve sanitasyon. *İstanbul Üniversitesi Veteriner Fakültesi Dergisi*, 23(1), 73-89.
- Okech, R. N. (2014). Developing culinary tourism: The role of food as a cultural heritage in Kenya. *In Proceedings of The Second International Conference on Global Business, Economics, Finance and Social Sciences (GB14Chennai Conference)*, 11-13.
- Özbek, F. Ş. ve Fidan, H. (2010). Türkiye ve Avrupa birliğinde gıda standartları. *Selçuk Üniversitesi Selçuk Tarım ve Gıda Bilimleri Dergisi*, 24(1), 92-100.
- Patil, S. R., Cates, S. and Morales, R. (2005). Consumer food safety knowledge, practices and demographic differences: Findings from a meta-analysis. *Journal of Food Protection*, 68(9), 1884-1894.
- Qiang, L., Wen, L., Jing, W. and Yue, D. (2011). Application of content analysis in food safety reports on the Internet in China. *Food Control*, 22(2), 252-256.
- Sekeran, U. (2003). *Research Methods for Business*. John Wiley & Sons: The United States of America.
- Serçeoğlu, N. (2014). Yöre halkının mutfak kültürünü tanıma durumunun tespit edilmesi: Erzurum ili örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(4), 36-46.

- Sevim, B. ve Görkem, O. (2015). Gastronomi ve aşçılık programlarında gıda güvenliği donanım altyapısının değerlendirilmesi. *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 7(1), 59-67.
- Shenoy, S. S. (2005). Food Tourism and The Culinary Tourist. Unpublished Doctoral Thesis, America: Clemson University.
- Shimp, T. A. and Sharma, S. (1987). Consumer ethnocentrism: construction and validation of the CETSCALE. *Journal of Marketing Research*, 24(3), 280-289.
- Šimić, M. L. and Pap, A. (2016). Can food be a competitive advantage of Croatian tourism?. *Ekonomski Vjesnik/Econviews-Review of Contemporary Business, Entrepreneurship and Economic Issues*, 29(1), 9-20.
- Şen, A. ve Aktaş, N. (2017). Tüketicilerin seyahatleri sırasında besin seçimleri, yöresel gastronomi davranışları ve destinasyon seçiminde gastronomi unsurlarının rolü: Konya-Karaman örneği. *Karamanoğlu Mehmetbey Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 19(32), 65-72.
- Şengel, T., Karagoz, A., Cetin, G., Dincer, F. I., Ertugral, S. M. and Balık, M. (2015). Tourists' approach to local food. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 195, 429-437.
- Şengül, S. ve Genç, K. (2016). Festival turizmi kapsamında yöresel mutfak kültürünün destekleyici ürün olarak kullanılması: Mudurnu İpekyolu kültür sanat ve turizm festivali örneği. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (23), 79-89.
- Şengül, S. ve Türkay, O. (2016). Yöresel mutfak unsurlarının turizm destinasyonu seçimindeki rolü (Mudurnu örneği). *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 12(29), 63-87.
- Şimşek, A. (2014). Ticari Mutfaklarda Hijyen ve Sanitasyon: Turizm Lisans Öğrencilerinin Hijyen ve Sanitasyon Alışkanlıklarının Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Nevşehir.
- Taşdan, K., Albayrak, M., Güner, B., Özer, O. O., Albayrak, K. ve Güldal, H. T. (2014). Geleneksel gıdalarda tüketicilerin gıda güvenliği algısı: Ankara ili örneği. *Uluslararası Davraz Sempozyumu, Süleyman Demirel Üniversitesi*, 29.05.2014-31.05.2014.
- Tekelioğlu, Y. (2010). Yöresel ürünler, coğrafi işaretler ve Türkiye uygulamaları. *Gastro Dergisi*, 59, Kasım-Aralık, 118-121.
- Thomas, L. N. and McIntosh, W. A. (2015). Local food consumption is associated with higher Healthy Eating Index Score. *Journal of Hunger & Environmental Nutrition*, 10(4), 539-548.
- Toksöz, D. ve Aras, S. (2016). Turistlerin seyahat motivasyonlarında yöresel mutfakın rolü. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(Özel Sayı1), 174-189.
- Topuzoğlu, A., Hıdıroğlu, S., Ay, P., Önsüz, F. ve İkişık, H. (2007). Tüketicilerin gıda ürünleri ile ilgili bilgi düzeyleri ve sağlık risklerine karşı tutumları. *TSK Koruyucu Hekimlik Bülteni*, 6(4), 253-258.
- Uzunöz, M., Büyükbay, E. O. ve Bal, H. S. G. (2008). Kırsal kadınların gıda güvenliği konusunda bilinç düzeyleri (Tokat ili örneği). *Uludağ Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 22(2), 35-46.
- Vu, N. A. (2013). Promotion of Food Tourism on Websites of Tourist Offices: Cross-content Analyses of Helsinki, Copenhagen, and Lyon. Bachelor's Thesis Degree Programme in Tourism.
- World Tourism Organization (2012), Global Report on Food Tourism, *UNWTO*, Madrid.
- Yaşar, Z. (2009). Bölgesel Kalkınmada Yöresel Ürünlerin Kullanımı: Divle Tulum Peyniri Örneği. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Çukurova Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Adana.

Yıldız, Ö. (2015). Turistik Çekim Unsuru Olarak Yerel Yiyecek – İçecek Üretiminin Ekonomik Sürdürülebilirliği: Kazdağı Örneği. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

Yılmaz, E. (2008). Trakya Bölgesinde Kırsal ve Kentsel Tüketicilerin Gıda Ürünleri Tüketim Alışkanlıkları ve Gıda Güvenliğine İlişkin Bilgi Düzeylerinin Belirlenmesi. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Namık Kemal Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Tekirdağ.

Zağralı, E. (2014). Destinasyon Çekicilik Unsuru olarak Mutfak Turizmi. İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

Zağralı, E. ve Akbaba, A. (2015). Turistlerin destinasyon seçiminde yöresel yemeklerin rolü: İzmir Yarımadası'nı ziyaret eden turistlerin görüşleri üzerine bir araştırma. *Journal of Yaşar University*, 10(40), 6633-6644.

www.mersin.gov.tr> [Erişim Tarihi: 27.02.2019].

www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5ca22b7f16a896.31303625> [Erişim Tarihi: 30.11.2018].

www.biruni.tuik.gov.tr/ilgosterge/?locale=tr> [Erişim Tarihi: 27.02.2019].