



Türk Turizm Araştırmaları Dergisi

2020, 4(3): 2892-2906.

DOI: [10.26677/TR1010.2020.515](https://doi.org/10.26677/TR1010.2020.515)

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



ARAşTIRMA MAKALESİ

Gıda Tüketimine Etki Eden Unsurlar Açısından Erdek Yerel Halkının Gıdaya Dayalı Yaşam Tarzının Belirlenmesi

Dr. Öğr. Üyesi Melahat YILDIRIM SAÇILIK, Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi, Erdek Meslek Yüksekokulu, Balıkesir, e-posta: msacilik@bandirma.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5399-8607>

Öz

Yerel gastronomik değerlerin bir turistik ürün olarak pazarlanmasında yerel halkın rolü azımsanmayacak niteliktedir. Yerel halk, gastronomik ürünlerin turistlere sunumunda kendi sağlık bilincini, gıdadaki güven algısını ve diğer gıdayla ilgili duygularını kolayca aktarabilen kişidir. Bu yüzden yerel halkın gıdada neyi; neden yediğinin bir göstergesi olan gıda yaşam tarzının, gıdada yenilik korkusunun, sağlık bilincinin, güvenli gıda algısının ve gıda satın alma niyetinin arasındaki etkileşimin belirlenmesi büyük önem arz etmektedir. Aynı zamanda bu etkileşim, çalışmanın amacını da şekillendirmektedir. Araştırmanın örneklemini, Balıkesir ili Erdek ilçesi yerel halkı oluşturmaktadır. Yüz yüze görüşmeler gerçekleştirerek anket tekniği ile 385 adet veri seti elde edilmiştir. Veriler, tanımlayıcı istatistiksel analizler aracılığıyla irdelenmiş ve yukarıda bahsedilen etkileşim için oluşturulan hipotezler, Yapısal Eşitlik Modellemesi ile test edilmiştir. Araştırmanın sonucunda, örnekleme dâhil olan katılımcıların sağlık bilinci ve bilgiye dayalı beslenme gerçekleştirdikleri, alışkanlıklarının güvenli gıda algılarını tekdüzeleştirdiği ve gıdada reklama dayalı tüketim yapmadıkları ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: Erdek, Gıdaya Dayalı Yaşam Tarzı, Gıda Korkusu, Güvenli Gıda Algısı, Sağlık Bilinci, Satın alma Niyeti.

Makale Gönderme Tarihi: 15.05.2020

Makale Kabul Tarihi: 03.07.2020

Önerilen Atf:

Yıldırım Saçılık, M. (2020). Gıda Tüketimine Etki Eden Unsurlar Açısından Erdek Yerel Halkının Gıdaya Dayalı Yaşam Tarzının Belirlenmesi, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(3): 2892-2906.

© 2020 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.



Journal of Turkish Tourism Research

2020, 4(3): 2892-2906.

DOI: [10.26677/TR1010.2020.515](https://doi.org/10.26677/TR1010.2020.515)

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



RESEARCH PAPER

Determination of Food-Based Life Style of Erdek Local People in Terms of Factors Affecting Food Consumption

Assistant Prof. Dr. Melahat YILDIRIM SAÇILIK, Bandırma Onyedi Eylül University, Erdek Vocational School, Balıkesir, e-mail: msacilik@bandirma.edu.tr
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5399-8607>

Abstract

The role of the local people in the marketing of local gastronomic values as a tourist product is considerable. Local people are the ones who can easily convey their health consciousness, perception of trust in food and other food related feelings in presenting gastronomic products to tourists. What the local people do in food; Determining the interaction between food lifestyle, food neophobia, health consciousness, perception of safe food and intent to buy food is an important indicator of why it eats, and this interaction also shapes the purpose of the study. The sample of the study is the local population of the town of Erdek in Balıkesir province. By conducting face-to-face interviews, 385 data sets were obtained with the survey technique. The data were examined through descriptive statistical analysis and the hypotheses created for the interaction mentioned above were tested by Structural Equation Modeling. As a result of the research, it was revealed that the participants included in the sample performed health consciousness and knowledge-based nutrition, their habits uniformized their perceptions of safe food and did not consume food-based consumption.

Keywords: Erdek, Food-Based Lifestyle, Food Fear, Health Awareness, Safe Food Perception, Purchase Intent.

Received: 15.05.2020

Accepted: 03.07.2020

Suggested Citation:

Yıldırım Saçılık, M. (2020). Determination of Food-Based Life Style of Erdek Local People in Terms of Factors Affecting Food Consumption, *Journal of Turkish Tourism Research*, 4(3): 2892-2906.
© 2020 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.

GİRİŞ

Gıda satın alımında bireylerin yaşam tarzı diğer bir ifadeyle gıdaya dayalı yaşam tarzı, gıdada yenilik korkusu, sağlık endişeleri ve buna bağlı olarak ortaya çıkan güvenli gıda algısından oluşan psikografik değişkenler bulunmaktadır. Bu psikografik değişkenler, bireylerin neyi neden tercih edip satın aldığıнын belirleyicisi niteliğindeki unsurlar içerisinde yer alır. Gıda satın alımı; hoşlanma, tercih, seçimden oluşan bir süreçtir. Bu süreçte etkili olan ve bireyden kaynaklanan faktörlerin yanında hem gıdadan hem de çevreden kaynaklanan nedenler de bulunmaktadır. Söz konusu çevresel ve gıdaya dayalı unsurlar ayrı bir çalışma konusu oluşturacak niteliktedir.

Sürdürülebilir bir turizm gelişimi için yerel gastronomik değerlerin önemi birçok çalışma ile ortaya konulmuştur. Aynı zamanda yerel halkın turizm pazarlamasında kilit nokta olduğu yine daha önceki çalışmalarda dile getirilmiştir. Yemek ve turizm uygulamaları iç içe geçmiş bir yapıya sahiptir. Destinasyonların anahtar niteliğindeki çekim unsuru olan yerel yemekler, yaygın olarak öne çıkan tanıtım aracıdır ve destinasyonun imajına değer katmaktadır. Bu yüzden yerel gastronomik ürünlerin sahibi konumundaki yerel halkın yemeği sunarken kendi duygularını, bilgisini ve duyduğu hazı aktarması; turizm pazarlamasında stratejik bir öneme olabilmektedir. Buna dayanarak çalışmada öncelikle yerel halkın gıda tüketim alışkanlıkları, sağlık bilinci vb. unsurların belirlenmesi üzerine odaklanılmıştır. Çalışmada Erdek yerel halkının gıdaya dayalı yaşam tarzı, gıda yaşam tarzını şekillendiren gıdada yenilik korkusu, sağlık bilinci, buna dayanarak ortaya çıkabilecek olan güvenli gıda algısı ve gıda satın alma niyeti belirlenmeye çalışılmıştır. Bu amaçla Balıkesir ili Erdek ilçesinde yaşayan farklı kültürlere sahip katılımcılardan veri toplamaya çalışılmış ve elde edilen veriler ışığında yerel halkın araştırmaya konu olan gıda ile ilgili yaşam tarzları, yeni gıdalara karşı tutumları, sağlık bilinçleri, güvenli gıda algıları araştırılmıştır.

Gıda Tüketimine Etki Eden Unsurlar

Bireylerin hemen her konudaki tüketim davranışlarının neden sonuç ilişkisini belirlemek amacıyla irdelenen konu, yaşam tarzıdır. Tüketicilerin neyi neden aldığıнын önemli bir göstergesi olan yaşam tarzı, ilk olarak Lazer tarafından 1963 yılında “gıdaya dayalı yaşam tarzı” olarak ele alınmıştır (Grunert vd., 1993). Bu kavram, daha sonra Gunter ve Furham (1992) tarafından gıda tüketiminde önemli bir psikografik değişken olarak ortaya konulmuştur. Gıdaya dayalı yaşam tarzı, beslenmek için satın alınan besin ürünlerinin özelliklerinin tüketiciler tarafından nasıl değerlendirildiğinin bir ifadesidir. Aynı zamanda gıdaya dayalı yaşam tarzı, tüketicilerin bilişsel yapısındaki farklılıklarla da şekillenen bir yapıdır. Gıda alış-veriş ve pişirme yöntemleri, gıdada kalite, gıda tüketim biçimi ve gıda satın alma dürtüsü bireylerin gıdaya dayalı yaşam tarzını oluşturmaktadır. Bireylerin gıda satın alımındaki karar sürecini betimleyen “alışveriş yöntemi”; satın alınan gıda ürünlerinin yemeğe dönüşüm sürecini niteleyen “pişirme yöntemleri”; tüketilen gıdanın sağlığa yararlı olup olmadığını ifade eden “kalite unsurları”; gıdanın hangi amaçla tüketildiğini belirten “gıda tüketim biçimi” ve yemekten beklenen özellikleri içine alan “gıda satın alma dürtüsü” gıdaya dayalı yaşam tarzının temel alt boyutlarıdır (Grunert, 1993; Ryan vd., 2008). Bireylerin neyi neden satın aldığı ve yediği konusuna ışık tutan bu unsurlar, demografik özelliklerle de şekillenebilmektedir. Aynı zamanda gıdaya dayalı yaşam biçimi, bireylerin tercih ettiği yiyeceklerin bir gruptan diğerine farklılık göstermesine neden olabilmektedir. Gıdaya dayalı yaşam tarzı, aslında bireylerin gıdalara karşı oluşturdukları algularla ifade edilebilir. Bu algılardan biri, yeni gıdalara duyulan endişe ya da korkudur. Diğer bir algı türü, gıdanın sağlıklı olup olmadığı veya tüketildiğinde herhangi bir hastalık meydana getirip getiremeyeceğidir. Son olarak gıdaya dayalı yaşam tarzının şekillenmesinde etken olarak görülen neden, güvenli gıda algısıdır.

Küreselleşen dünyada farklı kültürlere olan merakın giderilmesi gıda konusunda da kendini göstermektedir. Özellikle teknolojiye yaşanan gelişmeler, başka kültürlere ait gıdalara ulaşmayı daha da kolaylaştırmaktadır. Hemen her ülkenin gıda pazarına kolaylıkla girebilen farklı kültürlere ait yeni gıdalar, toplumun bazı kesimleri tarafından kabul edilebilirken bazıları tarafından endişe ile karşılanmaktadır. Ceylan ve Şahingöz (2019) yeni ve farklı gıdalara temkinli yaklaşmanın temelinde yenilik korkusunun yattığını belirtmişlerdir. Yazarlar, gıdalara karşı bireylerde görülen yenilik korkusunu, gıda neofobisi olarak adlandırıldığını ifade etmişlerdir. Perry vd. (2015) gıda neofobisini yeni ve farklı gıdaları denemekten ve bu gıdaları tüketmekten çekinme olarak tanımlamışlardır. Alışılmamış bir yemeğin yenilik olarak sunulmasında Buckland (2007), bireylerin yeni lezzet deneyimlerine endişeli olduklarını veya sıcak bakmadıklarını belirtmektedir. Burada yatan neden, biyolojik ve kültürel algı olarak nitelendirilmekte ve bireylerde yeni yiyeceklere karşı korku uyandırmaktadır. Bu korku ile yiyecekte uzak durma, tüketimde isteksiz davranış meydana gelir ki bu da literatürde "Yiyecekte Yenilikten Korkma (Food Neophobia) olarak isimlendirilmiştir (Pliner ve Hobden, 1992; Knaapila vd., 2007; Alley ve Potter, 2011). Birey, kendisine zarar verebileceğini düşündüğü yiyeceği reddeder (Tuorila vd., 2001) ve bu sayede olası kötü durumların olmasını engeller (Rızaoğlu vd., 2013). İnsanlar, alıştıkları yiyecekler karşısında yeni yiyeceklere farklı tutumlar sergileyebilmektedirler. Alışılmış yiyecekler, bireylerde bir beslenme döngüsü oluşturur ve bu tutum yeni yiyeceklere karşı isteksizlik doğurur. Yiyecekte yenilik korkusu, bilinmeyene karşı insanı koruyan ve aynı zamanda bireylere gıda tercihini dikte eden bir mekanizma olarak görülmektedir (Yiğit ve Doğdubay, 2017: 162). Bilinmeyi yeme arzusu ya da alışılmış gıda tüketimi, gıdalardan kaynaklanan hastalıklardan korunma algısını da beraberinde geliştirir. Sağlık bilinci olarak adlandırılan bu durum, gıdaya dayalı yaşam tarzının belli bir form almasında önemli etkidir.

Gıdaya dayalı olarak meydana gelebilecek hastalıklar; mikroorganizma veya kimyasal maddelerle kirlenmiş gıda maddelerinin tüketilmesi ile oluşabilen enfeksiyöz veya toksik karakterli hastalıklar olarak tanımlanmaktadır. Gıda maddelerinin mikroorganizma veya çeşitli kimyasallar ile kontaminasyonu, gıda üretiminden tüketimine ("çiftlikten çatala") kadarki süreçte herhangi bir aşamada meydana gelebilmekte ve su, toprak veya hava kirliliğinin neden olduğu herhangi bir çevre kirliliğinden kaynaklanabilmektedir (WHO, 2020).

Sağlıklı beslenme, sağlıklı gıda düşüncesinde olan bireyler, gıdada alternatif ürünler ve çeşitlilik arayışında bulunmaktadırlar. Bu arayış içerisinde sağlık açısından doğru yiyeceğin bulunması bir sorun haline gelmiş bulunmaktadır. Sağlıklı beslenme ve güvenilir gıda tüketme algısı, artan eğitim, gelir vb. nedenlerle yaygınlaşmaktadır. Grunert'e (2002) göre bireylerin sağlık açısından zihinlerinde oluşan kaygılar, gıda tüketim tercihlerini farklılaştırmış ve sağlıklı ürün arayışına sokmuştur. Yüksek sağlık bilincine sahip olan bireylerin çevreye duyarlı ve yaşam kalitesini artırmada "sağlıklı yaşam" dürtüsüyle hareket ettiklerini ileri süren Suprpto ve Wijaya (2012:173), bu insanların yaşamları boyunca hastalık riskini azaltmayı hedeflediklerini belirtmiştir. Sağlık bilinciyle hareket eden insanlar, gıdalardaki fiziksel, biyolojik ve kimyasal kirlenmelere aşırı derecede dikkat ederler. Böylece, gıdalardan kaynaklanabilecek hastalıklara karşı kendilerini savunmaya alabileceklerini düşünmektedirler.

Gürel ve Aslan (2019), gıdalardan kaynaklanan hastalıklara neden olarak yeterince sağlanamayan gıda güvenliğini göstermişlerdir. Güvenli gıda, besinlerin her türlü fiziksel, kimyasal, biyolojik ve her türlü zararlı maddelerden arındırılması anlamına gelmektedir. Teknolojik gelişmeler sayesinde gıda ürünlerinde riskler daha da çoğalmakta ve bu durumun önüne geçilmesi bir zorunluluk haline gelmiştir. Sağlıklı gıda tüketiminde bilinçlenen bireyler, gıdalardan kaynaklı riskleri elimine etmek için çeşitli yollara başvurmuştur. Tohumun toprağa

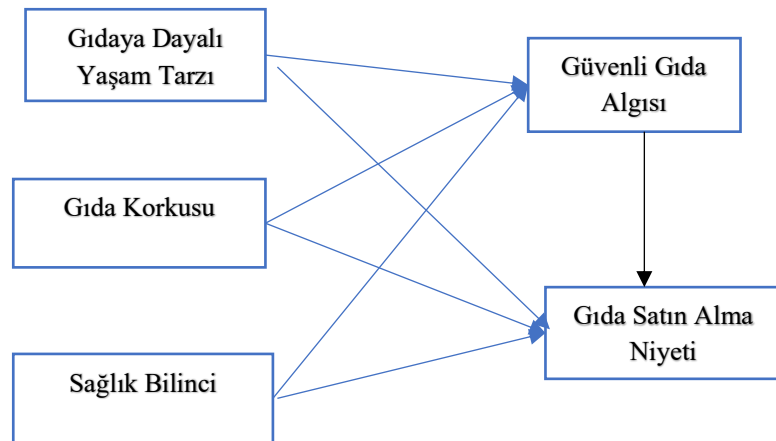
düşmesiyle başlayan önlemler zinciri şu şekilde sıralanmaktadır. İyi Tarım Uygulamaları, İyi Üretim Uygulamaları, İyi Hijyen Uygulamaları ve İyi Laboratuvar Uygulamaları; güvenli gıda elde edilmesindeki önemli çalışmalardır (Gökdemir 2005: 63).

YÖNTEM

Çalışmada nicel analiz yöntemi ve tanımlayıcı istatistikler kullanılarak hipotez testleri gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın amacı, gıdaya dayalı yaşam tarzı, gıda korkusu ve sağlık bilincinin güvenli gıda algısı ve gıda satın alma niyeti üzerinde nasıl bir etkiye sahip olduğunun ortaya çıkarılması olarak belirlenmiştir. Bu amaçla oluşturulan ise hipotezler şu şekilde sıralanmıştır.

- H₁. Bilgiye dayalı beslenme boyutunun, gıda güvenliği algısı boyutu üzerinde anlamlı etkisi vardır.
- H₂. Yenilikçi beslenme boyutunun, gıda güvenliği algısı boyutu üzerinde anlamlı etkisi vardır.
- H₃. Reklama dayalı beslenme boyutunun, güvenli gıda algısı boyutu üzerinde anlamlı etkisi vardır.
- H₄. Değişikliğe dayalı beslenme boyutunun, güvenli gıda algısı boyutu üzerinde anlamlı etkisi vardır.
- H₅. Alışkanlıklara dayalı beslenme boyutunun, güvenli gıda algısı boyutu üzerinde anlamlı etkisi vardır.
- H₆. Sağlık bilinci boyutunun, gıda güvenliği algısı boyutu üzerinde anlamlı etkisi vardır.
- H₇. Bilgiye dayalı beslenme boyutunun, satın alma niyeti boyutu üzerinde anlamlı etkisi vardır.
- H₈. Yenilikçi beslenme boyutunun, satın alma niyeti boyutu üzerinde anlamlı etkisi vardır.
- H₉. Reklama dayalı beslenme boyutunun, satın alma niyeti boyutu üzerinde anlamlı etkisi vardır.
- H₁₀. Değişikliğe dayalı beslenme boyutunun, satın alma niyeti boyutu üzerinde anlamlı etkisi vardır.
- H₁₁. Alışkanlıklara dayalı beslenme boyutunun, satın alma niyeti boyutu üzerinde anlamlı etkisi vardır.
- H₁₂. Sağlık bilinci boyutunun, satın alma niyeti boyutu üzerinde anlamlı etkisi vardır.
- H₁₃. Güvenli gıda algısı boyutunun, satın alma niyeti boyutu üzerinde anlamlı etkisi vardır.

Araştırmanın konusu gereği oluşturulan model, aşağıdaki gibidir.



Şekil 1. Araştırma Modeli

Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Balıkesir ili Erdek ilçesi yerel halkı çalışmanın evreni olarak seçilmiştir. Kolayda örnekleme yöntemi ile veri toplamak amacıyla 1000 adet anket ortaöğretim öğrencilerine verilerek aileleri ve kendileri tarafından doldurulması istenmiştir. 2019-2020 eğitim öğretim döneminin başında veri toplamaya başlanmış ve geri dönüşler istenilen oranda gerçekleşmemiştir. Geri dönüşü sağlanan 478 veri setinin, eksik ve rastgele doldurulanları elenmiştir. Son olarak 385 adet veri ile çalışmanın analizleri yapılmış ve hipotezler sınanmıştır. Katılımcılara ait demografik özellikler Tablo 1’de gösterilmiştir.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Cinsiyet (n= 370 ; % 97,1)	n	%	Medeni Durum (n= 375 ; %98,4)	n	%
Kadın	211	54,81	Evli	155	41,3
Erkek	174	45,19	Bekâr	220	58,7
Yaş (n=370; % 97,1)	n	%	Aile Aylık Gelir (n=346 ; % 90,8)	n	%
15-24	207	54,3	2000 TL'den az	80	23,1
25-34	60	15,7	2,000 - 3,500 TL	146	42,2
35-44	70	18,4	3,501 - 5,000 TL	63	18,2
45-54	27	7,1	5,001 - 7,500 TL	32	9,2
55-64	4	1,1	7,500 TL'den fazla	25	7,2
65 ve üstü	2	0,5			
Meslek (n= 375 ; % 97,4)	n	%	Eğitim Durumu (n=365 ; % 95,8)	n	%
Öğrenci	198	52,8	İlkokul	96	26,3
Ev Hanımı	69	18,4	Lise	242	66,32
Hizmet Personeli	51	13,6	Önlisans - Lisans	23	6,3
Serbest Meslek	30	8,0	Lisansüstü	4	1,1
İşçi	27	7,2			

Veri Toplama ve Analiz Yöntemi

Alan araştırmasında beş farklı ölçek kullanılmıştır. Çalışmada kullanılan birinci ölçek; “Gıdaya Dayalı Yaşam Tarzı Ölçeği (Food Related Lifestyle Scale)”, Grunerd ve Brunso tarafından 1988 yılında geliştirilmiştir. Araştırmada kullanılan ikinci ölçek Gıda Korkusu Ölçeği (Food Neophobia Scale), 1992 yılında Pliner ve Hobden tarafından geliştirilmiştir. Üçüncü sırada 1988 yılında Gould tarafından geliştirilen “Sağlık Bilinci Ölçeği” bulunmaktadır. Çalışmada kullanılan dördüncü ölçek, “Gıda Güvenliği Ölçeği”dir ve 1996 yılında Roddy, Cowan ve Hutchinson tarafından geliştirilmiştir. Araştırmada son olarak Putrevu ve Lord tarafından 1994 yılında geliştirilen “Gıda Satın Alma Niyeti Ölçeği” kullanılmıştır. Ölçeklere ait güvenilirlik değerleri (Cronbach Alfa), ortak varyans, ve faktör yüklerini içeren Açıklayıcı Faktör Analiz sonuçları Tablo 2’de verilmiştir.

Gıdaya dayalı yaşam tarzı açıklayıcı faktör analizine göre üç alt boyutta nitelendirilmektedir. Bu boyutlar sırasıyla; “bilgiye dayalı beslenme”, “yenilikçi beslenme” ve “reklama dayalı beslenme” olarak isimlendirilmiştir. Gıda korkusu açıklayıcı faktör analizine göre “değişikliğe dayalı beslenme” ve “alışkanlıklara dayalı beslenme” olarak iki alt boyuta ayrılmıştır. Sağlık bilinci, gıda güvenliği algısı ve satın alma niyeti ölçekleri tek boyutta ele alınabilmektedir. Çalışmada alt boyutlar ışığında gerçekleştirilen açıklayıcı faktör analizi sonucuna göre araştırma modeli için 8 gizil değişken belirlenmiştir. Modelin 8 gizil değişkeninden ikisi bağımlı değişken (endojen-gizil

değişken), diğer beşi bağımsız değişkendir (egzojen-gizil değişken). Modeldeki endojen-gizil değişkenler (bağımlı değişken) “gıda güvenliği algısı” ve “satınalma niyeti” değişkenleridir. İki endojen-gizil değişkene etki eden egzojen-gizil değişkenler ise “bilgiye dayalı beslenme”, “yenilikçi beslenme”, “reklama dayalı beslenme”, “değişikliğe dayalı beslenme”, “alışkanlıklara dayalı beslenme” ve “sağlık bilinci” değişkenleridir.

Tablo 2: Açımlayıcı Faktör Analizi

	Faktör Yüğü	Ortak Varyans	Güvenilirlik
Bilgiye Dayalı Beslenme			
GYT11: Beslemenin lezzetten daha önemli olduğuna inanıyorum.	0,749	21,292	0,714
GYT1: Ürün bilgisi benim için önemlidir.	0,698		
GYT12: İşlenmiş yiyeceklerden daha çok taze yiyecekleri tercih ederim.	0,658		
GYT10: Organik yiyecekleri inorganik yiyeceklerle tercih ederim.	0,622		
GYT21: Koruyucumadde olmadan yemek almayı severim.	0,626		
Yenilikçi Beslenme			
GYT13: Yeni tarifler denemeyi severim.	0,876	36,385	0,751
GYT14: Yeni pişirme tekniklerini denerim.	0,864		
Reklama Dayalı Beslenme			
GYT2: Reklamlara karşı ilgiliyimdir.	0,819	48,913	0,501
GYT4: Alışverişte özellikli dükkanları tercih ederim.	0,777		
Değişikliğe Dayalı Beslenme			
GK6: Sosyal etkinliklerde yeni yiyecekler denerim.	0,748	24,922	0,680
GK10: Farklı kültürlerden yiyecek sunan restoranlara gitmeyi severim.	0,721		
GK4: Farklı kültürlerin yiyeceklerini beğenirim.	0,685		
GK1: Sürekli olarak yeni ve farklı yiyecekleri denerim.	0,640		
Alışkanlıklara Dayalı Beslenme			
GK7: Daha önce yemediğim yiyeceği yemekten korkarım.	0,747	49,002	0,638
GK5: Etnik yiyecekler bana tuhaf gözüktüğü için yemem.	0,707		
GK3: Ne olduğunu bilmediğim yiyeceği denemem.	0,664		
GK2: Yeni yiyeceklerle güvenmiyorum.	0,633		
Sağlık Bilinci			
SB4: Sağlığımın genellikle farkındayım.	0,840	62,247	0,848
SB5: Sağlık durumum için sorumluluk alıyorum.	0,834		
SB2: Sağlığım hakkında çok bilinçliyim.	0,788		
SB3: Sağlığımındaki değişimlere dikkat ederim.	0,787		
SB6: Günler geçtikçe sağlığımın durumunun farkında oluyorum.	0,718		
Gıda Güvenliği Algısı			
GGA3: Gıdanın kalite ve güvenilirliği beni çok ilgilendiriyor.	0,828	73,33	0,636
GGA1: Bu günlerde birçok gıda kimyasal zehir ve gübre kalıntıları içeriyor.	0,764		
Satın Alma Niyeti			
SAT2: Büyük bir ihtimalle bir sonraki alışverişimde organik gıda satın alabilirim.	0,903	71,548	0,799
SAT1: Muhtemelen organik gıda satın alabilirim.	0,864		
SAT3: Yakın gelecekte organik gıda satın kesinlikle deneyeceğim.	0,765		

Doğrulayıcı Faktör Analizi

Bilgiye dayalı beslenme, yenilikçi beslenme, reklama dayalı beslenme, değişikliğe dayalı beslenme, alışkanlıklara dayalı beslenme, sağlık bilinci, gıda güvenliği algısı ve satın alma niyeti olarak nitelendirilen boyutlara dair yapılan analizler sonucunda elde edilen istatistiki değerler, araştırma modelini doğru şekilde nitelendirmektedir (Tablo 3).

Tablo 3. Doğrulayıcı Faktör Analizi ve Model İyi Uyum Değerleri

	SRK	SH	T
Bilgiye Dayalı Beslenme (Birleşik Güvenilirlik- CR:0,810) (AVE:0,588)			
GYT12: İşlenmiş yiyeceklerden daha çok taze yiyecekleri tercih ederim.	0,749		
GYT11: Beslemenin lezzetten daha önemli olduğuna inanıyorum	0,588	0,094	8,917
GYT1: Ürün bilgisi benim için önemlidir.	0,779	0,100	10,524
Yenilikçiliğe Dayalı Beslenme (Birleşik Güvenilirlik (CR:0,760) (AVE:0,613)			
GYT14: Yeni pişirme tekniklerini denerim.	0,632		
GYT13: Yeni tarifler denemeyi severim.	0,953	0,163	8,339
Reklama Dayalı Beslenme (Birleşik Güvenilirlik- CR:0,782) (AVE:0,642)			
GYT4: Alışverişte özellikli dükkânları tercih ederim.	0,569		
GYT2: Reklamlara karşı ilgiliyimdir.	0,589	0,191	5,718
Değişikliğe Dayalı Beslenme (Birleşik Güvenilirlik- CR:0,792) (AVE:0,810)			
GK10: Farklı kültürlerden yiyecek sunan restoranlara gitmeyi severim.	0,554		
GK6: Sosyal etkinliklerde yeni yiyecekler denerim.	0,647	0,130	8,098
GK4: Farklı kültürlerin yiyeceklerini beğenirim.	0,578	0,134	7,118
GK1: Sürekli olarak yeni ve farklı yiyecekleri denerim.	0,584	0,130	7,161
Alışkanlıklara Dayalı Beslenme (Birleşik Güvenilirlik- (CR:0,816) (AVE:0,830)			
GK7: Daha önce yemediğim yiyeceği yemekten korkarım.	0,675		
GK5: Etnik Yiyecekler Bana Tuhaf Gözüktüğü İçin Yemem.	0,580	0,160	4,802
Sağlık Bilinci (Birleşik Güvenilirlik- (CR:0,964) (AVE:0,622)			
SB6: Günler geçtikçe sağlığımın durumunun farkında oluyorum.	0,601		
SB5: Sağlık durumum için sorumluluk alıyorum.	0,752	0,103	16,066
SB4: Sağlığımın genellikle farkındayım.	0,800	0,109	11,468
SB3: Sağlığımındaki değişimlere dikkat ederim.	0,718	0,110	10,742
SB2: Sağlığım hakkında çok bilinçliyim.	0,755	0,104	11,012
Gıda Güvenliği Algısı (Birleşik Güvenilirlik- (CR:0,801) (AVE:0,634)			
GGA1: Bu günlerde bir çok gıda kimyasal zehir ve gübre kalıntıları içeriyor.	0,605		
GGA3: Gıdanın kalite ve güvenilirliği beni çok ilgilendiriyor.	0,771	0,114	10,963
Satın Alma Niyeti Birleşik Güvenilirlik- (CR:0,882) (AVE:0,715)			
SAT1: Muhtemelen organik gıda satın alabilirim.	0,607		
SAT2: Büyük bir ihtimalle bir sonraki alışverişimde organik gıda satın alabilirim.	0,898	0,114	12,532
SAT3: Yakın gelecekte organik gıda satın kesinlikle deneyeceğim.	0,788	0,105	11,837
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy: 0,864 Bartlett's Test of Sphericity Approx. Chi-Square: 2970,585 df: 253 Sig. :000			

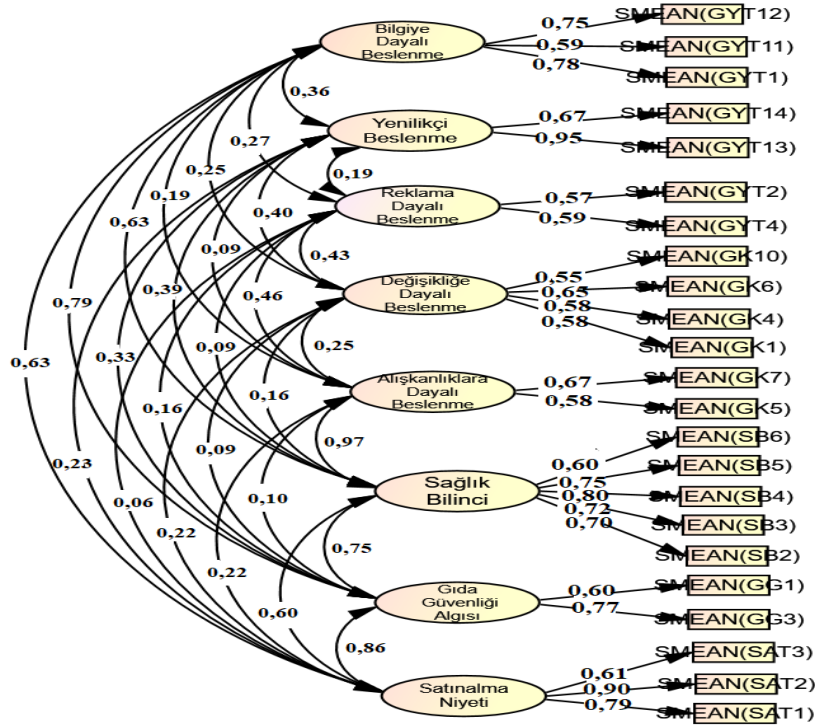
*Regresyon katsayısı 1'e eşitlenmiştir. Katsayılar istatistiksel düzeyde anlamlıdır p<0,01; SRK: Standardize edilmiş regresyon katsayısı, SH: Standart hata.

Tablo 3'e göre, 0,864 oranında (KMO) değeri ve (X²: 2970,585, sd:253, p<0,01) Bartlett Sphericity Testi sonucunda değişkenler arasında ilişkilerin hem anlamlı hem de yüksek olduğu görülmüştür. Bu oranlar ile faktör analizi gerçekleştirilebilmiştir. Kabul edilebilir yapısal model iyi uyum değerleri Tablo 4'te gösterilmiştir.

Tablo 4. Uyum Değerleri

	Değerler	Kabul Edilebilir Uyum
χ^2	224,589	-
Serbestlik Derecesi	188	-
P	0,035	-
χ^2/df	1,195	<3
TLI	0,982	>0,90
CFI	0,987	>0,90
NFI	0,926	>0,90
IFI	0,987	>0,90
RMSEA	0,023	<0,80
SRMR	0,049	<10

Güvenilir bir gizil yapı için bileşik güvenilirlik derecesinin 0,70 ve üzerinde olması gerekir. Bununla birlikte ortak varyans değerinin de 0,50 ve üzerinde seyretmesi yapının geçerliliği açısından önemlidir (Hair vd., 1998). Modele ait doğrulayıcı faktör analizinde yer alan bileşik güvenilirlik ve ortak varyans değerleri model gizil yapısını güvenilirliğini ortaya koymaktadır. Ölçüm modelinin güvenilirliği doğrultusunda boyutlar arasında kurulan ilişkiler Şekil 2'de gösterildiği gibidir.

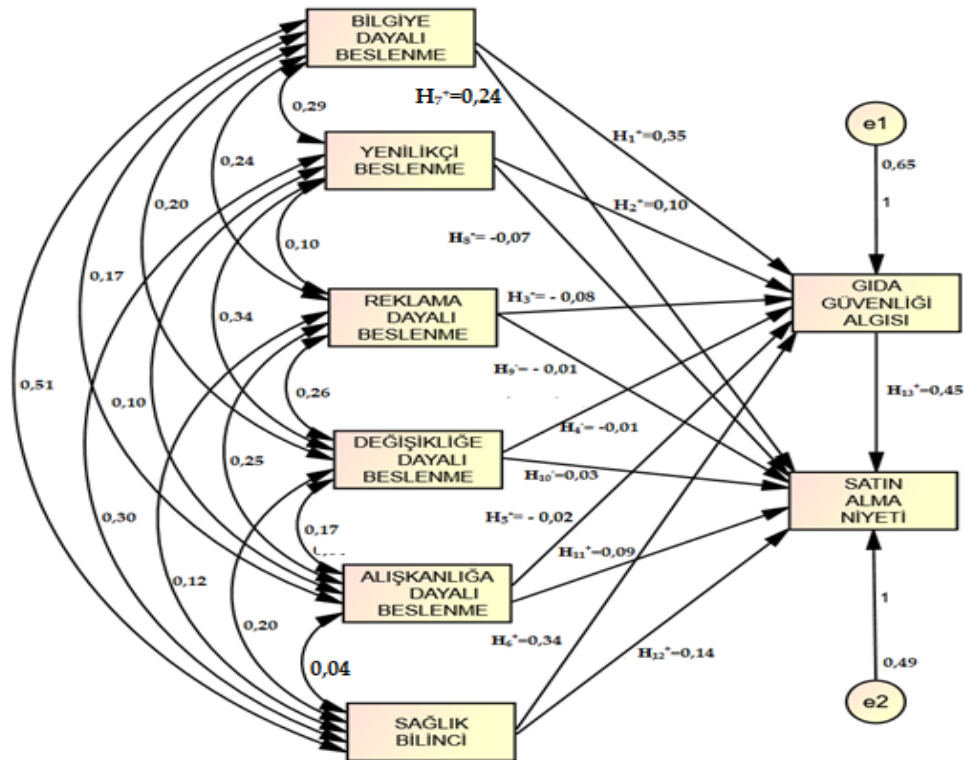


Şekil 2: Ölçüm Modeli

Ölçüm modelinde “Bilgiye Dayalı Beslenme” boyutunun alt boyutlar arasındaki ilişki değerleri şöyledir. “Yenilikçi Beslenme” ile 0,36; “Reklama Dayalı Beslenme” ile 0,27; “Değişikliğe Dayalı Beslenme” ile 0,25; “Alışkanlıklara Dayalı Beslenme” ile 0,19; “Sağlık Bilinci” ile 0,63; Gıda Güvenliği Algısı ile 0,79 ve “Satınalma Niyeti” ile 0,3 oranında ilişki değerleri mevcuttur. “Yenilikçi Beslenme” boyutu, “Reklama Dayalı Beslenme” ile 0,19; “Değişikliğe Dayalı Beslenme” ile 0,40; “Alışkanlıklara Dayalı Beslenme” ile 0,19; “Sağlık Bilinci” ile 0,63; “Gıda Güvenliği Algısı” ile 0,33 ve “Satınalma Niyeti” ile 0,23 ilişkiye sahiptir. “Reklama Dayalı Beslenme” boyutunun “Değişikliğe Dayalı Beslenme” ile 0,43; “Alışkanlıklara Dayalı Beslenme” ile 0,46; “Sağlık Bilinci” ile 0,09; Gıda Güvenliği Algısı ile 0,16 ve “Satınalma Niyeti” ile 0,6 oranında ilişki değerlerine sahiptir. “Değişikliğe Dayalı Beslenme” boyutu, “Alışkanlıklara Dayalı Beslenme” ile 0,25; “Sağlık Bilinci” ile 0,16; Gıda Güvenliği Algısı ile 0,09 ve “Satınalma Niyeti” ile 0,22 oranında ilişki değerleri bulunmaktadır. “Alışkanlıklara Dayalı Beslenme” boyutunun “Sağlık Bilinci” ile 0,97; Gıda Güvenliği Algısı ile 0,10 ve “Satınalma Niyeti” ile 0,22 oranında ilişki değerleri bulunmaktadır. “Sağlık Bilinci” boyutunun “Gıda Güvenliği Algısı” ile 0,75 ve “Satınalma Niyeti” ile 0,60 oranında ilişki değerleri bulunmaktadır. “Gıda Güvenliği Algısı” boyutu ile “Satınalma Niyeti” boyutu arasında 0,80 gibi yüksek bir değer bulunmaktadır.

Hipotezlerin Sınanması

Doğrulan ölçüm modelinin ardından “Bilgiye Dayalı Beslenme”, “Yenilikçi Beslenme”, “Reklama Dayalı Beslenme”, “Değişikliğe Dayalı Beslenme”, “Alışkanlıklara Dayalı Beslenme” ve “Sağlık Bilinci” boyutlarının “Gıda Güvenliği” değişkenini; “Gıda Güvenliği” değişkeninin “Satınalma Niyeti” değişkenini hangi oranlarda yordadığını belirlemek için Structural Equation Modeling (SEM) uygulanmıştır (Şekil 3).



Şekil 3: Yapısal Eşitlik Modellemesi

Yapısal modele ait iyi uyum değerleri Tablo 6'da verilmiştir.

Tablo 6: Model Uyum Değeri

CMIN X ²	(DF) Sd	CMIN/DF X ² /sd	SRMR	AGFI	NFI	CFI	RMSEA
213,911	180	1,188	0,053	0,930	0,930	0,988	0,022

Analizler sonucunda test edilen hipotez ve değerlendirme sonuçları Tablo 7'de gösterilmiştir.

Tablo 7. Yol Katsayıları ve Hipotez Sonuçları

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Güvenli Gıda Algısı <--- Bilgiye Dayalı Beslenme	,350	,054	7,299	***	H₁: KABUL
Güvenli Gıda Algısı <--- Yenilikçi Beslenme	,103	,042	2,357	,018	H₂: KABUL
Güvenli Gıda Algısı <--- Reklama Dayalı Beslenme	-,079	,045	-1,855	,064	H ₃ : RET
Güvenli Gıda Algısı <--- Değişikliğe Dayalı Beslenme	,035	,054	,794	,427	H ₄ : RET
Güvenli Gıda Algısı <--- Alışkanlıklara Dayalı Beslenme	-,016	,042	-,385	,700	H ₅ : RET
Güvenli Gıda Algısı <--- Sağlık Bilinci	,340	,060	7,226	***	H₆: KABUL
Satınalma Niyeti <--- Bilgiye Dayalı Beslenme	,241	,050	5,132	***	H₇: KABUL
Satınalma Niyeti <--- Yenilikçi Beslenme	-,071	,037	-1,761	,078	H ₈ : RET
Satınalma Niyeti <--- Reklama Dayalı Beslenme	-,013	,039	-,336	,737	H ₉ : RET
Satınalma Niyeti <--- Değişikliğe Dayalı Beslenme	,033	,047	,829	,407	H ₁₀ : RET
Satınalma Niyeti <--- Alışkanlıklara Dayalı Beslenme	,090	,036	2,380	,017	H₁₁: KABUL
Satınalma Niyeti <--- Sağlık Bilinci	,143	,055	3,115	,002	H₁₂: KABUL
Satınalma Niyeti <--- Güvenli Gıda Algısı	,450	,044	9,555	***	H₁₃: KABUL

H₁. *Bilgiye Dayalı Beslenme boyutunun, Gıda Güvenliği Algısı boyutu üzerinde anlamlı etkisi vardır.*

Standardize Beta Katsayısına göre ($\beta = 0,350$; $p < 0,05$) *bilgiye dayalı beslenme* boyutunun, *güvenli gıda algısı* boyutu üzerinde anlamlı ($t = 7,299$) etkisi vardır. Kabul edilen H₁ hipotezinde güvenli gıda algısının yaklaşık olarak %35'i bilgiye dayalı beslenme egzojen-gizil değişkeni tarafından açıklanmaktadır. Bu durum araştırmaya katılanların bilgiye dayalı beslenmelerinde meydana gelecek bir birimlik artış, güvenli gıda algısı üzerinde 0,350 birimlik bir artışa neden olacağına bir göstergesidir.

H₂. *Yenilikçi Beslenme boyutunun, Gıda Güvenliği Algısı boyutu üzerinde anlamlı etkisi vardır.*

Standardize Beta Katsayısına göre ($\beta = 0,103$; $p = 0,018 < 0,05$) *yenilikçi beslenme* boyutunun *güvenli gıda algısı* boyutu üzerinde anlamlı ($t = 2,357$) etkisi vardır. Kabul edilen H₂ hipotezinde güvenli gıda algısının yaklaşık olarak %10'u yenilikçi beslenme egzojen-gizil değişkeni tarafından açıklanmaktadır. Bu durum araştırmaya katılanların yenilikçi beslenmelerinde meydana gelecek bir birimlik artış, güvenli gıda algısı üzerinde 0,103 birimlik bir artışa neden olacağına bir göstergesidir.

H₃. *Reklama Dayalı Beslenme boyutunun, Güvenli Gıda Algısı boyutu üzerinde anlamlı etkisi vardır.*

Standardize Beta Katsayısına göre ($\beta = 0,025$; $p = 0,64 > 0,05$) *reklama dayalı beslenme* boyutunun, *güvenli gıda algısı* boyutu üzerinde anlamlı etkisi ($t = -1,855$) yoktur. Buna dayanarak H₃ hipotezi reddedilmiştir.

H₄. *Değişikliğe Dayalı Beslenme boyutunun, güvenli gıda algısı boyutu üzerinde anlamlı etkisi vardır.*

Standardize Beta Katsayısına göre ($\beta = 0,035$; $p = 0,427 > 0,05$) *değişikliğe dayalı beslenme* boyutunun, *güvenli gıda algısı* boyutu üzerinde anlamlı etkisi ($t = -0,761$) yoktur. Buna dayanarak H₄ hipotezi reddedilmiştir.

H₅. Alışkanlıklara Dayalı Beslenme boyutunun, Güvenli Gıda Algısı boyutu üzerinde anlamlı etkisi vardır.

Standardize Beta Katsayısına göre ($\beta = -0,016$; $p=0,700>0,05$) alışkanlıklara dayalı beslenme boyutunun, güvenli gıda algısı boyutu üzerinde anlamlı etkisi ($t= -0,385$) yoktur. Buna dayanarak H_5 hipotezi reddedilmiştir.

H₆. Sağlık Bilinci boyutunun, Gıda Güvenliği Algısı boyutu üzerinde anlamlı etkisi vardır.

Standardize Beta Katsayısına göre ($\beta = 0,340$; $p<0,05$) sağlık bilinci boyutunun, güvenli gıda algısı boyutu üzerinde anlamlı ($t=7,226$) etkisi vardır. Kabul edilen H_6 hipotezinde güvenli gıda algısının yaklaşık olarak % 35'i sağlık bilinci egzojen-gizil değişkeni tarafından açıklanmaktadır. Bu durum araştırmaya katılanların sağlık bilinçlerinde meydana gelecek bir birimlik artışın, güvenli gıda algısı üzerinde 0,340 birimlik bir artışa neden olacağının bir göstergesidir.

H₇. Bilgiye Dayalı Beslenme boyutunun, Satın Alma Niyeti boyutu üzerinde anlamlı etkisi vardır.

Standardize Beta Katsayısına göre ($\beta = 0,241$; $p<0,05$) bilgiye dayalı beslenme boyutunun, satın alma niyeti boyutu üzerinde anlamlı ($t=5,132$) etkisi vardır. Kabul edilen H_7 hipotezinde satın alma niyetinin yaklaşık olarak % 24'ü bilgiye dayalı beslenme egzojen-gizil değişkeni tarafından açıklanmaktadır. Bu durum araştırmaya katılanların alışkanlıklara dayalı beslenmelerinde meydana gelecek bir birimlik artışın, satın alma niyeti üzerinde 0,241 birimlik bir artışa neden olacağının bir göstergesidir.

H₈. Yenilikçi Beslenme boyutunun Satın Alma Niyeti boyutu üzerinde anlamlı etkisi vardır.

Standardize Beta Katsayısına göre ($\beta = -0,071$; $p=0,78>0,05$) yenilikçi beslenme boyutunun, satın alma niyeti boyutu üzerinde anlamlı etkisi ($t= -1,761$) yoktur. Buna dayanarak H_8 hipotezi reddedilmiştir.

H₉. Reklama Dayalı Beslenme boyutunun, Satın Alma Niyeti boyutu üzerinde anlamlı etkisi vardır.

Standardize Beta Katsayısına göre ($\beta = -0,013$; $p=0,73>0,05$) reklama dayalı beslenme boyutunun, satın alma niyeti boyutu üzerinde anlamlı etkisi ($t= -0,336$) yoktur. Buna dayanarak H_9 hipotezi reddedilmiştir.

H₁₀. Değişikliğe Dayalı Beslenme boyutunun, Satın Alma Niyeti boyutu üzerinde anlamlı etkisi vardır.

Standardize Beta Katsayısına göre ($\beta = 0,033$; $p=0,407>0,05$) değişikliğe dayalı beslenme boyutunun, satın alma niyeti boyutu üzerinde anlamlı etkisi ($t= 0,829$) yoktur. Buna dayanarak H_{10} hipotezi reddedilmiştir.

H₁₁. Alışkanlıklara Dayalı Beslenme boyutunun, Satın Alma Niyeti boyutu üzerinde anlamlı etkisi vardır.

Standardize Beta Katsayısına göre ($\beta = 0,090$; $p:0,017<0,05$) alışkanlıklara dayalı beslenme boyutunun, satın alma niyeti boyutu üzerinde anlamlı ($t=9,555$) etkisi vardır. Kabul edilen H_{11} hipotezinde satın alma niyetinin yaklaşık olarak % 45'i alışkanlıklara dayalı beslenme egzojen-gizil değişkeni tarafından açıklanmaktadır. Bu durum araştırmaya katılanların alışkanlıklara dayalı beslenmelerinde meydana gelecek bir birimlik artışın, satın alma niyeti üzerinde 0,450 birimlik bir artışa neden olacağının bir göstergesidir.

H₁₂. Sağlık Bilinci boyutunun, Satın Alma Niyeti boyutu üzerinde anlamlı etkisi vardır.

Standardize Beta Katsayısına göre ($\beta = 0,143$; $p:0,002<0,05$) sağlık bilinci boyutunun, satın alma niyeti boyutu üzerinde anlamlı ($t=3,111$) etkisi vardır. Kabul edilen H_{12} hipotezinde satın alma niyetinin yaklaşık olarak % 14'ü sağlık bilinci egzojen-gizil değişkeni tarafından açıklanmaktadır. Bu durum araştırmaya katılanların sağlık bilinçlerinde meydana gelecek bir birimlik artışın, satın alma niyeti üzerinde 0,143 birimlik bir artışa neden olacağının bir göstergesidir.

H₁₃. Güvenli Gıda Algısı boyutunun, Satın Alma Niyeti boyutu üzerinde anlamlı etkisi vardır.

Standardize Beta Katsayısına göre ($\beta = 0,450$; $p < 0,05$) *güvenli gıda algısı* boyutunun, *satın alma niyeti* boyutu üzerinde anlamlı ($t=9,555$) etkisi vardır. Kabul edilen H_{13} hipotezinde satın alma niyetinin yaklaşık olarak %45'i güvenli gıda algısı egzogen-gizil değişkeni tarafından açıklanmaktadır. Bu durum araştırmaya katılanların güvenli gıda algılarında meydana gelecek bir birimlik artışın, satın alma niyeti üzerinde 0,450 birimlik bir artışa neden olacağını bir göstergesidir.

Analizler sonucunda katılımcıların bilgiye dayalı ve yenilikçi beslenmeyi içeren yaşam tarzına sahip oldukları ortaya çıkmıştır. Gıda tüketiminde bilgiye dayalı beslenen katılımcılar, yüksek sağlık bilincine sahip ve aynı zamanda gıda tüketiminde değişikliğe açık olmayan ya da alışkanlıkları doğrultusunda hareket eden yaşam tarzı sergilemektedirler. Bunun yanında güvenli gıda algısı ile ilgili belirgin tavır sergiledikleri tam olarak söylenemez. Bunu nedeni olarak gıdada bilgiyi öne çıkarmaları gösterilebilir. Son olarak gıda satın alma faaliyetlerinin, sağlık bilinci ve güvenli gıda algısıyla doğru orantılı olarak gerçekleştiği araştırmadan elde edilen diğer bir sonuç olarak karışımıza çıkmaktadır.

TARTIŞMA, SONUÇ ve ÖNERİLER

Çalışma, gıdaya dayalı yaşam tarzının, gıda korkusunun ve sağlık bilincinin güvenli gıda algısına ve satın alma niyetine etkisi üzerinde şekillenmiştir. Aynı zamanda çalışmada ele alınan diğer etki boyutu ise güvenli gıda algısının satın alma niyetini üzerindeki etkisidir. Balıkesir Erdek yerel halkından anket tekniği ve yüz yüze görüşmeler ile elde edilen veriler, Yapısal Eşitlik Modellemesi ile analize tabi tutulmuştur. Analizler sonucunda Erdek yerel halkı, gıdaya dayalı yaşam tarzı ya da diğer bir ifadeyle yaşam tarzlarının şekillendirdiği beslenme alışkanlıklarına göre üç farklı gruba ayrılmaktadır. Bunlar; “bilgiye dayalı beslenme”, “yenilikçi beslenme” ve “reklama dayalı beslenme” olarak isimlendirilmiştir. Benzer şekilde Erdek yerel halkı gıda korkusunun şekillendirdiği “değişikliğe dayalı beslenme” ve “alışkanlıklara dayalı beslenme” olarak iki farklı grupta sınıflandırılmıştır.

Araştırma bulguları, göstermektedir.

Gıdaya dayalı yaşam tarzına ilişkin “bilgiye dayalı beslenme” ve “yenilikçi beslenme” boyutlarının güvenli gıda algısı üzerinde anlamlı etkisi varken “reklama dayalı beslenme” boyutunun güvenli gıda algısı üzerinde anlamlı etkisi olmadığı ortaya çıkmıştır. Bu durum, katılımcıların gıdaya dayalı yaşam tarzına göre ikiye ayrıldığı bir göstergesidir. Bilgiye dayalı beslenme ve yenilikçi beslenme algısıyla şekillenen yaşam tarzındaki katılımcılar, gıda tüketiminde yeniliklere açık, ama bir o kadar da bilgiye önem vermekte ve reklamların dayattığı besinlere güven duymamaktadırlar.

Gıda korkusuna ilişkin “değişikliğe dayalı beslenme” ve “alışkanlıklara dayalı beslenme” boyutlarının güvenli gıda algısı üzerinde anlamlı etkisi olmadığı anlaşılmıştır. Katılımcıların hâlihazırdaki beslenme şekilleri ya da gıdalara karşı besledikleri içsel korkuların oluşturduğu değişiklik arayışı ve alışkanlıklar, güvenli gıda algısının oluşmadığını göstermektedir. Katılımcıların sağlık bilincinin gıdalara karşı güven algısını da şekillendirdiği analizler sonucun ortaya çıkmıştır.

Gıda satın alma konusunda bireylerin etkilendiği farklı faktörler bulunmaktadır. Bu çalışmada, gıda satın almada etkili olan gıdaya dayalı yaşam tarzı, gıda korkusu ve sağlık bilinci faktörleri irdelenmiştir. Gıdaya dayalı yaşam tarzına ait “bilgiye dayalı beslenme” boyutunun satın alma niyeti üzerinde anlamlı etkisi bulunurken “yenilikçi beslenme” ve “reklama dayalı beslenme” boyutlarının gıda satın alma niyeti üzerinde anlamlı etkisi olmadığı anlaşılmaktadır. Gıda

korkusu nedeniyle katılımcılar, değişikliğe dayalı beslenmeyi düşünmeden alışkanlıklarına dayalı olarak beslenmeyi tercih etmektedirler. Aynı zamanda katılımcıların sahip olduğu sağlık bilinci ve güvenli gıda algısının gıda satın alma niyetini şekillendirdiği ortaya çıkmıştır.

Araştırmadan elde edilen sonuçlara göre Erdek yerel halkının gıda konusunda yerel yiyeceklere dayalı bir yaşam tarzı sergilediği ortaya çıkmıştır. Gıda konusunda değişiklik taraftarı olmadıkları, genellikle alışkanlıkları doğrultusunda kuşaklar boyu beslendikleri çalışmadan çıkan diğer bir sonuçtur. Sağlıklı yaşam, sağlıklı beslenme ve bu konuda bilgiye önem verme Erdek halkının önemli bir özelliğidir. Bu duruma etki eden en önemli faktör ise Erdek ve çevresinde endüstriyel gelişim yerine tarımsal gelişimin daha yaygın oluşudur.

Kırsal turizm gelişiminde, yerel unsurların önemli olduğu bilinmektedir. Özellikle yerel gastronomik değerlerin turizm amaçlı kullanımının sağlanması, yaygınlaşan bir düşünce niteliğindedir. Yerel gastronomik unsurların turizm amaçlı olarak etkin bir şekilde kullanımında, yerel halkın kendi öz değerlerine sahip çıkması büyük önem arz etmektedir. Çünkü yerel halkın global nitelik taşıyan yiyecekler yerine yerel ürünleri turistik tüketicilere sunarken kendi duydukları hazzı da iletebilmekte ve turist üzerinde olumlu etki bırakabilmektedirler.

Gıdaya dayalı yaşam tarzı, bireylerin bilinçlerindeki farklılıklarla şekillenen bir yapı olarak nitelendirilirken araştırmaya katılan katılımcılar, bilgiye dayalı beslenmeye ve yenilikçi beslenme türünde bir yaşam tarzı sürmektedirler. Tarıma dayalı bir yaşam süren Erdek yerel halkı, gıda tüketiminde sağlık bilinciyle hareket ederken beslenmede yeni gıdalara açık ama güvenli gıda tüketimine de önem veren bir yaşam tercih etmektedirler.

Bu araştırma, aynı ölçekler kullanılarak hem daha kalabalık toplumlarda hem de yiyeceğini satın alarak tüketen toplumlarda yapılması kapsamlı sonuçların çıkmasına yardımcı olacaktır. Benzer şekilde bu tür bir çalışmanın turistik tüketicilere de uygulanarak farklı ülke turistlerinin gıdaya dayalı yaşam tarzlarına göre gruplandırılması, turistik pazarın bölümlendirilmesinde ve tüketici beklentilerinin karşılanmasında yol gösterici nitelik taşıyabilecektir.

KAYNAKÇA

Alley, T. R. and Potter, K. A. (2011). Food Neophobia and Sensation Seeking, in; Handbook of Behavior, "Food and Nutrition", (eds): V. R. Preedy, R. R. Watson and C. R. Martin, 707-724.

Buckland, B.S. (2007). Eating authenticity; M.F.K. Fisher and American Visions of France. *Petits Propos Culinaire*, (83): 81-91.

Ceylan, V. ve Şahingöz, S. A. (2019). Yetişkin Bireylerde Gıda Neofobi Düzeyinin Belirlenmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7 (2), 772-784.

Gould, S. J. (1988). Consumer Attitudes Toward Health and Health Care: A Differential Perspective. *Journal of Consumer Affairs*, 22(1), 96-118.

Gökdemir, A. (2005). *Mutfak Hizmetleri Yönetimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Grunert, K. J. (2002), Current Issues in The Understanding of Consumer Food Choice. *Trends in Food Science & Technology*, 13(8), 275-285.

Grunert, G. K. and Brunso, K. (1998). Cross-Cultural Similarities and Differences in Shopping for Food *Journal of Business Research*, (42): 145-150.

Gürel, Z. ve Aslan, D. (2019). Halk Sağlığı Bakış Açısıyla Gıda Kaynaklı Krizler ve Önleme Yaklaşımları. *Türk Hijyen ve Deneysel Biyoloji Dergisi*, 76(3): 361-376.

Hair, J. F., Rolph E. A., Ronald L. T. and William C. B. (1998). *Multivariate Data Analysis*. 5.Basım, Upper Saddle River, N. J.: Prentice Hall

Knaapila, A., Tuorila, H., Silventoinen, K., Keskitalo, K., Kallela, M., Wessman, M., Peltonen, L., Cherkas, L. F., Spector, T. D. and Perola, M. (2007). Food Neophobia Shows Heritable Variation in Humans, *Physiology & Behavior*, (91): 573-578.

Perry, R. A., Mallan, K. M., Koo, J., Mauch, C. E., Daniels, L. A. and Magarey, A. M., (2015). Food Neophobia and Its Association with Diet Quality and Weight in Children Aged 24 Months: A Cross Sectional Study. *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, 12 (13): 1-8.

Pliner, P. and Hobden, K. (1992). Development of a Scale to Measure the Trait of Food Neophobia in Humans, *Appetite*, (19): 105-120.

Putrevu, S. and Lord, K. R. (1994). Comparative and Noncomparative Advertising: Attitudinal Effects Under Cognitive and Affective Involvement Conditions. *Journal of Advertising*, 23(2): 77-91.

Roddy, G., Cowan, C. A. and Hutchinson, G. (1996). Consumer Attitudes and Behaviour to Organic Foods in Ireland. *Journal of International Consumer Marketing*, 9(2): 41-63.

Ryan, I., Cowan, C., McCarthy M. and O'sullivan C. (2008) Segmenting Irish Food Consumers Using the Food-Related Lifestyle Instrument, *Journal of International Food & Agribusiness Marketing*, 16 (1): 33-37.

Suprpto, B. and Wijaya, T. (2012). Model of Consumer's Buying Intention Towards Organic Food: A Study Among Mothers in Indonesian. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 3(2): 114-119.

Tuorila, H., Lahteenmaki, L., Pohjalainen, L. and Lotti, L. (2001). Food Neophobia Among the Finns and Related Responses to Familiar and Unfamiliar Foods, *Food Quality and Preference*, (12): 29-37.

World Health Organization. Foodborne Diseases. http://www.who.int/topics/foodborne_diseases/en/ (Erişim Tarihi:25.06.2020).

Yiğit, S. ve Doğdubay, M. (2017). Gastronomi Eğitimi Alan Öğrencilerde Yiyecekte Yenilik Korkusu (Food Neophobia): Balıkesir Üniversitesi Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 5(Özel Sayı 2),162-168.