

MEDİKAL TURİZMDE YEME ALIŞKANLIKLARININ, YEME TUTUMLARININ VE GASTRONOMİK İMAJ ALGILARININ BELİRLENMESİ: ANTALYA ÖZELİNDE BİR ARAŞTIRMA ¹

Determination of Eating Habits, Eating Attitudes and Gastronomic Image Perceptions in Medical Tourism: Research in Antalya

Betül Mürüvet Adak^a , Oğuz Doğan^{b2} 

^a Lisans Öğrencisi, Antalya Bilim Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Beslenme ve Diyetetik Bölümü;

^b Doç. Dr., Antalya Bilim Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü

MAKALE GEÇMİŞİ

Gönderilme: 20.12.2024

Kabul edilme: 30.12.2024

ANAHTAR KELİMELER

Medikal turizm, yeme alışkanlıkları, yeme tutumu, gastronomik imaj, Antalya

ÖZET

Bu çalışmada, son yıllarda giderek önem kazanan medikal turizm hareketleri kapsamında Antalya'yı ziyaret eden farklı milliyetlere tabi bireylerin yeme alışkanlıklarını ve yeme alışkanlıklarında bir fark olup olmadığını incelemek, hizmet satın aldıkları kurumlarda sunulan yeme-içme hizmetlerine yönelik tutumlarını ve Antalya'nın gastronomik imajı hakkındaki düşüncelerini belirlemek ve Antalya'yı seçmelerindeki unsurlar arasında yiyeceğin önemli olup olmadığını tespit etmektir. Bu kapsamda Antalya'da sağlık hizmeti alan 94 turist ile bir anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Elde edilen bulgular, katılımcıların ülkelerine göre hastanede sunulan yemeklere ilişkin yeme tutumlarında ve Antalya'nın gastronomik imajına ilişkin algılarında herhangi anlamlı bir farklılığın olmadığı görülmüştür. Bulgular ayrıca katılımcıların Antalya'da sağlık hizmeti almalarında etkili olan önemli unsurların hastanenin hizmet kalitesi ve sağlık personelinin donanımlı olması olduğunu göstermiştir.

ARTICLE HISTORY

Received: 20.12.2024

Accepted: 30.12.2024

KEYWORDS

Medical tourism, eating habits, eating attitudes, gastronomic image, Antalya

ABSTRACT

The aim of this study is to examine the eating habits of individuals of different nationalities who visit Antalya within the scope of medical tourism movements, which have become increasingly important in recent years, and whether there is a difference in their eating habits, to determine their attitudes towards the food and beverage services offered in the institutions where they purchase services and their thoughts about the gastronomic image of Antalya, and to determine whether food is important among the factors in choosing Antalya. In this context, a survey was conducted with 94 tourists who received health services in Antalya. The findings showed that there was no significant difference in the participants' eating attitudes towards the food served in the hospital and their perceptions of the gastronomic image of Antalya according to their countries. The findings also showed that the important factors that influenced the participants to receive health services in Antalya were the service quality of the hospital and the equipment of the health personnel.

GİRİŞ

Turizm sektöründe farklı ürün ve hizmetlerin sunulmaya başlamasıyla birlikte bireylerin destinasyonları ziyaret etme motivasyonları da farklılık göstermeye başlamıştır (Dülgeroğlu vd., 2020). Bireylerin farklı bir motivasyon ile gerçekleştirmiş oldukları turizm türlerinden biri medikal turizmdir. Sağlık hizmetleri ve turizm hizmetlerinin birleşimiyle ortaya çıkan medikal turizm kısaca, bireylerin kendi ülkelerinde bulunmayan ya da maliyeti görece yüksek olan sağlık hizmetlerinden faydalanmak için yurt dışına seyahat etmeleri olarak ifade edilebilir (Doğan ve Yüzbaşıoğlu, 2021). Bu kapsamda bireyler ziyaret

¹ Bu çalışma TÜBİTAK 2209/A Üniversite Öğrencileri Araştırma Projeleri Destek Programı kapsamında desteklenen 1919B012218103 numaralı projeden türetilmiştir.

² Sorumlu yazar: oguz.dogan@antalya.edu.tr

etmiş oldukları ülkede bakım hizmetleri, diyet ve sağlıklı beslenme, gevşeme ve zihinsel eğitim hizmeti almaktadırlar (Yılmaz vd., 2020). Dahası bireyler, destinasyonda sunulan turizm hizmetlerinden de faydalanmaktadırlar (Doğan ve Yüzbaşıoğlu, 2021).

Medikal turizm hareketlerine farklı kültür ve geleneğe sahip bireylerin katıldığını, dolayısıyla bu bireylerin kendine özgü yeme alışkanlıklarına sahip olduklarını ifade etmek mümkündür. Toplu beslenme sistemlerinin kullanıldığı sağlık kuruluşlarında menü planlaması yapılırken, bireylerin yaş, cinsiyet, sağlık durumu, enerji ve besin ögesi gereksinimi gibi unsurların yanı sıra beslenme alışkanlıkları ve tercihlerinin (Nesil, 2021) göz önünde bulundurulması önem arz etmektedir. Bu kapsamda medikal turizm hareketlerine katılan bireylerin yeme alışkanlıklarına uygun olarak sunulacak olan yiyecek-içecek hizmetlerinin, bireylerin almış oldukları hizmetlere yönelik tatmin düzeylerini, seyahat deneyimlerini ve hizmet aldıkları kuruluşlara yönelik bağlılıklarını artıracığı söylenebilir (Bayram ve Oduncuoğlu, 2019).

Son yıllarda talebin giderek arttığı medikal turizm hareketlerinde, bireylere kişiselleştirilmiş hizmet sunumunun gerçekleştirilebilmesi, seyahat deneyimlerinin yükseltilebilmesi ve hizmet aldıkları kurumlara aidiyet duygularının geliştirilebilmesinde sunulan hizmetin kalitesi, hizmetin maliyeti, hizmet personelinin yetkinliği vb. faktörlerin yanı sıra yeme alışkanlıklarının göz önünde bulundurulmasının önemli olduğu düşünülmektedir. İlgili alanyazında, medikal turizme katılan bireylerin yeme alışkanlıklarını, milliyetler arasındaki farkları, hizmet satın alınan kurumlarda sunulan yeme-içme hizmetlerine yönelik tutumları, Antalya'nın gastronomik imajı hakkındaki düşünceleri ve Antalya'yı seçmelerindeki unsurlar arasında yiyeceğin önemli olup olmadığını ele alan çalışma sayısının sınırlı olması, bu araştırmanın özgün değerini oluşturmaktadır. Keşfedici bir özelliğe sahip olan bu araştırma, gelecekte benzer konuda yapılacak olan araştırmalara kaynak teşkil edecektir.

Bir ülkenin, bölgenin veya kültürün en belirleyici unsurlarından birisi mutfaktır. Yemek, bir bölgenin veya toplumun kimliğini yansıtmaktadır (Constantin, 2012). İlaveten, bir toplumun kültürünü anlamada önemli bir unsur ve kültürel ifade için önemli bir araçtır (Chang vd., 2010). Bir bölgeye veya destinasyona özgü yerel yemekler, bahsedilen temel özellikleri nedeniyle, turistler açısından özgün bir turizm deneyimi yaşama fırsatı olarak görülebilmektedir (Lin vd., 2020). Dolayısıyla yemek, seyahat deneyiminin önemli unsurlarından birisi olarak kabul edilmektedir (Chang, 2017). Bu kapsamda bireylerin, yöresel yiyeceklere ilişkin devam eden bir ilgilerinin olduğunu söylemek mümkündür (Dülğaroğlu vd., 2020). Ancak bazı durumlarda alışık olunmayan tatlar, diğer bir deyişle yerel mutfaklar, turistler için önemli bir zorluk teşkil edebilmektedir (Chang vd., 2010). Ayrıca turistlerin yerel yemekleri tüketme niyetlerinde, sosyokültürel ve psikolojik faktörler etkili olabilmektedir. Daha geniş bir ifadeyle bireylerin yiyecek tercihlerinde, sosyal, ekonomik, politik ve kültürel unsurlar ve etik ve dini kurallar etkili olabilmektedir (Santos vd., 2020). Dolayısıyla farklı kültürlerin yeme alışkanlıkları arasındaki farklılıkların, bireylerin destinasyonların yerel yemeklerini tüketme konusunda çekince yaşamasında etkili olabileceği söylenebilir. Örneğin, Barcelona'yı ziyaret eden Çinli turistlerle yapılan bir çalışmanın sonuçları, turistlerin yerel yemekleri yeme konusunda yaşadığı zorlukların farklı tatlar, farklı yemek saatleri ve süreleri, sağlıklı gıda kavramıyla ilgili farklılıklar olduğunu göstermiştir (Lin vd., 2020).

Önceki yıllarda yapılan bir araştırmanın sonuçları, Tayland'ı medikal turizm kapsamında ziyaret eden bireylerin bir kısmının ülkede sunulan sağlık hizmetlerine, bir kısmının da ülkenin turistik çekiciliklerine daha fazla önem verdiklerini göstermiştir (Kanittinsuttitong, 2015). Dolayısıyla medikal turizmde birincil motivasyon kaynağının ilgili ülkede sunulan sağlık hizmetleri olduğunu ancak ülkenin turistik cazibesinin ve turizm kapsamında sunulan hizmetlerin de bireyleri motive edebildiğini ifade etmek mümkündür. Bu kapsamda medikal turizm, turizm sektörünü belirli dönemlerde belirli destinasyonlara yönelik değişiklik gösteren talep yapısından ve belirli bir turist kitlesine hitap eden yapısından kurtulmasına katkı sağlamaktadır (Bayram ve Oduncuoğlu, 2019). Her geçen yıl turizm hizmetlerine olan talebin artmasına bağlı olarak, turizm sektöründe hizmet sunan destinasyon sayısı da artmaktadır. Dolayısıyla sektörde destinasyonlar arasındaki rekabet de giderek artmaktadır. Söz konusu bu rekabet ortamında, hizmet verilen turist sayısını artırmak ve rekabet avantajı elde etmek isteyen destinasyonlar, sundukları hizmetleri çeşitlendirerek rakiplerinden farklılaşmaya çalışmaktadırlar. Bu bağlamda son yıllarda gittikçe popüler hale gelen medikal turizm hem destinasyonlara pazarda farklılaşmalarına hem de turizm faaliyetlerini bütün bir yıla yayma imkânı vermektedir.

Mevcut alanyazında, turizm hareketlerine katılan bireylerin yeme alışkanlıklarına ilişkin yapılmış araştırmalar yaygın iken (Constantin, 2012; Lin vd., 2020; Santos vd., 2020), medikal turizm hareketlerine katılan bireylerin yeme alışkanlıkları üzerine yoğunlaşan az sayıda çalışma (Bayram ve Oduncuoğlu, 2019) bulunmaktadır. Turistlerin yeme alışkanlıklarını ele alan söz konusu çalışmalarda, yöresel yiyeceklerin, önemli çekicilik unsurlarından birisi olarak kabul edilmesine rağmen, bazı durumlarda turistlerin destinasyon seçimlerinde bir engel teşkil edebileceği (Chang vd., 2010) ya da destinasyon

seçiminde göz ardı edilebileceği ifade edilmektedir. Örneğin konuyla ilgili yapılan bir çalışmada, İspanya'yı ziyaret eden turistlerin %68'i, destinasyon seçiminde yerel yiyeceklerin önemli olduğunu belirtirken, İspanya'yı seçmelerinde yerel yiyecekleri göz ardı ettiklerini ifade etmişlerdir (Sánchez-Cañizares ve López-Guzmán, 2012). Ayrıca, medikal turizm kapsamında verilen hizmetlerde destinasyona özgü yiyecek ve içeceklerin sunulması konularının ihmal edildiği ve bu durumun da medikal turizm faaliyetlerini olumsuz etkilediği belirtilmektedir (Bayram ve Oduncuoğlu, 2019). Dolayısıyla bu çalışmada, medikal turizm kapsamında Antalya'yı ziyaret eden farklı milliyetlere tabi bireylerin yeme alışkanlıklarını ve yeme alışkanlıklarında bir fark olup olmadığını incelemek, hizmet satın aldıkları kurumlarda sunulan yeme-içme hizmetlerine yönelik tutumlarını ve Antalya'nın gastronomik imajı hakkındaki düşüncelerini belirlemek ve Antalya'yı seçmelerindeki unsurlar arasında yiyeceğin önemli olup olmadığını tespit etmektir.

YÖNTEM

Bu çalışmada, medikal turizm kapsamında Antalya'yı ziyaret eden farklı milliyetlere tabi bireylerin beslenme alışkanlıklarını, yeme alışkanlıklarında bir fark olup olmadığını incelemek ve destinasyon seçiminde yöreye özgü yiyeceklerin göz önünde alınıp alınmadığını belirlemek amaçlanmıştır. Bu çalışma, temel amaçları doğrultusunda keşfedici bir özelliğe sahiptir. Keşfedici araştırmalar, üzerinde çok fazla çalışılmamış konularda ön bilgi sahibi olmanın amaçlandığı (Arslan vd., 2018), gelecekte yapılacak olan çalışmalara kaynak oluşturabilecek (Birdir vd., 2019) araştırmalardır.

Çalışmanın evrenini, Antalya'da medikal turizm kapsamında hizmet sunan sağlık kuruluşlarından hizmet satın alan farklı milliyetlere tabi bireyler oluşturmaktadır. Antalya'da medikal turizm pazarında faaliyet gösteren ve 'Sağlık Turizmi Yetki Belgesi'ne sahip; 34'ü kamu ve özel sağlık kuruluşu, 9'u özel tıp merkezi, 105'i muayenehane ve 157'si diğer sağlık tesisleri olmak üzere toplam 305 sağlık kuruluşu bulunmaktadır (Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü, 2023). Sağlık kuruluşlarından medikal turizm hizmeti satın alan farklı milliyetlere tabi bireylerin sayısı tam olarak bilinmemektedir. Ana kütlelinin tam olarak bilinmediği durumlarda örneklem seçimi çeşitli şekillerde yapılabilmektedir. Literatürde ölçeği oluşturan soru sayısının temel alınarak örneklem büyüklüğünün belirlenebileceğini belirten çalışmalar bulunmaktadır. Bu bağlamda bazı çalışmalarda, ölçekte yer alan madde sayısının en az iki en fazla 10 katının (Dalyan vd., 2022, s. 117), bazı çalışmalarda soru sayısının 10 katının (Rahmiati vd., 2020, s. 963), bazı çalışmalarda ise normal dağılımlarda değişken sayısının 10 katının diğer dağılımlarda beş katının (Çıvgın ve Kızanlıklı, 2022, s. 541) örneklem büyüklüğünün belirlenmesinde yeterli olduğu ifade edilmektedir. İlaveten bazı çalışmalarda örneklem büyüklüğünün en az 100 olmasının yeterli olabileceği belirtilmektedir (Aksoy ve Bayramoğlu, 2008, s. 89; Çıvgın ve Kızanlıklı, 2022, s. 541). Ayrıca literatürde kapsamında ulaşılan sonuçların temsil amacının olmadığı durumlarda örneklem büyüklüğünün belirlenmesinde istatistikî yöntemlerden yararlanmayıp benzer çalışmaların örneklem büyüklüklerinin temel alındığı çalışmalar da mevcuttur (Aksoy ve Bayramoğlu, 2008, s. 89). Dolayısıyla çalışma kapsamında kullanılan ölçeğin 29 sorudan oluştuğu ve önceki yıllarda yapılan çalışmalar göz önünde bulundurulduğunda, çalışmanın örneklem büyüklüğünün soru sayısının iki katı ile 10 katı arasında bulunmasının yeterli olacağı düşünülmektedir. Diğer bir ifadeyle çalışmada en az 58 katılımcının ve en fazla 290 katılımcının ideal örneklem büyüklüğünü temsil ettiği söylenebilir.

Çalışma kapsamında nicel araştırma yöntemlerinden faydalanılmıştır. Veriler, anket yardımı ile bırak-topla yöntemiyle kolayda örnekleme tekniği kullanılarak Sağlık Turizmi Yetki Belgesi'ne sahip Antalya'da faaliyet gösteren sağlık kuruluşlarından hizmet alan yabancı uyruklu bireylerden elde edilmiştir. Çalışmada kullanılan ölçek dört bölümden oluşmaktadır. Birinci bölüm, katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik sorulardan; ikinci bölüm bireylerin yeme tutumlarını belirlemeye yönelik sorulardan; üçüncü bölüm sağlık kuruluşunda sunulan yemeklere ilişkin tutumlarını belirlemeye yönelik 5'li likert tarzı sorulardan ve dördüncü bölüm katılımcılar arasında Antalya'nın gastronomik imajını belirlemeye yönelik 5'li likert tarzı sorulardan oluşmaktadır. Katılımcıların yeme alışkanlıklarını belirlemek için kullanılan sorular Hasanova (2021) tarafından gerçekleştirilen çalışmada kullanılan ölçekten; katılımcıların sağlık kuruluşunda sunulan yemeklere ilişkin tutumlarını belirlemek için kullanılan sorular Peng vd. (2014) tarafından geliştirilen ve Tayfun vd. (2019) tarafından Türkçe uyarlaması yapılan sorulardan ve Antalya'nın katılımcılar arasındaki gastronomik imajını belirlemek için kullanılan sorular ise Chi vd. (2013) tarafından geliştirilen ve Tayfun vd. (2019) tarafından Türkçe uyarlaması yapılan sorulardan uyarlanmıştır. Katılımcıların yemeklere ilişkin tutumlarını ve Antalya'nın katılımcılar arasındaki gastronomik imajını belirlemeye yönelik hazırlanmış toplam 13 ifade, 5'li likert tipi ölçeğe (1=Kesinlikle Katılmıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum) göre düzenlenmiştir.

Araştırma kapsamında ilk etapta Türkçe olarak oluşturulmuş olan ölçeğin, alanında uzman kişilerce, farklı dillere çevirisi yapılmıştır. Veri toplama işlemine geçilmeden önce Antalya Bilim Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Etik Kurulu'ndan 19.09.2023 tarih ve 2023/41 karar numarası ile onay alınmıştır. Sonraki aşamada çalışmaya katkı sağlamak isteyen sağlık kuruluşlarına Mart 2024 tarihinde anketler ulaştırılmış ve Temmuz 2024 tarihinde geri alınmıştır. Geri alınan anketlerden 94 adedinin analize uygun olduğu belirlenmiş ve bu sayının da çalışmanın temsil amacının olmaması, keşfedici bir çalışma olması ve betimsel analizlerin kullanılacak olması sebebiyle, örneklem büyüklüğü için yeterli olduğu düşünülmüştür.

Verilerin Analizi

Tablo 1. Normallik Testleri

	YT1	YT2	YT3	YT4	YT5	G1	G2	G3	G4	G5	G6	G7	G8
Kolmogorov-Smirnov	< .001	< .001	< .001	< .001	< .001	< .001	< .001	< .001	< .001	< .001	< .001	< .001	< .001

YT: Yeme Tutumu, G: Gastronomik İmaj

Verilerin analiz işlemlerini gerçekleştirilmeden önce, güvenilirlik ve normallik testleri gerçekleştirilmiştir. Yapılan güvenilirlik analizi sonucunda, ölçeğe ilişkin Cronbach's α katsayısının 0,82 olduğu belirlenmiştir. Elde edilen bu değer, kabul edilebilir düzeydedir. Verilerin normal dağılım gösterip göstermediğinin belirlenmesi amacıyla Kolmogorov-Smirnov testi gerçekleştirilmiş ve verilerin anlamlılık düzeylerinin $p < 0,05$ olduğu görülmüştür (Tablo 1). Dolayısıyla bu değerler, verilerin normal dağılım sergilemediğini göstermektedir (Ateş ve Karaağaçlı, 2020, ss. 54-55). Bu sebeple verilerin analizinde parametrik olmayan analiz yöntemleri kullanılmıştır.

BULGULAR

Tablo 2. Demografik Özellikler

Değişkenler	n	%
Cinsiyet		
Erkek	49	52,13
Kadın	45	47,87
Toplam	94	100
Yaş		
20-35	30	31,92
36-51	51	54,26
52 ve üzeri	13	13,83
Toplam	94	100
Ülke		
Rusya	13	13,98
Birleşik Krallık	10	10,75
İrlanda	10	10,75
Almanya	8	8,60
İngiltere	5	5,38
Ukrayna	5	5,38
Amerika Birleşik Devletleri	3	3,23
Azerbaycan	3	3,23
Fas	3	3,23
Fransa	3	3,23
Avustralya	2	2,15
Hollanda	2	2,15
Litvanya	2	2,15
Özbekistan	2	2,15
Romanya	2	2,15
Uganda	2	2,15
Yunanistan	2	2,15
Diğer	16	17,20
Eğitim Düzeyi		
Ortaokul	12	14,12
Lise	21	24,71
Lisans	36	42,35
Lisansüstü	16	18,82
Toplam	85	100
Yeni Yemekleri Deneme Durumu		
Nötr	42	45,16
İstekli	38	40,86
İsteksiz	13	13,98
Toplam	93	100

Katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin bulgular Tablo 2’de sunulmuştur. Tablo 2 incelendiğinde; katılımcıların %52,13’ünün erkek olduğu, %54,26’sının 36-51 yaş aralığında olduğu görülmektedir. Katılımcıların %13,98’i Rusya’dan gelirken, bunu sırasıyla Birleşik Krallık, İrlanda ve Almanya izlemektedir. Katılımcıların büyük bir çoğunluğu (%42,35) lisans düzeyinde eğitim seviyesine sahiptir. Katılımcıların %45,16’sı yeni yemekleri deneme konusunda nötr duygulara sahipken %40,86’sı isteklidir.

Tablo 3. Beslenme Alışkanlıklarına İlişkin Bulgular

Değişkenler	n	%
Günde kaç ana öğün yemek yiyorsunuz?		
Bir	4	4,26
İki	38	40,43
Üç	32	34,04
Üçten fazla	20	21,28
Toplam	94	100
Sağlıklı bir kişi size göre günde kaç ana öğün yemek yemesi gereklidir?		
Bir	2	2,13
İki	27	28,72
Üç	46	48,94
Üçten fazla	19	20,21
Toplam	94	100
Aşağıdakilerden hangi öğün sizin ana öğün/öğünlerinizi tanımlıyor?		
Kahvaltı	29	30,53
Öğlen	27	28,42
Akşam	19	20,00
Hepsi	20	21,05
Toplam	95	100
En fazla önem verdiğiniz öğün aşağıdakilerden hangisidir?		
Kahvaltı	34	34,69
Öğlen	28	28,57
Akşam	36	36,73
Toplam	98	100
Türkiye’de sağlıklı beslendiğinizi düşünüyor musunuz?		
Evet	75	80,65
Hayır	18	19,35
Toplam	93	100
Kendi ülkenizdeki yemekleri Antalya’da bulabiliyor musunuz?		
Bazen	44	46,81
Her zaman	26	27,66
Hiç	24	25,53
Toplam	94	100
Kendi ülkenizden yiyecek getiriyor musunuz?		
Evet	38	40,43
Hayır	56	59,57
Toplam	94	100
İki ülkenin beslenme alışkanlıkları arasında benzerlikler var mı?		
Evet	31	32,98
Hayır	63	67,02
Toplam	94	100
Antalya’da sağlık hizmeti almanızda etkili olan unsurlar nelerdir?		
Hastanenin hizmet kalitesi	79	36,41
Sağlık personelinin donanımlı olması	77	35,48
Antalya’nın turistik cazibesi	36	16,59
Antalya’nın yiyecek kültürü	23	10,60
Diğer	2	0,92
Toplam	217	100

Katılımcıların beslenme alışkanlıklarına ilişkin bulgular Tablo 3’de sunulmuştur. Buna göre katılımcıların %40,43’ü günde iki öğün beslenirken %48,94’ü sağlıklı bir kişinin günde üç öğün yemek yemesi gerektiğini düşünmektedir. Katılımcıların %30,53’ü kahvaltının ana öğünlerini tanımladığını belirtirken %36,73’ü akşam öğününü en önem verdiği öğün olarak ifade etmektedir. Katılımcıların çok büyük bir çoğunluğu (%80,65) Türkiye’de sağlıklı beslendiğini düşünmektedir. Katılımcıların %46,81’i kendi ülkelerine ait yemekleri Antalya’da ‘bazen’ bulabildiklerini belirtirken, %59,57’si kendi ülkelerinden yiyecek getirmediğini belirtmektedir. Katılımcıların %67,02’si kendi ülkeleri ile Türkiye’deki beslenme alışkanlıkları arasında fark olmadığını ifade etmektedir. Katılımcıların %36,41’inin Antalya’da sağlık hizmeti almalarında etkili olan unsur ‘hastanenin hizmet kalitesi’ iken, %35,48’inin Antalya’da sağlık hizmeti almalarında etkili olan unsur ise ‘sağlık personelinin donanımlı olması’dır.

Tablo 4. Yeme Tutumuna İlişkin Algılar

İfadeler	\bar{x}	Standart Sapma
Bana göre hastanede sunulan yemekleri yemek iyidir	3,56	0,66
Bana göre hastanede sunulan yemekleri yemek hoştur	3,61	0,63
Bana göre hastanede sunulan yemekleri yemek arzu edilir	3,50	0,65
Bana göre hastanede sunulan yemekleri yemek güzeldir	3,67	0,77
Bana göre hastanede sunulan yemekleri yemek keyiflidir	3,49	0,71

N=94

Katılımcıların hastanede sunulan yemekleri yeme tutumuna ilişkin algıları Tablo 4’de sunulmuştur. Tablo 4 incelendiğinde ‘bana göre hastanede sunulan yemekleri yemek güzeldir’ (3,67) en yüksek algıya sahip olduğu görülmektedir. ‘Bana göre hastanede sunulan yemekleri yemek keyiflidir’ (3,49) ifadesi ise en düşük algıya sahiptir.

Tablo 5. Gastronomik İmaja Yönelik Algılar

İfadeler	\bar{x}	Standart Sapma
Antalya’da çok sayıda geleneksel yiyecek vardır	3,80	0,70
Antalya’da çok sayıda yöreye özgü yiyecek vardır	3,77	0,71
Antalya mutfağında çeşitli yiyecek seçenekleri vardır	3,94	0,80
Antalya mutfağındaki yiyecekler lezzetlidir	3,81	0,78
Antalya’daki yiyecekler misafirlerin keyfini artırır	3,72	0,75
Antalya mutfağındaki yiyecekler iyi sunulur	3,65	0,84
Antalya mutfağındaki yiyecekler temiz ve güvenlidir	3,34	0,89
Antalya mutfağındaki yiyeceklerde kaliteli malzemeler kullanılır	3,82	0,94

N=94

Katılımcıların Antalya’nın gastronomik imajına yönelik algıları Tablo 5’de sunulmuştur. Buna göre ‘Antalya mutfağında çeşitli yiyecek seçenekleri vardır’ (3,94) ifadesi en yüksek algıya sahipken, ‘Antalya mutfağındaki yiyecekler temiz ve güvenlidir’ (3,34) ifadesi en düşük algıya sahiptir.

Tablo 6. Milliyetlere Göre Beslenme Alışkanlıklarına İlişkin Dağılımlar

		Milliyet						Toplam	
		Rusya	Birleşik Krallık	İrlanda	Almanya	Ukrayna	İngiltere		Diğer
Günde kaç ana öğün yemek yiyorsunuz?	Bir	1	0	0	1	0	1	1	4
	İki	3	4	2	3	2	2	21	37
	Üç	4	4	4	2	2	2	14	32
	Üçten fazla	5	2	4	2	1	0	6	20
	Toplam	13	10	10	8	5	5	42	93
Sağlıklı bir kişi size göre günde kaç ana öğün yemek yemesi gereklidir?	Bir	0	0	0	0	0	1	1	2
	İki	4	4	2	3	0	0	14	27
	Üç	4	4	4	3	4	4	22	45
	Üçten fazla	5	2	4	2	1	0	5	19
	Toplam	13	10	10	8	5	5	42	93
Aşağıdakilerden hangi öğün sizin ana öğün/öğünlerinizi tanımlıyor?	Kahvaltı	5	3	5	5	2	0	9	29
	Öğlen	4	4	4	2	1	1	11	27
	Akşam	2	1	1	0	2	2	10	18
	Hepsi	2	2	0	1	0	3	12	20
	Toplam	13	10	10	8	5	6	42	94
En fazla önem verdiğiniz öğün aşağıdakilerden hangisidir?	Kahvaltı	5	3	4	6	2	1	13	34
	Öğlen	4	5	4	0	1	1	13	28
	Akşam	4	2	2	2	2	5	18	35
	Toplam	13	10	10	8	5	5	42	93

Katılımcıların milliyetlerine göre beslenme alışkanlıklarına ilişkin dağılımları Tablo 6’da gösterilmiştir. Tablo 6 incelendiğinde farklı milliyetlere tabi katılımcıların genellikle benzer beslenme alışkanlıklarına sahip oldukları söylenebilir. Bu kapsamda katılımcıların genellikle üç ana öğün yemek yedikleri ve sağlıklı bir kişinin üç öğün yemek yemesi gerektiğini ifade etmektedir. Kendilerini tanımlayan ana öğünlere ilişkin soruya verilmiş olan yanıtlara göre Rusya, İrlanda ve Almanya’dan gelen katılımcıların kahvaltı öğününü, Birleşik Krallık’tan gelen katılımcıların öğlen öğünü ve Ukrayna’dan gelen katılımcıların da hem kahvaltı hem de akşam öğününü kendilerini tanımlayan ana öğünler olarak belirttikleri belirlenmiştir. En çok hangi öğüne önem verdikleriyle ilgili verilmiş olan yanıtlar incelendiğinde Rusya ve Almanya’dan gelen katılımcılar için kahvaltı önemli iken Birleşik Krallıktan gelen katılımcılar için öğlen, İngiltere’den gelen katılımcılar için akşam, İrlanda’dan gelen katılımcılar için kahvaltı ve öğlen ve Ukrayna’dan gelen katılımcılar için kahvaltı ve akşam öğünlerinin önemli olduğu söylenebilir.

Tablo 7. Yeme Tutumuna İlişkin Mann-Whitney U Testi Sonuçları

Cinsiyet	N	Sıra Ortalaması	Sıralar Toplamı	U	z	p
Erkek	49	49,62	2431,50			
Kadın	45	45,19	2033,50	998,500	-,811	,417
Toplam	94					

p<0,05

Katılımcıların cinsiyetlerine göre hastanede sunulan yemekleri yeme tutumlarına ilişkin algılarında farklılık olup olmadığını belirlemek amacıyla Mann-Whitney U testinden faydalanılmış ve sonuçlar Tablo 7'de sunulmuştur. Buna göre gruplar arasında anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir (p>0,05).

Tablo 8. Gastronomik İmaja İlişkin Mann-Whitney U Testi Sonuçları

Cinsiyet	N	Sıra Ortalaması	Sıralar Toplamı	U	z	p
Erkek	49	43,81	2146,50			
Kadın	45	51,52	2318,50	921,500	-1,383	,167
Toplam	94					

p<0,05

Katılımcıların Antalya'nın gastronomik imajına ilişkin algılarının cinsiyetlerine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini anlamak amacıyla Mann-Whitney U testinden faydalanılmış ve sonuçlar Tablo 8'de gösterilmiştir. Tablo 7 incelendiğinde gruplar arasında anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir (p>0,05).

Tablo 9. Yeme Tutumuna Yönelik Kruskal Wallis Testi Sonuçları

Gruplar	N	\bar{x}	H	df	p
Rusya	13	61.15			
Birleşik Krallık	10	48.85			
İrlanda	10	47.80			
Almanya	8	51.38	10,112	6	,120
Ukrayna	5	27.10			
İngiltere	5	61.30			
Diğer	42	41.82			

p<0,05

Katılımcıların hastanede sunulan yemekleri yeme tutumlarına ilişkin algılarının ülkelerine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla Kruskal Wallis testinden faydalanılmış ve sonuçlar Tablo 9'da sunulmuştur. Buna göre katılımcıların ülkelerine göre algılarında herhangi anlamlı bir farklılığın olmadığı görülmüştür (H: 10,112; df=6; p>0,05).

Tablo 10. Gastronomik İmaja Yönelik Kruskal Wallis Testi Sonuçları

Gruplar	N	\bar{x}	H	df	p
Rusya	13	42.92			
Birleşik Krallık	10	41.10			
İrlanda	10	48.90			
Almanya	8	57.56	6,091	6	,413
Ukrayna	5	50.00			
İngiltere	5	69.30			
Diğer	42	44.19			

p<0,05

Katılımcıların Antalya'nın gastronomik imajına ilişkin algılarının ülkelerine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini anlamak amacıyla Kruskal Wallis testinden faydalanılmış ve sonuçlar Tablo 8'de gösterilmiştir. Tablo 10 incelendiğinde katılımcıların ülkelerine göre algılarında herhangi anlamlı bir farklılığın olmadığı görülmüştür (H: 6,091; df=6; p>0,05).

Katılımcıların Türk mutfağı ile kendi ülke mutfakları arasındaki benzerliklere ilişkin vermiş oldukları yanıtlar incelendiğinde, katılımcıların mutfakların benzer olduğuna ilişkin düşüncelere sahip olduğu belirlenmiştir. Bazı katılımcıların vermiş olduğu yanıtlar aşağıda sunulmuştur.

"Kültürümüz, yemeklerimiz, her şey neredeyse aynı. Türkiye'de yemek çeşitleri konusunda zorluk çekmiyoruz. Mutfaklar neredeyse aynı, hatta çoğu yemek de."

"Benzer kültür; bu yüzden yemek alışkanlıklarımız birbirine bağlıyor"

"Kardeş ülke, her şey kardeş."

"Neredeyse aynı."

"Aynı yemekler."

Katılımcıların söz konusu benzerliği genellikle et yemekleri üzerinden dile getirdikleri söylenebilir.

"Mutfağlarımız benzer; biz de çokça pirinç ve et yeriz, Türkler gibi."

"Biz de çokça etli yemekler yeriz, Türkler gibi."

"Kebaplar aynı..."

"Benzer kültür; bu yüzden yemek alışkanlıklarımız birbirine bağlanıyor. Biz de çokça et ve sebze yiyoruz."

"Evet, biz de şiş kebab, sığır eti, kuzu eti yeriz."

"Bazı yemekler farklı şekilde pişirilebilir ama ana tat aynıdır; şiş kebab, döner gibi."

Bazı katılımcılar ise içecek, mekân, hamur işi ve süt ürünleri vb. üzerinden bir benzerlik kurmaktadır.

"Kapuska diye adlandırılan şey belki de bizim yemeğimizle aynı"

"Çeşitlilik aynı, fast-food ve restoranlar"

"Pub'larda aynı biralalar ve patates kızartmaları var."

"Hamur işleri, süt ürünleri olan ürünler."

"...da çok sayıda meze benzer tatta. Zeytinyağı, otlar."

Katılımcıların Türk mutfağı ile kendi ülke mutfağları arasındaki farklılıklara ilişkin vermiş oldukları yanıtlar incelendiğinde, verilen yanıtların genellikle Türk mutfağındaki yemeklerin baharatlı ve yağlı olmasıyla ilgili olduğu belirlenmiştir.

"Genel olarak baharatlı yiyecekler."

"...Türk mutfağı oldukça baharatlıdır, bu da onu daha lezzetli yapar."

"Türkler çok fazla baharat kullanarak yemek yaparlar, bu yüzden yemekler çok baharatlı ve yağlıdır."

"Türkiye'deki yemekler benim için çok yağlı."

"Türk yemekleri çok yağ ve baharatla pişirilir."

"Baharatlar"

"...da Türkiye'ye kıyasla yemekler baharatlı değil."

"Asya mutfağı biraz garip, batıya göre çok baharatlı."

"Türkiye'deki tüm yemekler çok yağlı pişirilir."

"İnsanlar her gün o kadar baharatlı yemek yemiyor."

"Baharatlı yemek."

"İnsanlar her gün o kadar baharatlı yemek yemiyor."

Ancak bir katılımcı genel kanının aksine kendi ülke mutfağındaki yemeklerin daha baharatlı olduğunu belirtmektedir.

"Türkler yemeklerine bizim kadar baharat eklemiyor."

Bazı katılımcılar, Türk mutfağının daha sağlıklı ve besleyici olduğunu ifade etmektedir.

"...de tüm yiyecekler önceden hazırlanmış, insanlar çok fazla ve sağlıksız yiyorlar, daha az taze besleyici yiyecek var."

"Türkiye'deki yemekler çok daha sağlıklı ve dengeli."

"...deki mutfak tamamen farklı, ulusumuz daha sağlıksız yiyor."

"Türkiye'de sağlıklı yiyecek bulmak kolaydır ancak ...de herhangi bir şey bulmak zor."

"Yeme alışkanlıklarımız dengeli değil, çok fazla yiyoruz ve yemeklerimiz çoğunlukla yağlı ve sağlıksız."

Ancak bir katılımcı kebabın kendi ülkelerinde daha sağlıklı olduğunu belirtmektedir.

"Ülkemizde de kebab var, çok daha sağlıklı."

Bazı katılımcılar, iki ülke mutfağında yer alan bazı yemeklerin farklı tat ve lezzette olduğunu belirtmektedir.

"Burada yediğim pilav çok kuruydu..."

"Buradaki kruvasanlar tuzlu ve iyi pişirilmiş ve çıtır değil."

"Hatta tavuk bile farklı tadıyor ama hoşuma gidiyor."

Bazı katılımcıların Türk mutfağının çok zengin ve lezzetli olduğunu belirtirken, bazı katılımcılar ürünlerin kalitelerinde fark olduğunu belirtmektedir.

"Türkiye'deki yemekler ...'dakilerden çok daha zengin ve lezzetli."

"Daha düşük kaliteli sosler..."

"Atıştırmalıklar ve etler beklentilerin altında..."

"Etlер arasındaki fark"

"Tat"

"Ürünlerin kaliteleri"

TARTIŞMA VE SONUÇ

Bu çalışmada, medikal turizm kapsamında Antalya'yı ziyaret eden farklı milliyetlere tabi bireylerin beslenme alışkanlıklarını, yeme alışkanlıklarında bir fark olup olmadığını incelemek ve destinasyon seçiminde yöreye özgü yiyeceklerin göz önünde alınıp alınmadığını belirlemek amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda 94 medikal turist ile bir anket çalışması gerçekleştirilmiştir.

Elde edilen bulgulara göre medikal turizm kapsamında Antalya'yı ziyaret eden katılımcılar çoğunlukla Rusya, Birleşik Krallık, İrlanda ve Almanya'dan gelmektedir. Katılımcılar çoğunlukla günde iki öğün beslenmekte, ancak sağlıklı bir kişinin günde üç öğün beslenmesi gerektiğini düşünmektedir. Katılımcıların genellikle kahvaltayı kendilerini tanımlayan ana öğün olarak tanımladıkları ve akşam öğününü en önemli öğün olarak ifade ettikleri belirlenmiştir. Diğer taraftan milliyetler özelinde kendilerini tanımlayan ana öğünlere ilişkin soruya verilmiş olan yanıtlara göre Rusya, İrlanda ve Almanya'dan gelen katılımcıların kahvaltı öğününü, Birleşik Krallık'tan gelen katılımcıların öğlen öğünü ve Ukrayna'dan gelen katılımcıların da hem kahvaltı hem de akşam öğününü kendilerini tanımlayan ana öğünler olarak belirttikleri belirlenmiştir. En çok hangi öğüne önem verdikleriyle ilgili verilmiş olan yanıtlar incelendiğinde Rusya ve Almanya'dan gelen katılımcılar için kahvaltı önemli iken Birleşik Krallıktan gelen katılımcılar için öğlen, İngiltere'den gelen katılımcılar için akşam, İrlanda'dan gelen katılımcılar için kahvaltı ve öğlen ve Ukrayna'dan gelen katılımcılar için kahvaltı ve akşam öğünlerinin önemli olduğu belirlenmiştir. Çalışma kapsamında katılımcıların hastanede sunulan yemeklerin güzel olduğu ve Antalya mutfağında çeşitli yiyecek çeşitlerinin var olduğu yönünde olumlu algılara sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Katılımcıların cinsiyetlerine ve milliyetlerine göre yeme tutumları ve gastronomik imaj algıları arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını belirlemek için yapılan fark testlerinde, herhangi bir anlamlı farklılık olmadığı belirlenmiştir. Bu kapsamda geliştirilen hipotezler reddedilmiştir. İlaveten katılımcıların Türk mutfağı ile kendi ülke mutfakları arasındaki benzerlikler olduğunu, ancak Türk mutfağındaki yemeklerin baharatlı ve yağlı olduğunu düşündükleri belirlenmiştir.

Çalışmanın belirli kısıtları bulunmaktadır. Çalışmanın en önemli kısıdı, örneklem sayısının az olmasıdır. Antalya iline medikal turizm kapsamında gelen misafir sayısının net olarak bilinmemesi ve sağlık kuruluşlarından kısıtlı bir süre için gelen misafirlerin yoğun tedavi süreçleri nedeniyle çalışmaya yeterli düzeyde destek verememesi nedeniyle çalışma, küçük bir örneklem sayısı ile gerçekleştirilmiştir. Gelecekte yapılacak çalışmalar, daha büyük örneklem gruplarıyla gerçekleştirilebilir. Diğer taraftan, medikal turizm kapsamında gelen misafirlerin uyruklarına göre belirlenecek olan kişilerle derinlemesine görüşmeler ve odak grup çalışmaları gerçekleştirilerek kapsamlı bulgular elde edilebilir.

KAYNAKÇA

- Aksoy, R., ve Bayramoğlu, V. (2008). Sağlık işletmeleri için kurumsal imajın temel belirleyicileri: Tüketici değerlemeleri. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 4(7), 85-96.
- Arslan, A., Yılmaz, Ö., ve Boz, H. (2018). Destinasyon seçiminde yenilik arama davranışı. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*(30), 29-40.
- Ateş, A., ve Karaağaçlı, M. (2020). Gagne'nin öğretim etkinlikleri modeline göre yapılan öğretimin akademik başarıya etkisi. *Eğitimde Teknoloji Uygulamaları Dergisi*, 1(1), 47-57.
- Bayram, M., ve Oduncuoğlu, F. (2019). Turizm sektöründe yiyecek-içecek hizmetlerinin sağlık turizmi türleri ile ilişkisi *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 7(3), 2360-2382.
- Birdir, S. S., İflazoğlu, N., ve Birdir, K. (2019). Turist rehberi adaylarında yeni yiyecek deneme korkusu (neophobia). *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 3(4), 551-561.
- Chang, R. C. (2017). The influence of attitudes towards healthy eating on food consumption when travelling. *Current Issues in Tourism*, 20(4), 369-390.
- Chang, R. C., Kivela, J., ve Mak, A. H. (2010). Food preferences of chinese tourists. *Annals of tourism research*, 37(4), 989-1011.
- Chi, C. G.-Q., Chua, B. L., Othman, M., ve Karim, S. A. (2013). Investigating the structural relationships between food image, food satisfaction, culinary quality, and behavioral intentions: The case of malaysia. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 14(2), 99-120. <https://doi.org/10.1080/15256480.2013.782215>
- Constantin, S. (2012). Gastronomic traditions and eating habits in the far east. *Cactus Tourism Journal*, 3(2), 54-60.
- Çıvıgın, H., ve Kızanlıklı, M. (2022). Davranışsal niyetin yeşil satın alma niyeti üzerindeki etkisinde kontrol inançların aracı rolü: Turizm sektöründe bir araştırma. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(2), 536-553. <https://doi.org/10.32572/guntad.1101338>
- Dalyan, O., Dalyan, H., Ünal, E., ve Pişkin, M. (2022). Çalışanlara verilen iş sağlığı ve güvenliği eğitimlerinde klasik ve alternatif ölçme-değerlendirme sistemlerinin karşılaştırılması. *Çalışma İlişkileri Dergisi*, 1(Özel Sayı), 114-129.
- Doğan, O., ve Yüzbaşıoğlu, N. (2021). Medical tourism: Understanding the phenomenon. In S. K. Manjeet Singh (Ed.), *Growth of the medical tourism industry and its impact on society: Emerging research and opportunities* (pp. 19-42). IGI Global.
- Dülgaroğlu, O., Mercan, Ş. O., Barboroz, M., ve Avcıkurt, C. (2020). Turistlerin sağlıklı beslenme ve diyet danışmanlığı hizmeti alma motivasyonu ile gerçekleştirdikleri turizm hareketlerinde çekici ve itici faktörler: Sosyal medya destekli bir araştırma. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 17(2), 342-357.
- Hasanova, S. (2021). *Yabancı uyruklu üniversite öğrencilerinde yeme alışkanlıkları: Kültürel benzerlikler ve farklılıklar* [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Hemşirelik Anabilim Dalı].
- Kanittinsuttitong, N. (2015). Motivation and decision making in choosing medical tourism service in thailand. *ASEAN Journal of Management & Innovation*, July-December, 24-36.
- Lin, J., Guia Julve, J., Xu, H., ve Cui, Q. (2020). Food habits and tourist food consumption: An exploratory study on dining behaviours of chinese outbound tourists in spain. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 12(1), 82-99.
- Nesil, L. (2021). Sağlık turizminde toplu beslenme ve menü planlama. In E. C. Aziz Bostan, Ayşe Arslan (Ed.), *Turizmde yeni umut: Sağlık turizmi (ikinci cilt)* (pp. 243-255). Detay Yayıncılık.
- Peng, N., Chen, A., ve Hung, K.-P. (2014). Including pets when undertaking tourism activities: Incorporating pet attachment into the tpb model. *Tourism Analysis*, 19(1), 69-84. <https://doi.org/10.3727/108354214X13927625340235>

- Rahmiati, F., Othman, N. A., Bakri, M. H., Ismail, Y., ve Amin, G. (2020). Tourism service quality and tourism product availability on the loyalty of international tourists. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(12), 959-968. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2020>
- Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü. (2023). *Sağlık turizmi belgesi almaya hak kazanan sağlık tesisleri*. Retrieved 15.05.2023 from <https://shgmturizmdb.saglik.gov.tr/TR-76664/yetkili-saglik-tesisleri.html>
- Sánchez-Cañizares, S. M., ve López-Guzmán, T. (2012). Gastronomy as a tourism resource: Profile of the culinary tourist. *Current Issues in Tourism*, 15(3), 229-245.
- Santos, J. A. C., Santos, M. C., Pereira, L. N., Richards, G., ve Caiado, L. (2020). Local food and changes in tourist eating habits in a sun-and-sea destination: A segmentation approach. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(11), 3501-3521.
- Tayfun, A., Olcay, A., Çeti, B., ve Yazgan Pektaş, Ş. (2019). Destinasyon yiyecek imajının tutum ve tekrar satın alma niyeti üzerindeki etkisi *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 7(3), 1983-1999. <https://doi.org/10.21325/jotags.2019.458>
- Yılmaz, S., Sarıaydın, İ., ve Sönal, T. (2020). İngiltere özelinde türkiye'nin sağlık turizmi fırsatları. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 7(1), 74-85.