

Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi/  
Journal of Travel and Hospitality Business  
Cilt/Vol:21(2),Yıl/ Year:.,2024 ss/pp,292-305  
Gönderim Tarihi/ Received: 29.01.2024  
Kabul Tarihi /Accepted: 03.04.2024  
DOI: 10.24010/soid. 1427291

**Araştırma Makalesi/ Research Article**

**Konaklama İşletmelerinde Vejetaryen Beslenme Türüne Uygun Yiyeceklerin  
Sunulmasının Destinasyon Tercihi Üzerine Etkisi: Safranbolu Konakları Örneği\***

**The Effect of Offering Food Suitable for Vegetarian Diet Type on Destination Preference In  
Accommodation Businesses; The Case of Safranbolu Mansions**

**Dr. Öğr. Üyesi Sibel AYYILDIZ**   
Karabük Üniversitesi  
Turizm Fakültesi, Karabük, Türkiye  
E-posta: sibelayyildiz@karabuk.edu.tr

**Öz**

Araştırmanın amacı, Safranbolu’da faaliyet gösteren konakların menülerinde sunulan vejetaryen/vegan yiyeceklerin destinasyon tercihi üzerinde ne kadar etkili olduğunu belirlemektir. Nitel araştırma yöntemiyle hazırlanan çalışma, UNESCO dünya mirası listesinde bulunan ve Karabük ilinin turistik ilçesi olan Safranbolu’da yapılmıştır. Yerli ve yabancı turistlerin tercih ettiği konakların (19 konak) işletmecileriyle yüz yüze görüşmeler yapılmıştır. Ayrıca çalışmada doküman incelemesi yapılarak işletmelerin menülerde yer alan vejetaryen ve vegan yiyeceklerin envanteri çıkarılmıştır. Durum deseni ile kurgulanan çalışmanın bulgular kısmı betimsel analiz kullanılarak yazılmıştır. Bu bağlamda Safranbolu’da hizmet sunan konakların menülerinde sunulan vejetaryen/vegan yiyeceklerin destinasyon tercihi üzerinde etkili olduğu tespit edilmiştir. Konaklama ile yiyecek içecek hizmeti sunan konakların menü planlarken vejetaryen/vegan turistleri de dikkate aldığı belirlenmiştir. Bu bağlamda Türk mutfak kültüründe yer alan birçok yöresel vejetaryen/vegan yemekler üniversitenin ilgili alanlarında çalışan mutfak eğitimcileri tarafından gün yüzüne çıkarılmalı ve konak işletmecilerinin işletme menülerine alternatif yemekler dahil edilmelidir.

**Anahtar Kelimeler:** Destinasyon tercihi, Vejetaryen/Vegan yemekler, Safranbolu

**Abstract**

The aim of the study is to determine how effective the vegan/vegetarian foods offered in the menus of the mansions operating in Safranbolu on the destination preference. The study, which was prepared with the qualitative research method, was carried out in Safranbolu, which is on the UNESCO world heritage list and is the touristic town of Karabuk province. Face-to-face interviews were held with the operators of the mansions (19 people) preferred by local and foreign tourists. In addition, an inventory of vegan/vegetarian foods in the menus of the establishments was made by examining the documents in the study. The findings part of the study, which was constructed with a phenomenology pattern, was written using descriptive analysis. In this context, it has been found that the vegan/vegetarian foods offered in the menus of the mansions serving in Safranbolu have an impact on the destination preference. It has been determined that the mansions which provide accommodation as well as food and beverage services also take vegan/vegetarian tourists into account when planning their menu. In this context, many local vegetarian/vegan dishes in Turkish culinary culture should be brought to light by culinary educators working in the relevant fields of the university and alternative dishes should be included in the business menus of mansion operators.

**Key Words:** Destination preference, Vegetarian/Vegan food, Safranbolu

\*Bu çalışma "Managing Tourism Across Continents 22" bildiri olarak sunulmuş ve bildiri kitabçığında özeti yayınlanmıştır.

## Extended Summary

### Purpose

The aim of the study is to determine how effective the vegan/vegetarian foods offered in the menus of the mansions operating in Safranbolu on the destination preference. It has been examined whether the reasons for the tourists to come to the destination are related to the vegan/vegetarian foods available in the mansion.

### Background

The number of vegetarians and the consumption of vegetarian food is steadily increasing in parallel, due to the growing interest in the impact of dietary choices on health concerns and environmental sustainability. Eating out is challenging for vegetarian customers due to its dietary characteristics. While customers have an increasing desire to eat vegetarian food, the challenges of catering to vegetarian customers have also emerged (Bai, Zheng, Han & Bi, 2023). With this, there is a significant gap in the literature on the impact of vegan/vegetarian diet on tourists' perceived destination preference. For all these reasons, the purpose of this study is to determine how effective vegan/vegetarian foods in the menus of tourist accommodations are on destination preference in order to contribute to closing this gap in the literature.

### Method

This study was prepared with qualitative research method. In the qualitative research, a case design was used and the common meaning of the experiences about the destinations with vegan/vegetarian food on their menus was tried to be discovered. The population of the study is the mansions of Safranbolu, which is on the UNESCO world heritage list and is the touristic district of Karabük province. The mansions with the most popular names and high ratings on travel and tour pages on various search engines constituted the sample of the study. Purposive sampling method and snowball sampling method were used to obtain data. Face-to-face interviews were conducted with the operators of these mansions (19 mansions) preferred by local and foreign tourists. In this research, an inventory of vegetarian/vegan foods in the menus of the mansion establishments was made by conducting a document analysis. The findings section of the research, which was designed in accordance with the case design, was written using descriptive analysis. Three experts were consulted for the validity and reliability of the research.

### Findings and Results

It was determined that vegetarian/vegan meals in Safranbolu mansions consisted mostly of appetizers, olive oil dishes, some specific bakery dishes, salads and other types of food. The vegetarian/vegan dishes preferred by foreign tourists in Safranbolu mansions are mostly pilaf with vegetables, pilaf with saffron, potatoes with tomato sauce, sautéed mushrooms, stewed mushrooms, green beans, içli gözleme, çullu börek, fried potatoes and melemen. On the other hand, it was determined that local tourists preferred appetizers more in mansion establishments. In addition, legume dishes are also included in the menus to appeal to vegetarians and vegans.

In the interviews, it was stated that vegan products (seitan, tofu, etc.), which are called meat substitutes, are quite costly. For this reason, vegetarian/vegan products produced in Safranbolu mansions consist of local and more easily accessible dishes. In

the interviews with the operators, it was stated that the number of vegetarian/vegan customers is lower than other customers, thus the economic return of plant-based meals is also low. Despite all these, it was determined in the study that the inclusion of vegetarian/vegan dishes in the menus was effective on business preference. It was stated that vegetarian / vegan meals are effective not only for vegetarian / vegan individuals but also for nonvegan female customers. It was determined that meals with herbal ingredients are seen as healthier and safer food by customers. According to the mansion operators, especially female customers are very picky and selective about meat, so they focus more on vegetable and legume dishes.

According to the research conducted in Safranbolu mansion establishments, it has been revealed that vegetarian/vegan foods offered in their menus are effective on destination preference. Producing vegetarian/vegan meals in Safranbolu does not require much labor intensity, but it is considered as a waste of time by the operators due to its low economic return compared to meat dishes. On the other hand, vegetarian/vegan dishes are considered to be safer especially by female customers and therefore have an important place in business menus.

## 1.Giriş

Turizm gelişimine odaklanan gelişmekte olan ülkeler, turistleri destinasyonlara çekmek için turizm ürünlerini geliştirmeye ve çeşitlendirmeye çalışmaktadır (Viet, 2020). Çünkü önemli ekonomik, coğrafi, sosyal, kültürel ve siyasi boyutları da içine alan toplumları ve sosyal yapıları etkisi altına alan turizm (Kaya, 2016), destinasyon pazarlama boyutunu ülkeler sınırından alıp uluslararası sınırlarına taşımaktadır (Toksöz & Aras, 2016). Turizmin bu çok yönlü rolünün de etkisiyle destinasyon sayısında artış sağlanmakta, bu da bölge kalkınmasına olumlu katkılar sağlamaktadır (Shang ve diğ., 2021). Günlük yaşam için oldukça önemli olan yemek aynı zamanda bir destinasyonun tanıtımında stratejik bir unsuru olmuştur (Lochman, 2021). Gastronomik ürün turistin yemek kimliğine ve bilincine bağlı olarak destinasyon imajı gelişiminde araçsal rol oynayabileceği açıktır. Sonuç olarak, yiyecek bir mutfak kaynağı olmaktan çıkıp, temsili bir boyuta geçiş yapmaktadır (Guachalla, 2021). Bir destinasyon seçerken yemeğin gerekli olduğunu düşünenlerin seyahatlerinden önce mutlaka yemekle ilgili bilgileri araştırdıkları belirlenmiştir (Galati, 2021). Bu bağlamda sosyal medya, turistlerin destinasyon araştırmalarında başvurdukları güçlü bir iletişim ve bilgi platformudur (Dina ve Sabou, 2012: Shang ve diğ., 2021).

Diyet seçeneklerinin sağlık kaygıları ve çevresel sürdürülebilirlik üzerindeki etkisinin giderek artan ilgi görmesi nedeniyle, vejetaryenlerin sayısı ve vejetaryen gıda tüketimi paralel olarak sürekli artmaktadır. Dışarıda yemek tüketimi beslenme özelliği nedeniyle vejetaryen müşteriler için zorlayıcıdır. Müşterilerin vejetaryen yiyecekler yemeye yönelik artan istekleri vejetaryen müşterilere yemek sunmanın zorluklarını da ortaya çıkartmıştır (Bai ve diğ., 2023). Vejetaryen/Vegan beslenmenin turistlerin algılanan destinasyon tercihi üzerindeki etkisine ilişkin alan yazında da önemli bir boşluk bulunmaktadır. Tüm bu nedenlerle, bu araştırmanın amacı alan yazındaki bu boşluğu kapatmaya katkı sağlamak adına turistik konakların menülerinde yer alan vegan/vejetaryen yiyeceklerin destinasyon tercihi üzerinde ne kadar etkili olduğunu belirlemektir.

## 2. Kavramsal Çerçeve

Turistler somutlaştırılmış tatil deneyimleri arayışı içinde seyahat ederler ve destinasyonların yerel mutfakları bu tür deneyimlerin önemli bir bileşenini oluşturur. Bir

destinasyonun mutfağı, tatil deneyiminin kalitesinin önemli bir belirleyicisidir (Kokkranikal & Carabelli, 2021). Gastronomi turizmi, menşei ülke ne olursa olsun, karar verme süreçlerini, yemek seçimlerini ve destinasyon tercihlerini şekillendiren tüketici deneyimlerinin önemli bir bileşeni olarak ortaya çıkmıştır (Dixit & Prayag, 2022). Bir destinasyonun sahip olduğu inançlar, izlenimler, fikirler, beklentiler ve duygusal düşünceler ve ya potansiyel ziyaretçilerin o bölge ile ilgili algıları destinasyon imajı ile ilişkilendirilir (Sarıpek ve diğ., 2019; Viet, 2020). Yiyecek tüketimi, turistlerin bir destinasyonun kültürel dokusunun ayırt edici ve özgün özelliklerini deneyimlemeleri için etkili platformlar sağlayarak, ziyaret ettikleri yerlerin güçlü imajlarını yakalamalarına yol açmaktadır (Guachalla, 2021). Gastronomi turistleri, yerel yemek ve mutfak mirasına ilişkin özgün deneyimler arayan kaşifler olarak görülürken yemek turizmi, tercih edilen bir destinasyonun gerçek temsilcilerini deneyimlemenin bir yolu olarak görülmektedir (Kokkranikal ve Carabelli, 2021).

Bir destinasyon performansının kritik göstergesi, müşteri memnuniyeti, tüketicinin tatmin yanıtı veya bir ürünün bir ihtiyacı ne kadar iyi karşıladığı ile ilişkilidir (Smith ve diğ., 2010; Viet, 2020). Beklentiler ise memnuniyet, sadakat ve diğer satın alma sonrası davranışların belirlenmesinde önemli bir unsurdur (Cohen ve diğ., 2014). Eğer turistlerin beklentileri ile deneyimleri arasında boşluk oluşursa, memnuniyetsizlik durumu ortaya çıkarak tekrar ziyaret etme niyetini olumsuz etkiler (Dahiya & Batra, 2016). Bireylerin yemek tercihlerindeki farklı düşünceleri, bu yemeklere olan motivasyonlar ve tutumları da etkilemektedir. Yemekten zevk alma yemek tercihlerini etkileyebilen önemli bir faktördür (Ciceri ve diğ., 2018). Dolayısıyla müşterilerin satın alma davranışını anlamak için tüketici algısı ve tercihlerinin incelenmesi esastır (Massaglia ve diğ., 2018). Özellikle sayıları giderek artan vegan/vejetaryen müşterilerin tercihleri son günlerde önemli konular arasında yer almaktadır (Shani ve DiPietro, 2007). Yapılan araştırmalara göre vejetaryen turistlerin ziyaret ettikleri destinasyonlarda sık sık beslenmeleri ile ilgili zorluklar yaşamaktadır (Dewan, 2017). Yiyecek içecek işletmelerinin vejetaryen müşteri tabanına odaklanmadığı düşünülmekte ve bu durum vejetaryen yemek deneyimine katılımları sınırlamaktadır. Buna sebep olarak vejetaryen menü çeşitliliği ve menü kalitesinin oldukça sınırlı olması gösterilmektedir (Rivera ve Shani, 2013; Ayyıldız ve Sezgin, 2021).

Vegan/vejetaryen müşteriler et tüketiminden kaçınarak çoğunlukla bitkisel temelli beslenmeyi tercih etmektedir (Cagnina ve diğ., 2017). Vatan ve Türkbaş (2018)'a göre vejetaryen turist, farklı sebeplerle daimî ikamet ettiği yerden geçici süreliğine ayrılarak, hayvansal kaynaklı gıda kullanmayan turizm işletmelerinin ürettiği mal ve hizmetleri tüketerek tekrar yaşadığı yere dönen kimsedir. Vejetaryenizm turizm amaçlı konaklama işletmeleri tarafından benimsenerek, vejetaryen ya da vegan otel kavramı ortaya çıkmıştır. Buna göre vejetaryen/vegan otel, vejetaryenizm felsefesine uygun şekilde çevre ve hayvan etiği konusuna duyarlı ve müşterilerine vejetaryen/vegan yeme- içme alternatifleri sunan turizm işletmeleri şeklinde tanımlanır (Dilek, 2018). Dilek ve Fennell (2017) yapmış oldukları bir çalışmada otellerin vejetaryen turistleri çekmek için ayrı bir vejetaryen menü veya mevcut menüde vejetaryen seçenekler sunmaları gerektiği vurgulamıştır. Bu durumda turizm hareketliliğine katılan vejetaryen turistlerin, turizm sektöründe kendilerine uygun hizmeti elde etme konusunun oldukça önemli olduğu görülmektedir.

## 2.1. Bir Destinasyon Alanı; Safranbolu

Paleolitik dönemden itibaren birçok medeniyete ev sahipliği yapmış olan Safranbolu ilçesi bir Osmanlı kenti olarak tanınmaktadır (Uslu ve diğ., 2022). 1994'te UNESCO

Dünya Miras Listesi'ne dahil edilen Safranbolu, Batı Karadeniz Bölümünün önemli bir kültür turizm değeridir (Canbulat, 2017).

Safranbolu'nun turistler tarafından ziyaret edilmesinin temel motivasyonu, kentin tarihi geçmişinin çok eskiye dayanması ve özellikle Osmanlı sivil mimarisi örneklerinin en iyi izlenebildiği kent olmasıdır (Türker & Yaşar, 2018). Bir ulusun kimliğini ve karakterini ortaya koyan unsurlardan biri olan tarihi konaklar, sahip oldukları otantik özelliklerin korunması, destinasyonların çekicilik unsurunun artırılması ve yeme-içme amaçlı tesislere dönüştürülmesi gibi uygulamaları içermektedir (Türkay ve diğ. 2017). Safranbolu'da yer alan birçok konak da turistik amaçlı kullanılmaktadır. Yapılan bir çalışmaya göre turistik amaçlı kullanılan Safranbolu konakları müşterilerin rahat etmesi için yapısal değişiklikler yaşamıştır. Yaşam alanları, sosyal alanlar ve mutfaklar koku, gürültü gibi fiziksel koşullara karşı izole edilerek müşteriye hazır hale getirilmiştir (Ayyıldız, 2019).

Safranbolu mutfağı Türkmenlerin ve Osmanlı Döneminde Türklerle birlikte yaşayan Rum halkının kültürlerinden oluştuğundan (Uslu ve diğ., 2022) önemli bir gastronomi unsuru olarak karşımıza çıkar. Günümüzde bireyleri bir destinasyonu ziyaret etmeye çeken mutfak unsurları, destinasyon çekiciliğinin geliştirilmesi için daha büyük fırsatlar anlamına gelir (Smith ve diğ., 2010). Bu bağlamda bu araştırma ile Safranbolu mutfak kültüründe yer alan vejetaryen/vegan yemeklerin destinasyon çekiciliğine etkisi incelenmiştir.

### 3.Yöntem

Safranbolu'da faaliyet gösteren konaklarda yapılan araştırmanın amacı; menülerinde sunulan vejetaryen/vegan yiyeceklerin destinasyon tercihi üzerinde ne kadar etkili olduğunu belirlemektir. Araştırmada ayrıca turistlerin destinasyona gelme nedenlerinin konak işletmesinde bulunan vejetaryen/vegan yiyecekler ile ilişkili olup olmadığı da incelenmiştir. Bu çalışma nitel araştırma yöntemi ile hazırlanmıştır. Nitel araştırma tanımlamaya, çözmeye, yorumlamaya ve anlamla ilgili terimlere ulaşmaya çalışan teknikleri kapsayan süreçler bütünüdür. Nitel araştırmalar insanların dünyayı nasıl algıladıkları ve dünyada ne gibi deneyimler yaşadığı ile ilgilidir (Merriam, 2018). Yapılan nitel araştırmada durum deseni kullanılmış olup, menülerinde vegan/vejetaryen yiyecekler bulunan destinasyonlar ile ilgili yaşanan deneyimlerin ortak anlamı keşfedilmeye çalışılmıştır. Araştırmanın evreni UNESCO dünya mirası listesinde bulunan ve Karabük ilinin turistik ilçesi olan Safranbolu konaklarıdır. Veri elde etmede ölçüt örneklem yöntemi ve kartopu örneklem yöntemi kullanılmıştır. Ölçüt örneklem, araştırmacının araştırma sorusuna uygun olduğunu düşündüğü belirli kriterleri taşıyan katılımcıların seçildiği örnekleme denir (Gürbüz & Şahin, 2017). Bu nedenle araştırmanın örnekleme belirlenirken en önemli kriter konakların Safranbolu'da faaliyet göstermesi ve bu konakların menülerinde bilinçli bir şekilde vejetaryen/vegan yemeklere yer vermesidir. Araştırmanın diğer örneklem yöntemi olan kartopu örneklem yöntemi ise çalışmanın konusu ile ilgili olarak bir katılımcı seçilmekte ve bu kişinin referansı ile diğer katılımcılara ulaşılmaktadır. Araştırmacıyı katılımcılar yönlendirerek ve örneklem büyük (Yağar ve Dökme, 2018).

Karabük Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Araştırmaları Etik Kurulu 1.04.2022 tarihli resmi izin kapsamında gerçekleştirilen bu araştırma Safranbolu Eski Çarşı'da yapılmıştır. Osmanlı döneminin kültürünü ve yaşam tarzını yansıtan Eski çarşı, Türkiye'nin kültürel mirasının değerli bir parçasıdır ve UNESCO Dünya Mirası alanı olarak kabul edilmektedir. Yerli ve yabancı turistler tarafından tercih edilen bu bölgede 19 konak işletmecisiyle yüz yüze görüşmeler yapılmıştır. Katılımcıların her biri K1, K2,

K3.....K19 olarak kodlanmıştır. Bu görüşmeler yaklaşık 15-20 dakika sürmüştür. Yapılan araştırmada açık uçlu 7 sorudan oluşturulan yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. “Evet” ve “hayır” gibi kısa cevaplanacak sorulardan uzak durulmuştur. Yapılan görüşmeler ses kaydı olarak kaydedilmiş ve Word dosyalarına kaydedilerek arşivlenmiştir. Bu araştırmanın geçerlilik ve güvenilirliği için oldukça önemlidir.

Görüşme formu çerçevesinde katılımcılara sorulan sorulara verilen her bir cevap kategorize edilmiştir. Kategorilerden oluşturulan üst kavramlar tema olarak, alt kavramlar ise kod olarak belirlenmiştir. Buna göre araştırmada “Vejetaryen/Vegan Yemeklerin İşletmelerde Yer Alma Durumu” ve “Safranbolu Konak İşletmelerinin Menülerinde Yer Alan Vejetaryen/Vegan Yemeklerin Destinasyon Tercihi Üzerine Etkisi” başlıklı 2 tema oluşturulmuştur. Bu temalarla birlikte araştırmanın analizinde 7 kod kullanılmıştır. Araştırmanın bu tema ve kodların ayrıntıları Tablo 1’de yer almaktadır.

**Tablo 1: Araştırmanın Tema ve Kodları**

| Temalar   | Kodlar  |
|---|---|
| <b>Vejan/Vejetaryen Yemeklerin İşletmelerde Yer Alma Durumu</b>       | <ol style="list-style-type: none"><li>1.Vejetaryen/vegan yemeklerden oluşan menünün varlığı</li><li>2.Konaklarda yerli ve yabancı turistlerin en çok tercih ettiği vejetaryen/vegan yemekler</li><li>3.Menülerde yer alan vejetaryen/vegan yemeklerin işletme maliyetlerine etkisi</li><li>4.Menülerde vejetaryen/vegan yemeklerin yer almasının emek ve zaman kaybı ile ilişkisi</li></ol> |
| <b>Vejan/Vejetaryen Yemeklerin Destinasyon Tercihi Üzerine Etkisi</b> | <ol style="list-style-type: none"><li>1.Menülerde vejetaryen/vegan yemeklerin yer almasının bir işletme tercihinin etkisi</li><li>2.Seyahat acentalarının/turist rehberlerinin işletmeleri tercih etmesinin menüde yer alan vejetaryen/vegan yemekler ile ilişkisi</li><li>3.Konaklarda sunulan vejetaryen/vegan yemeklerin Safranbolu'nun dört mevsim ziyaret edilmesine katkısı</li></ol> |

Nitel veriler gerçek olayları belgelerken bir taraftan da insanların konu hakkında bahsettiği bilgileri kaydetmeyi, belirli davranışlarda gözlem yapmayı, yazılı belgeleri incelemeyi veya görsel imajları araştırmayı gerektirir (Neuman, 2017). Buna istinaden bu araştırmada doküman incelemesi kapsamında konak işletmelerindeki menülerde yer alan vejetaryen/vegan yiyeceklerin envanteri çıkarılmıştır. İşletmelerin menüleri tek tek incelenerek vejetaryen/vegan olarak belirtilen yemekler kayıt altına alınmıştır.

Durum desenine uygun şekilde kurgulanan araştırmanın bulgular kısmı betimsel analiz kullanılarak yazılmıştır. Betimsel analiz elde edilen verilerin araştırma esnasında oluşturulan temalara göre özetlenerek, yorumlanması esasına dayanır. Bu analiz, sistematik bir şekilde elde edilen verilerin öncelikle betimlenmesini sonra da neden-sonuç ilişkilerinin irdelenerek birtakım sonuçlara ulaşılmasını açıklayan bir veri analizi türüdür (Yıldırım & Şimşek, 2016). Araştırmanın geçerliliği ve güvenilirliği için görüşme soruları hazırlandıktan sonra Turizm ve Gastronomi Mutfak Sanatları alanında akademisyen olan üç uzman görüşüne başvurulmuştur. Yapmış oldukları tarafsız değerlendirmeler dikkate alınarak soruların 2 tanesinde revizyon yapılmıştır.

#### 4.Bulgular

Katılımcıların 8'inin işletme sahibi, 11'inin ise işletme müdürü olduğu belirlenmiştir. İşletmelerdeki katılımcıların 11'i erkek 8'i kadın bireylerden oluşmaktadır. Konakların işletme faaliyet sürelerinin 7-16 yıl aralığında olduğu belirlenmiştir. Katılımcıların çoğunluğunun lisans mezunu (12) olan katılımcıların 4'ü lise mezunu, 2'sinin de yüksek



lisans mezunu olduğu belirlenmiştir. Araştırmaya destek olan katılımcıların eğitim seviyelerinin yüksek olması araştırmanın kalitesine oldukça fazla katkı sağlamıştır. Yapılan görüşmelerde konak işletmecilerinin konuya karşı duyarlılığı ve bilinçli yaklaşımı farkındalık seviyelerinin oldukça yüksek olduğunu ortaya çıkarmıştır. Bu durum araştırmanın güvenilirliğine de katkı sağlamaktadır.

**Tablo 2:** Katılımcıların Demografik Bilgiler

| Katılımcılar | Çalışma Pozisyonu | İşletmenin Faaliyet Süresi | Cinsiyet | Eğitim Seviyesi |
|--------------|-------------------|----------------------------|----------|-----------------|
| K1           | İşletme Müdürü    | 10                         | Erkek    | Lisans          |
| K2           | İşletme Sahibi    | 7                          | Erkek    | Lisans          |
| K3           | İşletme Sahibi    | 9                          | Kadın    | Lise            |
| K4           | İşletme Sahibi    | 7                          | Erkek    | Lise            |
| K5           | İşletme Sahibi    | 14                         | Erkek    | Lisans          |
| K6           | İşletme Sahibi    | 11                         | Erkek    | Lise            |
| K7           | İşletme Müdürü    | 16                         | Kadın    | Lisans          |
| K8           | İşletme Müdürü    | 8                          | Kadın    | Lisans          |
| K9           | İşletme Sahibi    | 7                          | Kadın    | Lisans          |
| K10          | İşletme Müdürü    | 12                         | Erkek    | Lisans          |
| K11          | İşletme Müdürü    | 8                          | Erkek    | Yüksek Lisans   |
| K12          | İşletme Müdürü    | 8                          | Kadın    | Lise            |
| K13          | İşletme Müdürü    | 9                          | Erkek    | Lisans          |
| K14          | İşletme Sahibi    | 6                          | Kadın    | İlköğretim      |
| K15          | İşletme Müdürü    | 7                          | Erkek    | Lisans          |
| K16          | İşletme Müdürü    | 11                         | Erkek    | Lisans          |
| K17          | İşletme Müdürü    | 7                          | Erkek    | Lisans          |
| K18          | İşletme Müdürü    | 8                          | Kadın    | Yüksek Lisans   |
| K19          | İşletme Sahibi    | 10                         | Kadın    | Lisans          |

### **Tema 1.Vejetaryen/Vegan Yemeklerin İşletmelerde Yer Alma Durumu**

Yapılan araştırmanın ilk temasının içeriği; Vejetaryen/vegan yemeklerden oluşan menünün varlığı, Konaklarda en çok tercih edilen vejetaryen/vegan yemekler, Tur programlarındaki menülerde yer alan vejetaryen/vegan yemekler, Menülerde yer alan vejetaryen/vegan yemeklerin işletme maliyetlerine etkisi, Menülerde vejetaryen/vegan yemeklerin yer almasının emek ve zaman kaybı ile ilişkisinden oluşmaktadır.

#### **1.1.Konak İşletme Menülerde Yer Alan Vejetaryen/Vegan Yemekler:**

Safranbolu konaklarında yer alan vejetaryen/vegan yemeklerin daha çok mezeler, zeytinyağlılar, bazı spesifik unlu mamul yemekleri, salatalar ve diğer yemek türlerinden oluştuğu belirlenmiştir. Ayrıca vejetaryen/vegan içerikli yöresel yemeklerin konak işletmelerinde yer aldığı gözlenmiştir. Bunlara özellikle peruhi, otlu bükme ve cevizli yayım örnek olarak gösterilebilir.

**Tablo 3:** Konak Menülerinde Yer Alan Vejetaryen/ Vegan Yemekler

| Yemek Türü                                | Vegan Yemekler  | Vejetaryen Yemekler   |
|---|---|---|
| <b>Mezeler</b>                            | Humus, acuka, patlıcan ezmesi, acılı ezme, şakşuka  | Haydari, atom, çömlekte mantar, girit ezmesi, patates kızartması  |
| <b>Zeytinyağlılar</b>                     | Pilaki, taze fasulye, imam bayıldı, karışık sebze kızartma, yaprak sarması, lahana sarması, deniz börülcesi, semizotu yemeği  | Pilaki, taze fasulye, imam bayıldı, karışık sebze kızartma, yaprak sarması, lahana sarması, deniz börülcesi, semizotu yemeği  |
| <b>Unlu Mamuller</b>                      | Bükme otlu pide, patatesli sigara böreği, pişi, patates içli gözleme, cevizli yayım, çullu börek  | Peruhi, bükme otlu pide, peynirli sigara böreği, pişi, peynir içli gözleme, cevizli yayım, çullu börek  |
| <b>Salata Çeşitleri ve Diğer Yemekler</b> | Sebzeli pilav, safranlı pilav, bulgur pilavı, meyhane pilavı, melemen, gavurdağı salata, çoban salata, roka salata, mevsim salata, patlıcan salatası, nohutlu ve maş fasulyeli salata çeşitleri | Sebzeli pilav, safranlı pilav, bulgur pilavı, meyhane pilavı, melemen, gavurdağı salata, çoban salata, roka salata, mevsim salata, patlıcan salatası, nohutlu ve maş fasulyeli salata çeşitleri |

**1.2.Konaklarda Yerli ve Yabancı Turistlerin En Çok Tercih Ettiği Vejetaryen/Vegan Yemekler:** Yabancı turistlerin Safranbolu konaklarında tercih ettiği vejetaryen/vegan yemeklerin daha çok sebzeli pilav, safranlı pilav, domates soslu patates, mantar sote, pilaki, taze fasulye, içli gözleme, çullu börek, patates kızartması ve melemen olduğu belirlenmiştir. Yerli turistlerin ise konak işletmelerinde daha çok meze türlerini (haydari, humus, acuka, patlıcan ezmesi, acılı ezme, şakşuka, atom, çömlekte mantar, girit ezmesi), peruhi, cevizli yayım ve otlu bükme (pide) tercih ettikleri belirlenmiştir. Konak işletmelerinde alkollü ürünlerin yanında meze ve salata çeşitlerinin daha çok talep gördüğü ifade edilmiştir. Bununla birlikte menüler vejetaryenlere ve veganlara hitap edebilsin diye kurubaklagil yemeklerine de bolca yer verilmektedir. K18 kodlu katılımcının konu ile ilgili ifadesi şu şekildedir:

*“Uzun zamandır bu işi yapan biri olarak diyebilirim ki alkollü mekanlarda özellikle yerli turist meze istiyor. Mezelerimizin hepsi vejetaryenlere ve hatta veganlara hitap ediyor. Vegan müşterilerimizi daha fazla alternatif üretebilmek adına menülerimizi daha çok bakliyat içerikli yemeklerle destekliyoruz.” (K18)*

**1.3.Menülerde Vejetaryen/Vegan Yemeklerin Yer Almasının İşletme Maliyetlerine Etkisi:** Yapılan görüşmelerde özellikle et ikamesi olarak adlandırılan vegan içerikli ürünlerin (seitan, tofu vb.) oldukça maliyetli olduğu ifade edilmiştir. Fakat Safranbolu konaklarında üretilen vejetaryen/vegan nitelikli ürünler yöresel ve daha kolay ulaşılabilir yemeklerden oluşmaktadır. Dolayısıyla menülerde yer alan bu yemekler et ikamesi olan diğer yemekler ile kıyaslandığında daha az maliyetlidir. Bununla birlikte konak işletmecileri ile yapılan görüşmelerde vejetaryen/vegan müşteri sayısının diğer müşterilere göre daha az olduğu, dolayısıyla ekonomik getirisinin de az olmasına sebep olduğu belirtilmiştir. Ayrıca sebze ve bakliyattan yemek üretimi uygun maliyetli olmasına rağmen ekonomik getirisinin et kadar yüksek olmadığı ifade edilmiştir. Bu durumun



işletmeleri vejetaryen/vegan menülerden biraz daha uzaklaştırdığı belirlenmiştir. Konu ile ilgili K7 ve K12 kodlu katılımcıların ifadesi şu şekildedir:

*"Vejetaryen/vegan mutfak özellikle et ikamesinden üretilen yemekler malesef para kazandırmıyor. Bizim gibi alkollü işletmelerde müşteriler çoğunlukla et ağırlıklı yemekleri talep ediyor. Bu durum ise bizi çoğunluğun tercihlerine göre menü hazırlamaya itiyor. Fakat işletmemizde vejetaryen/vegan bireylere hitap eden çok fazla yöresel yemek var, bu işletmeden asla aç gitmezler." (K7)*

*"Konak işletmemizde vejetaryen ve veganlar için yemek çıkartıyoruz fakat bunlar bölgeye ait olan yöresel yemekler. Et ikamesinden yapılan seitán ve tofu gibi ürünlerden yemek üretmiyoruz, çünkü bunlar zaten maliyetli ürünler. Vejetaryen/vegan turistler diğer turistlere göre zaten az. Dolayısıyla maliyeti yükseltmek istemiyoruz." (K12)*

**1.4.Vejetaryen/Vegan Yemeklerin Menülerde Yer Almasının Emek Yoğunluğu ve Zaman Kaybı ile İlişkisi:** Safranbolu'daki konak işletmelerinde üretilen yöresel ağırlıklı vejetaryen/vegan içerikli yemeklerin üretilmesinin et ikamesi (tofu, seitan vb.) gıdalara kıyasla fazla emek yoğunluğu gerektirmediği ifade edilmiştir. Katılımcılardan K6'nın konu ile ilgili görüşleri şu şekildedir:

*"Vegan ve vejetaryen içerikli yemekler üretmek hiç zor değil. Fakat tofu, seitan gibi et ikamelerinden üretilecek ise yoğun emek istiyor. Eğer bu et ikamelerini dışardan alırsak çok maliyetli oluyor. Bu durum nedeniyle menülerimizde yer alan vegan/vejetaryen yiyecekler yöresel mutfak yemeklerinden oluşuyor. Böylelikle hem ulaşılabilir hem de daha ekonomik vegan/vejetaryen yemekler üretebiliyoruz." (K6)*

Yapılan araştırmada sebze ve bakliyat yemeklerinin ekonomik getirisinin et yemeklerinin değerinden daha düşük olduğundan vejetaryen/vegan içerikli yemeklerin ekonomik değer konusunda zaman kaybına neden olabileceği ifade edilmiştir. Katılımcılardan K1'in konu ile ilgili görüşleri şu şekildedir:

*"Et yemeklerinin ekonomik getirisi daha fazla, işletmeler vejetaryen/vegan yemeklerle zaman kaybı yaşamak istemiyor. Vejetaryen/vegan müşteri sayısı nonveganlar kadar olsa belki sorun olmaz, fakat şu koşullarda bunun zaman kaybı olduğunu düşünüyorum." (K1)*

## **Tema 2.Vejetaryen/Vegan Yemeklerin Destinasyon Tercihi Üzerine Etkisi**

Yapılan araştırmanın bu temasında; menülerde vejetaryen/vegan yemeklerin yer almasının bir işletme tercihi etkisi, seyahat acentalarının/turist rehberlerinin işletmeleri tercih etmesinin menüde yer alan vejetaryen/vegan yemekler ile ilişkisi ve konaklarda sunulan vejetaryen/vegan yemeklerin Safranbolu'nun dört mevsim ziyaret edilmesine katkısı incelenmiştir.

### **2.1.Vejetaryen/Vegan Yemeklerin Destinasyondaki İşletme Tercihine Etkisi:**

Yapılan araştırmada konak işletmelerinin menülerinde vejetaryen/vegan yemeklerin yer almasının işletme tercihi üzerinde etkili olduğu belirlenmiştir. Vejetaryen/vegan içerikli yemeklerin sadece vejetaryen/vegan bireylerin değil aynı zamanda nonvegan olan kadın müşterilerinde işletme tercihlerinde etkili olduğu ifade edilmiştir. Bitkisel içerikli yemeklerin müşterilerce daha sağlıklı ve güvenli gıda kapsamında görüldüğü belirlenmiştir. Konak işletmecilerine göre özellikle kadın müşteriler et konusundaki oldukça titiz ve seçici olduğundan daha çok sebze ve baklagil yemeklerine

odaklanmaktadır. K2, K11 ve K13 adlı katılımcılar konu hakkında görüşlerini şu şekilde ifade etmiştir:

*“Kadınların ağırlıkta olduğu gruplar zaten çoğunlukla vejetaryen oluyorlar. Bu durum bizi rahatsız etmiyor. Zaten planlamamızın çoğunu kadın müşterileri dikkate alarak yapıyoruz. Kadınları mutlu edebiliyorsak erkekler zaten hep mutlu.” (K2)*

*“Özellikle bitkisel içerikli yemekler kadın müşterilerimizin ilgi odağı. Kadınlar daha seçici, titiz ve kilo kontrolü konusunda daha dikkatli. Titizlendiklerinden dolayı bitkisel olmayan yemeğe güvenmiyor, dolayısıyla menülerimizde bulunan vejetaryen yemekler için gelen müşterilerimiz var.” (K11)*

*Kadın müşteriler rezervasyon yaptırırken özellikle bitkisel içerikli menü ile ilgileniyorlar. Kadınlar kendilerine ve beslenmelerine daha çok dikkat ediyor. Bu durum özellikle kadın ağırlıklı rezervasyonlarda bizi hazırlıklı olmaya itiyor.” (K13)*

Görüşmelerden de anlaşılacağı üzere işletmeler her ne kadar bitkisel içerikli yemeklerin düşük getirisinden şikayetçi olsalar da özellikle kadın müşteri tercihlerini dikkate alarak bitkisel içerikli yemek üretimi gerçekleştirmek zorunda kalmaktadır.

**2.2.Seyahat Acentalarının/Turist Rehberlerinin İşletme Tercihlerinde Vejetaryen/Vegan Yemeklerin Etkisi:** Safranbolu’da yapılan görüşmelerde az sayıda konak işletmelerinin seyahat acentaları veya turist rehberleri ile çalıştığı belirlenmiştir. Buna sebep olarak turların ekonomik getirisinin olmaması ve turların yoğun hizmet gerektirdiğinden daimî müşterilere gereken ilginin verilememesi gösterilmiştir. Bu durum işletmelerin uzun vadeli planlama yapmadığı daha çok günü kurtarmayı hedeflediğini düşündürmektedir.

Bununla birlikte yapılan görüşmelerde sadece iki işletmenin (K5, K8) turlara özel tamamen vejetaryen/vegan menü hazırladığı tespit edilmiştir. Bu işletmelerin yoga ve diğer sağlık turizmi yapan müşteriler için özel vejetaryen/vegan reçeteler oluşturduğu belirlenmiştir. Bu konakların menülerde özellikle, ratatouille, arpa göcesi çorbası, borsch çorbası, cevizli ot kavurması, uzun bakla çullaması, enginar ayasında buğday rizottosu, tahin soslu falafel ve çullu börek yer almaktadır. Dolayısıyla yapılan araştırmaya göre Safranbolu konak işletmelerinde vejetaryen/vegan bireyler için hazırlanan bu menülerde yöresel yemeklerin yanı sıra uluslararası mutfak kültürüne yer verildiği tespit edilmiştir.

**2.3.Vejetaryen/Vegan Yemeklerin Destinasyonların Dört Mevsim Ziyaret Edilmesine Katkısı:** Yapılan araştırmaya göre konak işletmelerinde sunulan vejetaryen/vegan yemeklerin Safranbolu’nun dört mevsim ziyaret edilmesine katkısının yetersiz olduğu belirlenmiştir. Safranbolu’yu ön plana çıkaran çekici unsurun daha çok sivil mimariye odaklanmış olması yiyeceklerin önemini ikinci plana ittiği belirlenmiştir. Özellikle vejetaryen/vegan mutfağın bu destinasyonun özellikle tercih edilmesini etkileyen bir unsur olmadığı belirlenmiştir. Konu ile ilgili olarak K4, K13 görüşlerini şu şekilde ifade etmiştir:

*“Vejetaryen/vegan yemekler Safranbolu konak işletmeleri için evet çok önemli fakat Safranbolu’nun dört mevsim ziyaret edilmesi ile çok ilişkisi yok.” (K4)*

*“Safranbolu’nun dört mevsim ziyaret edilmesinde en önemli unsur mimari konaklardır, bu özelliğinin önüne başka bir şey geçemiyor. Elbette mutfak kültürü bunun tamamlayıcısı fakat dört mevsim ziyaret edilmesinde henüz yeterli değil.” (K13)*

## 5. Sonuç ve Öneriler

Safranbolu'da faaliyet gösteren konakların menülerinde sunulan vejetaryen/vegan yiyeceklerin destinasyon tercihi üzerinde ne kadar etkili olduğunu belirlemeyi amaçlayan bu araştırmada şu sonuçlara ulaşılmıştır.

- Safranbolu konak işletme menülerinde yer alan vejetaryen/vegan yemekler daha çok meze, zeytinyağlılar, unlu mamul yemekleri ve salatalar gibi yöresel yemeklerden oluşmaktadır. Bunun en önemli sebebi vejetaryen/vegan içerikli yöresel yemekler daha kolay ulaşılabilen ve daha ekonomik yemeklerdir. Et ikamesi olarak kullanılan seitan, tofu gibi vegan içerikli gıda ürünlerinin maliyetli olması işletmelerin menü planlamasında sorun oluşturmaktadır. Bundan dolayı yerli turistler için konak işletmelerinde daha çok meze türleri, peruhi, cevizli yayım ve otlu bükme (pide) çıkarılırken, yabancı turistler için daha çok patates kızartması, domates soslu patates, mantar sote, sebze yemeği, taze fasulye, kuru baklagillerden üretilen pilaki ve sebzeli pilav türleri çıkarılmaktadır.
- Safranbolu'da bitkisel içerikli yemeklerin üretilmesinin fazla emek yoğunluğu gerektirmediği fakat ekonomik getirisinin et yemeklerine göre düşük olması nedeniyle işletmeciler tarafından zaman kaybı olarak düşünülmektedir. Fakat buna karşın vejetaryen/vegan yemekler özellikle kadın müşteriler tarafından daha güvenli olduğu düşünüldüğünden ve daha çok tercih edildiğinden işletme menülerinde önemli bir yer tutmaktadır
- Safranbolu'da özellikle 2 konak vejetaryen/vegan menüler hazırlayarak turlar için organizasyonlar düzenlemektedir. Bu konak işletmeleri müşterilerini hem yöresel hem de uluslararası vejetaryen/vegan reçeteler ile ağırlamaktadır. Bu durum destinasyonun önemini kavramış işletmelerin olduğu ve işletmelerin bu farkındalıkla rakiplerinden ayrıldığı belirlenmiştir. Kokkranikal ve Carabelli (2021)'ye göre mutfak deneyimleri bir destinasyonun değerini artırır, turistlere daha özgün ve unutulmaz deneyimler sunar. Bu sebeple Safranbolu'daki konak işletmeleri mutfak unsurlarının destinasyona katkılarını kabul etmek ve uygulamalarını buna göre uyarlamak zorundadır.
- Yapılan araştırmaya göre Safranbolu'nun en önemli çekiciliğinin mimari konaklar olduğu ve bu özelliğinin dört mevsim ziyaret edilmesine katkı sağladığı belirlenmiştir. Bu kapsamda konak işletmelerinde sunulan vegan/vejetaryen yemekler Safranbolu'nun dört mevsim ziyaret edilmesi konusunda mimari çekiciliğin gölgesinde kalmıştır.

Galati (2021)'ye göre gastronomi turizmi, gıda kapsamında üretim yapan işletmelere, yemek festivallerine ve restoranlara yapılan ziyaretler olarak tanımlanmaktadır. Seyahat için yemek tadımı ve uzman gıda üretiminin özelliklerini deneyimlemek oldukça önemlidir. Turistlerin yerel ve tipik yiyecek ve içeceklerle artan ilgisinin bir sonucu olarak destinasyonlar, artık bölgelerin kültürünü güçlendirmeyi amaçlayan farklı yiyecek ve içecek mekanları sunmaktadır. Bu nedenle hem doğal güzelliğe sahip hem de barındırdığı sakin ve huzurlu şehir olma özelliği ile oldukça ön planda olan Safranbolu, sadece turizm ve rekreatif faaliyetler ile değil gastronomik yaklaşımlar ile de desteklenmelidir. Bölgenin çekicilik unsuru olmasında yiyecek içecek işletmeleri de üzerine düşen görevleri yerine getirmelidir. Bu bağlamda işletmeler menülerinde daha dikkat çekici ve farkındalık içeren vejetaryen/vegan yemeklere de yer

vermelidir. Yapılan araştırmanın sonucunda et ikamesi olarak kullanılan seitan ve tofu gibi vegan içerikli gıda ürünlerinin maliyetli olduğu ve işletmelerin menü planlamasında sorun teşkil ettiği ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda konak işletmeleri et ikamesi olan seitan ve tofu gibi vegan içerikli gıdaları dışardan almak yerine, kendileri daha düşük maliyet ile üreterek daha farklı mutfak alternatifleri de oluşturulabilir.

Vejetaryen/vegan müşteriler için dışarıda yemek tüketimi kısıtlı beslenme özelliğinden ötürü oldukça zorlayıcıdır. Alana destek olabilmek için Türk mutfak kültüründe yer alan birçok yöresel vejetaryen/vegan yemekler üniversitenin ilgili alanlarında çalışan mutfak eğitimcileri tarafından gün yüzüne çıkarılmalıdır. Bu yemekler teorik ve uygulamalı eğitimler şeklinde üniversitelerin ilgili bölümlerinde işletmecilere kurs takviyeleri ile verilebilir. Bu yemeklerin reçeteleri konak işletmecileri ile koordineli çalışılarak işletme menülerine alternatif yemekler olarak dahil edilmelidir.

Son olarak Safranbolu'da faaliyet gösteren acentelere büyük görevler düşmektedir. Yaptıkları turlar kapsamına konak işletmeleri ile daha sağlıklı iletişim kurularak bölgedeki sağlık ve spor turizmine yönelik yoga ve diğer spor aktiviteleri desteklenerek destinasyonun çekiciliği artırılabilir. Çünkü bu aktiviteler bölgenin sakin destinasyon olma özelliği ile oldukça uyumludur ve bu tür aktiviteler ile ilgilenen bireylerin daha çok bitkisel beslendiği bilinmektedir. Dolayısıyla menülerinde vejetaryen ve vegan yemekler bulunan konak işletmelerine gastronomik bir kaynakla destek olunabilir.

## 6. Kaynakça

- Ayyıldız, S. (2019). "Turistik konak işletmelerinde mutfağın fiziksel koşullarının önemi: Safranbolu yöresel mutfak mimarisi üzerine bir araştırma", *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(2), 610-625.
- Ayyıldız, S., ve Sezgin, A. C. (2021). "Vejetaryen/Vegan bireylerin yiyecek içecek işletmeleri tercihleri ve sorunları", *Journal of tourism research institute*, 2(1), 1-16.
- Bai, S., Zheng, X., Han, C., ve Bi, X. (2023). "Exploring user-generated content related to vegetarian customers in restaurants: An analysis of online reviews", *Frontiers in Psychology*, 13, 1043844.
- Cagnina, M. R., Cicero, L., ve Osti, L. (2017). "Dining motivations, experiences and loyalty at vegan/vegetarian restaurants". *Il Marketing di Successo: Imprese, Enti e Persone; Atti del convegno*.1-7.
- Canbulat, İbrahim, (2017), Safranbolu şehir yemekleri, Online: <https://gulevi.safranbolu.files.wordpress.com/2017/12/safranbolu-c59fehir-yemekleri.pdf>, Erişim tarihi: 02.01.2021.
- Cliceri, D., Spinelli, S., Dinnella, C., Prescott, J., ve Monteleone, E. (2018). "The influence of psychological traits, beliefs and taste responsiveness on implicit attitudes toward plant-and animal-based dishes among vegetarians, flexitarians and omnivores". *Food Quality and Preference*, 68, 276-291.
- Cohen, SA, Prayag, G. ve Moital, M. (2014). *Turizmde tüketici davranışı: Kavramlar, etkiler ve fırsatlar*. Turizmde Güncel Konular, 17 (10), 872-909.
- Dahiya, K. S., ve Batra, D. K. (2016). Tourist decision making: Exploring the destination choice criteria. *Asian Journal of Management Research*, 7(2), 140-153.
- Dilek, S. E. (2018). "Türkiye'de vejetaryen/vegan oteller mümkün mü? kavramsal bir tartışma", *Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 19(1), 1-18.
- Dilek, S. E., ve Fennell, D. A. (2018). "Discovering the Hotel Selection Factors of Vegetarians: the Case of Turkey", *Tourism Review*.492-506.
- Dina, R., ve Sabou, G. (2012). "Influence of social media in choice of touristic destination", *Cactus Tourism Journal*, 3(2), 24-30.

- Dixit, S. K., ve Prayag, G. (2022). Gastronomic tourism experiences and experiential marketing. *Tourism Recreation Research*, 47(3), 217-220.
- Galati, A., Testa, R., Schifani, G., & Migliore, G. (2021). "Tourists' motivation toward culinary destination choice: targeting Italian tourists", *Journal of Foodservice Business Research*, 1-22.
- Guachalla, A. (2022). "Plant-based diets and destination image: a holistic approach", *Journal of Tourism and Cultural Change*, 20(1-2), 157-176.
- Gürbüz, S. ve Şahin, F. (2017). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri Felsefe-Yöntem-Analiz*. Ankara: Seçkin Yayınevi, s.1-478
- Kaya, O. (2016). *Turizm Sistemi ve Bireyler. Turizmin Sosyal Psikolojik Dinamikleri* (Ed.Duran, E. ve Aslan, C.), Paradigma Akademi, İstanbul, I.Basım, ss.325-341.
- Kokranikal, J., ve Carabelli, E. (2021). "Gastronomy tourism experiences: the cooking classes of Cinque Terre", *Tourism recreation research*, 1-12.
- Lochman, J. (2023). The spatial distribution of sustainable gastronomy: a case study of tourism in Prague. *Tourism Recreation Research*, 48(5), 693-709.
- Massaglia, S., Merlino, V.M. ve Borra, D. (2018). "Marketing strategies for animal welfare meat identification: comparison of preferences between millennial and conventional consumers", *Qual. Access Success*, 19, 305–311.
- Merriam, S. B. (2018). *Nitel Araştırma Desen Ve Uygulama İçin Bir Rehber* (Çev. Turan, S.). Ankara: Nobel Yayıncılık, syf.1-392.
- Neuman, W. L. (2017). *Toplumsal Araştırma Yöntemleri: Nicel ve Nitel Yaklaşımlar I*. Cilt (9. Basım). İstanbul: Yayın Odası, syf.1-355.
- Rivera, M., ve Shani, A. (2013). "Attitudes and orientation toward vegetarian food in the restaurant industry: An operator's perspective", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 25(7), 1049-1065.
- Saripek, S., Çevik, S., ve Saçılık, M. Y. (2019). Konaklama tercihlerinin destinasyon imajı algısına etkisi: erdek örneği. *Tam Metin Bildiriler Kitabı II: Tarım*, 135-144.
- Shang, Y., Mehmood, K., Iftikhar, Y., Aziz, A., Tao, X., ve Shi, L. (2021). "Energizing intention to visit rural destinations: how social media disposition and social media use boost tourism through information publicity", *Frontiers in psychology*, 12, 1-13.
- Shani, A. ve DiPietro, R. B. (2007). "Vegetarians: a typology for foodservice menu development", *Hospitality Review*, 25(2), 64-73.
- Smith, S., Costello, C., ve Muenchen, R. A. (2010). "Influence of push and pull motivations on satisfaction and behavioral intentions within a culinary tourism event", *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 11(1), 458-466.
- Toksöz, D., ve Aras, S. (2016). "Turistlerin seyahat motivasyonlarında yöresel mutfağın rolü", *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(Special issue 1), 174-189.
- Türkay, O., Genç, K. ve Şengül, S. (2017). Tarihi konak işletmeciliğinde yatırım sürecinin sorunları: mudurnu örneği. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Kongresi (USAK'17)*, İstanbul, 800-806.
- Türker, N., ve Yaşar, Z. (2018). Safranbolu'nun kültürel çekiciliklerine yönelik ziyaretçi E-yorumlarının değerlendirilmesi: TripAdvisor Örneği, I. Uluslararası Turizm ve Mimarlık Konferansı, 24-27, 294-301.
- Uslu, A. N., Ayyıldız, S., ve Yumuk, Y. (2022). "Sokak satıcıları açısından Safranbolu'daki sokak lezzetlerinin değerlendirilmesi", *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 10(4), 2955-2972.
- Vatan, A., ve Türkbaş, S. (2018). "Vejetaryen turist ve vegan turist kimdir?", *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 24-39.
- Viet, B.N., Dang, H. P. ve Nguyen, H. H. (2020). "Revisit intention and satisfaction: The role of destination image, perceived risk, and cultural contact". *Cogent Business & Management*, 7(1), 1-20.

Yıldırım, A., ve Şimşek, H. (2016). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* (10. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık, syf.1-427.

|   |  |
|---|--|
| <b>Hakem Değerlendirmesi:</b> Dış bağımsız.                                       | <b>Bilgilendirilmiş Onam Formu:</b> Tüm taraflarkendi rızaları ile çalışmaya dâhil olmuşlardır.  |
| <b>Teşekkür:</b> Katkılarından dolayı hakemlere teşekkür ederiz.                  | <b>Araştırmacıların Katkı Oranı:</b> %100 tek yazar tarafından hazırlanmıştır.   |
| <b>Destek Bilgisi:</b> Herhangi bir kurum ve/veya kuruluştan destek alınmamıştır. | <b>Etik Kurul Onayı:</b> Karabük Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Araştırmaları Etik Kurulu 1.04.2022 tarihli resmi izin ve e-78977401-050.02.04-121842 sayı kapsamında gerçekleştirilmiştir.<br><br>"Üniversitemiz Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Etik Kurulunun 01/04/2022 tarih ve 2022/03- 39 sayılı karar evrağı dergi sistemine yüklenmiştir. |
| <b>Çıkar Çatışması:</b> Yazarlar arasında çıkar çatışması yoktur.                 |  |