

PAPER DETAILS

TITLE: GLAMPING İSLETMELERİNDE SÜRDÜRÜLEBİLİR GIDA FARKINDALIĞI ÜZERİNE BİR
ARASTIRMA

AUTHORS: Özgür SARIBAS,Bugcan GÜVENOL

PAGES: 902-926

ORIGINAL PDF URL: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/2902471>

Yayın Geliş Tarihi: 18.01.2023
Yayına Kabul Tarihi: 16.03.2023
Online Yayın Tarihi: 15.06.2023
<http://dx.doi.org/10.16953/deusosbil.1238692>

Dokuz Eylül Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi
Cilt: 25, Sayı: 2, Yıl: 2023 Sayfa: 902-926
E-ISSN: 1308-0911

Araştırma Makalesi

GLAMPING İŞLETMELERİNDE SÜRDÜRÜLEBİLİR GIDA FARKINDALIĞI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Özgür SARIBAŞ*

Bugcan GÜVENOL**

Öz¹

Doğa temelli turizm çeşitlerinden biri olarak nitelendirilen glampingler fiziksel özellikleri ve hedef kitleleri ile çevreye duyarlı bir izlenim sergilemektedir. Bu araştırmanın amacı da giderek yaygınlaşan glamping işletmelerindeki sürdürülebilir gıda anlayışına ve sürdürülebilir gıda uygulamalarına yönelik farkındalık düzeyini ortaya koymaktır. Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizi kullanılmıştır. Veriler video konferans tekniği ile kayıt altına alınarak elde edilmiştir. Katılımcılar “amaçlı örnekleme” yöntemine göre seçilmiş ve veriler MAXQDA programıyla analiz edilmiştir. Elde edilen bulgular, glamping işletmelerinde sürdürülebilir gıda anlayışına yönelik farkındalığın umut verici, ancak yeterli düzeyde olmadığını göstermektedir. Sürdürülebilir gıda uygulamalarına ilişkin bilgi düzeyinin ise yetersiz olduğu gözlemlenmiştir. Ayrıca katılımcıların farkındalık düzeyleri ile temsil ettikleri işletmelerdeki uygulamaların örtüşmediği araştırmanın sonuçları arasındadır. Araştırmanın sürdürülebilirlik, turizm ve gastronomi literatürüne katkı sağlayacağı, yapılan değerlendirmelerin, küresel gıda sisteminin tartışıldığı bir dönemde fayda yaratıcı olacağı öngörülmektedir. Bu çalışma araştırma alandaki boşlukla birlikte popüler kültür ve sürdürülebilirlik paradoksuna da işaret ederek gelecek araştırmalara katkı sağlayıcı nitelikte olacaktır.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilir Gıda, Sürdürülebilir Turizm, Turizm İşletmeleri, Gastronomi, Glamping.

Bu makale için önerilen kaynak gösterimi (APA 6. Sürüm):

Sarıbaş, Ö. & Güvenol, B. (2023). Glamping işletmelerinde sürdürülebilir gıda farkındalığı üzerine bir araştırma. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 25 (2), 902-926.

* Dr. Öğretim Üyesi, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, ORCID: 0000-0003-0567-3039, ozgur.saribas@ikcu.edu.tr.

** Araştırma Görevlisi, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, ORCID: 0000-0003-3776-8470, bugcan.guvenol@ikcu.edu.tr.

¹ Bu araştırma İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi Sosyal Araştırmalar Etik Kurulu’nun 05.07.2022 tarihli toplantısı 2022/12-03 karar numarası ile etik açıdan uygun bulunmuştur.

A RESEARCH ON SUSTAINABLE FOOD AWARENESS IN GLAMPING BUSINESSES

Abstract

Glamping, which is defined as one of the nature-based tourism types, exhibits an environmentally sensitive impression with its physical characteristics and target groups. The aim of this research is to reveal the level of awareness towards sustainable food understanding and sustainable food practices in glamping businesses that are becoming increasingly widespread. Content analysis, one of the qualitative research methods, was used in the research. The data were obtained by recording with the video conference technique. Participants were selected according to the “purposive sampling” method and the data were analyzed with the MAXQDA program. The findings show that the awareness of sustainable food in glamping establishments is promising but not sufficient. It has been observed that the level of knowledge on sustainable food practices is insufficient. It is among the results of the research that the awareness levels of the participants and the practices in the businesses they are in do not match. It is predicted that the research will contribute to the sustainability, tourism and gastronomy literature and that the evaluations will be beneficial in a period where the global food system is discussed. This study will contribute to future research by pointing out the popular culture and sustainability paradox along with the gap in the research area.

Keywords: Sustainable Food, Sustainable Tourism, Tourism Enterprises, Gastronomy, Glamping.

GİRİŞ

Gıda yaşamın sürdürülebilmesi, büyüme ve sağlığın desteklenmesi için ihtiyaç duyulan enerji ve besinleri ifade eden (Roday, 2012), yaşamın temel kaynaklarından biridir (Soylu, 2022). Literatürde, nüfus artışı (Pimentel vd., 1997; Hopfenberg & Pimentel, 2001; Maskey, 2001; Gilland, 2002; Alexandratos, 2005; Schneider vd., 2011), iklim değişiklikleri (Gregory vd., 2005; Tirado vd., 2010; Cheeseman, 2016; Holdsworth & Bricas, 2016), sosyo-kültürel ve ekonomik nedenler (Musaiger, 1993; Guapta ve Mishra, 2014) gibi faktörlerin gıda arzı, talebi ve gıda güvenliği üzerindeki etkilerini inceleyen araştırmalar yer almaktadır. Bu araştırmalar göstermektedir ki artan küresel nüfusla birlikte bilinçsiz ve aşırı tüketim gıda ürünlerinin gelecek nesillere taşınması konusunda soru işaretleri doğurmaktadır. Böylece gıda küresel bir endişe halini almaktadır. Godfray vd. (2010), dünyadaki tüm bireyler için sağlıklı ve çevresel olarak sürdürülebilir beslenme sağlama yeteneği konusunda artan bir endişe olduğundan, Conaré (2019) ise yaşanan krizlere bağlı olarak tarımsal hammadde fiyatları ve gıda kaynaklı sağlık sorunları gibi nedenlerden dolayı gıdanın küresel bir tartışma konusu olduğundan bahsetmektedir. Bu bağlamlarda sürdürülebilir gıda, gıdanın sürdürülebilirliği, sürdürülebilir gıda zinciri, sürdürülebilir gıda tüketimi, sürdürülebilir gıda sistemleri ve sürdürülebilir gıda güvenliği gibi pek çok başlık karşımıza çıkmaktadır. Gıdanın güvenliği ve sürdürülebilirliği konusundaki

endişeler de artış göstermektedir. Bu endişeleri gidermek için gerekli hususlardan biri de bahsedilen bu süreçlere ilişkin gelişen farkındalıktır.

Sürdürülebilir gıda farkındalığı çok boyutlu bir yaklaşımdır ve içerisinde sürdürülebilirliğin pek çok yönünü barındırmaktadır. Bu kapsamda özellikle üretim süreçleri, gıda güvenliği ve tüketim hususları ön plana çıkmaktadır. Sürdürülebilir üretim “çevreyi kirletmeyen, yenilenemeyen enerji ve doğal kaynakları koruyan, ekonomik açıdan verimli, çalışanlar, toplumlar ve tüketiciler için güvenli ve gelecek nesillerin ihtiyaçlarından ödün vermeyen süreçler ve sistemleri kullanan bir üretim yöntemi” olarak tanımlanmaktadır (Foresight, 2011). Sürdürülebilir gıda üretimi ve gıda güvenliği, Soylu (2022) tarafından “çevreye saygılı, doğayı kirletmeyen, doğal kaynakları ve enerji kaynaklarını bilinçli kullanan, ekonomik anlamda güvenli gıdaya ulaşabilen toplumların oluşmasını amaçlayan, kullanıcılar için güvenli olan ve gelecek nesillerin ihtiyaç ve haklarını koruyan güvenilir gıda üretim süreç ve sistemleri” olarak ifade edilmiştir. Sürdürülebilir gıda güvenliğini sürdürülebilir çevre, sürdürülebilir kalkınma, sürdürülebilir tarım ve yeşil kalkınma gibi anlayışlardan kopuk bir şekilde sağlamak mümkün değildir (Soylu, 2022). Tüm bunların yanı sıra gıda satın alırken de sürdürülebilirliğin önemi unutulmamalıdır. Tüketicilerin beslenme alışkanlıklarını çevre dostu yöntemlere yönlentmedikleri sürece gıda tüketiminin neden olduğu çevresel etkilerin artış göstereceğini söylemek mümkündür (Kurtgil & Beyhan, 2021).

Bu tartışmalarla birlikte gıdanın sürdürülebilirliğine ilişkin eleştiri odaklarından biri de turizm işletmeleri ve bu işletmelerdeki yeme-içme faaliyetleridir. Özellikle turizm işletmelerinde yaşanan gıda israfına ilişkin çok sayıda araştırma (Marthinsen vd., 2012; Papargyropoulou vd., 2016; Curtis & Slocum, 2016; İlyasov, 2018; Juvan vd., 2018; Gretzel vd., 2019; Keskin vd., 2019; Akmeşe & Kaba İlyasov, 2022) bulunmaktadır. Yiyecek-içecek tüketimi bağlamında sürdürülebilirlik ve turizm konularını bir arada ele alan araştırmalara da rastlamak mümkündür (de Jong & Varley, 2018; Martin-Rios vd., 2018; Özdemir & Güçer, 2018). Bu açıdan bakıldığında turizm, gastronomi ve sürdürülebilirlik ilişkisi daha da önem kazanmaktadır. Bu kapsamda doğa temelli olarak nitelendirilen glamping işletmeleri (O'Neill vd., 2010) ve turizm ile olan ilişkisi, bir turizm destinasyonunun doğru sürdürülebilir gelişimi için etkili bir araç olarak görülmektedir (Fernandes vd., 2021). Böylece, glamping konaklamanın yanı sıra yiyecek-içecek hizmeti de sunan, bu yönü ile de gıdanın sürdürülebilirliği açısından da önem arz eden işletmelerden biri olarak değerlendirilebilir. Buna karşın, gezginler arasında popüler olmasına rağmen literatürde çok az ilgi gören bir turizm olgusu olarak karşımıza çıkmakta (Sun & Huang, 2023) ve her ne kadar “lüks kampçılık” olarak ifade edilse de Türkçe literatürde de sıklıkla glamping olarak yer almaktadır. Bu araştırmada da öncelikle glamping işletmelerindeki sürdürülebilir gıda uygulamalarına ve sürdürülebilir gıda anlayışına yönelik farkındalık düzeyi belirlenmeye çalışılmıştır. Sonrasında glamping işletmelerinin temel kuruluş felsefesine ve işleyiş fonksiyonlarına uygun şekilde hareket edip

etmediği tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu yönüyle de araştırma bulguları hem literatüre katkı sağlayıcı bir nitelik taşımakta, hem de sektörel anlamda fayda yaratacak sonuçları içermektedir.

TEORİK ÇERÇEVE

Glampingler doğa temelli turizm çeşitlerinden biri olarak nitelendirilmektedir (O'Neill vd., 2010; Ergüven vd., 2015, Göktaş & Kızıllırmak, 2017; Konak & Özhasar, 2019; Ardiç Yetiş, 2021). Glamping gösteriş/cazibe ve kamp kelimelerinin birleşimi olarak ifade edilen ve doğa ile konforu birleştiren, kampçılıkla ilgili bir kavramdır (Brochado & Pereira, 2017). Günümüzde geleneksel kampçılığa yönelik artan talebe rağmen kamp esnasında yaşanabilecek bazı olumsuz durumlar insanların bu faaliyete katılımını engelleyebilmektedir. Bu olumsuz durumlara örnek olarak ıslak ve soğuk ortamda uyumak, hava değişimleri nedeniyle yaşanabilecek fiziksel rahatsızlıklar, tuvaletlere ve sıcak suya erişim güçlükleri (Lu vd., 2022), çadırların sızdırabilmesi, kötü kokulu uyku tulumları ve doğaçlama hazırlanan yiyecekler (Boscoboinik & Bourquard, 2012) gösterilmektedir. Glamping türü kamp anlayışı ise bu durumlar karşısında bir alternatif olarak sunulmaktadır (Boscoboinik & Bourquard, 2012). Glamping, Longman sözlüğünde “her zamankinden daha konforlu ve daha iyi donanımına sahip bir çadırda kamp yapmak” olarak tanımlanmaktadır (Longman, 2014). Ayrıca, geleneksel kampçılıktan daha konforlu ve daha lüks bir kamp türü olarak da tanımlanmaktadır (Cambridge Dictionary, 2022). Glamping kelimesi kavramsal olarak “*lüks, konfor, kaliteli hizmet, maceralı aktiviteler, kaçış, rahatlama, çevre dostu, vahşi yaşam, savurganlık, barış, yeni konfor trendi, yenilikçi konaklama türü, benzersiz deneyim ve samimiyet*” gibi ifadelerle bağdaştırılmaktadır. Ancak, kavrama dair yapılan tanımlamalarda 'lüks' ve 'konfor' sözcüklerinin yaygın olarak kullanıldığı görülmektedir (Vrtodušić Hrgović vd., 2018). Bu bağlamda glamping Türkçeleştirilirken “lüks kamp” olarak ifade edilebilir. Ergüven vd., (2015) de glamping kelimesini “lüks kampçılık” olarak ifade etmektedir. Nitekim Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın Turizmi Teşvik Kanunu uyarınca hazırladığı ve Resmî Gazete'de yayınlanan yönetmelikte de bu tür faaliyetler lüks kavramıyla ilişkilendirilmiştir (Lüks Çadır Yatırımlarıyla İlgili Nitelikler Yönetmeliği, 2022). Glamping alanlarındaki konaklama türleri genel olarak ağaç evler, kabinler, karavanlar ve birbirinden farklı çadırlar (kubbe, safari, yurt vb.) oluşturmaktadır (International Glamping Federation, 2023). Ayrıca konaklama birimleri içerisinde var olan yataklar, çarşaf, halılar, banyolar gibi imkânlar lüks, kaliteli ve şık olacak şekilde döşenmiştir (Brooker & Joppe, 2013).

Glamping, kamp alanlarının kamp merkezlerine dönüşmesini sağlamakta ve otel ile kampçılığı ortak paydada birleştirmektedir. Bu sayede glampingler, turizm endüstrisinde artan rekabet nedeniyle hizmet ve konaklama kalitesinin artması sürecinde önemli bir rol oynamaktadır (Eremić, 2021). Ek olarak bu işletmeler kişilere doğada yaşam deneyimi ve doğa ile çevre sayesinde oluşan

atmosferin tadını çıkarma hissini sunmaktadır. Ancak, kişiler her ne kadar doğada bulunsun da bir glamping işletmesinin varlığı teknolojiye ayrı düşünülemez. Çünkü, bu tesislerde genellikle ısıtma sistemi, banyo ve internet erişimi (wifi) gibi olanaklar bulunmaktadır (Diwyarthi vd., 2023). Bu aşamada da glamping tanımlarken sıklıkla bahsedilen “lüks” kelimesinin yanına, “teknoloji” kelimesini de eklemek yanlış olmayacaktır.

Glampinge yönelik yapılan araştırmalar incelendiğinde glamping ve covid-19 pandemisini ilişkilendiren araştırmalar dikkat çekmektedir. Özellikle salgın döneminde glamping sektörüne yönelik turist eğiliminin ve sektörün farkındalığının arttığı görülmektedir (Kutlu, 2022; Zorlu vd., 2022; Düzgün, 2021; Craig & Karabas, 2021). Bir glamping deneyimini harika yapan nedir? Başlıklı araştırma sonuçlarına göre glamping deneyimini eşsiz hale getiren 11 tema bulunmaktadır. Bunlar “deneyim, otel, öğrenme, ev sahibi, kamp, doğa, yemek, malzemeler, farklılık, ekoloji ve yoga” olarak sıralanmıştır (Brochado & Brochado, 2019). Glamping deneyimini eşsiz hale getiren unsurlardan bir tanesi de yemek deneyimidir. Brochado ve Brochado (2019), organik ve yerel kaynaklı ürünlerle hazırlanan lezzetli yemeklerin glamping deneyimlerinin önemli bir parçası olduğu söylemektedir. Lu ve Stepchenkova’nın (2012) ekoturistlerle ilgili yaptığı araştırmada belirlediği yedi kategoriden biri “yemek” tir ve ziyaretçilerin yiyeceklerin tazeliği ve yerel yiyeceklerden bahsettikleri söylenmektedir. Brochado ve Pereira’da (2017) konukların yemeklerin hazırlanmasında ve sunumunda sağlıklı, organik ve taze malzemelerin kullanılmasının yanı sıra özgün lezzetler ve sadeliğin üzerinde durduğundan bahsetmektedir. Vres ve Vres (2015) glamping örneklerine ve deneyimlerine dayanarak glampinglerde verilen hizmetler altına “sunulan kaliteli gastronomi” maddesini eklemiştir.

Glampinglerin özdeşleştiği hususlardan biri de sürdürülebilirliktir. Glampingler, sürdürülebilir turizm gelişimine, turistik destinasyonların tanıtımına, destinasyondaki konaklama kalitesi seviyesinin yükseltilmesine ve turist çeşitliliğine katkıda bulunmaktadır (Petrusa ve Vlahov, 2019). Ergüven vd. (2015) glampingi ekoturizm temelli bir ürün olarak nitelendirmiş ve sürdürülebilir kalkınma için bir yerel kalkınma modeli oluşturabileceğinden bahsetmiştir. Gökteş ve Kızıllırmak da (2017) glampingi ekoturizm ve sürdürülebilir turizm odaklı ve kırsal kalkınmaya faydalı bir yapı olarak nitelendirmektedir.

Kavramsal Olarak Sürdürülebilir Turizm ve Sürdürülebilir Gıda

Sürdürülebilir turizm, doğal kaynaklara zarar vermeden çevresel bir alan bağlamında faaliyetler geliştirmenin bir yoludur. Sürdürülebilirlik, sürdürülebilir kalkınma ve erişilebilir turizm kavramlarını birleştirerek, tüm boyutlarını ayrıcalıklı kılmayı hedefleyen bir planlama modelinin operasyonel hale getirilmesinden kaynaklanmaktadır (Fernandes vd., 2021). Sürdürülebilir turizm kavramı üzerindeki tartışmalar 1980/90'lara dayanmaktadır (Swarbrooke, 1999; Portney, 2015) ancak kökenleri yüzyıllardır var olan ve daha geniş bir kapsama

sahip sürdürülebilir kalkınma kavramına kadar uzanmaktadır (Swarbrooke, 1999). Kalkınmayı sürdürülebilir kılmak için ise sosyal, çevresel ve ekonomik sürdürülebilirliği bütünleştirmek gerekmektedir (Goodland, 1995). Sürdürülebilir turizm kavramı da doğal ve çevresel kaynakların rasyonel yönetimi ihtiyacını vurgulayan daha geniş sürdürülebilir kalkınma anlayışına atıfta bulunmaktadır (Butowski, 2012).

Turizmle etkileşime giren dış sistemler sürdürülebilir değilse veya sürdürülebilir sonuçlara ters düşüyorsa, sürdürülebilir turizm konusu da tartışmaya açık hale gelmektedir (Gössling vd., 2009). Bu bağlamda turizmle etkileşimde bulunan, turistik bir ürün olarak değerlendirilen gıdanın da sürdürülebilir turizm modeli içerisinde kendine yer edindiği söylenebilir.

Sürdürülebilir gıda sistemi

Gıda sistemi, gıda, atık ve gerekli kaynakların üretimi, yayılması, işlenmesi ve kullanımı ile ilgili ve birbiriyle girintili bir yapıyı ifade etmektedir (Bricas, 2019). Gıda tüketimi ise, “çevre, birey ve halk sağlığı, sosyal uyum ve ekonomi” üzerindeki etkisi nedeniyle sürdürülebilir tüketim ve üretim planlamasında önemli bir konudur (Reisch vd., 2013). Çevresel, ekonomik ve sosyal sürdürülemezliğin altında yatan süreçler kısmen insan ve doğal bileşenler arasındaki etkileşimleri içeren gıda sisteminden kaynaklanmaktadır (Allen & Prosperi, 2016). Bugün küresel gıda sisteminin sürdürülebilir olmadığı konusunda geniş bir kabul vardır (Meybeck & Girz, 2017). Küresel gıda sistemi, insanların ihtiyaçlarını karşılamada ve doğal kaynakların ve çevrenin korunmasını sağlamada yetersiz kalmaktadır (Gorgitano & Sodano, 2014). Demografik değişim ve küresel nüfus karşısında, gıda sistemlerinden kaynaklanan sürdürülebilirlik sorunlarının daha ciddi hale geleceği düşünülmektedir (Reisch vd., 2013). Küresel gıda üretimi ve tüketimi, sürekli artan karbon, su ve ekolojik ayak izi sürdürülebilir gıda tüketimini her geçen yıl daha da acil hale getirmektedir (Verain vd., 2012).

Mevcut gıda sisteminde küresel bütünleşmeye, ekonomik konsolidasyona ve çevresel bozulmaya yönelik artan eğilimlere yanıt olarak topluluklar, alternatif, daha sürdürülebilir gıda ve tarım sistemleri geliştirmektedir (Feenstra, 2002). Sürdürülebilir gıda ürünlerine yönelik artan talep üreticileri sertifikasyon gibi yeniliklere zorlamaktadır (Annunziata vd., 2019). Sürdürülebilir gıda tüketimi sürdürülebilir kalkınmanın önemli bir yönü olarak görülmektedir. Günümüzde gıda tüketimi, yalnızca sosyo-demografik faktörlerle açıklanamayacak kadar karmaşıktır ve daha geniş bir bakış açısına ihtiyaç vardır (Verain vd., 2012).

Sürdürülebilir bir gıda sistemi, çevrede minimum olumsuz etki yaratarak mevcut gıda ihtiyaçlarını karşılarken, gelecek nesiller için gıda sağlayabilecek sağlıklı ekosistemleri de korumaktadır. Bunları yaparken insancıl ve adil bir düzenle çiftçileri, işçileri, tüketicileri ve toplulukları da korumaktadır (Story vd., 2009). Sürdürülebilir gıda sistemleri oluşturmak, gıda sistemlerini ve politikalarını

belirlenen hedeflere ve gelişmiş toplumsal refaha yönlendirmeyi amaçlayan bir çaba haline gelmiştir. Gıda sistemleri sosyo-ekolojik bir yapıya sahiptir ve sürdürülebilirliği sürecinde insanlık ve doğanın sistematik etkileşimi önem arz etmektedir (Allen & Prosperi, 2016).

Bu araştırmada konaklama ve yeme-içme hizmeti sunan glamping işletmelerinde sürdürülebilir gıda konusuna odaklanılmıştır. Glamping yapılan tanımlardan ve ilgili araştırmalardan da anlaşılabileceği gibi kampçılıkla ilişkilendirilmektedir ve doğa temelli olarak nitelendirilmektedir. Bu yönü ile de Allen ve Prosperi'nin (2016) da gıda sistemleri ile ilgili olarak söylediği gibi, glampingler sosyo-ekolojik bir yapı içerisindedir. Bu yapının korunması, dengenin sağlanması ve sürdürülebilirliği için glamping işletmeleri yani işletme sahipleri ve yöneticileri sürece bilinçli olarak dâhil olmalıdır.

YÖNTEM

Araştırmanın Amacı, Kısıtları ve Önemi

Çalışmanın temel amacı glamping işletmelerindeki sürdürülebilir gıda farkındalığını ortaya koymaktır. Bu amaç doğrultusunda sürdürülebilir gıda üretimi, tüketimi ve uygulamalarına ilişkin bulgulara yer verilmektedir. Araştırma evreninin İzmir ili içerisinde bulunan glamping işletmeleriyle sınırlı tutulması araştırmanın kısıtları arasında yer almaktadır. Araştırmada gıdanın sürdürülebilirliğinin, glamping işletmeleri gibi yeni konaklama akımlarından biri olarak gösterilebilecek alanlarda incelenmesine yönelik yeterli sayıda çalışmaya rastlanmamıştır. Bu durum da araştırmanın kısıtları arasında yer almakla birlikte, alandaki teorik ve metodolojik araştırma boşluğunu da işaret etmektedir. Bu açıdan araştırmanın sürdürülebilirlik, turizm ve gastronomi literatürüne katkı sağlayacağı, elde edilen bulguların ve değerlendirmelerin turizm işletmelerinde gıdanın sürdürülebilirliği konusunda fayda yaratacağı öngörülmektedir.

Araştırma Yöntemi - Örneklem/Verilerin Toplanması ve Analizi

Araştırmanın evrenini İzmir ilinde yer alan glamping işletmeleri oluşturmaktadır. Katılımcılar araştırmanın amacına en uygun yanıt verebilecek bireyler arasından belirlenerek (Aziz, 2020) “amaçlı örneklem” yöntemine göre seçilmiştir. İzmir il sınırları içerisinde faaliyet yürüten ve işletme adına/web sayfasında glamping geçen tüm işletmelerle iletişime geçilmiş, toplamda 12 işletme ile görüşülmüştür. Araştırmada glamping işletme sayısı bu anlayıştaki otellerin satışını veya tanıtımını yapan siteler incelenerek elde edilmiştir. Araştırma 2022 Temmuz ayı içerisinde farklı günlerde gerçekleştirilmiştir. İletişime geçilen 12 işletmeden 11'i görüşmeyi kabul etmiş, görüşmeler ortalama 20-30 dakika aralığında sürmüştür. Katılımcıların iş yoğunluğu nedeniyle görüşmeler için video konferans tekniği tercih edilmiştir. Çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizi kullanılmış, bu kapsamda oluşturulan yarı yapılandırılmış görüşme formu

ile veriler elde edilmiştir. Nitel araştırmanın önemli bir parçası, katılımcıların iç dünyalarını anlamaktır. Araştırmacının katılımcıların zihnine girmesini ve onların gördüklerini ve hissettiklerini görüp hissetmesi gerekir (Johnson, 1997). Bu durum da göz önüne alınarak araştırmada yarı yapılandırılmış soru formu kullanım kararı, sorular yöneltilirken esnek bir yapının olmasının araştırmanın derinliği açısından önemli olduğu düşüncesinden yola çıkılarak alınmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşme formu oluşturulurken sürdürülebilir gıda, sürdürülebilir gıda üretimi ve tüketimine ilişkin literatürden faydalanılmıştır. Hazırlanan görüşme formundaki soruların ve kavramların son halinin oluşmasında nitel araştırmalardaki inandırıcılığın artırılmasına yardımcı olan (Lincoln & Guba, 1985) uzman görüşü tekniğinden faydalanılmıştır. Bu bağlamda alanında uzman bir akademisyen tarafından görüşme sorularının anlaşılabilirliği ve genel kavramlar hakkında değerlendirme istenmiştir. Katılımcı teyidi, nitel araştırmalardaki inandırıcılığın sağlanmasına katkı sağlamakta, görüşmelerde elde edilen verilerin katılımcılara özetlenerek katılımcıların herhangi bir olgu hatasını o an düzeltmesine ve araştırmacı tarafından yapılan yorumlara itiraz etmesine olanak sağlamaktadır (Erlandson vd., 1993). Bu nedenle araştırmada katılımcı teyidinden faydalanılmıştır. Ayrıca, çalışma içerisinde aktarılabilirliği sağlayabilmek adına araştırmanın yöntemi, katılımcıların seçilme şekli, katılımcılar ve işletmeler ayrıntılı olarak betimlenmiştir. Katılımcılarla görüşmeler gerçekleştirilirken araştırmacılar tarafından düzenli not tutulmuş, herhangi bir veri kaybının önüne geçilebilmesi ve araştırmanın güvenilirliği için katılımcılardan izin almak koşuluyla ses kaydı ve/veya video-ekran kaydı alınmıştır. Görüşmelerin ardından kayıtlar araştırmacılar tarafından deşifre edilerek metne dönüştürülmüştür. Deşifre sürecinden sonraki basamaklardan biri “veri aşinalığı”dır (Çelik vd., 2020). Bu kapsamda metne dönüştürülen veriler araştırmacılar tarafından veri analizine geçmeden önce tekrar tekrar okunarak üzerinde düşünülmüştür. Elde edilen veriler öncelikle açık kodlama yapmak ve kod anahtarı oluşturmak üzere MAXQDA nitel veri analizi bilgisayar yazılım programına aktarılmıştır. Araştırmanın sonraki adımı ise kodlamadır. Day (1993), nitel analizin temelinde iki yönünün bulunduğunu, bunların ilkinin bir miktar veriyi seçmek ve diğerinin ise verileri bir kategoriye atamak yani kodlamak olduğunu söylemektedir. Diğer bir söylemle ilk adım nitel araştırma verilerinin yazıya dökülmesi ve yönetilmesi, ikinci adım ise kodlama veya nitel verileri düzenleme ve sıralama süreci olarak ifade edilmektedir (Stuckey 2015). Kodlama ve analiz eş anlamlı değildir, ancak kodlama analizin çok önemli bir yönü (Basit, 2003) ve nitel araştırmalarda güvenilirliğin temel adımlarından biri (Ghiglione 1978’den aktaran Bilgin, 2014) olarak görülmektedir. Nitel veri analizi sürecinde verilerin kodlanması en önemli aşama (Wong, 2008) ve nitel araştırmanın ayrılmaz bir parçası (Parameswaran vd., 2020) olarak vurgulanmaktadır. Nitel verileri işlemede elle kodlama yapma tekniği hata yapmaya daha yatkın olmakla birlikte araştırmacıya önemli ölçüde yavaşlık da katabilmektedir. Ancak bilgisayar destekli yazılım programlarının kullanılması aynı verinin birden çok şekilde ve kolayca kodlanabilmesine, farklı kodlamaların

benzer bir tema altında karşılaştırılmasına ve farklı yaklaşımların kullanılmasına yardımcı olmaktadır (Bogdan & Biklen, 2007). Kullanım kolaylığına ek olarak bu yazılımlar nitel araştırmalardaki inandırıcılık, aktarabilirlik gibi unsurlardaki endişeleri gidermeye yardımcı olmaktadır (Leitch vd., 2016). Bu bağlamda verilerin kodlanması, analizi ve görselleştirilmesi amacıyla MAXQDA paket programı kullanılmış ve deşifreler tarafsız bir şekilde kodlanmıştır. Kodlama aşamasında oluşan her bir yeni kod için daha önce kodlanmış belgeler tekrardan incelenmiş bu sayede veri kaybının önüne geçilmeye çalışılmıştır. Çalışmada katılımcılar her bir katılımcıyı ve işletmeyi temsil etmek üzere K1, K2, K3.....K11 olarak kodlanmış, ayrıca katılımcıların bir konu hakkında dile getirdikleri karşıt veya en sık ifadeler direkt alıntı şeklinde gösterilmiştir. Nitel araştırmalarda kodlama, toplanan verilerin bir araya getirilmesine, kategorilere ayrılmasına ve tematik olarak sıralanmasına olanak sağlamaktadır. Aynı zamanda verilerde gömülü olan temaların ortaya konmasında da önemli bir adımdır (Williams & Moser, 2019). Bu kapsamda araştırma açık kodlama, kodlama, benzer kodların bir araya getirilmesiyle oluşturulan kategoriler ve temalaştırma bağlamında gerçekleştirilmiştir. Çalışmada onaylanabilirliğin artırılması amacıyla, bulgular araştırmacılar tarafından fikir birliğine varılarak sonuç bölümünde uygun bir şekilde değerlendirilmiştir. Ayrıca çalışma, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi Sosyal Araştırmalar Etik Kurulu'nun 05.07.2022 tarihli toplantısı 2022/12-03 karar numarası ile etik açıdan uygun bulunmuştur.

BULGULAR

Çalışmanın bu bölümünde öncelikle araştırmaya dâhil olan katılımcılar ve işletmelere yönelik açıklayıcı özellikler verilmiş olup ardından çalışmanın amacını oluşturan bulgulara değinilmiştir.

Katılımcıların demografik özellikleri ve işletmelerindeki görevleri incelendiğinde katılımcıların büyük çoğunluğunun erkek, üniversite mezunu ve 30-40 yaş aralığında olduğu görülmektedir. Araştırmaya dâhil edilen katılımcılar kendilerini çoğunlukla işletme sahibi olarak ifade etmektedir.

Tablo 1: İşletmelere Yönelik Bilgiler

<i>İşletmeler</i>	<i>İlk Faaliyet Yılı</i>	<i>Glamping Türü</i>	<i>Yiyecek Hizmeti</i>	<i>Konukların Milliyeti</i>
K1	2021	Kanvas Çadır, Karavan, Standart Oda	Kahvaltı dâhil, İsteğe bağlı öğün	Yerli
K2	2017	Tiny House, Karavan, Kanvas Çadır	Kahvaltı dâhil, İsteğe bağlı öğün	Yerli
K3	2021	Kanvas Çadır, Standart Oda	Kahvaltı dâhil	Yerli
K4	2021	Dome Çadır	Kahvaltı dâhil, İsteğe bağlı öğün	Yerli ve yabancı
K5	2021	Kanvas ve Dome Çadır	Kahvaltı dâhil, İsteğe bağlı öğün	Yerli ve yabancı

K6	2020	Dome Çadır, Tiny House	Kahvaltı dâhil, İsteğe bağlı öğün	Yerli ve yabancı
K7	2019	Karavan	Kahvaltı dâhil, İsteğe bağlı öğün	Yerli
K8	2020	Dome Çadır	Yiyecek hizmeti bulunmamaktadır.	Yerli
K9	2021	Mantar Çadır	Yiyecek hizmeti bulunmamaktadır.	Yerli ve yabancı
K10	2021	Kanvas Çadır	Kahvaltı dâhil, İsteğe bağlı öğün	Yerli ve yabancı
K11	2021	Kanvas ve Dome Çadır	Kahvaltı dâhil, İsteğe bağlı öğün	Yerli

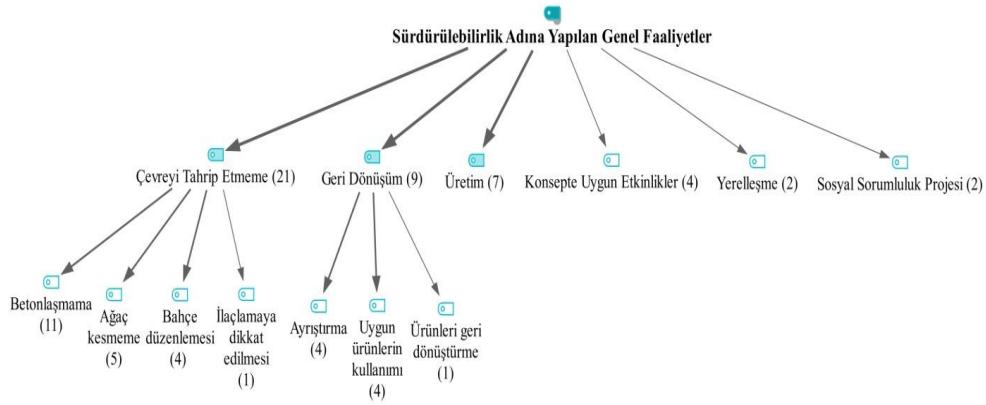
Tablo 1’de katılımcı işletmelerin açıklayıcı özellikleri yer almaktadır. Tabloya göre, işletmelerin ilk faaliyet dönemlerinin çoğunlukla 2021 yılı olduğu görülmektedir. İşletmelerde glamping türü konaklamada kullanılan ürünlerin farklılık göstermesiyle birlikte kanvas ve dome tipi çadırların yaygın olarak tercih edildiği görülmektedir. İki işletmede (K1 ve K3) klasik konaklama türüne uygun standart odaların olduğu görülmektedir. Ancak işletmeler standart odaları kendilerinin inşa etmediklerini faaliyet alanlarının içerisinde önceden var olduklarını ifade etmişlerdir. İşletmeleri tercih eden konukların genel olarak milliyetleri arasında belirgin bir farklılık bulunmamaktadır. Bazı işletmeleri sıklıkla yerli konuklar tercih ederken bazı işletmeleri ise hem yerli hem de yabancı konuklar tercih edebilmektedir. Ayrıca işletmelerin konuklarına yeme-içme hizmeti verdiği görülmektedir. Bu bağlamda işletmeler çoğunlukla kahvaltı dâhil olarak öğlen ve akşam yemeği gibi hizmetleri de sunmaktadır. Sadece iki işletmede (K8 ve K9) yeme-içme hizmeti verilmemektedir. Bu işletmeler yeme-içme hizmetinin kamp kültürünü tam anlamıyla yansıtmayacağını ve maliyetlerin de artacağını belirtmişlerdir. Ancak işletmeler konuklarına yiyecek hazırlayabilecekleri bir alan sunmuşlardır. Benzer şekilde diğer bir işletme (K2) konukları için mutfak alanı oluşturduklarını ve kamp kültürüne aykırı olduklarını düşünseler de konuklarının taleplerine yönelik kahvaltı hizmeti vermeye başladıklarını ifade etmiştir.

“Ortak bir mutfagımız var. Burada misafirlerin ihtiyaçları olabilecek bütün malzemeleri koyduk. Aslında biz ilk başta kahvaltı vermek istemedik. Çünkü kamp yapmakta serpmek kahvaltı çok yakışan bir şey değil. Bunu çok direktmiştik, yani kahvaltının konsepte uymadığını düşünüyorduk açıkçası. Her zaman kendi yaptığımız konsept ya da fikir iyi bir fikir iyi bir niyet olabilir ama işte biz burayı işletirken edindiğimiz tecrübelerden biri de bazen sizi talepler yönetmek zorundadır. Çünkü o kadar fazla bir talep oldu ki ve satış aşamasında bizi etkilemeye de başladı. Dolayısıyla mecburen fikrimizi değiştirmek zorunda kaldık ve kahvaltı vermeye başladık.” (K2)

Şekil 1’de katılımcıların sürdürülebilirlik adına yaptıkları genel faaliyetler görülmektedir. Şekilde gıda ile ilgili gerçekleştirilen özel faaliyetlere yer

verilmemiş, çalışmanın ana amacına bağlı olarak gıda ile ilgili sürdürülebilirlik faaliyetleri ayrıca incelenmiştir.

Şekil 1: İşletmelerin Sürdürülebilirlik Adına Yaptıkları Genel Faaliyetlere İlişkin Hiyerarşik Kod-Alt Kod Modeli



Şekil 1’de işletmelerin sürdürülebilirlik adına yaptıkları genel faaliyetlerin çevreyi tahrip etmeme kategorisi altında yoğunlaştığı görülmektedir. Bu bağlamda işletmelerin tamamı (f=11) özellikle betonlaşmamaya dikkat ettiklerini vurgulamaktadır. Faaliyet alanlarında yer alan ağaçları kesmeme (f=5), bahçe düzenlemeleri ile ağaçlandırmayı artırma (f=4), çevreye uygun ilaçlama faaliyetleri (f=1) de yanıtların dağıldığı diğer kodlar olarak görülmektedir.

Yine işletmelerin büyük çoğunluğunun geri dönüşüm faaliyetlerini önemsedikleri bulgusuna ulaşılmaktadır. Bu kapsamda çöplerin ayrıştırılması (f=4), geri dönüşüme uygun ürün kullanımı (f=4) ve kurulum aşamasında kullanılan ürünlerin geri dönüşüme uygunluğu (f=1) da diğer yanıtlar arasında yer almaktadır.

Katılımcıların çoğunluğunun (f=7) faaliyet alanlarında üretim yaptıklarını söylemek mümkündür. Alınan yanıtlardan özellikle meyve-sebze üretimi yapıldığı görülmektedir. Sürdürülebilirlik temasına uygun etkinlikler gerçekleştirdiklerini söyleyenlerin sayısı (f=4) iken (doğa yürüyüşleri, yoga etkinlikleri, bisiklet turları örnek gösterilmiştir), yerleşmeyi önemseyenler (f=2), sosyal sorumluluk projeleri gerçekleştirenler ise (f=2) olarak gözlemlenmiştir.

Tablo 2: Gıda Alışverişinde Tercihini Etkileyen Faktörler

[illegible]

Tablo 2'ye göre işletmeler gıda alışverişi yapan ve gıda alışverişi yapmayan (K8 ve K9) olarak kategorilere ayrılmaktadır. Gıda alışverişi yapan işletmelerin tercihlerini etkileyen faktörlerin çoğunlukla ürünün kaliteli olması ve organik olması olduğu görülmektedir. Bu faktörleri yerellik, fiyat ve tazelik takip etmektedir. Ayrıca, günümüz şartlarında bir ürünün organik olmasının güç olacağını düşünen katılımcılar ürünlerinin taze ve yerel olmasına dikkat ettiklerini ifade etmişlerdir. Konuya ilişkin katılımcıların ifadeleri şöyledir;

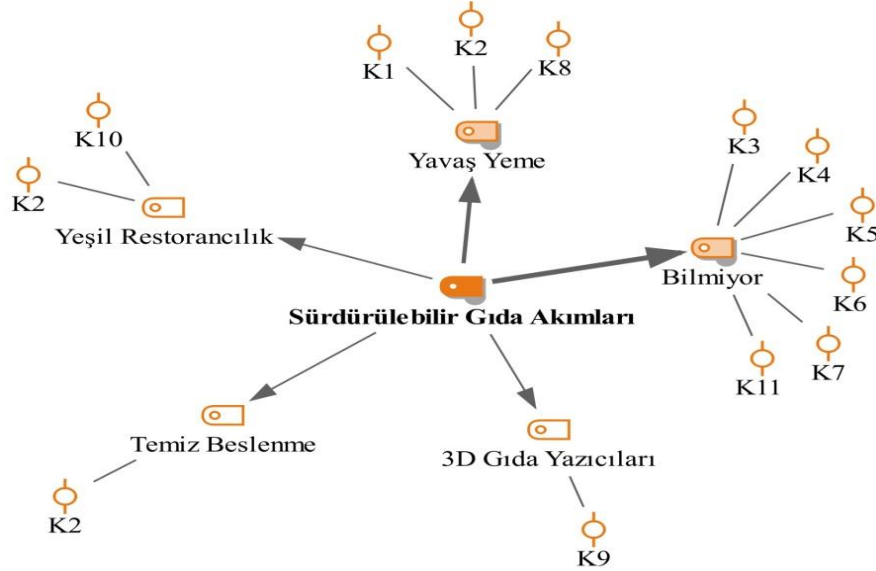
“Dışarıdan ne alırsan al organik olma sıfatı altında bir şey barındırmıyor yani. Köy pazarları kurulur bizim buralarda oralardan alışveriş yapıyoruz biz genelde. Yumurtamızı bildiğimiz yerlerden alıyoruz, endüstriyel üretim olmayan yerlerden alıyoruz. Burası mandıra bölgesi, etin sütün Türkiye’ye sağlandığı bir bölge, sütlerimizi de oradan alıyoruz. Etimizi yine bildiğimiz et üreticisinden alıyoruz. İşlenmiş et almıyoruz, mutlaka taze kesilmiş oluyor biz dinlendiriyoruz burada.” (K6)

“İlk olarak organik olması denilebilir. Taze olması açıkçası, organik yetiştirmek bizim ülkemizde biraz zor. Ben organik yetiştiriyorum mesela ama yan arsadaki eğer ilaç atıyorsa maalesef benim ürünümün de organikliği kalmıyor. O yüzden çok organikmiş şeyiyle yaklaşmıyorum. Yüzde yüz organik bir yer olsa herkes oradan alır. Tazeliği en önemlisi aslında o ürünün diye düşünüyorum. Ayrıca, bölgede ürün yetiştiren üreticiden almak o şekilde kazan-kazan mantığıyla hareket etmeyi seviyorum.” (K11)

Gıda alışverişi yapmayan işletmelerden biri olan K8 gıda alışverişi gerçekleştirirse ürünün kalitesine, yerelliğine ve organik olmasına dikkat edeceğini ifade etmiştir. K9 ise yakın dönemde restoran açma girişimlerinin olduğunu ifade etmiştir. Bu bağlamda restoranları için gıda alışverişinde dikkat edecekleri faktörlerin ürünün kalitesi ve fiyatı olacağını söylemiş, aynı zamanda hizmet

kalitesinin standart olabilmesi için kullanılacak gıda ürünlerinin ulaşılabilir yani stok durumunun sürekli olmasına özen göstereceklerini ifade etmiştir.

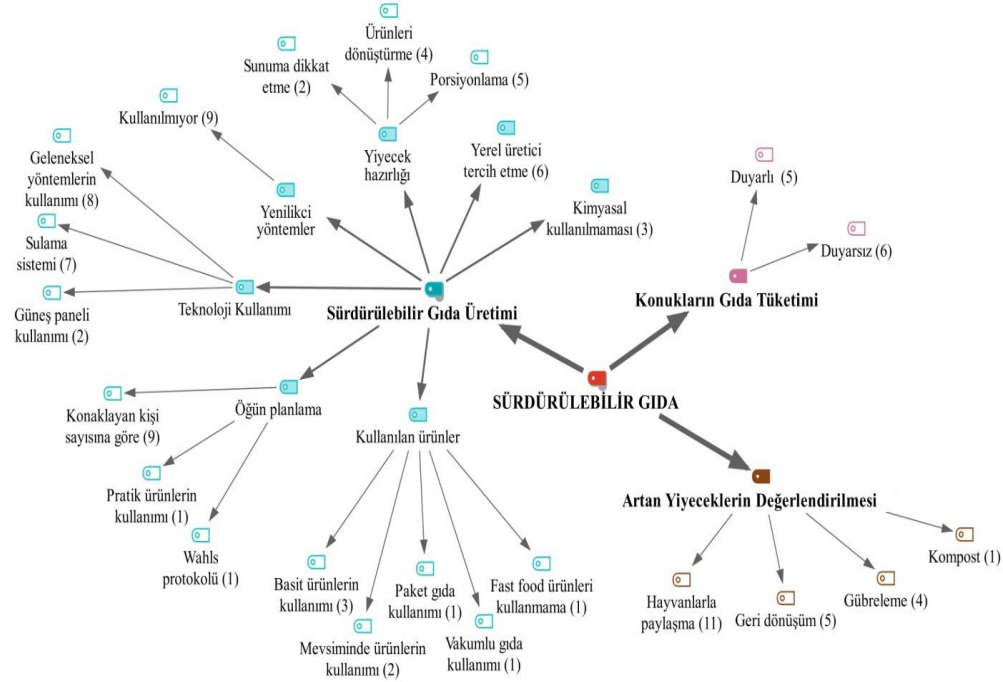
Şekil 2: Sürdürülebilir Gıda Akımlarına Yönelik Kod-Alt Kod Modeli



Şekil 2’de görüldüğü gibi, katılımcıların çoğunluğu sürdürülebilir gıda akımlarını daha önce duymadıklarını ifade etmişlerdir. Katılımcılar tarafından bilinen akımlar Yavaş Yeme (*Slow Food*), Yeşil Restorancılık, Temiz Beslenme (*Clean Eating*), ve 3D Gıda Yazıcıları akımlarıdır. Sürdürülebilir gıda akımları hakkında bilgi sahibi olan bazı katılımcılar işletmelerinde gıdanın sürdürülebilirliğine önem vermelerine rağmen özellikle herhangi bir akıma katılmadıklarını ifade etmişlerdir. Diğer katılımcılardan farklı olarak K8 ve K9 herhangi bir gıda hizmeti sunmamasına rağmen sürdürülebilir gıda akımlarından örnek verebilmesi dikkat çekici bir bulgu olarak karşımıza çıkmaktadır.

“Yani tabii ki de duyularımız var ama bu şekilde akımlara katılmak yok. Öğrenmeye çalışıyoruz diyeyim. *Slow food* akımını mesela misafirimizden duydum ben. Yani bunun akım olarak çıktığını öğrettiler bize. Biz bu akımları tabii ki de destekleriz yani. Akımlara katılmış olur muyuz olmaz mıyız bilmiyorum ama tabii ki de destekliyoruz.” (K1)

Şekil 3: Sürdürülebilir Gıda Temasına İlişkin Hiyerarşik Kod-Alt Kod Modeli



Şekil 3’de sürdürülebilir gıda temasına yönelik yapılan içerik analizi bulguları yer almaktadır. Bu bağlamda katılımcı ifadelerine göre kodlamalar yapılmış ve bu kodlar “Artan Yiyeceklerin Değerlendirilmesi”, “Konukların Gıda Tüketimleri” ve “Sürdürülebilir Gıda Üretimi” kategorilerini oluşturmuştur. Kategoriler incelendiğinde “konukların gıda tüketimlerinde” sürdürülebilirlik anlayışında belirgin bir farklılık olmadığı anlaşılmaktadır. Elde edilen bulgulara göre bazı işletmelerdeki konuklar gıda tüketimlerinde duyarlı davranışlar sergilerken (f=5), bazılarında ise durum tam tersi (f=6) olabilmektedir.

“Gıda tüketimine hani bence herkes o kadar duyarlı değil. Yani şöyle, duyarlı olarak gelip ya da burada işte konuk olup bir yandan doğal yaşamı destekleyen kitleler, bir yandan yeme içme konusunda buna duyarsız davrandıklarını çok tezat bir şekilde görüyorum.” (K1)

“Artan yiyeceklerin değerlendirilmesi” kategorisine göre işletmelerin tamamı (f=11) artan yiyeceklerini hayvanlarla paylaşmaktadır. Ayrıca, artan ürünlerin geri dönüştürülmesi (f=5), uygun ürünlerin gübrelemede kullanımı (f=4) ve kompost yapımı (f=1) verilen diğer yanıtlar arasındadır.

“Neredeyse sıfır atık projesiyle gidiyoruz biz. Malzemenin tekrar geri dönüştürülebilir geri dönüştürülemez olduğuna bakıp ya geri dönüşüm yapıyoruz,

atıyorum bizde ekmek bayatlama diye bir şey yoktur. Bunu kullanıp hamurundan güzel bir pizza çıkabiliyor mesela ama baktık geri dönüştürülemeyecek hale gelmişse tabi ki de dostlarımızla paylaşıyoruz.” (K10)

“Sürdürülebilir gıda üretimini” kategorisinin altında birden çok kod ve bu kodları açıklayan alt kodların olduğu görülmektedir. Bunlardan ilki kimyasal kullanımıdır ve katılımcılardan yalnızca 3’ü kimyasal kullanımı ile ilgili görüş bildirmiştir. Bahçelerinde kimyasal herhangi bir ilaçlama yapmadığını özellikle ifade eden katılımcılar bulunmaktadır.

“Biz tohumdan yetiştirilmiş ve dikilebilir hale gelen demetleri alıyoruz. Ne yapmıyoruz mesela ilaç kullanmıyoruz. Gübre doğal kullanıyoruz eğer gübre kullanacaksak kimyasal gübre kullanmıyoruz.” (K6)

Katılımcılara göre işletmeler sürdürülebilir gıda üretimine destek olmak için genellikle (f=6) yerel üreticileri tercih etmektedir.

“Elimizden geldiğince yerli malı almaya çalışarak devam ettik ve yaşadığımız yerden çözmeye çalıştık. Çünkü bu da sürdürülebilirliğin önemli bir kısmı.. Yerli mal kullanma, işte küçük işletmelerden alışveriş yapmak.” (K2)

Bazı işletmeler yiyecek hazırlığında porsiyonlamalara dikkat ederek (f=5) ve var olan ürünleri birden fazla şekilde kullanarak (f= 4) atık oluşma miktarını azaltma çabasındadırlar.

“Kahvaltıyı hazırlarken çeşit sayımız fazlaydı, baktık ki yarısından fazlası kalıyor, ona göre düzenlemeler yaptık. Ortalama bir tüketimi baz alarak porsiyonlarımızı ayarlamaya başladık.” (K10)

Gıda hizmeti veren işletmelerin tamamı (f=9) gıda üretimine veya tüketimine yönelik yenilikçi (*akıllı çatal, akıllı yumurta saklayıcısı gibi*) yöntemler kullanmadıklarını ifade etmişlerdir. Bazı katılımcılar yenilikçi yöntemlere karşı bakış açılarını aşağıdaki ifadelerle göstermişlerdir;

“Bizim üretimimiz tamamen eski usul. Çünkü insanlar bu kadar akıllı şeyleri glampingde aramıyor zaten. İnsanlar birazcık daha doğallığı seviyor.” (K5)

“Yenilikçi yöntemler duymadım, bilmem belki gereklidir ama duymadık açıkçası böyle bir şeyi. Onların hepsi biraz da teknolojiyi doğru kullanmaya çalışmak ya da yanlış kullanmaya çalışmakla ilgili bilmiyorum. Biz o tarz şeylere girmiyoruz.” (K7)

Gıda üretimi yapan işletmeler arasında sürdürülebilir gıda üretimine yönelik teknoloji kullanımının akıllı sulama sistemleri (f=7) ile sınırlı olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. İşletmeler gerek mutfaklarında gerekse faaliyet alanlarında teknolojiden ziyade geleneksel yöntemleri tercih ettiklerini ve bu bağlamda aile büyüklerinden öğrendikleri gibi üretim yaptıklarını ifade etmişlerdir.

“Aslında glamping işletmeleri baktığınızda lüks konaklama. Konaklanan yerden de ziyade mutfakta o tip şeylere imkânı var. Ha bizde var mı dediğinizde maalesef bizde yok. Ben şu an dedemden babaannemden ne gördüysem bahçemde de onu kullanıyorum. Onu hortumla veya damlama ile sulamasını yapıyorum.” (K11)

Öğün planlamalarında ise çoğunlukla (f=9) konaklayacak misafir sayısına göre planlamalarını yapıldığı görülmektedir.

“Biz rezervasyonlu çalıştığımız için önceden bu sayıyı biliyoruz ona göre alışveriş yapıyoruz.” (K2)

Kodlara göre işletmeler kullandıkları ürünlerde basit (temel) ürünlerin kullanılması (f=3) en çok verilen yanıt olarak dikkat çekmektedir. Bu yanıt mevsimine göre ürün kullanımı yanıtı takip etmektedir.

“Biz ürünü hazır bulundurmaktan çok en basit şekilde yapılabilecek düzeyde hazırlıyoruz. Bu zaten hem tüketimi hem atığı azaltıyor.” (K1)

SONUÇ VE ÖNERİLER

Artan ve genellikle kötü kontrol edilen kentleşmenin kentsel yayılmaya, sosyo-mekânsal eşitsizliğe, kirliliğe ve sürdürülemez üretim ve tüketim biçimleriyle ilişkili çevresel bozulmaya yol açtığı konusunda artan bir farkındalık vardır (Conaré, 2019). Tüm bu maddelerin ilişkili olduğu konulardan biri de sürdürülebilir gıda ve ilgili farkındalıktır. Bu çalışmada sürdürülebilir gıda farkındalığı üzerine bir araştırma gerçekleştirilmiş, uygulama alanı olarak ise doğa temelli konaklama alanlarından biri olan glampingler seçilmiştir.

Glampingler, kuruluş yerleri, fiziksel koşulları ve hedef kitlesi ile çevreye duyarlı bir izlenim sergileyen, giderek yaygınlaşarak tercih sebebi olmaya başlayan konaklama işletmeleridir. Bu aşamada akıllara gelen sorulardan biri ekonomik kaygılarla birlikte glampinglerin popüler kültürün bir parçası olup olmayacağı sorusudur. Çünkü popüler kültür öğelerinin zamanla popülerliklerini korumak adına yenilenmeye ihtiyaç duydukları ve değişime açık oldukları düşüncesi bir tartışma konusudur. Bu düşünceyle aslında çevresel duyarlılıkla hareket eden glampinglerin de zamanla popülerliğe ve popülerliğin pratiğiyle birlikte eleştirilere maruz kalabileceği söylenebilir. Bu durum, konaklamanın yanı sıra yeme içme hizmeti de sunan glampingler sahip olmaları beklenen farkındalıklardan uzaklaşır mı? sorusunu akıllara getirmektedir.

Popülerleşme beraberinde kitlesel hareketleri de tetikleyebilmektedir. Bu durum glamping gibi çevresel duyarlılık temeline dayan oluşumları olumsuz etkileyebilmektedir. Bu aşamada risk altındaki unsurlardan biri de glamping işletmelerinde sunulan gıda maddeleridir. Glamping işletmelerinde gıdanın sürdürülebilirliği için de en önemli unsurlardan biri işletmecilerin farkındalık

düzeyleridir. Bu araştırma da bahsedilen temeller üzerine oturtulmuş, glamping işletmelerinde sürdürülebilir gıda farkındalığı üzerine gerçekleştirilmiştir.

Araştırma sonuçları glamping işletmelerin sürdürülebilirlik ve sürdürülebilir tarımı önemsediklerini göstermektedir. Literatürde bu bulguyu destekler nitelikte sonuçlara ulaşmak mümkündür (Ardıç Yetiş, 2021). Aynı zamanda glampinglerin, sürdürülebilir gıda üretimine destek olmak için yerel üreticilerin tercih edilmesi, kaliteli ve organik gıda temini (Brochado & Pereira, 2017; Brochado & Brochado, 2019), artan yiyeceklerin değerlendirilmesi ve geri dönüşümü (Cheng, 2016), atık oluşma miktarını azaltma çabaları ve öğün planlamaları gibi hususlarda da duyarlı oldukları anlaşılmaktadır. Elde edilen sonuçlar organik gıdaya ulaşmada zorluklar yaşandığını, hatta organik gıdanın neredeyse erişilemez hale geldiği ve kimyasal kullanımının görüldüğü de göstermektedir. İşletmeler tarafından gıda üretimine ve tüketimine yönelik yenilikçi yöntemlerin kullanılmadığı, gıda üretimi yapan işletmeler arasında sürdürülebilir gıda üretimine yönelik teknoloji kullanımının yeterli olmadığı sonucuna da erişilmektedir. Tüm bunların yanı sıra elde edilen sonuçlar konukların da gıda tüketimine dikkat etmediklerini göstermektedir. Aynı zamanda literatürde kaliteli ve organik gıdanın glampingler açısından önemli bir çekim unsuru olarak görüldüğünü ancak bu bilginin detaylandırılmadığını ve sürdürülebilir gıda ve glamping üzerine kapsamlı araştırmalarının gerçekleştirilmediğini söylemek de mümkündür.

Glamping işletmelerinde sürdürülebilir gıda farkındalığına yönelik elde edilen sonuçlar farkındalık düzeyinin umut verici nitelikte olduğunu ancak yeterli düzeyde olmadığını göstermektedir. Sürdürülebilir gıda uygulamaları hakkında ise yeterli bilincin oluşmadığı gözlemlenmektedir. Çıkarılabilecek diğer bir sonuç da farkındalık ve işletmelerdeki uygulamalar arasında uyum olmadığı olarak yorumlanabilir. İşletmeler genel olarak sürdürülebilir gıda konusunda bilinçli ve yapıcı yorumlarda bulunmalarına rağmen uygulamadaki eksiklikleri göre çarpmıştır. Yukarıda bahsi geçen popüler kültürün glampingler üzerinde olumsuz etkisini yoğunlaşması ihtimali ise uygulama eksikliklerinin yanı sıra maddi kaygıları da doğurarak glampingleri temelini oluşturan felsefeden uzaklaştırabilir. Bu risk hem turizm hem de gıda sektörüne yönelik geçmiş örnekler düşünüldüğünde küçümsenemeyecek derecede önemlidir.

Turizm endüstrisi gıda israfının yoğun olarak gerçekleştiği endüstrilerden biridir ve bu konuda çok sayıda araştırmaya erişmek mümkündür (Marthinsen vd., 2012; Papargyropoulo vd., 2016; Juvan vd., 2018; Gretzel vd., 2019). Bu araştırmada doğa temelli oldukları için glampingler seçilmiştir. Literatürde de otel işletmelerinde gıda israfı ve gıdanın sürdürülebilirliği üzerine yapılan araştırmaların olduğu görülmektedir (Sandaruwani & Gnanapala, 2016; Özdemir & Güçer, 2018; Okumuş, 2019; Ruiz Molina vd., 2022). Gelecekte farklı turizm işletmelerinde gerçekleştirilecek araştırmalar konuya ilişkin daha kapsamlı

sonuçlara erişilmesini sağlayacaktır. Ayrıca turizm işletmelerinde gıda farkındalığı üzerine gerçekleştirilebilecek nicel veri içeren kapsamlı araştırmalar, gelecek çalışmalarda ele alınabilecek yönetsel bir öneridir. Aynı zamanda geleceğin gıda politikaları hem tarım hem de sağlık sektörlerini dikkate almalı, böylece nihai olarak tarım, insan sağlığı ve çevreye fayda sağlayacak tutarlı ve sürdürülebilir politikaların geliştirilmesini sağlamalıdır (Kearney, 2010).

Yazar katkı oranı ve çıkar çatışması beyanı: Yazarlar çalışmaya eşit katkı vermiştir ve herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.

KAYNAKÇA

Akmese, H. & Kaba İlyasov, A. (2022). Açık büfe servis sisteminde gıda israfı: Rus misafirler üzerine bir inceleme. *Journal of Global Tourism and Technology Research*, 3 (1), 1-14. <https://doi.org/10.54493/jgttr.996373>

Alexandratos, N. (2005). Countries with rapid population growth and resource constraints: Issues of food, agriculture, and development. *Population and Development Review*, 31 (2), 237–258. <https://doi.org/10.1111/j.1728-4457.2005.00064.x>

Allen, T. & Prosperi, P. (2016). Modeling sustainable food systems. *Environmental Management*, 57, 956–975. <https://doi.org/10.1007/s00267-016-0664-8>

Annunziata, A., Mariani, A. & Vecchio, R. (2019). Effectiveness of sustainability labels in guiding food choices: Analysis of visibility and understanding among young adults. *Sustainable Production and Consumption*, 17, 108-115. <https://doi.org/10.1016/j.spc.2018.09.005>

Ardıç Yetiş, Ş. (2021). Kapadokya’da turistik ürün olarak kamping mi glamping mi? *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5 (1), 131-148. <https://doi.org/10.32572/guntad.876479>

Aziz, A. (2020). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri ve teknikleri*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

Basit, T. (2003). Manual or electronic? The role of coding in qualitative data analysis. *Educational Research*, 45 (2), 143-154. <https://doi.org/10.1080/0013188032000133548>

Bilgin, N. (2014). *Sosyal bilimlerde içerik analizi*. Ankara: Siyasal Kitapevi.

Bricas, N. (2019). Urbanization issues affecting food system sustainability. C. Brand vd., (Ed.), *Designing Urban Food Policies* içinde (ss. 1-25). Cham, Switzerland: Springer.

Brochado, A. & Brochado, F. (2019). What makes a glamping experience great? *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 10 (1), 15-27. <https://doi.org/10.1108/JHTT-06-2017-0039>

Brochado, A. & Pereira, C. (2017). Comfortable experiences in nature accommodation: Perceived service quality in glamping. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 17, 77-83. <https://doi.org/10.1016/j.jort.2017.01.005>

Brooker, E. & Joppe, M. (2013). Trends in camping and outdoor hospitality - An international review. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 3 (4), 1-6. <https://doi.org/10.1016/j.jort.2013.04.005>

Bogdan, R. C. & Biklen, S. K. (2007). *Qualitative research for education: An introduction to theories and methods* (5. baskı). USA: Pearson.

Boscoboinik, A. & Bourquard, E. (2012). Glamping and rural imaginary. H. Horáková ve A. Boscoboinik (Ed.), *From Production to Consumption: Transformation of Rural Communities* içinde (ss. 149-164). LIT Verlag.

Butowski, L. (2012). Sustainable tourism - a model approach. M. Sarimoğlu (Ed.), *Visions for Global Tourism Industry - Creating and Sustaining Competitive Strategies* içinde (ss. 3-20). Croatia: InTech.

Cambridge Dictionary (2022). Glamping in English. <http://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/glamping>, (Erişim Tarihi: 04.03.2023).

Cheeseman, J. (2016). Food security in the face of salinity, drought, climate change, and population growth. M. A. Khan, M. Ozturk, B. Gul ve M. Z. Ahmed (Ed.), *Halophytes for food security in dry lands* içinde (ss. 111-123). Academic Press. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-801854-5.00007-8>.

Cheng, L. Y. S. (2016). *Potentials of glamping in hong kong's country parks (HKCP)*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). The Chinese University of Hong Kong, Hong Kong.

Conaré, D. (2019). Introduction. C. Brand vd., (Ed.), *Designing Urban Food Policies* içinde (ss. 11-18). Cham, Switzerland: Springer.

Craig, C. A. & Karabas, I. (2021). Glamping after the coronavirus pandemic. *Tourism and Hospitality Research*, 21 (2). <https://doi.org/10.1177/1467358421993864>

Curtis, K. R. & Slocum, S. L. (2016). The role of sustainability certification programs in reducing food waste in tourism. *Journal of Developments in Sustainable Agriculture*, 11, 1-7.

Çelik, H., Başer Baykal, N. & Kılıç Memur, H. N. (2020). Nitel veri analizi ve temel ilkeleri. *Eğitimde Nitel Araştırmalar Dergisi*, 8 (1), 379-406. <https://doi.org/10.14689/issn.2148-2624.1.8c.1s.16m>

Day, I. (1993). *Qualitative data analysis*. London: Routledge.

de Jong, A. & Varley, P. (2018). Food tourism and events as tools for social sustainability?. *Journal of Place Management and Development*, 11 (3), 277-295. <https://doi.org/10.1108/JPM-D-2017-0048>

Diwyarthi, N. D. M. S., Pratama, W. A. & Eddy, W. T. (2023). Tourist perspective towards glamping accommodation in the era of industry 4.0 and society 5.0. *Jurnal Syntax Transformation*, 4 (1), 59-76. <https://doi.org/10.46799/jst.v4i1.672>

Düzgün, E. (2021). Pandemi sonrası yeni turist tercihi: Glamping turizmi. *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 11 (1), 145-158. <https://doi.org/10.48146/odusobiad.870381>

Eremić, G. (2021). New trends in camping tourism – Glamping and family campsites. *Geoadria*, 26 (1), 59-82. <https://doi.org/10.15291/geoadria.3095>

Erlandson, D. A., Harris, E. L., Skipper, B. L. & Allen, S. D. (1993). *Doing naturalistic inquiry: A guide to methods*. USA: Sage.

Ergüven, M. H., Yılmaz, A. & Kutlu, D. (2015). Turistik ürün çeşitlendirme bağlamında hibrit turizm: Glamping örneği. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 41, 255-265. <http://dx.doi.org/10.9761/JASSS3174>

Feenstra, G. (2002). Creating space for sustainable food systems: Lessons from the field. *Agriculture and Human Values*, 19, 99-106.

Fernandes, S., Ferreira, D., Alves, T., & de Sousa, B. M. B. (2021). Glamping and the development of sustainable tourism: A portuguese case study. A. Lubowiecki-Vikuk, B. M. B. de Sousa, B. M. Đerčan, & W. Leal Filho (Ed.), *Handbook of Sustainable Development and Leisure Services*, World Sustainability Series içinde (ss. 201-222). Cham: Springer.

Foresight. (2011). The future of food and farming; Challenges and choices for global sustainability, Final Project Report. The Government Office for Science, London.

Gilland, B. (2002). World population and food supply: can food production keep pace with population growth in the next half-century? *Food Policy*, 27 (1), 47-63. [https://doi.org/10.1016/S0306-9192\(02\)00002-7](https://doi.org/10.1016/S0306-9192(02)00002-7)

Godfray, H. C. J., Crute, I. R., Haddad, L. Lawrence, D., Muir, J. F., Nisbett, N. Pretti, J., Robinson, S., Toulmin, C. & Whiteley, R. (2010). The future

of the global food system. *Philosophical Transactions of the Royal Society B.*, 365 (1554), 2769-2777. <http://doi.org/10.1098/rstb.2010.0180>

Goodland, R. (1995). The concept of environmental sustainability. *Annual Review of Ecology and Systematics*, 26, 1-24.

Gorgitano, M. T. & Sodano, V. (2014). Sustainable food consumption: Concept and policies. *Calitatea*, 15 (S1), 207-212.

Göktaş, L. S. & Kızıllırmak, İ. (2017). Bolu yedigöller milli parkı'nın glamping turizmi potansiyeli açısından değerlendirilmesi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1 (4), 43-51. <https://doi.org/10.26677/tutad.2017.18>

Gössling, S., Hall, C. M. & Weaver, D. B. (2009). *Sustainable tourism futures: Perspectives on systems, restructuring and innovations*. New York: Routledge.

Gregory, P. J., Ingram, J. S. I. & Brklacich, M. (2005). Climate change and food security. *Philosophical Transactions of the Royal Society B.*, 360 (1463), 2139-2148. <http://doi.org/10.1098/rstb.2005.1745>

Gretzel, U., Murphy, J., Pesonen, J. & Blanton, C. (2019). Food waste in tourist households: A perspective article. *Tourism Review*, 75 (1), 235-238. <https://doi.org/10.1108/TR-05-2019-0170>

Guapta, A. & Mishra, D. K. (2014). Food consumption pattern in rural India: A regional perspective. *Journal of Economic & Social Development*, 1, 1-16.

Holdsworth, M. & Bricas, N. (2016). Impact of Climate change on food consumption and nutrition. E. Torquebiau (Ed.), *Climate change and agriculture worldwide* içinde (ss. 227-238). Dordrecht: Springer. https://doi.org/10.1007/978-94-017-7462-8_17

Hopfenberg, R. & Pimentel, D. (2001). Human population numbers as a function of food supply. *Environment, Development and Sustainability*, 3, 1-15. <https://doi.org/10.1023/A:1011463231976>

International Glamping Federation. (2023). *Types of Glamping Accommodation*, <https://internationalglampingfederation.com/glamping-types/> (Erişim Tarihi: 01.03.2023).

İlyasov, A. (2018). *Gıda israfı: Türk misafirlerin gıda israfı tutumları üzerine beş yıldızlı otel işletmelerinde bir araştırma: Alanya örneği*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Johnson, R. B. (1997). Examining the validity structure of qualitative research. *Education*, 118 (2), 282-292.

Juvan, E., Grün, B., & Dolnicar, S. (2018). Biting off more than they can chew: Food waste at hotel breakfast buffets. *Journal of Travel Research*, 57 (2), 232–242.

Kearney, J. (2010). Food consumption trends and drivers. *Philosophical Transactions of the Royal Society B.*, 365 (1554), 2793–2807.

Keskin, E., İstanbullu Dinçer, F. & Dinçer, M. Z. (2019). Her şey dâhil konaklama işletmelerinde gıda israfı. IV. *International Gastronomy Tourism Studies Congress* (ss. 48-55), Nevşehir.

Konak, S. & Özhasar, Y. (2019). Türkiye’deki glamping işletmelerinin web site içeriklerinin analizi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7 (2), 937-949. <https://doi.org/10.21325/jotags.2019.400>

Kurtgil, S. & Beyhan, Y. (2021). Yaşam döngüsü ve sürdürülebilir beslenmenin rolü. *Düzce Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 11 (3), 425-430.

Kutlu, D. (2022). Glamping. S. Yıldız & D. Kutlu (Ed.). *Turizmde Değişen Tüketici Eğilimleri* içinde (ss. 55-82). Iksad Publishing House.

Leitch, J., Oktay, J. & Meehan, B. (2016). A dual instructional model for computer-assisted qualitative data analysis software integrating faculty member and specialized instructor: Implementation, reflections, and recommendations. *Qualitative Social Work*, 15 (3), 392-406. <https://doi.org/10.1177/1473325015618773>

Lincoln, Y. S. & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. USA: Sage.

Longman (2014). *Longman dictionary of contemporary english* (6. Baskı). UK: Pearson.

Lu, C. Y., Suhartanto, D. & Chen, B. T. (2022). Exploration of new outdoor leisure activities (glamping) during the post-pandemic era. *Tourism Recreation Research*, <https://doi.org/10.1080/02508281.2022.2111628>

Lu, W. & Stepchenkova, S. (2012), Ecotourism experiences reported online: Classification of satisfaction attributes. *Tourism Management*, 33 (3), 702-712. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.08.003>

Lüks Çadır Yatırımlarıyla İlgili Nitelikler Yönetmeliği. (23 Eylül 2022). T.C. Resmî Gazete, (31962). <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2022/09/20220923-2.htm>

Martin-Rios, C., Demen-Meier, C., Gössling, S. & Cornuz, C. (2018). Food waste management innovations in the foodservice industry. *Waste Management*, 79, 196-206. <https://doi.org/10.1016/j.wasman.2018.07.033>.

Marthinsen, J., Sundt, P., Kaysen, O. & Kirkevaag, K. (2012). *Prevention of food waste in restaurants, hotels, canteens and catering. Copenhagen, Denmark.* London: Nordic Council of Ministers. <http://dx.doi.org/10.6027/TN2012-537>

Maskey, R. (2001). Population growth and food production: Issues, problems and prospects. *Outlook on Agriculture*, 30 (3), 155–160. <https://doi.org/10.5367/000000001101293607>

Meybeck, A. & Girz, V. (2017). Sustainable diets within sustainable food systems. *Proceedings of the Nutrition Society*, 76 (1), 1-11. <https://doi.org/10.1017/S0029665116000653>

Musaiger A. O. (1993). Socio-cultural and economic factors affecting food consumption patterns in the Arab countries. *Journal of the Royal Society of Health*, 113 (2), 68–74. <https://doi.org/10.1177/146642409311300205>

O'Neill, M., Riscinto Kozub, K. & Hyfte, M. (2010). Defining visitor satisfaction in the context of camping oriented nature-based tourism — the driving force of quality! *Journal of Vacation Marketing*, 16 (2), 141–156. <https://doi.org/10.1177/1356766710364541>

Okumuş, B. (2019). How do hotels manage food waste? Evidence from hotels in Orlando, Florida. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 29 (3), 291-309. <https://doi.org/10.1080/19368623.2019.1618775>

Özdemir, G. & Güçer E. (2018). Food waste management within sustainability perspective: A study on five-star chain hotels. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6 (1), 280-299. <https://doi.org/10.21325/jotags.2018.187>

Papargyropoulou, E., Wright, N., Lozano, R., Steinberger, J., Padfield, R. & Ujang, Z. (2016). Conceptual framework for the study of food waste generation and prevention in the hospitality sector. *Waste Management*, 49, 326-336. <https://doi.org/10.1016/j.wasman.2016.01.017>

Parameswaran, U. D., Ozawa-Kirk, J. L. & Latendresse, G. (2020). To live (code) or to not: A new method for coding in qualitative research. *Qualitative Social Work*, 19 (4), 630–644. <https://doi.org/10.1177/1473325019840394>

Petrusa, I. & Vlahov, A. (2019). The role of glamping in development of camping tourism offer—possibilities and future prospects in the republic of croatia. *Proceedings of FEB Zagreb 10th International Odyssey Conference on Economics and Business* içinde (s. 834-844). Opatija, Croatia.

Pimentel, D., Huang, X., Cordova, A. & Pimentel, M. (1997). Impact of population growth on food supplies and environment. *Population and Environment*, 19 (1), 9-14.

Portney, K. E. (2015). *Sustainability*. USA: MIT Press

Reisch, L., Eberle, U. & Lorek, S. (2013). Sustainable food consumption: An overview of contemporary issues and policies. *Sustainability: Science, Practice and Policy*, 9 (2), 7-25. <https://doi.org/10.1080/15487733.2013.11908111>

Roday, S. (2012). *Food science and nutrition*. India: Oxford University Press.

Ruiz Molina, M. E., Belda-Miquel, S., Hytti, A. & Gil-Saura, I. (2022). Addressing sustainable food management in hotels: Proposing a framework and examining hotel groups. *British Food Journal*, 124 (2), /462-492. <https://doi.org/10.1108/BFJ-12-2020-1171>

Sandaruwani, J. A. R. C. & Gnanapala, W. K. A. C. (2016). Food wastage and its impacts on sustainable business operations: A study on Sri Lankan tourist hotels. *Procedia Food Science*, 6, 133-135. <https://doi.org/10.1016/j.profoo.2016.02.031>

Schneider, U. A., Havlík, P., Schmid, E., Valin, H., Mosnier, A., Obersteiner, M., Böttcher, H., Skalský, R., Balkovič, J., Sauer, T. & Fritz, S. (2011). Impacts of population growth, economic development, and technical change on global food production and consumption. *Agricultural Systems*, 104 (2), 204-215. <https://doi.org/10.1016/j.agsy.2010.11.003>

Soylu, A. C. (2022). Sürdürülebilir kalkınma ve gıda güvenliği ilişkisi. *Paradigma: İktisadi ve İdari Araştırmalar Dergisi*, 11 (2), 100-111.

Story, M., Hamm, M. W. & Wallinga, D. (2009). Food systems and public health: linkages to achieve healthier diets and healthier communities. *Journal of Hunger & Environmental Nutrition*, 4 (3-4), 219-224. <https://doi.org/10.1080/19320240903351463>

Stuckey, H. L. (2015). The second step in data analysis: Coding qualitative research data. *Journal of Social Health and Diabetes*, 3 (1), 7-10. <https://doi.org/10.4103/2321-0656.140875>

Sun, T. & Huang, T. (2023). Research of glamping tourism based on the aesthetics of atmosphere. *Sustainability*, 15 (581), 1-15. <https://doi.org/10.3390/su15010581>

Swarbrooke, J. (1999). *Sustainable tourism management*. London: CABİ Publishing.

Tirado, M. C., Clarke, R., Jaykus, L. A., McQuatters-Gollop, A. & Frank, J. M. (2010). Climate change and food safety: A review. *Food Research International*, 43, 1745-1765. <https://doi.org/10.1016/j.foodres.2010.07.003>

Williams, M. & Moser, T. (2019). The art of coding and thematic exploration in qualitative research. *International Management Review*, 15 (1), 45-55.

Wong, L. (2008). Data analysis in qualitative research: A brief guide to using NVIVO. *Malays Fam Physician*, 3 (1), 14-20.

Verain, M. C. D., Bartels, J., Dagevos, H., Sijtsma, S. J., Onwezen, M. C. & Antonides, G. (2012). Segments of sustainable food consumers: A literature review. *International Journal of Consumer Studies*, 36 (2), 123-132. <https://doi.org/10.1111/j.1470-6431.2011.01082.x>

Vres, G. & Vres, T. D. (2015). Garden village bled glamping kot inovativna revitalizacija degradirane krajine. *AR. Arhitektura, raziskave*, 15 (2) 40-47.

Vrtodušić Hrgović, A. M., Cvelić Bonifačić, J. & Licul, I. (2018). Glamping–new outdoor accommodation. *Ekonomika Misao i Praksa, Dubrovnik*, 27 (2), 621-639.

Zorlu, K., Tuncer, M. & Taşkın, G. A. (2022). The effect of COVID-19 on tourists' attitudes and travel intentions: an empirical study on camping/glamping tourism in Turkey during COVID-19. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*. <https://doi.org/10.1108/JHTI-02-2022-0069>