



T.C.
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
SAĞLIK TURİZMİ İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI

**SAĞLIK TURİZMİNDE ARI ÜRÜNLERİNİN KULLANIMINDA YEREL
HALK ALGISI VE YENİLİKÇİ BİR ÜRÜN GELİŞTİRME YAKLAŞIMI**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Merve CEYLAN

DANIŞMAN
Doç. Dr. Vasfiye Hazal ÖZYURT

2025- Muğla

T.C.
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
SAĞLIK TURİZMİ İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI

**SAĞLIK TURİZMİNDE ARI ÜRÜNLERİNİN KULLANIMINDA YEREL
HALK ALGISI VE YENİLİKÇİ BİR ÜRÜN GELİŞTİRME YAKLAŞIMI**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Merve CEYLAN

DANIŞMAN
Doç. Dr. Vasfiye Hazal ÖZYURT

T.C.
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
SAĞLIK TURİZMİ İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI

**SAĞLIK TURİZMİNDE ARI ÜRÜNLERİNİN KULLANIMINDA YEREL
HALK ALGISI VE YENİLİKÇİ BİR ÜRÜN GELİŞTİRME YAKLAŞIMI**

Hazırlayan
Merve CEYLAN
2241083004

Sosyal Bilimler Enstitüsünde
Tezli Yüksek Lisans
Diploması Verilmesi İçin Kabul Edilen Tez

Tezin Sözlü Savunma Tarihi : 25.06.2025
Tezin Enstitüye Verildiği Tarih: 09.07.2025

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Vasfiye Hazal ÖZYURT
Jüri Üyesi: Dr. Öğr. Üyesi Merve BULUT
Jüri Üyesi: Doç. Dr. Hülya ÇAKMAK

Enstitü Müdürü: Prof. Dr. Muzaffer DEMİR

2025- Muğla

TUTANAK

Sosyal Bilimler Enstitüsü'nün 28/05/2025 tarih ve 1202 sayılı Yönetim Kurulu kararı ile tez jürisi olarak atandığımız, Sağlık Turizmi İşletmeciliği Anabilim Dalı **Tezli Yüksek Lisans Programı** öğrencisi Merve CEYLAN' ın "Sağlık Turizminde Arı Ürünlerinin Kullanımı: Yenilikçi Bir Ürün Geliştirme Yaklaşımı" adlı tezi incelenmiş ve aday 25/06/2025 tarihinde saat 13:30'da tez savunma sınavına alınmıştır.

Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Lisansüstü Eğitim-Öğretim Yönetmeliği'nin 24. maddesi doğrultusunda yapılan tez savunma sınavı sonucunda tezin **kabul** edilmesine oy birliği ile karar verilmiştir.

Tez Danışmanı

Doç. Dr. Vasfiye Hazal ÖZYURT

Üye

Dr. Öğr. Üyesi Merve BULUT

Üye

Doç. Dr. Hülya ÇAKMAK

YEMİN

Yüksek Lisans/Doktora tezi olarak sunduğum ‘‘Sağlık Turizminde Arı Ürünlerinin Kullanımı: Yenilikçi Bir Ürün Geliştirme Yaklaşımı’’ adlı çalışmanın, tarafımdan bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurulmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin Kaynakça’ da gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanmış olduğumu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

25/06/2025

Merve CEYLAN

Sağlık Turizminde Arı Ürünlerinin Kullanımında Yerel Halk Algısı ve Yenilikçi Bir Ürün Geliştirme Yaklaşımı

ÖZET

Bu çalışma, Muğla’da yaşayan yerel halkın çam balı-polen enerji barı, propolis katkılı bal içeceği ve polenli granola gibi arı ürünü bazlı yiyecek-içecek ürünlerine yönelik algılarını ve sağlık turizmine katkılarını nitel yöntemlerle incelenmiştir. Muğla’nın çam balı üretimindeki liderliği, sağlık turizminde yerel değerlerle fark yaratma potansiyeli sunar. 20 mülakat, 16 katılımcıyla iki odak grup ve 30 kişiyle duyusal analiz verileri tematik analizle değerlendirilmiştir. Bulgular üç tema altında özetlenmiştir:

1. Yerel Halkın Algıları: Çam balının bölge kimliğiyle güçlü bir şekilde özdeşleştiği belirlenmiştir. Enerji barı ve granola ürünlerinin otantik olarak değerlendirildiği; propolis içeceğinin ise yenilikçi bulunmasına rağmen yeterince tanınmadığı saptanmıştır. Bal ve polen ürünlerine yönelik sağlık faydalarına olan güvenin yüksek olduğu; buna karşın propolis konusunda bilgi eksikliği yaşandığı tespit edilmiştir. Tüketiciler tarafından, estetik ambalaj tasarımlarına ve bilgilendirici etiketlere ihtiyaç duyulduğu ifade edilmiştir.
2. Sağlık Turizmine Katkılar: Söz konusu ürünlerin, Muğla’nın “doğal sağlık destinasyonu” olarak markalaştırılmasına katkı sağlayabileceği öne sürülmüştür. Ayrıca yerel ekonominin desteklenebileceği ve turist memnuniyetinin artırılabilceği değerlendirilmiştir. Enerji barı ve granolanın kahvaltılık ya da hediye olarak kullanılabilceği; bal bazlı içeceklerin ise spa ve sağlıklı yaşam uygulamalarında tercih edilebileceği belirtilmiştir.
3. Duyusal Analiz: Enerji barı ve granola ürünlerinin tat, doku ve sağlık algısı açısından olumlu değerlendirmeler aldığı görülmüştür. Öte yandan, propolis içeceğinin içeriğinde bulunan zencefil nedeniyle bazı tüketiciler tarafından olumsuz karşılandığı ve bu nedenle ürün formülasyonunda uyarlamaya gidilmesi gerektiği ifade edilmiştir.

Sonuç ve Öneriler: Muğla'nın çam balı mirasının, sağlık turizmi kapsamında yenilikçi ürünlerle değerlendirilebileceği sonucuna ulaşılmıştır. Bu bağlamda, çeşitli öneriler geliştirilmiştir: ürünlerin sağlık turizmi hizmetlerine entegre edilmesi, yerel üretimin artırılması, propolis konusunda bilgilendirici eğitimlerin düzenlenmesi ve "Çam Balı ve Sağlık" temalı farkındalık kampanyalarının yürütülmesi gerektiği vurgulanmıştır. Çalışmanın sınırlılıkları arasında, yerel halkın görüşlerine odaklanılması ve kullanılan nitel araştırma yöntemlerinin genellenebilirliğinin sınırlı olması yer almaktadır. Gelecek araştırmalarda sağlık turistlerinin görüşlerine yer verilmesi ve daha geniş örneklerle nicel analizlerin gerçekleştirilmesi önerilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Sağlık Turizmi, Çam Balı, Arı Ürünleri, Fonksiyonel Gıda, Muğla, Nitel Araştırma.

Local Perceptions and an Innovative Product Development Approach in the Use of Bee Products in Health Tourism

ABSTRACT

This study examines the perceptions of Muğla's local residents regarding innovative bee product-based food and beverage items (pine honey-pollen energy bar, propolis-infused honey drink, pollen granola) and their potential contributions to health tourism using qualitative methods. Muğla's leadership in pine honey production offers a unique opportunity for differentiation in health tourism through local values. Data from 20 semi-structured interviews, two focus groups with 16 participants, and a sensory analysis pilot with 30 participants were analyzed thematically. Findings are organized under three themes:

1. Perceptions of the Local Community: It has been determined that pine honey is strongly identified with the regional identity. Energy bars and granola products are perceived as authentic, while the propolis beverage is considered innovative but remains relatively unfamiliar to the public. There is a high level of trust in the health benefits of honey and pollen products; however, a lack of knowledge regarding propolis has been observed. Consumers have expressed a need for aesthetically pleasing packaging and informative labeling.

2. Contributions to Health Tourism: It has been suggested that these products could contribute to branding Muğla as a "natural health destination." Additionally, they are seen as supporting the local economy and enhancing tourist satisfaction. Energy bars and granola could be used as breakfast items or souvenirs, while honey-based beverages may be preferred in spa and wellness practices.

3. Sensory Analysis: Energy bar and granola products received positive evaluations in terms of taste, texture, and perceived health benefits. On the other hand, the ginger content in the propolis beverage was negatively received by some consumers, indicating a need for product reformulation.

Conclusion and Recommendations: The study concludes that Muğla's pine honey heritage can be valorized through innovative products within the context of health tourism. In this regard, several recommendations have been developed: integrating the products into health tourism services, increasing local production,

organizing educational activities to raise awareness about propolis, and conducting awareness campaigns themed “Pine Honey and Health.”

The study’s limitations include its focus on the opinions of the local population and the limited generalizability of the qualitative research methods used. Future studies are advised to include the perspectives of health tourists and to employ quantitative analyses with larger sample sizes.

Keywords: Health Tourism, Pine Honey, Bee Products, Functional Food, Muğla, Qualitative Research.



ÖN SÖZ

Bu tez, yalnızca akademik bir çalışma olmanın ötesinde, doğaya, öğrenmeye ve aileme olan derin tutkumun bir yansımasıdır. Spor bilimleri alanında doçent olarak geçirdiğim yıllar boyunca, hareketin ve sağlıklı yaşamın insan hayatındaki dönüştürücü gücüne tanık oldum. Ancak, doğanın sunduğu mucizelere, özellikle de arıların eşsiz dünyasına olan ilgim, beni yeni bir öğrenme yolculuğuna sürükledi. Bu çalışma, Muğla'nın çam balı ve arıcılık mirasını sağlık turizmiyle buluşturma çabasının bir ürünü olarak ortaya çıktı.

Doğaya olan tutkum, eşim ve iki oğlumla geçirdiğimiz anlarda daha da derinleşti. Onlarla birlikte ormanlarda yürüyüş yaparken, arıların çiçeklerle dansını izlerken ya da bir kavanoz balın kokusunu içimize çekerken hissettiğimiz hayranlık, bu tezin ruhunu besledi. Ailemin doğaya ve arılara olan sevgisi, bana hem ilham verdi hem de bu uzun ve meşakkatli süreçte en büyük destekçim oldu. Onların varlığı, her bir satırı yazarken bana güç verdi. Varlığınıza minnettarım...

Bu süreçte, danışmanım Doç. Dr. Vasfiye Hazal Özyurt' un rehberliği ve desteği paha biçilmezdi. Onun vizyoner yaklaşımı, yapıcı eleştirileri ve sabırlı yönlendirmeleri, bu tezin şekillenmesinde belirleyici bir rol oynadı. Kendisine en içten teşekkürlerimi sunuyorum.

Bu tez, yalnızca bir akademik çalışma değil, aynı zamanda doğanın bize sunduğu hediyelere bir saygı duruşudur. Muğla'nın doğal zenginliklerini ve arıcılık mirasını sağlık turizmine taşıyarak, hem yerel toplumu güçlendirmeyi hem de doğayla uyumlu bir gelecek hayal etmeyi amaçladım. Umarım bu çalışma, okuyucularına ilham verir ve doğanın mucizelerine bir kapı aralar.

Ve sen canım annem... Hayata gözlerimi açtığım ilk günden itibaren tutkularımın peşinden gitmem için bana verdiğin güç yoluma ışık oldu. Minnettarım. Işıklar içinde uyu....

MERVE CEYLAN

25/06/2025

MUĞLA

İÇİNDEKİLER

| | |
|-----------------------|----|
| ÖN SÖZ | I |
| İÇİNDEKİLER | II |
| TABLolar DİZİNİ | IV |
| GİRİŞ | 1 |

BİRİNCİ BÖLÜM LİTERATÜR TARAMASI

| | |
|---|---|
| 1.1. SAĞLIK TURİZMİNİN KAPSAMI VE KÜRESEL EĞİLİMLERİ | 4 |
| 1.2. ARI ÜRÜNLERİNİN SAĞLIK VE TURİZMDEKİ ROLÜ | 4 |
| 1.3. FONKSİYONEL YİYECEK-İÇECEK TRENDLERİ VE TURİZM ENTEGRASYONU | 5 |
| 1.4. YEREL HALKIN SAĞLIK TURİZMİNE KATKISI..... | 6 |
| 1.5. ÜRÜN GELİŞTİRME NEDİR VE NEDEN YAPILIR?..... | 6 |
| 1.6. LİTERATÜRDEKİ BOŞLUKLAR VE ARAŞTIRMANIN KONUMU..... | 7 |

İKİNCİ BÖLÜM YÖNTEM

| | |
|---|----|
| 2.1. ARAŞTIRMA TASARIMI..... | 10 |
| 2.2. KATILIMCILAR | 10 |
| 2.3. VERİ TOPLAMA ARAÇLARI | 10 |
| 2.3.1. Yarı Yapılandırılmış Mülakatlar..... | 10 |
| 2.3.2. Odak Grup Görüşmeleri | 11 |
| 2.3.3. Duyusal Analiz Pilot Uygulaması..... | 11 |
| 2.4. VERİ ANALİZİ | 11 |
| 2.5. ETİK HUSUSLAR | 12 |
| 2.6. ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI | 12 |

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

BULGULAR VE TARTIŞMA

| | |
|--|----|
| 3.1. MUĞLA'DA YAŞAYANLARIN ARI ÜRÜNÜ BAZLI YİYECEK-İÇECEK ÜRÜNLERİNE YÖNELİK ALGILARI..... | 13 |
| 3.1.1. Yerel Ürünlere Bağlılık..... | 13 |
| 3.1.2. Sağlık Faydası Algısı | 14 |
| 3.1.3. Turist Odaklı Sunum Beklentisi..... | 14 |
| 3.2. ÜRÜNLERİN SAĞLIK TURİZMİNE BEKLENEN KATKILARI..... | 15 |
| 3.2.1. Bölgesel Markalaşma..... | 15 |
| 3.2.2. Yerel Ekonomi Desteği | 16 |
| 3.2.3. Turist Memnuniyeti | 17 |
| 3.3. PİLOT UYGULAMA VE DUYUSAL ANALİZ SONUÇLARI..... | 17 |
| 3.3.1. Tat ve Doku..... | 18 |
| 3.3.2. Sağlık Algısı | 18 |
| 3.3.3. Turizm Entegrasyonu..... | 19 |
| 3.4. TARTIŞMA | 20 |
| 3.5. BULGULARIN LİTERATÜRLE KARŞILAŞTIRILMASI | 21 |
| | |
| SONUÇ VE ÖNERİLER | 22 |
| KAYNAKÇA | 27 |
| EKLER..... | 31 |

TABLolar DİZİNİ

| | |
|--|----|
| Tablo 2.1. Araştırma katılımcılarının demografik özellikleri..... | 10 |
| Tablo 3.1. Muğla’da yaşayanların algılarına ilişkin temalar ve alt temalar | 15 |
| Tablo 3.2. Ürünlerin sağlık turizmine katkılarına ilişkin temalar | 17 |
| Tablo 3.3. Pilot uygulama ürünlerinin duyusal analiz özeti..... | 19 |
| Tablo 3.4. Tematik analizin kodlama özeti | 20 |



GİRİŞ

Sağlık turizmi, bireylerin tedavi, rehabilitasyon, wellness veya gastronomi odaklı deneyimler için başka bir bölgeye ya da ülkeye seyahat ettiği, küresel turizm sektörünün en hızlı büyüyen alanlarından biridir. 2023 verilerine göre, küresel sağlık turizmi pazarı 100 milyar doları aşmış ve 2027 yılına kadar yıllık %15 büyüme oranıyla genişlemesi beklenmektedir (Global Wellness Institute, 2023). Türkiye, doğal kaynakları, termal tesisleri ve kültürel zenginlikleriyle sağlık turizminde önemli bir destinasyon olarak öne çıkmaktadır. 2023'te Türkiye'ye 1,2 milyon sağlık turisti gelmiş ve bu sektörden 2,3 milyar dolar gelir elde edilmiştir (TÜRSAB, 2024). Muğla, çam balı üretimi, doğal güzellikleri ve termal kaynaklarıyla sağlık turizmi potansiyelini yerel değerlerle güçlendirme fırsatına sahiptir.

Arı ürünleri (bal, polen, propolis), apiterapi ve fonksiyonel gıda uygulamalarıyla sağlık turizminde yenilikçi bir rol oynama potansiyeline sahiptir. Çam balı, antioksidan ve antimikrobiyal özellikleriyle enerji artışı ve bağışıklık desteği sağlarken; polen, yüksek besin içeriğiyle doğal bir takviye olarak kabul edilir; propolis ise anti-inflamatuvar etkileriyle dikkat çeker (Pasupuleti et al., 2017; Cornara et al., 2017). Muğla, Türkiye'nin çam balı üretiminin yaklaşık %90'ını karşılayarak bu alanda eşsiz bir avantaja sahiptir (Kutlu, 2011). Ancak, arı ürünlerinin sağlık turizminde yiyecek-içecek formunda yenilikçi bir şekilde kullanımı, özellikle yerel halkın perspektifinden değerlendirildiğinde, literatürde yeterince araştırılmamıştır. Bu tez, Muğla'da yaşayanların arı ürünü bazlı fonksiyonel yiyecek-içecek ürünlerine (çam balı-polen enerji barı, propolis katkılı ballı içeceği, polenli granola) yönelik algılarını ve bu ürünlerin sağlık turizmine katkısını incelemeyi amaçlamaktadır.

PROBLEM TANIMI

Sağlık turizmi sektörü, küresel rekabetin artmasıyla destinasyonların yerel ve otantik değerlerle farklılaşmasını gerektirmektedir. Sağlık turistleri, yalnızca tedavi veya wellness hizmetleri değil, aynı zamanda yerel kültürle bütünleşen, doğal ve sürdürülebilir deneyimler aramaktadır (Buhalis & Law, 2008). Muğla, çam balı ve arıcılık mirasıyla sağlık turizminde bu talepleri karşılayabilecek bir potansiyele sahip olmasına rağmen, arı ürünlerinin yenilikçi yiyecek-içecek formunda kullanımı sınırlıdır. Mevcut uygulamalar, genellikle geleneksel bal satışı veya basit apiterapi

hizmetleriyle kısıtlı kalmaktadır. Bu durum, Muğla'nın sağlık turizmi destinasyonu olarak küresel ölçekte farklılaşma fırsatını tam anlamıyla değerlendirememesine yol açmaktadır.

Yerel halk, Muğla'nın arıcılık mirasının taşıyıcısı ve savunucusu olarak, bu ürünlerin sağlık turizmine entegrasyonunda kilit bir rol oynayabilir. Ancak, yerel halkın arı ürünü bazlı fonksiyonel yiyecek-içecek ürünlerine yönelik algıları, bu ürünlerin sağlık turizmine nasıl katkı sağlayabileceği ve turist odaklı sunum beklentileri üzerine çalışmalar eksiktir. Literatürde, arı ürünlerinin genellikle medikal veya apiterapi bağlamında incelendiği görülürken, yiyecek-içecek formunda sağlık turizmine entegrasyonu, özellikle yerel halkın bakış açısıyla, yeterince ele alınmamıştır (Al-Hariri, 2011). Bu tez, bu boşluğu doldurmayı hedefleyerek, Muğla'da yaşayanların perspektifinden arı ürünlerinin sağlık turizminde yenilikçi bir ürün geliştirme yaklaşımıyla kullanımını araştırmıştır.

ARAŞTIRMANIN AMACI VE HEDEFLERİ

Bu tezin temel amacı, Muğla'da yaşayan yerel halkın arı ürünü bazlı yenilikçi yiyecek-içecek ürünlerine (çam balı-polen enerji barı, propolis katkılı ballı içeceği, polenli granola) yönelik algılarını inceleyerek, bu ürünlerin sağlık turizmine entegrasyonunun potansiyelini ve katkılarını değerlendirmektir. Araştırma, Muğla'nın çam balı ve arıcılık mirasını sağlık turizmiyle birleştirerek destinasyonun rekabet gücünü artırmayı, yerel ekonomiyi desteklemeyi ve turist memnuniyetini yükseltmeyi hedeflemektedir.

Araştırmanın spesifik hedefleri şunlardır:

- Muğla'da yaşayanların arı ürünü bazlı yiyecek-içecek ürünlerine (enerji barı, bal içeceği, granola) yönelik algılarını ve beklentilerini belirlemek.
- Yerel halkın bu ürünlerin sağlık turizmine entegrasyonuna ilişkin görüşlerini ve önerilerini anlamak.
- Geliştirilen ürünlerin duyuşsal kabulünü ve turizm deneyimine entegrasyon potansiyelini pilot uygulamalarla değerlendirmek.
- Ürünlerin Muğla'nın sağlık turizmi markalaşmasına, yerel ekonomiye ve turist memnuniyetine katkılarını analiz etmek.

- Sağlık turizmi tesislerine ve yerel üreticilere yönelik uygulanabilir öneriler sunmak.

ARAŞTIRMA SORULARI

Araőtirma, aşağıdaki soruları yanıtlamayı hedeflemektedir:

- Muğla'da yaşayan yerel halk, arı ürünü bazlı yenilikçi yiyecek-içecek ürünlerini sağlık turizminde nasıl algılıyor?
- Yerel halk, arı ürünleri temelli yenilikçi ürünlerin Muğla'nın sağlık turizminde markalaşmasına ve bölgesel çekiciliğine nasıl katkı sağlayacağını düşünmektedir?
- Bu ürünler, Muğla'nın sağlık turizmi destinasyonu olarak çekiciliğine ve yerel ekonomiye nasıl katkı sağlayabilir?

ARAŞTIRMANIN ÖZGÜN DEğERİ

Bu araőtirma, arı ürünlerinin sağlık turizminde yiyecek-içecek formunda kullanımını Muğla'da yaşayan yerel halkın perspektifinden ele alarak literatürdeki önemli bir boşluğu doldurmayı amaçlamaktadır. Mevcut çalışmalar genellikle arı ürünlerinin apiterapi ya da medikal faydalarına odaklanırken (Cornara ve ark., 2017), bu ürünlerin gastronomi ve wellness turizmiyle entegrasyonu, özellikle yerel halkın algıları üzerinden yeterince incelenmemiŐtir. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) ve Orman Genel Müdürlüğü'nün (OGM) 2023 verilerine göre, Türkiye'de toplam bal üretimi yaklaşık 104 bin ton olarak geręekleŐmiŐ, bunun büyük bir kısmını oluŐturan çam balının %90'ı Muğla'dan saęlanmıŐtır (TÜİK, 2024; OGM, 2024). Muğla'nın çam balı üretimindeki bu lider konumu, bölgenin sağlık turizmi potansiyelini yerel değerlerle güçlendirme açısından stratejik bir fırsat sunmaktadır. Araőtirma, yerel halkın arı ürünlerine bağlılığını, sağlık turizmi vizyonunu ve ürünlerin turist deneyimine entegrasyon potansiyelini nitel bir yaklaşımla değerlendirerek özgün bir katkı sunmaktadır. Ayrıca, çam balı-polen enerji barı, propolis katkılı bal iğeceği ve polenli granola gibi yenilikçi ürünlerin geliştirilmesi, Muğla'nın sağlık turizmi markalaşmasına ve yerel ekonomiye katkısını yerel bir bakış açısıyla ortaya koymaktadır.

BİRİNCİ BÖLÜM

LİTERATÜR TARAMASI

1.1. SAĞLIK TURİZMİNİN KAPSAMI VE KÜRESEL EĞİLİMLERİ

Sağlık turizmi, bireylerin fiziksel, zihinsel veya estetik sağlıklarını iyileştirmek amacıyla başka bir bölgeye ya da ülkeye seyahat etmelerini kapsayan çok boyutlu bir kavramdır. Bookman ve Bookman (2007), sağlık turizmini medikal turizm (tedavi odaklı), termal turizm (kaplıca ve rehabilitasyon odaklı) ve wellness turizmi (önleyici sağlık ve yaşam kalitesi odaklı) olarak üç ana kategoriye ayırmaktadır. Küresel sağlık turizmi pazarı, 2023'te 100 milyar doları aşmış olup, 2027'ye kadar yıllık %15 büyüme oranıyla genişlemesi beklenmektedir (Global Wellness Institute, 2023). Bu büyüme, artan sağlık bilinci, doğal ve bütüncül deneyim talebi ve destinasyonların farklılaşma çabalarıyla ilişkilendirilmektedir (Han & Hwang, 2018). Connell (2013), sağlık turizminin küreselleşme ve ulaşım teknolojilerindeki gelişmelerle birlikte, özellikle Asya ve Akdeniz ülkelerinde ivme kazandığını belirtmektedir.

Türkiye, coğrafi konumu, termal kaynakları ve kültürel zenginlikleriyle sağlık turizminde önemli bir destinasyondur. 2023'te Türkiye'ye 1,2 milyon sağlık turisti gelmiş ve sektörden 2,3 milyar dolar gelir elde edilmiştir (TÜRSAB, 2024). Muğla, termal tesisleri, doğal güzellikleri ve çam balı üretimiyle sağlık turizminde öne çıkmaktadır. Ancak, Buhalis ve Law (2008), destinasyonların rekabet avantajı kazanması için yerel değerlerle otantik deneyimler sunması gerektiğini vurgulamaktadır. Muğla'nın sağlık turizmi potansiyeli, yerel ürünlerin yenilikçi kullanımıyla henüz tam olarak değerlendirilmemiştir. Smith ve Puczko (2014), sağlık turizmi destinasyonlarının yerel kültürel unsurları ve doğal kaynakları birleştirerek markalaşabileceğini öne sürerek, arıcılık yapılan bölgeler için yenilikçi yaklaşımların önemini vurgulamaktadır.

1.2. ARI ÜRÜNLERİNİN SAĞLIK VE TURİZMDEKİ ROLÜ

Arı ürünleri (bal, polen, propolis, arı sütü), tarih boyunca beslenme, tedavi ve wellness uygulamalarında kullanılmıştır. Bal, antioksidan, antimikrobiyal ve enerji artırıcı özellikleriyle bilinirken; polen, yüksek protein, vitamin ve mineral içeriğiyle "doğal takviye" olarak öne çıkar; propolis ise anti-inflamatuar ve bağışıklık

destekleyici etkileriyle dikkat çeker (Pasupuleti et al., 2017). Cornara et al. (2017), arı ürünlerinin apiterapi (arı ürünleriyle tedavi) uygulamalarında yara iyileşmesi, enfeksiyon kontrolü ve metabolik sağlık üzerinde olumlu etkiler sağladığını belirtmektedir. Bogdanov et al. (2008), balın ve propolisin antioksidan kapasitesinin, modern sağlık trendlerinde doğal ürünlere olan ilgiyi artırdığını vurgulamaktadır.

Sağlık turizminde arı ürünleri, genellikle apiterapi merkezlerinde veya spa/wellness hizmetlerinde kullanılmaktadır. Örneğin, Romanya ve Slovenya gibi ülkelerde apiterapi klinikleri, arı ürünlerini tedavi ve wellness programlarına entegre etmektedir (Al-Hariri, 2011). Ancak, Muğla'nın Türkiye'nin çam balı üretiminin %90'ını karşılaması (Kutlu, 2011), bölgenin bu alanda yenilikçi bir şekilde öne çıkma potansiyelini göstermektedir. Literatürde, arı ürünlerinin yiyecek-içecek formunda sağlık turizmine entegrasyonu üzerine çalışmalar sınırlıdır. Viuda-Martos et al. (2010), propolis fonksiyonel içeceklerde kullanımının sağlık faydalarını artırabileceğini belirtirken, bu tür uygulamaların turizm bağlamında değerlendirilmesi gerektiğini vurgulamaktadır. Bu tez, Muğla'nın çam balı-polen enerji barı, propolis katkılı bal içeceği ve polenli granola gibi ürünlerle bu boşluğu doldurmayı hedeflemektedir.

1.3. FONKSİYONEL YİYECEK-İÇECEK TRENDLERİ VE TURİZM ENTEGRASYONU

Fonksiyonel gıdalar, temel beslenme ihtiyaçlarının ötesinde sağlık faydaları sunan ürünlerdir (Granato et al., 2020). Son yıllarda, tüketicilerin doğal, sürdürülebilir ve yerel gıdalara olan ilgisi artmıştır. Siro et al. (2008), fonksiyonel gıdaların başarısının duyuşsal kabul (tat, doku, sunum) ve sağlık faydası algısına bağlı olduğunu belirtmektedir. Örneğin, enerji barları, probiyotik içecekler ve yüksek lifli atıştırmalıklar, hem günlük yaşamda hem de turizmde popüler hale gelmiştir (Annunziata & Vecchio, 2013). Betoret et al. (2011), fonksiyonel gıdaların geliştirilmesinde yerel hammaddelerin kullanımının, hem sağlık faydalarını hem de kültürel otantikliği artırdığını öne sürmektedir.

Sağlık turizminde fonksiyonel yiyecek-içecek ürünleri, destinasyonların otantik ve sağlıklı deneyim sunma kapasitesini güçlendirir. Kim ve Ritchie (2014), gastronomi turizminin sağlık turizmiyle kesiştiği noktada yerel ürünlerin kritik bir rol oynadığını belirtir. Örneğin, yerel bal, zeytinyağı veya bitkisel çaylar, destinasyonların

markalaşmasına katkı sağlar. Menegaki et al. (2020), yerel gıdaların sağlık turizmi tesislerinde sunumunun, turist memnuniyetini ve destinasyon sadakatini artırdığını göstermektedir. Ancak, arı ürünlerinin sağlık turizminde yiyecek-içecek formunda kullanımını üzerine çalışmalar eksiktir. Muğla'nın çam balı, polen ve propolis gibi ürünleri, fonksiyonel gıda trendleriyle birleştirilerek sağlık turistlerine yenilikçi deneyimler sunabilir. Literatürde, bu tür ürünlerin yerel halkın algıları üzerinden değerlendirildiği çalışmalar bulunmamaktadır, bu da araştırmanın özgünlüğünü artırmaktadır.

1.4. YEREL HALKIN SAĞLIK TURİZMİNE KATKISI

Yerel halk, sağlık turizmi destinasyonlarının sürdürülebilirliği ve otantikliği için vazgeçilmez bir paydaştır. Tosun (2002), yerel halkın turizm gelişimine katılımının, hem ekonomik hem de sosyo-kültürel faydalar sağladığını belirtmektedir. Yerel halk, destinasyonun kültürel mirasını, geleneklerini ve doğal kaynaklarını turistlere aktararak otantik deneyimler yaratır. Özellikle yerel ürünlerin turizmde kullanımını, yerel halkın ekonomik refahını destekler ve destinasyonun markalaşmasına katkı sağlar (Sims, 2009). Gursoy ve Rutherford (2004), yerel halkın turizm projelerine desteği için algılarının ve beklentilerinin anlaşılmasının kritik olduğunu vurgulamaktadır. Nunkoo ve Gursoy (2012), yerel halkın turizmdeki olumlu algılarının, destinasyonun sosyal kabulünü ve sürdürülebilirliğini artırdığını göstermektedir.

Muğla'da yaşayanlar, çam balı ve arıcılık mirasının taşıyıcıları olarak, sağlık turizminde önemli bir rol oynayabilir. Ancak, literatürde yerel halkın arı ürünü bazlı yiyecek-içecek ürünlerine yönelik algılarının sağlık turizmine etkisi üzerine çalışmalar eksiktir. Muğla'da yaşayanların çam balı-polen enerji barı, propolis katkılı bal içeceği ve polenli granola gibi ürünlere yönelik görüşleri, bu ürünlerin sağlık turizmine entegrasyonunda yol gösterici olabilir. Ap ve Crompton (1998), yerel halkın turizm projelerine katılımının, kültürel değerlerin korunması ve turist memnuniyetinin artırılması açısından kritik olduğunu vurgulamaktadır.

1.5. ÜRÜN GELİŞTİRME NEDİR VE NEDEN YAPILIR?

Ürün geliştirme, mevcut bir ürünün iyileştirilmesi veya tamamen yeni bir ürünün tasarlanarak pazara sunulması sürecidir. Bu süreç, tüketici ihtiyaçlarının analiz

edilmesi, fikir geliştirme, tasarım, prototipleme, test etme ve pazarlama aşamalarını kapsar (Ulrich & Eppinger, 2016). Ürün geliştirme faaliyetleri, sadece teknik yenilikleri değil; aynı zamanda pazarlama, kullanıcı deneyimi ve üretim süreçlerini de içeren disiplinler arası bir yaklaşım gerektirir.

Sağlık turizmi bağlamında ürün geliştirme; bölgenin doğal, kültürel veya biyolojik kaynaklarını (örneğin, arı ürünleri gibi) kullanarak hem yerli hem yabancı turistlerin sağlık ve iyilik haline katkı sağlayacak özgün ürünlerin oluşturulması anlamına gelmektedir. Bu süreçte yerel unsurların özgün bir biçimde işlenmesi ve sağlık odaklı katma değer yaratılması ön plandadır.

Ürün geliştirme, işletmelerin rekabet gücünü artırma, tüketici beklentilerini karşılama, pazarda sürdürülebilirlik sağlama ve yenilikçilik kapasitesini ortaya koyma gibi stratejik amaçlarla gerçekleştirilir (Kotler & Keller, 2016). Geliştirilen yeni ürünler, mevcut pazar payını artırmanın yanı sıra, yeni pazarlara giriş fırsatları da sunar. Aynı zamanda, teknolojik gelişmeler ve tüketici tercihlerindeki değişimler de ürün geliştirmeyi zorunlu kılmaktadır.

Sağlık turizmi alanında ise ürün geliştirme; sağlık arayışı içinde olan turistlerin değişen taleplerine yanıt verebilmek, destinasyonun cazibesini artırmak ve yerel kaynakları ekonomiye kazandırmak adına kritik bir rol üstlenmektedir. Örneğin, propolis katkılı içecekler veya polenli enerji barları gibi yenilikçi arı ürünleri, hem sağlık faydaları hem de özgünlük açısından sağlık turistleri için çekici alternatifler sunabilir.

1.6. LİTERATÜRDEKİ BOŞLUKLAR VE ARAŞTIRMANIN KONUMU

Literatür taraması, sağlık turizmi, arı ürünleri ve fonksiyonel gıdalar üzerine zengin bir bilgi birikimi olduğunu göstermektedir. Ancak, aşağıdaki boşluklar dikkat çekmektedir:

Arı ürünlerinin sağlık turizminde yiyecek-içecek formunda kullanımına ilişkin çalışmalar, özellikle çam balı, polen ve propolis temelli yenilikçi ürünler açısından oldukça sınırlıdır. Mevcut literatür ağırlıklı olarak arı ürünlerinin apiterapi, yara iyileştirme, bağışıklık güçlendirme ve antioksidan özellikleri gibi medikal etkilerine odaklanmaktadır (Cornara et al., 2017; Al-Hariri, 2011; Ahmed et al., 2021). Son yıllarda yapılan bazı çalışmalar, arı ürünlerinin fonksiyonel gıda olarak kullanımını ele

almış olmakla birlikte (Pasupuleti et al., 2017; Samarghandian et al., 2021), bu ürünlerin gastronomi ve sağlık/wellness turizmi bağlamında değerlendirilmesi henüz yeterince gelişmemiştir. Örneğin, Türkiye bağlamında çam balı ve propolisin sağlık turizmine entegrasyonu konusunda yerel halkın algılarını temel alan çalışmalara rastlanmamaktadır.

Fonksiyonel gıda ürünlerinin, özellikle bal ve türevlerinin turist deneyimini nasıl etkilediği ya da yöresel sağlık ürünlerinin destinasyon imajına katkısı gibi konular da literatürde sınırlı olarak ele alınmaktadır (Dimitrovski & Todorović, 2015; Giritlioğlu & Avcıkurt, 2020). Bu bağlamda, Muğla'nın arıcılık mirasının ve çam balı gibi coğrafi işaretli ürünlerinin sağlık turizmine entegrasyonu, yerel halk perspektifinden değerlendirilerek literatürdeki bu boşluğun giderilmesine katkı sunulması amaçlanmaktadır.

Sağlık turizminde yerel gıdaların gastronomi ve wellness turizmiyle entegrasyonu, destinasyon markalaşması bağlamında sınırlı olarak ele alınmıştır (Menegaki et al., 2020).

Bu tez, Muğla'da yaşayanların çam balı-polen enerji barı, propolis katkılı bal içeceği ve polenli granola gibi yenilikçi ürünlere yönelik algılarını nitel bir yaklaşımla inceleyerek bu boşlukları doldurmayı hedeflemektedir. Araştırma, Muğla'nın sağlık turizmi potansiyelini yerel değerlerle güçlendirme vizyonunu desteklemekte ve yerel halkın turizmdeki rolünü vurgulayarak literatüre özgün bir katkı sunmaktadır.

İKİNCİ BÖLÜM

YÖNTEM

Araştırma, nitel bir yaklaşımla tasarlanmış olup, yerel halkın görüşlerini derinlemesine anlamayı ve ürünlerin turizm potansiyelini değerlendirmeyi hedeflemektedir. Aşağıda, araştırma tasarımı, katılımcılar, veri toplama araçları, analiz yöntemleri ve etik hususlar sunulmaktadır.

2.1. ARAŞTIRMA TASARIMI

Araştırma, nitel araştırma paradigması çerçevesinde yürütülmüştür. Nitel yaklaşım, Muğla'da yaşayan yerel halkın arı ürünü bazlı yiyecek-içecek ürünlerine yönelik algılarını, beklentilerini ve bu ürünlerin sağlık turizmine entegrasyonuna ilişkin görüşlerini derinlemesine anlamak için uygun bulunmuştur. Araştırma, fenomenolojik bir bakış açısıyla tasarlanmış olup, yerel halkın çam balı ve arıcılık mirasıyla olan bağlarını ve bu bağlamda geliştirilen ürünlere yönelik deneyimlerini keşfetmeyi amaçlamaktadır. Nitel yöntem, ürünlerin duyuşsal kabulünü ve turizm deneyimine entegrasyon potansiyelini yerel perspektiften değerlendirmek için esneklik sağlamıştır.

2.2. KATILIMCILAR

Araştırmanın katılımcıları, Muğla'da yaşayan ve bölgenin arıcılık mirasıyla kültürel veya ekonomik bağları olan yerel halktan seçilmiştir. Katılımcı seçimi, amaçlı örnekleme yöntemiyle gerçekleştirilmiştir. Bu yöntemde, araştırma sorularına en iyi yanıt verebilecek bireylerin seçilmesi hedeflenmiştir. Katılımcılar, yaş, cinsiyet ve meslek açısından çeşitlilik sağlayacak şekilde belirlenmiştir. Toplamda 66 kişi araştırmaya katılmıştır. Katılımcıların demografik özelliklerine ait tablo aşağıda verilmektedir (Tablo 2.1.).

Tablo 2.1. Araştırma katılımcılarının demografik özellikleri

| Kategori | Mülakat (n=20) | Odak Grup (n=16) | Duyusal Analiz (n=30) | Toplam (n=66) |
|-------------------------------|----------------|------------------|-----------------------|---------------|
| Cinsiyet | | | | |
| Kadın | 10 (%50) | 9 (%56.3) | 16 (%53.3) | 35 (%53) |
| Erkek | 10 (%50) | 7 (%43.8) | 14 (%46.7) | 31 (%47) |
| Yaş Aralığı | | | | |
| 20-29 | 4 (%20) | 3 (%18.8) | 8 (%26.7) | 15 (%22.7) |
| 30-39 | 6 (%30) | 5 (%31.3) | 9 (%30) | 20 (%30.3) |
| 40-49 | 5 (%25) | 4 (%25) | 7 (%23.3) | 16 (%24.2) |
| 50-60 | 5 (%25) | 4 (%25) | 6 (%20) | 15 (%22.7) |
| Meslek | | | | |
| Arıcı/Üretici | 5 (%25) | 4 (%25) | 6 (%20) | 15 (%22.7) |
| Yerel Ürün Satıcısı | 3 (%15) | 3 (%18.8) | 5 (%16.7) | 11 (%16.7) |
| Turizm Çalışanı | 3 (%15) | 2 (%12.5) | 4 (%13.3) | 9 (%13.6) |
| Memur | 4 (%20) | 3 (%18.8) | 6 (%20) | 13 (%19.7) |
| Diğer (Ev Hanımı, Öğrenci vb) | 5 (%25) | 4 (%25) | 9 (%30) | 18 (%27.3) |
| İkamet Edilen İlçe | | | | |
| Menteşe | 6 (%30) | 5 (%31.3) | 8 (%26.7) | 19 (%28.8) |
| Fethiye | 5 (%25) | 4 (%25) | 7 (%23.3) | 15 (%24.2) |
| Marmaris | 4 (%20) | 3 (%18.8) | 6 (%20) | 13 (%19.7) |
| Milas | 3 (%15) | 2 (%12.5) | 5 (%16.7) | 10 (15.2) |
| Diğer (Dalaman, Datça) | 2 (%10) | 2 (%12.5) | 4 (%13.3) | 8 (%12.1) |

2.3. VERİ TOPLAMA ARAÇLARI

Araştırma, üç farklı nitel veri toplama yöntemi kullanılarak yürütülmüştür: yarı yapılandırılmış mülakatlar, odak grup görüşmeleri ve duyusal analiz temelli pilot uygulama. Bu yöntemler, yerel halkın algılarını çok boyutlu bir şekilde anlamak ve ürünlerin pratik uygulanabilirliğini değerlendirmek için birbiriyle bütünleştirilmiştir.

2.3.1. Yarı Yapılandırılmış Mülakatlar

Yarı yapılandırılmış mülakatlar, Muğla'da yaşayanların arı ürünü bazlı yiyecek-içecek ürünlerine yönelik bireysel algılarını ve beklentilerini derinlemesine anlamak için kullanılmıştır. Mülakat rehberi (Ek A), açık uçlu sorular içermekte olup, katılımcıların çam balı ve arıcılık mirasıyla ilişkilerini, ürünlerin sağlık faydalarına yönelik inançlarını, turist odaklı sunum beklentilerini ve sağlık turizmine katkı potansiyelini sorgulamayı amaçlamıştır. Her mülakat, yüz yüze veya çevrimiçi (Zoom) ortamda 45-60 dakika sürmüş, kaydedilmiş ve anonimleştirilmiştir. Mülakatlar, katılımcıların rahatça görüşlerini ifade edebileceği bir ortamda gerçekleştirilmiştir.

2.3.2. Odak Grup Görüşmeleri

Odak grup görüşmeleri, yerel halkın arı ürünü bazlı ürünlerin sağlık turizmine entegrasyonuna ilişkin kolektif görüşlerini ve önerilerini toplamak için kullanılmıştır. İki odak grup görüşmesi, her biri 8 katılımcıyla gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler, 90-120 dakika sürmüş, moderatör tarafından yönlendirilmiş ve kaydedilmiştir. Odak grup rehberi (Ek B), ürünlerin turizm tesislerinde uygulanabilirliğini, yerel ekonomiye katkılarını ve Muğla'nın destinasyon imajına etkilerini tartışmayı hedefleyen sorular içermiştir. Görüşmelerde, katılımcı etkileşimini artırmak için enerji barı gibi ürün prototipleri gösterilmiştir.

2.3.3. Duyusal Analiz Pilot Uygulaması

Duyusal analiz, geliştirilen üç ürünün (çam balı-polen enerji barı, propolis katkılı bal içeceği, polenli granola) yerel halk tarafından tat, doku, koku, görsel çekicilik ve sağlık algısı açısından nasıl değerlendirildiğini incelemek için uygulanmıştır. Pilot uygulama, Eylül 2024'te 30 katılımcıyla gerçekleştirilmiştir. Katılımcılar, ürünleri tattıktan sonra duysal analiz formunu (Ek C) doldurmuş ve kısa mülakatlarla görüşlerini derinleştirmiştir. Granola yoğurtla, bal içeceği soğuk olarak sunulmuş; alerji riskine karşı katılımcılardan arı ürünlerine karşı alerjileri olmadığına yönelik onayları alınmıştır. Ürünlerin teknik detayları (formülasyon, besin değeri, üretim süreci) Ek D'de sunulmuştur.

2.4. VERİ ANALİZİ

Veriler, tematik analiz yöntemiyle (Braun & Clarke, 2006) analiz edilmiştir. Bu yöntem, nitel verilerden anlamlı temalar ve örüntüler çıkarmak için sistematik bir yaklaşım sunmaktadır. Analiz süreci şu aşamalardan oluşmuştur:

- **Verilerin Tanıdık Hale Getirilmesi:** Mülakat ve odak grup kayıtları yazıya dökülmüş, duysal analiz formları düzenlenmiştir.
- **Kodlama:** Veriler, araştırma sorularına uygun ilk kodlarla (örneğin, “yerel ürün bağlılığı”, “sağlık faydası algısı”) etiketlenmiştir.
- **Tema Geliştirme:** Kodlar, anlamlı gruplar halinde birleştirilerek ana temalar (örneğin, yerel halkın algıları, sağlık turizmine katkılar, duysal

analiz sonuçları) ve alt temalar (örneğin, bölgesel markalaşma, turist odaklı sunum) oluşturulmuştur.

- **Temaların Gözden Geçirilmesi:** Temalar, veriyle uyumluluğu açısından kontrol edilmiş ve netleştirilmiştir.
- **Temaların Tanımlanması ve Raporlanması:** Bulgular, katılımcı alıntıları ve tablolarla (Tablo 2, Tablo 3, Tablo 4, Tablo 5) desteklenerek sunulmuştur.

Analiz, NVivo yazılımı kullanılarak desteklenmiş; kodlama ve tema geliştirme süreçlerinde güvenilirlik için iki araştırmacı tarafından çapraz kontrol yapılmıştır.

2.5. ETİK HUSUSLAR

Araştırma, etik ilkeler doğrultusunda yürütülmüştür. Katılımcılar, araştırmanın amacı ve süreci hakkında bilgilendirilmiş; gönüllü katılım esasına dayalı olarak yazılı onam formu (Ek E) imzalamıştır. Veriler, Kişisel Verilerin Korunması Kanunu'na (KVKK) uygun olarak anonimleştirilmiş ve güvenli bir şekilde saklanmıştır. Duyusal analizde, alerji riskini önlemek için katılımcılardan arı ürünlerine karşı alerjileri olmadığına dair onay formu alınmıştır. Katılımcılar, herhangi bir aşamada araştırmadan çekilme hakkına sahip olmuş; hiçbir maddi veya manevi zarar görmemiştir.

2.6. ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI

Araştırma, Muğla'da yaşayan yerel halkın perspektifine odaklanmış olup, sağlık turistlerinin algılarını kapsamamaktadır. Nitel yöntemlerin doğası gereği, bulgular genelleştirilemez; ancak bağlamsal derinlik sağlamaktadır. Duyusal analiz, sınırlı sayıda katılımcıyla gerçekleştirilmiş olup, daha geniş ölçekli nicel çalışmalarla desteklenebilir. Propolis katkılı bal içeceği gibi yenilikçi ürünlerin bilinirlik eksikliği, algıların şekillenmesinde bir sınırlılık oluşturmuştur.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

BULGULAR VE TARTIŞMA

Bu bölüm, sağlık turizminde arı ürünlerinden geliştirilen yenilikçi yiyecek-içecek ürünlerinin (çam balı-polen enerji barı, propolis katkılı ballı içecek, polenli granola) Muğla’da yaşayan yerel halkın algılarını ve bu ürünlerin Muğla’nın sağlık turizmi potansiyeline katkısını değerlendirmek amacıyla toplanan nitel verilerin bulgularını sunmaktadır. Araştırma, yalnızca nitel yöntemler kullanılarak yürütülmüş; Muğla’da yaşayan 20 kişiyle yapılan yarı yapılandırılmış mülakatlar, 16 yerel halk temsilcisiyle gerçekleştirilen iki odak grup görüşmesi ve 30 yerel katılımcıyla yapılan duyusal analiz temelli pilot uygulama verileri analiz edilmiştir. Bulgular, tematik analiz yöntemiyle (Braun & Clarke, 2006) üç ana tema altında düzenlenmiştir: (1) Muğla’da yaşayanların arı ürünü bazlı yiyecek-içecek ürünlerine yönelik algıları, (2) Ürünlerin sağlık turizmine beklenen katkıları ve (3) Pilot uygulama ve duyusal analiz sonuçları. Her tema, alt temalarla desteklenmiş, katılımcı alıntılarıyla zenginleştirilmiş ve tablolarla görselleştirilmiştir. Bulgular, literatürle karşılaştırılarak tartışılmış ve Muğla’nın sağlık turizmi potansiyeline katkıları değerlendirilmiştir.

3.1. MUĞLA’DA YAŞAYANLARIN ARI ÜRÜNÜ BAZLI YIYECEK-İÇECEK ÜRÜNLERİNE YÖNELİK ALGILARI

Yarı yapılandırılmış mülakatlar, Muğla’da yaşayan yerel halkın arı ürünü bazlı fonksiyonel yiyecek-içecek ürünlerine yönelik algılarını ve beklentilerini anlamak için derinlemesine bir perspektif sunmuştur. Tematik analiz, üç alt tema ortaya çıkarmıştır: yerel ürünlere bağlılık, sağlık faydası algısı ve turist odaklı sunum beklentisi.

3.1.1. Yerel Ürünlere Bağlılık

Muğla’da yaşayanlar, çam balı ve diğer arı ürünlerinin bölge kimliğinin ayrılmaz bir parçası olduğunu vurgulamıştır. Katılımcılar, bu ürünlerin sağlık turizminde yenilikçi bir şekilde sunulmasının hem yerel ekonomiyi destekleyeceğini hem de Muğla’nın tanınırlığını artıracaklarını ifade etmişlerdir. 47 yaşındaki bir kadın katılımcı (K2) şöyle ifade etmiştir:

“Bizim çam balımız dünyaca ünlü. Enerji barı ya da granola yapılırsa, Muğla’ya gelen turistlere bizim değerlerimizi gösterir. Hem biz de gurur duyarız.”

Bu bulgu, yerel halkın arı ürünlerine duygusal ve kültürel bir bağlılık hissettiğini ve bunların turizmde kullanımını desteklediğini göstermektedir. Granato et al. (2020), yerel ürünlerin turizmde kullanımının hem ekonomik hem de kültürel değer yarattığını belirtmektedir.

3.1.2. Sağlık Faydası Algısı

Katılımcılar, arı ürünlerinin sağlık faydalarına yüksek bir güven duyduklarını ifade etmiştir. Çam balı, enerji ve bağışıklık desteğiyle ilişkilendirilirken, polen “doğal vitamin” olarak görülmüştür. Ancak, propolis hakkında bilgi eksikliği dikkat çekmiştir. 55 yaşındaki bir erkek katılımcı (K9) şu yorumu yapmıştır:

“Bal ve poleni her zaman kullanırız, hastalıklardan korur. Propolis içeceği yeni bir fikir, ama ne işe yaradığını bilsek daha çok ilgi görür.”

Bu, propolisin faydalarının yerel halka daha iyi tanıtılması gerektiğini göstermektedir. Pasupuleti et al. (2017), propolisin antioksidan ve antimikrobiyal özelliklerinin tüketicilere etkili bir şekilde anlatılmasının kabulü artıracaklarını vurgulamaktadır.

3.1.3. Turist Odaklı Sunum Beklentisi

Yerel halk, ürünlerin sağlık turistlerine hitap edecek şekilde sunulmasının önemini vurgulamıştır. Enerji barı ve granola, pratik ve hediye olarak uygun bulunurken, bal içeceği “sofistike” bir deneyim sunabileceği düşünülmüştür. Ancak, sunumun estetik ve bilgilendirici olması gerektiği belirtilmiştir. 33 yaşındaki bir kadın katılımcı (K14) şöyle demiştir:

“Granola kahvaltıda güzel durur, ama paketlenme şık olmalı. İçecek için de neyin ne işe yaradığını anlatan bir etiket lazım, turistler bunu önemser.”

Bu bulgu, ürünlerin turist odaklı sunumunun yerel halk tarafından da desteklendiğini göstermektedir. Siro et al. (2008), fonksiyonel gıdaların sunumunun tüketici algısını doğrudan etkilediğini öne sürmektedir. Tablo 3.1.’ de Muğla’da yaşayanların algılarına ilişkin temalar ve alt temalar gösterilmektedir.

Tablo 3.1. Muğla’da yaşayanların algılarına ilişkin temalar ve alt temalar

| Tema | Alt Tema | Ana Bulgular |
|------------------------------|-------------------------|---|
| Yerel Halkın Algıları | Yerel Ürünlere Bağlılık | Çam balı bölge kimliğiyle özdeş; turizmde kullanımı gurur ve ekonomi kaynağı. Doğayla bütünleşik yaşam biçiminin bir simgesi |
| | Sağlık Faydası Algısı | Bal ve polene yüksek güven; propolisin nasıl kullanılacağı ve hangi faydaları içerdiği konusunda bilgi eksikliği. Ürünler, bağışıklık sistemini güçlendirme, enerji verme ve doğal tedavi aracı |
| | Turist Odaklı Sunum | Şık paketlenme ve bilgilendirici etiketler bekleniyor; enerji barı ve granola gibi çam balı temelli fonksiyonel ürünler pratik tüketim olanağı sunuyor |

3.2. ÜRÜNLERİN SAĞLIK TURİZMİNE BEKLENEN KATKILARI

Odak grup görüşmeleri, Muğla’da yaşayanların arı ürünü bazlı yiyecek-içecek ürünlerinin sağlık turizmine nasıl katkı sağlayabileceğini düşündüklerini ortaya koymuştur. Üç alt tema belirlenmiştir: bölgesel markalaşma, yerel ekonomi desteği ve turist memnuniyeti.

3.2.1. Bölgesel Markalaşma

Katılımcılar, çam balı temelli ürünlerin Muğla’yı bir “doğal sağlık destinasyonu” olarak konumlandırma potansiyeline sahip olduğunu belirtmiştir. Özellikle enerji barı ve granola gibi fonksiyonel gıda ürünlerinin, hem Muğla’nın zengin arıcılık mirasını temsil ettiği hem de bu mirası sağlık turizmi kapsamında turistlere tanıtmaya aracı olabileceği vurgulanmıştır. Ürünlerin otellerde, spa merkezlerinde veya sağlıklı yaşam alanlarında sunulmasının, turistlerin destinasyona ilişkin sağlıkla bağlantılı bir imaj geliştirmesine katkı sağlayacağı ifade edilmiştir. Bu duruma örnek olarak, bir odak grup katılımcısı (OG1-K4, 50 yaşında) şu ifadeyi kullanmıştır:

“Muğla denince akla çam balı gelir. Bu ürünleri otellerde, spalarda sunarsak, turistler Muğla’yı sağlıkla özdeşleştirir.”

Bu bulgu, yerel ve otantik ürünlerin destinasyon markalaşmasında önemli bir rol oynadığını ve bu tür ürünlerin sunumunun destinasyonun sağlık ve sürdürülebilirlik gibi temalarla bağdaştırılmasına katkı sağlayabileceğini göstermektedir. Nitekim, Buhalis ve Law (2008) da yerel ürünlerin destinasyonların rekabet avantajını artırdığını vurgulamaktadır. Daha güncel literatürde ise Kim & Iwashita (2016), yerel gıdanın bir destinasyonun özgün kimliğini güçlendirdiğini ve turist deneyimini derinleştirdiğini ortaya koymuştur. Aynı şekilde, Björk & Kauppinen-Räsänen (2019), sürdürülebilirlik ve sağlık temalarının turizm pazarlamasında giderek daha merkezi bir hale geldiğini ve doğal ürünlerin bu stratejiyle doğrudan ilişkilendirilebileceğini belirtmektedir. Bu bağlamda, çam balı temelli ürünlerin yalnızca ekonomik değil, aynı zamanda imaj ve pazarlama değeri taşıdığı söylenebilir.

3.2.2. Yerel Ekonomi Desteği

Yerel halk, çam balı temelli ürünlerin bölgedeki arıcılık sektörünü canlandıracağına ve özellikle küçük ölçekli üreticilere yeni gelir kaynakları yaratacağına inanmaktadır. Bu tür ürünlerin, yalnızca turistik tüketim amacıyla değil, aynı zamanda yerel kalkınmayı destekleyecek bir ekonomik modelin parçası olarak görülmesi dikkat çekicidir. Katılımcılar, enerji barı ve granola gibi yenilikçi ürünlerin seri üretimiyle birlikte yerel kooperatiflerin sürece dahil edilebileceğini ve bu iş birliğinin kırsal kalkınma üzerinde doğrudan etkili olacağını belirtmiştir. Bu durumu destekleyen bir odak grup katılımcısı (OG2-K3, 38 yaşında) şu ifadeyi kullanmıştır:

“Bizim arıcılar yıllardır bal üretiyor, ama turizmde böyle ürünler az. Granola yapılırsa kooperatifler kazanır, biz de mutlu oluruz.”

Bu bulgu, sadece ürün geliştirme açısından değil, yerel ekonomiye doğrudan katkı sağlayacak sosyal ve ekonomik bir dönüşümün mümkün olduğunu göstermektedir. Granato et al. (2020), yerel ürünlerin turizm bağlamında değerlendirilmesinin hem ekonomik sürdürülebilirliği artırdığını hem de üreticilerin pazara erişimini kolaylaştırdığını vurgulamaktadır. Ayrıca Sims (2009), yerel gıda temelli ürünlerin destinasyon turizminde kullanılmasının, kırsal topluluklar için ekonomik faydaları en üst düzeye çıkardığını belirtmektedir. Daha yakın tarihli bir çalışmada da Gallen et al. (2022), gıda temelli turistik ürünlerin yerel toplulukların

kalkınmasına doğrudan katkı sağladığını ve üretici-tüketici bağıını güçlendirdiğini ortaya koymuştur. Bu bağlamda, enerji barı ve granola gibi bal temelli ürünlerin sadece turistik yenilikler değil, aynı zamanda kırsal kalkınma araçları olarak da değerlendirilmesi gerektiği açıktır.

3.2.3. Turist Memnuniyeti

Katılımcılar, bu ürünlerin sağlık turistlerinin memnuniyetini artıracaklarını düşünmüştür. Granola ve enerji barı, sağlıklı ve pratik seçenekler olarak görülürken, bal içeceği spa veya wellness programlarında özel bir deneyim sunabilir. Bir odak grup katılımcısı (OG1-K6, 45 yaşında) şöyle demiştir:

“Turistler doğal şeyler istiyor. Bal içeceğini spa’da sunarsan, hem rahatlarlar hem Muğla’yı hatırlarlar.”

Bu, ürünlerin turist deneyimini zenginleştirebileceğini göstermektedir. Cornara et al. (2017), yerel ürünlerin turizmde otantiklik algısını artırdığını vurgulamaktadır.

Tablo 3.2. Ürünlerin sağlık turizmüne katkılarına ilişkin temalar

| Tema | Alt Tema | Ana Bulgular |
|----------------------------------|-----------------------|--|
| Sağlık Turizmüne Katkılar | Bölgesel Markalaşma | Çam balı ürünleri Muğla’yı sağlık destinasyonu yapar; arıcılık mirası öne çıkar. |
| | Yerel Ekonomi Desteği | Arıcılar ve kooperatifler kazanır; ekonomik sürdürülebilirlik artar. |
| | Turist Memnuniyeti | Ürünler deneyimi zenginleştirir; içecek spa’da, granola kahvaltıda beğenilir. |

3.3. PİLOT UYGULAMA VE DUYUSAL ANALİZ SONUÇLARI

Pilot uygulama, geliştirilen üç fonksiyonel yiyecek-içecek ürününün (çam balı-polen enerji barı, propolis katkılı bal içeceği, polenli granola) Muğla’da yaşayanlar tarafından duyusal olarak nasıl algılandığını değerlendirmiştir. Duyusal analiz formları ve kısa mülakatlar, üç alt tema ortaya çıkarmıştır: tat ve doku, sağlık algısı ve turizm entegrasyonu.

3.3.1. Tat ve Doku

Duyusal değerlendirme sonuçlarına göre, çam balı ve polenle üretilen enerji barı, tat ve doku açısından yerel halktan en yüksek kabulü almıştır. Katılımcılar, ürünün balın doğal tatlılığı ile kuru meyvelerin çıtır dokusunu başarılı bir şekilde birleştirdiğini belirtmiş ve bu birleşimi “geleneksel ama modern” bir tat olarak tanımlamıştır. Polenli granola ise özellikle yoğurt veya süt ile birlikte tüketildiğinde beğenilmiş, ancak bazı katılımcılar polenin hafif buruk tadını belirgin bulmuştur. Propolis katkılı bal içeceği ise, içerdiği zencefilin yoğun aroması nedeniyle daha karmaşık tepkiler almıştır. Bir katılımcı (P5, 41 yaşında) şu değerlendirmede bulunmuştur:

“Enerji barı tam bizim damak tadımıza göre, hem balın kokusu var hem hafif. İçecek güzel ama zencefili biraz azaltmak lazım.”

Bu bulgular, ürünlerin özellikle yerel halkın damak tadına hitap ettiğini göstermekte; ancak sağlık turizmine yönelik pazarlama hedefi doğrultusunda hem yerli hem de yabancı turistlerin tat tercihlerinin dikkate alınması gerektiğini ortaya koymaktadır. Nitekim Leong et al. (2010), gıda temelli turistik ürünlerin geliştirilmesinde hem yerel kültürel beklentilerin hem de destinasyonu ziyaret eden turist profillerinin damak zevklerinin birlikte değerlendirilmesi gerektiğini vurgulamaktadır. Bu bağlamda, propolisli içeceğin formülasyonunun yeniden düzenlenmesi ve farklı hedef gruplar için alternatif tat profillerinin geliştirilmesi önerilmektedir.

3.3.2. Sağlık Algısı

Katılımcılar, ürünlerin doğal ve yerel oluşunu sağlıkla ilişkilendirmiştir. Enerji barı “günlük enerji” için, granola “bağışıklık desteği” için uygun bulunurken, bal içeceği “ferahlatıcı ve şifalı” olarak görülmüştür. Ancak, propolisin faydaları hakkında bilgi eksikliği tekrarlanmıştır. Bir katılımcı (P10, 36 yaşında) şu yorumu yapmıştır:

“Granola sanki doğal bir vitamin, çok beğendim. Propolis içeceği de sağlıklı ama ne yaptığını tam bilmiyorum.”

Bu, ürün etiketlerinde bilgilendirici içeriklerin önemini vurgulamaktadır. Pasupuleti et al. (2017), arı ürünlerinin sağlık faydalarının açık iletişimle desteklenmesi gerektiğini belirtmektedir.

3.3.3. Turizm Entegrasyonu

Yerel halk, ürünlerin sağlık turizmine entegrasyonunun Muğla'yı daha çekici kılacağını düşünmüştür. Enerji barı, hediyecek veya ara öğün olarak önerilmiş; granola, otel kahvaltılarında yerel bir tat katacağı için beğenilmiştir. Bal içeceği, spa ve wellness programlarında “özel bir dokunuş” olarak görülmüştür. Bir katılımcı (P15, 52 yaşında) şöyle belirtmiştir:

“Turistler otelde granolayı yerse, Muğla'nın balını konuşur. İçeceği spa'da sunarsan, herkes ‘burada farklı bir şey var’ der.”

Bu, ürünlerin turizm deneyimini güçlendirebileceğini göstermektedir. Cornara et al. (2017), yerel ürünlerin otantiklik algısını artırdığını vurgulamaktadır.

Aşağıda yer alan tablo 3.3.'de pilot uygulama ürünlerinin duyu analizi özeti ve tablo 3.4.'de Tematik analiz kodlama özeti yer almaktadır.

Tablo 3.3. Pilot uygulama ürünlerinin duyu analizi özeti

| Ürün | Tat ve Doku | Sağlık Algısı | Turizm Entegrasyonu |
|------------------------------|--|------------------------------------|---|
| Çam Balı-Polen Enerji Barı | Tatlı, çıtır, geleneksel- modern | Günlük enerji, doğal | Hediyecek ve ara öğün için ideal |
| Propolis Katkılı Bal İçeceği | Ferah, zencefil baskın, uyarılma gerekli | Şifalı, propolis bilgisi eksik | Spa ve wellness programlarında özel dokunuş |
| Polenli Granola | Hafif buruk, yoğurtla uyumlu | Bağışıklık desteği, vitamin algısı | Kahvaltıda yerel tat olarak beğenildi |

Tablo 3.4. Tematik analiznin kodlama özeti

| Tema | Kod Örnekleri | Katılımcı Sayısı | Açıklama |
|-------------------------|--|------------------|---|
| Yerel Ürünlere Bağlılık | Çam balı gururu, Muğla kimliği | 18 | Katılımcılar, balın bölgeyi temsil ettiğini ve turizmde kullanılmasını destekliyor. |
| Sağlık Faydası Algısı | Bal enerjisi, polen vitamini, propolis | 16 | Bal ve polene güven yüksek, propolis için eğitim gerekli. |
| Turist Odaklı Sunum | Şık paket, etiket bilgisi | 14 | Ürünlerin estetik ve bilgilendirici sunumu bekleniyor. |
| Bölgesel Markalaşma | Muğla bal destinasyonu | 15 | Ürünler Muğla'yı sağlık merkezi yapabilir. |
| Yerel Ekonomi Desteği | Arıcı geliri, kooperatif | 13 | Yerel üreticiler için ekonomik fırsat görülüyor. |
| Turist Memnuniyeti | Otantik deneyim, spa içeceği | 16 | Ürünler turistlerin memnuniyetini artırabilir. |

3.4. TARTIŞMA

Bulgular, arı ürünü bazlı fonksiyonel yiyecek-içecek ürünlerinin Muğla'da sağlık turizminde önemli bir potansiyele sahip olduğunu göstermektedir. Yerel halkın çam balı ve arı ürünlerine bağlılığı, bu ürünlerin turizmde kullanımını destekleyen güçlü bir kültürel temel sunmaktadır. Granato et al. (2020), yerel ürünlerin turizmde kullanımının hem ekonomik hem de sosyal faydalar sağladığını belirtmektedir. Ancak, propolisin sağlık faydalarına yönelik bilgi eksikliği, ürünlerin tanıtımı için eğitici kampanyalara ihtiyaç olduğunu ortaya koymaktadır. Pasupuleti et al. (2017), arı ürünlerinin pazarlanmasında bilgilendirmenin kritik olduğunu vurgulamaktadır.

Yerel halkın ürünleri turist odaklı sunma beklentisi, estetik ve bilgilendirici paketlemeye odaklanmayı gerektirmektedir. Enerji barı ve granolanın pratikliği, bu ürünlerin sağlık turizmi tesislerinde hızlıca benimsenebileceğini göstermektedir. Bal içeceği için ise tat uyarlaması ve lojistik planlama ihtiyacı öne çıkmaktadır. Siro et al. (2008), fonksiyonel gıdaların başarısının duyuşsal kabul ve sunum kalitesine bağlı olduğunu belirtmektedir.

Duyuşsal analiz, ürünlerin yerel halk tarafından olumlu karşılandığını, ancak propolis içeceği için tat optimizasyonu gerektiğini göstermiştir. Enerji barı ve granolanın yüksek kabulü, Muğla'nın arıcılık mirasıyla uyumlu bir şekilde turist deneyimini zenginleştirebilir. Buhalis ve Law (2008), yerel ürünlerin otantiklik

algısını artırarak destinasyon çekiciliğini güçlendirdiğini vurgulamaktadır. Muğla’da bu ürünlerin kullanımı, hem turist memnuniyetini hem de yerel ekonomiyi destekleyebilir.

3.5. BULGULARIN LİTERATÜRLE KARŞILAŞTIRILMASI

Bulgular, sağlık turizminde yerel ürünlerin önemini vurgulayan literatürle uyumludur. Buhalis ve Law (2008), destinasyonların otantik ürünlerle farklılaşmasının rekabet avantajı sağladığını belirtir. Muğla’nın çam balı temelli ürünleri, “doğal sağlık merkezi” imajını güçlendirebilir. Ayrıca, arı ürünlerinin sağlık faydalarına olan güven, Cornara et al. (2017) tarafından vurgulanan apiterapi trendleriyle paralellik göstermektedir. Ancak, propolis bilgisi eksikliği, Pasupuleti et al. (2017) tarafından önerilen tüketici eğitimi ihtiyacını doğrulamaktadır.

Bu çalışmanın özgün katkısı, arı ürünlerinin sağlık turizmi kapsamında yiyecek-içecek formunda kullanımını yerel halkın algıları doğrultusunda ele almasıdır. Mevcut literatürde arı ürünleri genellikle apiterapi, bağışıklık sistemi güçlendirme ya da yara iyileştirme gibi medikal amaçlarla değerlendirilmektedir (Cornara et al., 2017; Pasupuleti et al., 2017). Oysa bu çalışma, çam balı, polen ve propolis gibi ürünlerin sadece sağlık açısından değil, aynı zamanda gastronomi ve wellness turizmi çerçevesinde fonksiyonel gıda olarak potansiyelini ortaya koymaktadır. Bu yönüyle, yerel ürünlerin destinasyon pazarlamasında nasıl bir rol oynayabileceği, tüketici algıları üzerinden değerlendirilmiştir.

Özellikle Björk ve Kauppinen-Räisänen (2019), sağlıklı yaşam temalı turizmin yükselişte olduğunu ve turistlerin doğal, yerel ve otantik ürünlere yöneldiğini belirtmektedir. Bu bağlamda, çalışmanın bulguları çam balı temelli ürünlerin hem yerel kalkınma aracı hem de destinasyon markalaşmasında kullanılabilecek birer unsur olduğunu ortaya koymaktadır. Yerel halkın bu ürünleri turizmle ilişkilendirmesi, daha önce çoğunlukla turist perspektifinden ele alınan fonksiyonel gıda temelli ürünlere farklı bir açıdan yaklaşılmasına olanak tanımaktadır (Sims, 2009).

Sonuç olarak, bu çalışma yalnızca boş bir alanı doldurmakla kalmamakta, aynı zamanda arı ürünlerinin çok boyutlu turizm politikalarına nasıl entegre edilebileceği konusunda literatüre yeni bir tartışma yönü kazandırmaktadır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu bölüm, Muğla’da yaşayan yerel halkın arı ürünü bazlı yenilikçi yiyecek-içecek ürünlerine (çam balı-polen enerji barı, propolis katkılı bal içeceği, polenli granola) yönelik algılarını ve bu ürünlerin sağlık turizmine katkısını inceleyen araştırmanın sonuçlarını özetlemekte ve bulgulara dayalı olarak sağlık turizmi tesisleri, yerel arıcılar, kooperatifler ve politika yapıcılar için öneriler sunmaktadır. Araştırma, nitel yöntemler (yarı yapılandırılmış mülakatlar, odak grup görüşmeleri ve duyusal analiz temelli pilot uygulama) kullanılarak yürütülmüş; Muğla’nın çam balı ve arıcılık mirasının sağlık turizminde yenilikçi bir şekilde kullanımı, yerel halkın perspektifinden değerlendirilmiştir. Bulgular, ürünlerin destinasyon markalaşması, yerel ekonomi ve turist memnuniyeti açısından yüksek bir potansiyele sahip olduğunu göstermektedir. Bu bölüm, araştırmanın temel bulgularını tartışarak, Muğla’nın sağlık turizmi potansiyelini güçlendirmek için uygulanabilir stratejiler önermektedir.

ARAŞTIRMANIN SONUÇLARI

Araştırma, Muğla’da yaşayan yerel halkın arı ürünü bazlı yiyecek-içecek ürünlerine güçlü bir bağlılık duyduğunu ve bu ürünlerin sağlık turizmine entegrasyonunu desteklediğini ortaya koymuştur. Bulgular, üç ana tema etrafında özetlenebilir: yerel halkın algıları, ürünlerin sağlık turizmine katkıları ve duyusal analiz sonuçları.

Yerel Halkın Algıları: Muğla’da yaşayanlar, çam balı ve diğer arı ürünlerini bölge kimliğinin bir parçası olarak görmektedir. Çam balı-polen enerji barı ve polenli granola, yerel halk tarafından otantik ve pratik ürünler olarak değerlendirilmiş; propolis katkılı bal içeceği ise yenilikçi ancak daha az bilinen bir ürün olarak algılanmıştır. Katılımcılar, bal ve polenin enerji artışı ve bağışıklık desteği gibi sağlık faydalarına yüksek bir güven duyarken, propolisin faydaları hakkında bilgi eksikliği dikkat çekmiştir. Ürünlerin turist odaklı sunumu (estetik paketleme, bilgilendirici etiketler) yerel halk tarafından önemli bir beklenti olarak vurgulanmıştır. Bu bulgu, Granato et al. (2020) tarafından fonksiyonel gıdaların başarısının duyusal ve kültürel kabulle ilişkili olduğu görüşünü desteklemektedir.

Sağlık Turizmine Katkılar: Yerel halk, bu ürünlerin Muğla’yı “doğal sağlık destinasyonu” olarak konumlandırabileceğini düşünmektedir. Çam balı temelli

ürünler, destinasyonun markalaşmasına katkı sağlayarak Muğla'nın arıcılık mirasını küresel ölçekte tanıtabilir. Enerji barı ve granolanın otel kahvaltılarında ve hediyelik ürün olarak entegrasyonu, yerel ekonomiyi destekleyeceği için olumlu karşılanmıştır. Propolis katkılı bal içeceği, spa ve wellness programlarında özel bir deneyim sunma potansiyeline sahip görülmüştür. Bu ürünler, yerel arıcılar ve kooperatifler için yeni gelir kaynakları yaratabilir; turist memnuniyetini artırarak Muğla'nın rekabet gücünü yükseltebilir. Buhalis ve Law (2008), yerel ürünlerin destinasyon çekiciliğini güçlendirdiğini belirtmesiyle bu bulgular uyumludur.

Duyusal Analiz Sonuçları: Pilot uygulama, enerji barı ve granolanın yüksek duyusal kabul aldığını; tat, doku ve sağlık algısı açısından yerel halk tarafından beğenildiğini göstermiştir. Enerji barı, "geleneksel ama modern" bir atıştırılabilirlik olarak öne çıkarken, granola kahvaltıda yerel bir tat olarak takdir edilmiştir. Propolis katkılı bal içeceği, ferahlatıcı bulunmuş ancak zencefilin baskın tadı nedeniyle uyarılma ihtiyacı ortaya çıkmıştır. Propolisin sağlık faydalarına yönelik bilgi eksikliği, tüm ürünlerde bilgilendirici etiketlerin önemini vurgulamıştır. Cornara et al. (2017), arı ürünlerinin turizmde otantiklik algısını artırdığını belirtmesiyle bu sonuçlar paralellik göstermektedir.

Genel olarak, araştırma, Muğla'nın çam balı ve arıcılık mirasının sağlık turizminde yenilikçi yiyecek-içecek ürünleri aracılığıyla değerlendirilebileceğini ortaya koymuştur. Yerel halkın ürünleri desteklemesi, bu girişimin sürdürülebilirliğini ve topluluk katılımını güçlendiren bir faktördür. Ancak, propolisin tanıtımı ve ürünlerin tat optimizasyonu gibi alanlarda ek çaba gerekmektedir.

ÖNERİLER

Araştırmanın bulguları, Muğla'nın çam balı ve arıcılık mirasının, yenilikçi yiyecek-içecek ürünleri (çam balı-polen enerji barı, propolis katkılı bal içeceği, polenli granola) aracılığıyla sağlık turizminde değerlendirilebileceğini göstermektedir. Aşağıda, sağlık turizmi tesisleri, yerel arıcılar, kooperatifler, politika yapıcılar ve akademisyenler için özet öneriler sunulmaktadır:

- Ürün Entegrasyonu ve Sunumu: Sağlık turizmi tesisleri, enerji barı ve granolayı kahvaltı büfelerine ve ara öğünlere, propolis katkılı bal içeceğini ise spa ve wellness programlarına entegre etmelidir. Ürünlerin

ambalajlarında çam balı, polen ve propolisin sağlık faydalarını açıklayan bilgilendirici etiketler kullanılmalı; ayrıca, alerjen protein içerebileceği ve özellikle arı ürünlerine karşı alerjisi olan tüketicilerin dikkatli olması gerektiğine dair uyarılar mutlaka yer almalıdır. Ürünler, estetik ve geri dönüştürülebilir paketlerle hediyeelik ürün olarak sunulmalıdır. Propolis içeceğinin zencefil oranı azaltılarak tat profili optimize edilmelidir.

- Yerel arıcılar ve kooperatifler, özellikle enerji barı ve granola gibi fonksiyonel gıda ürünlerinde HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points) standartlarına uygun tesislerde üretim kapasitelerini artırmalıdır. Bu ürünlerin güvenli ve hijyenik koşullarda üretilmesi, hem iç pazar hem de turizm sektöründe kabul görmesi açısından önem taşımaktadır. Propolisin sağlık faydalarını tanıtmak amacıyla, yerel halk ve turistlere yönelik bilgilendirici atölye çalışmaları ve tadım etkinlikleri düzenlenebilir. Ürünlerin pazarlanmasında ise Muğla'nın çam balı mirasını yansıtan özgün ancak mevzuata uygun ambalaj tasarımları geliştirilmelidir. Türk Gıda Kodeksi ve Ticaret Bakanlığı düzenlemelerine göre, gıda ambalajlarında coğrafi işaret, mahreç işareti ya da geleneksel ürün adı gibi ifadeler yalnızca resmi olarak tescillenmiş ürünler için kullanılabilir. Bu nedenle, ürün ambalajlarında "Muğla Çam Balı" gibi tescilli coğrafi işaret bilgisine yer verilmesi, hem yasal uyum hem de marka değeri açısından önemli bir avantaj sağlayacaktır (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2024).
- Ayrıca, yerel üreticiler ile turistik tesisler arasında doğrudan sözleşmeli tedarik modelleri geliştirilmeli; böylece hem sürdürülebilir bir tedarik zinciri oluşturulmalı hem de yerel ekonomiye düzenli katkı sağlanmalıdır. Bu tür bir yaklaşım, yalnızca ekonomik fayda sağlamaz; aynı zamanda tüketiciye güven verir ve destinasyonun "doğal ve yerel" imajını pekiştirir (Tregear et al., 2007).
- Politika ve Markalaşma: Muğla Valiliği ve belediyeler, arıcılara mali destek (hibe, düşük faizli kredi) sağlayarak fonksiyonel gıda üretimini teşvik etmelidir. "Çam Balı ve Sağlık" temalı bir kampanya ile Muğla'nın sağlık turizmi destinasyonu olarak küresel tanınırlığı artırılmalı, "Muğla Çam

Balı” coğrafi işaret sertifikası yaygınlaştırılmalıdır. Arı çiftliği ziyaretleri ve bal tadım etkinlikleri gibi turizm-arıcılık entegrasyon projeleri desteklenmelidir.

- Akademik Araştırmalar: Gelecek çalışmalar, sağlık turistlerinin bu ürünlere yönelik algılarını ve farklı bölgelerdeki uygulamaları incelemelidir. Propolisin duyuşsal kabulü ve turizmdeki potansiyeli üzerine nitel ve nicel araştırmalar yapılarak ürünlerin küresel uygulanabilirliği değerlendirilmelidir.

Bu öneriler, Muğla’nın sağlık turizmi potansiyelini yerel değerlerle güçlendirerek destinasyon markalaşmasını, yerel ekonomiyi ve turist memnuniyetini artırmayı hedeflemektedir.

ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI

Araştırma, Muğla’da yaşayan yerel halkla sınırlı olup, bulguların diğer bölgelere genellenmesi dikkat gerektirir. Nitel yöntemlerin doğası gereği, sonuçlar katılımcıların öznel görüşlerine dayalıdır ve daha geniş bir popülasyonu temsil etmeyebilir. Pilot uygulama, 30 katılımcıyla gerçekleştirildiğinden, ürünlerin uzun vadeli duyuşsal kabulü veya farklı kültürel gruplardaki etkileri tam olarak değerlendirilememiştir. Ayrıca, propolis katkılı bal içeceği için lojistik zorluklar (soğuk zincir, raf ömrü) uygulamada ele alınmamıştır. Gelecekteki çalışmalar, bu sınırlılıkları ele alarak daha kapsamlı bir bakış açısı sunabilir.

Bu araştırma, Muğla’nın çam balı ve arıcılık mirasının sağlık turizminde yenilikçi yiyecek-içecek ürünleri aracılığıyla değerlendirilebileceğini ortaya koymuştur. Çam balı-polen enerji barı, propolis katkılı bal içeceği ve polenli granola, yerel halkın desteğiyle Muğla’nın sağlık turizmi destinasyonu olarak markalaşmasına katkı sağlayabilir. Ürünler, hem turist memnuniyetini artırarak otantik bir deneyim sunma potansiyeline sahiptir hem de yerel arıcılar ve kooperatifler için ekonomik fırsatlar yaratabilir. Yerel halkın ürünleri sahiplenmesi, bu girişimin sürdürülebilirliğini güçlendiren bir faktördür. Ancak, propolisin tanıtımı, tat optimizasyonu ve lojistik planlama gibi alanlarda ek çaba gerekmektedir.

Muğla, sağlık turizminde doğal ve yerel değerleriyle fark yaratma fırsatına sahiptir. Bu araştırma, yerel halkın vizyonunu merkeze alarak, arı ürünlerinin sağlık

turizmine entegrasyonunun hem Muğla'nın küresel tanınırlığını artırabileceğini hem de yerel toplumu güçlendirebileceğini göstermektedir. Önerilen stratejiler uygulanırsa, Muğla "çam balı ve sağlık" temasıyla küresel sağlık turizmi haritasında kendine özgü bir yer edinebilir.



KAYNAKÇA

- Ahmed, S., Othman, N. H., & Shuid, A. N. (2021). *Honey as a functional food: A review of its role in health and disease*. *Biomedicine & Pharmacotherapy*, 143, 112133.
- Al-Hariri, M. T. (2011). Propolis and its direct and indirect hypoglycemic effect. *Journal of Family & Community Medicine*, 18(3), 152-154. doi:10.4103/2230-8229.90015
- Annunziata, A. ve Vecchio, R. (2013). Consumer perception of functional foods: A conjoint analysis with probiotics. *Food Quality and Preference*, 28(1), 348-355. doi:10.1016/j.foodqual.2012.10.009
- Ap, J. ve Crompton, J. L. (1998). Developing and testing a tourism impact scale. *Journal of Travel Research*, 37(2), 120-130. doi:10.1177/004728759803700203
- Betoret, E., Betoret, N., Vidal, D. ve Fito, P. (2011). Functional foods development: Trends and technologies. *Trends in Food Science & Technology*, 22(9), 498-508. doi:10.1016/j.tifs.2011.05.004
- Björk, P., & Kauppinen-Räsänen, H. (2019). Destination foodscape: A stage for travelers' food experience. *Tourism Management*, 71, 466–475. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.11.007>
- Bogdanov, S., Jurendic, T., Sieber, R. ve Gallmann, P. (2008). Honey for nutrition and health: A review. *Journal of the American College of Nutrition*, 27(6), 677-689. doi:10.1080/07315724.2008.10719745
- Bookman, M. Z. ve Bookman, K. R. (2007). *Medical tourism in developing countries*. Palgrave Macmillan.
- Buhalis, D. ve Law, R. (2008). Progress in tourism management: Twenty years on and ten years after the internet—The state of eTourism research. *Tourism Management*, 29(4), 609-623. doi:10.1016/j.tourman.2008.01.005
- Connell, J. (2013). Contemporary medical tourism: Conceptualisation, culture and commodification. *Tourism Management*, 34, 1-13. doi:10.1016/j.tourman.2012.05.009
- Cooper, R. G. (2019). *Winning at New Products: Creating Value Through Innovation* (4th ed.). Basic Books.

- Cornara, L., Biagi, M., Xiao, J. ve Burlando, B. (2017). Therapeutic properties of bioactive compounds from different honeybee products. *Frontiers in Pharmacology*, 8, 412. doi:10.3389/fphar.2017.00412
- Dimitrovski, D., & Todorović, A. (2015). *Rural tourism and regional development: Case study of rural tourism development in Serbia*. *European Countryside*, 7(4), 349–366.
- Gallen, C., O'Brien, S., & O'Connor, L. (2022). Local food and rural tourism: Understanding stakeholder perceptions. *Tourism Planning & Development*, 19(3), 278–295. <https://doi.org/10.1080/21568316.2021.1900710>
- Giritlioğlu, İ., & Avcıkurt, C. (2020). *Gastronomy and tourism: A research agenda*. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(3), 1792–1813.
- Global Wellness Institute. (2023). *Global wellness economy monitor 2023*. <https://globalwellnessinstitute.org/>, erişim tarihi: 20.12.2024.
- Granato, D., Branco, G. F., Nazzaro, F., Cruz, A. G. ve Faria, J. A. F. (2020). Functional foods and nondairy probiotic food development: Trends, concepts, and products. *Comprehensive Reviews in Food Science and Food Safety*, 9(3), 144-159. doi:10.1111/j.1541-4337.2010.00110.x
- Gursoy, D. ve Rutherford, D. G. (2004). Host attitudes toward tourism: An improved structural model. *Annals of Tourism Research*, 31(3), 495-516. doi:10.1016/j.annals.2003.08.008
- Han, H. ve Hwang, J. (2018). Multi-dimensional analysis of wellness tourism experiences and perceived value. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 35(3), 291-305. doi:10.1080/10548408.2017.1327697
- Kim, S., & Iwashita, C. (2016). Cooking identity: Food tourism and the home cook. *Tourism Management*, 57, 254–263. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.06.005>
- Kim, Y. G. ve Ritchie, J. R. B. (2014). The influence of food and beverage experiences on tourists' satisfaction and behavioral intentions. *Tourism Management*, 43, 110-122. doi:10.1016/j.tourman.2014.01.014
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.

- Kutlu, M. A. (2011). Arı ürünlerinin sağlık açısından önemi. *Arıcılık Araştırma Dergisi*, 3(5), 7-10.
- Leong, W. C., Yeh, C. C., & Hsiao, H. D. (2010). Tourists' preferences for local food: The role of sensory appeal and cultural familiarity. *International Journal of Tourism Research*, 12(6), 657–664. <https://doi.org/10.1002/jtr.777>
- Menegaki, A. N., Agiomirgianakis, G., Arvanitaki, K. (2020). Local food and tourism: A systematic literature review. *Tourism Review*, 75(1), 141-155. doi:10.1108/TR-05-2019-0177
- Nunkoo, R. ve Gursoy, D. (2012). Residents' support for tourism: An identity perspective. *Annals of Tourism Research*, 39(1), 243-268. doi:10.1016/j.annals.2011.05.006
- OGM (2024). Arıcılık Raporu. T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı, Orman Genel Müdürlüğü.
- Pasupuleti, V. R., Sammugam, L., Ramesh, N. ve Gan, S. H. (2017). Honey, propolis, and royal jelly: A comprehensive review of their biological actions and health benefits. *Oxidative Medicine and Cellular Longevity*, 2017, 1259510. doi:10.1155/2017/1259510
- Samarghandian, S., Farkhondeh, T., & Samini, F. (2021). Honey and health: A review of its impact on the digestive system and gut microbiota. *Evidence-Based Complementary and Alternative Medicine*, 2021.
- Sims, R. (2009). Food, place and authenticity: Local food and the sustainable tourism experience. *Journal of Sustainable Tourism*, 17(3), 321-336. doi:10.1080/09669580802359293
- Siro, I., Kápolna, E., Kápolna, B. ve Lugasi, A. (2008). Functional food. Product development, marketing and consumer acceptance—A review. *Appetite*, 51(3), 456-467. doi:10.1016/j.appet.2008.05.060
- Smith, M., Puczko, L. (2014). *Health, tourism and hospitality: Spas, wellness and medical travel* (2. Baskı.). Routledge.
- Tosun, C. (2002). Host perceptions of impacts: A comparative tourism study. *Annals of Tourism Research*, 29(1), 231-253. doi:10.1016/S0160-7383(01)00039-1

- Tregear, A., Arfini, F., Belletti, G., & Marescotti, A. (2007). *Regional foods and rural development: The role of product qualification*. *Journal of Rural Studies*, 23(1), 12–22. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2006.09.010>
- TÜİK (2024). Bitkisel ve Hayvansal Üretim İstatistikleri, 2023. Türkiye İstatistik Kurumu.
- Türk Patent ve Marka Kurumu (2024). *Türkiye Coğrafi İşaretler ve Geleneksel Ürün Adları Listesi*. <https://www.turkpatent.gov.tr>
- TÜRSAB. (2024). *Türkiye sağlık turizmi raporu 2023*. Türkiye Seyahat Acentaları Birliği. <https://www.tursab.org.tr/>, erişim tarihi: 20.12.2024.
- Ulrich, K. T., & Eppinger, S. D. (2016). *Product Design and Development* (6th ed.). McGraw-Hill Education
- Viuda-Martos, M., Ruiz-Navajas, Y., Fernández-López, J. ve Pérez-Álvarez, J. A. (2010). Functional properties of honey, propolis, and royal jelly. *Journal of Food Science*, 73(9), R117-R124. doi:10.1111/j.1750-3841.2008.00966.x

EKLER

Ek-A: Yarı Yapılandırılmış Mülakat Soruları

1. Muğla'nın çam balı ve arı ürünleri sizin için ne ifade ediyor? Bölge kimliğiyle nasıl bir bağlantısı var?
2. Bal, polen veya propolisi günlük yaşamınızda kullanıyor musunuz? Hangi sağlık faydalarına inanıyorsunuz?
3. Çam balı-polen enerji barı, propolis katkılı bal içeceği ve polenli granola gibi ürünleri nasıl değerlendirirsiniz? Bu ürünler size çekici geliyor mu?
4. Bu ürünlerin sağlık turizminde (örneğin, termal otellerde, wellness merkezlerinde) sunulması hakkında ne düşünüyorsunuz?
5. Ürünlerin tat, sunum veya paketleme açısından nasıl olması gerektiğini düşünüyorsunuz?
6. Bu ürünlerin Muğla'nın sağlık turizmi destinasyonu olarak tanınırlığına katkısı olabilir mi? Nasıl?
7. Yerel ekonomiye (örneğin, arıcılara, kooperatiflere) bu ürünlerin nasıl bir katkısı olacağını düşünüyorsunuz?
8. Eklemek istediğiniz başka bir görüş veya öneriniz var mı?

Ek-B: Odak Grup Görüşmesi

1. Muğla'nın çam balı ve arıcılık mirası, sağlık turizminde nasıl bir rol oynayabilir?
2. Çam balı-polen enerji barı, propolis katkılı bal içeceği ve polenli granola gibi ürünlerin sağlık turizmine entegrasyonu hakkında ne düşünüyorsunuz?
3. Bu ürünlerin termal otellerde, wellness merkezlerinde veya restoranlarda sunulması uygulanabilir mi? Hangi zorluklar çıkabilir?
4. Ürünlerin turist memnuniyetine ve Muğla'nın destinasyon imajına katkısı ne olabilir?
5. Bu ürünlerin yerel arıcılar ve kooperatifler için ekonomik faydaları neler olabilir?
6. Ürünlerin sunumu (paketleme, etiket, menü entegrasyonu) nasıl olmalı?
7. Muğla'nın "doğal sağlık destinasyonu" imajını güçlendirmek için bu ürünlere yönelik ne tür pazarlama stratejileri önerirsiniz?
8. Başka hangi yerel ürünler sağlık turizminde kullanılabilir? Önerileriniz neler?

Ek-C: Duyusal Analiz Formu

- Çam Balı-Polen Enerji Barı

- Propolis Katkılı Bal İçeceği

- Polenli Granola

1. Ürünün tadını nasıl buldunuz? (Tatlılık, burukluk, denge vb. açısından açıklayınız.)

2. Ürünün dokusu (çıtırılık, pürüzsüzlük, yoğunluk) hakkında ne düşünüyorsunuz?

3. Ürünün kokusu ve görsel çekiciliği (renk, sunum) size nasıl geldi?

4. Bu ürünün sağlıklı olduğunu düşünüyor musunuz? Neden?

5. Ürünü sağlık turizmi bağlamında (örneğin, otel kahvaltısında, spa'da, hediyelik olarak) nasıl hayal ediyorsunuz?

6. Ürünün Muğla'ya özgü olduğunu hissettiriyor mu? Neden?

7. Üründe değiştirmek istediğiniz bir özellik var mı? (Tat, sunum, paketlenme vb.)

8. Eklemek istediğiniz başka bir yorum var mı?

NOT: Katılımcılar, her ürünü ayrı ayrı değerlendirmiştir.

Ek-D: Geliştirilen Ürünlerin Teknik Detayları

1. Çam Balı-Polen Enerji Barı

İçindekiler: Muğla çam balı (%30), polen (%10), yulaf (%25), kuru incir (%15), badem (%15), hindistancevizi yağı (%5).

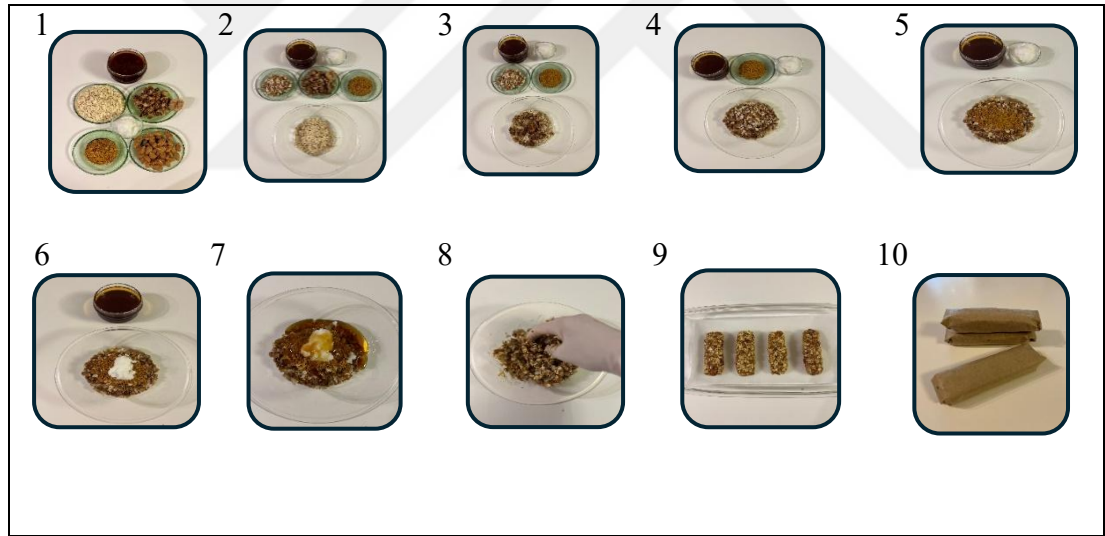
- Besin Değeri (100 g): 380 kcal, 10 g protein, 50 g karbonhidrat, 15 g yağ, 5 g lif.

- Üretim Süreci: Yerel arıcılardan temin edilen çam balı ve polen, yulaf ve kuru meyvelerle karıştırılmış; 70°C’de 40 dakika pişirilmiş ve soğutularak kesilmiştir.

- Hedef: Düşük glikemik indeksli, enerji artırıcı bir atıştırma olarak kahvaltı, ara öğün veya hediyeelik ürün.

-Ambalaj: Geri dönüştürülebilir kağıt paket, sağlık faydalarını açıklayan etiket.

Fotoğraf 1: Enerji Barı Yapım Aşamaları



2. Polenli Granola

İçindekiler: Polen (%10), yulaf (%40), Muğla çam balı (%15), yerel ceviz (%15), kuru kayısı (%15), tarçın (%5).

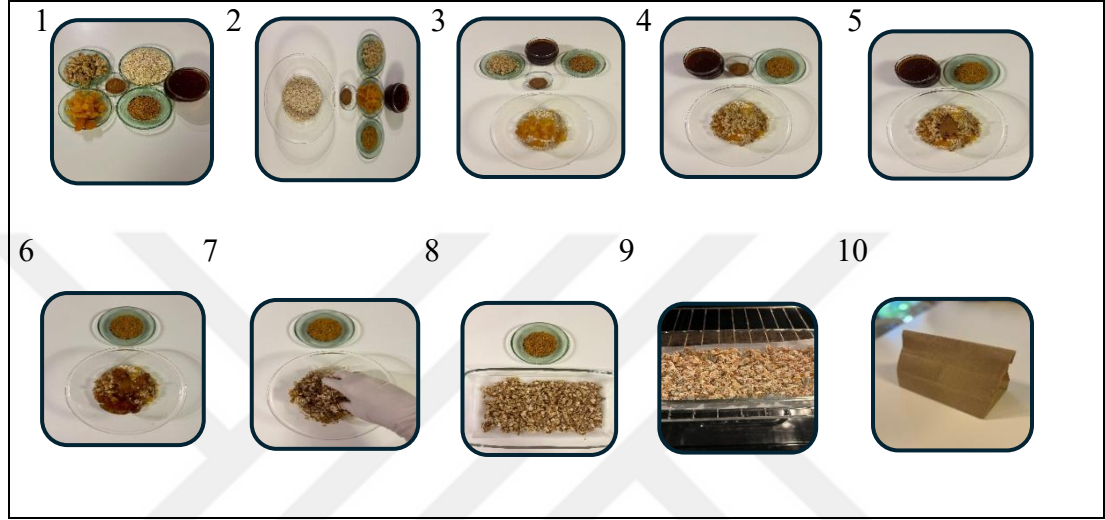
-Besin Değeri (100 g): 400 kcal, 12 g protein, 55 g karbonhidrat, 18 g yağ, 8 g lif.

-Üretim Süreci: Malzemeler düşük ısıda (70°C) 50 dakika kavrulmuş; polen, besin değerini korumak için son aşamada eklenmiştir.

-Hedef: Yüksek lif ve antioksidan içerikli bir kahvaltı ürünü olarak otel büfeleri veya sağlıklı yaşam kampları.

-Ambalaj: Kraft kağıt torba, Muğla arıcılık temalı etiket, besin değerleri ve kullanım önerileri.

Fotoğraf 2: Granola Yapım Aşamaları



3. Propolis Katkılı Bal İçeceği

İçindekiler: Muğla çam balı (%20), propolis ekstraktı (%2), limon özü (%5), zencefil (%3), filtrelenmiş su (%70).

- Besin Değeri (250 ml): 80 kcal, 0 g protein, 20 g karbonhidrat, 0 g yağ, 0 g lif.

-Üretim Süreci: Propolis, alkol bazlı ekstraksiyonla hazırlanmış; çam balı ve diğer bileşenlerle karıştırılarak pastörize edilmiş; soğuk zincirde saklanmıştır.

- Hedef: Bağışıklık desteği ve ferahlık sağlayan bir içecek olarak spa, yoga seansları veya sabah ritüelleri.

- Ambalaj: 250 ml cam şişe, minimalist tasarım.

Ek E: Katılımcı Onam Formu

Bilgilendirme

Araştırma, Muğla'da yaşayanların çam balı-polen enerji barı, propolis katkılı bal içeceği ve polenli granola gibi ürünlere yönelik görüşlerini anlamayı amaçlamaktadır.

- Katılım gönüllüdür; istediğiniz zaman çekilebilirsiniz.
- Mülakatlar, odak gruplar veya duyusal analiz kaydedilecek; veriler anonimleştirilecek ve KVKK'ya uygun saklanacaktır.
- Duyusal analizde alerji riski için ön onay alınacaktır.

Onay:

- Araştırmanın amacını ve sürecini anladım.
- Gönüllü olarak katılmayı kabul ediyorum.
- Verilerimin anonim olarak kullanılmasını onaylıyorum.

Ad-Soyad: _____

Tarih: _____

İmza: _____