



## Hatay kasap kültürü: Gastronomik pratikler ve gastronomi turizmi bağlamında bir inceleme

Hatay butcher culture: A study on gastronomic practices and gastronomic tourism

Sait DOĞAN<sup>1\*</sup> (orcid.org/ 0000-0003-4486-8699)

Enes GÜRHANİ<sup>2</sup> (orcid.org/ 0000-0003-2619-2525)

<sup>1</sup>İskenderun Teknik Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Hatay, Türkiye

<sup>2</sup>İskenderun Teknik Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Hatay, Türkiye

### Özet

**Amaç:** Bu araştırmanın amacı Hatay ilinde faaliyet gösteren kasap işletmelerinin gastronomi kültürü içerisindeki yerini, tarihsel süreçteki değişimini ve gastronomi turizmi ile olan ilişkisini, kasap işletmecilerinin bakış açısıyla incelemeyi amaçlamaktadır.

**Yöntem:** Keşifsel nitel araştırma yöntemiyle yürütülen bu çalışmada Hatay’da faaliyet gösteren beş kasap işletmesi sahibiyile yapılandırılmış görüşmeler yapılmış ve veriler betimsel analizle değerlendirilmiştir.

**Bulgular:** Bulgular Hatay’da kasapların yalnızca et satmadığını; tepsi kebabı, kâğıt kebabı, Belen tava ve lahmacun gibi geleneksel yemekleri üreterek kültürel mirasın taşıyıcısı olduklarını göstermektedir. Günümüzde modern teknolojik gelişmeler hijyen ve verimlilik açısından kullanılırken, odun fırını gibi geleneksel pişirme yöntemleri de korunmaktadır. Ancak usta-çırak sisteminin zayıflaması, ekonomik zorluklar ve genç kuşakların mesleğe ilgisizliği kasap işletmelerinin sürdürülebilirliği açısından önemli riskler oluşturmaktadır.

**Tartışma:** Hatay kasapları sunduğu otantik deneyimle hem yerli halk hem de turistler açısından gastronomi turizmine önemli katkılar sunmaktadır. Kasap işletmelerinde bazı geleneksel yemeklerin unutulması risk oluştururken, temel ürünlerin geleneksel yöntemlerle üretilmeye devam etmesi ise yerel mutfağın özgünlüğünü korumaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Hatay Mutfağı, Kasap İşletmeleri, Kültürel Miras, Gastronomi Turizmi, Sürdürülebilirlik

### Abstract

**Purpose:** This study aims to examine the role of butcher shops operating in Hatay within gastronomic culture, their transformation over time, and their relationship with gastronomic tourism from the perspective of butcher shop owners.

**Design/methodology/approach:** This study adopts an exploratory qualitative research design. Data were collected through structured interviews with five butcher shop owners operating in Hatay and analyzed using descriptive analysis.

**Results:** The findings reveal that butcher shops do not merely sell meat; they also contribute to the preservation of cultural heritage by producing traditional dishes such as tray kebab, paper kebab, Belen tava, and lahmacun. Today, modern technological advancements are utilized to enhance hygiene and efficiency, while traditional cooking methods, such as wood-fired ovens, are still preserved. However, the weakening of the master-apprentice system, economic challenges, and the declining interest of younger generations in the profession pose significant risks to the sustainability of these businesses. By offering authentic culinary experiences,

**Discussion:** By offering authentic culinary experiences, Hatay butcher shops make significant contributions to gastronomic tourism for both local residents and tourists. While the disappearance of some traditional dishes in butcher shops poses a risk, the continued production of core products using traditional methods helps preserve the authenticity of the local cuisine.

**Keywords:** Hatay Cuisine, Butcher Shops, Cultural Heritage, Gastronomic Tourism, Sustainability

## Giriş

Hatay sahip olduğu verimli toprakları, iklimi ve iç içe bulunduğu farklı kültürler ile çok farklı öğeler barındırmaktadır. Verimli toprakları sayesinde hem tarım üretimi hem de hayvancılığın yapılması, bölgenin yiyecek ve içecek çeşitlerini belirlenmesinde büyük bir etkisi olmuştur. Bu zenginliği çoğaltan ve çeşitlendiren diğer etmenler ise şu ana kadar geçen tarihsel etkileşimler, ekolojik yapı, farklı dini inanışlar ve kültürlerin

\* Sorumlu yazar: [sait.dogan@iste.edu.tr](mailto:sait.dogan@iste.edu.tr)

DOI: 10.33083/joghat.2026.638

varlığı olarak gösterilebilir. Bu zenginlik zamanla değişik damak zevklerine, tercihlere, farklı tecrübe edinme isteklerine ev sahipliği yapıp gelişerek yeni oluşumlar ortaya çıkarmaktadır. Bu bölgede sentezlenmiş bir şekilde bulunan Hatay gastronomi coğrafyası, Türk mutfak kültürü içerisinde önemli bir yere sahiptir (Kaypak ve Uçar, 2018: 191). Hatay'ın gastronomi turizmi seviyesinin incelenmesi hakkında yapılan çalışmada, bölgede mutfak kültürü ve kalifiyeli eleman kaynağının önemli olduğu vurgulanmıştır (Doğan ve Yılmaz, 2022: 1150). Bu açıdan bakıldığında meslek olarak kasaplık ve et ürünlerinin işlenmesi ile ilgili olan deneyimin aktarılması hem gastronomik zenginlik hem de mutfak kültürünün sürdürülebilirliğinin sağlanması açısından önemli bir kriter olarak düşünülebilir. Yerel ürünlerin kendine has özgünlüğünden dolayı sahip olduğu taklit edilemezliği destinasyonlar arasında rekabet avantajı sağlamaktadır (Doğan, Dengiz, ve Doğan, 2021: 5). Bu çerçevede kasap işletmecilerinin sahip olduğu bilgi birikimi, kesim teknikleri ile etin işlenmesi ve sunumuna ilişkin uygulamalar, destinasyonun mutfak kimliğinin şekillenmesinde önemli bir rol üstlenmektedir.

Yemek olgusu sadece fizyolojik ihtiyaçların karşılanmasıyla sınırlı kalmayıp aynı zamanda toplumsal ilişkilerin ve iletişim biçimlerinin de önemli bir parçasını oluşturmaktadır. Bireylerin üretimden tüketime kadar yemekle kurdukları ilişkiler, yemek kültürünün şekillenmesinde etkili olmaktadır (Beşirli, 2021: 194). Bu bağlamda Roland Barthes (2023) yemeği, bir iletişim aracı, kullanışlı bir protokol sistemi ve davranışlar bütünü olarak tanımlamaktadır. Yemek hakkında sahip olunacak bilgi, ekonomik yapı, yemek üretimi tekniği ve toplumun zihin yapısının gözlemlenmesiyle elde edilebilir (Beardsworth ve Keil, 2011: 93). Bu durum yemeğin sosyolojik bir anlam taşıdığını ortaya koymaktadır. Bunu günlük öğünlerini yer sofrasında, çatal bıçak kullanımı olmadan tüketen bir ailenin, misafirine yüklediği özel kişi sıfatı ile kendine göre en değerli yiyeceğini daha konforlu bir yerde, çatal, bıçak kullanarak sunması yemeğin toplumsal anlamını ve sembolik değerini açıkça göstermektedir (Akarçay, 2016: 63).

Tarihsel süreç incelendiğinde, imparatorluk yönetimlerinin yemek kültürünü zenginleştirdiğini göstermiştir. Hatay'da Roma ve Bizans gibi önemli imparatorluklara ev sahipliği yapmasından dolayı bu uygarlıklardan izler taşıdığı görülmektedir. Bizans tarihçilerinin yazdıkları kitaplarda Bizanslıların üç öğün yemek yediklerini yazmıştır. Önce ordövr olarak mezeler ardından ana yemek olarak beyaz et veya kırmızı et son olarak da tatlı yenmekte olduğu bilinmektedir (Rice, 2002: 15). Günümüzde Hatay mutfağında mezelerin önemli bir yer tutması, bu tarihsel sürekliliğin bir göstergesi olarak değerlendirilebilir. Ayrıca çarşı fırınları gibi geleneksel üretim alanlarının kökeninin Roma dönemine kadar uzandığı bilinmektedir (Şavkay, 2007:127; Rice, 2002: 94). Kasaplar ile fırınların tek bir işletmede veya birbirlerine yakın bulunması, Hatay mutfak kültürünün ayırt edici özelliklerinden biri olarak öne çıkmaktadır. Bu işletmelerde tepsi kebabı, kâğıt kebabı, katıklı ve kaytaş böreği gibi geleneksel ürünler hazırlanmakta ve sunulmaktadır (Kaypak ve Uçar, 2018: 193).

Hatay Türkiye'nin gastronomi haritasında öne çıkan bir şehir olarak kendine özgü yemek kültürü ve çok kültürlü yapısıyla dikkat çekmektedir. Hatay gastronomisi üzerine yapılan çalışmalar incelendiğinde, ağırlıklı olarak mutfak kültürü (Güzel ve Kayıkçı, 2023; Kıran ve Kızılırmak, 2024; Kurtar ve Yılmaz, 2022; Öncel ve Boz, 2023; Öz, Sormaz, Nizamlıoğlu ve Akdağ, 2023), yemek çeşitliliği (Cömert, 2014; Iflazoğlu ve Sarper, 2021; Türk ve Şahin, 2004; Öney, Yılmaz, ve Güçlü, 2022) ve gastronomi turizmi potansiyeli (Çimen, Kılıç ve Baykal, 2016; Doğan ve Yılmaz, 2022; Karacaoğlu ve Cankül, 2023; Mutlu, 2024; Öz, Sormaz, Nizamlıoğlu, ve Akdağ, 2023; Tekeli ve Işık, 2025) üzerine yoğunlaştığı görülmektedir. Ancak gastronomik üretim sürecinin önemli aktörlerinden biri olan kasap işletmelerinin yeterince ele alınmadığı görülmektedir.

Bu araştırma, Hatay ilinin zengin kasap kültürünü gastronomi ve gastronomi turizmi bağlamında inceleyerek literatürdeki bu boşluğu doldurmayı amaçlamaktadır. Bu doğrultuda Hatay'da faaliyet gösteren kasap işletmelerinin tarihsel süreçteki değişimleri, diğer kasap işletmelerinden farklılıkları, çok kültürlü yapının etkisi ve ürün çeşitliliği analiz edilmektedir. Ayrıca kasap işletmecileri perspektifinden mesleğin sürdürülebilirliğine ilişkin değerlendirmeler sunularak, yerel üretim aktörleri odağında gastronomi literatürüne katkı sağlanması amaçlanmaktadır.

## **Kavramsal Çerçeve**

### **Hatay'ın Geleneksel Yemekleri ve Tarihsel Değerlendirme**

Hatay M.Ö. yüz binlerce yıl öncesi olan orta Paleolitik döneme uzanan geçmişi ile Türkiye'nin en eski yerleşim yerleri arasında gösterilebilir (Tekin ve İpek, 1996:28). Neolitik, Kalkolitik Dönem ve Tunç Çağından izler taşıyan Hatay'ın Antakya ilçesi, eski zamanlardan beri ilgi odağı olmuştur (Kara, 2005:2). Bu özelliği nedeniyle de birçok medeniyetten yeme içme alışkanlığı ve kültürünü aldığı söylenebilir. Hatay mutfağından ağırlıklı olarak Ortadoğu mutfağının özellikleri görülmektedir. Zengin flora ve fauna çeşitliliğiyle mutfak

kültürünü çeşitlendiren Hatay, Anadolu mutfağı ile yemek çeşidi olarak çok fazla benzerlik gösterdiği söylenebilir (Türk ve Şahin, 2004). Söz konusu bölgede hem toplu yemek yenen yerlerde yapılan yemekler hem de evlerde yapılan yemekler destinasyona turistik bir zenginlik katmaktadır. Yemekler, üretim şekilleri, lezzetleri ve sunumlarıyla turistleri kendisine çekmektedir. Bu lezzetlere örnek olarak; Hatay Usulü Kâğıt Kebabı, Hatay Usulü Oruk (İçli Köfte), Belen Tava, Tepsi Kebabı, Katıklı Ekmek, Biberli Ekmek, Ekşi Aşı, Kaytaç Böreği, Zahter Salatası, Humus, Muhammara, Künefe, Mütebbel, Antakya Kömbesi, Kireçte Kabak verilebilir (Onur, 2021:155). Benzer çalışmalar, bir bölgenin yerel yemeklerinin toplu olarak tüketilmesi, bölge kültürü hakkında fikir sahibi olunması ve sosyalleşme aracı olarak kullanıldığını göstermiştir (Bessière, 1998; Kaypak ve Uçar, 2018; Mitchell ve Hall, 2004; Son ve Xu, 2013;). Akdağ vd., (2015) yaptıkları çalışmada turistlerin seyahatlerindeki motivasyonların “kültürel ve tarihi eserler hakkında bilgi edinmek”, “rahatlama ve dinlenmek”, “yeme içme” başlıkları altında toplandığını belirlemişlerdir. Bu durumun yöresel yiyeceklerin destinasyon imajı için önemli bir yeri olduğu söylenebilir.

Hatay mutfağı Akdeniz’in zenginliğini, Levanten etkilerini ve yüzyıllardır bir arada yaşayan farklı etnik grupların ve dini inanışların lezzet mirasını ortaya çıkaran çok katmanlı bir yapıya sahiptir (Çalışkan, 2013:41). Bu zengin mutfak geleneğinin önemli bir parçası da kasaplarda hazırlanan yemeklerdir. Hatay’daki pek çok kasap, yalnızca et satışı değil, aynı zamanda geleneksel yöntemlerle pişirme hizmeti de sunmakta ve böylece hem yemek üreticisi hem de gastronomi taşıyıcısı rolünü üstlenmektedir. Hatay’daki kasap kültürü sadece yemek üretimi değil aynı zamanda kültürel hafızanın yaşatılması açısından önemlidir. Yemeğin hazırlanma sürecine kasabın müdahil olması, tazelik ve lezzet güvencesi sağlamaktadır. Ayrıca bu uygulama bölgeye gelen turistler için otantik bir deneyim sunarak gastronomi turizmine katkı sağlamaktadır. Kasaplarda hazırlanan yemekler yalnızca gıda olarak değil, aynı zamanda Hatay’ın kimliği ve misafirperverliği ile özdeşleşmiş sosyo-kültürel birer simgedir (Şahin, 2022: 128). Buradan yola çıkarak bu geleneğin belgelenmesi, korunması ve tanıtılması büyük önem arz etmektedir.

Çeşitliliğin korunması, kontrol altına alınabilmesi ve uluslararası düzeyde bilinirliğinin artırılması için coğrafi işaret alınması gerekmektedir. Bu işaretlemelerin, ürünün standardının belirlenerek kalitesini korumasını, usulsüz üretimin denetlenmesini, geleneksel üretim yöntemlerinin saklanması ve kökeninin bilinmesi gibi çeşitli avantajlar sağladığı bilinmektedir (Birdir, Nurhat ve Birdir, 2018:360). Coğrafi işaret, tüketicilere kullandıkları ürünün sahip olduğu coğrafi özellik, ürün kaynağı ve karakteristik özellikleri arasındaki ilişkinin düzeyini belirterek ürünün kalitesini ortaya koymak için kullanılan bir sistemdir. Ürünler menşe ve mahreç olarak iki şekilde tescil edilmektedir. Eğer ürünün tamamı veya esas özellikleri tek bir coğrafi bölgeye özgü ve beşerî bir ürüne menşe adı, eğer ürünün esas özelliklerinden en az birinin belirli bir coğrafi bölgeye özgü nitelik taşıyorsa mahreç işareti olarak adlandırılmaktadır (Turkpatent, 2025). Her yörenin, bölgenin ve ülkenin menşe ve mahreç işaretli ürünü bulunmaktadır (Çalışkan ve Koç, 2012:18). Hatay’da da buna benzer örneklerin bulunduğu söylenebilir. Türk Patent ve Marka Kurumu tarafından Hatay’a tescillenmiş birçok yiyecek bulunmaktadır. Tescil edilmiş bu yiyeceklerden, Antakya kâğıt kebabı, Belen tava, Hatay halavet kebabı ve Hatay tepsi kebabı Hatay’da kasaplarda sunulan başlıca ürünler olup, sadece kasap kültürüne ait 4 coğrafi işaretli yemeğin bu listede yer alması, bölgenin zengin yemek ve kasap kültürünü göstermektedir. Coğrafi işaret tescili, ürünlerin kalitesi ve üretim sürecindeki standartı sağlamaktadır. Bu ürünler aşağıdaki tabloda belirtilmiştir (Turkpatent, 2026):

**Tablo 1. Hatay İline Ait Tescilli Coğrafi İşaretli Ürünler**

Coğrafi İşaretin Adı	Türü	Aldığı Yıl	Coğrafi İşaretin Adı	Türü	Aldığı Yıl
Antakya Künefesi	Mahreç İşareti	2008	Hatay Humus	Mahreç İşareti	2024
Antakya Küflü Sürkü (Çökeleği)	Mahreç İşareti	2018	Hatay Taş Kadayıfı	Mahreç İşareti	2024
Antakya Sürkü (Antakya Çökeleği)	Mahreç İşareti	2018	Hatay Tandır Kahkesi	Mahreç İşareti	2024
Dört Yol Mandarini	Menşe Adı	2019	Hatay Tel Kadayıfı	Mahreç İşareti	2024
Antakya Kâğıt Kebabı	Mahreç İşareti	2020	Hatay Şiş Börek Çorbası	Mahreç İşareti	2024
Antakya Tuzlu Yoğurdu	Mahreç İşareti	2020	Hatay Tuzlu Yoğurt Çorbası	Mahreç İşareti	2024

Hatay Ceviz Reçeli	Mahreç İşareti	2021	Hatay Yaprak Sarması	Mahreç İşareti	2024
Antakya Künefelik Peyniri	Mahreç İşareti	2021	Hatay Zahter Salatası/Hatay Kekik Salatası	Mahreç İşareti	2024
Antakya Carra Peyniri	Menşe Adı	2021	Hatay Şeyh Mualla Yemeği	Mahreç İşareti	2024
Belen Kömürçukuru Pekmezi	Mahreç İşareti	2021	Hatay Ekşi Aşı	Mahreç İşareti	2025
Hatay Kabak Tatlısı	Mahreç İşareti	2021	Hatay Ali Nazik	Mahreç İşareti	2025
Kırıkhan Kavunu	Menşe Adı	2021	Hatay Aşur Yemeği	Mahreç İşareti	2025
Samandağı Biberi	Menşe Adı	2021	Hatay Bahtenis Dolması	Mahreç İşareti	2025
Hatay Kömbesi	Mahreç İşareti	2022	Hatay Barburi Üzümlü	Mahreç İşareti	2025
Hatay Kaytaç Böreği	Mahreç İşareti	2022	Hatay Fellah Köftesi	Mahreç İşareti	2025
Hatay Oruğu	Mahreç İşareti	2022	Antakya Sakal Kaldıran Tatlısı	Mahreç İşareti	2025
Kırıkhan Siyah Havucu	Menşe Adı	2022	Hatay Halavet Kebabı	Mahreç İşareti	2025
Altınöz Zeytinyağı	Mahreç İşareti	2023	Hatay Yoğurtlu Kebab	Mahreç İşareti	2025
Hatay Nar Ekşisi	Mahreç İşareti	2023	Hatay Tepsi Kebabı	Mahreç İşareti	2025
Hatay Halhalı Zeytini	Mahreç İşareti	2023	Hatay İspanaklı Börek	Mahreç İşareti	2025
Antakya Külçesi	Mahreç İşareti	2024	Hatay Pirzolalı Yaprak Sarması	Mahreç İşareti	2025
Antakya Simidi	Mahreç İşareti	2024	Hatay Zeytin Salatası	Mahreç İşareti	2025
Hatay Cevizli Biber/Hatay Muhammarası	Mahreç İşareti	2024	Kırıkhan Havucu	Mahreç İşareti	2025
Antakya Zılk Sarması	Mahreç İşareti	2024	Hatay Mahulta Çorbası	Mahreç İşareti	2025
Belen Tava	Mahreç İşareti	2024	Antakya Ekmek Oruğu / Antakya Fış Oruk	Mahreç İşareti	2025
Hatay Beyaz Balkabağı	Mahreç İşareti	2024	Hatay Haytalı	Mahreç İşareti	2026
Hatay Bakla Ezmesi	Mahreç İşareti	2024	Hatay Abugannuş	Mahreç İşareti	2026
Hatay Biber Salçası	Mahreç İşareti	2024	Hatay Haydari	Mahreç İşareti	2026
Hatay Peynirli İrmik Helvası	Mahreç İşareti	2024	Hatay Sarma İçi / Hatay Kısırı	Mahreç İşareti	2026
Hatay Tepsi Oruğu	Mahreç İşareti	2024			

Tablo 1’de görüldüğü üzere tescili alınan menşe ve mahreç işaretleri ürünlerin yakın tarihli olması son zamanlarda bu tarz uygulamalara olan önemin bölgede arttığını gösteriyor olabilir. Bir destinasyonu ziyaret eden turistler, gastronomi deneyimi açısından farklı mekânları tercih etmektedir. Turistik bölgelerin cazibesini artırmak ve ziyaretçilerin daha fazla zaman geçirmelerini sağlamak, turizm pazarlaması için önemli bir unsurdur. Bu doğrultuda, turistlerin bölgeyi tanımalarını ve harcama yapmalarını teşvik edebilmek için yeterince talep görmeyen turistik değerlerin ve aktivitelerin bir araya getirilerek görünür kılınması gerekmektedir. Böylelikle, potansiyel olarak ziyaret edilmeden geçilecek alanlar ilgi çekici hâle getirilerek turistlerin destinasyona yönlendirilmesi mümkün olabileceği düşünülmektedir (Kervankıran ve Çuhadar, 2014:578; Moulin ve Boniface, 2010:239).

### Hatay’ın Lezzet Coğrafyasında Kasap Kültürünün Yeri

Yöresel yiyecekler farklı kültürlerin etkileşimi sonucu ortaya çıkan ve buldukları destinasyonun tanıtımında önemli rol oynayan unsurlar olarak değerlendirilmektedir. Bu bağlamda Hatay sahip olduğu çok kültürlü yapısı sayesinde gastronomik zenginliğini bir tanıtım aracı olarak etkin biçimde kullanma potansiyeline sahip bölgelerden biri olarak öne çıkmaktadır (Akdağ ve Yetim, 2020: 71). Modernleşme sürecine rağmen geleneksel yapısını koruyan Hatay mutfağı geleneksel yapısını bozmadan varlığını sürdürdüğü gibi geleneklerini yemek kültürüne de aktararak geleneklerin sürdürülmesini sağlayan nadir mutfaklardandır. (Ray

ve Demirtaş, 2019: 26). Bu durum yemek yemenin bir ihtiyaçtan çok yaşam felsefesi olarak kabul edildiği Hatay'da, sahip olunan kültür, gelenekler ve çeşitli turizm olanakları ile bölge hem yerli hem de yabancı turistler için önemli bir cazibe merkezi haline gelmektedir (Güzel ve Önçel, 2018: 66).

Hatay mutfağında et ve sebze yemekleri önemli bir yer tutmakta olup, bazı geleneksel yemeklerin hazırlanması ve pişirilmesi için özel üretim süreçleri gerektirmektedir. Bu noktada kasap işletmeleri, yalnızca et temin eden birimler olmanın ötesinde gastronomik üretim sürecinin aktif bir parçası olarak öne çıkmaktadır. Örneğin kâğıt kebabı ele alındığında, hazırlığı evde de yapılabileceği gibi kasaplara kişi sayısı verilerek hazırlanabilmektedir. Mahalle kasapları hem eti hem et harcını hazırlamakla kalmayıp aynı zamanda kendi bünyelerinde bulunan fırınlarda veya çok yakın mahalle fırınlarına götürerek pişirimini yaptırmada rol oynamaktadırlar (Şahin, 2012: 10). Bu durum kasapların üretim sürecine doğrudan dahil olan çok işlevli yapısını ortaya koymaktadır. Esnaf olarak Hatay lezzet coğrafyasında kasapların, fırınların, tel kadayıf dükkanlarının ve tatlıcılarının çok önemli bir yeri vardır. Genel anlamda çarşı alanlarında toplanan kasaplar ve fırıncılar, birbirleriyle sürekli bir iş alışverişi içerisinde (Türk ve Şahin, 2004).

Bahsi geçen mahalle fırınları ise, geleneksel yapının korunduğu gündelik yaşamın ve aynı zamanda törensel faaliyetlerin ortasında bulunması ile önemli birer kültür araçlarıdır. Çoğunlukla dini bayramlarda geleneksel ürünlerin yapımı için bu fırınlar uzun saatler boyunca hizmet vererek bayram için Hatay'ın geleneksel ürünlerini üretmektedir (Türkan ve Gültutan, 2022: 70). Bu yönüyle fırınlar, gündelik yaşam ile törensel pratiklerin kesişim noktasında yer alan kültürel mekânlar olarak değerlendirilebilir. Hatay'a özgü olan kasap işletmeleri şehrin hemen hemen her mahallesinde yaygın olarak bulunmaktadır. Bölge halkının et ağırlıklı beslenme alışkanlıkları ve dışarıda yemek yeme kültürünün yaygınlığı bu işletmelere olan talebi artırmaktadır (Üççam Karagel ve Karagel, 2014:179). Hatay'a özgü tepsi kebabı ve kâğıt kebabı gibi ürünlerin yanı sıra künefe gibi yöresel tatlıların da bu işletmelerde sunulduğu görülmektedir (Nesipoğlu ve Doldur, 2019: 64). Bu çerçevede değerlendirildiğinde Hatay'daki kasap işletmelerinin yalnızca et satışı yapan ticari birimler olmadığı; aksine üretim, hazırlık ve sunum süreçlerinin bir parçası olarak bölgenin gastronomik kimliğinin oluşumunda ve sürdürülmesinde önemli roller üstlendikleri görülmektedir.

## Yöntem

Bu araştırmanın amacı Hatay ilinde faaliyet gösteren kasap işletmelerinin gastronomi kültürü içerisindeki yerini, tarihsel süreçteki değişimini ve gastronomi turizmi ile olan ilişkisini, kasap işletmecilerinin bakış açısıyla incelemektir. Bu doğrultuda çalışmada kasap kültürünün özgün yönleri, diğer işletmelerden farklılıkları, çok kültürlü yapının etkisi ve sürdürülebilirliği ile gastronomi turizmine katkılarını derinlemesine incelemek amacıyla keşifsel (exploratory) nitel araştırma yöntemi tercih edilmiştir. Nitel araştırmalar sosyal olguların anlamını, bağlamını ve derinliğini kavramaya yönelik esnek ve yorumlayıcı bir yaklaşım sunar (Baltacı, 2019: 370). Bu bağlamda çalışma, yerel gastronomik aktörlerden birisi olan kasap işletmecilerinin deneyimlerini, düşüncelerini ve pratiklerini anlamaya odaklanmaktadır.

Araştırmada veri toplama yöntemi olarak yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Görüşme soruları hazırlanırken konuyla ilgili Hatay gastronomi araştırmaları, kasap, kasaplık kültürü ve coğrafi işaretli ürünler üzerine literatür incelenmiştir. Araştırmanın amacı doğrultusunda hazırlanan görüşme formu, kapsam geçerliliğini sağlamak amacıyla alanında uzman üç akademisyenin görüşüne sunulmuş ve gerekli düzenlemeler yapıldıktan sonra sorulara son hali verilmiştir. Görüşmeler katılımcıların kendi işletmelerinde yüz yüze gerçekleştirilmiş, katılımcılara araştırmanın amacı açıklanmış, gizlilik ve gönüllülük esaslarına dayalı olarak ses kaydı alınmasına yönelik sözlü onamları alınmıştır. Görüşme formu toplam on bir (11) açık uçlu sorudan oluşmaktadır.

## Tablo 2. Görüşme Formunda Şeflere Sorulan Açık Uçlu Sorular

Soru 1: Hatay'daki kasaplar sizin için nasıl bir anlam ifade ediyor? (Hatay'da Kasap ne demektir? Hatay'daki kasapları Türkiye'nin diğer kasaplarından ayıran en önemli özellikler nelerdir?)
Soru 2: Hatay'daki kasaplarda sunulan yemekler nelerdir? Günümüzde (ya da zamanla kasaplarda yapılabilmeye yüz tutmuş yemekler nelerdir?)
Soru 3: Sizce Hatay'da zaman içerisinde kasap kültürü değişime uğradı mı, bu konuda ne düşünüyorsunuz? (Yemeklerin hazırlığı, pişirme, sunum şekli, ustalık, usta-çırak ilişkisi, esnaflık ve müşteri profili değişti mi? 20 sene ve daha öncesinde bu nasıldı?)
Soru 4: Hatay'daki çok kültürlülüğün kasap yemek kültürünü de etkilediğini düşünüyor musunuz?
Soru 5: Hatay'da kasaplar neden bir restoran işletmesi gibi çalışır? Bugün Hatay'daki kasap kültürü ile son yıllarda popüler olan Steak House'ları karşılaştırırsanız bu konuda neler söylersiniz?
Soru 6: Hatay'daki kasaplarda genel olarak gördüğünüz eksiklikler nelerdir? Bu konuda neler söylersiniz?

Soru 7: Hatay gastronomi turizminin gelişimi açısından Kasap'ları Hatay'ın önemli birer gastronomi elçisi olarak görüyor musunuz?

Soru 8: Hedef satış kitle (Yerli halk, Turist, Her İkisi) önceliğiniz kimdir ve bu konuda hangi pazarlama araçlarını (Tv, İnternet, Radyo vd.) kullanmaktasınız? İşletmenizi ziyaret eden müşterileriniz içerisindeki yerli halk ve turistlerin oranı yüzde kaçtır?

Soru 9: Hatay'ın gastronomi şehri olması ile birlikte işlerinizin açıldığını düşünüyor musunuz? Sizlerin Hatay'ın gastronomi şehri olması ile birlikte işinizde veya işyerinde yaptığınız değişiklik ve yenilikler oldu mu, bunlar nelerdir?

Soru 10: Turist ve müşterilerin işyerinize yönelik olumlu ve olumsuz eleştirileri neler olmuştur. Bu eleştirileri 3 olumlu 3 olumsuz kelimeyle ifade edebilir misiniz?

Soru 11: Kaç kuşaktır bu işi yapmaktasınız? Son olarak Hatay ilindeki kasap kültürünün sürdürülebilirliği/geleceği hususunda neler söylersiniz?

Diğer eklemek ve belirtilmek istediğiniz husus var mıdır?

Görüşmeler 2025 yılı Nisan–Haziran ayları arasında gerçekleştirilmiş olup her bir görüşme ortalama 30–50 dakika sürmüştür. Araştırma kapsamında Hatay ilinde (Antakya ve İskenderun) faaliyet gösteren 5 (beş) farklı kasap işletmesinin sahipleri ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Katılımcılar amaçlı örnekleme yöntemi ile belirlenmiş olup, araştırma konusu ile doğrudan ilişkili bilgiye sahip, en az 15 yıl mesleki deneyimi bulunan ve geleneksel üretim süreçlerine hâkim kişiler çalışmaya dahil edilmiştir. Nitel araştırmalarda örneklem büyüklüğüne ilişkin kesin sınırlar bulunmamakta (Kırlar Can, 2019:83) örneklem sayısından ziyade araştırma amacına uygun, derinlikli ve zengin veri elde edilmesi önem taşımaktadır (Baltacı, 2018). Bu doğrultuda, derinlemesine yapılan görüşmeler neticesinde ulaşılan katılımcı sayısı araştırmanın amacı kapsamında yeterli olarak kabul edilmiştir. Görüşmeler sırasında elde edilen verilerde tekrarların artması ve yeni bir kavramsal bilginin ortaya çıkmaması üzerine veri doygunluğuna ulaşıldığı değerlendirilmiş ve veri toplama süreci beşinci görüşmenin ardından sonlandırılmıştır. Özellikle son görüşmelerde elde edilen bulguların önceki görüşmelerle büyük ölçüde örtüştüğü gözlemlenmiştir.

Araştırmada veri derinliği, katılımcıların mesleki deneyimleri, aynı sektörde faaliyet göstermeleri ve görüşmelerin kapsamlı biçimde yürütülmesiyle sağlanırken; veri çeşitliliği ise Hatay'ın iki farklı ilçesinde faaliyet gösteren beş farklı kasap işletmecisinin araştırmaya dâhil edilmesiyle desteklenmiştir. Toplanan veriler, betimsel analiz ve içerik analizi yaklaşımlarından yararlanılarak çözümlenmiştir. Analiz sürecinde öncelikle ses kayıtları yazılı metne dönüştürülmüş ve araştırmacı tarafından ayrıntılı biçimde incelenmiştir. Daha sonra katılımcı ifadeleri, görüşme sorularının ortaya koyduğu tematik çerçeve doğrultusunda benzer içerik ve anlamlarına göre gruplandırılmış; bu süreç sonucunda dokuz ana tema ve üç alt tema belirlenmiş, bulgular bu temalar çerçevesinde sistematik olarak sunulmuştur. Betimsel analiz kapsamında veriler belirlenen temalara göre düzenlenirken, içerik analizi ile katılımcı görüşleri arasındaki benzerlik ve farklılıklar ortaya konularak yorumlanmıştır.

Araştırmanın geçerlilik ve güvenilirliğini sağlamak amacıyla çeşitli önlemler alınmıştır. İnanırcılığı artırmak için veri toplama ve analiz süreci sistematik bir şekilde yürütülmüş ve veriler bütüncül bir yaklaşımla değerlendirilmiştir. Aktarılabirlik kapsamında araştırma süreci, örneklem seçimi ve veri toplama aşamaları ayrıntılı biçimde açıklanmıştır. Katılımcıların aynı sektörde uzun yıllara dayanan deneyime sahip olmaları da araştırma kapsamında elde edilen verilerin derinliğini ve inandırıcılığını destekleyen önemli bir unsur olarak değerlendirilmiştir. Tutarlılığı sağlamak adına görüşmeler aynı soru formu kullanılarak gerçekleştirilmiş ve analiz süreci belirli aşamalar doğrultusunda yürütülmüştür. Doğrulanabilirlik için ise ses kayıtları ve araştırmacı notları analiz sürecinde referans olarak kullanılmıştır. Görüşmeler sırasında katılımcı cevapları teyit edilmiş, ses kayıtları yazılı metne dönüştürüldükten sonra veriler özetlenmiş ve gruplandırılmıştır. Ayrıca anlam kaymalarının önüne geçmek amacıyla analiz süreci bir uzman tarafından tekrar incelenerek kontrol edilmiştir. Araştırma süreci, veri toplama araçları ve analiz aşamaları ayrıntılı olarak raporlanmış; çalışma grubu ve araştırma bağlamı açık biçimde tanımlanarak araştırmanın geçerlilik ve güvenilirliği güçlendirilmeye çalışılmıştır.

## Bulgular

Bu bölümde Hatay'da faaliyet gösteren kasap işletmecileri ile gerçekleştirilen görüşmelerden elde edilen bulgular sunulmaktadır. Verilerin betimsel analizi sonucunda *kasap kültürü, ürün ve yemek çeşitliliği, değişim, çok kültürlü yapı, modern steakhouse'lar, gastronomi turizmi, müşteri profili, tanıtım faaliyetleri ve sürdürülebilirlik* gibi başlıklar altında çeşitli temalar belirlenmiştir. Elde edilen bulgular, bu temalar çerçevesinde değerlendirilmiştir.

### **Tema 1: Hatay’da kasap ve kasap kültürü**

Tüm katılımcılar ortak fikir olarak Hatay’daki kasap işletmelerinin, Türkiye’nin diğer bölgelerindeki kasaplardan farklı olarak sadece et satışı yapan yerler değil, aynı zamanda geleneksel yöntemlerle pişirme hizmeti sunan mekânlar olduklarını belirtmişlerdir. Ayrıca katılımcıların ifadelerine göre, Hatay’da kasaplar; tepsi kebabı, kâğıt kebabı, lahmacun, Belen tava gibi yöresel lezzetlerin üretiminden servisine kadar tüm süreci müşterilerin göz önünde gerçekleştirmektedir (K1-K2-K3-K4-K5). Bu durum, sadece ticari bir faaliyet değil, aynı zamanda kültürel miras aktarımı açısından da büyük önem taşımaktadır. Bunlara ek olarak K4 ve K5 Hatay’daki kendi işletmeleri de dahil olmak üzere bazı işletmelerde etin üretiminin çiftlikten başlayarak, kesim, parçalama ve pişirme süreçlerinin tek çatı altında yapıldığını ifade etmiştir. Bu yaklaşım, geleneksel bilgi aktarımını koruyan bir yapıya işaret etmektedir.

### **Tema 2: Ürün ve yemek çeşitliliği**

Yapılan görüşmede yer alan katılımcılara (K1-K2-K3-K4-K5) göre, Hatay kasaplarında sunulan başlıca yemekler şunlardır:

- Kâğıt kebabı
- Tepsi kebabı
- Lahmacun çeşitleri
- Belen tava
- Etli pide çeşitleri

K1 ve K5’in söylemlerine göre geçmişte yaygın olarak tüketilen bazı yemekler ise (örneğin et haşlama, kelle pişirme, halavet kebabı) günümüzde neredeyse tamamen unutulmuştur. Ancak tepsi ve kâğıt kebabı gibi temel ürünler olarak kabul edilebilecek yemekler, eski yöntemlerle hazırlanmaya devam etmektedir. Bu bulgu söz konusu yemeklerin yalnızca beslenme amacı taşımadığını, aynı zamanda Hatay mutfağının kültürel kimliğini yansıtan sembolik değerler taşıdığını göstermektedir.

### **Tema 3: Değişim: Teknolojik gelişmeler ve geleneksel yöntemler arasındaki denge**

Katılımcıların ifadelerine göre, kasaplarda teknolojik gelişmelere bağlı olarak araç/gereç kullanımında önemli değişiklikler olmuştur. K4’e göre ağaç tezgahların yerini plastik tezgahlar almıştır. Bunun nedeni bakteri üretimini engellemek ve ağaç tezgahlardan kopabilecek sivri parçaların et üzerinde görülebilmesi olarak belirtilmiştir. K1’e göre ise eskiden bıçak kullanımı çok fazla iken şimdi doğrama işlemleri makinelerde hızlı ve kolay bir şekilde yapıldığı belirtilmiş, bu makineleşme, yoğun olan işletmelerini rahatlatarak iş yükünü dengelemiş ve daha da çalışılabilir bir ortam oluştuğuna dikkat çekilmiştir. K2 ve K5 eskiden kıymaların zırh denilen uzun, ucu yuvarlak, kavisli bir yapıya sahip ağır bir bıçakla kıyıldığına değinmişlerdir. Zırh kıyması olarak adlandırılan bu işlem kıyma çekme makinelerinden sonra lezzeti aynı kalmış ancak zorluğundan dolayı her işletme tarafından kullanım sıklığı azalmıştır. Kıyma makinesinin çok da iyi bir alet olmadığını savunan K2 ve K5 makine içinde etin sıkıştırılarak ezildiği için zarar gördüğünü ve bu zararın pişirmeden sonra zırh kıymasına göre tadının daha lezzetsiz olduğunu söyleyerek düşüncelerini savunmuşlardır. K3 ise saklama koşullarındaki gelişmelere değinmiştir. Eskiden hayvanlar günlük gereksinime göre kesilip aynı gün içerisinde etlerin satışı yapıp bittiğini belirtmiştir. Soğuk hava depoları ve soğuk vitrinli dolapların yaygınlaşmasıyla etler uzun süre bekletilerek satışı yapılmaktadır. Bu durum K3’e göre etlerin daha düzenli, hijyenik, dinlenmiş bir şekilde satılmasına fırsat vermiştir. Literatüre bakıldığında etlerin dinlendirilmesi etin gevrekliğinin ve lezzetinin arttığı söylenmektedir (Kahraman ve Gürbüz, 2018:8). K3’ün bu görüşü belirtilen literatür çalışmasıyla da desteklenmektedir.

Ancak bütün katılımcılara göre (K1-K2-K3-K4-K5) pişirme yöntemleri büyük ölçüde geleneksel yapılarını korumuştur. Özellikle odun fırınlarının kullanılması, lezzetin muhafaza edilmesini sağlamıştır. Bu durum, modernleşmenin avantajlarından yararlanırken geleneksel tatların kaybolmadığını göstermektedir.

### **Tema 4: Çok kültürlülük ve kasap kültürü üzerindeki etkileri**

K2, K3, K4’e göre Hatay’daki çok kültürlü yapı, kasap kültürünü doğrudan şekillendirmemekte; aksine bölgede yerleşik olan fırın ve kasaplık pratikleri farklı kültürel gruplar tarafından benimsenerek ortak bir gastronomik yapı olarak görülmektedir. K1 ve K5 ise çok kültürlü yapının kasap kültürü üzerinde etkili olduğunu ve zamanla fırın ve kasap pratiklerinin yerleşik bir kültür haline geldiğini belirtmişlerdir. Bu bağlamda tüm katılımcılar çok kültürlü yapının mutfak kültürü üzerinde doğrudan ya da dolaylı etkiler yarattığı

konusunda hemfikirdir. Ayrıca katılımcılar dışarıdan gelen bireylerin Hatay mutfağına uyum sağladığını ve bu durumun burada kullanılan malzemelerin ve lezzetlerin güçlü karakterinden kaynaklandığını ifade etmişlerdir. Dolayısıyla Hatay mutfağının farklı kültürel etkilerle etkileşim içerisinde gelişen özgün bir yapıya sahip olduğu söylenebilir.

#### **Tema 5: Hatay Kasapları ve Modern Steakhouse'lar**

Görüşmelere katılan tüm kasap işletmecileri, steakhouse'lar ile kendilerini karşılaştırıldıklarında daha az lüks, daha fazla otantik deneyim sunduklarını dile getirmişlerdir. K3 ve K5 fiyatların çok yüksek olduğuna vurgu yaparak oraya ödeyecekleri bir porsiyonluk ücret ile kasaplarda dört kişilik bir ailenin rahatlıkla doyacağını dile getirmiştir. K2 ve K4 ise ürünlerine az miktarda fiyat farkı ekleyerek pişirim ve servis hizmeti verdiklerini dile getirmişlerdir. Katılımcı ifadelerine göre genel olarak Steakhouse'larda yüksek fiyatlar, süslü sunumlar ön plandayken; Hatay kasaplarında müşteri et seçiminde doğrudan müdahale edebilmekte, fiyatlar makul seviyelerde tutulmakta ve geleneksel lezzetlere sadık kalınmaktadır. Katılımcılar ortak fikir olarak kasap işletmelerinin daha uygun fiyatlı, her gelir düzeyine göre ürün satan işletmeler olduğunu, müşteri profilinin ise çoğunlukla orta ve düşük gelir seviyesine sahip yerel halkın oluşturduğunu belirtmişlerdir.

#### **Tema 6: Hatay kasap işletmeleri ve gastronomi turizmi gelişimi**

Katılımcıların görüşlerine göre gastronomi turizminin Hatay'daki kasap işletmelerine etkisi sınırlı ancak dikkat çekici bir nitelik taşımaktadır. K1 ve K2 UNESCO'nun "Gastronomi Şehri" unvanının ardından turist ilgisinde artış gözlemlendiğini ve bu artışın ağırlıklı olarak yerli turistlerden oluştuğunu belirtmiştir. Buna karşın diğer katılımcılar, söz konusu unvanın işletmelerine doğrudan bir etkisinin hissedilir derecede olmadığını ifade etmişlerdir. Katılımcıların hepsi, Hatay'a gelen yerli turistlerin genellikle otantik bir deneyim arayışı içinde olduğunu ve bu deneyimin kasap işletmelerinde en iyi şekilde yaşandığını ifade etmişlerdir. Genel değerlendirmede kasap işletmecileri turistlerin en çok tercih ettiği ürünlerin kâğıt kebabı, tepsi kebabı ve lahmacun olduğunu belirtmişlerdir. Özellikle K1, müşterilerinin büyük çoğunluğunun tepsi kebabını tercih ettiğini belirtmiştir. Katılımcıların büyük bir bölümü (K1-K2-K4-K5), kasap işletmelerinin gastronomi turizmine katkı sağladığını düşünmektedir. Katılımcıların genel değerlendirmelerine göre Hatay gastronomisinin bilinirliğinin artması ve sosyal medyanın etkin kullanımı, turistlerin yeni lezzetler arayışıyla kasap işletmelerini tercih etmelerine katkı sağlamaktadır.

#### **Tema 7: Kasap hedef müşteri kitlesi ve tanıtım faaliyetleri**

Katılımcı ifadelerine göre kasapların müşteri hedef kitlesi çoğunlukla yerel halktır. Hedef kitle olarak yerel halktan sonra yerli turistler gelmektedir. K3, K4 ve K5 ağırlıklı olarak sabit müşterisinin olduğunu ve yerel halk ağırlıklı bir müşteri profilinin olduğunu belirtmişlerdir. K1 ve K2 ise kendilerini tercih eden müşterinin yine ağırlıklı olarak yerel halk olmakla birlikte her 10 müşteriden 4'ünün de yerli turist olduğuna dikkat çekmiştir.

Tanıtım faaliyetleri açısından değerlendirildiğinde, tüm katılımcıların sosyal medyayı kullandığı ancak kullanım düzeylerinin farklılaştığı görülmektedir. K1 ve K2 sosyal medyayı yoğun bir şekilde kullanırken, K3, K4 ve K5 sosyal medyayı daha sınırlı düzeyde kullandığı anlaşılmaktadır. Bu bağlamda sosyal medyayı daha yoğun kullanan K1 ve K2'nin müşteri kitlesinde yerli turistlerin daha yüksek oranda yer alması dikkat çekmektedir. Bu durum, sosyal medya kullanımının işletmelerin turistik müşteri kitlesine ulaşmasında etkili bir araç olabileceğini göstermektedir. Katılımcılar sosyal medyayı daha çok yeni ürünlerin tanıtımı veya bilgi güncellemeleri için kullandıklarını belirtmişlerdir. Katılımcılar işletmelerin tanıtım faaliyetlerinde sosyal medya kullanımının yanı sıra en etkili yöntemin kulaktan kulağa iletişim olduğunu belirtmişlerdir. Kulaktan kulağa iletişimin, 1960'lı yıllardan beri tüketici davranışları üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu ifade edilmektedir (Bansal ve Voyer, 2000; Mangold, Miller ve Brockway, 1999; Silverman, 1997; Wirtz ve Chew, 2002). Bu yöntemin, firmaların kendi imkanları ile yürüttükleri tutundurma faaliyetlerine oranla daha güvenilir, objektif, dikkat çekici ve müşteri odaklı bir pazarlama aracı olduğu kabul edilmektedir (Bansal ve Voyer, 2000; Wirtz ve Chew, 2002). Bununla birlikte günümüzde ağızdan ağıza iletişimin elektronik versiyonu olan ve sosyal medya aracılığıyla gerçekleşen elektronik ağızdan ağıza iletişimin (e-WOM), tüketicilerin bilgi edinme ve karar verme süreçleri üzerinde etkili olduğu ifade edilmektedir (Hennig-Thurau vd., 2004).

#### **Tema 8: Kasap işletmelerinin geleceği ve sürdürülebilirlik sorunları**

Katılımcı görüşlerine göre kasap işletmeleri çeşitli sürdürülebilirlik sorunuyla karşı karşıyadır. Bu sorunlar üç temel başlık altında sıralanmıştır:

### **Alt Tema 8.1: Usta-çırak sisteminin zayıflaması**

K2, K3 ve K5 kasaplık mesleğinin yoğun fiziksel emek gerektirmesi sebebiyle genç kuşağın bu mesleğe olan ilgisinin azaldığını ve bu durumun da geleneksel bilgi aktarımını olumsuz etkilediğini belirtmiştir. Katılımcılar çırak bulmanın giderek zorlaştığını ve mesleğe başlayan her 10 çıraktan ancak 1'inin uzun vadede işletme sahibi olabileceğini ifade etmiştir. Bu durum usta-çırak ilişkisine dayalı mesleki aktarımın günümüzde zayıfladığını göstermektedir.

### **Alt Tema 8.2: Rekabet ve ekonomik zorluklar**

K4 ve K5'in en çok değindiği konu büyük market zincirleriyle rekabet etmenin zorluğu ve yerel hayvan temininde yaşanan aksaklıklardır. K2 ve K3 ise canlı hayvan fiyatlarının sürekli artmasının küçük ölçekli işletmeleri olumsuz yönde etkilediğini vurgulamışlardır. Katılımcılar, artan maliyetler ve fiyat rekabeti karşısında zaman zaman zarar ettiklerini de ifade etmektedir. Bu durum, küçük işletmelerin ekonomik sürdürülebilirliğini tehdit eden önemli unsurlardan biri olarak görülmektedir.

### **Alt Tema 8.3: Turizm taleplerine uyum ve Sürdürülebilirlik**

Katılımcılar, geleneksel üretim yöntemlerini koruyarak turist beklentilerini karşılamanın önemli bir zorluk oluşturduğunu belirtmiştir. Özellikle turistlerin hijyen standartlarına daha fazla önem vermesi, bazı işletmeleri mekanlarını yenilemeye itse de bu durum bütçesi sınırlı olan küçük işletmeler için zorlayıcı olmaktadır. Katılımcılar, mesleğin geleceğine dair endişe taşıdıklarını ifade etmiştir. Nitelikli çırak ve personel eksikliği, sürdürülebilirlik açısından en önemli sorunlardan biri olarak öne çıkmaktadır. Genç kuşakların fiziksel çaba gerektiren işlere mesafeli yaklaşması, mesleki sürdürülebilirlik açısından tehdit olarak görülmektedir. Ayrıca K2, K3 ve K5, işletmelerin 4–5 kuşaktır faaliyet gösterdiğini ancak bu geleneğin gelecek nesillere aktarılmasının giderek zorlaştığını vurgulamışlardır.

Bu bağlamda, kasap işletmelerinin geleceği ve sürdürülebilirliği; artan maliyetler, rekabet baskısı, genç kuşağın mesleğe ilgisinin azalması ve değişen turizm taleplerine uyum gerekliliği gibi çok boyutlu sorunların etkisi altında şekillenmektedir.

### **Tema 9: Kasap işletmelerine yönelik olumlu ve olumsuz geri bildirimler**

Katılımcı ifadelerine göre kasap işletmelerine yönelik müşteri geri bildirimleri olumlu ve olumsuz olmak üzere iki temel başlık altında toplanmaktadır.

Katılımcılar müşterilerden en çok güler yüzlü hizmet, kişiye özel yaklaşım, etin lezzeti ve tazeliği ile ekonomik fiyatlar konusunda olumlu geri bildirim aldıklarını belirtmişlerdir. Ayrıca müşterilerin istekleri doğrultusunda yapılan düzenlemelerin, hizmetin kişiselleştirildiği algısını güçlendirdiği ifade edilmiştir.

Katılımcılara göre olumlu geri bildirimler şu başlıklarda toplanmaktadır:

- Güler yüzlü ve kişisel hizmet,
- Sunulan yemeklerin ekonomik olması,
- Etin lezzeti ve tazeliği.

Katılımcılar işletmelerin yoğun olması nedeniyle hizmette gecikmeler yaşandığını ve pişirme sürecinin her zaman kontrol altında tutulmadığını belirtmişlerdir. K3 ve K5 müşterilerin neredeyse sıfır yağ oranı ile et almak istediklerini belirtirken, K1, K2 ve K4 az yağlı et talebiyle karşılaştıklarını belirtmişlerdir. Katılımcılar, etin yapısından dolayı yağ oranını kontrol edemediklerinden müşterilerden olumsuz olarak geri bildirim aldıklarını dile getirmişlerdir. Katılımcılar, çalışanların yeterli deneyime sahip olmaması, işlerine yeterince özen göstermemesi ve hijyen ile müşteri ilişkileri konularında yetersiz kalmasının hizmet kalitesini olumsuz etkilediğini ifade etmişlerdir.

Katılımcılara göre, olumsuz geri bildirimler şu başlıklarda toplanmaktadır:

- Yağsız et taleplerinin tam olarak karşılanamaması,
- Yoğunluk nedeniyle hizmet ve pişirme sürecinde aksaklıklar
- Personelin niteliksel yetersizliği ve yaptığı işe yeteri kadar ilgi göstermemesi

Katılımcılar konuyla ilgili diğer/başka bir husus eklemesinde bulunmamışlardır.

## **Sonuç ve Tartışma**

Hatay'daki kasap işletmelerinin yalnızca et satışının yapıldığı ticari mekânlar olmanın ötesinde, kentin kültürel mirasını yaşatan gastronomik mekânlar olduğu görülmüştür. Katılımcıların ifadeleri, kasapların tepsi kebabı, kâğıt kebabı, lahmacun ve Belen tava gibi bölgeye özgü yemeklerin hazırlanmasında ve sunumunda aktif rol üstlendiklerini göstermektedir. Yemek, sadece beslenme ihtiyacını karşılamakla kalmaz; aynı zamanda kültürel kimliğin yansıtıldığı güçlü bir iletişim aracıdır (Macit ve Kıran, 2024: 99). Bu bağlamda kasap işletmeleri, kültürel değerlerin aktarımında önemli bir işlev üstlenmektedir. Menü çeşitliliğinde bazı geleneksel yemeklerin unutulmaya yüz tutmuş olması, gastronomik mirasın sürekliliği açısından bir risk oluştururken, temel ürünlerin hâlen geleneksel yöntemlerle hazırlanması, yerel mutfağın özgünlüğünü koruduğunu işaret etmektedir.

Teknolojik gelişmelerin sağladığı kolaylıklar, kasap işletmelerinde hijyen ve iş gücü açısından modernleşmeyi desteklemektedir. Bununla birlikte özellikle odun fırını gibi geleneksel pişirme yöntemlerinin korunması, modernleşme ile gelenek arasında dengeli bir ilişkinin sürdürüldüğünü göstermektedir. Bu bağlamda, teknolojik gelişmelerin kolaylaştırıcı yönleri benimsenirken, lezzet ve kimlik açısından belirleyici olan geleneksel pratiklerin kaybolmadığı görülmektedir. Ancak bazı katılımcılar, kıyma makinelerinin zırah kıymasına göre lezzet farklılıkları yarattığını ifade ederek modern ekipmanların gastronomik kalite üzerindeki etkilerinin tartışılmalı olabileceğine işaret etmektedir.

Hatay'ın çok kültürlü yapısının kasap kültürü üzerindeki etkilerine dair farklı görüşler bulunmakla birlikte, genel kanı mutfağın tarihsel olarak çok kültürlü bir yapıya sahip olduğu ve bu durumun kasap işletmelerinin sunduğu ürünlere yansıdığı anlaşılmaktadır. Kasap işletmeleri uygun fiyatlı ve otantik yapılarıyla geniş bir müşteri kitlesine hitap etmekte; yerel halk için günlük yaşamın bir parçası, turistler için ise özgün bir gastronomik deneyim sunmaktadır. Bu durum, kasap işletmelerinin gastronomi turizmi açısından önemli bir potansiyele sahip olduğunu göstermektedir. Özellikle gastronomi turizminin daha da gelişmesiyle birlikte kasap işletmeleri, turistlerin bölge mutfağını deneyimlemeleri için cazip mekânlar haline gelecektir. Bu durum turist çekme potansiyelinin yüksek olacağını göstermektedir.

Online platformlarda yer alan kullanıcı yorumları da kasap işletmelerine yönelik lezzet ve fiyat memnuniyetini desteklemektedir. Bu durum elektronik ağızdan ağıza iletişimin (e-WOM) bölgenin gastronomi turizmi açısından görünürlüğünü artırdığını göstermektedir. Bununla birlikte, pazarlama faaliyetlerinde kulaktan kulağa iletişimin hâlen önemli bir rol oynadığı, ancak sosyal medyanın daha geniş kitlelere ulaşma açısından etkili bir araç olduğu anlaşılmaktadır. E-WOM olarak adlandırılan elektronik ağızdan ağıza pazarlama da dikkate alınması gereken bir pazarlama aracı olup işletmelerin online misafir yorumlarını dikkate alması ve takip etmesi önem arz etmektedir. Bu noktada eski zamanlarda çeyiz, alışveriş vb. amaçlarla çarşıya giden yerli halkın daha ziyade ekonomik ve lezzet seçeneği olarak hizmet aldığı kasaplar günümüzde yerel turistin de uğrak noktası haline gelmiştir. Lakin 06 Şubat 2023'te yaşanmış olan Kahramanmaraş Pazarcık depremi yerel turistin bölgeyi ziyareti açısından bugün önemli bir kısıt oluşturmuştur.

Bu sebeptendir ki katılımcıların büyük bölümü hedef kitlesinin yerel halk olduğuna vurgu yapmış, ancak turizm faaliyetleriyle birlikte yerel turistlerin de müşteri profiline dâhil olduğunu ifade etmişlerdir.

Öte yandan, kasap işletmelerinin sürdürülebilirlik konusunda çeşitli zorluklarla karşı karşıya olduğu görülmektedir. Usta-çırak sisteminin günümüzde zayıflaması, genç kuşakların kasaplık mesleğine olan ilgisizliği ve büyük market zincirleriyle rekabet gibi sorunlar, mesleğin devamlılığı açısından önemli riskler oluşturmaktadır. Bunun yanı sıra turistlerin hijyen ve modern mekân beklentileri, küçük işletmeler için ek bir baskı unsuru yaratmaktadır. Bu durum kasap işletmelerinin sürdürülebilirliğinin ekonomik, kültürel ve yapısal faktörlerin etkileşimiyle şekillendiğini göstermektedir.

Müşteri geri bildirimleri açısından ise kasapların sunduğu güler yüzlü hizmet, yemeklerin uygun ve ekonomik fiyatlara sahip olması ile etin tazeliği olumlu unsurlar olarak öne çıkarken; yoğunluktan kaynaklanan servis gecikmeleri, yağ oranına ilişkin et taleplerinin karşılanamaması ve personel yetersizliği olumsuz geri bildirimler arasında yer almaktadır. Bu durum kasap işletmelerinin müşteri odaklı yapısını korumasına rağmen, sürdürülebilirlik açısından kurumsallaşma ve nitelikli personel yetiştirme gibi alanlarda geliştirilmesi gereken yönleri olduğunu göstermektedir.

## **Teorik Çıkarımlar**

Bu çalışma, Hatay'daki kasap işletmelerinin yalnızca et satışı yapan ticari mekânlar olmanın ötesinde, kentin kültürel mirasının korunması ve gastronomi turizmine katkı sağlaması bakımından önemli aktörler olduğunu

ortaya koymaktadır. Kasap işletmeleri, geleneksel yemeklerin üretim ve sunum süreçlerinde üstlendikleri rol sayesinde hem yerel halk hem de yerel turistler için özgün bir gastronomik deneyim sunmaktadır. Ayrıca modernleşme ile geleneksel üretim pratiklerinin birlikte sürdürüldüğü görülmektedir.

Hatay mutfağının özgünlüğünü korumasında Hatay’da kasap işletmelerinin önemli bir temsilci olarak görüldüğü, bölgenin gastronomik kimliğinin canlılığını sürdürmesine katkı sağladığı ifade edilebilir. Bu yönüyle gastronomi turizmi ve kültürel mirasın korunmasına ilişkin literatürde yer alan “yerel aktörlerin rolü” yaklaşımını desteklemekte ve genişletmektedir. Özellikle kasap işletmelerinin yalnızca bir tedarik zinciri unsuru değil, aynı zamanda gastronomik deneyimin üreticisi ve kültürel taşıyıcısı olarak konumlandığı görülmüştür. Bu durum, gastronomi turizmine ilişkin mevcut teorik çerçevelerde genellikle arka planda kalan meslek gruplarının daha merkezi bir rol üstlenebileceğini ortaya koymaktadır (Çalhan, Yatkın ve Köse, 2019; Gülenç Birsen ve Dinç , 2018; Karşı ve Candemir, 2022; Kayacan, 2022; Kılıç ve Gönenç Güler, 2022; Kızıldemir ve Şimşek, 2021). Bu çalışmalardan yola çıkarak elde edilen bulgular, modernleşme ve geleneksellik arasındaki ilişkinin ikili bir karşılık yerine birlikte var olabilen bir yapı sergilediğini göstermektedir. Bu yönüyle çalışma, gastronomik üretim süreçlerinde hibritleşme (geleneksel ve modern unsurların birlikte kullanımı) yaklaşımına ampirik katkı sunmaktadır.

### **Pratik Çıkarımlar**

Hatay kasap işletmelerinin çeşitli zorluklarla karşı karşıya olduğu görülmüştür. Özellikle usta-çırak sisteminin zayıflaması, genç kuşakların mesleğe ilgisizliği ve büyük market zincirleriyle yaşanan rekabet vb. durumlar kasap işletmelerinin sürdürülebilirliği açısından riskler oluşturmaktadır. Ayrıca müşteri beklentilerinin değişmesi ve nitelikli personel eksikliği, hizmet kalitesinin sürdürülebilirliğini zorlaştırmaktadır.

Araştırma bulguları, kasap işletmelerinin sürdürülebilirliğini sağlamak ve gastronomi turizmine katkılarını artırmak için çeşitli uygulamaya dönük öneriler sunulmaktadır. Usta-çırak sisteminin zayıflaması, mesleki bilginin aktarımı ve kültürel sürdürülebilirlik arasındaki ilişkiye dair yeni araştırma alanları açmaktadır. Öncelikle, usta-çırak sisteminin güçlendirilmesine yönelik politikalar geliştirilmesi ve genç kuşakların mesleğe yönlendirilmesi önem taşımaktadır. Bu kapsamda meslek liseleri, aşçılık ve gastronomi bölümlerinde kasaplık mesleğine yönelik eğitim modüllerinin oluşturulması faydalı olabilir. Bunun yanı sıra işletmelerin sosyal medyayı daha etkin kullanmaları, yerel gastronomi rotalarına dâhil edilmeleri ve online yorumları takip ederek iyileştirici önlemler almaları, kasap işletmelerinin daha geniş kitlelere ulaşmalarını sağlayacaktır. Hijyen standartlarının yükseltilmesi ve mekânsal düzenlemelerin modern müşteri beklentilerine uygun hale getirilmesi ise özellikle turistik talep açısından kritik bir gereklilik olarak öne çıkmaktadır.

Ayrıca yerel üreticilerle iş birliklerinin artırılması, maliyetlerin azaltılması ve sürdürülebilirliğin desteklenmesi açısından önemlidir. Bununla birlikte geleneksel üretim yöntemlerinin korunmasına yönelik farkındalık oluşturulması ve bu konuda hem üretici hem de tüketici düzeyinde bilinç artırıcı çalışmalar yapılması önerilmektedir. Sonuç olarak Hatay’daki kasap işletmeleri gastronomik kimliğin korunmasında önemli bir rol üstlenmekte; ancak bu rolün sürdürülebilirliği için hem yapısal hem de sektörel desteklere ihtiyaç duyulmaktadır.

### **Sınırlılıklar ve Gelecek Çalışmalar İçin Öneriler**

Bu araştırma bazı sınırlılıklar içermektedir. Öncelikle çalışma, Hatay ilinde faaliyet gösteren sınırlı sayıda kasap işletmecisi ile gerçekleştirilmiş olup elde edilen bulgular belirli belirli bir coğrafi, sektörel ve örneklem bağlamıyla sınırlıdır. Ayrıca verilerin belirli bir zaman diliminde toplanmış olması, bölgenin dinamik yapısı ve özellikle 06 Şubat 2023 depremleri sonrası değişen sosyo-ekonomik koşullar dikkate alındığında bulguların zaman içerisindeki değişimi tam olarak yansıtamamasına neden olabilir. Bu durum, araştırma bulgularının kapsamını ve genellenebilirliğini sınırlayan önemli birer unsur olarak değerlendirilmektedir. Gelecek çalışmaların farklı paydaş gruplarını (tüketici, turist, kültür araştırmacıları ve diğer gastronomi paydaşları) kapsayacak şekilde genişleterek araştırmalarını yürütmeleri önerilmektedir.

**Etik Beyan:** Bu çalışmada kullanılan ölçek için İskenderun Teknik Üniversitesi Etik Kurulu’ndan 26/01/2021 tarihli ve 13 nolu toplantısında 63 sıra sayılı kararı ile izin alınmıştır. Aksi bir durumun tespiti halinde Journal of Gastronomy Hospitality and Travel (JOGHAT) Dergisinin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk çalışmanın yazar (lar) ına aittir.

**Yazar Katkı Beyanı:** 1. Yazarın katkı oranı %50, 2. Yazarın katkı oranı ise %50’dir.

**Çıkar Beyanı:** Yazarlar arasında çıkar çatışması yoktur.

## Kaynakça

- Akarçay, E. (2016). *Beslencenin sosyolojisi: Orta sınıf(lar)ın yeme içme ve eğlence örüntüleri*. Phoenix Yayınevi.
- Akdağ, G., ve Yetim, A. (2020). Hatay Yayladağı'nda farklı bir lezzet olarak lokum: Bir sözlü tarih çalışması. *Turizm Ekonomi ve İşletme Araştırmaları Dergisi*, 71–78.
- Akdağ, G., Akgündüz, Y., Benli, S., ve Güler, O. (2015). Bir seyahat motivasyon aracı olarak gastronomi: Hatay'ı ziyaret eden yerli turistlerin seyahat motivasyonları, yiyecek-içecek deneyimleri ve seyahat memnuniyetleri üzerine bir araştırma. *1. Eurisia International Tourism Congress: Current Issues, Trends and Indicators* içinde (ss. 448–464). Konya.
- Baltacı, A. (2018). Nitel araştırmalarda örnekleme yöntemleri ve örnek hacmi sorunsalı üzerine kavramsal bir inceleme. *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(1), 231–274
- Baltacı, A. (2019). Nitel araştırma süreci: Nitel bir araştırma nasıl yapılır? *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 368–388.
- Bansal, H. S. and Voyer, P. A. (2000). Word-of-mouth processes within a services purchase decision context. *Journal of Service Research*, 166–177.
- Barthes, R. (2023). *Çağdaş söylenler*. Metis Yayınları.
- Beardsworth, A. and Keil, T. (2011). *Yemek ve toplum çalışmasına bir davet: Yemek sosyolojisi*. Phoenix Yayınevi.
- Bessière, J. (1998). Local development and heritage: Traditional food and cuisine as tourist attractions in rural areas. *Sociologia Ruralis*, 21–34.
- Beşirli, H. (2021). *Yemek sosyolojisi: Yiyeceklere ve mutfığa sosyolojik bakış*. Phoenix Yayınevi.
- Birdir, S., Nurhat, İ. ve Birdir, K. (2018). Hatay yöresel mutfağının coğrafi işaret potansiyeli üzerine bir değerlendirme. *Uluslararası Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu* içinde (ss. 358–369). Hatay.
- Cömert, M. (2014). Turizm pazarlamasında yöresel mutfakların önemi ve Hatay mutfağı örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 64–70.
- Çalhan, Ö., Yatkın, Ö. ve Köse, Z. C. (2019). Gastronomi sektöründe sivil toplum örgütlerinin rolü: TAŞPAKON örneği. *Uluslararası Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 23–27.
- Çalışkan, O. (2013). Destinasyon rekabetçiliği ve seyahat motivasyonu bakımından gastronomik kimlik. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 39–52.
- Çalışkan, V. ve Koç, H. (2012). Türkiye'de coğrafi işaretleri dağılım özelliklerinin ve işaret potansiyelinin değerlendirilmesi. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 193–214.
- Çimen, H., Kılıç, A. ve Baykal, D. (2016). Gastronomi turizmine yönelik ilgi ve Hatay mutfağının farkındalık düzeyi: Üniversite öğrencileri örneği. *Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi*, 103–114.
- Doğan, H., Dengiz, C. C. ve Doğan, M. Y. (2021). Factors in gastronomy tourism giving local foods a competitive advantage. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1–9.
- Doğan, M. ve Yılmaz, M. (2022). Hatay ilinin gastronomi turizmi gelişmişlik düzeyinin tespitine yönelik bir araştırma. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1146–1164.
- Gülenç Birsen, A. ve Dinç, A. (2018). Kırsal turizm planlaması kapsamında gastronomi turizminin değerlendirilmesi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 120–132.
- Güzel, M. O. ve Önçel, S. (2018). Destinasyonların çekicilik unsuru olmasında gastronomi turizminin rolü: Hatay mutfak kültürü üzerine bir araştırma. *International Gastronomy Tourism Studies Congress* içinde (ss. 64–78). Kocaeli Üniversitesi.
- Güzel, Y. ve Kayıkçı, S. (2023). Traditional foraged spice, sauce, and egg-painting plants of Hatay, Türkiye: Bringing the traditional into commerce. *ANADOLU Journal of Aegean Agricultural Research Institute*, 237–258.

- Hennig-Thurau, T., Gwinner, K. P., Walsh, G. and Gremler, D. D. (2004). Electronic word-of-mouth via consumer-opinion platforms: What motivates consumers to articulate themselves on the internet? *Journal of Interactive Marketing*, 18(1), 38–52.
- Iflazoğlu, N. ve Sarper, F. (2021). Zahtar and its place in culinary culture: Sample of Hatay cuisine. *International Journal of Gastronomy and Food Science*.
- Kahraman, H. A. ve Gürbüz, Ü. (2018). Aging applications on beef meat. *MANAS Journal of Engineering*, 7–13.
- Kara, A. (2005). Antakya ve çevresi hakkında yapılan çalışmalar. *Türkiye Araştırmaları Literatür Dergisi*, 733–752.
- Karacaoğlu, S. ve Cankül, D. (2023). Turistlerin yerel mutfak tüketim değerinin tutum, destinasyon imajı ve davranışsal niyet üzerine etkileri: Hatay örneği. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 197–217.
- Karlı, C. ve Candemir, A. (2022). Gastronomi turizminin destinasyon markalaşması ve pazarlama faaliyetlerindeki önemi: İzmir ili örneği. *International Journal of Disciplines Economics and Administrative Sciences Studies*, 947–962.
- Kayacan, B. (2022). *Afyonkarahisar patatesli ekmeği, ekmeğin köyde ve yerel işletmelerde üretimi ile yerel piyasada satılan ekmeklerin bazı duyuşsal özelliklerinin incelenmesi* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyonkarahisar.
- Kaypak, Ş. ve Uçar, A. (2018). Antakya kentinin yemek kültürüne bakışı. *International Journal of Academic Value Studies*, 190–202.
- Kervankıran, İ. ve Çuhadar, M. (2014). Turizm rotalarının oluşturulmasında coğrafi bilgi sistemlerinin önemi. *III. Disiplinlerarası Turizm Araştırmaları Kongresi* içinde (ss. 576–589). Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi.
- Kılıç, B. ve Göneç Güler, E. (2022). Hatıra paranın gastronomi temalı yaratıcı kentlerin pazarlanmasındaki rolü: Gastronomi şehri Afyonkarahisar Türkiye örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 87–105.
- Kıran, E. ve Kızıllırmak, İ. (2024). Depremin Antakya mutfağındaki yerel yemek üretim süreçlerine etkisi ve beklenen etkiler. *Journal of Global Tourism and Technology Research*, 129–140.
- Kırlar Can, B. (2019). *Turistlerin terör riski ile başa çıkma davranışları ve seyahat uyarılarına bakış açıları* [Yayımlanmamış doktora tezi]. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Kızıldemir, Ö. ve Şimşek, E. (2021). Gastronomi turizmi kapsamında yöresel yemeklerin restoranlarda sunulması üzerine bir araştırma: Şarköy örneği. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 224–239.
- Kurtar, M. F. ve Yılmaz, İ. (2022). Geleneksel Hatay mutfağı ve modern Hatay mutfağının değişiminin incelenmesi. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 932–944.
- Macit, N. ve Kıran, Ö. (2024). Yemek ve toplum: Kültür, kimlik ve eşitsizlikler. *Olgu Sosyoloji Dergisi*, 97–106.
- Mangold, W. G., Miller, F. and Brockway, G. R. (1999). Word-of-mouth communication in the service marketplace. *Journal of Services Marketing*, 73–89.
- Mitchell, R. and Hall, C. M. (2004). Consuming tourists: Food tourism consumer behaviour. Amsterdam.
- Moulin, C. and Boniface, P. (2010). Routeing heritage for tourism: Making heritage and cultural tourism networks for socio-economic development. *International Journal of Heritage Studies*, 237–248.
- Mutlu, A. (2024). Gastronomi kenti/şehri konulu makalelerin MAXQDA ile bibliyometrik analizi. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 169–188.
- Nesipoğlu, Ö. ve Doldur, H. (2019). *Antakya şehrinde rekreasyonel faaliyetlerin dağılışı* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Onur, N. (2021). Gastronomi turizmi ve Hatay lezzet rotası. *Turizm Ekonomi ve İşletme Araştırmaları Dergisi*, 150–162.

- Önçel, S. ve Boz, H. (2023). Türk mutfağında yemek kültürü ve yemek ritüelleri üzerine bir araştırma: İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü web siteleri örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1043–1059.
- Öney, B., Yılmaz, S. ve Güçlü, D. (2022). Nutrient retention in popular dishes based on Google Trends data in Hatay cuisine. *Nutrición Hospitalaria*, 617–625.
- Öz, H., Sormaz, Ü., Nizamlıoğlu, H. ve Akdağ, G. (2023). Hatay ilinin gastronomi turizm potansiyelinin SWOT analizi ile değerlendirilmesi. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 95–107.
- Ray, U. C. and Demirtaş, N. (2019). Hatay mutfağı yöresel yemeklerinin turizm işletme belgeli lokanta mönülerinde kullanımı: Antakya örneği. *III. Uluslararası Eğitim Bilimleri ve Sosyal Bilimler Sempozyumu* içinde (ss. 25–27). Nevşehir.
- Rice, T. T. (2002). *Bizans'ta günlük yaşam*. Ankara: Özne Yayınları.
- Silverman, G. (1997). How to harness the awesome power of word of mouth. *Journal of Direct Marketing*, 32–37.
- Son, A. and Xu, H. (2013). Religious food as a tourism attraction: The roles of Buddhist temple food in Western tourist experience. *Journal of Heritage Tourism*, 248–258.
- Şahin, K. (2012). *Hatay mutfak kültürü ve yemekleri*. Ankara: Pozitif Matbaa.
- Şahin, K. (2022). Musevilerin yılbaşı bayramına simgesel bir yaklaşım: Antakya'da Roş Aşana. *Uluslararası İnsan Çalışmaları Dergisi*, 122–139.
- Şavkay, T. (2007). *Osmanlı mutfağı*. İstanbul: Şekerbank.
- Şahin, K. (2003). *Antakya geleneksel yemek kültürünün beslenme antropolojisi açısından incelenmesi* [Yayımlanmamış Yüksek lisans tezi]. Mustafa Kemal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Hatay.
- Tekeli, E. ve Işık, G. (2025). 6 Şubat depremleri sonrası “değer” yönelimli bir toplumsal hareket: “Hatay Gönül Mutfağı”. *Kastamonu İletişim Araştırmaları Dergisi*, 1–22.
- Tekin, M. ve İpek, S.A. (1996). Altınözü'nden Hassa'ya Hatay mutfağında bir gezinti. *II. Hatay Mutfağı Sempozyumu Bildirileri* içinde (ss. 25–32). Hatay: Hatay Folklor Araştırmaları Derneği.
- Turkpatent. (2025). *Coğrafi işaret nedir?*, <https://ci.turkpatent.gov.tr/sayfa/co%C4%9Frafi-i%C5%9Faret-nedir> (Erişim tarihi: 1 Eylül 2025)
- Turkpatent. (2026). *Hatay*, <https://ci.turkpatent.gov.tr/cograf-iisaretler/liste?il=31> (Erişim tarihi: 25 Nisan 2026)
- Türk, H. ve Şahin, K. (2004). Antakya geleneksel yemek kültürü. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(2), 115–132
- Türkan, H. K. ve Gültutan, A. (2022). Sosyo-kültürel bağlamda geleneksel mahalle fırıncılığı: Eski Antakya örneği. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 67–82.
- Üçeçam Karagel, D. ve Karagel, H. (2014). Tarihi bir ticaret merkezinin pazarlama coğrafyası kapsamında analizi: Uzunçarşılı (Antakya/Türkiye). *International Association of Social Science Research*, 166–184.
- Wirtz, J. and Chew, P. (2002). The effects of incentives, deal proneness, satisfaction and tie strength on word-of-mouth behaviour. *International Journal of Service Industry Management*, 141–162.