



Araştırma Makalesi (Research Article)

## Gastronomi festivalleri yerel mutfağı ne kadar yansıtıyor? Gastronomi festivallerine katılan turistlerin değerlendirmeleri

How do gastronomy festivals reflect local cuisine? Tourist assessments of gastronomy festivals

Sercan BENLİ<sup>1\*</sup> ( [orcid.org/0000-0002-5903-1122](https://orcid.org/0000-0002-5903-1122) )

<sup>1</sup>Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Seyahat-Turizm ve Eğlence Hizmetleri, Mersin, Türkiye

### Özet

**Amaç:** Bu çalışmanın amacı, gastronomi festivallerinin yerel mutfağı ne ölçüde yansıttığını katılımcı değerlendirmeleri üzerinden incelemek ve yerel mutfağın festivallerde daha doğru ve özgün biçimde temsil edilmesine yönelik öneriler geliştirmektir.

**Yöntem:** Nitel araştırma yaklaşımıyla tasarlanan çalışmada, gastronomi festivaline katılmış ve festival kapsamında sunulan yerel mutfağına ilişkin önceden bilgi ve deneyim sahibi olan 22 katılımcıyla yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Elde edilen veriler içerik analiziyile incelenmiş; katılımcı ifadeleri kodlanarak benzer içerikler tematik kategoriler altında sınıflandırılmıştır. Analiz sürecinde Scholar GPT-5.2 yapay zeka destekli analiz aracından yararlanılmıştır.

**Bulgular:** Katılımcılar gastronomi festivallerini; yöresel tatların tanıtılması, yerel ürün çeşitliliğinin görünür kılınması ve geleneksel tariflerin korunması açısından olumlu değerlendirmiştir. Bununla birlikte; organizasyonel düzensizlik, hijyen sorunları, festival temasından ve yerellikten uzaklaşma, fast-foodlaşma, ticarileşme, kalite ve lezzet düşüklüğü gibi unsurların yerel mutfağın temsilini zayıflattığı belirlenmiştir. Katılımcılar ayrıca yerel ustaların sürece daha aktif katılımı, yöresel yiyecek ve içeceklerin ön plana çıkarılması, bilgilendirici etkinliklerin artırılması ve fiyat-porsiyon dengesinin sağlanması gerektiğini belirtmiştir.

**Tartışma:** Bulgular, gastronomi festivallerinde yerel mutfağın temsilinin yalnızca sunulan yiyecek ve içeceklerle sınırlı olmadığını; organizasyon kalitesi, tematik tutarlılık, hijyen, hizmet, fiyatlandırma ve bilgilendirme süreçleriyle birlikte şekillendiğini göstermektedir. Bu nedenle festivallerin başarısı yalnızca ziyaretçi sayısı ve ekonomik katkı üzerinden değil, katılımcıların yerel mutfağın özgünlüğü ve temsil düzeyine ilişkin değerlendirmeleri üzerinden de ele alınmalıdır.

**Anahtar Kelimeler:** Gastronomi, Gastronomi Festivali, Yerel mutfak, Turist

### Abstract

**Purpose:** This study aims to examine the extent to which gastronomy festivals reflect local cuisine based on participant evaluations and to develop recommendations for representing local culinary culture more accurately and authentically at such events.

**Design/methodology/approach:** The study adopted a qualitative research design. Semi-structured interviews were conducted with 22 participants who had attended gastronomy festivals and had prior knowledge and experience of the local cuisine featured at those events. The data were analysed through content analysis. Participant statements were coded, and related codes were grouped under thematic categories. Scholar GPT-5.2 was used to support the analysis process.

**Results:** Participants evaluated gastronomy festivals positively in terms of promoting regional flavours, increasing the visibility of local product diversity, and preserving traditional recipes. However, organisational disorder, hygiene problems, deviation from the festival theme and local identity, fast-foodisation, commercialisation, and declines in food quality and taste were identified as factors that weakened the representation of local cuisine. Participants also emphasised the need for greater involvement of local culinary practitioners, stronger promotion of local food and beverages, more informative activities, and a fairer balance between prices and portion sizes.

**Discussion:** The findings indicate that the representation of local cuisine at gastronomy festivals is shaped not only by the food and beverages offered but also by organisational quality, thematic consistency, hygiene, service standards, pricing, and visitor information. Therefore, the success of gastronomy festivals should be assessed not only in terms of visitor numbers and economic contribution but also through participants' evaluations of the authenticity and representativeness of local cuisine.

**Keywords:** Gastronomy, Gastronomy Festival, Local Cuisine, Tourist

\* Sorumlu yazar: [sercanbenli@mersin.edu.tr](mailto:sercanbenli@mersin.edu.tr)

DOI: 10.33083/joghat.2026.643

## Giriş

Gastronomi, bir destinasyonun belirli bir turist grubuna tanıtılmasında ve turistlerin destinasyon seçim sürecinde önemli bir çekicilik unsurudur (López-Guzmán vd., 2017: 280). Öte yandan fizyolojik bir ihtiyaç olarak kabul edilen yemek yeme eylemi günümüzde rekreatif bir faaliyete dönüşmüş durumdadır. Bu nedenle günümüz insanı yeme-içme olgusuyla daha fazla ilgilidir. Yiyecek-içecek ile ilgili hemen her yerde karşımıza çıkan haberler, tanıtımlar, programlar ve düzenlenen etkinlikler bunun en büyük göstergesidir. Bu durum insanların yeme-içme odaklı seyahatler gerçekleştirmesine, dolayısıyla gastronomi turizminin ortaya çıkmasına zemin oluşturmaktadır (Gökdeniz vd., 2015: 15). Aslında gastronomi turizmi, yalnızca yiyecek tüketimiyle sınırlı kalmayan kapsamlı bir olgu olarak değerlendirilmektedir. Temel motivasyonu, belirli bir yemeğin veya mutfağın denenmesi amacıyla destinasyonları ziyaret etmek olan gastronomi turizmi, yerel ürünlerin ve yemeklerin destinasyon seçiminde belirleyici bir unsur haline gelmesini de sağlamaktadır (Işık, 2022: 47). Öyle ki günümüzde turistler, seyahat ettikleri destinasyonlarda yalnızca temel turistik faaliyetlere katılmakla kalmayıp, aynı zamanda bölgenin gastronomik mirasını keşfetme ve yöresel ürünleri tatma eğilimindedir (Şimşek ve Aytuğar, 2021: 111). Ayrıca gastronomi turizmi birçok insan açısından bölgenin sunabileceği en iyi yiyeceğin yenilmesi anlamına gelmektedir. Bunun yanı sıra gastronomi turizmi kapsamında çeşitli ürünler geliştirilmekte ve aktiviteler düzenlenmektedir (Akyürek ve Kutukız, 2020: 3321). Özellikle son yıllarda gastronomi turizmine yönelik ilginin artması, bireylerin yiyecek ve içecek temelli seyahatler gerçekleştirmesinde etkili bir motivasyon haline gelmiştir. Bu bağlamda, gastronomi festivalleri, belirli bir destinasyonu ziyaret eden gastro-turistlerin beklentilerini karşılamada önemli bir rol oynamaktadır (Keskin, 2021: 30). Dolayısıyla gastronomi festivalleri hem destinasyonların tanıtımına katkı sağlamakta hem de kültürel mirasın sürdürülebilirliğine destek olmaktadır (Richards, 2002). Öte yandan, yemek ve gastronomi temalı festivaller yerel değerlerin korunmasına ve gelecek nesillere aktarılmasına katkı sağlamakta, yerel halk ile ziyaretçiler arasındaki sosyo-kültürel ilişkilerde köprü işlevi görmektedir (Demir ve Dalgıç, 2022: 426).

Turistik ürünlerin giderek benzerlik göstermeye başladığı günümüz dünyasında, turistler farklı kültürleri deneyimleme arzusuyla yerel mutfığa ve kültürel değerlere yönelmektedir. Yerel gastronomi kaynakları, destinasyonların kimliğini şekillendiren ve bölgesel yaşam biçimlerinin anlaşılmasına katkı sağlayan en önemli unsurlardan biri olarak kabul edilmektedir (Buzcu ve Oğuz, 2019: 3141). Bu doğrultuda, gastronomi festivalleri yalnızca bölgesel mutfak kültürünü tanıtmakla kalmayıp, aynı zamanda yerel halk ile ziyaretçiler arasındaki etkileşimi artırarak, destinasyonların ekonomik ve sosyal gelişimine de katkı sağlamaktadır. Özellikle yemek festivalleri, kırsal bölgelerde ve düzenledikleri destinasyonlarda yarattıkları katma değer sayesinde turizmin önemli bir bileşeni haline gelmekte ve bu festivallere yönelik ilgi giderek artmaktadır (Tilki ve Yalçın, 2021: 6). Gastronomiye yönelik ilginin artmasıyla birlikte, turistlerin karar verme sürecinde gastronomi rotalarının, gastronomi müzelerinin ve yerel mutfak temelli festivallerin önemli belirleyiciler haline geldiği görülmektedir (Aslan, Akoğlu ve Şengül, 2021: 78).

Çeşitli festival türleri arasında gastronomi festivalleri, düzenlendiği bölgedeki turizmin gelişebilmesi için yoğun ilgi gören etkinliklerin başında gelmektedir. Son yıllarda yerel yönetimler destinasyonlarını tanıtmak ve pazarlamak amacıyla öncelikli olarak gastronomi festivallerine yönelmektedirler. Dolayısıyla yiyecek ve içecek temalı festivaller, özgünlük ve otantiklik unsurlarını vurgulayarak turistlere yeni ve egzotik destinasyonları keşfetme fırsatı sunmaktadır (Çetin, Demirel ve Çetin, 2019: 883). Bu yönüyle gastronomi festivalleri; insanlar, toplumlar, bölgeler ve hatta ülkeler arasında kültürel bir bağ oluşmasını sağlamaktadır. Kimileri için gastronomi; yenilebilir sanata atıfta bulunurken, kimileri için kültürel bir alan ya da ciddi bir disiplindir (Demir ve Dalgıç, 2022: 412). Gastronomi deneyimi yalnızca yiyecek ve içeceklerin tadılmasıyla sınırlı değildir. Bunun yanında gastronomi etkinliklerine ve çeşitli aktivitelere katılmak, üretim alanlarını ve gastronomi müzelerini ziyaret etmek, gastronomi tarihi, ürünler ve hasat süreçleri hakkında sohbetler gerçekleştirmek ile gastronomik yarışma ve gösterileri izlemek gibi çok yönlü faaliyetleri de kapsamaktadır. Bu faaliyetler ile destinasyonların zenginleştirilmesi gastro-turistlerin benzersiz bir deneyim yaşaması yolunda önemli katkı sağlayacaktır. Bu sayede turistler, seyahatlerini memnun bir şekilde tamamlayacak ve olumlu davranışlar sergileyebilecektir (Akyürek ve Kutukız, 2020: 3337). Yerel yemek festivallerine katılım motivasyonları ve seyahatleri süresince deneyimledikleri yerel gıdalara yönelik memnuniyet düzeyleri, turistlerin gelecekteki davranışsal niyetleri üzerinde doğrudan etkili olmaktadır. Öte yandan yemek festivalleri, bir destinasyona özgü yiyeceklerin ön plana çıkarıldığı, yemek ve gıda temalı etkinlikler içeren organizasyonlar olup, destinasyonun tanıtımına önemli katkılar sağlamaktadır (Erciyas ve Yılmaz, 2021: 92-93). Ayrıca; turistlerin destinasyon tercihlerinde imaj önemli bir faktör olarak öne çıkmakta, yerel yemek festivallerine katılım motivasyonları ve seyahatleri sırasında deneyimledikleri yerel gıdalara yönelik memnuniyet düzeyleri, gelecekteki davranışsal niyetlerini doğrudan etkilemektedir (Işık, 2022: 47).

Gastronomi festivalleri düzenlendiği bölgenin yöresel ürünlerini tanıtmak ve bu sayede bölgeye turist çekebilmek için sıklıkla tercih edilmektedir (Çaylak Dönmez ve Pehlivan, 2022: 124). Son yıllarda yerel yönetimler, destinasyonlarını tanıtmak ve pazarlamak amacıyla gastronomi festivallerine yönelmekte olup, bu festivaller aracılığıyla yiyecek ve içeceklerin özgünlüğü vurgulanarak turistlere yeni destinasyonları keşfetme fırsatı sunulmaktadır (Özbay ve Semint, 2020: 316). Bununla birlikte, festival organizasyonlarının başarısı ve sürdürülebilirliği açısından, etkinliklerin katılımcı beklentilerine uygun olması ve temada belirtilen yiyecek ve içeceklerin etkin şekilde sunulması büyük önem taşımaktadır. Aksi takdirde festivalin temel amacından saptığı söylenebilir (Ünlü ve Nizamlıoğlu, 2022: 69). Gastronomi festivalleri, bir bölgenin gelenek ve göreneklerini yaşatmayı, diğer topluluklar tarafından tanınmasını sağlamayı ve gelecek nesillere aktarmayı amaçlamaktadır. Ancak gastronomi festivallerinin yalnızca bir rekreasyon, eğlence ve müzik etkinliği olarak algılanması, bu organizasyonların asıl amacından uzaklaşmasına neden olmaktadır (Büyükşalvarcı ve Akkaya, 2018: 453). Bu durum, festivallerin düzenlenme biçimi ve içeriğinin yerel mutfağın özgünlüğünü ne derece yansıttığı konusunda tartışılabilir (Hall ve Sharples, 2008). Fakat bazı festivallerin ticari kaygılarla yerel mutfak kültürünü göz ardı etme riski taşıdığı ve bu durumun gastronomi festivallerinin özgünlüklerini sorgulamayı gerektirdiği belirtilmektedir (Bessière, 1998; Sims, 2009). Gastronomi etkinliklerinin niceliksel yoğunluğu, bu faaliyetlerin tamamının nitelikli olduğu anlamına gelmemektedir. Bunların farklı açılardan ele alınması, analiz edilmesi ve geliştirilmesi gereken noktalarının tespit edilerek nitelik açısından daha iyi hale dönüştürülmesi kritik bir konudur. Bu durum gastronomi etkinliklerinin başarısını doğrudan etkileyecektir (Akçay ve Yavuz, 2023). Dolayısıyla, düzenlenen festivalin başarısı ve sürekliliği için katılımcıların deneyimleri, düşünceleri ve değerlendirmeleri oldukça önemlidir (Çaylak Dönmez ve Pehlivan, 2022: 124). Belirtilen bu önemden hareketle çalışma, gastronomi festivallerinin yerel mutfağı ne ölçüde doğru yansıttığını, katılımcılara yerel mutfak unsurlarının ne düzeyde aktarıldığını ve gastronomi festivallerinde yerel mutfağın daha iyi ve doğru bir şekilde yansıtılabilmesi için neler yapılabileceğinin incelenmesi amaçlanmaktadır.

### **Kavramsal Çerçeve**

Gastronomi festivallerine yönelik akademik çalışmaların ziyaretçi, destinasyon, organizasyon ve yerel kalkınma odaklı farklı araştırma eksenlerinde yoğunlaştığı görülmektedir. Bu nedenle alan yazındaki çalışmalar; ziyaretçi memnuniyeti ve sadakati, katılım motivasyonları ve davranışsal niyetler, destinasyon imajı, kültürel ve ekonomik etkiler, örgütsel yapı ve hizmet kalitesi ile yerel işletmeler üzerindeki etkiler olmak üzere altı tematik başlık altında sınıflandırılmıştır. Bu sınıflandırma, gastronomi festivallerinin alan yazında hangi yönlerden ele alındığını sistematik biçimde ortaya koymak ve söz konusu boyutların yerel mutfağın temsiliyle olan ilişkisini belirlemek amacıyla yapılmıştır. Böylece mevcut çalışmaların ağırlıklı olarak ziyaretçi davranışları, destinasyon çıktıları ve organizasyonel etkiler üzerinde yoğunlaştığı; yerel mutfağın festival ortamında ne ölçüde ve nasıl temsil edildiğini katılımcı değerlendirmeleri üzerinden inceleyen çalışmaların ise sınırlı kaldığı gösterilmektedir. Bu tematik inceleme, araştırmanın alan yazındaki konumunun ve ele aldığı boşluğun açıklanmasına katkı sağlamaktadır.

### **Gastronomi Festivalleri, Ziyaretçi Memnuniyeti ve Sadakat**

Gastronomi festivallerinin ziyaretçi memnuniyeti ve sadakat üzerindeki etkilerini inceleyen çalışmalar, festival tercihlerini etkileyen faktörler, algılanan değer ve tekrar ziyaret niyeti gibi unsurlar üzerine yoğunlaşmaktadır. Wan ve Chan (2013) ile Aslan vd. (2021), gastronomi festivali tercihlerinde ziyaretçilerin algıladıkları değer, memnuniyet ve sadakat düzeylerini etkileyen faktörleri araştırmıştır. Kim, Duncan ve Chung (2015), gastronomi festivaline katılım, memnuniyet, algılanan değer ve tekrar ziyaret niyetine odaklanırken, Kim, Suh ve Eves (2010), Yoon, Lee ve Lee (2010) ile Buzcu ve Oğuz (2019), festival ziyaretçilerinin algıladıkları değer, memnuniyet düzeyleri ve sadakat eğilimleri ile festival kalitesi arasındaki ilişkiyi analiz etmiştir. Ayrıca, Choo, Park ve Petrick (2022), bu ilişkiyi daha güncel verilerle ele almıştır. Hsu vd. (2021) yemek festivali katılımcılarının varoluşsal özgünlükleri ve deneyimsel değerlerinin, duygusal faktörler ve sadakat üzerindeki etkilerini incelemiştir. Markovic, Dorcic ve Krnetić (2015) çalışmalarında gastronomi festivallerine katılan ziyaretçilerin memnuniyet ve sadakat düzeylerini etkileyen faktörleri incelemiştir. Öte yandan Dimitrovski (2016), farklı bir bakış açısıyla gastronomi festivallerine yönelik duyulan memnuniyette yiyecek dışındaki özelliklerin etkisini araştırmıştır.

### **Gastronomi Festivallerine Katılım Motivasyonları ve Davranışsal Niyetler**

Gastronomi festivallerine katılım motivasyonları ve festival deneyimlerinin turistlerin davranışsal niyetleri üzerindeki etkisini ele alan çeşitli çalışmalar bulunmaktadır. Darvishmotevali, Tajeddini ve Altınay (2023), deneyimsel festival nitelikleri, algılanan değer, kültürel keşif ve yemek festivaline katılma davranışsal niyetlerini analiz etmiştir. Yordam ve Akkuş (2022), gastronomi festivali katılımcılarının otantiklik arayışı,

yiyecek deneyimi ve tavsiye etme niyetleri arasındaki ilişkiyi araştırırken; Wu, Wong ve Cheng (2014) ile Sürme (2020), gastronomi festivali kalitesinin katılımcıların davranışsal niyetlerine etkisini değerlendirmiştir. Kılıçhan ve Köşker (2020) ile Kılıçarslan ve Kılıçarslan (2025), ziyaretçilerin yerel yemek temalı gastronomi festivaline katılma motivasyonlarını incelerken; Sezen ve Pekerşen (2024), söz konusu motivasyonların festival deneyimi, festival imajı ve festival sadakati üzerindeki etkilerini değerlendirmiştir. Akkuş ve Korkmaz (2022) gastronomi festivalleri bağlamında festival nitelikleri, yiyeceklerin otantikliği ve festival deneyiminin ziyaretçi tatmini ile davranışsal niyet üzerindeki etkilerini incelemiştir. López-Guzmán vd. (2017) ise gastronomi festivallerine katılan turistlerin tutumları, motivasyonları ve memnuniyet düzeyleri arasındaki ilişkileri analiz etmiştir.

### **Gastronomi Festivallerinin Destinasyon İmajı Üzerindeki Etkileri**

Gastronomi festivallerinin destinasyon imajı ve turistlerin tekrar ziyaret niyetleri üzerindeki etkilerini inceleyen çalışmalar, festivallerin turistik destinasyonlar için nasıl bir cazibe unsuru oluşturduğunu ele almaktadır. Bekar, Kocatürk ve Sürücü (2017) ile Zhu, Zhu ve Weng (2024), gastronomi festivallerinin algılanan destinasyon imajı ve yeniden ziyaret etme niyeti üzerindeki etkilerini incelemiştir. Keskin ve Sezen (2022) gastronomi festivallerinin kalitesinin yemek imajı ve destinasyon imajı üzerindeki rolünü değerlendirirken; Kızılcıoğlu, Aybar ve Şen (2020) ise ziyaretçilerin festivale ilişkin algıladıkları yiyecek imajının festival memnuniyeti ve sadakati üzerindeki etkisini analiz etmiştir. Taştan, Soylu ve Demir (2018) gastronomi festivaline katılan bireylerin festival algılarının belirlenmesini incelemiştir.

### **Gastronomi Festivallerinin Kültürel ve Ekonomik Boyutu**

Gastronomi festivallerinin kültürel sürdürülebilirlik, kırsal turizm ve yerel ekonomi üzerindeki etkilerini inceleyen çalışmalar, bu festivallerin ekonomik ve sosyal kalkınmaya katkılarını değerlendirmektedir. Tilki ve Yalçın (2021) ile Ossowska vd. (2023), gastronomi festivallerinin bölge tanıtımı ve kırsal turizm üzerindeki etkilerini ele almıştır. Ünlü ve Nizamlıoğlu (2022), gastronomi festivalleri kapsamında sahip olunan mutfağın yerel halk tarafından nasıl değerlendirildiğini araştırırken; Akturfan ve Şen (2023), rekreasyon turizmi bağlamında gastronomi temalı festivalleri incelemiştir. Bottyán (2015), yerel gastronomik festivallerin yerel konaklamalar üzerindeki etkisini değerlendirirken; Kargiglioğlu ve Kabacık (2017), Akyürek vd. (2019), Akyürek ve Kutukız (2020) ile Özbay ve Semint (2020), gastronomi temelli festivallere katılanların festival hakkındaki görüşlerini analiz etmiştir.

### **Gastronomi Festivallerinin Örgütsel Boyutu ve Hizmet Kalitesi**

Gastronomi festivallerinin organizasyonu ve hizmet kalitesi üzerine yapılan çalışmalarda, festival katılımcılarının beklentilerini karşılayacak stratejilere odaklanılmıştır. Campoverde-Aguirre vd. (2022), gastronomi festivallerinin hizmet kalitesini analiz etmiştir. Mason ve Nassivera (2013), Lee ve Beeler (2009) ile Davras ve Özperçin (2023), gastronomi festivallerine yönelik motivasyon, hizmet kalitesi, memnuniyet ve davranışsal niyet arasındaki ilişkileri incelemiştir. Aktaş Alan ve Şen (2020) ile Tran vd. (2023), gastronomi temalı festivaller üzerine yapılan akademik çalışmaları bibliyometrik analiz çerçevesinde değerlendirmiştir. Ekerim ve Tanrısever (2020) ile Zarębski ve Zwęglińska-Gałecka (2020), gastronomi festivallerinin haritalandırılmasına yönelik araştırmalar yapmıştır.

### **Gastronomi Festivalleri ve Yerel İşletmeler Üzerindeki Etkileri**

Gastronomi festivallerinin yerel işletmeler, konaklama ve ekonomik kalkınma üzerindeki etkileri çeşitli çalışmalarda ele alınmıştır. Sormaz vd. (2019) ile Kwiatkowski vd. (2024), turizm işletmelerinin gastronomi festivalleri ve mutfak günleri etkinliklerine katılım durumlarını incelemiştir. Yavuz (2019), gastronomi temalı festivallerde stant açan yerel halkın görüşlerini ve memnuniyetlerini araştırmış, Kabacık (2024) ile Solunoglu ve Orgun (2024) etkinlik turizminin gelişiminde gastronomi festivallerinin yerini değerlendirmiştir.

### **İlgili Alan Yazın**

#### **Gastronomi Festivallerinin İncelenmesi ve Değerlendirilmesi**

Gastronomi festivallerine yönelik çalışmalar incelendiğinde, bu etkinliklerin yalnızca birer turistik organizasyon değil; aynı zamanda yerel mutfağın temsili, kültürel mirasın aktarımı ve destinasyon imajının inşası açısından stratejik araçlar olarak ele alındığı görülmektedir. Büyükşalvarcı ve Akkaya (2018) gastronomi festivallerini etkinlik turizmi bağlamında değerlendirirken, Akçay ve Yavuz (2023) şeflerin gastronomi temelli etkinliklere ilişkin görüşleri üzerinden organizasyonel ve niteliksel eksiklikleri ortaya koymuştur. Kaleözü ve Duman (2020) ise gastronomi etkinliklerindeki artışı sorgulayarak bu

organizasyonların niteliği üzerine dikkat çekmiştir. Bu çalışmalar, gastronomi festivallerinin niceliksel artışının yanında, içerik ve temsil gücü açısından da değerlendirilmesi gerektiğini göstermektedir.

Gastronomi turizminin gelişiminde festivallerin rolünü inceleyen araştırmalar (Türköz Bakırcı vd., 2017; Çetin vd., 2019; Erciyas ve Yılmaz, 2021; Işık, 2022), bu etkinliklerin destinasyonlara çekicilik kazandırdığını ortaya koyarken; Barakazı ve Kayran (2019) ile Demir ve Dalgıç (2022) festivallerin destinasyon imajına ve marka değerine katkısını vurgulamaktadır. Ancak bu katkının sürdürülebilir olabilmesi, yerel mutfağın özgün biçimde temsil edilmesine bağlıdır.

Yerel mutfağın temsil düzeyini turist memnuniyeti ve davranışsal niyet bağlamında ele alan çalışmalar da dikkat çekmektedir. Çaylak Dönmez ve Pehlivan (2022), coğrafi işaretli ürün deneyiminin ziyaretçi memnuniyeti ve davranışsal niyet üzerinde anlamlı bir etki yarattığını belirlemiş; bu doğrultuda yerel ve tescilli ürünlerin festival deneyimindeki belirleyici rolünü vurgulamıştır. Benzer şekilde Aslan vd. (2021), festival alanının fiziksel ortamının ve yiyecek-içecek unsurlarının memnuniyet üzerinde belirleyici olduğunu göstermiştir. Bu bulgular, yerel mutfağın temsili kadar organizasyonel kalitenin de ziyaretçi algısını şekillendirdiğini göstermektedir. Bununla birlikte bazı çalışmalar, gastronomi festivallerinde yerel mutfağın temsiline ilişkin sorunlara da dikkat çekmektedir. Akçay ve Yavuz (2023), planlama ve denetim eksiklikleri ile şeflerin özgün mutfaklarını yeterince temsil edememesi gibi unsurların bölgesel gastronomi değerlerinin zayıflamasına yol açabileceğini belirtmiştir. Taştan vd. (2018) ise katılımcıların festivalleri genel olarak olumlu değerlendirdiğini; ancak ulaşım, çevre temizliği ve fiyat gibi konularda eleştirilerde bulunduğunu ortaya koymuştur. Bu durum, yerel mutfağın temsilinin yalnızca ürünle değil; hizmet ve organizasyon kalitesiyle de ilişkili olduğunu göstermektedir.

Akkuş ve Korkmaz (2022), festival nitelikleri ile yerel yiyeceklerin otantikliğinin ziyaretçilerin festival deneyimini istatistiksel olarak anlamlı ve olumlu yönde etkilediğini; festival deneyiminin ise ziyaretçi memnuniyeti ve davranışsal niyet üzerinde istatistiksel olarak anlamlı ve olumlu bir etkiye sahip olduğunu belirlemiştir. Kırsal turizm bağlamında yapılan çalışmalarda ise (Tilki ve Yalçın, 2021) gastronomi festivallerinin yerel kalkınmaya katkı sunduğunu ve kültürel etkileşimi artırdığını ortaya koyarken; Küçük ve Saatçı (2022), yerel mutfak kültürünün sürdürülebilirliği açısından festivallerin önemini vurgulamıştır. Ancak organizasyonel eksiklikler ve profesyonel planlama yetersizlikleri, yerel mirasın doğru aktarımını zayıflatabilmektedir.

Özbay ve Semint (2020) ile Barakazı ve Kayran (2019) tarafından yapılan çalışmalar, festivallerin yerel ürün tanıtımı ve şehir markalaşmasına katkı sağladığını; ancak tanıtım eksiklikleri ve ticari ürünlerin baskınlığı gibi sorunların yerel temsili gölgeleyebildiğini göstermektedir. Benzer şekilde Keskin ve Sezen (2022), gastronomi festivallerinin yemek imajı üzerinden destinasyon imajını güçlendirdiğini ortaya koymuş; ancak festival kalitesinin bu süreçte belirleyici bir unsur olduğunu belirtmiştir.

Dimitrovski (2016) ise yiyecek dışı unsurların (lokasyon, yönlendirme, fiyat, eğlence ve program içeriği) memnuniyet üzerindeki etkisini inceleyerek gastronomi festivallerinin çok boyutlu organizasyonlar olduğunu ortaya koymuştur. Bu yaklaşım, yerel mutfağın temsilinin yalnızca lezzet ve tariflerle sınırlı olmadığını; atmosfer, düzen ve hizmet kalitesiyle birlikte şekillendiğini göstermektedir.

Son olarak, gastronomi festivallerinde destinasyona özgü yiyecek ve içeceklerin hazırlanma ve tüketim biçimlerinin öğrenilebilmesi, otantik deneyim arayışındaki turistler için önemli bir çekicilik unsuru oluşturmaktadır (Yordam ve Akkuş, 2022). Ancak yerel mutfağın tanıtım amacından sapmaların da söz konusu olabildiği görülmektedir. Özellikle fast food ürünlerin yaygınlaşması ve geleneksel tariflerin geri planda kalması, yerel otantiklik algısını zayıflatmaktadır (Bekar vd., 2017). Bu nedenle gastronomi festivallerinde yerel halkın ve geleneksel üretim biçimlerinin daha görünür kılınması, yerel mutfağın doğru ve sürdürülebilir biçimde temsil edilmesi açısından kritik önem taşımaktadır.

Genel olarak alan yazın, gastronomi festivallerinin yerel mutfağın tanıtımı açısından güçlü bir araç olduğunu ortaya koymakla birlikte; bu temsiliyetin organizasyonel kalite, otantiklik düzeyi ve ticari kaygıların sınırlandırılması ile doğrudan ilişkili olduğunu göstermektedir. Bu bağlamda gastronomi festivallerinin başarısı, yalnızca ziyaretçi sayısı ya da ekonomik katkı ile değil; yerel mutfağı ne ölçüde özgün, tutarlı ve sürdürülebilir biçimde yansıtabildiği ile değerlendirilmelidir.

### **Araştırma Soruları**

Araştırma kapsamında gerçekleştirilen alan yazın incelemesinde gastronomi festivallerine yönelik çalışmaların; ziyaretçi memnuniyeti, davranışsal niyet, destinasyon imajı, hizmet kalitesi, otantiklik ve

ekonomik katkı gibi farklı boyutlar üzerinden incelendiği görülmüştür. Bununla birlikte, gastronomi festivallerinde sunulan yiyecek ve içeceklerin yerel mutfağı ne ölçüde yansıttığını yerel mutfağa hâkim katılımcıların karşılaştırmalı değerlendirmeleri üzerinden ele alan çalışmaların sınırlı olduğu görülmektedir. Ortaya çıkan bu durum neticesinde gastronomi festivallerine katılan ve aynı zamanda o bölgenin mutfağına hâkim olan kişilerin görüşlerinin incelenmesi amaçlanmıştır. Bu doğrultuda araştırmada aşağıdaki üç soruya yanıt aranmış ve katılımcılara görüşmelerde bu sorular yöneltilmiştir.

1. Katıldığınız gastronomi festivalinde dendiğiniz yiyecek ve içecekleri daha önce denedikleriniz ile kıyasladığınızda ne gibi benzerlik ve farklılıklar olduğunu belirtiniz.
2. Katıldığınız gastronomi festivalindeki yiyecek ve içeceklerin organizasyonun düzenlendiği bölgenin yerel mutfağını yansıtırma durumunu olumlu ve olumsuz açılardan ele alarak değerlendiriniz.
3. Sizce gastronomi festivallerinde yerel mutfağın daha iyi ve doğru bir şekilde yansıtılabilmesi için neler yapılabilir?

### **Yöntem**

Temel araştırmalar kapsamında açıklayıcı düzeyde tasarlanan bu çalışmada, gastronomi festivallerinde sunulan yiyecek ve içeceklerin yerel mutfağı ne ölçüde yansıttığının katılımcı görüşleri doğrultusunda ortaya konulması amaçlanmıştır (Karasar, 2014: 24). Bu doğrultuda, gastronomi festivallerinde sunulan yiyecek ve içeceklerin aslına ne derece uygun bir şekilde hazırlandığı festival katılımcılarının bakış açısıyla incelenmeye çalışılmıştır.

Gastronomi festivallerine yönelik alan yazın incelemesi yaparak hangi konulara odaklanıldığı ve katılımcılar için etkili olan unsurların neler olduğu hakkında bilgiler toplanmıştır. Bu doğrultuda gastronomi festivaline katılan, aynı zamanda festivalin odaklandığı mutfağa da hâkim olan kişiler ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Başka bir deyişle, gastronomi festivalinde tattığı yiyecek-içecekleri daha önce de tatmış ve bununla ilgili bilgi sahibi olan kişiler araştırma örneğine dâhil edilmiştir. Bu profile uygun katılımcılardan veri elde edebilmek amacıyla yarı yapılandırılmış bir görüşme formu hazırlanmıştır. Görüşmeler kapsamında, katılımcılardan daha önce deneyimledikleri ve festival sürecinde yeniden tattıkları yiyecek ve içeceklere ilişkin değerlendirmelerini paylaşmaları istenmiştir. Oluşturulan bu form 3 sorudan oluşmakla birlikte görüşme seyrine göre konuyu derinleştirebilecek ek sorular da yeri geldikçe katılımcılara yöneltilmiştir. Görüşmeler, araştırmacı tarafından 22 katılımcı ile yüz yüze gerçekleştirilmiştir. Araştırmaya katılanların deneyimledikleri festivaller; Adana Lezzet Festivali (8), Denizli Gastronomi Günleri (3), Elazığ Geleneksel Salçalı Köfte ve Gastronomi Festivali (2), Gaziantep Gastronomi Festivali (5), Tarsus Gastronomi Günleri (4) şeklindedir. Elde edilen katılımcı görüşleri içerik analizine tabi tutulmuş ve bu süreçte Scholar GPT-5.2 yapay zeka analiz aracından yararlanılmıştır. İçerik analizi kapsamında oluşturulan kodlar alan yazın temel alınarak geliştirilmiş, ardından bu kodlar anlam bütünlüğü çerçevesinde üst kategoriler altında toplanmıştır. İçerik analizi; yazılı ya da sözlü verilerin kodlanarak sistematik biçimde düzenlenmesi, kavramsallaştırılması ve veriyi açıklayan temaların tutarlı bir çerçevede yapılandırılması sürecini ifade etmektedir (Balcı, 2011: 229; Yıldırım ve Şimşek, 2013: 259). Bu kapsamda katılımcılara, katıldıkları gastronomi festivallerinin düzeyi ve yerel unsurları yansıtırma derecesine ilişkin üç soru yöneltilmiştir. Soruların amaç ve özelliklerine göre belirlenen farklı kodlar, katılımcıların verdiği yanıtlar içerisinde aranarak belirli bir sistem çerçevesinde ve kategoriler altında bir araya getirilmiştir.

### **Bulgular**

Araştırma kapsamında festival katılımcılarına yöneltilen üç sorudan ilki “Katıldığınız gastronomi festivalinde dendiğiniz yiyecek ve içecekleri daha önce denedikleriniz ile kıyasladığınızda ne gibi benzerlik ve farklılıklar olduğunu belirtiniz.” şeklindedir. Öncelikli olarak bu soruya verilen yanıtlar bir araya getirilerek analiz edilmiştir. Elde edilen kodlar konu ile ilgili olabilecek şekilde baştan sona kontrol edilerek revize edilmiştir. Katılımcıların katıldıkları festivaldeki yerel yiyecek ve içeceklerin yerel mutfağı ne düzeyde yansıttığını olumsuz ve olumlu olarak değerlendirdikleri tespit edilmiştir (Tablo 1).

Katılımcıların yer aldığı gastronomi festivalindeki benzerlik nitelendirmeleri arasında en yoğun tat-lezzet, yerel mutfağın temsil edilişi ve geleneksel tariflerin ve buna bağlı hazırlığın olduğu görülmektedir. Diğer kodlar da incelendiğinde benzerliklerin yoğunluklu olarak festivalin düzenlendiği bölgenin mutfağını yansıtmaya çalışıldığı yönündedir. Farklılıklar boyutuna bakıldığında ise atmosferin/ortamın, sunumun ve öncelilere göre yaşanan lezzet kaybının en yoğun farklılık unsurları olduğu görülmektedir. Başka bir açıdan farklılıklar olumlu ve olumsuz açılardan da gruplandırılabilir. Olumlu farklılıklar; farklı bir ortamda, füzyon

dokunuşlarla modernize edilen yemeklerin farklı bir şekilde sunulmasından doğan yaratıcılık algısı şeklinde belirtilebilir. Olumsuz farklılıklar ise yöresellikten uzaklaştığı, kalitenin düştüğü, porsiyonların küçüldüğü ve fiyatların daha yüksek olduğu bir duruma işaret etmektedir.

Tablo 1 genel olarak değerlendirildiğinde, gastronomi festivallerinin yerel mutfağı tamamen yitirmediği; tat, geleneksel tarif ve yerel temsiliyet açısından belirli bir benzerlik sunduğu anlaşılmaktadır. Ancak özellikle atmosfer, sunum ve bazı durumlarda lezzet ve kalite unsurlarında önceki deneyimlerden farklılaşma yaşandığı görülmektedir. Bu durum, festivallerin hem yerel mutfağı yansıtmaya çabası taşıdığını hem de organizasyonel ve ticari dinamikler nedeniyle özgünlükten kısmen uzaklaşabildiğini ortaya koymaktadır.

**Tablo 1. Festivalde Deneyimlenen Yiyecek ve İçeceklerin Önceki Deneyimlerle Benzerlik ve Farklılıkları**

Boyut	Kod	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	Toplam		
Benzerlikler	Tat-lezzet	✓	✓	✓	—	—	—	—	✓	✓	—	✓	✓	—	✓	✓	—	—	—	—	—	—	✓	10		
	Yerel mutfağın temsili	✓	—	—	—	—	—	✓	—	✓	✓	—	—	—	✓	—	—	✓	—	✓	—	—	—	7		
	Geleneksel tarif ve hazırlama	—	✓	—	—	—	—	✓	✓	—	✓	—	✓	—	—	—	—	—	—	—	—	✓	—	—	6	
	Bölgesel tatlarla uyum	—	—	✓	✓	—	—	—	—	—	✓	—	✓	✓	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	5	
	Yerel mutfağa sadakat	—	—	—	✓	—	—	—	—	—	✓	—	✓	✓	—	—	—	—	✓	—	—	—	—	—	5	
	Ev yemeğine benzerlik	✓	—	—	—	✓	—	—	—	—	—	✓	—	✓	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	4	
	Geleneksellik	✓	—	—	—	—	—	—	✓	—	—	✓	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	✓	—	4	
	Bilinen ürün kullanımı	—	—	✓	—	—	—	✓	—	✓	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	4	
	Daha önce aynı bölgede yeme	—	—	—	—	—	✓	—	—	✓	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	2	
	Atmosfer/ortam	✓	—	—	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	—	✓	✓	✓	—	✓	—	✓	✓	17	
Farklılıklar	Gelenekten sapma/yöreselden uzaklaşma	—	—	✓	✓	✓	✓	—	—	—	—	—	—	—	—	—	✓	—	✓	✓	—	—	✓	✓	11	
	Sunum farklılığı	✓	—	✓	—	✓	—	—	—	✓	—	—	✓	✓	—	—	✓	✓	—	✓	—	—	—	—	10	
	Daha lezzetsiz	—	✓	✓	✓	✓	✓	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	✓	—	8	
	Özensiz	—	—	—	—	✓	✓	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	✓	✓	6	
	Yabancı malzeme	—	—	✓	—	—	—	—	—	—	—	—	—	✓	—	—	✓	—	—	—	—	—	✓	✓	6	
	Yenilikçi	—	—	✓	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	✓	✓	6	
	Daha lezzetli	—	—	—	—	—	—	—	—	—	✓	✓	—	—	—	—	✓	✓	—	—	—	—	—	—	5	
	Daha pahalı	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	✓	✓	4
	Düşük kalite	—	✓	—	—	✓	✓	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	4	
	Görsellik	✓	—	—	—	✓	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	3	
	Küçük porsiyonlama	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	✓	—	—	—	—	—	—	—	✓	✓	3
	Modernize etme	—	—	✓	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	3	
	Füzyon dokunuşlar	—	✓	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	2	
Yaratıcılık vurgusu	✓	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	2		
<b>Toplam</b>		<b>8</b>	<b>5</b>	<b>9</b>	<b>5</b>	<b>8</b>	<b>7</b>	<b>4</b>	<b>9</b>	<b>7</b>	<b>7</b>	<b>4</b>	<b>9</b>	<b>7</b>	<b>2</b>	<b>10</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>2</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>137</b>		

Katılımcılara yöneltilen “Katıldığınız gastronomi festivalindeki yiyecek ve içeceklerin organizasyonun düzenlendiği bölgenin yerel mutfağını yansıtmaya durumunu olumlu ve olumsuz açılardan ele alarak değerlendiriniz.” sorusu doğrultusunda elde edilen veriler içerik analizine tabi tutulmuş ve katılımcıların yanıtları olumlu ve olumsuz temalar altında sistematik şekilde sınıflandırılmıştır. Elde edilen bulgular, festival deneyiminin çok boyutlu bir yapıya sahip olduğunu ve katılımcı algılarının bu boyutlar çerçevesinde farklılaştığını ortaya koymaktadır (Tablo 2).

**Tablo 2. Festivaldeki Yiyecek ve İçeceklerin Yerel Mutfağı Yansıtmaya İlişkin Olumlu ve Olumsuz Değerlendirmeler**

Boyut	Kodlar	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	Toplam		
Olumlu	Yöresel tatların sunumu ve tanıtılması	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	—	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	21		
	Yerel ürün çeşitliliği	—	✓	✓	✓	✓	✓	✓	—	✓	✓	—	✓	✓	—	✓	✓	—	—	—	—	—	—	—	12	
	Yerel mutfağı iyi yansıtmaya	✓	—	—	✓	—	—	✓	—	—	✓	✓	✓	✓	—	—	—	—	—	—	—	✓	—	—	10	
	Yeni tat keşfi	—	—	—	—	—	✓	✓	—	—	—	—	—	—	—	—	—	✓	✓	—	—	—	—	—	6	
	Yerel ürünlere kolay erişim	—	✓	✓	—	—	—	—	✓	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	4	
	Bilgilendirme – öğrenme	—	✓	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	✓	—	3
	Sosyalleşme imkânı	—	—	—	—	—	—	—	✓	✓	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	3	
	Gastronomi etkinliğini izleme	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	✓	—	2
Olumsuz	Özensizlik-düzensizlik	—	—	—	✓	—	✓	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	✓	✓	9
	Hijyen sorunu	—	✓	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	8	
	Temadan-yerelden sapma	✓	—	—	✓	✓	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	8	
	Fast-foodlaşma/ticarileşme	✓	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	7	
	Kalabalık	—	✓	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	7	
	Kalite düşüklüğü	—	✓	—	—	✓	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	7	
	Fiyat yüksekliği	—	✓	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	6	
	Lezzet düşüklüğü	—	✓	—	—	✓	✓	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	6	
	Kötü sunum	—	—	—	—	✓	✓	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	5	
	Kötü organizasyon	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	4	
Baskın yiyecekler	—	—	✓	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	2		
<b>Toplam</b>		<b>4</b>	<b>9</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>8</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>7</b>	<b>6</b>	<b>5</b>	<b>7</b>	<b>10</b>	<b>6</b>	<b>130</b>		

Olumlu değerlendirmeler içerisinde en yüksek frekansa sahip kodun “yöresel tatların sunumu ve tanıtılması” (f=21) olduğu görülmektedir. Bu bulgu, katılımcıların büyük çoğunluğunun festival kapsamında yerel tatların görünür kılındığını ve tanıtım işlevinin yerine getirildiğini düşündüğünü göstermektedir. Yerel mutfağın tanıtım misyonunun katılımcılar tarafından belirgin biçimde algılandığı anlaşılmaktadır. Bunu sırasıyla; yerel ürün çeşitliliği (f=12) ve yerel mutfağı iyi yansıtma (f=10) kodları izlemektedir. Bu durum, festivallerde yalnızca tekil ürünlerin değil, çeşitli yerel unsurların bir arada sunulduğunu ve genel olarak yerel mutfağın temsil gücünün katılımcılar tarafından olumlu değerlendirildiğini ortaya koymaktadır. Diğer olumlu kodlar ile birlikte değerlendirildiğinde, gastronomi festivallerinin yalnızca yiyecek-içecek tüketim alanı değil; aynı zamanda keşif, öğrenme ve sosyal etkileşim ortamı olarak da algılandığı görülmektedir. Özellikle yerel ürünlere erişim ve yeni tatlarla karşılaşma imkânı, festivallerin deneyimsel yönünü güçlendiren unsurlar olarak öne çıkmaktadır.

Tablodaki olumsuz bulgular incelendiğinde, katılımcıların gastronomi festivallerinde yerel mutfağın temsiline ilişkin çeşitli eleştirilerde buldukları görülmektedir. En yüksek frekansa sahip kodun özensizlik-düzensizlik (f=9) olması, organizasyonel planlama ve uygulama eksikliklerinin yerel mutfağın sunumunu olumsuz etkilediğini göstermektedir. Bunu hijyen sorunu (f=8) ve temadan-yerelden sapma (f=8) kodları izlemektedir. Özellikle temadan ve yerel unsurlardan uzaklaşma vurgusu, festivallerin temel amacının yerel mutfağı tanıtmak olduğu düşünüldüğünde dikkat çekicidir. Bunun yanında fast-foodlaşma/ticarileşme (f=7), kalabalık (f=7) ve kalite düşüklüğü (f=7) kodları, festival ortamında ticari kaygıların ve yoğunluğun yerel kimliğin geri planda kalmasına yol açabildiğini ortaya koymaktadır. Fiyat yüksekliği (f=6) ve lezzet düşüklüğü (f=6) ise katılımcı deneyimini doğrudan etkileyen unsurlar olarak öne çıkmaktadır. Daha düşük frekanslı olmakla birlikte kötü sunum (f=5), kötü organizasyon (f=4) ve baskın yiyecekler (f=2) kodları da yerel mutfağın dengeli ve özgün biçimde temsil edilemediğine yönelik algıyı desteklemektedir. Genel olarak değerlendirildiğinde, olumsuz bulgular gastronomi festivallerinde yerel mutfağın temsiliyetinin yalnızca ürün çeşitliliğiyle değil; organizasyonel kalite, hijyen, fiyat politikası ve tematik tutarlılıkla doğrudan ilişkili olduğunu ortaya koymaktadır.

Katılımcılara yöneltilen “Sizce gastronomi festivallerinde yerel mutfağın daha iyi ve doğru bir şekilde yansıtılabilmesi için neler yapılabilir?” sorusuna verilen yanıtlar doğrultusunda elde edilen bulgular; yiyecek-içeceklere yönelik öneriler, organizasyonel öneriler, eğlenceye yönelik öneriler, bilgilenme-öğrenmeye yönelik öneriler, fiyat ve hizmete yönelik öneriler olmak üzere tematik boyutlar altında toplanmıştır (Tablo 3).

**Tablo 3. Gastronomi Festivallerinde Yerel Mutfağın Daha Doğru Yansıtılmasına Yönelik Öneriler**

Boyut	Kodlar	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	Toplam		
Yiyecek ve İçeceklere Yönelik Öneriler	Yöresele-yerele odaklanma	✓	—	✓	✓	✓	✓	—	—	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	—	✓	—	✓	✓	✓	—	17		
	Yerel içeceklerin vurgulanması	✓	—	✓	✓	✓	✓	✓	—	—	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	—	✓	—	✓	✓	—	16		
	Yiyecekleri yerel insanların/ustaların hazırlaması	—	—	—	✓	—	—	✓	—	—	✓	✓	✓	✓	✓	✓	—	—	—	—	—	—	—	—	8	
	Yemeğin hikâyesinin aktarılması	✓	—	—	✓	—	—	—	—	—	—	—	—	—	✓	✓	✓	—	✓	✓	—	—	—	—	8	
	Bölgeye has malzemelerin tercih edilmesi	—	—	—	✓	✓	✓	—	—	—	✓	—	—	✓	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	7	
	Farklı yerel örneklerle ulaşılması	—	—	✓	✓	—	✓	—	—	—	✓	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	5	
	Üründe kalitenin artırılması	—	—	—	—	✓	✓	—	—	✓	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	3	
	Coğrafi işaretli ürünlere daha çok yer verilmesi	—	—	—	—	—	—	—	—	—	✓	—	—	✓	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	3	
	Organizasyonel Öneriler	Organizasyon daha düzenli yapılması	—	✓	—	✓	✓	✓	—	✓	—	—	✓	—	—	✓	—	—	✓	—	✓	✓	✓	—	11	
Temizlik ve hijyene daha fazla önem		—	—	—	—	✓	✓	—	✓	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	✓	✓	✓	6	
Kalabalığa önlem		—	✓	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	✓	4	
Paydaşlar ile işbirliği		—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	✓	✓	—	—	✓	—	—	—	—	—	—	3	
Temalara uygun stand düzeni alma		—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	✓	✓	—	—	—	—	—	—	—	—	—	3	
Eğlenceye Yönelik Öneriler	Kültürel etkinlikler artırılmalı	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	✓	—	—	—	—	—	✓	✓	✓	—	✓	✓	6	
	Yarışmalar artırılmalı	—	—	—	—	—	—	—	✓	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	3	
Bilgilenme-Öğrenmeye	Bilgilendirici etkinlikler, atölye çalışmaları ve canlı sunular	✓	—	—	✓	—	—	✓	—	—	—	—	—	✓	✓	—	✓	✓	✓	✓	—	—	—	✓	✓	11



Alan yazında gastronomi festivallerinin destinasyon imajı, ziyaretçi memnuniyeti ve sadakatiyle ilişkisini inceleyen çalışmalarla (Keskin ve Sezen, 2022; Demir ve Dalgıç, 2022) benzer biçimde, bu çalışmada da katılımcılar festivallerin yöresel tatları görünür kıldığını, yerel ürün çeşitliliğini tanıttığını ve yeni tatların keşfedilmesine imkân sağladığını belirtmiştir. Bu bulgular, gastronomi festivallerinin katılımcılar tarafından yalnızca yiyecek ve içecek tüketilen etkinlikler olarak değil, yerel mutfağın tanınmasına ve deneyimlenmesine katkı sağlayan ortamlar olarak değerlendirildiğini göstermektedir. Bununla birlikte temadan ve yerellikten uzaklaşma, fast-foodlaşma, ticarileşme, rünlerin kalite ve lezzet düzeyindeki yetersizliklere yönelik eleştiriler, festivallerin yerel mutfağı her durumda özgün biçimde yansıtamadığını ortaya koymaktadır. Bu değerlendirmeler, ticari kaygıların yerel mutfağın özgünlüğünü zayıflatabileceğini belirten Bessière (1998) ve Sims'in (2009) görüşleriyle örtüşmektedir. Katılımcılar ayrıca yerel ustaların sürece daha aktif katılması, yöresel yiyecek ve içeceklerin ön plana çıkarılması ve festival temasına uygun bir sunum anlayışının benimsenmesi gerektiğini vurgulamıştır. Dimitrovski'nin (2016) gastronomi festivallerinde yiyecek dışındaki unsurların ziyaretçi değerlendirmelerindeki önemine ilişkin bulgularıyla uyumlu olarak, bu çalışmada da atmosfer, sunum, hijyen, organizasyon düzeni ve fiyat-porsiyon dengesi gibi unsurların yerel mutfağın nasıl algılandığıyla ilişkili olduğu görülmüştür. Dolayısıyla katılımcı değerlendirmeleri, yerel mutfağın festival ortamında doğru biçimde temsil edilmesinin yalnızca geleneksel tariflerin sunulmasına değil; yerellik, organizasyon kalitesi ve tematik tutarlılığın birlikte sağlanmasına bağlı olduğunu göstermektedir.

### **Teorik Çıkarımlar**

Çalışma, gastronomi festivallerinde yerel mutfağın temsilinin çok boyutlu bir yapı sergilediğini ortaya koyarak alan yazına kavramsal bir katkı sunmaktadır. Yerel temsiliyet algısının; tat ve lezzet, geleneksel hazırlama yöntemleri, yerel ürün kullanımı, atmosfer, organizasyon kalitesi ve fiyat-hizmet dengesi gibi bileşenlerden oluştuğu görülmüştür. Bu durum, gastronomi festivallerinin yalnızca yerel yiyecek ve içeceklerin festival programında yer alması, hazırlanması, sergilenmesi ve katılımcılara servis edilmesi üzerinden değil; bu unsurların bilgilendirme, atmosfer, hizmet ve organizasyon kalitesiyle birlikte oluşturduğu deneyimsel bütünlük çerçevesinde değerlendirilmesi gerektiğini göstermektedir. Ayrıca çalışma, yerel mutfağın özgünlüğünün korunmasında yemeklerin hikâyelerinin aktarılması, yerel usta ve üreticilerin sürece katılması ve coğrafi işaretli ürünlere yer verilmesinin önemine işaret etmektedir.

### **Pratik Çıkarımlar**

Uygulama açısından bulgular, festival düzenleyicileri ve yerel yönetimler için önemli çıkarımlar sunmaktadır. Bu doğrultuda, söylenebilecek ilk husus yerellik ve tematik tutarlılığın gastronomi festivallerinde güçlendirilmesine yöneliktir. Öte yandan yerel ustaların ve üreticilerin sürece daha aktif dâhil olması önemlidir. Ayrıca, festivallerdeki fast-foodlaşma ve aşırı ticarileşmenin önüne geçilmesi yerellik anlamında çok önemlidir. Organizasyonel açıdan düzenin sağlanması, hijyenik bir ortamın sağlanması ve hizmet kalitesinin artırılması da yine festivalin başarısı için önemlidir. Festival kapsamında yapılacak atölye çalışmaları, canlı sunumlar ve kültürel etkinlikler gibi deneyimsel unsurların geliştirilmesi ve fiyat-porsiyon dengesinin gözetilmesi diğer önemli çıktılar arasında yer almaktadır. Bu bağlamda gastronomi festivallerinin başarısının yalnızca ziyaretçi sayısı ile değil; yerel kimliği ne ölçüde koruyup aktarabildiği ile değerlendirilmesi gerektiği söylenebilir.

Genel olarak çalışma, gastronomi festivallerinin yerel mutfağı bütünüyle kaybetmediğini; ancak bu mutfağın temsil düzeyinin organizasyonel kalite ve benimsenen ticari yaklaşım ile doğrudan bağlantılı olduğunu göstermektedir. Yerel mutfağın sürdürülebilir biçimde korunması için festivallerin planlı, tematik olarak tutarlı ve yerel paydaşları merkeze alan bir anlayışla yürütülmesi gerekmektedir. Sonuç olarak gastronomi festivalleri, yerel mutfağın tanıtımı ve kültürel mirasın sürdürülebilirliği açısından güçlü bir araçtır; ancak bu potansiyelin korunabilmesi, özgünlük ile ticari kaygı arasındaki dengenin doğru kurulmasına bağlıdır.

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

Sınırlılıklar kapsamında ilk olarak çalışma, gastronomi festivallerine katılmış ve ilgili yerel mutfağa ilişkin önceden bilgi ve deneyim sahibi olan 22 katılımcının görüşleriyle sınırlıdır. Katılımcıların deneyimleri beş farklı gastronomi festivaline dayanmakla birlikte, festivallere göre katılımcı dağılımının eşit olmaması bulguların karşılaştırmalı olarak değerlendirilmesini sınırlandırmaktadır. Bu nedenle nitel araştırma yaklaşımıyla elde edilen sonuçların tüm gastronomi festivallerine ve festival ziyaretçilerine genellenmesi mümkün değildir. İkinci olarak verilerin katılımcıların kişisel değerlendirmelerine ve önceki yiyecek-içecek deneyimleriyle yaptıkları karşılaştırmalara dayanması, hatırlama yanlılığı ile bireysel beğeni ve algı farklılıklarının bulgulara yansımaya neden olmuş olabilir. Araştırmanın yalnızca festival katılımcılarının

görüşlerini kapsamı; yerel halk, festival organizatörleri, stant sahipleri, üreticiler, yerel ustalar ve yerel yöneticiler gibi diğer paydaşların değerlendirmelerinin araştırma kapsamı dışında kalmasına yol açmıştır. Son olarak, içerik analizinde Scholar GPT-5.2 yapay zeka destekli analiz aracından yararlanılmış olmakla birlikte, kodların oluşturulması, sınıflandırılması ve yorumlanması nitel araştırmanın doğası gereği araştırmacının değerlendirmelerini de içermektedir. Bu doğrultuda araştırma sonuçlarının, incelenen katılımcı grubu ve festival bağlamları çerçevesinde değerlendirilmesi gerekmektedir.

Gelecek araştırmalarda daha geniş örneklem kullanılarak nicel araştırma tasarımları geliştirilebilir ve elde edilen bulgular istatistiksel analizlerle desteklenebilir. Farklı destinasyonlarda düzenlenen gastronomi festivalleri karşılaştırmalı biçimde incelenerek yerel mutfağın temsiline ilişkin benzerlik ve farklılıklar ortaya konulabilir. Ayrıca yerel halk, festival organizatörleri, stant sahipleri ve ziyaretçiler ayrı örneklem grupları şeklinde ele alınarak çok paydaşlı bir değerlendirme yapılabilir. Bununla birlikte otantiklik algısı, destinasyon imajı, memnuniyet ve davranışsal niyet arasındaki ilişkiler yapısal modeller aracılığıyla test edilebilir. Öte yandan coğrafi işaretli ürünlerin festival deneyimine katkısı daha ayrıntılı biçimde analiz edilebilir. Uluslararası ziyaretçilerin yerel mutfak algıları ve kültürlerarası farklılıklar da ayrı bir araştırma konusu olarak ele alınabilir. Ayrıca dijital tanıtım faaliyetlerinin, sosyal medya etkileşimlerinin ve deneyim paylaşım platformlarının yerel mutfak algısına etkisi incelenebilir. Uzun vadede gastronomi festivallerinin kültürel sürdürülebilirlik ve bölgesel kalkınma üzerindeki etkilerini ölçmeye yönelik çalışmalar da alan yazına önemli katkılar sağlayacaktır.

**Etik Beyan:** Bu çalışmada kullanılan görüşme formu için Mersin Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Etik Kurulu'ndan 04/03/2025 tarihli ve 2 nolu toplantısında 69 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:** Yazarın katkı oranı %100'dür.

**Çıkar Beyanı:** Yazar, herhangi bir çıkar çatışması bulunmadığını beyan etmektedir.

#### Kaynakça

- Akçay, S. Z. ve Yavuz, G. (2023). Türkiye'deki şeflerin bakış açısıyla gastronomi etkinliklerinin değerlendirilmesi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 20(3), 368-388.
- Akkuş, G. ve Korkmaz, Ö. (2022). Festival nitelikleri, yiyecek otantikliği ve festival deneyiminin memnuniyet ve davranışsal niyet üzerindeki etkisi. *TURAR Turizm ve Araştırma Dergisi*, 11(2), 5-38.
- Aktaş Alan, A. ve Şen, Ö. (2020). Gastronomi temalı festivaller üzerine yapılmış çalışmaların bibliyometrik analizi. *IBAD Sosyal Bilimler Dergisi*, (6), 132-144.
- Akturfan, M. ve Şen, A. (2023). Rekreasyon turizmi bağlamında gastronomi temalı festivaller. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 13(1), 230-244.
- Akyürek, S. ve Kutukız, D. (2020). Gastro turistlerin deneyimleri: Gastronomi turları kapsamında nitel bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(4), 3319-3346.
- Akyürek, S., Özdemir, Ö., Uyanık, S. ve Kutukiz, D. (2019). The evaluation of the visitors' opinions about festival who attended within the cultural tourism of Gümüşhane International Rosehip-Dried Layers of Fruit Pulp, Culture and Tourism. *Eurasian Education & Literature Journal, Special Issue UTKM3*, 172-184.
- Aslan, E., Akoğlu, A. ve Şengül, S. (2021). Gastronomi festivali tercihinde ziyaretçilerin memnuniyet ve bağlılık düzeylerini etkileyen faktörler: Ege bölgesi örneği. *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(1), 77-94.
- Balcı, A. (2011). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntem, teknik ve ilkeler*. Ankara: Pegem Akademi.
- Barakazı, M. ve Kayran, M. F. (2019). Festivallerin düzenledikleri destinasyonlara katkısının incelenmesi: Narenciye Festivali örneği. *International Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 5(20), 1031-1039.
- Bekar, A., Kocatürk, E. ve Sürücü, Ç. (2017). Gastronomi festivallerinin algılanan destinasyon imajına ve tekrar ziyaret etme niyetine etkisi: Fethiye Yeşilüzümlü ve Yöresi Kuzugöbeği Mantar Festivali örneği.

*Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(Special Issue 2), 28-36.  
<https://doi.org/10.21325/jotags.2017.109>

- Bessière, J. (1998). Local development and heritage: Traditional food and cuisine as tourist attractions in rural areas. *Sociologia Ruralis*, 38(1), 21-34.
- Botty n, I. (2015). The impact of domestic gastronomic festivals on the local accomodations. *Deturope*, 7(2), 188-205.
- Buzcu, Z. ve Oğuz, S. (2019). Festival ziyaret lerinin algıladıkları değer, memnuniyet ve sadakatin festival kalitesi ile olan ilişkisi: Adana Kebap-şalgam Festivali  rneęi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(4), 3140-3155. doi: 10.21325/jotags.2019.520
- B y kşalvarcı, A. ve Akkaya, R. A. A. (2018). The evaluation of gastronomy festivals as events tourism. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 67(6), 452-467.
- Campoverde-Aguirre, R., Carvache-Franco, M., Carvache-Franco, W. ve Almeida-Cabrera, M. (2022). Analysis of the quality of service in gastronomic festivals. *Sustainability*, 14(21), 14605.
- Choo, H., Park, D. B. ve Petrick, J. F. (2022). Festival tourists' loyalty: The role of involvement in local food festivals. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 50, 57-66.
-  aylak Dönmez,  . ve Pehlivan, T. (2022). Coğrafi işaretli ürün deneyiminin memnuniyet ve davranışsal niyet üzerine etkisi: Adana lezzet festivali  rneęi. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 6(1), 123-138.
-  etin, M., Demirel, H. ve  etin, K. (2019). Gastronomi konulu festivaller: Türkiye  rneęi. In VIII. National IV. *International Eastern Mediterranean Tourism Symposium*, 19(20), 882-893.
- Darvishmotevali, M., Tajeddini, K. ve Altınay, L. (2023). Experiential festival attributes, perceived value, cultural exploration, and behavioral intentions to visit a food festival. *Journal of Convention & Event Tourism* 24(1), 57-86.
- Davras,  . ve  zper in,  . (2023). The relationships of motivation, service quality, and behavioral intentions for gastronomy festival: the mediating role of destination image. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 15(4), 451-464. doi: 10.1080/19407963.2021.1968881
- Demir, M. ve Dalgıç, A. (2022). Examining gastronomy festivals as the attractiveness factor for tourism destinations: The case of Turkey. *Journal of Convention & Event Tourism*, 23(5), 412-434, doi: 10.1080/15470148.2022.2089797
- Dimitrovski, D. (2016). Urban gastronomic festivals—Non-food related attributes and food quality in satisfaction construct: A pilot study. *Journal of Convention & Event Tourism*, 17(4), 247-265, doi: 10.1080/15470148.2015.1136978
- Ekerim, F. ve Tanrısever, C. (2020). Türkiye gastronomi festivalleri ve haritalandırılması. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(3), 2277-2297.
- Erciyas, N. ve Yılmaz,  . (2021). Gastronomi turizminin gelişiminde gastronomi festivalleri ve Türkiye'deki mevcut durum. *ART/icle: Sanat ve Tasarım Dergisi*, 1(1), 91-108.
- Gökdeniz, A., Erdem, B., Din , Y. ve  elik Uęuz, S. (2015). Gastronomi turizmi: Ayvalık'ta yerli turistler üzerinde görgül bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(1), 14-29.
- Hall, C. M. ve Sharples, L. (2008). *Food and wine festivals and events around the world: Development, management, and markets*. Elsevier.
- Hsu, F. C., Agyeiwaah, E., Lynn, I. ve Chen, L. (2021). Examining food festival attendees' existential authenticity and experiential value on affective factors and loyalty: An application of stimulus-organism-response paradigm. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 48, 264-274.
- Wu, H. C., Wong, J. W. C. ve Cheng, C. C. (2014). An empirical study of behavioral intentions in the food festival: The case of Macau. *Asia pacific journal of tourism research*, 19(11), 1278-1305. doi: 10.1080/10941665.2013.844182
- Işık, A. (2022). Gastronomi turizminin gelişiminde gastronomi festivalleri ve Türkiye'deki mevcut durum. *Journal of Tourism and Management*, 3(1), 46-58.

- Kabacık, M. (2024). Examining gastronomy festivals, a type of event tourism, within the scope of the United Nations sustainable development goals. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 16(4), 519-530.
- Kaleözü, S. ve Duman, G. (2020). Neden bu kadar şef/gastronomi etkinliği var? İhtiyaç var mı?. Editors/Editörler, 22. *International Travel and Tourism Dynamics: Overtourism 8-10 Oct 2020*, Ankara Turkey Printed in Turkey. All right reserved E-ISBN: 978-605-031-445-8
- Karasar, N. (2014). *Bilimsel araştırma yöntemi*. Ankara: Nobel Yayınevi.
- Kargılioğlu, Ş. ve Kabacık, M. (2017). Gastronomi turizmi kapsamında Urla enginar festivaline gelen turistlerin festival hakkındaki görüşleri. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 5(3), 409-421.
- Keskin, E. (2021). Gastronomi festivalleri. Özgür Yayla, Hakan Çetiner (Ed.), *Turizm Alanında Güncel Konular ve Yaklaşımlar* içinde (ss. 29-40). Konya: Çizgi Kitabevi Yayınları.
- Keskin, S. ve Sezen, B. (2022). Gastronomi festivalleri, yemek imajı ve destinasyon imajı arasındaki ilişkiler: Hatay örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 10(2), 115-132.
- Kılıçarslan, Ö. ve Kılıçarslan, D. (2025). Could similar clusters have different perceptions? Motivation segmenting of local food festival. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 17(1), 214-230.
- Kılıçhan, R. ve Köşker, H. (2020). Participation motivation of visitors of local food-themed gastronomy festival. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 8(1), 78-91.
- Kızılcıoğlu, G., Aybar, D. H. ve Şen, Ö. (2020). Yiyecek imajı, memnuniyet ve sadakat üzerine bir inceleme: Alaçatı Ot Festivali örneği. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 4(1), 57-69.
- Kim, Y. G., Suh, B. W. ve Eves, A. (2010). The relationships between food-related personality traits, satisfaction, and loyalty among visitors attending food events and festivals. *International Journal of Hospitality Management*, 29(2), 216-226.
- Kim, Y. H., Duncan, J. ve Chung, B. W. (2015). Involvement, satisfaction, perceived value, and revisit intention: A case study of a food festival. *Journal of Culinary Science & Technology*, 13(2), 133-158.
- Küçük, E. ve Saatçı, G. (2022). Yerel etkinliklerde gastronomi mirasının yaşatılması üzerine bir araştırma: Çanakkale örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 184-201.
- Kwiatkowski, G., Hjalager, A. M., Ossowska, L., Janiszewska, D. ve Kurdyś-Kujawska, A. (2024). The entrepreneurial orientation of exhibitors and vendors at food festivals. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 16(2), 207-226.
- Lee, J. ve Beeler, C. (2009). An investigation of predictors of satisfaction and future intention: Links to motivation, involvement, and service quality in a local festival. *Event management*, 13(1), 17-29.
- López-Guzmán, T., Uribe Lotero, C. P., Pérez Gálvez, J. C. ve Ríos Rivera, I. (2017). Gastronomic festivals: Attitude, motivation and satisfaction of the tourist. *British Food Journal*, 119(2), 267-283. doi: <https://doi.org/10.1108/BFJ-06-2016-0246>
- Markovic, S., Dorcic, J. ve Krnetić, M. (2015). Visitor satisfaction and loyalty measurement of a local food festival: Application of FESTPERF scale. In *3rd International Scientific Conference Tourism in Southern and Eastern Europe*.
- Mason, M. C. ve Nassivera, F. (2013). A conceptualization of the relationships between quality, satisfaction, behavioral intention, and awareness of a festival. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 22(2), 162-182.
- Ossowska, L., Janiszewska, D., Kwiatkowski, G. ve Kloskowski, D. (2023). The impact of local food festivals on rural areas' development. *Sustainability*, 15(2), 1447.
- Özbay, G. ve Semint, D. (2020). Gastronomi temalı festivallerde katılımcı deneyimi: 11. Uluslararası Pişmaniye Festivali örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(4), 2112-2130.
- Richards, G. (2002). Gastronomy: An essential ingredient in tourism production and consumption?. In A. Hjalager and G. Richards (Eds.), *Tourism and gastronomy* (pp. 3-20). London: Routledge.

- Sezen, T. ve Pekerşen, Y. (2024). Yöresel yemek festivaline katılım motivasyonunun festival deneyimi, imaj ve sadakat üzerindeki etkisi. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 7(1), 67-86. doi: <https://doi.org/10.33083/joghat.2024.387>
- Sims, R. (2009). Food, place and authenticity: Local food and the sustainable tourism experience. *Journal of Sustainable Tourism*, 17(3), 321-336.
- Solunoglu, A. ve Orgun, E. (2024). Gastronomy festivals in the development of event tourism and the current situation in Turkey. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 16(4), 464-473.
- Sormaz, Ü., Özkan, M., Akdağ, G. ve Özkanlı, O. (2019). Turizm işletmelerinin gastronomi festivalleri ve mutfak günleri etkinliklerine katılma durumları. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(3), 1737-1752. DOI: 10.21325/jotags.2019.446
- Sürme, M. (2020). Festival kalitesinin davranışsal niyete etkisini belirlemeye yönelik bir araştırma. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 19(2), 543-551.
- Şimşek, A. ve Aytuğar, S. (2021). Bolu ilinin gastronomi turizmi potansiyelinin belirlenmesi. *Sivas İnterdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 110-124.
- Taştan, H., Soylu, A. G. ve Demir, Ş. (2018). Adana lezzet festivaline katılan bireylerin festival algılarının belirlenmesi. *Journal of Academic Social Science*, 6(71), 334-349.
- Tilki, S. ve Yalçın, K. (2021). Kırsal turizm kapsamında gastronomi festivalleri: Ege bölgesi ot festivalleri. *Uluslararası Kırsal Turizm ve Kalkınma Dergisi (IRTAD)*, 5(1), 1-7.
- Tran, A. T., Le, A. D., Bui L. A., P., Le, V. V. ve Vu, L. T. (2023). Food festival research review in contemporary tourism. *International Journal of Tourism Cities*, 9(2), 325-347.
- Türköz Bakırcı, G., Bucak, T. ve Turhan, K. N. (2017). Bölge gastronomi turizmi üzerine yöresel ürün festivallerinin etkisi: Urla örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5/Special issue 2, 230-240.
- Ünlü, Y. ve Nizamlioğlu, H. F. (2022). Gastronomi Festivalleri Kapsamında Konya Mutfağının Değerlendirilmesi. *AHBVÜ Turizm Fakültesi Dergisi*, 25(1), 68-97.
- Wan, Y. K. P. ve Chan, S. H. J. (2013). Factors that affect the levels of tourists' satisfaction and loyalty towards food festivals: A case study of Macau. *International Journal of Tourism Research*, 15(3), 226-240.
- Yavuz, G. (2019). Gastronomi temalı festivaller ve Alaçatı Ot Festivali'nde stant açan yerel halk üzerine bir araştırma. *VIII. Ulusal IV. Uluslararası Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu*. Anamur-Mersin: Mersin Üniversitesi Yayın Evi, 1(1), 779-791.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2013). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yoon, Y. S., Lee, J. S. ve Lee, C. K. (2010). Measuring festival quality and value affecting visitors' satisfaction and loyalty using a structural approach. *International Journal of Hospitality Management*, 29(2), 335-342.
- Yordam, S. ve Akkuş, G. (2022). Otantiklik arayışı, yiyecek deneyimi ve tavsiye etme niyeti arasındaki ilişkilerin incelenmesi: Alaçatı Ot Festivali örneği. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 24(4), 1606-1620.
- Zarębski, P. ve Zwęglińska-Gałecka, D. (2020). Mapping the food festivals and sustainable capitals: Evidence from Poland. *Sustainability*, 12(24), 10283. doi: <https://doi.org/10.3390/su122410283>
- Zhu, Y., Zhu, L. ve Weng, L. (2024). How do tourists' value perceptions of food experiences influence their perceived destination image and revisit intention? A moderated mediation model. *Foods*, 13(3), 412, 1-22. doi: <https://doi.org/10.3390/foods13030412>