



Araştırma Makalesi (Research Article)

Gastronomi turizminde bilgi yönetimi ve yapay zekâ uygulamaları

Information management and artificial intelligence applications in gastronomic tourism

Hanife Gül BOZKURT^{1*} (orcid.org/0009-0006-6146-8629)

¹Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Aydın Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu, Tıbbi Hizmetler ve Teknikler Bölümü, Aydın, Türkiye

Özet

Amaç: Bu çalışma, gastronomi turizminde bilgi yönetimi süreçleri ile yapay zekâ uygulamalarının entegrasyonunu analiz etmektedir. Bu doğrultuda çalışma, 'Yapay zekâ uygulamalarının gastronomi turizmindeki bilgi yönetimi süreçlerine entegrasyonu, müşteri deneyimi ve sektörel dönüşüm bağlamında nasıl bir rol oynamaktadır?' temel araştırma sorusuna yanıt aramaktadır.

Yöntem: Bu doğrultuda çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden çoklu vaka çalışması deseni benimsenmiş olup vaka analizine temel oluşturacak verilerin toplanmasında doküman analizi tekniğinden yararlanılmıştır. Veri kaynakları arasında ulusal ve uluslararası akademik literatür, sektörel raporlar, dijital gastronomi platformları ve turizm teknolojisi uygulamaları yer almaktadır.

Bulgular: Çalışmada Türkiye'den Gaziantep Mutfak Müzesi, yurt dışından ise Japonya'daki 'AI Sommelier' uygulaması ile Fransa'da menü kişiselleştirme örnekleri incelenmiştir. Elde edilen bulgular, yapay zekânın gastronomi turizminde müşteri deneyimini kişiselleştirme, veri temelli karar alma ve bilgi yönetimini hızlandırma açısından önemli katkılar sunduğunu ortaya koymaktadır. Ancak veri güvenliği, yüksek maliyetler ve personel eğitimi eksikliği sektörün dijital dönüşümünde karşılaştığı temel zorluklar arasında yer almaktadır.

Tartışma: Sonuç olarak, gastronomi turizminde bilgi yönetiminin etkinliği, yapay zekâ teknolojilerinin stratejik biçimde kullanılması ve paydaşlar arası dijital iş birliğinin güçlendirilmesiyle artırılabilir. Bu kapsamda çalışmanın bulguları, politika yapıcılara, turizm profesyonellerine ve akademik çevrelere dijital dönüşüm sürecinde yol gösterici öneriler sunmaktadır. Bu çalışma, gastronomi turizmi ekosisteminde dijitalleşmenin; ekonomik performans, sürdürülebilirlik ve tedarik zinciri gibi çok boyutlu sonuçlarını bütüncül bir perspektifle ele alarak literatüre özgün bir katkı sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi Turizmi, Bilgi Yönetimi, Yapay Zekâ Uygulamaları, Turizm, Kültürel Miras

Abstract

Purpose: This study analyzes the integration of information management processes and artificial intelligence applications in gastronomy tourism. In this direction, the study seeks an answer to the basic research question 'What role does the integration of artificial intelligence applications into information management processes in gastronomy tourism play in the context of customer experience and sectoral transformation?'

Methodology: In this direction, multiple case study design, one of the qualitative research methods, was adopted in the study, and document analysis technique was used to collect the data that will form the basis of the case analysis. Data sources include national and international academic literature, sectoral reports, digital gastronomy platforms and tourism technology applications.

Results: In the study, Gaziantep Culinary Museum from Türkiye, the 'AI Sommelier' application in Japan and menu personalization examples in France were examined. The findings reveal that artificial intelligence makes significant contributions to personalizing the customer experience, data-based decision-making, and accelerating information management in gastronomy tourism. However, data security, high costs, and lack of staff training are among the main challenges faced by the industry in its digital transformation.

Discussion: In conclusion, the effectiveness of knowledge management in gastronomy tourism can be enhanced by the strategic use of artificial intelligence technologies and the strengthening of digital collaboration between stakeholders. In this context, the findings of the study offer guiding suggestions to policymakers, tourism professionals and academic circles in the digital transformation process. This study aims to understand the importance of digitalization in the gastronomy tourism ecosystem; It makes a unique contribution to the literature by addressing its multidimensional consequences such as economic performance, sustainability and supply chain with a holistic perspective.

Keywords: Gastronomic Tourism, Information management, Artificial intelligence applications, Tourism, Cultural heritage

* Sorumlu yazar: hgulbozkurt@gmail.com

DOI: 10.33083/joghat.2026.650

Giriş

Gastronomi deneyimleri, seyahat destinasyonu konusunda karar verilmesinde aynı zamanda turistlerin genel seyahat deneyimlerinden duydukları memnuniyetlerinin şekillenmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Günümüzde gastronomi, kültürel mirasın en önemli öğelerinden biri olarak, turizm hareketlerinin odaklandığı unsurlardan biri haline gelmiştir. Gastronomi turizmi, ziyaretçileri yerel yemekleri keşfetmeye yönlendiren, daha çok eğlence amaçlı ve kendine özgü gastronomiye sahip bölgelerdeki seyahat deneyimi olarak tanımlanmaktadır (Pavlidis ve Markantonatou, 2020). Kovalenko ve arkadaşları (2023) gastronomi turizmini yerel mutfak unsurlarını ve otantik yemek kültürünü keşfetme isteğiyle hareket eden etkinliklere katılım olarak belirtmektedir. Gastronomik turizm kavramı, turizm sektöründe mutfak deneyimlerine olan ilginin artması sonucu zamanla gelişmiştir ve farklı terimlerle anılmıştır. Tarihsel olarak gastronomik turizm kavramı, yemek turizmi, mutfak turizmi, şarap turizmi, gurme turizmi gibi kelimelerle eş anlamlı olarak kullanılmıştır (Ellis vd., 2018; García-Pérez ve Castillo-Ortiz, 2024; Rachão vd., 2021; Sormaz vd., 2016; Stone vd., 2022). Gastronomi turizminde yerel mutfakların korunması ve dünya çapında tanıtımın yapılması turizmin gelişimi açısından oldukça önemlidir. UNESCO kültürel mirasın korunmasında birçok çalışması olduğu gibi gastronomi alanında da uygulamaları yer almaktadır. UNESCO'nun 2004 yılında kurulan 'Yaratıcı Şehirler Ağı' şehirleri yaratıcı endüstriler üzerine odaklanan gastronomi, mimari, film, edebiyat, medya sanatları, müzik, zanaat ve halk sanatları, tasarım olmak üzere sekiz temada buluşturmaktadır. Türkiye'den Gaziantep (Gastronomi), Afyonkarahisar (Gastronomi), Hatay (Gastronomi), İstanbul (Tasarım), Kütahya (Zanaat ve Halk Sanatları) şehirleri UNESCO yaratıcı şehirler arasında yer almaktadır (UNESCO, 2025). Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (United Nations World Tourism Organization- UNWTO), sürdürülebilir, evrensel, erişilebilir, sorumlu turizm için faaliyet gösteren Birleşmiş Milletler'in uzmanlık kuruluşudur (UNT, 2025) Dünya Turizm Örgütü'ne Türkiye de dahil olmak üzere 160 üye devlet, 6 ortak üye ve 500'den fazla bağlı üyesi ile iş birliği içinde turizmi kapsayıcı kalkınma, ekonomik büyüme, çevresel sürdürülebilirliğin itici gücü olarak konumlandırmak için çalışmalarını sürdürmektedir. Bu doğrultuda UNWTO, gastronomi turizmin geliştirilmesi için "World Forum on Gastronomy Tourism" etkinliklerini düzenlemekte ve bu forum sayesinde sektörel uzmanların deneyim paylaşımları, iyi uygulamalar ve gastronomi stratejilerinin tartışılması için imkân sağlamaktadır (UNT, 2025). Bununla birlikte 1986 yılında İtalya'da kurulan ve günümüzde 160'tan fazla ülkede yerel gıda kültürünü ve sürdürülebilir gastronomi kültürünü teşvik eden Slow Food ağı ile UNWTO arasında sürdürülebilir gastronomi turizmi değer zincirini güçlendirmek için 'Mutabakat Muhtırası' imzalanmıştır (Slow Food, 2025; UNT, 2025). Ekonomi Kalkınma ve İş Birliği Örgütü (Organisation for Economic Co-operation and Development- OECD) gastronomi turizmini kültürel sürdürülebilirlik, destinasyon markalaşması, yerel kalkınma konularında stratejik bir unsur olarak değerlendirmektedir. OECD 'Food and the tourism experience' adlı raporunda gastronomi turizminin sadece turistlerin memnuniyetine değil, aynı zamanda ülke imajının güçlenmesinde ve yerel ekonomilerin çeşitlenmesinde önemli bir unsur olduğu vurgulanmaktadır. Raporda ayrıca gıdanın, kültürlerin temel bir parçası olarak küresel somut olmayan mirasın önemli bir unsuru olduğu ve birçok turistin odak noktasının müzeler, anıtlar gibi klasik görülmesi gereken yerlerden, yaşam tarzı, yaratıcılık, atmosfer gibi somut olmayan kültür unsurlarına yönelik denenmesi gereken yerlere yöneldiği vurgulanmaktadır (OECD, 2012). Ayrıca OECD'nin 2024 tarihli "Tourism trends and policies" adlı ve 2025 yılına ait "How do consumers interact with environmental sustainability claims on food" adlı raporları turizm sektöründe gıda hizmetlerinin ekonominin gelişmesindeki etkin rollerini, gastronomi turizminin çevresel farkındalıkla yeniden şekillendiğini göstermektedir (Deconinck vd., 2025; OECD, 2024). Kültürel miras UNESCO, ICOMOS (International Council on Monuments and Sites- Uluslararası Anıtlar ve Sitler Konseyi) ve benzeri kuruluşların hazırladığı metinlerde, geçmişten günümüze gelen yer altı, yer üstü, su altındaki taşınır ya da taşınmaz unsurlar 'kültürel miras' kavramı içinde değerlendirilmekte; bu miras somut ve somut olmayan kültürel miras olarak iki ana gruba ayrılmaktadır. İnsan emeği ve yaratıcılığının sonucu ortaya çıkan düşünce sistemleri, dil, folklorun dışında kalan unsurlar somut kültürel miras altında sınıflandırılırken; dil, din, inanç, folklor ve düşünce sistemlerinden türeyen unsurlar somut olmayan kültürel miras olarak değerlendirilmektedir (Deniz, 2024). Bu unsurların korunması ve gelecek nesillere aktarılması için yapılan tüm çalışmalar kültürel miras yönetimi kapsamında değerlendirilmektedir. Gastronomi, bir toplumun sadece beslenme alışkanlıklarını değil, aynı zamanda bu toplumun tarihsel, sosyal ve kültürel kimliğini de yansıtan bir olgudur. UNESCO'nun 2003 yılında hazırladığı Somut Olmayan Kültürel Miras Sözleşmesi'ne göre, toplulukların kimliğinin bir parçası olan bilgi, becerileri ve uygulamaların kuşaklar arası aktarılması somut olmayan kültürel mirasın (SOKÜM) temelini oluşturmaktadır (UNESCO, 2003). Bu perspektifte yemek hazırlama, pişirme, sunma ve paylaşma adetleri somut olmayan kültürel miras kapsamında değerlendirilmektedir. Nitekim UNESCO listesinde yer alan Türk kahvesi kültürü ve geleneği, Fransız gastronomisi, Akdeniz diyeti gibi örnekler gastronominin kültürel çeşitlilik anlamında uluslararası düzeyde

taşıdığı önemi göstermektedir (UNESCO, 2025; Xavier Medina, 2009). Gastronomik mirasın turizm tanıtım stratejilerine entegrasyonu, farklı iş birliği modellerinin ortaya çıkmasına ve bölgesel kalkınmayı destekleyen sistemlerin gelişimine katkıda bulunduğu vurgulanmaktadır (Bessi re, 2013). Bu yönleriyle gastronomi turizmi sadece ekonomik bir faaliyet alanı değil aynı zamanda kültürel mirasın korunması, tanıtımı ve yaygınlaştırılmasında sürdürülebilir kalkınma hedefleriyle uyumlu bir araç olarak değerlendirilebilir. SOKÜM'ün dijital ortamlarda etkin yönetimi için kritik unsurları ortaya koyan bir çalışmada; Çin'deki miras koruma merkezlerinin sosyal medya hesapları incelenerek, bu kurumların kültürel miras iletişiminde dijital stratejilerin etkinliği incelenmiştir. Profil açıklaması uzunluğu, video formatı, kullanıcı etkileşimi, paylaşım sıklığı gibi değişkenler analiz edilmiştir ve sonuç olarak iletişimin etkinliğini tek bir faktör yerine farklı kombinasyonlar ile başarıya ulaşılabileceğini göstermiştir. Özellikle görsel estetiği g c l  videoların, yüksek etkileşimli içeriklerin ve düzenli paylaşımların dijital miras üretiminde etkin olduğu saptanmıştır (Wang vd., 2025). Bu doğrultuda SOKÜM'ün tanıtımında sosyal medya etkisinin ve kullanıcı katılımının sürdürülebilir dijital kültür miras yönetimi için kritik olduğu söylenebilir. Gastronomi turizminin son yıllarda turizm sektörünün hızla gelişen alanlarından biri olduğu söylenebilir. Günümüzde bu alan, yapay zekâ ve teknolojilerinin sunduğu olanaklarla farklı boyutlarda da şekillenmektedir. Bilgi yönetimi ise çağımızda kurumlar veya ülkeler arasında rekabet avantajı yaratmanın temel ara arından biridir. Özellikle gastronomi turizmi gibi deneyim temelli alanlarda, veri toplama, analiz etme, depolama ve paylaşma süreçleri müşteri memnuniyetinin ve iş akış süreçlerinin iyileştirilmesinde belirleyici bir unsur olarak öne çıkmaktadır. Yapay zekâ teknolojilerinin bilgi yönetimi döngüsünün her aşamasında yenilikçi  z mler sunduğu ve bilgiyi başarılı bir şekilde yönetme çabalarını desteklediği görülmektedir (Taherdoost ve Madanchian, 2023). Bu kapsamda çalışmanın araştırma sorusu 'Yapay zekâ uygulamalarının gastronomi turizmindeki bilgi yönetimi süreçlerine entegrasyonu, müşteri deneyimi ve sektörel dönüşüm bağlamında nasıl bir rol oynamaktadır?' olarak belirlenmiştir. Uluslararası ve ulusal raporlar ile akademik çalışmalar incelendiğinde; gastronomi turizminin genellikle kültürel miras, sürdürülebilirlik, destinasyon pazarlaması ve yerel kalkınma ekseninde ele alındığı görülmektedir. Diğer yandan, dijital dönüşümün ve teknolojik gelişmelerin hız kazandığı günümüz turizm ekosisteminde, yapay zekâ uygulamaları ile bilgi yönetimi süreçlerinin entegrasyonunu somut vaka analizleriyle ve bütüncül bir yaklaşımla inceleyen çalışmaların eksikliği dikkat çekmektedir. Bu  alışma, söz konusu teorik boşluğu doldurmak amacıyla, gastronomi turizminde yapay zekâ ve bilgi yönetimi süreçlerinin nasıl konumlandırıldığını Türkiye ve dünyadaki örnek uygulamalar (Gaziantep Mutfak Müzesi, Japonya 'AI Sommelier' ve Fransa menü kişiselleştirme örnekleri)  zerinden derinlemesine analiz etmektedir. Böylelikle araştırma, gastronomi turizminde uluslararası örgütlerce (UNESCO, UNWTO, OECD) vurgulanan sürdürülebilirlik ve rekabetçilik hedeflerinin, teknolojik araçlar ve bilgi stratejileriyle pratik düzlemde nasıl hayata geçirilebileceğini ortaya koymaktadır.

Yöntem

Araştırma Tasarımı ve  rneklem

Bu  alışma, gastronomi turizminde bilgi yönetimi ve yapay zekâ uygulamalarını kapsamlı biçimde değerlendirmek amacıyla nitel araştırma yaklaşımıyla yürütülmüştür. Bu çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden çoklu vaka çalışması (multiple case study) deseni benimsenmiştir. Vaka incelemesi bir olgunun ya da olayın gerçek yaşam bağlamı içerisinde araştırmacının olayları kontrol etme gücünün sınırlı olduğu durumlarda kullanılan, birden fazla kanıt veya veri kaynağına dayanan ampirik bir araştırma yöntemidir (Yin, 2017). Bu kapsamında Türkiye'de ve diğer ülkelerdeki farklı coğrafyalarda gastronomi turizmi doğrultusunda yapay zekâ teknolojilerinin somut kullanım örnekleri karşılaştırmalı biçimde değerlendirilmiştir. Araştırmada vaka analizine temel oluşturacak verilerin toplanmasında doküman analizi tekniğinden yararlanılmıştır. Vaka seçiminde maksimum çeşitlilik  rneklemesi stratejisi doğrultusunda řu kriterler dikkate alınmıştır: (1) Farklı coğrafı, kültürel ve teknolojik gelişmişlik düzeylerinde bulunma ve (2) yapay zekânın gastronomi turizmindeki farklı işlevlerini ve düzeylerini (destinasyon, işletme, müşteri deneyimi) temsil etme. Bu doğrultuda; gastronomi turizminde küresel bir marka ve UNESCO tescilli bir destinasyon olan Türkiye (Gaziantep Mutfak Müzesi) destinasyon düzeyini; yapay zekâ ve teknolojik inovasyonda  nc  konumda olan Japonya (AI Sommelier) türün/işlevsel eşleştirme düzeyini; müşteri deneyiminin en hassas yönetildiği yerlerden olan Fransa (menü kişiselleştirme) ise işletme/müşteri deneyimi düzeyini temsil etmesi amacıyla seçilmiştir. Araştırma kapsamında veri toplama ve analiz sürecinde birden fazla kaynağı bütüncül biçimde incelemeye olanak sağlayan doküman analizi kullanılmıştır. Doküman analizi araştırılan konu ya da olayları tanımlamak, yorumlamak ve anlamlandırmak amacıyla yazılı, basılı veya dijital belgelerin sistematik şekilde incelenmesini kapsayan bir nitel araştırma yöntemi olup belgelerin seçilmesi, özgünlük ve güvenirliklerinin değerlendirilmesi, kodlama, yorumlama gibi adımları içermektedir (Bowen,

2009). Doküman analizi kapsamında Gastronomi turizmi alanına ilişkin stratejik raporlar, teknoloji firmalarının dokümanları, dijital gastronomi platformları ve çeşitli veri tabanlarından ilgili akademik literatür incelenmiştir. Veriler, bilimsel veri tabanlarından ve UNWTO, OECD, TÜRSAB gibi kuruluşların web sayfalarından, TripAdvisor, Michelin Digital Guide dijital gastronomi platformlarından, OpenAI, IBM Watson Hospitality vb. teknoloji firmalarının web sayfalarından toplanmıştır. Anahtar kelime olarak “Gastronomi turizmi, yapay zekâ, bilgi yönetimi, dijital gastronomi- gastronomy tourism, artificial intelligence, information management, digital gastronomy” kelimeleri kullanılmış, tarih aralığı olarak 2020-2025 arası seçilmiştir.

Veri Toplama

Veriler Ocak 2025 -Aralık 2025 tarihleri arasında sistematik bir şekilde toplanmıştır. Doküman analizi kapsamında Scopus, Web of Science, Google Scholar veri tabanları, uluslararası kuruluş raporları (UNWTO, OECD, TÜRSAB), dijital gastronomi platformları (TripAdvisor, Michelin Digital Guide) ve teknoloji firmalarının web sayfaları (OpenAI, IBM Watson Hospitality vb.) incelenmiştir. Dokümanlar, çalışmanın amacıyla uyum ve uygulama potansiyeli, erişilebilirlik ve güncellik kriterlerine göre seçilmiştir. Vaka incelemelerine ilişkin bilgiler ise örnekleme yer alan destinasyonların web sitelerinden, tanıtım materyallerinden açık erişim sunulan teknik dokümanlardan ve medya içeriklerinden toplanmıştır. Her vaka için yapay zekâ kullanımının amacı, uygulama biçimi, kullanılan teknoloji türleri ve bilgi yönetimi süreçlerine katkısı sistematik bir çerçevede incelenmiştir.

Veri Analizi

Verilerin analizinde içerik analizi ve tematik analiz teknikleri birlikte kullanılmıştır. İlk aşamada, dokümanlardan elde edilen bilgiler doğrultusunda uzman görüşü alınarak ana temalar belirlenmiştir. Bu kapsamda yapay zekâ uygulamalarının gastronomi turizmindeki rolünü açıklayan kavramlar belirlenmiştir. Özellikle bilgi yönetimi döngüsü (bilgi oluşturma, depolama, erişim, paylaşım, yeniden kullanım) ile yapay zekâ çözümleri arasındaki ilişki tematik çerçevede değerlendirilmiştir. Vaka incelemelerinden elde edilen veriler ise karşılaştırmalı analiz yöntemiyle çözümlenmiştir. Türkiye, Fransa ve Japonya örnekleri arasında yapay zekâ uygulamalarının işlevi, müşteri deneyimine etkisi ve bilgi yönetimi altyapıları açısından benzerlik ve farklılıklar ortaya konmuştur. Analiz süreci, verilerin üçgenlenmesi ile desteklenmiş; dokümanlar, vakalar ve mevcut literatür karşılaştırılarak çalışmanın güvenilirliği sağlanmıştır.

Bulgular

Gastronomi Turizmi ve Bilgi Yönetimi

Gastronomi turizmi bazı yazarlar tarafından yemek veya mutfak turizmi olarak eş anlamlı olarak adlandırılmaktadır. Genel olarak gastronomik kaynaklar açısından zengin bölgelere, eğlence amaçlı seyahatler olarak ifade edilmektedir. Bu ziyaretler, gastronomik ürünlerin birincil veya ikincil üreticilerini kapsayan ziyaretler olup, gastronomik festivaller, etkinlikler, fuarlar, yemek pişirme gösterileri, yemek tadımları veya yemekle ilgili herhangi bir faaliyeti kapsamaktadır (Hall ve Mitchell, 2005; Lee vd. 2015). Bu yönüyle bireylerin destinasyonları gastronomik deneyimler elde etmek amacıyla yerel mutfak kültürünü, müzeleri, üretim süreçlerini, festivalleri ve dijital gastronomi içeriklerini kapsamaktadır. Çeşitli araştırmalar geleneksel restoran yemeklerinden memnun kalmanın destinasyonun imajı ve o yerin gastronomisi üzerinde olumlu bir imaja sahip olduğunu ayrıca ziyaretçilerin bu destinasyonu tavsiye etme ve tekrar ziyaret etme eylemi üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir (Hernández-Rojas ve Huete Alcocer, 2021). Gastronomi turizmi, destinasyonların özgün mutfak kimliğini görünür kılarken; bu sürecin sürdürülebilirliğini mümkün kılmak için gastronomik verilerin sistematik biçimde toplanması, işlenmesi, paylaşılması, dijitalleştirilmesi ve arşivlenmesi gibi etkili bir bilgi yönetimi stratejisi yaklaşımı gerekmektedir. Bilgi yönetimi, bilginin sistematik bir şekilde toplanması, sınıflandırılması, paylaşımı ve kullanılması gibi süreçlerini içerir. Gastronomi turizmi açısından bilgi yönetimi, müşteri ve gastronomi verilerinin, tedarik zinciri verilerinin ve destinasyon verilerinin etkili bir şekilde işlenmesini gerektirmektedir. Birçok disiplinde gerçekleştirilen dijitalleştirme işlemleri gıda ve gastronomi turizmi alanında yeni fırsatlar yaratmaktadır. Dijital gıda alanındaki söylemler ve araştırma boşlukları Hjalager (2022) tarafından kapsamlı biçimde sınıflandırılmıştır.

Tablo 1. Dijital Gıda ve İnovasyon Söylemlerine Genel Bakış

Söylem	Temel Araştırma Amacı	Gıda ve Gastronomi Turizmi İnovasyonu İçin Süreçlerin Devamı ve Bilgi Açıkları
Dijital özellikler	Dijital ile analog arasındaki farkları ve dijitalin doğasını anlamak	Dijital cihazların gıdalla kurduğu özel ilişki ve tüm duyuşsal özelliklerin diğer dijital bilgi türleriyle etkileşime girerek yenilik süreçlerine katkıda bulunması.
Dijital araç türleri	Tanımlanabilir dijital teknolojilerin sınıflandırmalarını oluşturmak ve bağlam içindeki kullanım biçimlerini incelemek	Dijital araçların operasyonel ve organizasyonel bağlamlarda özel kullanımına dair derinlemesine içgörü. Bireysel araçlardan veya birbiriyle bağlantılı araç gruplarından kaynaklanan gıda deneyimi tasarımı ve gastronomi iş modellerindeki değişimlere ve yeniliklere ilişkin daha geniş bilgi gereksinimi.
Uygulama süreçleri ve aşamaları	İşletmelerin ve toplumların dijital araçlarla nasıl ve ne zaman dönüşüm geçirdiğini göstermek	Dijital araçların yayılma özellikleri ve işletmeler ile toplumların yeniliklere ne ölçüde yanıt verebildiği. Turistlerin benimseme düzeyleri. Dijitalleşmenin ekonomik performans, toplumsal süreçler, refah ve sürdürülebilirlik üzerindeki etkileri.
Sosyal ve eleştirel itici güçler	Dijitalleşmenin güçlendirici ve engelleyici unsurlarını ortaya koymak	Teknoloji şirketleri ve platformların ekonomik ve tekelleştirici gücü. Gıda sektöründe ve gastronomi turizmine etkileri olan dijitalleşme politikaları. Toplumsal direnç ve kolektif eylem.

Hjalager, (2022).

Hjalager, (2022) çalışmasındaki “Digital Food and Innovation Discourses” tablosunun Türkçeye uyarlanmış hâlidir. Tabloya göre dijital gıda ile ilgili literatürde en sık ele alınan dört ana konu:

- Dijital özellikler: Gıdanın dijital araçlara nasıl eklenildiğidir. Örneğin, yapay zekâ ile gıda eşleştirmeleri, dijital menüler, sensörlü cihazlar, vb.
- Dijital araç türleri: Gastronomide kullanılan dijital teknolojilerin sınıflandırılması ve bu araçların işleyiş biçimleridir (QR menüler, akıllı mutfaklar, VR/AR deneyimleri, robotik servis vb.)
- Uygulama süreçleri: Dijital teknolojilerin işletmelerde, mutfakta ve destinasyonlarda uygulama alanları, turistlerin bu dönüşüme ne kadar hızlı uyum sağladığı.
- Sosyal ve eleştirel itici güçler: Dijitalleşmenin Toplumsal politik ve ekonomik etkileri bununla birlikte dijitalleşmeye yönelik toplumsal direnç konusunu kapsamaktadır.

Yapay Zekâ Teknolojilerinin Rolü

Yapay zekâ teknolojileri turizmde kişiselleştirme, otomasyon yetenekleri ve tahmin gibi avantajlar sağlamaktadır. Özellikle gastronomi turizmi alanında bu teknolojiler; menü öneri sistemleri, robotik servis elemanları, mutfak turları gibi müşteri duygu analizine kadar geniş bir yelpazede uygulanmaktadır. Yapılan bir çalışmada Open AI tarafından geliştirilen sohbet robotu olan ChatGPT'nin Gastronomi turizminin nasıl dönüştürdüğü, gastronomi turizmini nasıl kişiselleştirilmiş, etkili ve erişilebilir hale getirdiği incelenmiştir. Çalışmada mobil uygulamalar, dijital platformlar, sanal ve artırılmış gerçeklik gibi yenilikçi teknolojilerin turistlere yerel mutfaklar hakkında bilgi edinme ve etkileşimli deneyimler sunma olanakları sağladığı ortaya konmuştur (Özdemir, 2024). Aşağıdaki Tablo-2'de Robotlar endüstriyel, profesyonel hizmet ve kişisel hizmet robotları olmak üzere 3 ana kategoriye ayrılmakta ve otonomi düzeyi, sosyal etkileşim, hareket kabiliyeti ile turizm konaklama sektöründeki kullanım alanları karşılaştırılmaktadır. Turizm ve konaklama sektöründe kullanılan robotların genellikle profesyonel hizmet robotları ve kişisel hizmet robotları olarak ortaya çıktığı görülmektedir. Bu robotlar sayesinde ziyaretçilerle doğrudan etkileşim kurulabilmekte, belirli ölçüde otonom hareket edebilmekte ve hizmet süreçlerinin desteklenmesi amacıyla yapay zekâ sistemleriyle entegre çalışabilmektedir (Murphy vd., 2017).

Tablo 2. Endüstriyel, Profesyonel ve Kişisel Hizmet Robotlarının Özelliklerine İlişkin Karşılaştırma

Özellikler	Endüstriyel Robotlar	Profesyonel Hizmet Robotları	Kişisel Hizmet Robotları
Var Olma Süresi	Yaklaşık 50 yıl	Yaklaşık 20 yıl	Yaklaşık 20 yıl
Uygulama Alanları	Üretim	Uzak bölgeler, sağlık hizmetleri, yaşlı bakımı, derin su onarımları, mayın temizleme	Ev, eğlence, insanlara arkadaşlık etme
Sosyal Etkileşim	Çok az ya da yok	Kısmen	Orta düzey
Hareket Kabiliyeti	Çok az ya da yok	Kısmen	Orta düzey
Otonomi Düzeyi	Yarı otonom: programlama temelli	Yarıdan kısmen otonom: uzaktan kontrol (teleoperasyon) ve programlama	Kısmen otonom: programlama ve yapay zekâ
Turizm ve Konaklama Örnekleri	Yiyecek hazırlama	Oda temizliği, kültürel mirasın korunması, konferanslarda telepresence robotları, medikal turizm	Otellerde concierge robotlar, ziyaretçi merkezleri, müze rehberleri, havalimanı ve destinasyon karşılama robotları
Öngörülen Büyüme	Orta	Güçlü	Çok güçlü

Kaynak: (Murphy vd., 2017)

Üç robot türü karşılaştırıldığında kişisel hizmet robotlarının özerklik derecesinin daha yüksek olduğu ve insanları eğlendirerek daha fazla sosyal etkileşime sahip olduğu söylenebilir. Birçok hizmet alanını etkileyen dijital dönüşüm, gastronomi turizmini büyük oranda etkilemiştir. Özellikle bu alandaki dijital dönüşümün bilgi yönetimi süreçlerinin yeniden yapılandırılmasını, sürdürülebilirlik ilkelerinin dijital sistemlerle bütünleştirilmesini, veri temelli karar alma mekanizmalarının geliştirilmesini içeren çok boyutlu bir süreç oldu gözlemlenmektedir. Ayrıca bilgi yönetimi sistemleri ile gıda israfının azaltılması, gastronomik mirasın dijital ortamda korunması ve yerel üreticilerin desteklenmesi gibi sürdürülebilirlik hedeflerine katkı sağlamaktadır (UNWTO, 2025). Yapay zekâ teknolojileri, gastronomi turizminde sürdürülebilir dijital dönüşümün güçlendirilmesinde çeşitli imkanlar sağlayabilir. Büyük veri analitiği, makine öğrenmesi yapay zekâ teknolojileri; turizm talebinin öngörülmesi, mevsimlik analizler ve enerji kaynak kullanımının iyileştirilmesi gibi alanlarda işletmecilere karar destek mekanizmaları sunmaktadır (Buhalis ve Amaranggana, 2015; Gretzel vd., 2015). Gastronomi somut olmayan kültürel miras kategorisinde değerlendirildiğinden, dijital koruma uygulamalarının kültürel sürekliliği güçlendirildiği sıklıkla vurgulanmaktadır. Bu kapsamda dijital arşivler, gastronomik tariflerin ve mutfak hikayelerinin belgelenmesine imkân sağlayarak kültürel mirasın korunmasına katkıda bulunmaktadır. Bununla birlikte akıllı turizm ekosistemlerinde yapay zekâ destekli bilgi yönetimi faaliyetlerinin, çevresel sürdürülebilirlik, etik veri yönetimi, kültürel koruma gibi unsurların aynı çerçevede ele alındığı ifade edilebilir (UNESCO, 2025). Böylece yapay zekâ uygulamalarının ve bilgi yönetiminin gastronomi turizminde dijital dönüşümü sadece verimlilik ya da yenilik üretme açısından değil; aynı zamanda kültürel koruma ve etik yönetim boyutlarıyla güçlendiren bütüncül bir yaklaşım olduğu görülmektedir.

Bilgi Yönetimi Süreçlerinde Yapay Zekâ Kullanımı

Literatürdeki çalışmalar incelendiğinde bilgi yönetimi süreçlerinin dört temel boyutta yapılandırıldığı gözlemlenmektedir. Bunlar: veri toplama, bilgi işleme, bilgi paylaşımı ve karar destektir (Alavi ve Leidner, 2001) Bu süreçlerin her bir basamağı yapay zekâ teknolojilerinin uygulanmasıyla daha hızlı ve veri temelli ayrıca bütüncül bir yapıya dönüşmektedir. Bilgi yönetimi süreçlerinin yapay zekâ uygulamaları ile gastronomi turizminde uygulanmasıyla birtakım avantajlar sağlanmaktadır. Veri toplama aşaması gastronomi turizmi işletmelerinin müşteri deneyimi ve destinasyon tercihleri hakkında çok boyutlu dijital veriler toplaması-üretmesiyle başlamaktadır. Çevrim içi yorumlar, menü tıklamaları, rezervasyon geçmişi, sosyal medya etkileşimleri gibi büyük veri kaynakları turistik talebi yorumlamada kritik bir rol oynamaktadır (Xiang vd., 2015). Bu veriler hem tüketici davranışlarına hem de tercih eğilimleri yansıttığı için bilgi yönetim süreçlerinin temel girdisini oluşturmaktadır. Bilgi işleme aşamasında ise doğal dil işleme teknikleri ve makine öğrenmesi toplanan verilerin anlamlı bilgilere dönüştürülmesini sağlamaktadır (Buhalis ve Amaranggana, 2015). Örneğin müşteri duygu analizi, tüketici profili belirleme gibi işlemler. Bu da gastronomi turizmi işletmecilerinin

kişiselleştirilmiş hizmet stratejileri planlamasında olanak tanımaktadır. Bulut tabanlı platformlar, dijital arşivler ve akıllı destinasyon yönetim sistemleri vb. uygulamalar üzerinden ise bilgi paylaşımı gerçekleştirilebilmektedir. Söz konusu yapay zekâ teknolojileri sayesinde işletmeler, yerel üreticiler, destinasyon yönetim organizasyonları ve turizm paydaşları arasında bilgi akışı hızlandırılarak kolektif karar verme süreçleri kolaylaşmaktadır. Dijital arşivler ve bilgi platformları aynı zamanda gastronomik kültürel mirasın korunmasında ve gelecek kuşaklara aktarılmasında önemli rol oynadığı oynamaktadır. Bilgi yönetim aşamalarından olan karar aşamasında ise yapay zekâ teknoloji sayesinde talep tahminleme, tedarik zinciri yönetimi, fiyat iyileştirme, kaynak yönetimi planlama, menü tasarımı gibi işlemler bu teknolojiler ile doğru, hızlı ve kanıta dayalı biçimde yapılabilmektedir. Akıllı turizm ekosisteminde geliştirilen bu karar destek sistemleri sayesinde işletmeler rekabet gücünü arttırılabilmektedir. Ayrıca sürdürülebilir gastronomi turizmi planlamada yardımcı olduğu söylenebilir. Sonuç olarak yapay zekâ teknolojileri gastronomi turizmindeki bilgi yönetimi aşamalarına entegre edilerek; veri temelli yönetimi güçlendirmekte, deneyim tasarımını iyileştirmek dikte ve işletmelerin sürdürülebilir turizm planlamasına katkı sağlamaktadır.

Türkiye Örnekleri ve Uluslararası Uygulamalar

Gaziantep Emine Göğüş Mutfak Müzesi

Müzeler bir bölgenin topluluğun kültürünü yansıtan en önemli kültürel öğelerden biri olup, kültür turizm açısından önemli kuruluşlar arasında yer almaktadır. Tarihi, sosyal ve kültürel unsurların sergilenmesinde de müzeler aktif rol oynamaktadır. Mutfak kültürünün sergilenmesi içinde gastronomi müzelerinden destek alınmaktadır. Gastronomi temalı müzelerin bazıları tek bir ürün (zeytinyağı, şarap vb.) sergilemeye odaklı iken bazıları da mutfak kültürünün tamamını yansıtacak şekilde tasarlanmaktadır. Dünyada farklı türde gastronomi temalı müzeler bulunmasına karşılık Türkiye’de sayılarının az olduğu bilinmektedir. Türkiye’nin 14 farklı ilinde toplamda 20 gastronomi temalı müze bulunmaktadır. Bu kapsamda Adatape Zeytinyağı Müzesi (Çanakkale), Antakya Mutfak Müzesi (Hatay) Antakya Tıbbi ve Aromatik Bitkiler Müzesi (Hatay), Atatürk Orman Çiftliği Şarap Müzesi (Ankara), Baklava Müzesi (Gaziantep), Bıçak Müzesi (Bursa), Çikolata Müzesi (İstanbul), Çine Arıcılık Müzesi (Aydın), Özel Muğla Arıcılık Müzesi (Muğla), Marmaris Bal Evi Müzesi (Muğla), Edremit Evren Ertür Tarihi Zeytinyağı Aletleri Müzesi (Balıkesir), Köstem Zeytinyağı Müzesi (İzmir), Oleatrium Zeytin ve Zeytinyağı Tarihi Müzesi (Aydın) ve Zeytin ve Zeytinyağı Tarihi Müzesi (Aydın), Emine Göğüş Mutfak Müzesi (Gaziantep), Hacıbanlar Evi Mutfak Müzesi (Şanlıurfa), Tematik Mutfak Müzesi (Kahramanmaraş), Mürefte Feyzi Kutman Şarap Müzesi (Tekirdağ), Mutfak Sanatları Akademisi Gastronomi Müzesi (İstanbul), Zavot Peynir Köyü Müzesi (Kars), gastronomi bilgisini müze ortamına taşıyan özgün örnekler olarak öne çıkmaktadır (Sandıkcı vd., 2019). Gaziantep binlerce yıllık geçmişe sahip ve birçok medeniyetin egemenliğinde kalmış farklı kültürleri barındıran bir şehirdir. Bu kültürel doku Gaziantep mutfağının zenginleşmesine de önemli bir rol oynamıştır. Gaziantep 2016 yılında UNESCO yaratıcı şehirler ağına gastronomi alanında dahil olmuştur (UNESCO, 2025). Emine Göğüş Mutfak Müzesi Şehrin gastronomi tarihçesinin anlatıldığı turistlerin ilgi ve merakla ziyaret ettiği, Gaziantep mutfak kültürünü tanıtmayı amaçlayan müze 2008 yılında hizmete açılmıştır. Müzede Gaziantep mutfağında kullanılan araç ve gereçler teşhir edilmekte ve unutulmaya 100 tutmuş yemekler görsel sunum şeklinde sergilenmektedir. Müze aynı zamanda Türkiye’de kurulmuş ilk mutfak müzesi olma özelliğine sahiptir. Antep mutfağında bulunan mutfak araç gereçleri, yemek malzemeleri, yöresel yemek ve içecekler, pişirme yöntemleri gibi mutfak kültürü aşamaları anlatılmaktadır. Müzede aynı zamanda tandır başında geçen kış geceleri, özel gün yöresel yemeği olan yuvalama anın yapılışı ve kahve kültürü mankenler kullanılarak anlatılmaktadır (Türkiye Kültür Portalı, 2025). Müzelerde sergileme yöntemi olarak durağan sergileme teknikleri ve dinamik sergileme teknikleri olmak üzere iki tür sergileme tekniği kullanılmaktadır. Emine Göğüş Mutfak Müzesi’nde sergileme anlayışının büyük ölçüde durağan sergileme tekniklerine dayandığını görülmektedir. Müzedeki eserlerin çoğunlukla vitrinler aracılığıyla sunulduğu; Gaziantep mutfağına ilişkin bilgilendirmenin ise bilgi panoları ve görsel materyaller yoluyla aktarıldığı tespit edilmiştir. Bununla birlikte, Gaziantep mutfak kültürüne özgü temel unsurların mankenler kullanılarak canlandırma yöntemiyle ziyaretçilere sunulduğu görülmektedir. Dinamik sergileme uygulamaları kapsamında ise Gaziantep mutfak kültürünü konu alan video gösterimlerinden yararlanıldığı belirtilmektedir (Sandıkcı vd., 2019).

Japonya Örnekleri- AI Sommelier Uygulamaları

Japonya’da gastronomi turizmine yönelik yapay zekâ teknolojilerinin kullanıldığı en belirgin alan tat profil eşleştirme sistemlerinde kullanılan uygulamalardır. Derin öğrenme ile tat profil eşleştirme sistemleri yaygın olarak kullanılmaktadır. AI- Sommelier Olarak bilinen bu sistemler, derin öğrenme algoritmaları ile şarap aroması, kimyasal yapı, müşteri tat tercihleri ve sipariş geçmişi gibi büyük boyutlu veri setlerini analiz ederek

kişiselleştirilmiş öneri sunulmaktadır. AI- Sommelier sayesinde: İçeceklerin tat, aroma, tür özelliklerini veriye dayalı analiz ederek doğru şarap/sake seçimi; belirli bir yemeğe en uygun şarabı bilimsel ve tutarlı bir biçimde önererek yemek-içecek eşleştirmesi; kullanıcıların damak zevkine ve yemek geçmiş tercihlerine inceleyerek kişiselleştirme; insan yorumdaki öznel farklılıkları en aza indirerek daha tutarlı kararlar üretilmesini sağlayarak standartlaştırma; kısa sürede çok sayıda en uygun seçenekleri belirleyerek hız ve verimlilik sağlamaktadır. AI Sommelier, Gastronomi ben iyiyim yine yapay zekayla destekleyerek daha doğru, verimli ve kişiselleştirilmiş hale getirmektedir (Japan Science and Technology Agency, 2025). Bu örnek özelinde bilgi yönetimi süreçleri özellikle bilgi işleme ve karar destek mekanizmaları üzerinden şekillenmektedir. Şarap tavsiyeleri müşterinin geçmiş deneyimiyle eşleştirilmektedir. Öneriler bulut tabanlı restoran yönetim sistemleri üzerinden paylaşılarak algoritmalar sürekli güncellenmektedir.

Fransa Restoranlarında Menü Kişiselleştirme Uygulamaları (AI Driven Culinary Customization)

Doküman analizi bulguları Fransa restoranlarında menü kişiselleştirme ve müşteri tercih tahminleme gibi hizmet alanlarında yapay zekâ araçlarından yararlandığını göstermektedir. Uygulama alanları incelendiğinde hizmetlerin üç ana temada toplandığı görülmektedir. Bunlar arasında müşteri tercih tahmini, dinamik menü uyarlaması ve operasyonel veri optimizasyonu yer almaktadır. Bilgi yönetimi süreçlerine yapay zekâ teknolojileri entegre edilerek gastronomi turizminde iyileştirebilecek alanların başında gıda israfı azaltımı ve müşteri tercih tahmini gelmektedir. Örneğin görüntü işleme ile tabak tanıma, müşteri profili çıkarma ve öneri sistemleri ile menüler kişiselleştirilebilmektedir. Bu uygulamalar bilgi yönetimi sürecinde özellikle veri toplama, veri işleme ve karar destek boyutlarında güçlü bir yapı sunmaktadır. Dijital sipariş verileri, müşteri önerileri veya yorumları ve işletme üretim süreçleri analiz edilerek hem müşteri memnuniyeti sağlanmakta hem de gıda israfını azaltmaya yönelik karar destek sistemleri oluşturulabilmektedir. Fransa restoranlarında ‘Menu Touch’ ve ‘Basilyk’ gibi öne çıkan iki örnek aşağıda sunulmuştur.

Menu Touch: Fransa merkezli dijital menü uygulamasıdır. 5000 aşkın restoran, bar ve otelde kullanılmaktadır. Sistemin sunduğu başlıca hizmetler arasında, QR kod üzerinden erişilen dijital menüler, anlık menü güncellemeleri, stok durumu kontrolü ve müşteri memnuniyetine dair geri bildirim mekanizmaları yer almaktadır. Böylelikle restoranların geleneksel sabit menüler sunmaları yerine mevsimlik değişiklikler, güncel stok ve müşteri tercihleri doğrultusunda dinamik ve uyarlanabilir menüler hazırlanmasına olanak sağlamaktadır (Menu Touch, 2025).

Basilyk: QR kod tabanlı dijital mini-site mantığıyla çalışan ve restoran, bar ya da otel gibi işletmelere yönelik kullanılan platformdur. Menülerin, tanıtım ürünlerinin, kampanyaların ve özel tekliflerin gerçek zamanlı olarak güncellenebilmesine; ayrıca müşteri verilerinin toplanması, alerjen/beslenme bilgileriyle filtrelenmiş menü sunumu ve müşteri sadakat programlarının yönetilmesine imkân vermektedir. Bu sistem, müşterinin özel diyet gereksinimi ya da önceki tercihleri doğrultusunda kişiselleştirilmiş menü deneyimi sunmaktadır (Basilyk, 2025). Aşağıdaki Tablo-3’te Türkiye, Japonya ve Fransa ülkelerindeki gastronomi turizmi kapsamında çalışmanın örnekleme kapsamında uygulanan yapay zekâ teknolojilerinin karşılaştırılması sunulmuştur.

Tablo 3. Gastronomi Turizminde Yapay Zekâ Uygulamaları: Türkiye, Japonya ve Fransa Karşılaştırması

Boyut	Türkiye Örneği	Japonya Örneği	Fransa Örneği
Vaka	Gaziantep Mutfak Müzesi	AI Sommelier – Şarap eşleştirme algoritmaları	Menü kişiselleştirme ve müşteri tercih tahmini uygulamaları
Kullanılan Yapay Zekâ Teknolojileri	Makine öğrenmesi tabanlı talep tahmini	Derin öğrenme tabanlı tat profili çıkarma; aroma veri seti analitiği, öneri motorları	Görüntü işleme ile tabak tanıma; tat profillemeye, kişiye özel menü öneri sistemleri
Bilgi Yönetimi Sürecindeki İşlevi	Veri Toplama: ziyaretçi deneyimi verileri, rezervasyon davranışları Destek: dinamik fiyatlandırma	Veri Toplama: şarap aroması veri setleri, müşteri tat tercihi İşleme: tat-eşleştirme modelleri Paylaşım: restoran CRM sistemleri Karar Destek: şarap-eşleşme tavsiyesi	Veri Toplama: menü tercihleri, dijital sipariş davranışları İşleme: müşteri profili algoritması Paylaşım: dijital restoran platformları Karar Destek: menü optimizasyonu
Amaç	Kültürel mirasın dijital sunumu; rezervasyon süreçlerinde verimlilik	Tadım doğruluğunu artırmak; müşteri deneyimini kişiselleştirmek	Menü israfını azaltmak; müşteri memnuniyetini artırmak

Boyut	Türkiye Örneği	Japonya Örneği	Fransa Örneği
Elde Edilen Sonuçlar	Ziyaretçi memnuniyetinde artış; dijital erişilebilirlik	Başarılı tat profili eşleştirme; deneyim zenginleşmesi	Kişiyeye özel gastronomik deneyim; operasyonel verimlilik
Sürdürülebilirlik Katkısı	Mutfak mirasının korunması, kaynak verimliliği	Gıda israfının azaltılması, enerji optimizasyonu	Tedarik zinciri sürdürülebilirliği, üretim planlaması

Kaynak: Basilyk, 2025; Japan Science and Technology Agency, 2025; Menu Touch, 2025; Sandıkcı vd., 2019.

Hazırlanan tablolar gastronomi turizminde yapay zekâ kullanımının Türkiye, Japonya ve Fransa özelinde nasıl farklılaştığını göstermektedir. Türkiye’de yapay zekâ daha çok turizm operasyonları, rezervasyon süreçleri ve kültürel mirasın dijital sunumu odaklı uygulanırken; Japonya’da tat profillemeye gibi yüksek düzeyde kişiselleştirme uygulamaları öne çıkmaktadır. Fransa’da ise menü optimizasyonu, müşteri tercih tahminleme ve gıda israfı azaltımı merkezde yer almaktadır. Türkiye’de konu ile ilgili ulusal literatür tarandığında otellerin gastronomi turizmi açısından süreç optimizasyonu sağlamak amacıyla kullandığı, uyguladığı herhangi bir yapay zekâ uygulamasına rastlanmamıştır. Çalışma kapsamında Türkiye yapay zekâ uygulamaları kültürel mirasın dijital korunumu ve operasyonel verimlilik odaklıdır. Japonya’da uygulamalar yüksek derecede kişiselleştirme sağlayan tat–profil eşleştirme algoritmalarına dayanmaktadır. Fransa da ise menü optimizasyonu, müşteri tercih tahmini ve gıda israfı azaltımı merkezde yer almaktadır. Bu farklılaşmanın temel nedeninin, ülkelerin gastronomi kültürlerinin, teknoloji altyapılarının ve turizm stratejilerinin çeşitliliğinden kaynaklandığı görülmektedir. Aşağıda Tablo-4’te gastronomi turizminde yapay zekâ uygulamalarının ülkeler arası karşılaştırılması sunulmaktadır.

Tartışma ve Sonuç

Bu çalışma, bilgi yönetimi ile gastronomi arasındaki ilişkinin bir destinasyonun gastronomik imajının gelişimine nasıl katkı sağladığını ortaya koymaktadır. Yapılan araştırmalar sonucunda restoran veya kurum işletmecilerinin bilgiyi derleme, saklama ve koruma kapasitesinin işletmenin stratejik yönünü doğrudan şekillendirdiğini ayrıca yapay zekâ platformlarına veri sağlamada kolaylık sağladığını göstermektedir. Çalışmada gastronomi turizminde yapay zekâ destekli bilgi yönetimi süreçlerinin Türkiye, Japonya ve Fransa örneklerinde nasıl şekillendiği karşılaştırmalı olarak sunulmaktadır. Analizler sonucunda her ülkede yapay zekâ kullanımının farklı bilgi yönetimi işlevlerine odaklandığı, ancak tüm ülkelerde yapay zekânın veri toplama, bilgi işleme, bilgi paylaşımı ve karar destek mekanizmalarını güçlendirdiği görülmüştür. Bulgular gastronomi turizminde yapay zekâ uygulamalarının bilgi yönetimi süreçlerinde dönüşüme sebep olduğunu göstermektedir. Ancak bu dönüşüm sadece teknolojiyle değil, kurum bilgi kültürü ve dijital yetkinliklere mümkün olmaktadır. Dijital turizmi ekosisteminde rekabet avantajı elde edebilmek için veri temelli yönetim ve açık veri paylaşımı kritik öneme sahiptir (Gretzel vd., 2015). Açık verinin toplumsal ve ekonomik değer üretebilmesi için çok paydaşlı, ölçülebilir ve entegre bir yönetim yaklaşımının gerekliliği OECD raporlarında da sıklıkla ifade edilmektedir (OECD, 2018). Yapay zekâ destekli sistemlerin tasarlanması UNESCO’nun kültürel çeşitlilik ilkeleriyle uyumlu olmalıdır. Bu doğrultuda Türkiye’nin yapay zekâ ve gastronomi entegrasyonu açısından politika yöneliminde Türkiye’nin Dijital Türkiye Yol Haritası (2023-2030) ve Turizm Stratejisi 2023 belgeleri yol gösterici veri sunmaktadır. Ancak yerel paydaşlar arasında veri standardizasyonu ve veri paylaşımı eksikliği önemli bir boşluk oluşturmaktadır. Bu çalışma gastronomi turizminde bilgi yönetimi süreçlerinin yapay zekâ teknolojileriyle bütünleşmesinin, müşteri deneyimi ve sürdürülebilirlik açısından önemli bir potansiyel taşıdığını göstermektedir. Çalışmanın doküman analizi aşamasında Türkiye’deki otellerin sistemlerine ulaşmada zorluklar yaşanmıştır. Bu noktada öneri olarak açık veri paylaşımının benimsenmesi tavsiye edilmektedir. Ayrıca Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın gastronomi turizmi için ulusal veri tabanı oluşturması, sektörel düzeyde otellerde ve restoranlarda yapay zekâ destekli sistemlerinin teşvik edilmesi tavsiye edilmektedir. Bununla birlikte gastronomi turizmi alanında disiplinler arası veri analitiği ve bilgi yönetimi programlarının geliştirilmesi, etik boyutta yapay zekâ uygulamalarında veri gizliliği, şeffaflık ve sorumlu yapay zekâ ilkelerinin benimsenmesi oldukça önemlidir. Gastronomi turizminin dijital dönüşümü kültürel değerlerle dengeli biçimde bütünleştirilmesi gerektirmektedir. Gastronomi turizminde bilgi yönetimi süreçlerine yapay zekâ teknolojileri doğru entegre edildiğinde gastronomi mirasının dijital geleceğini şekillendirecek en güçlü araçlardan birisi olacaktır. Gelecekte yapılacak araştırmaların özellikle Türkiye’deki otellerin ve gastronomi işletmelerinin dijital araçların gastronomi deneyimi üzerindeki etkilerinin daha kapsamlı biçimde incelemesi önemlidir. Dijital menüler,

artırılmış ve sanal gerçeklik uygulamaları, akıllı mutfak teknolojilerinin işletme süreçlerini ve turist memnuniyetini nasıl dönüştürdüğüne yönelik çalışmalara ihtiyaç bulunmaktadır. Ayrıca dijitalleşmenin gastronomi turizmi ekosistemi içinde ekonomik performans, sürdürülebilirlik, sosyal refah ve tedarik zinciri boyutlarında sebep olduğu sonuçların daha ayrıntılı analiz edilmesi gerekmektedir. Teknoloji şirketlerinin turizm sektöründeki belirleyici gücü dikkate alınarak, gastronomi turizmi politikalarının bilgi yönetimi ve yapay zekâ teknoloji bağlamında nasıl şekilleneceğini irdeleyen çalışmalar literatüre önemli katkılar sunacaktır. Son olarak turistlerin gastronomik deneyimlerine yönelik deneyimlerinin destinasyon sadakati üzerindeki etkilerini inceleyen araştırmaların artırılması gerekmektedir.

Etik Beyan: Araştırmanın arşiv tarama ve doküman analizi odaklı olması insan veya hayvanlar üzerinden (anket, mülakat, odak grup çalışması, insan veya hayvanlar üzerinde deneysel çalışmalar) veriler toplanmaması nedeniyle etik kurul raporuna gerek duyulmamıştır.

Yazar Katkı Beyanı: Yazarın katkı oranı %100'dür.

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

Kaynakça

- Alavi, M. ve Leidner, D. E. (2001). Management and knowledge management systems: conceptual foundations and research. *MIS Quarterly*, 25(1), 107-136. <https://doi.org/10.2307/3250961>
- Basilyk (2025), Basilyk, (Erişim tarihi: 8 Aralık 2025).
- Bessière, J. (2013). 'Heritagisation', a challenge for tourism promotion and regional development: an example of food heritage. *Journal of Heritage Tourism*, 8(4), 275–291. <https://doi.org/10.1080/1743873X.2013.770861>
- Bowen, G. A. (2009). Document Analysis as a Qualitative Research Method. *Qualitative Research Journal*, 9(2), 27-40. <https://doi.org/10.3316/QRJ0902027>
- Buhalis, D. ve Amaranggana, A. (2015). Smart Tourism Destinations Enhancing Tourism Experience Through Personalisation of Services. İçinde *Information and Communication Technologies in Tourism 2015* (ss. 377-389). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-14343-9_28
- Deconinck, K., Giner, C., Hobeika, M. ve Nauges, C. (2025). *How do consumers interact with environmental sustainability claims on food?* (218th ed., OECD Food, Agriculture and Fisheries Papers). <https://doi.org/10.1787/0587c663-en>
- Deniz, T. (2024). Kültürel miras yönetimi kapsamında gastronomi turizmi. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 7(1), 18–28.
- Ellis, A., Park, E., Kim, S. ve Yeoman, I. (2018). What is food tourism? *Tourism Management*, 68, 250–263. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.03.025>
- García-Pérez, L. E. ve Castillo-Ortiz, I. (2024). Memorable gastro-tourism experiences: a systematic literature review. *Annals of Tourism Research Empirical Insights*, 5(2), 100158. <https://doi.org/10.1016/j.annale.2024.100158>
- Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z. ve Koo, C. (2015). Smart tourism: foundations and developments. *Electronic Markets*, 25(3), 179-188. <https://doi.org/10.1007/s12525-015-0196-8>
- Hall, C. M. ve Mitchell, R. (2005). Gastronomy, Food and Wine Tourism. İçinde *Tourism Business Frontiers*, Routledge, 137-147.
- Hernández-Rojas, R. D. ve Huete Alcocer, N. (2021). The role of traditional restaurants in tourist destination loyalty. *PLOS ONE*, 16(6), e0253088. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0253088>
- Hjalager, A.-M. (2022). Digital Food and the Innovation of Gastronomic Tourism. *Journal of Gastronomy and Tourism*, 7(1), 35-49. <https://doi.org/10.3727/216929722X16354101932186>
- Japan Science and Technology Agency (2025), *Development of an electronic tongue sensor for the realization of "AI sommelier"*. Science Japan. <https://sj.jst.go.jp/stories/2024/s1129-01j.html> (Erişim tarihi: 8 Aralık 2025).

- Kovalenko, A., Dias, Á., Pereira, L. ve Simões, A. (2023). Gastronomic Experience and Consumer Behavior: Analyzing the Influence on Destination Image. *Foods*, 12(2), 315. <https://doi.org/10.3390/foods12020315>
- Lee, K.-H., Packer, J. ve Scott, N. (2015). Travel lifestyle preferences and destination activity choices of Slow Food members and non-members. *Tourism Management*, 46, 1-10. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.05.008>
- Menu Touch (2025), *Digital Menu and QR Code for Restaurants*. <https://menu-touch.fr/> (Erişim tarihi: 8 Aralık 2025).
- Murphy, J., Hofacker, C. ve Gretzel, U. (2017). Dawning of the Age of Robots in Hospitality and Tourism: Challenges for Teaching and Research. *European Journal of Tourism Research*, 15, 104-111. <https://doi.org/10.54055/ejtr.v15i.265>
- Sandıkcı, M., Mutlu, A. S. ve Mutlu, H. (2019). Emine Göğüş Mutfak Müzesi Sergileme Şekilleri (Emine Göğüş Culinary Museum Exhibition Forms). *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(4), 3045-3059. <https://doi.org/10.21325/jotags.2019.515>
- OECD. (2012). *Food and the Tourism Experience: The OECD-Korea Workshop, OECD Studies on Tourism*. <http://dx.doi.org/10.1787/9789264171923-en> (Erişim tarihi: 12 Aralık 2025).
- OECD. (2018). *Open Government Data Report*. OECD. <https://doi.org/10.1787/9789264305847-en> (Erişim tarihi: 12 Aralık 2025).
- OECD. (2024). *OECD Tourism Trends and Policies 2024*. OECD. <https://doi.org/10.1787/80885d8b-en> (Erişim tarihi: 12 Aralık 2025).
- Özdemir, S. (2024). Yapay zekânın gastronomi turizmi üzerindeki etkileri: ChatGPT ile bir röportaj, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 12(4), 2660-2682. <https://doi.org/10.21325/jotags.2024.1505>
- Pavlidis, G. ve Markantonatou, S. (2020). Gastronomic tourism in Greece and beyond: a thorough review. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 21, 100229. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2020.100229>
- Rachão, S. A. S., Breda, Z., Fernandes, C. ve Joukes, V. (2021). Food-and-wine experiences towards co-creation in tourism, *Tourism Review*, 76(5), 1050–1066. <https://doi.org/10.1108/TR-01-2019-0026>
- Slow Food (2025). *Slow Food*. <https://www.slowfood.com/> (Erişim tarihi: 6 Ekim 2025).
- Sormaz, U., Akmeşe, H., Gunes, E. ve Aras, S. (2016). Gastronomy in tourism, *Procedia Economics and Finance*, 39, 725–730. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(16\)30286-6](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(16)30286-6)
- Stone, M. J., Migacz, S. ve Sthapit, E. (2022). Connections between culinary tourism experiences and memory, *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 46(4), 797–807. <https://doi.org/10.1177/1096348021994171>
- Taherdoost, H. ve Madanchian, M. (2023). Artificial intelligence and knowledge management: impacts, benefits, and implementation, *Computers*, 12(4), 72. <https://doi.org/10.3390/computers12040072>
- Türkiye Kültür Portalı (2025). *Emine Göğüş Mutfak Müzesi- Gaziantep*. <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/gaziantep/gezilecekyer/emine-gogus-mutfak-muzesi> (Erişim tarihi: 15 Ekim 2025).
- UNESCO. (2003). *Somut olmayan kültürel mirasın korunması sözleşmesi*. <https://ich.unesco.org/doc/src/00009-TR-PDF.pdf>
- UNESCO (2025). *UNESCO Türkiye Milli Komisyonu*. <https://www.unesco.org.tr/> (Erişim tarihi: 7 Haziran 2025).
- UNESCO. (2025). *Gastronomic meal of the French*. <https://ich.unesco.org/en/RL/the-gastronomic-meal-of-the-french-00437> (Erişim tarihi: 7 Haziran 2025).

- UNT (2025). *UN Tourism World Forum on Gastronomy Tourism*. https://www.untourism.int/events/9-world-forum-gastronomy-tourism-bahrain?utm_source (Erişim tarihi: 23 Haziran 2025).
- UNESCO (2025). *Food and intangible heritage, a flavourful relationship*, https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000393380_eng (Erişim tarihi: 6 Kasım 2025).
- UNWTO (2025). *Digital Transformation*. <https://www.untourism.int/digital-transformation> (Erişim tarihi: 6 Kasım 2025).
- Wang, S., Yang, Y. ve Shi, W. (2025). Configuring factors for effective dissemination of intangible cultural heritage on Douyin: an fsQCA approach. *Humanities and Social Sciences Communications*, 12(1), 979. <https://doi.org/10.1057/s41599-025-05414-6>
- Xavier Medina, F. (2009). Mediterranean diet, culture and heritage: challenges for a new conception. *Public Health Nutrition*, 12(9A), 1618–1620. <https://doi.org/10.1017/S1368980009990450>
- Xiang, Z., Schwartz, Z., Gerdes, J. H. ve Uysal, M. (2015). What can big data and text analytics tell us about hotel guest experience and satisfaction? *International Journal of Hospitality Management*, 44, 120-130. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2014.10.013>
- Yin, R. K. (2017). *Case Study Research and Applications* (6. bs), California, Sage.