



Araştırma Makalesi (Research Article)

**YEREL MUTFAKLARIN GASTRONOMİ TURİZMİ ÇERÇEVESİNDE
DEĞERLENDİRİLMESİ (EVALUATION OF LOCAL CUISINE WITHIN THE FRAMEWORK OF
GASTRONOMY TOURISM)**

Gülşen Berat TORUSDAĞ^{1*} (orcid.org/ 0000-0002-0934-5115)

Esra ÖZKAN ÖNEM² (orcid.org/ 0000-0003-0104-8981)

Fuat SAMİ³ (orcid.org/ 0000-0002-3195-2034)

Özgür KIZILDEMİR⁴ (orcid.org/ 0000-0003-4040-4547)

¹Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Van, Türkiye

²Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Sivas, Türkiye

³İstanbul Gelişim Üniversitesi, İstanbul Gelişim Meslek Yüksekokulu, Aşçılık Bölümü, İstanbul, Türkiye

⁴Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Sakarya, Türkiye

Özet

Yerel mutfaklar, 21. yüzyılın ilk çeyreğine geldiğimiz bugünlerde turistlerin destinasyon seçiminde yükselen motivasyon unsurlarından birisi olarak dikkat çekmektedir. Birçok destinasyon, daha fazla turist çekmek için yerel mutfak kültürünü turizm ürününe entegre etmekte, destinasyonların tanıtımı ve pazarlanması amacıyla yerel mutfak kültürlerini ön plana çıkarmaya çalışmaktadır. Bu makalenin amacı, özellikle son yıllarda, destinasyon pazarlamasında önemli bir cazibe faktörü olarak oldukça yüksek ivme kazanan gastronomi turizmi üzerine, yerel mutfak kültürünün etkisine dikkat çekmektir. Bu amaçla konuya ilişkin bir literatür taraması yapılmış ve veriler döküman analizi yöntemiyle değerlendirilmiştir. Araştırma sonucunda yerel mutfak ve gastronomi turizmi üzerine özellikle nitel çalışmaların ağırlık kazandığı görülmektedir. Yerel mutfak kültürünün gastronomi turizmine olan olumlu etkilerinin araştırmaların öncelikli konusunu oluşturduğu dikkat çekmektedir.

Anahtar Kelimeler: Destinasyon, Gastronomi Turizmi, Yerel Mutfak Kültürü

Abstract

These days when we come to the first quarter of the 21st century, local cuisine draws attention as one of the rising motivational factors in the destination selection of tourists. Many destinations integrate the local culinary culture into the tourism product in order to attract more tourists, and try to bring local culinary cultures to the fore in order to promote and market the destinations. The aim of this article is to draw attention to the effect of local cuisine culture on gastronomy tourism, which has gained momentum as an important attraction factor in destination marketing, especially in recent years. For this purpose, a literature review on the subject was made and the data were evaluated by document analysis method. As a result of the research, it is seen that especially qualitative studies on local cuisine and gastronomy tourism have gained weight. It is noteworthy that the positive effects of local cuisine culture on gastronomy tourism constitute the primary subject of research.

Keywords: Destination, Gastronomy Tourism, Local Culinary Culture

* Sorumlu yazar: gbtorusdag@yyu.edu.tr

DOI: 10.33083/joghat.2022.114

Giriş

Turizmin, yerel kimliği öne çıkaran aynı zamanda doğal, tarihsel ve kültürel mirası sürdürülebilir kılan önemli bir araç olduğu bilinmektedir (Serçeoğlu, 2014). Turizmde sürdürülebilirliğin sağlanabilmesi için alternatif turizm olanaklarının ve gelişmelerin değerlendirilmesi önem arz etmektedir. Alternatif turizm çeşitlerinden biri olan gastronomi turizmi ise özellikle son yıllarda, destinasyon pazarlamasında önemli bir cazibe faktörü olarak oldukça yüksek ivme kazanmıştır (Okumuş, Okumuş ve McKercher, 2007). Gastronomi ürünlerinin, turizmin önemli bir bileşeni olarak unutulmaz bir seyahat deneyimi oluşturmada önemli bir rol oynadığı bilinmektedir (McKercher, Okumuş ve Okumuş, 2008). Aynı zamanda gastronomi ürünleri, destinasyon imajını yeniden yaratabilen, destinasyona doğru turist akışını sağlayan ve koruyan stratejik bir yönetim aracı olarak kabul edilmektedir.

Bir toplumun mutfak kültürünün niteliksel özelliklerindeki farklılıkları ortaya çıkaran nedenler, o toplumun tarihinin derinliklerine kadar uzanmaktadır. Toplumlar arasındaki coğrafi, kültürel, sosyokültürel ve ekonomik faktörlerin ortaya koyduğu farklılıklar yerel mutfağın doğuşunda önemli bir rol oynamıştır (Olçay, Giritlioğlu ve Özekici, 2017). Bu bağlamda, bir destinasyona ait yerel yemekleri tanıyarak, destinasyonun kültürü, tarihsel geçmişi, gelenekleri gibi değerleri hakkında bilgi sahibi olmak ve yeni deneyimler edinmek mümkündür (Molz, 2007). Long (2004) gastronomi turizmini “*toplumların yemek kültürlerini tüketim, hazırlama ve sunma aşamaları da dâhil olarak tecrübe etmektir*” olarak tanımlamıştır. Bu bağlamda gastronomi turizmi, tüketim kısmının dışında gastronomi temalı faaliyetlere dâhil olmayı ve üretim noktalarını ziyaret etmeyi de kapsamaktadır (Olçay vd., 2017).

Küreselleşme ile paralel olarak, yemek üretimi ve tüketiminde yaşanan değişimler doğrultusunda turistlerin farklı ve özgün kültürleri tanıma arayışına girmesiyle birlikte yerel mutfaklara olan ilgi artmaktadır (Çağlı, 2012). Yerel mutfak kültürü, destinasyon pazarlama unsuru olarak giderek daha fazla önem kazanmaktadır. Son zamanlarda, destinasyonların tanıtımı ve pazarlanması amacıyla yerel mutfak kültürlerinin ön plana çıkarılması yaygınlaşmaktadır (Yavuz, 2018). Ayrıca yerel mutfaklar, günümüzde turistlerin destinasyon seçiminde yükselen motivasyon unsurlarından birisi olarak dikkat çekmektedir. Birçok destinasyon, daha fazla turist çekmek için yerel mutfak kültürünü turizm ürününe entegre etmiştir. Yerel mutfak imajı, belirli bir destinasyonun benzersizliğini yansıttığı için kendine özgü bir kavram olarak ele alınması gerekmektedir (Pešek ve Činžarević, 2014). Yerel mutfak kültürü, gastronomi turizminin önemli bir basamağı olmakla beraber yerel lezzetlerin turistler tarafından keşfedilmesi, gastronomi turizminin devamlılığına da katkıda bulunmaktadır (Ekerim, 2020). Yerel mutfak kültürü, destinasyona değer katan turist deneyiminin önemli bir unsuru olarak tanımlanmıştır (Quan ve Wang, 2004). Bununla birlikte, turistlerin buldukları destinasyona özgü lezzetleri deneyimleme arzusu ile yerel mutfak kültürünün tanınırlığı ve sürdürülebilirliği sağlanmaktadır (Ekerim, 2020). Farklı turizm deneyimlerine ve gastronomi unsurlarına sahip cazibe merkezlerine olan ilginin arttığı görülmektedir. Turistlerin seyahatleri esnasında, tarihi mekânları ve müzeleri ziyaret ederken yerel yemek kültürüyle tanışması kültürel mirasın tamamından faydalandığını göstermektedir (Kızıldemir ve Şimşek, 2021). Jalis, Che ve Markwell (2014) yapmış oldukları çalışma ile destinasyon imajının, ürün ve deneyim çeşitliliğinin bir parçası olarak yerel mutfak kültürünün kullanılmasının, bir destinasyonunun kimliğini ve rekabet edebilirliğini güçlendirmeye yardımcı olduğunu bildirilmiştir.

Yerel mutfak kültürü, bir destinasyonun somut olmayan mirasının temel bir tezahürünü temsil eder ve tüketimi yoluyla turistler gerçekten otantik bir kültürel deneyim kazanabilirler. Ayrıca yerel mutfak kültürünün, somut olmayan mirasın özgünlüğünü koruyan birkaç önemli unsurundan biri olduğu söylenebilir (Okumuş vd., 2007). Hem ekonomik hem de çevresel olarak kırsal kalkınmanın sürdürülebilirliği, geleneksel kültürü koruma, turist çekme ve bölge ekonomisini destekleme gibi olgularda vazgeçilmez bir rol oynayan yerel mutfak kültürü ile giderek daha fazla ilişkilendirilmektedir (Zhang, Chen ve Hu, 2019). Yerel mutfaklar, sürdürülebilir turizm kapsamındaki ihtiyaçları teşvik etmekle birlikte sürdürülebilir tarım uygulamalarını da desteklemektedir. Turizmin gelişmesine ve bölge halkının çevresel, kültürel ve ekonomik sürdürülebilirliğine katkı sağladığı söylenebilir (Esen ve Seçim, 2020). Yerel mutfaklar ile kültürel miras korunabilir, destinasyon özgünlüğüne değer katılabilir ve yerel turizm kaynak tabanları genişletilip geliştirilebilir (Mohamed vd., 2020).

Gastronomi deneyimlerinin destinasyon algısı üzerindeki etkisinin yanı sıra, oluşan algıların ziyaretçilerin davranışsal niyetlerine etkisinden de söz etmek mümkündür. Bu nedenle, yerel mutfak deneyimi ziyaretçi sayısını, kalış süresini ve normal olarak da ekonomik geliri arttırmada kullanılabilecek önemli turizm ürünü şeklinde tanımlanabilir (Erkmen, 2018). Turistlerin seyahatlerinden elde ettikleri doyumunu ve tekrar ziyaret etme niyetini etkileyen yerel mutfağa ait ürünlerin tüketiminden sonra oluşacak olan algıların olumlu olması için, yerel mutfak unsurlarının tüketicilerin beklentilerini karşılama ve belli bir standardizasyona uygun

olması gerekmektedir (Aşık, 2018). Aynı zamanda yerel mutfak kültürü, yerel üreticiler, şefler ve turistler arasında bağlantı kurarak gastronomi turizminin korunmasında ve sürdürülebilirliğinde oldukça önemli bir rol oynamaktadır.

Bu çalışmada, özellikle son yıllarda, destinasyon pazarlamasında önemli bir cazibe faktörü olarak oldukça yüksek ivme kazanan gastronomi turizmi üzerine, yerel mutfak kültürünün etkisinin önemine dikkat çekilmesi amaçlanmıştır. Yapılan bu çalışmada gastronomi, gastronomi turizmi ve yerel mutfak kültürü kavramları incelenmiş, bu çerçevede yerel mutfak kültürünün birçok destinasyon tarafından çekicilik unsuru olarak kullanılan bir araç olması dolayısıyla gastronomi turizmi üzerindeki etkisi irdelenmeye çalışılmıştır. Yerel mutfakların gastronomi turizmi çerçevesinde değerlendirilmesi dolayısıyla çalışmanın ana materyalini literatürde yer alan bazı çalışmalardan derlenen ikincil veriler oluşturmuştur. Çalışmada derlenen sonuçlar incelendiğinde yerel mutfak kültürünün, gastronomi turizmi açısından bir çekicilik unsuru ya da önemli bir imaj tamamlayıcısı olarak birçok katkı sağladığı yönündeki bulgulara rastlanmıştır. Birkaç çalışmada ise gastronomi turizminin yerel yiyecekleri nasıl etkilediği ile ilgili araştırmalara ulaşılmıştır.

Kavramsal Çerçeve

Gastronomi Kavramı

Gastronomi, kelime kökeni olarak Antik Yunan'da “*gaster*” (mide) ve “*nomus*” (yasa) sözcüklerinin birleşmesiyle oluşmuştur (Özdemir ve Altınar, 2019). Türk Dil Kurumu gastronomiyi; “*yemeği iyi yeme merakı*”, “*sağlığa uygun, iyi düzenlenmiş, hoş ve lezzetli mutfak ve yeme düzeni ve sistemi*” olarak tanımlamıştır (aktaran Samancı, 2020: 93). Kivela ve Crofts (2005) gastronomiyi “*seçme, hazırlama, servis etme, iyi yiyeceklerden zevk alma sanatı*” olarak tanımlamıştır. Her iki tanım da gastronominin damak ve göz zevkine hitap eden kısımlarına değinmiştir. Gastronomi kavramı esas olarak, yiyeceklerin tarihsel süreç içindeki gelişimini inceleyen, geçmişten günümüze kadar koruyarak getiren ve günümüz koşullarındaki sanatsal ve bilimsel yöntemlerle ifade eden bir bilim dalıdır (Belpınar, 2014). Bir uygulama bilimi olarak gastronomi, yiyecek ve içeceklerin belirli bir düzen içerisinde hijyen ve sanitasyon kuralları çerçevesinde hazırlanarak, göz ve damak zevkine hitap edilecek şekilde sunulması olarak ifade edilebilir (Özdemir ve Altınar, 2019). Literatürde, gastronomi ile ilgili yapılan birçok tanımda iyi yemek yemenin sanatı ve bilimi olarak bahsedilmektedir. Bilgi ve beceri ile özenle ilişki kurarak gerçekleştirilen sanat ve bilim üzerindeki bu odaklanma, gastronomi teriminin yapısını oluşturmaktadır (Santich, 2004). Çağdaş toplumlarda gastronomi farklı tanımları barındırmaktadır. Söz konusu yemek olduğunda insanlar sadece belli bir zümreye ait yemekler, geleneklerin sınırlarında kalmış lezzetler ya da bir kültüre ait meşhur bir tabak ile sınırlı kalmak istemezler. İnsanlar bir ilgi alanı olarak gördükleri gastronomi çerçevesinde hepsiyle ilgilenmenin mutabakatı içerisinde olmaya çalışırlar. Bu yönden bakıldığında gastronomi, yiyecek ve içecekleri tarih sahnesinde olduğu andan bu yana derinlemesine bir anlama çabası içerisinde olan, sanatsal ve bilimsel unsurlar ile yiyecek ve içeceklerin özenli bir biçimde hazırlanıp sunulmasını sağlayan multidisipliner bir bilim dalı olarak tanımlanabilir (Belpınar, 2014).

Gastronomi, bir bölgenin hem kültürel hem de çevresel mirasının bir parçası olarak turist memnuniyetinde önemli bir rol üstlenmektedir. Sadece yemek ile ilgili değil birçok toplumsal kültür ögesini ve pazarlama faaliyetini de bir perspektif içinde konu edindiğini söylemek mümkündür (Scarpato, 2020). İnsanların yaşam fonksiyonlarını devam ettirmek için elzem olmasının ötesinde, iyi bir yemeğin nerede ne zaman ve ne şekilde yenileceği konusunda yol göstericidir. Bunun yanı sıra toplumsal faaliyetleri ve iletişim aktivitelerini de içerisinde barındırmaktadır (Santich, 2004). Gastronomi ile ilgili yapılan tanım ve açıklamalar dikkate alındığında, yemeğin sadece fonksiyonel özelliğinden bahsedilmediği bununla birlikte kültürel, tarihi ve çevresel birçok etkiyi de barındırdığı anlaşılmaktadır. Bu bağlamda, gastronominin insanlığın geçmişten günümüze yaşayış biçimlerini, mutfak yapılarını ve yeme alışkanlıklarını gün yüzüne çıkaran, her zaman daha iyiyi ve daha lezzetliyi arayan, beslenmenin sağlık üzerindeki etkilerinin anlaşılmasını kolaylaştıran ve bu doğrultuda rehberlik eden bir bilim olduğunu söylemek mümkün olabilir.

Yerel Mutfak Kültürü

Şengül ve Türkay (2015) yerel mutfak kavramını, “*yöreyle özgü ürünler ile adetlerin birleşmesiyle ortaya çıkan, yöre insanları tarafından kendine özgü pişirme teknikleri ile pişirilerek sunulan ve dini ya da milli duygularla tasarlanan yiyecek ve içeceklerin bütünü*” olarak tanımlamışlardır. Hamdani ve Maulani (2018), yerel gıda temelli mutfak geleneğini, “*yiyecek ve gıda sosyal işlevlerini kavramsallaştırmada kolektif kimliği ve sosyo-kültürel değerleri temsil eden topluluk yaşamı modellerinin bir tanımı olarak işlev gören bir yerel bilgelik biçimidir*” şeklinde tanımlamıştır. Yerel mutfak kavramı, bir ülke veya bölgenin kültürüne özgü

yemekleri ve bu yemeklerin hazırlanma tekniklerinin tümü olarak tanımlanabilmektedir (Kivela ve Crotts, 2005; Molz, 2007). Toplumlar arasındaki coğrafi ve kültürel farklılıklar, üretim teknikleri, hazırlanmada kullanılan araçlar, tüketim şekilleri ve bu tüketim olgusunun içinde oluşan sosyal bağın kültürden kültüre farklılık göstermesine sebep olmuş ve bu farklılıklar nesilden nesile aktararak yerel mutfağın ortaya çıkması açısından önemli etkilerde bulunmuştur (Olçay vd., 2017). Bir destinasyonun mutfak veya gastronomi faaliyetleri, kültür turizminin bir parçası olarak sınıflandırılabilir. Bununla birlikte yerel mutfakların, yaratmış olduğu kültürel çekiciliğin özellikle son yıllarda turistlerin seyahat bölgesi tercihlerinde önemli bir etken olduğu görülmektedir. Bu amaçla hareket eden insanlar hem yerel ürünleri hem de yerel kültürü aynı anda sunabilen yerel mutfakları öğrenmek ve deneyimlemekle ilgilenmektedir (Karim, 2006).

Yerel mutfak kültürüne olan mevcut ilgi çevre, etik, sürdürülebilirlik ve sağlıklı beslenme merakının yanı sıra, tüketicilerin yerel ağları ve ekonomiyi destekleme arzusu, karbon ayak izini azaltma ve gıda zincirini kısaltma istekleri ile de açıklanabilmektedir. Aynı zamanda tüketicilerin bu ürünleri daha taze, daha lezzetli ve güvenilir olarak algıladıkları görülmektedir (Björk ve Kauppinen-Räisänen, 2013). Yerel yemeklerin otantik, saf ve geleneksel olarak algılandığı yapılan çalışmalarla da desteklenmektedir (Sims, 2009; Kauppinen-Räisänen, Gummerus ve Lehtola, 2013). Bununla birlikte, bir destinasyondaki yiyecek ve içecek işletmelerinin menülerinde yerel mutfağa ayırdığı yer ve gösterdiği önemin, o bölgede marka imajı yaratmayı olumlu etkilediği söylenebilir. Ayrıca müşteriler/turistler başka bir yerde üretilen ürünler yerine, yerel mutfağa ait ürünleri tükettikleri takdirde hem bölgedeki yerel üreticiler desteklenir hem de turistlere özgün deneyimler elde etme imkânı sağlanabilir (Smith ve Hall, 2003).

Yerel mutfakların, küreselleşmenin yıkıcı sonuçlarından olan mutfaklardaki homojen yapının bozulmasını ve kimliklerin yok edilmesini engelleyici bir anlayış barındırdığı görülmektedir. Örneğin, bazı araştırmacılar tarafından bir tabakta yer alan iki farklı kültüre ait yemeğin, iki kültüre ait özgünlüğü de kaybettiği düşünülmektedir. Küreselleşme ile buna benzer bir yemeğin dünyanın birçok yerinde bulunabileceği, bu durumun ise kimlik ve özgünlük gibi değerleri zedeleyeceği söylenebilir. Bu görüş ile birlikte yerel mutfakların önemi daha net anlaşılabilir (Scarpato ve Daniele, 2003). Yerel mutfakların, bir topluma ait mutfak kimliğinin gün yüzüne çıkarılmasında ve korunmasında etkin rol oynamasının yanı sıra, aynı zamanda küreselleşen dünyanın kendisini tekrar eden yemeklerinden farklı lezzetler yaşamak isteyenlere özgün bir deneyim sunması gibi önemli özelliklerinin olduğu görülmektedir. Bunun yanı sıra yerel mutfaklar, çevresel sürdürülebilirlik ve bölgesel kalkınmada da olumlu etkiler sağlamaktadır.

Gastronomi Turizmi

Gastronomi turizmi kavramının, ilk defa 1998 yılında Long'un farklı kültürlerle ait lezzetleri deneyimlemek arzusu ile hareket etme düşüncesini ortaya atmasıyla açığa çıktığı bilinmektedir. Long, gastronomi turizmini, "gastronomi ile ilgili faaliyetlere katılan turistlerin, kültür ve tarihi bir nevi yaşayarak akılda kalıcı tecrübeler yaşamalarının yolu" olarak aktarmıştır (aktaran Yarış, 2014). Gastronomi turizmi, odak noktasında bulunan yiyecek ve içecek ile gıda sanayisini doğrudan etkileyen, ekonomi ve toplumsal gelişmeye olumlu etkileri olan bir turizm çeşidi olmasının yanı sıra (Özdemir ve Altın, 2019), turizm literatüründe yemek kavramının "yemek ve şarap turizmi, tadım turizmi, gurme turizmi, mutfak turizmi ve yemek turizmi" gibi birçok alt başlıkta kendisine yer bulduğu görülebilir. Günümüzde bu kavramlar arasında en güncel ve dikkat çeken hiç kuşkusuz gastronomi turizmi olanıdır. Yine de tüm bu kavramlar turizm endüstrisinin içinde ev sahibi - misafir perspektifinde farklı bağlamlarda kullanılmaktadır (Chambers, 1997).

Bu kavramlar arasında en sık kullanılanlardan biri olan mutfak turizmi, kültürel tüketim bakımından yiyeceklerle ilgili faaliyetlerden bahsederken, yemek turizmi kavramı yerel yiyeceklerle ilgilenme arzusu ile motive edilen deneyimleri ifade etmektedir. Daha net bir ifade ile yemek turizminin önemi somutlaşmış ve duygusal deneyimin kendisinde yatarken, mutfak turizmi fiziksel bir deneyim yoluyla kazanılan kültürel bilgilere odaklanmıştır. Her iki kavram turistlerin yemek yeme isteklerini ve faaliyetlerini anlamak için kullanılmaktadır. Literatürdeki diğer terimlere nazaran gastronomi turizmi kavramının kullanılmasının sebebi, diğer kavramlara oranla daha geniş bir kapsama ve kitleye sahip olması, yiyecek ve içeceğe dayalı seyahat eden turistlerin asıl motivasyonlarını daha iyi ifade etmesinden kaynaklı olabilir (Hüner, 2014). Horng ve Tsai (2010) gastronomi turizmini, yiyeceklerle ilgili yapılan faaliyetler ile farklı deneyimleme, böylelikle bir destinasyonun ve kültürel öğenin aktarımının sağlanması olarak ifade etmektedir (Ellis vd., 2018).

Gastronomi turizmi, turistlerin tatil deneyiminde kültürel ve yerel tatları, kokuları ve dokuları deneyimleme ve yaşama olanağı sunarak onlara benzersiz bir yiyecek ve içecek tadımı sağlayan turizm çeşitlerinden biri olarak bilinmektedir (Erol ve Hassan, 2013). Gastronomi turizmi, bölgesel ve ulusal ekonomilerin kalkınmasında önemli bir potansiyel sunmaktadır. Bununla birlikte gastronomi turizminin, turizm zincirinin

parçaları olan tarım ve yerel gıda üretiminin pozitif yönde gelişmesine birçok yönden katkılarının bulunduğu bilinmektedir. Son yıllarda turistlerin yemek yeme ihtiyacını yerel yemeklerden karşılama arzusu, turizm ile gastronomi kavramlarının birlikte anılmasına olanak sağlamıştır. Ayrıca, gastronomi turizmi turistik destinasyonlarda rekabet avantajı sağlamakla birlikte, turizm ile ilgilenen kurum ve kuruluşları da canlandırmaktadır (Özdemir ve Altner, 2019).

Gün geçtikçe daha tecrübeli ve seçici hale gelen turistler, gelişen dünyanın getirileri ile daha fazla gelire sahip olma fırsatını elde etmişlerdir. Bu durum, doğal olarak kendilerini günlük rutinden kurtarıp turizmin özgürlük ve heyecan uyandıran dünyalarına daha fazla adayan insanların ortaya çıkmasına olanak sağlamıştır. Farklı deneyimler ve yeni öğrenimler kazanmak isteyen turistler, bu arayışlarını cevaplarını gastronomi turizminin çok yönlü dünyasına doğru yönlendirmişlerdir (Rifai, 2017). Bu bağlamda gastro-turist, bir destinasyonun mutfağını tatmak veya destinasyona ait gastronomi faaliyetlerine katılmak için seyahatlerinin bir bölümünü ya da tamamını gastronomi turizmine ayıran turist ve ziyaretçiler için kullanılan bir kavram olarak bilinmektedir (Rifai, 2017; Williams vd., 2019). Daha yüksek harcama potansiyeline sahip ve eğitim düzeyi yüksek olan gastro-turistler, bir bölgede yaratılmak istenen kimlik kazanımı ve refah seviyesi artışında önemli avantajlar sağlayabilmektedir. Özellikle geleneksel ekonomik sektörlerden uzak olan kırsal bölgelerde gastro-turistlerin seyahatleri büyük önem arz etmektedir (Rifai, 2017). Bununla birlikte gastro-turistler, farklı bir mutfak kültürünü deneyimleme arayışında olan ve bu deneyimleri bir sosyallik aracı olarak gören insanları da nitelemektedir. Herhangi bir ziyaretçinin ortalama bütçesinden çok daha fazlasını yemek için ayırabilmektedir. Gastro-turistler aynı zamanda bir gölgedeki halkın yaşam deneyimlerini ve kültürel aktivitelerini yaşamak, daha önemlisi yerel mutfak kültürlerini tatmak isteyen münferit ve organize olmuş insanlar olarak da tanımlanabilir (Gheorghe vd., 2014). Yerel mutfakların, farklı deneyimler yaşamak isteyen gastronomi turistleri için önemli bir motivasyon kaynağı olduğunu söylemek mümkün olduğu gibi gastronomi turizmine katılan turistlerin de birçok yönden yerel mutfaklara ve bölgelere olumlu etkileri olduğu söylenebilir.

Yerel Mutfakların Gastronomi Turizmi Çerçevesinde Değerlendirilmesi

Bir destinasyonun yerel mutfak kültürünü farklı insanlara tanıtmak ve farklı bölgelerden insanlarla etkileşimde olmak, günümüz alternatif turizm türlerinden biri olan gastronomi turizmi ile mümkün olabilir (Erdem, Mızrak ve Kemer, 2017). Tikkanen (2007) ise turizm ve gastronomi ilişkisini, gastronominin turizm ürününün bir parçası olması, destinasyonun tanıtımında bir çekicilik unsuru olması, yeme içme deneyiminde yerel mutfak kültürüne yer verilmesi ve yerel kültürün bir parçası olması şeklinde ifade etmiştir. Yerel mutfak ürünlerinin, turistler için destinasyon seçim sürecinde çekicilik unsuru olmasının yanı sıra motivasyon yaratıcı etkisi olduğu da yapılan çalışmalarla desteklenmiştir (Kim, Eves ve Scarles, 2009; Bezirgan ve Koç, 2015). Gastronomi turizmi hedefiyle seyahatte bulunan bireylerin yanı sıra, farklı turistik hedeflerle turizm faaliyetine dâhil olan bireylerin yiyecek içecek deneyimlerine daha fazla önem verdikleri yapılan araştırmalar sonucunda açığa çıkmıştır (Şengül ve Türkay, 2016).

Dünyanın dört bir yanındaki birçok destinasyon, yerel mutfağı turistlerin ziyaretini teşvik etmek için bir araç olarak kullanmaktadır. Bu bağlamda yerel mutfak, yüzlerce yıldır nesilden nesile aktarıldığı için benzersizdir. Topluluklarda yaşayan insanların yaşam tarzları ve kültürleri için de önemli olduğunu söylemek mümkündür. Ayrıca, farklı destinasyonların kimliğini ve kültürünü temsil etmektedir. Yerel yemekler, bir destinasyona ilk defa gelen ziyaretçilere ilk izlenimi vererek, gelecekte yeniden ziyaret etme arzusu ile motive etmektedir. Turistler, yerel mutfak deneyimi ile kültürel sermayelerini artıracak özgün ve çeşitli deneyimler edinebilirler. Bu nedenle gastronomi turizmi, turistlerin ev sahibi kültürün yemeklerini deneyimlemesi ve bu yolla farklı kültürlerle dâhil olması için ideal bir yol olabilmektedir (Chaigasem ve Tunming, 2019).

Yerel mutfak kültürü turizm ürününü geliştirip güçlendirirken, turistler de yerel yemeklerin gelişmesi ve genişlemesi için bir pazar sağlamaktadır. Ayrıca, destinasyona ait benzersiz mutfak ürünlerinin, yerel halkın sahip olduğu özgün becerilerle üretilip sunulması turistlerin destinasyonu diğer destinasyonlardan farklı algılanmasına yardımcı olduğu da bilinmektedir. Çünkü yerel mutfağın otantik niteliği, taklit edilemezliği ve sadece o destinasyonun coğrafyası, kültürü, tarihi, iklimi, inançları ve çevresinin etkileşimi sonucunda doğmuş olması turistlere benzersiz bir deneyim sunmaktadır (Erol ve Hassan, 2013; Şengül ve Türkay, 2016).

Yerel mutfakların gastronomi turizmi çerçevesinde değerlendirilmesi söz konusu olduğunda gastronominin, turizm anlayışındaki en önemli cazibe unsurlarından biri olmasının yanı sıra, turistler için destinasyona ait kültürü taşıyıcı rolde otantik bir deneyim sunması sebebiyle ayrıca önem arz ettiğini söylemek mümkündür.

Yöntem

Araştırma, nitel bir veri araştırma tekniği olan doküman analizi yöntemiyle yürütülmüş ve herhangi bir etik kurul iznine gerek kalmamıştır. Doküman analizi, hem basılı hem de elektronik materyalleri gözden geçirmek veya değerlendirmek için uygulanan sistematik bir prosedürdür (Bowen, 2009). Corbin ve Strauss'a (2008) göre; nitel araştırmalardaki diğer analitik yöntemler gibi, doküman analizi de anlamı ortaya çıkarmak, anlayış oluşturmak ve ampirik bilgiyi geliştirmek için verilerin incelenmesini ve yorumlanmasını gerektirmektedir. Bu amaçla konuya ilişkin 2007-2021 yıllarını kapsayan özellikle yakın zamana ait ulusal ve uluslararası literatür taranmış ve veriler doküman analizi yöntemiyle değerlendirilmiştir.

Bulgular

Toplumların kendilerine özgü olan ve gelecek nesillere aktardıkları maddi veya manevi her şey şeklinde tanımlanan kültür (Yesevi, 2019), yaşanan coğrafi ve kültürel çevrede binlerce yıllık deneyim ve çevresel etkileşimler sonucu meydana gelmektedir. Dünya üzerinde bulunan birbirinden farklı kültürel unsurlar insanların merakını cezbetmekte ve bu bağlamda yapılan seyahatler arttığı görülmektedir. Bir toplumun sahip olduğu gastronomi unsurları ve yerel mutfak da kültürünün önemli parçalarından biri olarak bilinmektedir. Gastronomi ve yerel yiyeceklerin turistik bir ürün haline dönüşmesiyle gastronomi turizmi kavramı turizm çeşitlerinden biri olarak ilgi çekmeye başlamıştır. Bu alan elbette araştırmacılar açısından da dikkat çeken konulardan biri haline gelmiştir. İlgili alanyazında gastronomi turizmi ve yerel mutfaklar konularını kapsayan toplam 46 çalışma incelenmiş ve bu araştırmalar Tablo 1'de sunulmuştur.

Tablo 1. Yerel Mutfak Kültürü ve Gastronomi Turizmiyle İlgili Bazı Çalışmalar

Yazar	Araştırmanın Adı	Araştırma İçeriği
Gálvez, Granda, López-Guzmán ve Coronel, 2007	Local Gastronomy, Culture and Tourism Sustainable Cities: The behavior of the American Tourist	Araştırma kapsamında, Amerikalı turistlere uygulanan bir anket yardımıyla bu turistlerin Cuenca (Ekvador)'daki yerel mutfağa ilgileri tespit edilmeye çalışılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre turist ilgisinin bir değişkeni olarak yerel gastronomiye yönelik farklı tutumlar geliştirildiği tespit edilmiştir. Sonuçlar ele alındığında, destinasyon seçiminde ve turist deneyiminde bir ilgi değişkeni olarak yemeğe karşı farklı tutumların varlığının kanıtını gösterirken, bu farklı tutumların Amerikalı turistin davranışı üzerinde bir etkisi olduğunu ortaya koymuştur. Bu bağlamda, yerel mutfağa yönelik daha büyük bir tutum, daha yüksek planlı bir harcama, maksimum davranışsal bağlılık, Ekvador mutfağının kalitesinin veya yenilik derecesinin daha fazla takdir edilmesi anlamına gelen önemli bir turist etkisine dönüştüğü şeklinde olmuştur.
Okumuş, Okumuş ve McKercherc, 2007	Incorporating Local and International Cuisines in the Marketing of Tourism Destinations	İki farklı destinasyonun pazarlama faaliyetlerinde gıdayı kullanım şeklini karşılaştırmalı bir şekilde inceleyen bu makalede broşür, kitapçık ve web siteleri üzerinde nitel olarak içerik analizi yapılmıştır. Araştırmaya göre; Türkiye eşsiz ve zengin bir yerel mutfağa sahip olmasına rağmen, Hong Kong'a kıyasla turizm destinasyonlarının pazarlanmasında yerel mutfak kültürünün daha az dâhil edildiği sonucuna ulaşılmıştır.
Güneş, Ülker ve Karakoç, 2008	Sürdürülebilir Turizmde Yöresel Yemek Kültürünün Önemi	Nitel bir çalışma olan bildiride, yöresel yemeklerin sürdürülebilir turizm üzerindeki önemi araştırılmıştır. Yöre halkının turizme yönelik çalışmalara dâhil edilmesinin yerel ekonomiye katkı sağlayacağı ifade edilerek örnek bir çalışmaya yer verilmiştir.
Durlu Özkaya, Sünnetçioğlu ve Can, 2013	Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi Hareketliliğinde Coğrafi İşaretlemenin Rolü	Yapılan kuramsal çalışmada bir destinasyondaki sürdürülebilir gastronomi turizmi faaliyetlerinin devamlılığında coğrafi işaretleme sisteminin rolü üzerinde durulmuştur. Bu bağlamda coğrafi işaretlerin yerel ürünlerin koruma altına alınması, yerel kalkınmayı desteklemesi ve sürdürülebilirliği sağlaması açısından önemli olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Bezirgan ve Koç, 2014	Yerel Mutfakların Destinasyona Yönelik Aidiyet Oluşumuna Etkisi: Cunda Adası Örneği	Ayvalık Cunda adasındaki restoranlardan hizmet alan yerli turistler üzerinde yapılan araştırmada 221 katılımcının görüşleri değerlendirilmiştir. Araştırmada destinasyona yönelik aidiyet duygusu üzerinde yerel mutfakların etkisini ölçmek amaçlanmıştır. Araştırma sonuçlarına göre yöredeki restoranlarda sunulan yiyecek ve içeceklerin destinasyona yönelik aidiyet hissi oluşumu üzerinde olumlu etkilere sahip olduğu ortaya çıkarılmıştır.
Jalis, Che ve Markwell, 2014	Utilising Local Cuisine to Market Malaysia as a Tourist Destination	Nitel olarak yapılan bu çalışma, Malezya Hükümeti iş birliği ile Malezya'yı bir turizm merkezi olarak tanıtmamanın bir parçası olarak pazarlamasında Malezya yemekleri ve mutfağının sunumunun önemini ele almaktadır.
Kaneko, Oshida ve Matsushima, 2014	Changes in the Social Situation Influence Local Cuisine - Local Cuisine in Chiba Prefecture	Bu çalışma, Japonya'nın Chiba Eyaletindeki sosyal durumun bölgesel yerel mutfak üzerindeki etkileri üzerine yapılan nitel bir araştırmadır. Balık ve kabuklu deniz hayvanlarına dayanan bir yerel mutfağa sahip olan bu bölgede, geleneksel yemek kültürünün zayıflamaya başladığı ve bu bağlamda gıdada batılılaşmanın arttığı sonucuna ulaşılmıştır.
Serçeoğlu, 2014	Yöre Halkının Mutfak Kültürünü Tanıma Durumunun Tespit Edilmesi: Erzurum İli Örneği	Araştırmanın amacı Erzurumluların mutfak kültürlerini tanıyıp tanımadıklarını belirlemektir. Araştırma sonuçlarına göre çalışmaya destek verenlerin evlerinde yöresel yemekler yaptıkları, yöresel yemeklerini lezzetli buldukları ve kendilerine ait mutfak kültürünü unutmadıkları ifade etmişlerdir. Katılımcılar yöre mutfak kültürünü yaşatabilmek için halka yöresel mutfak hakkında eğitim verilmesi ve tanıtım faaliyetlerinin artırılması gerektiğini ifade etmişlerdir.
Zağrahi ve Akbaba, 2015	Turistlerin Destinasyon Seçiminde Yöresel Yemeklerin Rolü: İzmir Yarımadası'nı Ziyaret Eden Turistlerin Görüşleri Üzerine Bir Araştırma	Araştırmada yöresel yemeklerin İzmir Yarımada'sını ziyaret eden turistlerin destinasyon tercihi üzerinde oynadığı rol araştırılmıştır. Sonuçta turistlerin bölgeyi tercihlerinde yerel yemeklerin belirleyici bir rol oynamadığı belirlenmiştir. Ancak bölgedeki ziyaretleri sırasındaki deneyimleri neticesinde yerel yemekleri beğendikleri anlaşıldığından yerel yemekler noktasında tanıtım eksikliğinin söz konusu olduğunu anlaşılmaktadır.
Ballı, 2016	Gastronomi Turizmi Açısından Adana Sokak Lezzetleri	Bu çalışmada Adana'nın sahip olduğu sokak lezzetleri bağlamında, sokak lezzetlerinin gastronomi turizmindeki yeri ve önemi ortaya konulmaya çalışılmıştır. Araştırmada, Adana'nın çok zengin bir sokak lezzetleri kültürüne sahip olmasına rağmen, bunu bir turizm ürününe çeviremediğinden dolayı bu potansiyelini tam olarak kullanamadığı sonucuna ulaşılmış ve bu konuyla ilgili önerilerde bulunulmuştur.
Bayrakçı ve Akdağ, 2016	Yerel Yemek Tüketim Motivasyonlarının Turistlerin Tekrar Ziyaret Eğilimlerine Etkisi: Gaziantep'i Ziyaret Eden Yerli Turistler Üzerine Bir Araştırma	Araştırmada kullanılan anket ve görüşme tekniği neticesinde yerli turistlerin yerel yemek tüketim motivasyonlarının, sırasıyla heyecan arayışı, kültürel deneyim, duyuşal çekicilik ve sağlık beklentisi boyutları altında toplandığı bildirilmiştir. Yerli turistlerin, yerel yemek tüketim motivasyonlarının tekrar ziyaret niyetlerine etkisini belirlemek için yapılan analizler sonucunda yerel yemek tüketim motivasyonunun turistlerin tekrar ziyaret niyetine olumlu etki ettiği tespit edilmiştir.
Büyükşalvarcı, Şapçılar ve Yılmaz, 2016	Yöresel Yemeklerin Turizm İşletmelerinde Kullanılma Durumu: Konya Örneği	Konya'da yürütülen nicel araştırma sonucunda turizm işletmelerinde sadece belli başlı yöresel yemeklerin sunulabildiği saptanmıştır. İşletmelerin ticari kaygıları, yöreye ait yemekleri yapabilecek ustaların az oluşu ve genel olarak yöre halkının evlerinde bu yemekleri yapmalarından dolayı restoranlarda çok tercih etmemeleri nedeniyle birçok yöresel yemeğin restoranlarda sunulmadığı ifade edilmiştir.

Nebioğlu, 2016	Yerel Gastronomik Ürünlerin Turizmde Kullanılmasını Etkileyen Faktörler	Görüşmeye dayalı nitel bir çalışma olan araştırmada yerel yemeklerin turizmde kullanılmasını etkileyen faktörlerin ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Bu faktörlerin demografik özellikler, yemeğe yüklenen anlam, yemek tüketim eğilimleri, yemek tüketim motivasyonları ve turist tipleri şeklinde özetlenebileceği sonucuna ulaşılmıştır.
Akdağ ve Üzülmüş, 2017	Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi Kapsamında Otantik Yiyeceklere Yönelik Bir İnceleme	Nitel bir çalışma olan araştırmaya göre; turistlerin özgünlük ve farklılık arama eğilimi nedeniyle otantik yiyeceklere yöneldiği ve bu durumun turistlere eşsiz bir tatil deneyimi yaşattığı ifade edilmiştir.
Gülen, 2017	Gastronomi Turizm Potansiyeli ve Geliştirilmesi Kapsamında Afyonkarahisar İlinin Değerlendirilmesi	Afyonkarahisar ilinin gastronomi turizmi açısından nitel olarak değerlendirilmesi, ildeki mevcut gastronomi turizminin durumunu araştırmak ve geliştirilmesine yönelik önerilerde bulunmak amacıyla yapılan bu araştırmada Afyonkarahisar'ın termal turizmle anılan bir şehir olduğu ve yerel yemeklerinin yeterince duyurulmadığı sonucuna ulaşılmıştır.
Nisari ve Yılmaz, 2018	Yerel Yemeklerin Ziyaretçi Motivasyonuna Etkisi	Bu çalışma yerel yemekler ile ziyaretçi motivasyonları arasındaki ilişkinin kavramsal olarak incelendiği nitel bir araştırmadır. Burada motivasyon kuramlarından Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi Kuramı, Seyahat Kariyer Merdiveni (TCL) Kuramı, İtme ve Çekme Faktörleri Kuramı, Kaçış ve Arayış Kuramı ve Plog'un Alosentrizm/Psikosentrizm Kuramı kavramsal olarak açıklanmıştır.
Olca, Giritlioğlu ve Özekici, 2017	Sakin Şehir Prensiplerinin Halfeti'nin Yerel Mutfak Üzerindeki Etkisinde Yerel Halkın Tutumu Üzerine Bir Araştırma	Yerel mutfakların korunmasını amaçlayan yavaş şehir uygulamalarının bölge kalkınmasında ne kadar etkin olduğunun tespit edilmesi amacıyla 405 katılımcının desteğiyle ankete dayalı olarak yapılan araştırma sonucunda; yavaş kent prensiplerinin bölge mutfağına olan etkisi kapsamında yerli halkın tutumunun olumlu yönde olduğu görülmüştür.
Özleyen ve Tepeci, 2017	Manisa'da Yöresel Yemeklerin ve Lezzetlerin Turizmin Gelişimine Katkısının Belirlenmesi	Nitel olarak yapılan araştırma sonuçlarına göre; katılımcıların çoğunluğu yöresel yemeklerin turizm için bir çekicilik unsuru oluşturmadığı görüşünü ifade etmişlerdir. Ayrıca araştırmaya katılan lokanta ve otel işletmelerinin, menülerinde yöresel yemeklere fazla yer vermedikleri tespit edilmiştir. Bölgedeki restoranlarda sunulan hizmetin kalitesi katılımcıların büyük çoğunluğu tarafından yetersiz bulunmuştur.
Sormaz, 2017	Yöresel Mutfak Tanıtımında Yerel Restoranların Etkisi: Konya Örneği	Ankete dayalı bu çalışma, Konya ilinde faaliyet gösteren yerel restoranların yöresel mutfakların tanıtımındaki etkisini ölçmek amacıyla yürütülmüştür. Çalışma sonucunda turistik restoranların yerel mutfaklar ile ilgili bilgilerinin yetersiz bulunduğu ifade edilmiştir. Restoranlarda standart reçetelerin kullanılmamasının olumsuzlukları üzerinde durulmuştur.
Aşık, 2018	Turistlerin Yerel Mutfak Tüketim Değeri Boyutlarının Destinasyona Yönelik Olumlu Tutum, Tavsiye Etme ve Tekrar Ziyaret Etme Niyetine Etkisi	Yerel mutfakların tüketim değerinin destinasyonu tekrar ziyaret etme nedeni, destinasyona yönelik olumlu tutum ve tavsiye etme üzerine etkisini araştırmak amacıyla Ayvalık'taki restoranlardan hizmet alan 428 kişiye anket uygulanmıştır. Araştırma sonuçlarına göre yerel mutfakların tüketim değeri boyutları ile olumlu tutum, tavsiye etme ve yeniden ziyaret niyeti arasında pozitif ve anlamlı ilişkiler olduğu saptanmıştır.
Ayaz ve Güllü, 2018	Yerel Halkın Yöresel Mutfak Konusunda Bilinçlendirilmesi Üzerine Bir AB Projesi Değerlendirmesi	Bu çalışmada, kültürel değerler kapsamında Zile ilçesindeki yöresel yemeklerin sürdürülebilirliği ve somut kültürel miras öğelerine dönüştürülmesi bağlamında yürütülen bir AB projesinin genel bir değerlendirilmesine yer verilmiştir. Nitel yöntemle yapılan bu araştırmayla, yerel halka yöresel yemekler konusunda gerekli olan bilgi ve teknik becerilerin kazandırılmasında AB projelerinin önemli bir fırsat olduğu bildirilmiştir.

Bilgin ve Akoğlu, 2018	Yerel Gıda Ürünlerinin Sürdürülebilirlik Açısından Önemi	Nitel bir araştırma olan çalışmada konu ile ilgili literatür taranarak yerel gıdaların sürdürülebilirlik açısından önemi hakkında bilgi vermek amaçlanmıştır. Sürdürülebilirlik bilincinin artmasıyla yerel gıda üretiminin ve sağlıklı yiyeceklerin kullanımının artacağı, çevreye ve doğaya verilen zararın azaltılacağı sonucuna ulaşılmıştır.
Çetinsöz ve Polat, 2018	Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi Bağlamında Yerel Yemeklerin Mikro Ölçekte Hazırlanış Farklılıkları: Batırık Üzerine Bir Araştırma	Araştırmada batırığın mikro ölçekte hazırlanışında farklılıklar olup olmadığı tespit edilmeye çalışılmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılan araştırmada batırık yemeğinin yapıldığı yakın coğrafyalarda bölgenin iklimi, sosyo-kültürel ve sosyo-ekonomik yapıları gibi bazı nedenlerden dolayı hazırlanışlarında farklılıklar olduğu tespit edilmiştir.
Erkmen, 2018	Yerel Mutfak Deneyiminin Tüketici Temelli Destinasyon Marka Denkliğine Etkisi	Yemek deneyiminin öğelerini ortaya koymak ve bu öğelerin tüketici nezdinde destinasyon marka denkliği oluşumundaki rolünü ortaya koymak amacıyla ankete dayalı olarak yapılan çalışmanın sonuçları destinasyon marka denkliğinin sağlanması için önerilen yemek deneyimi - marka farkındalığı - marka imajı ve davranışsal niyetler arasındaki sıralı bir ilişkinin varlığını ortaya koymuştur. Yemek deneyimini oluşturan öğelerden yemek kalitesi ile kültürel ve sosyal faktörlerin markalamada olumlu etkileri olduğu sonucuna ulaşılmıştır.
Okumuş, Xiang ve Hutchinson, 2018	Local Cuisines and Destination Marketing: Cases of Three Cities In Shandong, China	Çin eyaleti olan Shandong'daki Jinan, Qingdao ve Qufu şehirlerinde yiyecekler, içecekler, çiftçilik ve yiyecek festivalleri kapsamında yapılan çalışmalar, broşürler, kitapçıklar ve web siteleri aracılığıyla incelenmiştir. Araştırma sonuçları bu üç şehrin tanınmak için yerel mutfaklarından henüz tam olarak yararlanmadığını ortaya koymaktadır.
Özkan ve Aydın, 2018	Yerel Yiyecekler Aracılığı ile Sürdürülebilir Destinasyonlar: Ayvacık Örneği	Bu çalışmada Ayvacık ilçesine has yöresel yemeklerin literatüre kazandırılması ve gastronomi amacıyla bölgeyi ziyaret eden turistlere yerel kültürü tanıtabilmek amaçlanmıştır. Yüz yüze görüşme ve turizm broşürlerinin içerik analizlerinin yapılması yoluyla yapılan araştırmada elde edilen veriler analiz edilerek Ayvacık'ın gastronomi turizmi açısından yüksek potansiyele sahip bir ilçe olduğu sonucuna ulaşılmıştır.
Serçek, 2018	Turistlerin Yerel Yemek Tüketimindeki Motivasyon Faktörlerinin İncelenmesi	Turistlerin yerel yemek tüketimindeki motivasyon unsurlarını belirlemek amacıyla ankete dayalı olarak Diyarbakır'da yapılan bu araştırmada turistlerin yerel yemek tüketimi üzerinde; kültürel deneyim yaşamak, sosyal etkileşim, heyecan arayışı, duyuşal çekicilik ve sağlık beklentisi motivasyonlarının etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır.
Yavuz, 2018	Turistik Destinasyonların Tanıtılmasında Yerel Mutfaklar: Ordu Vejetaryen Mutfağı	Nitel bir araştırma olan çalışmada Ordu mutfağındaki vejetaryen yemekler tespit edilmiştir. Bu tespitin yörenin gastronomi değerleri açısından tanınırlığının artmasına, pazarlama faaliyetlerine ve bölge turizminin gelişmesine katkı sağlayacağı düşünülmüştür.
Karahan, 2019	Gastronomi Turizminin Yerel Halk Üzerindeki Algısı ve Sürdürülebilirliği: Giresun İli Örneği	Giresun'da yaşayanların gastronomi turizmi algısını ölçmek ve bölgenin yöresel yemek kültürünün sürdürülebilir gastronomi turizmi kapsamında nasıl değerlendirildiğini tespit etmek amacıyla hazırlanan çalışmada yerel halk ile görüşmeler yapılarak veriler toplanmıştır. Görüşmelerden alınan cevaplar neticesinde yöre halkının gastronomi ve gastronomi turizmi kavramlarına yabancı olmadıkları sonucuna ulaşılmıştır.
Monika, 2019	Local Cuisine-A Tool to Promote Destination	Mangalore bölgesinde rastgele örnekleme yöntemi ile seçilen 69 yerli ve yabancı turist katılımlıyla yapılan çalışmada bölgenin yemek imajı ve ziyaret niyetleri arasında anlamlı pozitif yönlü ilişkiler tespit edilmiştir.

Paşlı ve Akbaba, 2019	Sustainable Gastronomy Tourism with Geographical Indications: The Case for Black Sea Region in Turkey	Bu nitel çalışmada, coğrafi işaretlerin gastronomi turizmi bağlamında değerlendirilmesini amaçlanmıştır. Araştırmada Karadeniz Bölgesi'nden 73 tane coğrafi işaretli ürün değerlendirilmiştir. Coğrafi işaretlerle belirlenmiş yerel mutfak unsurları gözden geçirilmiş ve coğrafi işaretli gastronomi ürünlerinin bölgenin kalkınmasında etkili bir araç olacağı sonucuna ulaşılmıştır.
Yılmaz, 2019	Yöresel Yemeklerin Yerel Restoranlarda Sunulma Düzeyi: Bayburt Örneği	Bayburt'ta yöresel yemeklerin yerel restoranlarda ne ölçüde sunuldukları araştırılmıştır. Görüşme tekniği ile toplanan veriler ışığında Bayburt tavaının restoranlarda en çok sunulan yemek olduğu tespit edilmiştir. Bayburt tava dışında yöresel yemeklerin restoranlarda sunulma düzeylerinin çok düşük olduğu sonuçlarına ulaşılmıştır.
Algan Özkök, Yalçın ve Maden, 2020	A Regional Food of Afyonkarahisar Cuisine: Sausage Doner Kebab	Bu çalışmayla Afyonkarahisar ilinde pişirilen sucuk döner kebabın içeriği, hazırlanması ve tüketimi araştırılmıştır. Çalışmada, nitel araştırma yöntemlerinden yüz yüze görüşme tekniği kullanılmıştır. Araştırma sonucunda Afyonkarahisar mutfak kültüründe önemli bir yeri olan ve henüz coğrafi işaret olarak tescil edilmemiş olan sucuk döner kebabın devamlılığının sağlanmasında gerekli önlemlerin alınması gerektiği ve gastronomi turizminin bir parçası olabilmesi için yeterli tanıtım ve pazarlama çalışmalarına ihtiyaç duyulduğu belirtilmiştir. Ürünün sürdürülebilirliği açısından sucuk döner kebabının ve hatta servisinin dahi her yönüyle standartlaştırılmasının önemine değinilmiştir.
Esen ve Seçim, 2020	Yöresel Mutfağın Turizm Ürünü Olarak Kullanımının Yerel Halk Tarafından Değerlendirilmesi; Konya İli Örneği	Ankete dayalı yapılan çalışmada, Konya ilinde yaşamakta olan halkın bölgenin yöresel mutfağına ilişkin tutumunu ölçmek amaçlanmıştır. Araştırma sonuçlarına göre genel tutumun tanıtım açısından yöresel mutfağın önemli olduğu ve bu değerlerin turizme kazandırılması gerektiği yönünde olduğu tespit edilmiştir.
İflazoğlu ve Yaman, 2020	Yöresel Mutfakların Gastronomi Turizminde Yer Alma Durumu: Mardin Yerel Restoran Menülerinin İncelenmesi	Mardin'in yöresel mutfağına ait yemeklerinin yerel restoran menülerinde ne oranda yer aldığı tespit etmek amacıyla yapılan çalışmada literatür taraması yapılarak Mardin'in yöresel yemekleri incelenmiştir. Yazılı doküman analizi yoluyla elde edilen 34 yemek çeşidinden 14'üne Mardin'in önemli turistik merkezlerinden olan 1. Cadde'deki yerel restoranların menülerinde hiç yer vermediği tespit edilmiştir.
Örgün, Solunoğlu ve Solunoğlu, 2020	Yerel Mutfak Kültürünün Sürdürülebilir Turizm Açısından Değerlendirilmesi: Nevşehir Örneği	Nevşehir mutfak kültürünün sürdürülebilir turizm açısından değerlendirilmesi amacıyla yapılan çalışmada yörede unutulmaya başlayan yiyeceklerden biri olan kuru salatalık dolması seçilmiştir. Öncelikle yöre halkıyla yüz yüze görüşmeler yapılarak kuru salatalık dolmasının tarifine ulaşılmıştır. Edinilen tariflere göre ürün aslına uygun şekilde tekrar yapılarak kayıt altına alınmıştır. Böylece tarifi kaybolmasının önüne geçilmek istenmiştir.
Polat ve Aktaş-Polat, 2020	Transformation of Local Culinary Through Gastronomy Tourism	Bu çalışmada gastronomi turizminin yerel mutfağın dönüşümü üzerindeki etkisini tespit etmek amaçlanmıştır. Bu bağlamda, yapısalcılık yaklaşımından faydalanılarak Lévi-Strauss'un kültür ve doğa ikileminde yorumladığı mutfak üçgeni örnek model alınmıştır. Strauss tarafından yiyeceğin üç hali olarak tanımlanan, çiğ, pişmiş ve çürümüş hâli üzerinden toplumsal yapı analiz yapılmıştır. Bu model, yerel, hibrit ve süs mutfağından oluşan ve Gastronomi Turizminde Mutfak Üçgeni olarak adlandırılan yeni bir üçgene dönüştürülerek kültürel ve sanatsal dönüşüm bağlamında incelenmiştir.

Saçılık, 2020	Yenilikçi Mutfak Akımlarının Türk Mutfağı Kapsamında Uygulanabilirliği ve Yerel Mutfağın Menülerde Kullanılması ile İlgili Görüşlerin Belirlenmesi	Türk mutfağını uygulayan kişilerin yeniliğe açık olup olmadıklarını ortaya çıkarmak amacıyla yapılan araştırmada veriler yarı yapılandırılmış soru formu yoluyla toplanmıştır. Türk mutfağı uygulayıcıları yenilikçi mutfak akımları konusunda yeterince bilgiye sahip olmadıkları için bu uygulamaların yöresel yemeklerin sürdürülebilirliğine zarar vereceği inancını taşımaktadırlar. Bu sebeple yerel mutfağın menülerde kullanılmasının gerekliliğini savundukları görülmüştür.
Suntikul, Pratt Wing ve Chong, 2020	Factors that Influence Chinese Outbound Tourists' Intention to Consume Local Food	Bu çalışma, Çinli turistlerin seyahatleri sırasında yerel yiyecekleri tüketme niyetlerini motive eden faktörleri araştırmıştır. Hong Kong'a giden 308 Çinli turistten nicel bir araştırmasını kullanarak, bu turistlerin yerel ve geleneksel yemek deneyimlerine değer verdiği belirlenmiştir. Yerel mutfakların getirdiği duysal çekiciliğin Çinli turistleri yerel yiyecekleri tüketmeye motive ettiği tespit edilmiştir. Bu sonuçların, destinasyon pazarlamacılarına ve yerel restoran sahiplerine destinasyonlarının ve restoranlarının çekiciliğini artırma konusunda yardımcı olabileceği bildirilmiştir.
Uçan ve Girgin, 2020	Destinasyon Pazarlamasında Yerel Mutfaklar: Balıkesir İli Örneği	Balıkesir'in turizm pazarlama faaliyetlerinde yerel mutfak ürünlerine ne kadar yer verildiğini saptamak amacıyla yapılan araştırmada Balıkesir İl Kültür Müdürlüğü'nün hazırlamış olduğu broşür ve kitapçıklar ile müdürlüğün web sitesi üzerindeki veriler içerik analizine tabi tutulmuştur. Araştırma sonucuna göre; ilin tanıtım materyallerinde yerel mutfak özelliklerinin bulunduğu ancak bunun yeterli olmadığı tespit edilmiştir.
Yalın, 2020	Kaybolmakta Olan Yerel Mutfak Kültürünün Turizme Kazandırılması: Balıkesir İli Edremit Körfezi Örneği	Kaybolmakta olan mutfak kültürü öğelerinin aslına uygun bir şekilde üretilmesini sağlamak ve gelecek nesillere aktarımını gerçekleştirebilmek amacıyla görüşme tekniğiyle yapılan bu araştırmada etnik çeşitliliğe sahip olan Edremit Körfez bölgesi yöresel yemeklerinin sahip oldukları çekiciliği kullanarak turizmde destekleyici bir unsur olarak sunulabilecekleri sonucuna ulaşılmıştır.
Fusté-Forné, 2021	Robot Chefs in Gastronomy Tourism: What's on the Menu?	Araştırma turistlerin restoranlarda robot kullanımına yönelik algılarını araştırmaktadır. Çalışmanın amacı turistlerin gıda hizmetlerinin sağlanmasında robotların kullanımı ile ilgili görüşlerini incelemektir. İspanya'da gerçekleştirilen araştırmada yapılandırılmış görüşme formları yoluyla farklı ülkelerden 12 turistle görüşülmüş ve veri toplanmıştır. Özellikle robot şefler tarafından sunulan yiyecek içecek hizmeti almanın avantaj ve dezavantajları konusundaki algıları ölçülmeye çalışılmıştır. Araştırma sonucunda restoranlarda robot şef uygulamalarının avantajları, dezavantajları ve belirsizlikleri ile ilgili olarak üç boyut ortaya çıkmıştır. Aynı zamanda, katılımcıların tamamı "otantik" bir turist deneyimi için "zorunluluk" olarak insandan insana etkileşim gerektiği konusunda hem fikir olmuşlardır.
Kızıldemir ve Şimşek, 2021	Gastronomi Turizmi Kapsamında Yöresel Yemeklerin Restoranlarda Sunulması Üzerine Bir Araştırma: Şarköy Örneği	Araştırma Tekirdağ'a bağlı Şarköy'de bulunan restoranların, yöresel yemeklere münülerinde yer verme durumunu tespit edip, gastronomi turizmi çerçevesinde değerlendirmek amacıyla yapılmıştır. Veriler nitel araştırma yöntemlerinden yarı yapılandırılmış görüşme tekniği ile Şarköy'deki 8 restoran yetkilisinden toplanmıştır. Araştırma sonucunda, Şarköy'ün yöresel yemeklerinin çok fazla emek gerektiren yemekler olması ve taleplerin düşüklüğü nedeniyle restoranlarda yeterli düzeyde sunulmadığı tespit edilmiştir.
Pamukçu, Saraç, Aytugar ve Sandıkçı, 2021	The Effects of Local Food and Local Products with Geographical Indication on the Development of Tourism Gastronomy	Balıkesir'in turizm pazarlama faaliyetlerinde yerel mutfak ürünlerine ne kadar yer verildiğini saptamak amacıyla yapılan araştırmada Balıkesir İl Kültür Müdürlüğü'nün hazırlamış olduğu broşür ve kitapçıklar ile müdürlüğün web sitesi üzerindeki veriler içerik analizine tabi tutulmuştur. Araştırma sonucuna göre; ilin tanıtım materyallerinde yerel mutfak özelliklerinin bulunduğu ancak bu bunun yeterli olmadığı tespit edilmiştir.

Park, Muangasame ve Kim, 2021	'We and Our Stories': Constructing Food Experiences in a UNESCO Gastronomy City	Araştırma Tayland'ın güney kesiminde bulunan Phuket'te gerçekleştirilmiştir. Phuket 2015 yılında UNESCO Gastronomi şehri unvanını almıştır. Araştırmacılar arasında etkileşime izin veren yorumlayıcı bir yaklaşım benimsenerek yapılan araştırmada gastronomi turizminde Kartopu örnekleme yöntemiyle belirlenen 10 yerel paydaşla derinlemesine görüşmeler yapılmıştır. Veri kodlaması için NVivo12, veri kodlaması için tematik analiz yöntemi kullanılmıştır. Bu çalışma, yemek kültürü ve mirasın şehir için itici güç olma potansiyelini göstermektedir. İyi tasarlanmış, yenilikçi ve yaratıcı yorumların yerel yemeklerin ve yemek hediyeliklerinin turistlerin hem bilişsel hem de duyuşsal deneyimlerini geliştirebileceğini vurgulamaktadır. Araştırma sonuçlarına göre yerel gıdanın metalaştırılması ve yeniden üretilmesi, yerinde ve seyahat sonrası yemek deneyimi arasında bağlantı sağlamada kritik bir rol oynamaktadır.
Promnil, 2021	Community-Based Gastronomy Tourism Development - The Case of Northern Thailand	Araştırma Kuzey Tayland'daki ikinci kademe bir şehirde topluma dayalı bir gastronomi turizmi alanı geliştirmek için katılımcı bir eylem araştırması uygulayan bir kalkınma araştırmasıdır. Araştırma için 400 anketten toplanan veriler SPSS programı kullanılarak analiz edilmiştir. Turistlerin toplum temelli gastronomi turizm alanına ilişkin davranışlarını ve beklentilerini incelemek için frekans, yüzde, ortalama ve standart sapmayı içeren tanımlayıcı bir analiz kullanılmıştır. Taylandlı yerli turistlerin bir kırsal turizm alanını ziyaret ettiklerinde bilişsel deneyimlerden çok duyuşsal deneyimler beklentilerinin daha muhtemel olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Sonuç, Tartışma, Öneriler ve Değerlendirme

Yerel mutfakların gastronomi turizmi çerçevesinde değerlendirilmesi kapsamındaki bu nitel araştırma, bir dizi makale incelemesi yapılarak yürütülmüştür. Çalışma gastronomi turizmi, destinasyonun rekabet gücü ve turistlerin seyahat motivasyonu bakımından destinasyona özgü yerel mutfak kültürünün önemine vurgu yapıldığını ortaya koymaktadır. Bu bağlamda, yerel mutfakların gastronomi turizmi çerçevesinde değerlendirilmesi amaçlanarak, literatürde yer alan gastronomi turizmi ve yerel mutfak kültürü üzerine yapılan çalışmalar incelenmiştir. Derlenen sonuçlar değerlendirildiğinde genellikle yerel mutfak üzerine kuramsal çalışmalar yapıldığı veya nitel çalışmaların ağırlık kazandığı (incelenen çalışmaların %67.39'u) görülmektedir. Nicel çalışmaların (incelenen çalışmaların %32.60'ı) daha çok yöresel yiyeceklerin gastronomi turizmi üzerindeki etkisinin incelenmesi amacıyla yapıldığı saptanmıştır. Literatürde yerel mutfak kültürünün, gastronomi turizmine bir çekicilik unsuru ya da önemli bir imaj tamamlayıcısı olarak katkılar sağladığı yönünde bulgulara rastlanmaktadır. İncelenen makaleler arasındaki 2 çalışmada ise gastronomi turizminin yerel yiyecekleri nasıl etkilediği ile ilgili araştırma yapıldığı görülmektedir. Araştırmalarda sürdürülebilirlik ve coğrafi işaret kavramlarının da gastronomi turizmi ile ilişkilendirildiği (%19.56) görülmektedir. 2021 yılında yapılan bir araştırmada robot şeflerin turistler tarafından nasıl algılandığı ile ilgili olarak bir araştırmanın yapılmış olduğu görülmektedir. Bu durum teknolojik yeniliklerin gastronomi turizmi açısından da dikkate değer olarak görüldüğünü düşündürmektedir.

Gastronomi turizmi ülkelerin turizm gelirlerini artırmaları açısından önem arz etmekle birlikte düzenli bir planlama yapılmadığında bölgelerin taşıma kapasitesini aşacak bir turist yoğunluğuyla sonuçlanabileceği de aşikârdır. Bu durum yörenin çekicilik unsuru olan özelliklerini hızla yitirmesine sebep olabileceği gibi yerel halkın da konuyla ilgili rahatsızlıkları oluşabilmektedir. Kısa vadede kazançlı gibi görünen turizm faaliyetleri uzun vadede bölgenin turistik ve doğal güzelliklerinin kaybına dahi yol açabilmektedir. Burada çözüm olarak bölgenin potansiyelinin doğru olarak tespit edilmesi, tam olarak kapasite belirlendikten sonra doğru yatırımlarla gastronomi turizmine hazırlanması ve yöre halkının konuyla ilgili eğitilmesi önerilebilir. Turistin niceliğinden çok niteliğine önem verilmesi ve buna uygun pazarlama çalışmalarının yapılması gastronomi turizminin bölgeye beklenen faydaları sağlaması açısından göz önünde bulundurulması gereken önemli bir husustur. Bununla birlikte günümüzde ulaşım ve lojistik alanındaki gelişmeler gastronomi ürünlerinin dünyanın farklı bölgelerine transferini mümkün kılmaktadır. Gastronomi turizmini sadece turistlerin belli bir

destinasyona gastronomi amaçları güderek yönelmesi ile sınırlı tutmak yerine bir destinasyondaki çekicilik unsuru olan gastronomi ürünlerinin turistin yaşadığı ülkeye yönlendirilmesi şeklinde düşünülerek kapsamının genişletilmesi ve bu yönde çalışmalar yapılması sonucunda bu turizm türünden elde edilen faydaların artırılabilmesi unutulmamalıdır. Turistler bir bölgede yaşadıkları deneyimleri ve denedikleri ürünleri kendi ülkelerinde, kendi yaşam ortamlarında da deneyimlemek isteyebilmektedir. Bu isteğin karşılanabilmesi adına yapılacak pazarlama çalışmaları gastronomi turizminin ülkelere sağlayacağı katkının artması anlamına gelecektir.

Sonuç olarak sahip olunan çeşitliliği yüksek yerel mutfak kültürünün birçok destinasyona değer katabilme potansiyelinin oldukça yüksek olduğu sonucu yapılan çalışmalardan anlaşılabilir. Salgın sonrasında normal akışına dönmesi beklenen turizm aktiviteleri içinde önemi gittikçe artan gastronomi turizminde rol almak isteyen ülkelerin sosyal, kültürel, fiziksel vb. etkenler doğrultusunda bir gastronomi turizmi politikası geliştirmeleri önemli görülmektedir. Turistlerin yerel mutfak kültürünü deneyimlemelerine olanak sağlayacak yemek festivalleri, gastro tur rotaları oluşturma, fuarlar, organik yemek turları gibi etkinlikler düzenlenmesi ülkelerin tanınırlığını artırmak açısından önemli kabul edilmektedir. Bu bağlamda, yerel mutfak kültürü üzerine akademik çalışmaların artırılması, şeflerin yerel mutfak konusunda teşvik edilmesi, sosyal medya aracılığıyla daha fazla tanıtımın sağlanması, yerel yemekleri hikâyeleştirme, coğrafi işaretleme gibi uygulamalarla yerel mutfak kültürüne karşı yerli ve yabancı turistlerin tutumlarının geliştirilmesi sağlanabilir.

Kaynakça

- Akdağ, G. ve Üzülmez, M. (2017). Sürdürülebilir gastronomi turizmi kapsamında otantik yiyeceklere yönelik bir inceleme. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(2), 301-309. doi: 10.21325/jotags.2017.132.
- Algan Özkök, G., Yalçın, S. ve Maden, B. (2020). A regional food of Afyonkarahisar cuisine: Sausage Doner Kebab. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*. 5(2), 301-313. doi: 10.37847/tdad.835501.
- Aşık, A. N. (2018). Turistlerin yerel mutfak tüketim değeri boyutlarının destinasyona yönelik olumlu tutum, tavsiye etme ve tekrar ziyaret etme niyetine etkisi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(2), 548-562. doi: 10.21325/jotags.2018.228.
- Ayaz, N. ve Güllü, M. (2018). Yerel halkın yöresel mutfak konusunda bilinçlendirilmesi üzerine bir AB projesi değerlendirmesi. *Gastoria: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 2(1), 11-21. doi: 10.32958/gastoria.410102.
- Ballı, E. (2016). Gastronomi turizmi açısından adana sokak lezzetleri. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(Özel Sayı), 3-17. doi: 10.21325/jotags.2016.18.
- Bayrakçı, S. ve Akdağ G. (2016). Yerel yemek tüketim motivasyonlarının turistlerin tekrar ziyaret eğilimlerine etkisi: Gaziantep'i ziyaret eden yerli turistler üzerine bir araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 27(1), 96-110. doi: 10.17123/atad.vol27iss10006.
- Belpınar, A. (2014). Gastronomi turizmine yönelik turist görüşlerinin kültürlerarası karşılaştırılması: Kapadokya örneği (*Yüksek Lisans Tezi*). Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Muğla, Türkiye.
- Bezirgan, M. ve Koç, F. (2014). Yerel mutfakların destinasyona yönelik aidiyet oluşumuna etkisi: Cunda adası örneği. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(34), 917-922.
- Bilgin, S. ve Akoğlu, A. (2018). Yerel gıda ürünlerinin sürdürülebilirlik açısından önemi. *International Conference on Food Nutrition and Dietetics Gastronomy Research* içinde (pp. 326-331), Alanya, Türkiye.
- Björk, P. ve Kauppinen-Räsänen, H., (2013). Culinary-gastronomic tourism - a search for local food experiences. *Nutrition & Food Science*, 44(4), 294-309. doi: 10.1108/NFS-12-2013-0142.
- Bowen, G. A. (2009). Document analysis as a qualitative research method. *Qualitative Research Journal*, 9(2), 27-40.
- Büyükşalvarcı, A., Şapcılar M. C. ve Yılmaz, G. (2016). Yöresel yemeklerin turizm işletmelerinde kullanılma durumu: Konya örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(4), 165-181. doi:10.21325/jotags.2016.54.

- Chaigasem, T. ve Tunming, P., (2019). A local cuisine tourism approach to authenticity and a sense of place for postmodern gastronomy in I-SAN Thailand. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 8(4), 1-14.
- Chambers, E. (Ed.). (1997). *Tourism and culture: an applied perspective*. SUNY Press, Newyork.
- Corbin, J. ve Strauss, A. (2008). *Basics of qualitative research: techniques and procedures for developing grounded theory*. Thousand Oaks: Sage
- Çağlı, I. B. (2012). Türkiye’de yerel kültürün turizm odaklı kalkınmadaki rolü: gastronomi turizmi örneği (*Yüksek Lisans Tezi*). İTÜ, Fen Bilimleri Enstitüsü, Şehir ve Bölge Planlama ABD, İstanbul, Türkiye.
- Çetinsöz, B., C. ve Polat, A., S. (2018). Sürdürülebilir gastronomi turizmi bağlamında yerel yemeklerin mikro ölçekte hazırlanmış farklılıkları: Batırık üzerine bir araştırma. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(Ek.1), 60-77.
- Durlu Özkaya, F., Sünnetçioğlu, S. ve Can, A. (2013). Sürdürülebilir gastronomi turizmi hareketliliğinde coğrafi işaretlemenin rolü. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1(1), 13-20.
- Ekerim, F., (2020). Türkiye gastronomi rotaları ve haritalandırılması (*Yüksek Lisans Tezi*). Kastamonu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ABD, Kastamonu, Türkiye.
- Ellis, A., Park, E., Kim, S. ve Yeoman, I. (2018). What is food tourism?. *Tourism Management*, 68, 250-263. doi:10.1016/j.tourman.2018.03.025.
- Erdem, Ö., Mızrak, M. ve Kemer, A. K., (2017). Yöresel yemeklerin bölge restoranlarında kullanılma durumu: Mengen örneği. *1st International Sustainable Tourism Congress*, Kastamonu, Turkey.
- Erkmen, E. (2018). Yerel mutfak deneyiminin tüketici temelli destinasyon marka denkliğine etkisi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(2), 143-162. doi: 10.21325/jotags.2018.206.
- Erol, N. ve Hassan, A. (2013). Türkiye’ye gelen turist sayısı ile elde edilen turizm gelirlerinin Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verilerine göre karşılaştırmalı analizi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1(2), 3-14.
- Esen, M. F. ve Seçim, Y. (2020). Yöresel mutfağın turizm ürünü olarak kullanımının yerel halk tarafından değerlendirilmesi: Konya ili örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(1), 158-174. doi: 0.21325/jotags.2020.541.
- Fusté-Forné, F. (2021). Robot chefs in gastronomy tourism: what’s on the menu?. *Tourism Management Perspectives*, 37, 100774. doi: 10.1016/j.tmp.2020.100774.
- Gálvez, J. C. P., Granda, M. J., López-Guzmán, T. ve Coronel, J. R. (2017). Local gastronomy, culture and tourism sustainable cities: The behavior of the American tourist. *Sustainable Cities and Society*, 32, 604-612.
- Gheorghe, G., Tudorache, P. ve Nistoreanu, P. (2014). Gastronomic tourism, a new trend for contemporary tourism. *Cactus Tourism Journal*, 9(1), 12-21.
- Gülen, M. (2017). Gastronomi turizm potansiyeli ve geliştirilmesi kapsamında Afyonkarahisar ilinin değerlendirilmesi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 31-42.
- Güneş, G., Ülker, H. İ. ve Karakoç, G. (2008). Sürdürülebilir turizmde yöresel yemek kültürünün önemi. *II. Ulusal Gastronomi Sempozyumu ve Sanatsal Etkinlikler*, Antalya, Türkiye.
- Hamdani, N. A. ve Maulani, G. A. F., (2018). The influence of E-WOM on purchase intentions in local culinary business sector. *International Journal of Engineering & Technology*, 7(2.29), 246-250. doi: 10.14419/ijet.v7i2.29.13325.
- Hong, J. S. ve Tsai, C. T. S. (2010). Government websites for promoting East Asian culinary tourism: A cross-national analysis. *Tourism Management*, 31(1), 74-85.
- Hüner, E. H. (2014). Her şey dâhil sistemde Türkiye gastronomi potansiyelinin araştırması (*Yüksek Lisans Tezi*). Atılım Üniversitesi, Ankara, Türkiye.

- İflazoğlu, N. ve Yaman, M. (2020), Yöresel mutfakların gastronomi turizmde yer alma durumu: Mardin yerel restoran menülerinin incelenmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(3), 1943-1957. doi: 10.21325/jotags.2020.642.
- Jalis, M. H., Che, D. ve Markwell, K. (2014). Utilising local cuisine to market Malaysia as a tourist destination. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 144, 102-110. doi: 10.1016/j.sbspro.2014.07.278.
- Kaneko, K., Oshida, K. ve Matsushima, H. (2014). Changes in the social situation influence local cuisine. *Journal of Economics and Development Studies*, 2(3), 25-47. doi:10.15640/jeds.v2n3a3.
- Karahan, G. (2019). Gastronomi turizminin yerel halk üzerindeki algısı ve sürdürülebilirliği: Giresun ili örneği (*Yüksek Lisans Tezi*). İstanbul Ticaret Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, Türkiye.
- Karim, Ab, S. (2006). Culinary tourism as a destination attraction: An empirical examination of the destination's food image and information sources. Oklahoma State University.
- Kauppinen-Räisänen, H., Gummerus, J. ve Lehtola, K. (2013). Remembered eating experiences described by the self, place, food, context and time. *British Food Journal*, 115(5), 666-685. doi: 10.1108/00070701311331571.
- Kızıldemir, Ö. ve Şimşek, E. (2021). Gastronomi turizmi kapsamında yöresel yemeklerin restoranlarda sunulması üzerine bir araştırma: Şarköy örneği. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 18(1), 224-239. doi: 10.24010/soid.815269.
- Kim, Y., Eves, G. ve Scarles, C. (2009). Empirical verification of a conceptual model of local food consumption at a tourist destination. *International Journal of Hospitality Management*, 33, 484-489. doi: 10.1016/j.ijhm.2012.06.005.
- Kivela, J. ve Crofts, C. J. (2005). Gastronomy tourism: A meaningful travel market segment. *Journal of Culinary Science & Technology*, 4(2-3), 39-55. doi: 10.1300/J385v04n02_03.
- Long, L. M. (Ed.). (2004). Culinary tourism. University Press of Kentucky.
- McKercher, B., Okumus, F. ve Okumus, B. (2008). Food tourism as a viable market segment: it's all how you cook the numbers. *Journal of Travel ve Tourism Marketing*, 25(2), 137-148. doi: 10.1080/10548400802402404.
- Mohamed, M. E., Hewedi, M., Lehto, X. ve Maayouf, M. (2020). Marketing local food and cuisine culture online: a case study of DMO's websites in Egypt. *International Journal of Tourism Cities*, 6(4), 1045-1068. doi:10.1108/IJTC-05-2019-0067.
- Molz, J. G. (2007). Eating Difference: The cosmopolitan mobilities of culinary tourism, *Space and Culture*, 10(1), 77-93. doi:10.1177/1206331206296383.
- Monika, M. (2019). Local Cuisine-A Tool to Promote Destination. *Journal of Emerging Technologies and Innovative Research*, 6(1), 124-131.
- Nebioğlu, O. (2016). Yerel gastronomik ürünlerin turizmde kullanılmasını etkileyen faktörler (*Yayınlanmamış Doktora Tezi*), Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya, Türkiye.
- Nisari, M. A. ve Sakin Yılmaz, M. (2018). Ziyaretçi motivasyonu ve yerel yemek. *International Journal of Contemporary Tourism Research*, 1, 68-77. doi:10.30625/ijctr.435022.
- Okumuş, B., Okumuş, F. ve McKercher, B. (2007). Incorporating local and international cuisines in the marketing of tourism destinations: The cases of Hong Kong and Turkey. *Tourism Management*, 28(1), 253-261. doi: 10.1016/j.tourman.2005.12.020.
- Okumuş, B., Xiang, Y. ve Hutchinson, J. (2018). Local cuisines and destination marketing: Cases of three cities in Shandong, China. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 23(6), 584-599. doi: 10.1080/10941665.2018.1469521.
- Olçay, A., Giritlioğlu, İ. ve Özekici, Y. (2017). Sakin şehir prensiplerinin Halfeti'nin yerel mutfak üzerindeki etkisinde yerel halkın tutumu üzerine bir araştırma. *The Journal of International Social Research*, 10(51), 1330-1343. doi: 10.17719/jisr.2017.1861.

- Örgün, E., Solunoğlu, S. ve Solunoğlu, A. (2020). Yerel mutfak kültürünün sürdürülebilir turizm açısından değerlendirilmesi: Nevşehir örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(Special Issue), 622-632. doi:10.21325/jotags.2020.709.
- Özdemir, G. ve Altınır, D. D. (2019). Gastronomi kavramları ve gastronomi üzerine bir inceleme. *Erzincan University Journal of Social Sciences Institute*, 12(1), 1-14.
- Özkan, Ç. ve Aydın, Ş. (2018). Yerel yiyecekler aracılığı ile sürdürülebilir destinasyonlar: Ayvıcık örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(1), 335-349. doi:10.21325/jotags.2018.190.
- Özleyen, E. ve Tepeci M. (2017). Manisa’da yöresel yemeklerin ve lezzetlerin turizmin gelişimine katkısının belirlenmesi. *Turizm Akademik Dergisi*, 4(2), 139-152.
- Pamukçu, H., Saraç, Ö., Aytuğar, S. ve Sandıkçı, M. (2021). The effects of local food and local products with geographical indication on the development of tourism gastronomy. *Sustainability*, 13, 6692. doi: 10.3390/su13126692.
- Park, E., Muangasame, K. ve Kim, S. (2021). ‘We and our stories’: constructing food experiences in a UNESCO gastronomy city. *Tourism Geographies*, 1-22. doi:10.1080/14616688.2021.1943701.
- Paslı, M. M. ve Akbaba, M. (2019). Sustainable gastronomy tourism with geographical indications: the case for black sea region in Turkey (Chapter 6). *Current Issues in Tourism and Hospitality Management*, 161-192.
- Peštek, A. ve Činjarević, M. (2014). Tourist perceived image of local cuisine: the case of Bosnian food culture. *British Food Journal*, 116(11), 1821-1838. doi: 10.1108/BFJ-01-2014-0046.
- Polat, S. ve Aktaş-Polat, S. (2020). Transformation of local culinary through gastronomy tourism. *Sosyoekonomi*, 28(43), 243-256. doi:10.17233/sosyoekonomi.2020.01.14.
- Promnil, N. (2021). Community-based gastronomy tourism development-the case of Northern Thailand. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education (TURCOMAT)*, 12(13), 3228-3235. doi: 10.3390/su13126693.
- Quan, S. ve Wang, N. (2004). Towards a structural model of the tourist experience: an illustration from food experiences in tourism. *Tourism Management*, 25(3), 297-305. doi:10.1016/S0261-5177(03)00130-4.
- Rifai, T. (2017). Second global report on gastronomy tourism, Madrid, Spain: UNWTO.
- Saçılık, M. Y. (2020). Yenilikçi mutfak akımlarının Türk mutfağı kapsamında uygulanabilirliği ve yerel mutfağın menülerde kullanılması ile ilgili görüşlerin belirlenmesi. *Journal of Tourism and Management*, 1(1), 21-39.
- Samancı, Ö. (2020). Gastronomi: Disiplinler arası bir buluşma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 31(1), 92-95. doi:10.17123/atad.713586.
- Santich, B. (2004). The study of gastronomy and its relevance to hospitality education and training. *International Journal of Hospitality Management*, 23(1), 15-24. doi:10.1016/S0278-4319(03)00069-0.
- Scarpato, R. (2020). Gastronomy studies in search of hospitality. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 9(2), 1-12.
- Scarpato, R. ve Daniele, R. (2003). New global cuisine: tourism, authenticity and sense of place in postmodern gastronomy. In *Food Tourism Around The World* (pp. 308-325). Routledge.
- Serçek, S. (2018). Turistlerin yerel yemek tüketimindeki motivasyon faktörlerinin incelenmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(4), 463-481. doi:10.21325/jotags.2018.319.
- Serçeoğlu, N. (2014). Yöre halkının mutfak kültürünü tanıma durumunun tespit edilmesi: Erzurum ili örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(4), 36-46.
- Sims, R. (2009). Food, place and authenticity: local food and the sustainable tourism experience. *Journal of Sustainable Tourism*, 17(3), 321-336. doi:10.1080/09669580802359293.
- Smith, A. ve Hall, C. M. (2004). Restaurants and local food in New Zealand. In *Food Tourism Around The World* (pp. 261-279). Routledge.

- Sormaz, Ü. (2017). Yöresel mutfak tanıtımında yerel restoranların etkisi: Konya örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(2), 160-173. doi:10.21325/jotags.2017.75.
- Suntikul, W., Pratt, S. ve Chonga, Y. W. J. (2019). Factors that influence Chinese outbound tourists' intention to consume local food. *Journal of China Tourism Research*, 16(2), 230-247. doi:10.1080/19388160.2019.1625841.
- Şengül, S. ve Türkay, O. (2015). Doğu Karadeniz mutfak kültürünün sürdürülebilirliği sorunlar ve çözüm önerileri. *Doğu Karadeniz Bölgesi Sürdürülebilir Turizm Kongresi içinde* (599-606). Gümüşhane, Türkiye.
- Şengül, S. ve Türkay, O. (2016). Akdeniz mutfak kültürünün gastronomi turizmi bağlamında değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(Special Issue-1), 86-99. doi:10.21325/jotags.2016.24.
- Tikkanen, I. (2007). Maslow's hierarchy and food tourism in Finland: five cases. *British Food Journal*. 109 (9), 721-734.
- Uçan, B. Z. ve Girgin G. K. (2020). Destinasyon pazarlamasında yerel mutfaklar: Balıkesir ili örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(4), 2730-2744. doi:10.21325/jotags.2020.735.
- Williams, H. A., Yuan, J. ve Williams Jr, R. L. (2019). Attributes of memorable gastro-tourists' experiences. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 43(3), 327-348. doi:10.1177/1096348018804621.
- Yalın, G. (2020). Kaybolmakta olan yerel mutfak kültürünün turizme kazandırılması: Balıkesir ili Edremit körfezi örneği. *Uluslararası Global Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 101-113.
- Yarış, A. (2014). Mardin'de gastronomi turizmi: turist görüşlerine ilişkin bir uygulama (*Yüksek Lisans Tezi*), Mardin Artuklu Üniversitesi, Mardin, Türkiye.
- Yavuz, C. (2018). Turistik destinasyonların tanıtılmasında yerel mutfaklar: Ordu vejetaryen mutfağı. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(Ek.1), 123-141.
- Yesevi, G. Ç., (2019). Türkistan'dan göç ve köklerle bağ kurmak. 4. *International Research Congress on Social Sciences içinde* (317-325), Turkistan, Kazakistan.
- Yılmaz, Ö. (2019). Yöresel yemeklerin yerel restoranlarda sunulma düzeyi: Bayburt örneği. *Bayburt Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi*, 2(2), 225-230.
- Zağralı, E. ve Akbaba, A. (2015). Turistlerin destinasyon seçiminde yöresel yemeklerin rolü: İzmir Yarımadası'nı ziyaret eden turistlerin görüşleri üzerine bir araştırma. *Journal of Yasar University*, 10(40), 6633-6644. doi:10.19168/jyu.45921.
- Zhang, T., Chen, J. ve Hu, B. (2019). Authenticity, quality, and loyalty: Local food and sustainable tourism experience. *Sustainability*, 11(12), 3437. doi:10.3390/su11123437.