



Araştırma Makalesi (Research Article)

**SÜRDÜRÜLEBİLİR GASTRONOMİ TURİZMİ KAVRAMININ KELİME İLİŞKİLENDİRME
TESTİ ARACILIĞIYLA DEĞERLENDİRİLMESİ (EVALUATION OF THE CONCEPT OF
SUSTAINABLE GASTRONOMY TOURISM THROUGH THE WORD ASSOCIATION TEST)**

Betül ÇETİN^{1*} (orcid.org/ 0000-0002-0145-1570)

Duygu BORA² (orcid.org/ 0000-0001-6983-1783)

¹Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, Niğde, Türkiye

²Kapadokya Üniversitesi, Kapadokya Meslek Yüksekokulu, Turist Rehberliği Programı, Nevşehir, Türkiye

Özet

Bu çalışmada alternatif bir ölçme değerlendirme tekniği olan kelime ilişkilendirme testi (KİT) aracılığıyla Nevşehir’de 4 ve 5 yıldızlı otel işletmelerinin yiyecek içecek departmanı müdürlerinin sürdürülebilir gastronomi turizmi kavramına ilişkin bilişsel yapılarının incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırmaya katılanlarla yüz yüze görüşmeler yapılarak sürdürülebilir gastronomi turizmi anahtar kavramı verilmiş ve belli bir süre içinde bu anahtar kavramın akıllarına getirdiği kelimeleri yazmaları istenmiştir. Kelime ilişkilendirme testi sonucunda kelimelere ait frekans ve ana kavramlar tablosu oluşturulmuştur. Elde edilen bulgulara göre katılımcıların anahtar kavram ile en çok ilişkilendirdikleri ana kavramlar yöresel ürünler, kaynak yönetimi, eğitim, yenilik, devamlılık, çevre, üretim ve kültür olmak üzere 8 kategoride toplanmıştır. Ayrıca anahtar kavrama yönelik olarak katılımcıların kurdukları ilgili cümleler, içerdikleri anlam ve sahip oldukları özelliklere göre sınıflandırılarak analiz edilmiştir. Kurulan cümlelerde anahtar kavram ile ilgili kavram yanlışlarına sahip olduğu da tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilir gastronomi turizmi, Kelime ilişkilendirme testi, Yiyecek-içecek müdürleri

Abstract

In this study, it is aimed to examine the cognitive structures of the managers of the food and beverage departments of 4 and 5-star hotel businesses in Nevşehir regarding the concept of sustainable gastronomy tourism through the word association test (WAT), which is an alternative measurement and evaluation technique. The key concept of sustainable gastronomy tourism was given through face-to-face interviews with the research participants, and they were asked to write the words that this key concept brought to their minds in a certain period of time. As a result of the word association test, the frequency and main concepts table of the words were created. According to the findings, the main concepts that the participants most associated with the key concept were collected in 8 categories: local products, resource management, education, innovation, continuity, environment, production and culture. In addition, the related sentences formed by the participants for the key concept were analyzed by classifying them according to their meanings and characteristics. It has also been determined that there are misconceptions about the key concept in the sentences.

Anahtar Kelimeler: Sustainable gastronomy tourism, Word association test, Food

* Sorumlu yazar: betulcetin@ohu.edu.tr
DOI: 10.33083/joghat.2022.220

Giriş

Turizm, varlığını büyük oranda doğal ve kültürel çevre değerlerine dayandırmakta ve varlığını devam ettirebilmesi bu değerlerin korunmasına bağlı olmaktadır. Ancak yapısı gereği turizm sektörü, doğal ve kültürel kaynakları kullanması nedeniyle, o kaynaklara da zarar verebilen bir konumdur. Turizm ve sürdürülebilirlik arasındaki ilişki, bu noktada ortaya çıkmaktadır (Kozak, 2014). Özellikle 1980’li yıllarda kitle turizminin yaygınlaşmasıyla beraber, zamansal ve mekansal yoğunlaşmalar nedeniyle, başta kıyı destinasyonlarının çevreye önemli zararlar verdiği görülmüştür (Egresi, 2016). Fordist üretim anlayışının etkisiyle artan çevre kirliliği küresel ısınma sürecini hızlandırmış, dünya çapında birçok destinasyonda, turizmin zararlı sosyal etkilerinin yanı sıra çevre ile çatışma içinde olduğu tespit edilmiştir (Reddy & Wilkes, 2013). Kitle turizminin hızlı ve denetimsiz gelişimi, bölgenin taşıma kapasitesini zorlayan çok sayıda tüketici katılımı, doğal, kültürel ve tarihi kaynakların azalması, niteliklerinin bozulması, turizmin mevsimsellikten kurtarılarak tüm yıla yayılmak istenmesi, tüketicilerin klasik kitle turizminden sıkılması, doğal, kültürel, tarihi değerlerin korunmasına yönelik duyarlılıkların artması, beraberinde sürdürülebilirlik ve alternatif turizm olgularını getirmiştir (Hacıoğlu & Avcıkurt, 2011).

Ziyaretçilerin, endüstrinin, çevrenin ve ev sahibi toplulukların ihtiyaçlarını önemseyen, mevcut ve gelecekteki ekonomik, sosyal ve çevresel etkilerini tam olarak dikkate alan turizm türüne sürdürülebilir turizm denilmektedir (Sustainable Development, 2022). Sürdürülebilirliği hayata geçirmenin ve iyi yönetmenin yollarından biri turizmde ürün çeşitlendirmeye gidilmesi ve alternatif turizm türlerine ağırlık verilmesidir. Alternatif turizm, kitle turizmine alternatif olarak gelişen, sürdürülebilirliği destekleyen, küçük turist gruplarının yerel halkla doğrudan iletişim kurmasını sağlayan, kültürlerarası iletişime vurgu yapan, turistleri pasif katılımdan kurtarıp aktif katılımlarına olanak tanıyan, tüketici odaklı bir yaklaşımdır (Cohen, 1987). Bu yaklaşım modern turistlerin, otantik deneyimler yaşamayı tercih etmek, bir destinasyonu yerel olarak deneyimlemek ve altın anlar denilen benzersiz deneyimler yaşamak gibi gereksinimlerini karşılamaktadır. Tüm bu gereksinimler alternatif bir turizm ürünü olan gastronomi turizmiyle de karşılanabilmekte, günümüzde tüm dünyada agro-gastronomik ürünler, otantik restoranlar ve çiftlikler talep görmekte, yemek kültürü yerli ve yabancı turistler için önemli bir çekicilik unsuru oluşturmaktadır (Nesterchuk vd., 2021).

Son yıllarda gastronomi turizminde yaşanan hızlı gelişim ve konunun farklı bilimsel yaklaşımlarla da değerlendirilmesi, önemli bir seyahat motivasyonu olan gastronomi turizminin uzun vadede sürdürülebilirliğini sağlayabilmesini önemli hale getirmektedir (Akdağ vd., 2016). Sürdürülebilir gastronomi turizmi; yerel, organik ve otantik gıdaların üretiminde devamlılığın sağlanmasını, yöresel mutfak kültürünün sürdürülmesini, geleneksel damak tadının, mutfak kültürüne ait bilginin ve geleneksel yemek pişirme tekniklerinin korunarak geleceğe nesillere aktarılmasını, gıda çeşitliliğinin korunmasını ve özgün gastronomi kültürünün yaşatılmasını destekleyen bir turizm çeşididir (Scarpato, 2002). Günümüzde tüketicilerin çevreye olan duyarlılığının ve sağlıklı beslenme isteğinin artmasıyla birlikte tercihlerinde ortaya çıkan değişiklikler, sürdürülebilir gastronomi turizminin önem kazanmasına neden olmuştur. Bu bağlamda çalışmada, sürdürülebilir gastronomi turizmi kavramına yönelik literatür taraması yapılarak, Nevşehir’deki dört ve beş yıldızlı otellerdeki yiyecek içecek departmanı müdürlerinin bu kavrama yönelik bilişsel yapılarının ölçülmesi amaçlanmıştır. Bu çalışmada kelime ilişkilendirme testi (KİT) uygulanarak anahtar kavrama yönelik katılımcıların akıllarına gelen ilk kelimeler analiz edilmiş ve elde edilen kelimelere yönelik frekans tablosu ve ana kavramlar oluşturulmuştur. Araştırmada anahtar kavrama ilişkin ana kavramların 8 kategoride yer aldığı ve bu kavram ile ilgili kurulan cümlelerde bir takım kavram yanılgılarına sahip olunduğu sonucuna varılmıştır.

Kavramsal Çerçeve

Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi

Gastronomi turizmi, *gıda üreticilerini, yeme-içme festivallerini, bazı özel gıdalarla ilgili özel yerleri ziyaret etmeyi, özel bir yemeğin tadına bakmayı, yemeğin yapım ve hazırlama süreçlerini gözlemlemeyi, ünlü bir şefin elinden güzel bir yemek yemeyi ve yemeğin nasıl yapıldığını izlemeyi, yemek kültürünü öğrenmeyi ve yeme-içme konusunda eşsiz bir deneyim elde etmeyi* ifade etmektedir (Sorcaru, 2019). Gastronomi yemekten çok daha fazlasını içermekte, farklı halkların kültürünü, mirasını, geleneklerini ve topluluk duygusunu yansıtmaktadır. Ayrıca gastronomi, farklı kültürler arasında anlayışı teşvik etmenin, insanları ve gelenekleri birbirine yakınlaştırmanın da bir yoludur. Gastronomi turizmi ise kültürel mirasın önemli bir koruyucusu olarak ortaya çıkmakta ve özellikle kırsal destinasyonlarda istihdam dâhil olmak üzere çeşitli fırsatlar yaratılmasına yardımcı olmaktadır (Tourism & Gastronomy, 2022). Gastronomi turizminin günümüz turistleri arasında yaygınlaşmasında bazı unsurlar etkili olmuştur. Bu unsurları şöyle sıralamak mümkündür (Stanley & Stanley, 2015):

- Seyahatlerin ve TV programlarının etkisiyle yeni yiyecekleri keşfetme merakı,
- “Uzun gıda zinciri” içinde gıda üretiminin nasıl olduğu ve bunun insan sağlığını nasıl etkileyebileceği konusundaki endişeler nedeniyle, sağlık konusunda daha bilinçli bir tüketici olma isteği,
- Şehirlerin kalabalıklaşması ve kentsel kirlenme sebebiyle kentlerden kırsal alanlara kaçma ihtiyacı ve kırsaldaki topluluklarla daha yakın bağlantı kurma isteği,
- Özellikle tüketicilerin yaşadıkları yerlere yakın kırsal destinasyonlarda yeni bir cazibe unsuru olarak çiftçi pazarlarının, çiftlik dükkanlarının ve mutfak turistik mekanlarının ortaya çıkması,
- Yiyeceklerin tüm nesiller için moda olması ve kitapçılarda yemekle ilgili kitaplara ayrılan alanın miktarının artması,
- Televizyondaki yemek programlarında ünlü şeflerin ortaya çıkışı,
- Tüketicilerin seyahat motivasyonları arasında üretim yerinde yeme-içme faaliyetinde bulunma arzusunun olması,
- Gıdaya değer katmanın yeni yollarının kişisel olarak deneyimlenmek istenmesidir.

Gastronomi, günlük yaşamın vazgeçilmez bir unsuru olmanın yanı sıra herhangi bir destinasyonun tanıtımında stratejik bir unsurdur; mutfak lezzetlerinin cazibesi, bir ülkeyi tekrardan ziyaret etme olasılığını artırmaktadır (Lochman, 2021). Gastronomi, deneyim ekonomisinde, özellikle turizm hizmetlerinin geliştirilmesinde önemli bir role sahiptir. Turizm ile birleştirildiğinde destinasyona doğal bir rekabet avantajı kazandırır. Aynı zamanda hem bir yere hem de bir kültüre özgü olduğundan otantik bir gastronomi turizmi deneyimini kolayca taklit etmek mümkün değildir. Dolayısıyla gastronomi turizmi, yerel kalkınmayı destekleyen, turizm sezonunu uzatan, istihdam yaratan, kırsal ekonomiyi canlandıran, hizmet sektörünü geliştiren, yeni turistik beklentilere yanıt verebilen önemli bir seyahat türüdür (Mulcahy, 2019). Seyahatin nedeni, gastronomi de olsa bu seyahatlerdeki davranış ve eylemlerin yerel topluluklar, bireyler, kültürel değerler ve çevre üzerinde bir etkisi olduğunu anlamak gerekmektedir. Çoğu zaman da bu etki olumsuz olabilmektedir (Hirst & Tresidder, 2016). Bu sebeple gastronomi başta olmak üzere sürdürülebilirlik anlayışının turizm sektörünün her alanında yaygınlaştırılması gerektiği söylenebilir. Çünkü sürdürülebilir gastronomi turizmi, tüm paydaşların (ulusal ve yerel yönetimler, eğitim kurumları, STK’lar, uluslararası ajanslar, kamu ve özel kurumlar, yerel halk, turist) bir sinerji yakalamasıyla gerçekleşecek bir süreçtir (Corvo & Fontefrancesco, 2019). Sürdürülebilir gastronomi, yiyeceklerin çevresel duyarlılıkta üretilmesini, hazırlanmasını ve tüketilmesini destekleyerek toplumun sağlığını, sosyal ve kültürel kalitesini geliştiren bir turizm çeşididir. Özel restoranlar, yerel olarak üretilmiş yiyecekler, özel yemek üretim sistemleri, yemek festivalleri, yerel yaşam kültürü, organik tarım ve organik ürünler, yerel yemek üretimi, geleneksel üretim, sürdürülebilir gastronominin bileşenleri arasında yer almaktadır (Sacarpato, 2002; Yurtseven, 2011). Sürdürülebilir gastronomi turizmi, tarımsal gıdalara, yerel ve geleneksel gastronomik unsurlara ve kırsal alanlara yönelimi ifade eden, otantik, insan sağlığına faydalı, çevreyle uyumlu bir seyahat motivasyonu olarak karşımıza çıkmaktadır. Ayrıca kitle turizmine ve mevsimselliğe maruz kalmış destinasyonlar için bir kurtuluş yolu olabilmekte, destinasyonun bir cazibe merkezi haline gelerek memnun bir turist kitlesi yaratılmasına katkı sağlayabilmektedir (Örgün, 2021).

Literatürde sürdürülebilir gastronomi turizmini farklı şekillerde ele alan çalışmalar mevcuttur. Gülcan vd. (2021), 2011-2021 yılları arasında Web of Science ve Scopus veri tabanlarında sürdürülebilir gastronomi turizmi alanındaki yayınlanmış 43 adet akademik makaleyi çeşitli parametreler çerçevesinde genel değerlendirmeye tabi tutmuştur. “Sustainable gastronomy tourism” ve “sustainable gastronomic tourism” konu başlıklarıyla ilgili makale taraması yapıldığında en fazla yayının 2020 yılında yayımlandığı görülmüştür. Akdağ ve Üzülmüş (2017), sürdürülebilir gastronomi turizmi kapsamında otantik yiyeceklerle yönelik bir araştırma gerçekleştirmiştir. Bu araştırma ile sürdürülebilir gastronomi turizmi sayesinde yerel gastronomik mirasın korunduğu ve gelecek nesillere aktarılacağı ve yerel halkın desteklenerek yerel ekonomik kalkınmanın sağlanabileceği sonucuna ulaşılmıştır. Özkan ve Aydın (2018) da yerel yiyecekler aracılığıyla sürdürülebilir destinasyonlar yaratılabileceğini, bunun için yöresel yemeklerin turistik ürün haline getirilmesini, turistik cazibesi yüksek destinasyonlardaki işletme menülerinde yerel ürünlere yer vermenin önemini vurgulamışlardır. Yöresel yemek festivallerinin de önemini vurgulayan araştırmacılar, turistlere tadım istasyonlarında yöresel lezzetler tattırılarak bilinirliğinin daha da artırılması gerektiğini belirtmişlerdir. Durlu Özkaya vd., (2013), sürdürülebilir gastronomi turizmi hareketliliğinde coğrafi işaretlemenin rolünü incelemiş, coğrafi işaretleme ile özgün kimliğe sahip yerel ürünlerin sistem içerisinde koruma altına alınacağını, bu coğrafi işaretli yerel ürünler sayesinde sürdürülebilirliğe, yerel ve kültürel mirasın korunmasına, yerel

ekonomik kalkınmaya katkı sağlanacağını belirtmişlerdir. Çekal ve Doğan (2021), gastronominin sürdürülebilirliğini sağlamada en etkin yolun standart reçetelerin geliştirilmesi olduğunun altını çizerken Ceyhun Sezgin ve Şanlıer (2018), yerel mutfak kültürünün korunması ve gelecek nesillere aktarılmasında, destinasyonun çekicilik unsurunu artıran mutfak müzelerinin önemli bir rol oynadığını belirtmiştir. Martinez vd. (2019), destinasyon markası oluşturmanın, turizmde giderek büyüyen sürdürülebilirlik sorununu azaltmanın ve yerel toplulukları güçlendirmenin gastronomi sayesinde olabileceğini ifade etmişlerdir.

Yöntem

Araştırmanın Amacı ve Önemi

Turizmde gastronomi, turistin biyolojik ve işlevsel yeme ihtiyacını karşılamaktan, destinasyonları farklılaştırmak ve bölgesel kimlik aracılığıyla bir “aidiyet” duygusu yaratmak ve turizmde tanıtıma kadar pek çok katma değer etkiye sahiptir (Dixit, 2021). Dolayısıyla gastronomi turizminin gelişimi ve sürdürülebilirliği açısından sürecin önemli bir parçası olan yiyecek-içecek müdürleri bu çalışmanın merkezinde yer almaktadır. Otel işletmelerinde oda gelirlerinden sonra %25-50 arası payla en fazla gelir getiren departman, yiyecek ve içecek departmanıdır. Yiyecek-içecek departmanı, otelin çeşitli restoranlarında, banket salonlarında, barlarında vb. yerlerde konuklara sunulmak üzere yiyecek ve içeceklerin tedarik edilmesini, korunmasını, depolarda saklanmasını ve sunulmasını gerçekleştiren bölümdür (Sökmen, 2020). Çok çeşitli hizmetleri ve sorumlulukları gerektiren bu bölümü organize eden yiyecek-içecek departmanı müdürlerinin sürdürülebilir gastronomi turizmi kavramına yönelik algılarını ölçmek bu sebeple önemlidir. Özellikle Nevşehir ili turistik açıdan önemli bir destinasyon olup her yıl binlerce turiste ev sahipliği yapmaktadır (Erol, 2020; Turizm İstatistikleri, 2022). Bu sebeple Nevşehir ilindeki 4 ve 5 yıldızlı otel işletmelerindeki yiyecek içecek departmanı müdürlerinin kavramla ilgili görüşlerinin öğrenilmesi kavrama yönelik kodların oluşturulabilmesi açısından önem arz etmektedir.

Bireylerin herhangi bir konu hakkındaki bilişsel yapılarını değerlendirmek oldukça zordur ve bu yapılar sadece onların anahtar kavramlar hakkındaki düşüncelerini ortaya çıkararak ifade edilebilmektedir (Gilbert, Boulter & Rutherford, 1998; Keskin & Örgün, 2015). Son zamanlarda turizm alanında kelime ilişkilendirme testi (KİT) ile yapılan çalışmaların sayısı her geçen gün artmaktadır (Özışık Yapıcı, 2022; Yiğit & Şahin Perçin, 2021; Karakuş, Onat & Güneren-Özdemir, 2020; Bucak & Yiğit, 2020; Akyurt, 2019; Onat & Keskin, 2019; Altınay Özdemir, 2019; Doğan, Yücel & Güngör, 2018; Keskin, Örgün & Akbulut, 2017; Keskin & Örgün, 2015). Bu anlamda ulusal literatürde kelime ilişkilendirme testi aracılığıyla akıllı turizm, gastronomi, sürdürülebilir turizm, mutfak teknolojileri, Türk mutfağı gibi kavramlar araştırılmış; ancak sürdürülebilir gastronomi turizmi kavramına yönelik herhangi bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu nedenle bu çalışmada otel işletmelerindeki yiyecek içecek departmanı müdürlerine kelime ilişkilendirme testi uygulanarak onların anahtar kavrama ilişkin düşüncelerinin ve algılarının değerlendirilmesi amaçlanmıştır.

Araştırmanın Örnekleme, Yöntemi ve Veri Toplama Aracı

Araştırmanın evrenini Nevşehir’de bulunan 4 ve 5 yıldızlı otel işletmelerinde çalışan yiyecek içecek departmanı müdürleri oluşturmaktadır. Araştırmada amaca yönelik örnekleme yönteminden yararlanılmıştır. Amaca yönelik örneklemede, örneklemin büyüklüğü bilgiler göz önünde bulundurularak belirlenir ve örneklem birimlerinden yeni hiçbir bilgi gelmediğinde görüşmelere son verilmesi gerekir (Lincoln & Guba, 1985’ten alıntılan Merriam, 2018). Nevşehir’de 21 adet 4 ve 5 yıldızlı otel işletmesi bulunmaktadır (Nevşehir İl Kültür Turizm Müdürlüğü, 2022). 21 görüşmeden sonra cevaplar kendi kendini tekrar etmeye başladığından 4 ve 5 yıldızlı otel işletmeleri harici diğer işletmelerde çalışan departman müdürleri araştırmaya dâhil edilmemiştir. Bu nedenle bu çalışmanın örnekleme 21 yiyecek içecek departmanı müdürleriyle sınırlı tutulmuştur.

Bu araştırmada nitel araştırma modelinden yararlanılmıştır. Veri toplama aracı olarak “*bilişsel yapıyı, bu yapıyı oluşturan kavramlar arasındaki bağlantıyı ve bilgi ağıнын gözlemlenmesini sağlayan*” (Özatlı & Bahar, 2010) kelime ilişkilendirme testi kullanılmıştır. Kelime ilişkilendirme testi, iki değerlendirme yöntemi şeklinde olup ilki anahtar kavrama ilişkin verilen cevaplara puanlar verilmesi ile, ikincisi ise anahtar kavrama karşılık verilen cevapların frekans tablosu oluşturularak değerlendirilmesidir (Özışık Yapıcı, 2022). Bu çalışmada ikinci değerlendirme yöntemi kullanılmıştır.

Verilerin toplanma aşamasında kelime ilişkilendirme testi hakkında kısaca bilgi verilerek sürdürülebilir gastronomi turizmi kavramına ilişkin yiyecek içecek departmanı müdürleriyle yüz yüze görüşmeler yapılmıştır. Aynı cevapların verilme olasılığını en aza indirebilmek için anahtar kavrama ilişkin katılımcıların akıllarına ilk gelen 10 kelimeyi belirli bir süre içerisinde forma doldurmaları ardından ilgili bir cümle

yazmaları istenmiştir. Elde edilen verilerle bilişsel yapıyı ve kavramsal bağlantıları görmek için ana kavramlar, kelimeler ve frekans tablosu, kelime bulutu ve cümlelere ait frekans tablosu oluşturulmuştur. Veriler Haziran-Ağustos 2022 tarihinde toplanmıştır.

Araştırmada kullanılan test, Kapadokya Üniversitesi Etik Kurulu tarafından 30.04.2022 tarihinde E-64577500-050.99-15835 karar numarası ile kabul edilmiştir.

Verilerin Analizi

Analiz aşamasından önce katılımcı formları 1’den 21’e kadar numaralandırılmıştır. Anahtar kavrama verilen yanıtların sayısı ve çeşidi değerlendirmeye alınıp içerdikleri anlama göre kodlara ayrılmıştır. Daha sonra sürdürülebilir gastronomi kavramına ilişkin verilen cevapların sıklıkları hesaplanarak ana kavramlar, kelimeler ve frekans tablosu ile kelime bulutu oluşturulmuştur. Bu kavrama ilişkin ilgili cümle kısmına verilen cevaplar da “cümlelerin bilimsel olup olmaması, yüzeysel bilgi içerip içermemesi ve farklı nitelikte kavram yanılgıları içerip içermemesi” şeklinde sınıflandırılarak üçlü kategorik bir tablo haline getirilmiştir.

Bulgular

Araştırmanın bulgularına göre Tablo 1’de katılımcıların cinsiyet, yaş, eğitim ve tecrübe gibi demografik değişkenlerine yer verilmiştir.

Tablo 1. Demografik Değişkenler

	Demografik Değişkenler	f	%
Cinsiyet	Kadın	2	9,5
	Erkek	19	90,5
Yaş	24 yaş ve altı	2	9,5
	25-35 yaş	6	28,6
	36-45 yaş	3	14,3
	46-55 yaş	9	42,9
	56 yaş ve üzeri	1	4,8
Eğitim	İlköğretim	0	0
	Ortaöğretim	13	61,9
	Önlisans	5	23,8
	Lisans	3	14,3
	Lisansüstü	0	0
Tecrübe	0-5 yıl	3	14,3
	6-10 yıl	3	14,3
	11-15 yıl	4	19
	16 yıl ve üzeri	11	52,4
Toplam		21	100

Tablo 1’e göre katılımcıların %90,5’inin erkek; %42,9’unun 46-55 yaş aralığında; %61,9’unun ortaöğretim mezunu ve %52,4’ünün 16 yıl ve daha fazla iş tecrübesine sahip olduğu görülmüştür.

Toplamda 21 katılımcının oluşturduğu kelime ilişkilendirme testi sonuçlarına Tablo 2’de yer verilmiştir.

Tablo 2. Kelime İlişkilendirme Testi Sonuçları

Kelime İlişkilendirme Testi Sonuçları

	K-1	K-2	K-3	K-4	K-5	K-6	K-7	K-8	K-9	K-10
Toplam Katılımcı	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21
Cevaplama Durumu	21	21	21	21	21	21	21	20	19	19
Boş Bırakma Durumu	0	0	0	0	0	0	0	1	2	2
Toplam Kelime Sayısı:	205									

K: Kelime

Tablo 2’de yer alan kelime ilişkilendirme testi sonuçlarına göre katılımcılardan toplam 205 yanıt alınmıştır. Katılımcılar sekizinci kelimeye kadar eksiksiz doldurmuş son üç kelimedede üç kişi beş kelimeyi boş bırakmıştır.

Kelime ilişkilendirme testi sonucunda ana kavramlar, kelimeler ve frekansları ise Tablo 3’te bulunmaktadır.

Tablo 3. Kelime İlişkileştirme Testi Sonucunda Ortaya Çıkan Ana Kavramlar, Kelimeler Ve Frekanslar Tablosu

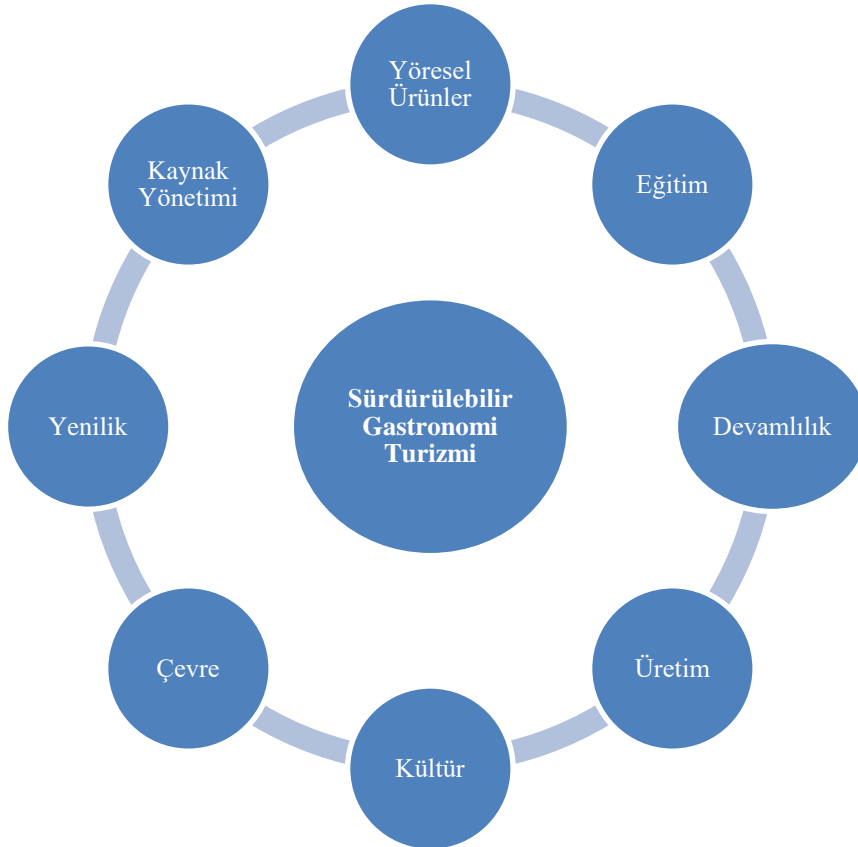
Ana Kavram	Kelime	Frekans
Yöresel ürünler (39)	Yöresel yiyecekler	8
	Üzüm bağları	3
	Yerel halkla işbirliği	3
	Otantik yiyecekler	2
	Gaziantep	2
	Testi kebabı	2
	Yerel yemekler	2
	Ata tohumu	2
	Endemik bitkilerden ürün	1
	Patates-soğan	1
	Yöresel	1
	Hayvansal gıda	1
	Buğday ve ürünleri	1
	Yöresel tarım	1
	Geleneksel	1
	Bölgeye has	1
	İklima uygun	1
	Eskiye dönüş	1
	Sağlıklı yiyecekler	1
	Doğallık	1
Bölgesel üretilen mamuller	1	
Yerel kalkınma	1	
Kaynak yönetimi (34)	Sebze çeşitleri	1
	Sıfır atık	8
	Geri dönüşüm	7
	Enerji tasarrufu	4
	Atıklarla hayvan besleme	3
	Su tasarrufu	2
	Tasarruf	2
	Yağ ve kimyasal atıkların geri dönüşümü	2
	Doğal kaynakların boşa harcanmaması	1
	Dönüştürme	1
	Organik gübre	1
	Enerji israfını engelleme	1
	Çöp ayrıştırma	1
	Organik atık	1
Eğitim (30)	Eğitim	4
	Hizmet kalitesi	3
	Memnuniyet	3
	Hijyen	2
	Kalifiye Personel	2
	Sevmek/İstemek	2
	İş güvenliği eğitimi	2
	Hijyen eğitimi	1
	Eğitilmiş personel ve turist	1
	Eleman yetiştirmek	1
	Chef	1
	İmkan/Olanak	1
	Temizlik	1
	Bilgi Birikimi	1
	Gıda Güvenlik Sistemi	1
	Farkındalık	1
Tecrübe	1	
Personel Eğitimi	1	

Yenilik (28)	Mesleğe saygı	1	
	Güncelleme	4	
	Sunum tarzı	4	
	Yaratıcılık	2	
	Slow Food	2	
	Eko Mutfak	1	
	Ekoetik	1	
	Yeni Teknolojilere Uyum	1	
	Ekogastronomi	1	
	Yeni lezzetler	1	
	Yeniliğe açık olmak	1	
	Yiyecek İçecek Güncellemesi	1	
	Zamana Uyum Sağlama	1	
	Renkli	1	
	Festivaller	1	
	Reçete güncellemesi	1	
	Otantik sunum	1	
	Açık büfe	1	
	İçkiye Göre Yemek	1	
	Yiyecek içecek ve servis uyumu	1	
Görsel	1		
Devamlılık (20)	Geleceğe aktarmak	5	
	Coğrafi işaretli ürünler	5	
	Tanıtım	3	
	Standart reçeteler	2	
	Geleceğe hazırlık	1	
	Gelecek nesillere aktarım	1	
	Süreklilik	1	
	Gelenek ve göreneklerin korunması	1	
	Döngüsü bulunan	1	
	Çevreye Duyarlı	5	
Çevre (20)	Koruma	2	
	Sağlık	2	
	Mevsimlik Ürünlerin tüketilmesi	2	
	Çevre Sağlığı	1	
	Çevreci	1	
	Doğa Sevgisi	1	
	Duyarlılık	1	
	Çevreye zararlı olmayan	1	
	Eko Etiket (Turuncu Bayrak)	1	
	Yeşili Korumak	1	
	Sağlıklı yaşam	1	
	Küresel Isınma	1	
	Üretim (20)	Organik ürün	4
		Çeşitlilik	3
Kaliteli ürün		2	
Yiyeceklerin Ekolojik Duyarlılıkta Üretilmesi		1	
Gıda Kalitesi		1	
Temiz tarım		1	
Organik tarım		1	
Yerel Üreticiler		1	
Ekonomik Katkı Payı		1	
Tüketici Talebi		1	
Gıda üretim		1	
Nitelikli sağlıklı yiyecek üretimi		1	
Yiyecek-içecek		1	
Topraktan sofraya üretim		1	
Kültür (14)	Kültürel mirasın korunması	3	

Damak tadı	2
Kültürel Kalite	1
Toplumsallık	1
Doğal kültürel kaynakların korunması	1
Yerel kültür	1
Genel Kültür	1
Kültür turizmi	1
Farklı kültürlere uyum	1
Turistlere yemek yapımının gösterilmesi	1
Mutfak kültürü	1

Tablo 3'e göre katılımcıların anahtar kavrama ilişkin akıllarına ilk gelen kelimeler ve bu kelimelere ait frekanslar gösterilmiştir. Katılımcıların bu kavrama ilişkin vermiş olduğu yanıtlar içerisinde en sık tekrarlanan kelimelerin yöresel yiyecekler (8), sıfır atık (8), geri dönüşüm (7), geleceğe aktarmak (5), coğrafi işaretli ürünler (5), çevreye duyarlı (5), güncelleme (4), enerji tasarrufu (4), sunum tarzı (4), organik ürün (4), eğitim (4) olduğu tespit edilmiştir. Elde edilen bulgulara göre katılımcıların cevaplarına ilişkin olarak anahtar kavrama ait 8 farklı ana kavram elde edilmiştir (yöresel ürünler, kaynak yönetimi, eğitim, yenilik, devamlılık, çevre, üretim ve kültür). Kelime ilişkilendirme testi sonucunda ortaya çıkan ana kavramlar Şekil 1'de yer almaktadır.

Şekil 1. Kelime İlişkilendirme Testi Sonucu Ortaya Çıkan Ana Kavramlar



Anahtar kavrama ilişkin en sık tekrarlanan kelimelerden oluşturulmuş kelime bulutu ise Şekil 2'de belirtilmiştir.

Şekil 2. Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi Kavramına İlişkin En Sık Kullanılan Kelimeler



Kelime ilişkilendirme testinin ikinci bölümünde katılımcılardan anahtar kavram ile ilişkili bir cümle yazmaları istenmiştir. Yazılan cümleler tek tek incelenerek Ercan, Taşdere ve Ercan (2010)'un çalışmalarında olduğu gibi bilimsel bilgi içeren cümleler, bilimsel olmayan ve yüzeysel bilgi içeren cümleler ile kavram yanlışlığı içeren cümleler şeklinde gruplandırılmıştır. Buna göre aşağıdaki tabloda anahtar kavrama ilişkin yazılan cümlelerin frekans tablosu yer almaktadır.

Tablo 4. Sürdürülebilir Gastronomi Turizmine Yönelik Kurulan Cümlelerin Frekans Tablosu

Anahtar Kavram	Bilimsel Bilgi İçeren Cümle Sayısı	Bilimsel Olmayan veya Yüzeysel Bilgi İçeren Cümle Sayısı	Kavram Yanlışlığı İçeren Cümle Sayısı	Boş
Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi	9 (%42,9)	7 (%33,3)	5 (%23,8)	0

Tablo 4'e göre sürdürülebilir gastronomi turizmi ile ilgili cümle sayıları incelendiğinde yiyecek içecek müdürlerinin %42,9'unun bilimsel bilgi içeren cümleler; %33,3'ünün bilimsel olmayan veya yüzeysel bilgi içeren cümleler ve %23,8'inin kavram yanlışlığı içeren cümleler kurduğu tespit edilmiştir. Aşağıda katılımcıların anahtar kavrama ilişkin yazmış oldukları cümlelere örnekler verilmiştir.

Bilimsel Bilgi İçeren Cümle örnekleri:

- Gelecek kuşaklar için kıt kaynakların korunarak geleceğe aktarılmasıdır (K13).
- Yeniliklere açık olarak sürekli güncelleme yapılması ve bölgenin yöresel ürünlerle tanıtılmasıdır (K17).
- Yöreye özgü ürünleri koruyarak ve tanıtarak kültürlerarası yaklaşmayı sağlamaktır (K20).

Bilimsel Olmayan veya Yüzeysel Bilgi İçeren Cümle örnekleri:

- Doğaya zarar vermeden tüketebildiğim ürünlerdir (K1).
- Çocuklarımızın geleceği için sıfır atıktır (K4).
- Bir turizm hareketliliğidir (K9).

Kavram Yanlışlığı İçeren Cümle örnekleri:

- Yemek stilidir (K3).
- En büyük rol işverenlerdedir (K6).
- Yaşama için şarttır (K11).

Sonuç

Ulusal literatürde farklı konularla birlikte sürdürülebilir gastronomi turizmi kavramı araştırılmış ancak bu kavram ile ilgili anlam kargaşalarının hala devam ettiği gözlenmiştir. Bu doğrultuda sürdürülebilir gastronomi turizmi, anahtar kavram olarak belirlenmiş ve otel işletmelerindeki yiyecek içecek departmanı müdürlerinin anahtar kavrama ilişkin bilişsel yapıları, kelime ilişkilendirme testi aracılığıyla ölçülmeye çalışılmıştır. Daha önce bu anahtar kavrama özgü böyle bir çalışma yürütülmemesinin literatürdeki boşluğu doldurması açısından önemli olduğu düşünülmektedir.

Görüşmeler sırasında araştırmaya katılan katılımcılardan anahtar kavrama ilişkin 10 kelime yazmaları istenmiş ve toplam 205 yanıt alınmıştır. Katılımcılar, anahtar kavramı sağlıklı yiyecekler, personel eğitimi, ekoetiket, küresel ısınma, kültür turizmi, tanıtım, yaratıcılık, ekogastronomi gibi kelimelerle ilişkilendirmiş olsalar da katılımcıların vermiş olduğu yanıtlar içerisinde en sık tekrarlanan kelimelerin yöresel yiyecekler (8), sıfır atık (8), geri dönüşüm (7), geleceğe aktarmak (5), coğrafi işaretli ürünler (5), çevreye duyarlı (5), güncelleme (4), enerji tasarrufu (4), sunum tarzı (4), organik ürün (4), eğitim (4) olduğu görülmüştür. Ayrıca verilen yanıtlar arasında anahtar kavram ile ilgili ifade edilen cümlelerin frekansları incelendiğinde yiyecek içecek müdürlerinin %42,9'unun bilimsel bilgi içeren cümleler kurduğu görülmüştür. Bu oran azımsanmayacak düzeyde olup, turistik bir destinasyondaki dört ve beş yıldızlı otel işletmelerindeki yiyecek içecek departmanı müdürlerinin konuyla ilgili eğitim ve deneyimlerinin olduğu ve güncel bilgileri takip ettikleri söylenebilir. Ancak diğer bir yandan %46,9'unun bilimsel olmayan veya yüzeysel bilgi içeren cümleler ve kavram yanılgısı içeren cümleler kurduğu da araştırma sonucunda tespit edilmiştir. Bu durum, anahtar kavramın hala çok da yeterli düzeyde anlaşılmadığı ve çelişkiler içerdiğini göstermektedir. Bu bilgidен hareketle sektör temsilcilerinin, yiyecek içecek departmanı müdürlerinin çeşitli eğitimler, festivaller, kongrelere katılım aracılığıyla alanında uzman akademisyenlerle buluşturulması ve bu anlamda doğru ve yeterli bilgilere ulaşmaları sağlanabilir. Bu sayede ulusal ve uluslararası anlamda sürdürülebilir gastronomi turizmi kavramı daha iyi anlaşılabilir ve gastronomi alanında bir takım yenilikler ve iyileştirmeler yapılması daha kolay hale getirebilir.

Katılımcıların vermiş oldukları yanıtlar doğrultusunda kelime ilişkilendirme testi sonucu ortaya çıkan ana kavramlar yöresel ürünler (39), kaynak yönetimi (34), eğitim (30), yenilik (28), devamlılık (20), çevre (20), üretim (20), kültür (14) şeklindedir. Ortaya çıkan bu ana kavramlar literatürde bazı çalışmaları da desteklemektedir. Keskin ve Örgün (2015), otel çalışanlarına yaptığı çalışmada sürdürülebilir turizm kavramına yönelik devamlılık ve kültür kavramlarının katılımcılar tarafından sıkça vurgulandığını ifade etmişlerdir. Diğer bir yandan Keskin vd., (2017), gastronomi kavramına ilişkin yaptığı çalışmada öğrencilerin kültür kavramına sıkça yer vermesi bu çalışmayı destekler niteliktedir. Ayrıca yöresel ürünler yerel kültürün önemli bir parçası olup, üründe kalite ve otantikliğin vurgulandığı ürünlerdir (Şahin & Meral, 2012). Özkan ve Aydın (2018), yerel yemek kültürünün destinasyon sürdürülebilirliği üzerindeki etkisi ve önemini vurgularken, turistik destinasyonlarda restoranların menülerinde yerel ürünlere daha fazla yer verilmesi, festivaller ve çeşitli gastronomik etkinliklerle ürünlerin bilinirliğinin artırılması gerektiğini belirtmiştir. Scarpato (2002), bu anahtar kavramın yerel ürünlerin devamlılığının sağlanmasını, geleneksel damak tadını, yöresel mutfak kültürünün sürekliliğini, geleneksel yemek pişirme tekniklerinin nesiller boyu devam etmesini kapsadığını ifade etmiştir. Araştırma sonuçlarına göre de katılımcılar yöresel ürünler ve devamlılık kavramlarını kapsayacak kelimelere yer vermiştir. Gastronomi turizminin sürdürülebilirliğinde önem verilmesi gereken diğer kavramlar da kaynak yönetimi (doğal-kültürel) ve çevredir. Kaynak yönetimi çatısı altında, çevreye olan faydaların en üst düzeye çıkarılması ve olumsuz etkilerin en aza indirilmesi adına yani çevreyi korumak için çeşitli uygulamalar yer almaktadır. Bu uygulamaları çevreye duyarlı satın alma, verimli satın alma, enerji tasarrufu, su tasarrufu, sera gazı emisyonlarının azaltılması, çevre dostu taşımacılık, atıksu yönetimi, katı atık yönetimi, zararlı maddelerin azaltılması ve yönetimi, kirliliğin en aza indirilmesi şeklinde sıralamak mümkündür (GSTC Industry Criteria, 2022). Araştırmaya katılan katılımcıların da kelime ilişkilendirme testi sonucunda anahtar kavramı sıfır atık, geri dönüşüm, enerji tasarrufu, atıklarla hayvan besleme, su tasarrufu, yağ ve kimyasal atıkların geri dönüşümü, çevreye duyarlı, eko etiket, sağlıklı yaşam gibi kelimelerle ilişkilendirdikleri ve bu anlamda kaynak yönetimi ve çevre ana kavramlarının da gastronominin sürdürülebilirliğinde en temel unsurlardan biri olduğuna işaret etmişlerdir.

Gastronomi turizminin kökleri tarım, kültür ve turizmde yatmaktadır. Gastronomi, belirli bir bölgenin kültürü ve mirasıyla da yakından bağlantılıdır. Yöre halkının ne yediği, ne zaman, nerede ve nasıl yediği, yiyeceklerini nasıl ürettiği kültürün görünür tezahürleridir. Gastronomi deneyimi günümüz turistleri için yenilik, benzersizlik, heyecan arayışı ve ev sahibi ülkenin ve/veya destinasyonun ayırt edici özgün kültürünü deneyimleme arayışına dayanmaktadır (Klosse, 2019). Ayrıca araştırmada kültür ana kavramı altında anahtar

kavram ile en çok ilişkilendirilen ve tekrar eden kelime kültürel mirasın korunması olmuştur. Gastronomi farklı kültürleri, mirası, gelenekleri ve topluluk duygusunu yansıtmada bir rol olarak düşünüldüğü için kültürel mirasın korunmasında ve bu durumun geleceğe taşınması, gelecek nesillere aktarılması ve süreklilik arz etmesi durumu kültür ve devamlılık ana kavramlarıyla açıklanabilir. Diğer bir yandan organik tarım ve organik ürünler, yerel yemek üretimi, geleneksel üretim vb. sürdürülebilir gastronominin bileşenleri arasında yer almaktadır (Scarpato, 2002). Ayrıca bireyler gıda üretiminin nasıl olduğu, üretimlerin onların sağlığını nasıl etkilediği gibi sorulara yanıt bulmaya çalışarak daha bilinçli bir tüketici konumuna gelmiştir (Stanley & Stanley, 2015). Bu nedenle araştırma sonuçlarına göre üretim kavramının da ana kavramlardan biri haline gelmesinin şaşırılmayacak bir durum olmadığı söylenebilir. Katılımcıların anahtar kavrama ilişkin akıllarına ilk gelen kelimeler arasında yiyeceklerin ekolojik duyarlılıkta üretilmesi, topraktan sofraya üretim, kaliteli ve yerel üretim, yerel üreticiler gibi kavramların yer alması, gastronominin sürdürülebilirliği açısından üretim boyutunun da ele alınması gerektiğini vurgulamıştır.

Gastronomi turizminin sürdürülebilirliğini sağlamanın bir diğer yolu da eğitim ve farkındalıktan geçmektedir. Tüketiciyi anlamak ve tüm dış etkenlerin yemek deneyimini nasıl geliştirebileceğini öğrenmeye odaklanmak gerekmektedir. Gastronomiye eğitim temelli bir yaklaşım getirilmesi, somut şekilde ele alınmasını ve sorunlara pratik çözümler üretilmesini sağlayacaktır. Yemek uzmanlarının üretimden, üretimin etkilerinden ve tüketicinin yemekleri beğenip beğenmediğinden emin olması önemlidir (Klosse, 2019). Eğitim ana kavramı altında, katılımcıların sürdürülebilir gastronomi turizmi ile ilişkilendirdikleri en çok tekrar eden kelimeler eğitim, hizmet kalitesi, memnuniyet, hijyen, kalifiye personel, sevmek-istemek, iş güvenliği eğitimi olmuştur. Sektörde ve ülkede eğitimler (kaynak yönetimi, hijyen, turizm, tarih, kültür, çevre vb.) sayesinde anahtar kavrama yönelik kavram karmaşaları azaltılarak ya da bireylerin bilgi düzeyleri daha da artırılarak, gastronomi ile ilgili yeni trendlerin takip edilip bilgi iletişim teknolojilerinden de sıkça yararlanılmasıyla gastronomi turizminin sürdürülebilirliği yönünde daha sağlam ve hızlı adımlar atılması sağlanabilir.

Sürdürülebilir gastronomi turizmi tanımlarına bakıldığında yöresel ürünler, kültür, üretim, çevre ve devamlılık kavramlarından yola çıkılarak tanımlar yapıldığı ancak yenilik, eğitim ve kaynak yönetimi gibi kavramların bu tanımlar içerisinde yeterince yer almadığı görülmüştür. Bu nedenle sürdürülebilir gastronomi turizmi tanımı yapılırken bu çalışmada oluşturulan ana kavramlara da yer verilmesi gerektiği düşünülerek sürdürülebilir gastronomi turizmi; “Doğal ve kültürel kaynakların doğru biçimde yönetilmesi, restoranlarda, otel işletmelerinin mutfaklarında yöresel ürünlere daha fazla yer verilerek unutulmaya yüz tutmuş yiyeceklerin bir sonraki nesillere de aktarılması ve bu anlamda devamlılığın sağlanabilmesi, yiyeceklerin ekolojik duyarlılıkta üretilmesi ve tüketilmesi, kültürel mirasın da korunarak çevreye duyarlı bir yaklaşımın benimsenmesi, yerel halktan yönetime, üreticiden tüketiciye kadar herkese farkındalık eğitimlerinin verilmesi ve bilgi iletişim teknolojileri aracılığıyla bu alanla ilgili yenilik ve güncellemelerin takip edilmesi gerektiği bir turizm hareketidir” şeklinde tanımlanabilir.

Bu çalışma Nevşehir’deki 4-5 yıldızlı otel işletmelerindeki yiyecek-içecek departmanı müdürleriyle sınırlı tutulmuştur. Bundan sonraki çalışmalarda farklı destinasyonlarla ve örneklerle başka çalışmalar yürütülebilir. Diğer bir yandan bu çalışmada yer alan katılımcıların sadece 2 tanesinin bayan olduğu; hiçbirinin lisansüstü mezunu olmadığı da dikkat çekmiştir; ancak demografik değişkenleri incelemek bu çalışmanın ana amaçlarından olmadığı için katılımcılara ait değişkenlere bundan sonra yapılacak çalışmalarda yer verilebilir.

Kaynakça

- Akdağ, G., Özata, E., Sormaz, Ü. & Çetinsöz, B. C. (2016). Sürdürülebilir gastronomi turizmi için yeni bir alternatif: Surf &Turf. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(1), 270-281. doi: 10.21325/jotags.2016.36.
- Akdağ, G. & Üzülmüş, 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.
- Akyurt, H. (2019). Turizm lisans öğrencilerinin kelime ilişkilendirme testi yöntemi ile turizm eğitimi algılamalarının ölçülmesi: Giresun Üniversitesi örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(3), 759-774. doi: 10.26677/TR1010.2019.190.
- Altınay Özdemir, M. (2019). Turizm öğrencilerinin mesleki staja ilişkin bilişsel algılarının incelenmesi üzerine bir araştırma. *Turizm Fakültesi Dergisi*, 22 (2), 224-248. doi: 10.34189/tfd.22.2.005.

- Bucak, T. & Yiğit, S. (2020). Otel mutfak çalışanlarının mutfak teknolojilerine yaklaşımlarının kelime ilişkilendirme testi ile değerlendirilmesi: İzmir Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8 (1), 489-500. doi: 10.21325/jotags.2020.560.
- Ceyhun Sezgin, A. & Şanlıer, N. (2018). Sürdürülebilir turizm kapsamında gastronomi müzelerinin değerlendirilmesi. F. Yamaner, E. Eyüboğlu (Eds.) *İnsan, Toplum ve Spor Bilimleri Araştırma Örnekleri* (s. 215-234). Ankara: Atak Akademik Basım.
- Cohen, E. (1987). Alternative tourism-a critique. *Tourism Recreation Research*, 12 (2), 13-18. doi: 10.1080/02508281.1987.11014508.
- Corvo, P. & Fontefrancesco, M. F. (2019). Sustainable gastronomic tourism. K. Dixit (Ed.) *The routledge handbook of gastronomic tourism* (s. 209-216). New York: Routledge.
- Çekal, N. & Doğan, E. (2021). Sürdürülebilir gastronomide standart reçete ve coğrafi işaretlerin önemi. *Turizm Çalışmaları Dergisi*, 4 (1), 49-60. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/2261666>.
- Dixit, S. K. (2021). Gastronomic tourism: A theoretical construct. K. Dixit (Ed.) *The routledge handbook of gastronomic tourism* (s. 13-23). New York: Routledge.
- Doğan, S., Yücel, G. M. & Güngör, O. (2018). Turizm meslek yüksekokulu öğrencilerinin sosyal medyaya yönelik bilişsel yapılarının kelime ilişkilendirme testi aracılığıyla incelenmesi. *Turizm Akademik Dergisi*, 5 (1), 166-176. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/496543>.
- Durlu Özkaya, F., Sünnetçioğlu, S. & Can, A. (2013). Sürdürülebilir gastronomi turizmi hareketliliğinde coğrafi işaretlemenin rolü. *Journal of Tourism and Gastronomy*, 1 (1), 13-20. https://www.jotags.org/Articles/2013_vol1_issue1/2013_vol1_issue1_article02.pdf.
- Egresi, I. (2016). Alternative tourism: Definition and characteristics. P. Claval., Y. Gradus., S. O. Park., H. Wusten (Eds.) *Tourism and sustainability in Turkey: Negative impact of mass tourism development* (s. 3-22). Switzerland: Springer.
- Ercan, F., Taşdere, A. & Ercan, N. (2010). Kelime ilişkilendirme testi aracılığıyla bilişsel yapının ve kavramsal değişimin gözlenmesi. *Türk Fen Eğitim Dergisi (TUFED)*, 7(2), 136-154. <file:///C:/Users/Admin/Downloads/TFED-KELMELKLENDRMETEST.pdf>.
- Erol, G. (2020). Kapadokya bölgesine gelen yerli ve yabancı turistler üzerine dönemselsel bir inceleme. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*, 55 (3), 1412-1431. doi: 10.15659/3.sektor-sosyal-ekonomi.20.06.1381.
- Gilbert, J.K., Boulter, C. & Rutherford, M. (1998). Models in explanations, part 2, whose voice? Whose ears? *International Journal of Science Education*, 20, 187-203. doi: 10.1080/09500699802002d05.
- GSTC Industry Criteria (2022). Erişim Tarihi: 02.10.2022, <https://www.gstcouncil.org/gstc-criteria/gstc-industry-criteria-for-hotels/>.
- Gülcan, D., Ercan, M. O. & Katlav, E. Ö. (2021). Sürdürülebilir gastronomi turizminin bibliyometrik özellikler açısından incelenmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy*, 9 (4), 2540-2560. doi:10.21325/jotags.2021.907.
- Hacıoğlu, N. & Avcıkurt, C. (2011). *Turistik ürün çeşitlendirmesi*. İstanbul: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Hirst, C. & Tresidder, R. (2016). *Marketing in tourism, hospitality, events and food*. London: Goodfellow Publisher.
- Karakuş, Y., Onat, G. & Güneren-Özdemir, G. (2020). Yerel halkın gastronomi turizmi çağrışımları ve beklentileri: Göreme kasabası örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3, 2179- 2201. doi: 10.21325/jotags.2020.655.
- Keskin, E. & Örgün, E. (2015). Kelime ilişkilendirme testi aracılığıyla sürdürülebilir turizm olgusunun kavramsal analizi: Ürgüp Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3 (1), 30-40. <file:///C:/Users/Admin/Downloads/art.pdf>.
- Keskin, E., Örgün, E., & Akbulut, A. B. (2017). Gastronomi kavramının kelime ilişkilendirme testi aracılığıyla analizi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5 (3), 255-267. https://www.jotags.org/2017/vol5_issue3_article14.pdf.

- Klosse, P. R. (2019). Modern gastronomy: The science of flavor and tasting. K. Dixit (Ed.) *The routledge handbook of gastronomic tourism* (s. 32-39). New York: Routledge.
- Kozak, M. (2014). *Sürdürülebilir turizm, kavramlar, uygulamalar*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Lochman, J. (2021). The spatial distribution of sustainable gastronomy: A case study of tourism in Prague. *Tourism Recreation Research*, 1-18. doi: 10.1080/02508281.2021.1949676.
- Martinez, U. J. V., Pedregosa, C. S. & Rodriguez, A. L. L. (2019). Is gastronomy a relevant factor for sustainable tourism? An empirical analysis of Spain country brand. *Sustainability*, 11 (2969), 2-13. doi:10.3390/su11092696.
- Merriam, S. B. (2018). *Nitel araştırma desen ve uygulama için bir rehber*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Mulcahy, J. D. (2019). Building a tourism destination using gastronomy through creative collaboration. S. K. Dixit (Ed.) *The routledge handbook of gastronomic tourism* (s. 47-55). New York: Routledge.
- Nesterchuk, I., Balabanyts, A., Pivnova, L., Matsuka, V., Skarha, O., & Kondratenko, I. (2021). Gastronomic tourism: Features and development tools. *Linguistics and Culture Review*, 5(4), 1871-1885. doi: 10.21744/lingcure.v5nS4.1877.
- Nevşehir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2022). Erişim Tarihi: 10.03.2022, <https://nevsehir.ktb.gov.tr/TR-291449/konaklama-tesisleri.html>.
- Onat, G. & Keskin, E. (2019). Organik gıda kavramının kelime ilişkilendirme testi aracılığıyla analizi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(4), 3275-3289. doi: 10.21325/jotags.2019.528.
- Örgün, E. (2021). Gastronomy experience and sustainable gastronomy tourism. İ. Yazıcıoğlu, A. Işın, Ö. Yayla (Eds.) *Gastronomy and Hospitality Studies in Tourism* (s. 245-256). Berlin: Internationaler Verlag der Wissenschaften.
- Özatlı, N. S. & Bahar, M. (2010). Öğrencilerin boşaltım sistemi konusundaki bilişsel yapılarının yeni teknikler ile ortaya konması. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Dergisi*, 10 (2), 9-26. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/16701>.
- Özışık Yapıcı, O. (2022). Kelime ilişkilendirme testi ile akıllı turizm kavramının değerlendirilmesi. *Journal of Yasar University*, 17(65), 1-14. doi: 10.19168/jyasar.1017685.
- Özkan, Ç. & Aydın, Ş. (2018). Yerel yiyecekler aracılığı ile sürdürülebilir destinasyonlar: ayvacık örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy*, 6 (1), 335-349. doi: 10.21325/jotags.2018.190.
- Reddy, M. V. & Wilkes, K. (2013). Tourism and sustainability: Transition to a green economy. M. V. Reddy, K. Wilkes. (Eds) *Tourism, climate, change and sustainability* (s. 3-23). Londra: Routledge.
- Scarpato, R. (2002). Sustainable gastronomy as a tourist products. A. Hjalager ve G. Richards (ed.) *Tourism and Gastronomy* içinde (s.51-70). London and New York: Routledge.
- Sorcaru, I. A. (2019). Gastronomy tourism - A sustainable alternative for local economic development. *Annals of "Dunarea de Jos" University of Galati Fascicle I. Economics and Applied Informatics*, 25 (1), 1-8. doi: 10.35219/eai1584040912.
- Sökmen, A. (2020). *Yiyecek içecek hizmetleri yönetimi ve işletmeciliği*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Stanley, J. & Stanley, L. (2015). *Food tourism: A practical marketing guide*. UK: CPI Group.
- Sustainable Development (2022). Erişim Tarihi: 01.08.2022, <https://www.unwto.org/sustainable-development>.
- Şahin, A. & Meral, Y. (2012). Türkiye’de coğrafi işaretleme ve yöresel ürünler. *Türk Bilimsel Derlemeler Dergisi* 5 (2), 88-92. <https://www.derleme.gen.tr/index.php/derleme/article/view/126/123>.
- Tourism & Gastronomy (2022). Erişim Tarihi: 05.09.2022, <https://www.unwto.org/gastronomy>.
- Turizm İstatistikleri (2022). Erişim Tarihi: 01.10.2022, <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-9851/turizm-istatistikleri.html>.

- Yiğit, S. & Şahin Perçin, N. (2021). Analysis of the perception of foreign tourists about Turkish cuisine through the word association test: The case of Cappadocia region. *Journal of Multidisciplinary Academic Tourism*, 6 (1), 1-6. doi: <https://doi.org/10.31822/jomat.708996>.
- Yurtseven, H. R. (2011), “ Sustainable Gastronomic Tourism in Gokceada (Imbros): Localand Authentic Perspectives”. *International Journal of Humanities and Social Science*, 1(18), 17-26. http://www.ijhssnet.com/journals/Vol_1_No_18_Special_Issue/3.pdf.