



Araştırma Makalesi (Research Article)

YEREL MUTFAĞIN DÖNÜŞÜMÜNDE ETKİLİ OLAN KRİTERLERİN AHP YÖNTEMİ İLE DEĞERLENDİRİLMESİ (EVALUATION OF THE CRITERIA EFFECTIVE IN THE TRANSFORMATION OF LOCAL CUISINE USING THE AHP METHOD)

Mevlüt UYAR^{1*} (orcid.org/ 0000-0001-7259-8935)

¹Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi, ALTSO Turizm Meslek Yüksekokulu, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, Antalya, Türkiye

Özet

Bu çalışmanın amacı, yerel mutfakların dönüşümüne neden olan kriterlerin etkinlik derecelerinin Analitik Hiyerarşi Prosesi (AHP) Yöntemi ile değerlendirilmesi ve özellikle bu dönüşümde turizmin etkinlik düzeyinin diğer kriterler içerisindeki yerinin belirlenmesidir. Araştırmanın çalışma alanı Alanya yerel mutfakları ile sınırlandırılmıştır. Çalışma verilerinin analizinde çok kriterli karar verme yöntemlerinden birisi olan AHP kullanılmıştır. Yerel mutfakların dönüşümünde etkili olan kriterler sosyo-kültürel faktörler, ekonomik faktörler, teknolojik faktörler, politik faktörler ve turizm olarak belirlenmiştir. Bu kriterler ve bu kriterleri oluşturan unsurlar uzaman görüşü ve ilgili literatür doğrultusunda oluşturulmuştur. Kriterlerin etki düzeylerinin belirlenmesi amacıyla her bir kriterin diğer kriterlerle karşılaştırılmasına olanak sağlayan 9'lu (1 en düşük, 9 en yüksek) puanlamadan oluşan bir ölçek oluşturulmuştur. Yerel mutfak alanında uzman 6 kişi tarafından değerlendirme yapılmış, değerlerin geometrik ortalaması alınmış ve yerel mutfakların dönüşümünde etki düzeyleri belirlenmiştir. Bu bulgulara göre yerel mutfakların dönüşümünde etki düzeyi en yüksek olan kriter turizm, en az etki düzeyine sahip kriter ise teknolojik faktörler olarak saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Gastronomi, Yerel Mutfak, Yerel Mutfakların Dönüşümü, Alanya, Analitik Hiyerarşi Prosesi

Abstract

The aim of this study is to evaluate the effectiveness levels of the criteria that cause the transformation of local cuisine using the Analytical Hierarchy Process (AHP) Method and especially to determine the place of the effectiveness level of tourism among other criteria in this transformation. The scope of this research is limited to the local cuisine of Alanya. AHP, one of the multi-criteria decision-making methods, was used in the analysis of the study data. The criteria that are effective in the transformation of local cuisine were determined as socio-cultural factors, economic factors, technological factors, political factors and tourism. These criteria and the elements that form these criteria were created on expert opinions and in line with the relevant literature. In order to determine the impact levels of the criteria, a scale consisting of 9 points (1 is the lowest, 9 is the highest) was created that allows each criterion not to be compared with other criteria. The evaluation was made by 6 experts in the field of local cuisine, the geometric average of the values was taken and the impact levels in the transformation of local cuisine were determined. According to these findings, the criterion with the highest impact level in the transformation of local cuisine was determined as tourism, and the criterion with the least impact level was determined as technological factors.

Keywords: Tourism, Gastronomy, Local Cuisine, Transformation of Local Cuisine, Alanya, Analytical Hierarchy Process

Giriş

Yerel mutfakların başlangıç koşullarının (çevresel, sosyo-kültürel ve dinamik bileşenler) etkileşimi zamanla yerel mutfaklara özgü çekirdek bileşenleri oluşturmaktadır. Çekirdek bileşenler yerel mutfakları diğer mutfaklardan farklı kılmakta (Uyar, 2023) ve yerel mutfaklara taklitleri mümkün olmayan nitelikler yüklemektedir (Mitchell ve Hall, 2003; Uyar, 2022). Zamanla bu bileşenlerde yaşanan değişimlerle de yerel mutfaklarda dönüşümler gerçekleşmektedir (Uyar, 2023). Mutfakların tarihsel gelişiminde özellikle sosyo-kültürel, ekonomik, çevresel, teknolojik alandaki gelişmelerin ve küreselleşmenin kültürlere özgü mutfaklarda ve yeme davranışlarında değişime neden olduğu görülmektedir (Hall ve Mitchell 2002; Mak ve vd. 2012;

*Sorumlu yazar: mevlutuyar7@hotmail.com

DOI: 10.33083/joghat.2025.564

Aksoy ve Üner, 2016). Küresel bir faaliyet olarak turizm yerel mutfak bileşenlerinin farklı kültürlerle etkileşiminde önemli rol oynayan (Lee ve Cox, 2007; Jo ve Cha, 2019), doğrudan ve dolaylı etkileriyle yerel mutfağın dönüşümünde etkili olan bir güç olarak görülmektedir (Hall ve Mitchell, 2002: 85; Ondieki vd. 2017: 18-19). Bildiği yiyecekler dışındaki lezzetleri tüketmeyen turist profilleri için yerel ürünler ancak kendi mutfak kültürleri ve damak tatları doğrultusunda uyarlanırsa tüketilebilir olmaktadır (Cohen ve Avieli, 2004: 767; Chang vd., 2010: 308). Bu doğrultuda turizm işletmeleri zaman zaman turistik ürün geliştirme çalışmalarıyla yerel mutfak bileşenlerinde değişiklikler yaparak turistlerin tüketimine sunulabilmektedir (Fox, 2007: 554).

Ulusal alanyazın incelendiğinde yerel mutfak çalışmalarının genellikle gastronomi turizmi ile ilişkilendirildiği görülmektedir. Destinasyonların gastronomi turizm potansiyeli en kapsamlı çalışılan konu olarak görülmektedir. Daha sonra yerel mutfak, yemek kültürü ve gastronomi turizmi konularında kapsamlı çalışmalar gerçekleştirilmiştir. Gastronomi turizmiyle ilgili genel kavramlar ve yerel yemekler, yerel ürünler ve gastronomi turizmi konuları ilişkilendirilerek üçüncü sırada çalışılan konular olmuştur (Ercan, 2020). Uluslararası alanyazın incelendiğinde; yemek turizmi (Hall ve Mitchell, 2001), mutfak turizmi (Long, 1998), gastronomi turizmi (Fields, 2003; Zelinsky, 1985) gibi çalışmaların çoğunun gastronomi ve turizmle ilişkilendirilerek yapıldığı görülmektedir. Her ne kadar 2000’li yıllardan sonra gastronomi ve yiyecek içecek alanındaki çalışmaların sayılarında artış görülsede diğer alanlara oranla bu alanda yapılan çalışmaların sınırlı olduğu söylenebilir (Okumus, Koseoglu ve Ma, 2018). Polat ve Aktaş-Polat (2020) gastronomi turizmi aracılığıyla yerel mutfağın dönüşüm sürecini Lévi-Strauss’un mutfak üçgeni modeli ile ele almıştır. Uyar (2023) yerel mutfağın dönüşümü, bu dönüşümün nedenleri ve turizmin etkisini araştırmıştır.

Her ne kadar ulusal ve uluslararası alanyazında yerel mutfak alanında çalışmalar olsa da yerel mutfağın dönüşümü alanında yapılan çalışmaların sınırlı olduğu görülmektedir. Yerel mutfağın dönüşümüne etki eden kriterler ve bu kriterlerin etki düzeylerine ilişkin araştırmalara rastlanmamıştır. Bu çalışma ile çok kriterli karar verme yöntemlerinden birisi olan Analitik Hiyerarşi Prosesi (AHP) aracılığı ile yerel mutfağın dönüşümünü etkileyen kriterlerin etkinlikleri ve turizmin bu kriterler içindeki etkinlik düzeyinin belirlenmesi amaçlanmaktadır. Literatür incelendiğinde AHP yönteminin kamu ve özel sektörde personel seçimi (Cheng ve Li, 2001), performans değerlendirmesi vb. alanlarda yaygın olarak kullanıldığı görülmektedir. Bu yöntem, turizm araştırmacıları tarafından da kullanılmaktadır. Örneğin Türkiye turizm ekonomisinin 2003-2016 yılları arası performans değerlendirmesi (Ateş vd., 2017), konaklama işletmelerinde personel seçimi (İçigen, ve Çetin, 2017; Akyurt, 2021), otel seçimi (Doğan ve Gencan, 2013; Sezgin ve Yurtlu, 2021), otel işletmelerinde tedarikçi seçimi (Gümüş vd., 2017) gibi turizm alanında farklı konuların araştırılmasında bu yöntemin kullanıldığı görülmektedir. AHP yöntemi bu çalışmada ise Alanya yerel mutfağının dönüşümünü etkileyen kriterlerin etkinlik düzeylerinin belirlenmesi amacı ile kullanılacaktır.

Kavramsal Çerçeve

Yerel Mutfak ve Yerel Mutfağın Dönüşümünü Etkileyen Kriterler

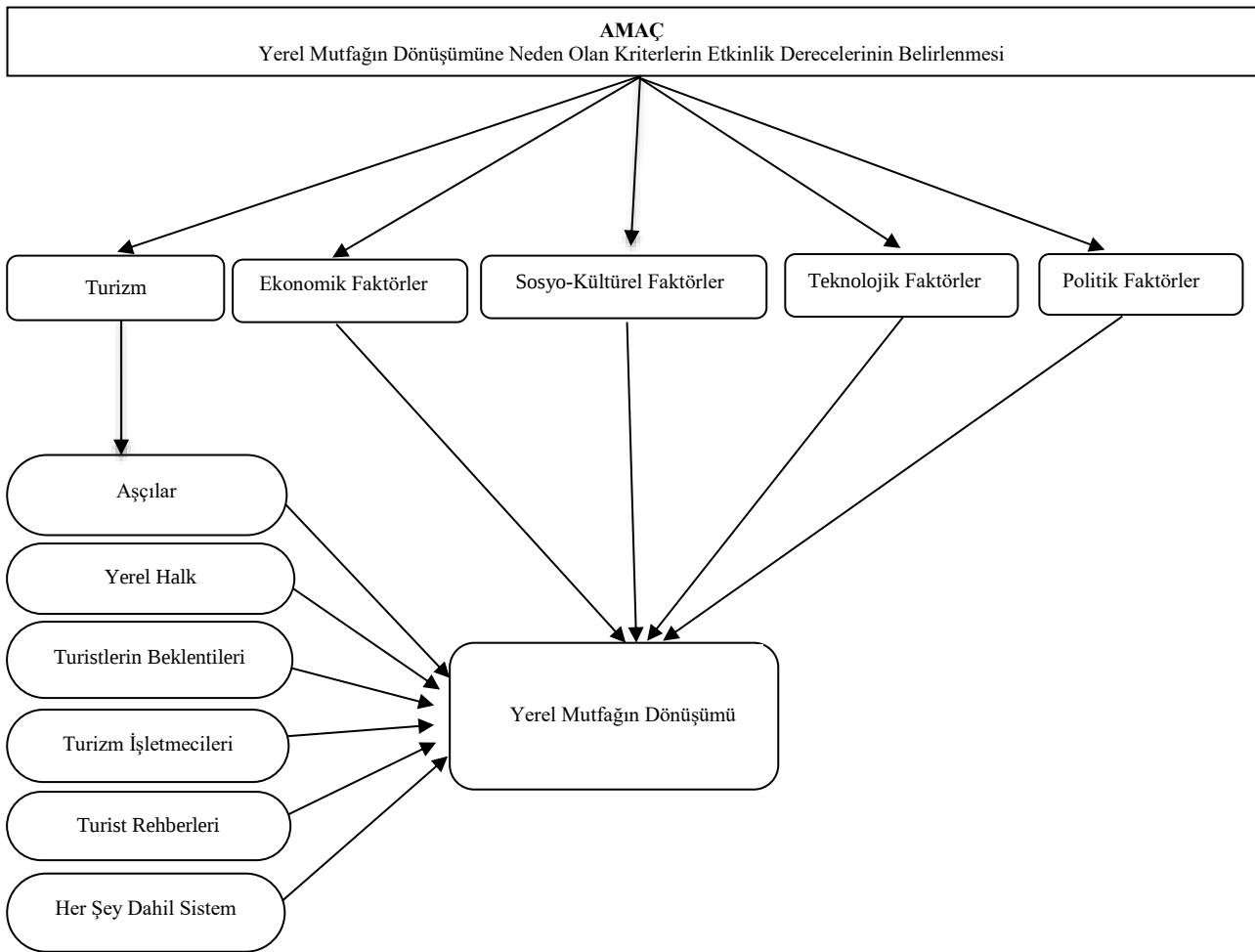
Yerel mutfak, alanyazında gastronomik kimlik unsurları aracılığıyla tanımlanmaktadır. Harrington, (2005); Harrington ve Ottenbacher, (2010); Ondieki vd., (2017) bu tanımlamayı gastronomik kimliğin çevresel (fiziksel) ve sosyo-kültürel unsurları üzerinden yapmıştır. Coğrafi konum, toprak yapısı, iklim ve bitki örtüsü, yerel malzemeler, vb. unsurlardan oluşan çevresel bileşenler, yerel mutfağın özünü oluşturan somut kültürel unsurlardır. Yaşam tarzı, inançlar, gelenek-görenekler, tarih, kültür vb. unsurlardan oluşan sosyo-kültürel bileşenler ise somut olmayan kültürel unsurlardır. Bu unsurlar yerel mutfak öğelerinin kimliğini oluşturur. Çevresel ve sosyo-kültürel unsurlar yerel mutfakların özgün yapısının oluşmasında oldukça etkilidir (Harrington, 2005; Uyar, 2023). Çünkü coğrafya ve kültür arasındaki etkileşim, özgün beslenme biçimlerinin, pişirme ve sunum tekniklerinin oluşmasını sağlamaktadır (Ondieki vd., 2017). Bu etkileşim, yerel mutfakların şekillenmesinde ve şekillenen yerel mutfakların zamanla ait olduğu kültüre özgü bir değere dönüşmesinde önemli etkiler göstermektedir (Közleme, 2012; Düzgün ve Durlu Özkaya, 2015; Büyüksalvarcı vd., 2016; Uyar, 2020; Ademoğlu ve Durlu Özkaya, 2021). Uyar, (2023) yerel mutfağın tanımlanmasında bu iki bileşenin etkileşimini yönlendiren dinamik bileşenlerin de olduğunu ifade etmektedir. Teknoloji, ekonomi, politika, turizm gibi küresel unsurlardan oluşan dinamik bileşenler kültür ve çevre arasında önemli etkileşimler yaratan kritik araçlar olarak tanımlanmaktadır. Çevresel, sosyo-kültürel ve dinamik bileşenler yerel mutfağın başlangıç koşullarını oluşturmaktadır. Başlangıç koşullarını oluşturan bileşenler arasındaki etkileşimlerin etkisiyle zamanla yerel mutfağın özgün kültür yapısını oluşturan çekirdek bileşenler oluşmaktadır. Bu bileşenler değerler ve normlar, davranışlar ve roller, yerel malzemeler ve ürünler ile yerel (geleneksel) tekniklerden oluşmaktadır. Bu yapısal bileşenler kavramsal olarak tüm yerel mutfaklarda ortaktır ancak aynı zamanda değişen karakterleri nedeniyle bir mutfağı diğerlerinden farklılaştırır. Çekirdek bileşenler teknolojik

(içerikler, ürünler ve teknikler) ve davranışsal (değerler, normlar, davranışlar ve roller) olmak üzere iki alana ayrılabilir. Yerel mutfağın dönüşümü de çekirdek bileşenlerde yaşanan değişimler ile gerçekleşmektedir. Dinamik bileşenlerin etkileri ile yerel mutfak kültürleşme sürecine girmektedir. Bu süreçte farklı kültürle yaşanan etkileşimler yerel mutfağın çekirdek bileşenlerinde uyarılma, eklemleme veya kültürel yozlaşmalar şeklinde değişimlere neden olabilmektedir. Çekirdek bileşenlerde yaşanan bu değişimler sonucunda yerel mutfak kökten ya da içeriksel bir dönüşüm yaşayabilmektedir (Uyar, 2023).

Metodoloji

Çalışmanın amacı, kriterleri ve veri analiz yöntemi (AHP) doğrultusunda öncelikle araştırmanın hiyerarşik yapısı ve temel soruları oluşturulmuştur. Daha sonra çalışma alanı, araştırmanın sınırlılıkları, örneklem seçimi, veri toplama ve veri analiz yöntemi belirlenmiştir. Son olarak araştırma verileri doğrultusunda bulgular ve sonuç raporlanmıştır. Araştırmanın hiyerarşik yapısı şekil 1’de sunulmuştur. *Bu çalışma için Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Alanı Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulundan 15.04.2024 tarih ve 2024/21 karar numarası ile etik onayı alınmıştır.*

Şekil 1. Araştırmanın Hiyerarşik Yapısı



Bu çalışma ile yerel mutfağın dönüşümünde etkili olan kriterlerin etkinlik düzeylerinin belirlenmesi ve bu kriterler içerisinde turizm kriterinin etki düzeyinin saptanması amaçlanmıştır. Kriter ve bu kriterleri oluşturan unsurlar uzaman görüşü ve ilgili literatür ve Uyar (2023), doğrultusunda oluşturulmuştur. Bu araştırmanın kriterlerini Alanya yerel mutfağının dönüşümüne etki eden turizm, sosyo-kültürel faktörler, ekonomik faktörler, teknolojik faktörler ve politik faktörler oluşturmaktadır. Araştırmada sadece turizm kriterinin alt kriterleri araştırılmıştır. Turizmin alt kriterlerini aşçılar, turizm işletmecileri, turistlerin beklentileri, yerel halk, turist rehberleri ve her şey dahil sistemi oluşturmaktadır. Araştırmanın çalışma alanını ise Alanya yerel mutfağı oluşturmaktadır.

Tablo 1. Temel Kriterler ve İçerik

Kodlar	Kriterler	Alt Kriterler
K1	Turizm	K1.1. Aşçılar
		K1.2. Turizm İşletmecileri
		K1.3. Turistlerin Beklentileri
		K1.4. Yerel Halk
		K1.5. Turist Rehberleri
		K1.6. Her Şey Dahil sistem
K2	Sosyo-Kültürel Faktörler	
K3	Ekonomik Faktörler	
K4	Teknolojik Faktörler	
K5	Politik Faktörler	

Araştırmının temel soruları:

1. Ekonomik kriterlerin Alanya yerel mutfağının dönüşümüne etki düzeyleri nedir?
2. Sosyo-Kültürel kriterlerin Alanya yerel mutfağının dönüşümüne etki düzeyleri nedir?
3. Teknolojik kriterlerin Alanya yerel mutfağının dönüşümüne etki düzeyleri nedir?
4. Politik kriterlerin Alanya yerel mutfağının dönüşümüne etki düzeyleri nedir?
5. Turizm kriterinin Alanya yerel mutfağının dönüşümüne etki düzeyi nedir?
6. Turizm kriterini oluşturan alt kriterlerin Alanya yerel mutfağının dönüşümüne etki düzeyleri nedir?

Şeklinde oluşturulmuştur.

Örneklem ve Veri Toplama

Çalışmanın örneklem seçiminde kolayda örneklem yönteminden faydalanılmıştır. Bu doğrultuda Alanya’da bulunan üniversitelerin (Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi ve Alanya Üniversitesi) fakültelerinin gastronomi ve mutfak sanatları bölümü ile meslek yüksekokullarının aşçılık programlarında görev yapan, Alanya yerel mutfağına hakim akademisyen şefler çalışma grubuna dahil edilmiştir. Bu sınırlamanın nedeni akademisyen şeflerin hem gastronomi ve yerel mutfak literatürüne hem de Alanya turizm sektörü ve Alanya yerel mutfağına hakim olmalarıdır. Veri toplama aracı olarak kriterlerin etki düzeylerinin belirlenmesi amacıyla her bir kriterin diğer kriterle karşılaştırılmasına olanak sağlayan Saaty (1987) tarafından geliştirilen 9’lu (1 en düşük, 9 en yüksek) puanlamadan oluşan karar matris ölçeği kullanılmıştır.

Tablo 2. AHP Karar Matrisi Ölçeği

Önem Derecesi	Tanım	Açıklama
1	Eşit derecede önemli	İki kriter de eşit öneme sahip
3	Orta derece önemli	Kriterlerden birisi diğerinden az önemli
5	Kuvvetli derecede önemli	Kriterlerden birisi diğerinden çok önemli
7	Çok kuvvetli derecede önemli	Kriterlerden birisi diğerinden yüksek derece önemli
9	Mutlak derecede önemli	Kriterlerden birisinin önem derecesi diğerine göre oldukça yüksektir
2,4,6,8	Ara değerler	Diğer Kriterlerin önem derecesine göre ara değerlerdir

Kaynak: Saaty, 1994, s. 21; Saaty, 2006, s. 73.

23.12.2024-10.01.2025 tarihleri arasında katılımcılara ulaşılmıştır. Katılımcılara çalışma hakkında bilgiler sunulurken turistlerin konaklama deneyimini oluşturan kriterlerin etki düzeylerinin belirlenmesi amacı ile oluşturulan karar matrislerini doldurmaları istenmiştir. Toplam 10 katılımcıya ulaşılmış olup 8 katılımcı tarafından tutarlı olarak doldurulan karar matrisleri değerlendirmeye alınmıştır.

Tablo 3. Katılımcıların Demografik Bilgileri

Katılımcı	Cinsiyet	Yaş	Eğitim	Meslek	Kurum
K1	Erkek	37	Lisans	Akademisyen Aşçı	Alanya Üniversitesi
K2	Erkek	36	Yüksek Lisans	Akademisyen Aşçı	Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi
K3	Erkek	42	Doktora	Akademisyen Aşçı	Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi
K4	Erkek	46	Yüksek Lisans	Akademisyen Aşçı	Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi

K5	Kadın	29	Yüksek Lisans	Akademisyen Aşçı	Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi
K6	Kadın	30	Yüksek Lisans	Akademisyen Aşçı	Alanya Üniversitesi
K7	Kadın	30	Yüksek Lisans	Akademisyen Aşçı	Alanya Üniversitesi
K8	Erkek	35	Yüksek Lisans	Akademisyen Aşçı	Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi

Araştırmanın örneklemini 3 kadın, 5 erkek olmak üzere toplam 8 katılımcıdan oluşmaktadır. Katılımcıların yaşları 30 ile 46 arasında değişim göstermektedir. Katılımcıların 1 tanesi doktora, 6 tanesi yüksek lisans ve 1 tanesi lisans mezunudur. Tamamı akademisyen aşçılardan oluşan katılımcıların 3 tanesi Alanya Üniversitesi diğerleri ise Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi'nde görev yapmaktadır.

Veri Analizi ve Analitik Hiyerarşi Prosesi (AHP)

Araştırma verilerinin analizinde çok kriterli karar verme yöntemlerinden birisi olan Analitik Hiyerarşi Prosesi (AHP) kullanılmıştır. AHP, karar almaya yönelik temel bir yaklaşımdır. Bu yöntemde alternatiflerin önem derecesine göre sıralanması ve seçimi, bu alternatifleri etkileyen kriterlerin her birinin birbirleriyle kıyaslanarak ağırlıklarının hesaplanması ile gerçekleştirilmektedir (Saaty ve Vargas, 2001). Karar vericilerin tercihi ile her bir kriterin önem derecesi belirlenir (Anderson, Sweeney ve Williams: 2000). AHP sürecinin ilk adımı amaç, kriter ve alternatiflerden oluşan hiyerarşik yapının oluşturulması ile başlar (Saaty, 2008; Saaty ve Vargas, 2001). İkinci adım ise kriterlerin karşılaştırılması ile karar matrisinin oluşturulmasıdır. Kriterler arasındaki bu karşılaştırmada Saaty tarafından geliştirilen 1-9 matris ölçeği kullanılmaktadır (Saaty, 1994; Saaty, 2006). Üçüncü adımda kriterlerin önem derecelerini ifade eden yüzdelik dağılımları (özvektörler) hesaplanır. Son adım ise tutarlılık oranının hesaplanmasıdır. Tutarlılık oranı (Consistency Ratio) CR değeri ile ifade edilmektedir. Bu değerin 0,10'den küçük olması karar vericilerin tercihlerinin tutarlı olduğunu gösterir. (Saaty, 2008, s. 82; Yu vd, 2011). Bu bağlamda Toplam 8 katılımcı tarafından değerlendirilmesi yapılan kriterlerin geometrik ortalamaları alınarak ikili karşılaştırma matrisleri oluşturulmuş, kriterlerin ağırlık vektörleri hesaplanarak tutarlılık oranları bulunmuştur. Bu bağlamda kriterlerin yerel mutfağın dönüşümüne etki düzeyleri belirlenmiştir. 0,10'dan küçük olarak bulunan tutarlılık (CR) oranları matris karşılaştırmalarda ortaya çıkan sonucun tutarlı olduğunu göstermektedir. Kriterlerin etki düzeylerinin belirlenmesi amacıyla her bir kriterin diğer kriterle karşılaştırılmasına olanak sağlayan Saaty (1987) tarafından geliştirilen 9'lu (1 en düşük, 9 en yüksek) puanlamadan oluşan karar matris ölçeği kullanılmıştır.

Bulgular

Bu bölümde Alanya yerel mutfağının dönüşümünde etkili olan kriterlere ve turizmin alt kriterlerine ilişkin karar matrisi, ağırlıklandırılmış karar matrisi, kriterlerin ağırlıkları ve tutarlılık oranları sunulmuştur.

Tablo 4. Yerel Mutfağın Dönüşümünde Etkili Olan Kriterlere İlişkin Karar Matrisi

	K1	K2	K3	K4	K5
K1	1,000	2,126	1,938	5,545	2,416
K2	0,470	1,000	1,376	1,142	1,752
K3	0,516	0,727	1,000	4,787	2,995
K4	0,180	0,876	0,209	1,000	0,729
K5	0,414	0,571	0,334	1,372	1,000

Alanya yerel mutfağının dönüşümünde etkili olan kriterlere ilişkin karar matrisi değerleri tablo 4'te, ağırlıklandırılmış karar matrisi değerleri ise tablo 5'te sunulmuştur. Karar matrisine ait tutarlılık oranı (CR) 0,077 olarak hesaplanmıştır. Hesaplanan tutarlılık oranının 0,10'dan küçük olması matris değerleri sonucunun tutarlı olduğunu göstermektedir.

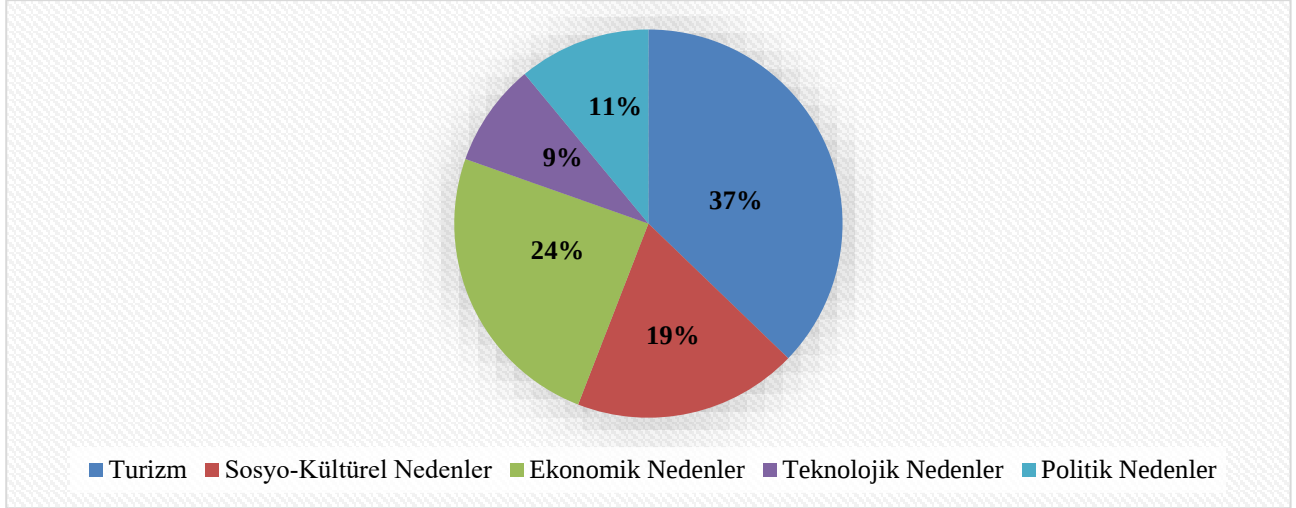
Tablo 5. Yerel Mutfağın Dönüşümünde Etkili Olan Kriterlere İlişkin Ağırlıklandırılmış Karar Matrisi

	K1	K2	K3	K4	K5
K1	0,388	0,401	0,399	0,400	0,272
K2	0,182	0,189	0,283	0,082	0,197
K3	0,200	0,137	0,206	0,346	0,337
K4	0,070	0,165	0,043	0,072	0,082
K5	0,160	0,108	0,069	0,099	0,112

Tablo 6. Yerel Mutfağın Dönüşümünde Etkili Olan Kriterlere İlişkin Ağırlıklar ve Tutarlılık Oranı

	K1	K2	K3	K4	K5
W	0,372	0,187	0,245	0,086	0,110
CR	0,077				

Alanya yerel mutfağının dönüşümüne etki eden kriterlerin etki derecelerini gösteren kriter ağırlıkları ve tutarlılık oranı tablo 6’da, bu kriterlerin yerel mutfağın dönüşümüne etki oranları ise grafik 1’de sunulmuştur.

Grafik 1. Kriterlerin Yerel Mutfağın Dönüşümüne Etki Oranları

Alanya yerel mutfağının dönüşümünde etkili olan turizm kriterinin alt kriterlerine ilişkin karar matrisi değerleri tablo 7’de, ağırlıklandırılmış karar matrisi değerleri ise tablo 8’de sunulmuştur. Karar matrisine ait tutarlılık oranı (CR) 0,070 olarak hesaplanmıştır. Hesaplanan tutarlılık oranının 0,10’dan küçük olması matris değerleri sonucunun tutarlı olduğunu göstermektedir.

Tablo 7. Yerel Mutfağın Dönüşümünde Etkili Olan Turizmin Alt Kriterlerine İlişkin Karar Matrisi

	K1.1	K1.2	K1.3	K1.4	K1.5	K1.6
K1.1	1,00	0,368	0,208	2,361	0,992	0,892
K1.2	2,717	1,000	1,757	3,149	1,845	1,137
K1.3	4,808	0,569	1,000	6,145	1,699	0,348
K1.4	0,424	0,318	0,163	1,000	0,451	0,368
K1.5	1,008	0,542	0,589	2,217	1,000	0,198
K1.6	1,121	0,880	2,874	2,717	5,051	1,000

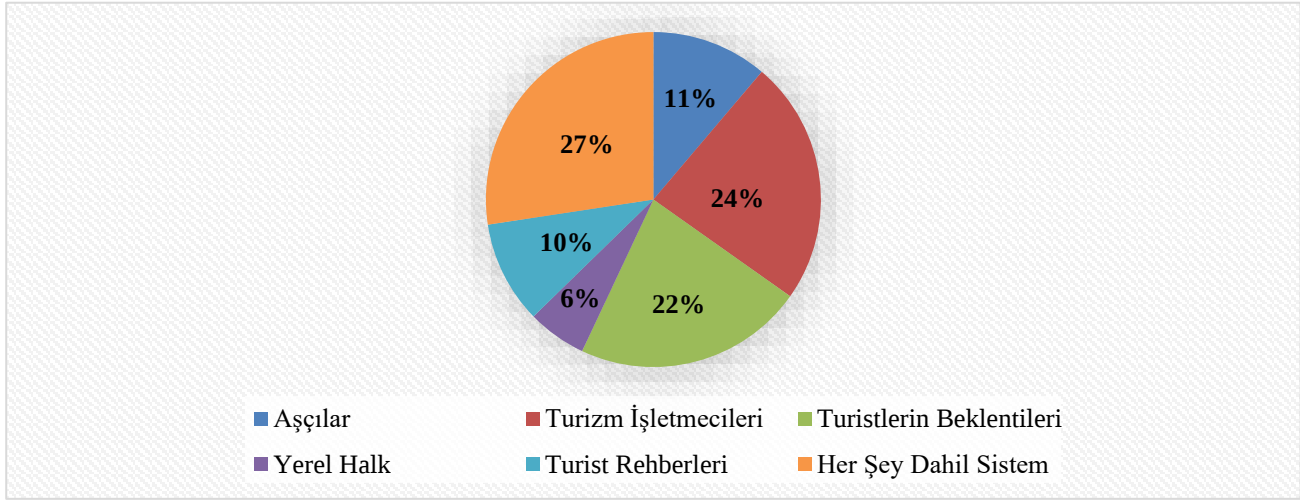
Tablo 8. Yerel Mutfağın Dönüşümünde Etkili Olan Turizmin Alt Kriterlerine İlişkin Ağırlıklandırılmış Karar Matrisi

	K1.1	K1.2	K1.3	K1.4	K1.5	K1.6
K1.1	0,090	0,100	0,032	0,134	0,090	0,226
K1.2	0,245	0,272	0,267	0,179	0,167	0,288
K1.3	0,434	0,155	0,152	0,349	0,154	0,088
K1.4	0,038	0,086	0,025	0,057	0,041	0,093
K1.5	0,091	0,147	0,089	0,126	0,091	0,050
K1.6	0,101	0,239	0,436	0,154	0,458	0,254

Alanya yerel mutfağının dönüşümüne etki eden turizm kriterinin alt kriterlerinin etki derecelerini gösteren kriter ağırlıkları ve tutarlılık oranları tablo 9’da, bu kriterlerin yerel mutfağın dönüşümüne etki oranları ise grafik 2’de sunulmuştur.

Tablo 9. Yerel Mutfağın Dönüşümünde Etkili Olan Turizmin Alt Kriterlerine İlişkin Ağırlıklar ve Tutarlılık Oranı

	K1.1	K1.2	K1.3	K1.4	K1.5	K1.6
W	0,112	0,236	0,222	0,057	0,099	0,274
CR	0,070					

Grafik 2. Turizmin Alt Kriterlerinin Yerel Mutfağının Dönüşümüne Etki Oranları

Sonuç, Tartışma ve Öneriler

Hall ve Mitchell (2002); Mak ve vd. (2012); Aksoy ve Üner'in, (2016) çalışmalarında sosyo-kültürel, ekonomik, çevresel, teknolojik alandaki gelişmelerin ve küreselleşmenin kültürlere özgü mutfaklarda ve yeme davranışlarında değişime neden olduğu görülmektedir. Lee ve Cox, (2007); Jo ve Cha, (2019) turizmin küresel bir faaliyet olarak yerel mutfak bileşenlerinin farklı kültürlerle etkileşiminde önemli rol oynadığını, Hall ve Mitchell, (2002); Ondieki vd. (2017) doğrudan ve dolaylı etkileriyle yerel mutfağın dönüşümünde etkili olan bir güç olarak görüldüğünü ifade etmektedir. Cohen ve Avieli, (2004); Chang vd., (2010) bilindik yiyecekler dışındaki lezzetleri tüketmeyen turist profilleri için yerel ürünlerin ancak kendi mutfak kültürleri ve damak tatları doğrultusunda uyarlanırsa tüketilebilir olacağını vurgulamaktadır. Fox, (2007) bu doğrultuda turizm işletmeleri zaman zaman turistik ürün geliştirme çalışmalarıyla yerel mutfak bileşenlerinde değişiklikler yaparak turistlerin tüketimine sunulabildiklerini ifade etmektedir. Uyar, (2023) zamanla yerel mutfakların özünü oluşturan çekirdek bileşenlerde yaşanan değişimlerle yerel mutfaklarda dönüşümlerin gerçekleştiğini ifade etmektedir. Araştırma sonuçları da göstermektedir ki Alanya yerel mutfağının dönüşümüne etki düzeyi en yüksek kriter % 37'lik etki oranı ile turizm olmuştur. Turizmin doğrudan ve dolaylı etkilerini oluşturan alt kriterlere ilişkin ağırlık değerlerine bakıldığında her şey dahil sisteminin turizm işletmecilerinin ve turistlerin beklentilerinin Alanya yerel mutfağının dönüşümü üzerinde önemli derecede etkileri olduğu görülmektedir. Her şey dahil sistemi % 27'lik etki oranı ile turizmin alt kriterlerine ilişkin etki düzeyi en yüksek alt kriter olmuştur. Turizm işletmecileri % 24'lük etki oranı ile etki düzeyi en yüksek ikinci alt kriter, turistlerin beklentileri ise % 22'lik etki oranı ile etki düzeyi en yüksek üçüncü alt kriter olmuştur. Alanya yerel mutfağının dönüşümünde etki düzeyi en düşük alt kriter ise % 6'lık etki oranı ile yerel halk olmuştur. % 10'luk etki oranı ile en düşük ikinci alt kriter turist rehberleri, % 11'lik etki oranı ile en düşük üçüncü alt kriter ise aşçılar olmuştur. Araştırmanın bu sonuçlarının Hall ve Mitchell, (2002); Lee ve Cox, (2007); Mak ve vd. (2012); Ondieki vd. (2017); Jo ve Cha, (2019); Uyar'ın, (2023) çalışmalarının sonuçlarını destekler nitelikte olduğu görülmektedir.

Alanya yerel mutfağının dönüşümüne turizmden sonra etki düzeyi en yüksek kriter % 24'lük oran ile ekonomik faktörler olduğu görülmüştür. Üçüncü sırada en yüksek etki düzeyine % 19'luk oran ile sosyo-kültürel faktörler sahip olurken, Alanya yerel mutfağının dönüşümüne etki düzeyi en düşük kriter ise % 9'luk oran ile teknolojik faktörler olmuştur. Araştırmanın sonuçları göstermektedir ki turizm başta olmak üzere ekonomik ve sosyo-kültürel faktörler Alanya yerel mutfağının dönüşümünde etkilidir. Bu sonuç Hall ve Mitchell (2002); Mak ve vd. (2012); Aksoy ve Üner'in, (2016) çalışmalarının sonuçlarını destekler niteliktedir.

Bu araştırmanın çalışma alanı Alanya yerel mutfağı, örnekleme Alanya'da bulunan üniversitelerin gastronomi ve mutfak sanatları bölümü ve aşçılık programında görev yapan akademisyen aşçılar ile sınırlandırılmıştır. Araştırmanın yöntemi ise nicel araştırma yönteminden AHP ile sınırlandırılmıştır. Gelecekte çalışma alanı, örneklem ve araştırma yöntemi farklılaştırılarak ve genişletilerek araştırma geliştirilebilir.

Çalışma sonuçları göstermektedir ki turizm yerel mutfağın dönüşümünde oldukça önemli bir kriter olarak ortaya çıkmaktadır. Özellikle turizm işletmecilerine Alanya yerel mutfağının alternatif bir turizm ürünü olarak sunulması hem turist memnuniyeti, hem yerel mutfağın sürdürülebilirliği hem de turizm pazarlaması açısından oldukça önemlidir. Burada turistlerin beklentileri de değerlendirilerek yerel mutfağı oluşturan çekirdek

bileşenlerin özünün korunarak sunulması önerilmektedir. Çünkü Uyar'ın da (2023) ifade ettiği gibi bu çekirdek bileşenler yerel mutfakların taklidi mümkün olmayan özgün yapısını oluşturmaktadır. Yerel mutfakların özgün yapıları destinasyonlarda önemli çekim gücü yaratılabilecektir. Bu bağlamda bağımsız restoran işletmeleri ve otel menülerinde Alanya yerel mutfağına özgü ürünlere yer verilerek turistlere Alanya destinasyonu dışında deneyimlemesinin oldukça güç olduğu özgün ürünler sunulmuş olacaktır. Bu durum destinasyona farklı turist profillerinin çekimine katkı sunmakla birlikte destinasyonun turizm gelirlerinin artması ve Alanya yerel mutfak kültürünün sürdürülebilirliğinin sağlanmasına önemli katkı sağlayacaktır. Yerel yönetime Alanya yerel mutfağının sürdürülebilirliğini sağlayacak (yerel ürünlerin coğrafi işaretlerinin alınması, yerel mutfağın halk kafe ve kent lokantası gibi kamusal işletmelerde desteklenmesi, yerel mutfak alanında çalışmalar yapan akademisyenler ile iş birliği yapılması gibi) çalışmaların hayata geçirilmesi önerilmektedir.

Kaynakça

- Ademoğlu, A. ve Durlu Özkaya, F. (2021). Özel gün ve tören yemekleri: ethnic foods dergisi üzerine bir inceleme. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 4(2), 248-257.
- Aksoy, M.ve Üner, E. H. (2016). Rafine mutfağın doğuşu ve rafine mutfağı şekillendiren yenilikçi mutfak akımlarının yiyecek içecek işletmelerine etkisi. *Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(6): 1-17.
- Akyurt, H. (2021). Ordu ilindeki otel işletmelerinde personel seçim kriterlerinin AHP yöntemi ile belirlenmesi. *Journal of Global Tourism and Technology Research*, 2(2): 59-71
- Anderson, D. R., Sweeney, D. J., Williams, T. A., and Wisniewski, M. (2000). *An Introduction to management science: quantitative approaches to decision making*. South-Western College Pub.
- Ateş, A., Gökçe, F., Kılınç, C., ve Sunar, H. (2017). 2003–2016 yılları arası Türkiye turizm ekonomisinin Analitik Hiyerarşi Süreci (AHS) yöntemiyle performans değerlendirmesi. In *The First International Congress on Future Tourism: Innovation, Entrepreneurship and Sustainability Proceedings Book* (pp. 1249–1258). Mersin, Turkey.
- Büyükalvarcı, 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.
- Chang, R. C. Y., Kivela, J. and Athena, Mak, A. H. N. (2010). Attributes that influence the evaluation of travel dining experience: when east meets west. *Tourism Management*, 32: 307-316.
- Cheng, E. W. L. and Li, H. (2001) Analytic hierarchy process: an approach to determine measuresfor business performance. *Measuring Business Excellence*, 3(3):30-36.
- Cohen, E. and Avieli, N. (2004). Food in tourism: attraction and impediment. *Annals of Tourism Research*, 31(4): 755-778.
- Doğan, N., ve Gencan, S. (2013). Seyahat acentası yöneticilerinin bakış açısıyla en uygun otel seçimi: bir analitik hiyerarşi prosesi (AHP) uygulaması. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (41), 69-88.
- Düzgün, E. ve Durlu Özkaya, F. (2015). Mezopotamya'dan günümüze mutfak kültürü. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(1), 41-47.
- Ercan, F. (2020). Türkiye'deki gastronomi turizmi konulu makalelerin bibliyometrik analizi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(2), 1058-1075.
- Fields, K. (2003), Demand for the gastronomy tourism product: motivational factors. In: A-M. Hjalager ve G. Richards (eds.), *Tourism and Gastronomy* (pp. 36-50). London and New York: Taylor and Francis Group.
- Fox R. (2007). Reinventing the gastronomic identity of croatian tourist destinations. *Hospitality Management*, 26: 546-559.
- Gümüş, M., Karabayır, A. N., Güler, T., ve Arslan, G. (2017). Alanya otel işletmelerinde AHP metodu ile tedarikçi seçimi. *Alanya Akademik Bakış*, 1(3), 1-14.
- Hall, C. M. and R. D. Mitchell (2001). Wine ve food tourism. In: N. Douglas ve N. Douglas ve R. Derrett (eds.), *Special Interest Tourism: Context and Cases* (pp. 307-329). Australia: John WileyveSons.

- Hall, M. and Mitchell, R. (2002). Tourism as a force for gastronomic globalization and localization. A. M. Hjalager and G. Richards (Ed.). *Tourism and Gastronomy* (pp. 71-87). London, Routledge.
- Harrington R. J. and Ottenbacher, M. J., (2010). Culinary tourism: a case study of the gastronomic capital. *Journal of Culinary Science and Technology*, 8: 14-32.
- Harrington R. J., (2005). Defining Gastronomic Identity: The impact of environment and culture on prevailing components, texture and flavours in wine and food. *Journal of Culinary Science and Technology*, 4(2/3): 129-152.
- İçigen, E. T., ve Çetin, E. İ. (2017). AHP temelli TOPSIS yöntemi ile konaklama işletmelerinde personel seçimi. *Balkan Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(13), 179-187.
- Jo, M. and Cha, J. (2019). The influence of Korean-Chinese on the Korean tourism industry through acculturation and adaptation using the medium of food. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 17(4), 416-431.
- Közeleme, O. (2012). *Mutfak kültürü ve din*. Rağbet Yayınları, İstanbul.
- Lee, S.H. and Cox, C. (2007). Acculturation, travel, lifestyle, and tourist behavior: a study of Korean immigrants in Australia. *Tourism Culture and Communication*, 7(3): 183-196.
- Long, L.M. (1998). Culinary Tourism: A folkloristic perspective on eating and otherness. *Southern Folklore*, 55(3), 181-204.
- Mak, A.H.N., Lumbers, M. and Eves, A. (2012). Globalisation and food consumption in tourism. *Annals of Tourism Research*, 39(1): 171-196.
- Mitchell, R. and Hall, C. M. (2003). Consuming tourists: food tourism consumer behaviour. C.M. Hall., vd. (Ed.), *In food tourism around the world: development, management and markets* (pp. 60-80). Burlington.
- Okumus, B., Koseoglu, M. A. and Ma, F. (2018). Food and gastronomy research in tourism and hospitality: a bibliometric analysis. *International Journal of Hospitality Management*, 73, 64-74.
- Ondieki, E.B. vd., (2017). Gastronomic identity: role of the environment and culture on culinary tourism. *African Journal of Tourism, Hospitality and Leisure Studies*, 3(1): 17-21.
- Polat, S. and S. Aktaş-Polat (2020). Transformation of local culinary through gastronomy tourism. *Sosyoekonomi*, 28(43), 243-256.
- Saaty T.L. (1994). How to make a decision: the analytic hierarchy process. *Interfaces*, 24(6), 19-43.
- Saaty T.L., (2008). Decision making with the analytic hierarchy process. *International Journal Services Sciences*, 1(1), 83-98.
- Saaty, R. W. (1987). The analytic hierarchy process what it is and how it is used. *Mathematical Modelling*, 9(3-5), 161-176.
- Saaty, T.L and Vargas, L.G. (2001), *Models, methods, concepts and applications of the analytic hierarchy process*. Springer, New York.
- Saaty, T.L. (2006). *Fundamentals of decision making and priority theory with the analytic hierarchy process*. RWS Publications.
- Sezgin, M. ve Yurtlu, M. (2021). Dijital pazarlama yöneticilerinin bakış açısıyla en uygun otel seçimi: analitik hiyerarşi prosesi (AHP) ve PROMETHEE yaklaşımı. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(3): 1756-1784.
- Uyar, M. (2020). *Yerel mutfağın dönüşümünde turizmin rolü*. Yayımlanmış Doktora Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Uyar, M. (2022). Yerel mutfığa özgü niteliklerin belirlenmesi üzerine bir metafor çalışması: Alanya örneği. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 5(2), 631-639.
- Uyar, M. (2023). Role of tourism in changing of local cuisine: qualitative study in Alanya region. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 6(2), 667-678.

- Yu, X., Guo, S., Guo, J. and Huang, X. (2011). Rank B2C E-commerce websites in e-alliance based on AHP and fuzzy TOPSIS. *Expert Systems With Applications*, 38(4), 3550-3557.
- Zelinsky, W. (1985), The roving palate: north america's ethnic restaurant cuisines. *Geoforum*, 16(1), 51-72.