



INTERNATIONAL JOURNAL OF TOURISM AND DESTINATION STUDIES

INTERNATIONAL | OPEN ACCESS | PEER-REVIEWED | INDEXED | E-JOURNAL

**I
J
O
T
A
D
S**

Year : 2024
Volume : III
Issue : II

ISSN : 2822-6089
Web : ijotads.com
E-Mail : ijotads@gmail.com
Chief Editor : Aydın ÜNAL
Issue Editors : Yunus DOĞAN & Nur Neşe ŞAHİN

TÜRKİYE

ABOUT US

International Journal of Tourism and Destination Studies is a peer-reviewed and scientific journal that started its publication life in 2022 to be published in other international indexes. Our journal includes all conceptual and practice-based studies on tourism-related business, guidance, recreation, gastronomy, special interest, sustainability, alternative tourism and other current tourism topics, as well as destination management, marketing, analysis, etc. It is open to all studies and research on the subject headings. The main purpose of our journal is to bring original studies to the tourism literature and sector; to bring scientific solutions to academic, sectoral and literature problems and to create a publishing approach that will be sustained by taking into account the principles of scientific publication ethics, impartiality and transparency. In addition our journal; within the framework of the relevant principles and principles, it strives to prove itself in its field within a certain period of time and to be scanned in international field indexes, primarily TR DİZİN. The **International Journal of Tourism and Destination Studies** is published online and free of charge as two issues in september and march throughout the year, in Turkish and English, within the scope of the principles of double-blind refereeing and scientific publication ethics.

HAKKIMIZDA

International Journal of Tourism and Destination Studies 2022 yılında uluslararası diğer indekslerde yayımlanmak üzere yayın hayatına başlamış hakemli ve bilimsel bir dergidir. Dergimiz turizmle alakalı işletmecilik, rehberlik, rekreasyon, gastronomi, özel ilgi, sürdürülebilirlik, alternatif turizm ve diğer güncel turizm konu başlıklarında tüm kavramsal ve uygulama temelli çalışmalara ve ayrıca destinasyon yönetimi, pazarlaması, analizi vb. konu başlıklarındaki tüm çalışmalara ve araştırmalara açıktır. Dergimizin temel varlık amacını turizm alanyazına ve sektörüne özgün çalışmalar kazandırmak; akademik, sektörel ve alanyazınsal sorunsallara bilimsel çözüm önerileri getirmek ve bilimsel yayın etiği, tarafsızlık ve şeffaflık ilkelerini dikkate alarak sürdürülecek yayıncılık anlayışı oluşturmaktadır. Ayrıca dergimiz; ilgili prensipler ve ilkeler çerçevesinde belirli bir süre zarfında alanında kendisini ispatlayıp öncelikle TR DİZİN başta olmak üzere uluslararası alan indeksleri nezdinde taranma gayretindedir. **International Journal of Tourism and Destination Studies** yıl içerisinde eylül ve mart aylarında, Türkçe ve İngilizce dillerinde, çift kör hakemlik ve bilimsel yayın etiği ilkeleri kapsamında iki sayı olarak, uluslararası diğer indeks kapsamında, online (çevrimiçi) ve ücretsiz olarak yayınlanmaktadır.

PURPOSE AND SCOPE

The main purpose of the **International Journal of Tourism and Destination Studies** is to bring original studies to the tourism literature and sector; to bring scientific solutions to academic, sectoral and literature problems and to create a publishing approach that will be sustained by taking into account the principles of scientific publication ethics, impartiality and transparency. Our journal is open to publications from all sub-disciplines and subject headings that may be included in the general topic of tourism and destination. The **International Journal of Tourism and Destination Studies** will be published online and free of charge in two issues in september and march throughout the year, in Turkish and English, within the scope of the principles of double-blind refereeing and scientific publication ethics. The journal is open to all conceptual, theoretical and practical studies, as well as extended and enriched contents of papers-paper formats. Also congress, symposium, etc. journals can be included in special or additional issues of organizations.

AMAÇ VE KAPSAM

International Journal of Tourism and Destination Studies temel varlık amacını turizm alanyazına ve sektörüne özgün çalışmalar kazandırmak; akademik, sektörel ve alanyazınsal sorunsallara bilimsel çözüm önerileri getirmek ve bilimsel yayın etiği, tarafsızlık ve şeffaflık ilkelerini dikkate alarak sürdürülecek yayıncılık anlayışı oluşturmaktadır. Dergimiz turizm ve destinasyon genel konu başlığına dâhil olabilecek tüm alt disiplinlere ve konu başlıklarından yayınlara açıktır. **International Journal of Tourism and Destination Studies** yıl içerisinde eylül ve mart aylarında, Türkçe ve İngilizce dillerinde, çift kör hakemlik ve bilimsel yayın etiği ilkeleri kapsamında iki sayı şeklinde, uluslararası diğer indeks kapsamında, online (çevrimiçi) ve ücretsiz olarak yayınlanacaktır. Dergi kavramsal, kuramsal, uygulama içerikli tüm çalışmalara ve bildiri-tebliğ formatındaki çalışmaların genişletilmiş ve zenginleştirilmiş içeriklerine açıktır. Ayrıca kongre, sempozyum, vb. organizasyonların özel veya ek sayılarında dergi yer alabilmektedir.

JOURNAL BOARDS

CHIEF EDITOR

Title	Name-Surname	Affiliation-Institute
Dr.	Aydın ÜNAL	Sinop University

EDITORS

Title	Name-Surname	Affiliation-Institute
Dr.	Emre ÇİLESİZ	Sinop University
Dr.	Ercan KARAÇAR	Sinop University
Dr.	Ersin ARIKAN	Isparta Applied Sciences University
Dr.	Onur ÇELEN	Bursa Uludağ University

ASSISTANT EDITOR

Title	Name-Surname	Affiliation-Institute
Ms.C.	İlknur ÖZSEZGİN	Independent Researcher

LANGUAGE EDITORS

Title	Name-Surname	Affiliation-Institute	Language
Dr. Lecturer	Asım Çağrı ŞENOL Ramazan GÜZEL	Çankırı Karatekin University Sinop University	Turkish English

TECHNICAL EDITORS

Title	Name-Surname	Affiliation-Institute
Dr.	Emre ÇİLESİZ	Sinop University
Dr.	Ersin ARIKAN	Isparta Applied Sciences University

AREA EDITORS

TOURISM MANAGEMENT AREA EDITORS

Title	Name-Surname	Affiliation-Institute
Dr.	Ahmet KÖROĞLU	Balıkesir University
Dr.	Bayram ŞAHİN	Balıkesir University
Dr.	Cafer TOPALOĞLU	Muğla Sıtkı Koçman University
Dr.	Cevdet AVCIKURT	Balıkesir University
Dr.	Emrah ÖZKUL	Kocaeli University
Dr.	Erol DURAN	Çanakkale Onsekiz Mart University
Dr.	Hasan Hüseyin SOYBALI	Afyon Kocatepe University
Dr.	İsmail KIZILIRMAK	İstanbul University
Dr.	Kutay OKTAY	Kastamonu University
Dr.	Muammer MESCİ	Düzce University
Dr.	Muharrem TUNA	Ankara Hacı Bayram Veli University
Dr.	Murat YEŞİLTAŞ	Burdur Mehmet Akif Ersoy University
Dr.	Orhan BATMAN	Sakarya Applied Sciences University
Dr.	Şule AYDIN	Nevşehir Hacı Bektaş Veli University
Dr.	Yusuf AYMANKUY	Balıkesir University
Dr.	Yüksel ÖZTÜRK	Ankara Hacı Bayram Veli University

GASTRONOMY AREA EDITORS

Title	Name-Surname	Affiliation-Institute
Dr.	Ahmet AKTAŞ	Kapadokya University
Dr.	Atilla AKBABA	İzmir Kâtip Çelebi University
Dr.	Berrin GÜZEL	Aydın Adnan Menderes University
Dr.	Düriye BOZOK	Balıkesir University
Dr.	Fügen ÖZKAYA	Ankara Hacı Bayram Veli University
Dr.	Hakan TURGUT	Başkent University
Dr.	İrfan YAZICIOĞLU	Ankara Hacı Bayram Veli University
Dr.	Mehmet SARIŞIK	Sakarya Applied Sciences University
Dr.	Mehmet Oğuzhan İLBAN	Balıkesir University
Dr.	Murat DOĞDUBAY	Balıkesir University
Dr.	Şafak ÜNÜVAR	Selçuk University
Dr.	Şevki ULEMA	Sakarya Applied Sciences University

RECREATION AREA EDITORS

Title	Name-Surname	Affiliation-Institute
Dr.	Akyay UYGUR	Ankara Hacı Bayram Veli University
Dr.	Ali YAYLI	Ankara Hacı Bayram Veli University
Dr.	Aydın YILMAZER	Sakarya Applied Sciences University
Dr.	Bilgehan GÜLCAN	Ankara Hacı Bayram Veli University
Dr.	Gül GÜNEŞ	Selçuk University
Dr.	Nuray TÜRKER	Karabük University

TOURISM GUIDANCE AREA EDITORS

Title	Name-Surname	Affiliation-Institute
Dr.	Aysu ALTAŞ	Aksaray University
Dr.	Burhanettin ZENGİN	Sakarya Applied Sciences University
Dr.	İbrahim GÖNEN	Nişantaşı University
Dr.	Necdet HACIOĞLU	İstanbul Gelişim University
Dr.	Orhan İÇÖZ	Yaşar University
Dr.	Özlem KÖROĞLU	Balıkesir University

ADVISORY BOARD

Title	Name-Surname	Affiliation-Institute
Dr.	Ahmet AKTAŞ	Kapadokya University
Dr.	Ahmet KÖROĞLU	Balıkesir University
Dr.	Akyay UYGUR	Ankara Hacı Bayram Veli University
Dr.	Ali YAYLI	Ankara Hacı Bayram Veli University
Dr.	Atilla AKBABA	İzmir Kâtip Çelebi University
Dr.	Aydın YILMAZER	Sakarya Applied Sciences University
Dr.	Bayram ŞAHİN	Balıkesir University
Dr.	Berrin GÜZEL	Aydın Adnan Menderes University
Dr.	Bilgehan GÜLCAN	Ankara Hacı Bayram Veli University
Dr.	Burhanettin ZENGİN	Sakarya Applied Sciences University
Dr.	Cafer TOPALOĞLU	Muğla Sıtkı Koçman University
Dr.	Cevdet AVCIKURT	Balıkesir University
Dr.	Düriye BOZOK	Balıkesir University
Dr.	Emrah ÖZKUL	Kocaeli University
Dr.	Erol DURAN	Çanakkale Onsekiz Mart University
Dr.	Fügen ÖZKAYA	Ankara Hacı Bayram Veli University
Dr.	Gül GÜNEŞ	Selçuk University
Dr.	Hakan TURGUT	Başkent University
Dr.	Hasan Hüseyin SOYBALI	Afyon Kocatepe University
Dr.	İbrahim GÖNEN	Nişantaşı University
Dr.	İrfan YAZICIOĞLU	Ankara Hacı Bayram Veli University
Dr.	İsmail KIZILIRMAK	İstanbul University
Dr.	Kutay OKTAY	Kastamonu University
Dr.	Mehmet SARIŞIK	Sakarya Applied Sciences University
Dr.	Mehmet Oğuzhan İLBAN	Balıkesir University
Dr.	Muammer MESCİ	Düzce University
Dr.	Muharrem TUNA	Ankara Hacı Bayram Veli University
Dr.	Muhsin HALİS	Kocaeli University
Dr.	Murat DOĞDUBAY	Balıkesir University
Dr.	Murat Selim SELVİ	Tekirdağ Namık Kemal University
Dr.	Murat YEŞİLTAŞ	Burdur Mehmet Akif Ersoy University
Dr.	Necdet HACIOĞLU	İstanbul Gelişim University
Dr.	Nuray TÜRKER	Karabük University
Dr.	Orhan BATMAN	Sakarya Applied Sciences University
Dr.	Orhan İÇÖZ	Yaşar University
Dr.	Özlem KÖROĞLU	Balıkesir University
Dr.	Şafak ÜNÜVAR	Selçuk University
Dr.	Şevki ULEMA	Sakarya Applied Sciences University
Dr.	Şule AYDIN	Nevşehir Hacı Bektaş Veli University
Dr.	Yusuf AYMANKUY	Balıkesir University
Dr.	Yüksel ÖZTÜRK	Ankara Hacı Bayram Veli University

IJOTADS

SCIENCE AND REFEREE BOARD

Title	Name-Surname	Affiliation-Institute
Dr.	Abdülmenaf KORKUTATA	Çanakkale Onsekiz Mart University
Dr.	Ahmet AKTAŞ	Kapadokya University
Dr.	Ahmet KÖROĞLU	Balıkesir University
Dr.	Akif GÖKÇE	Sakarya Applied Sciences University
Dr.	Akyay UYGUR	Ankara Hacı Bayram Veli University
Dr.	Ali SOLUNOĞLU	Balıkesir University
Dr.	Ali Turan BAYRAM	Sinop University
Dr.	Ali YAYLI	Ankara Hacı Bayram Veli University
Dr.	Alper IŞIN	İzmir Kâtip Çelebi University
Dr.	Alper KURNAZ	Bolu Abant İzzet Baysal University
Dr.	Atilla AKBABA	İzmir Kâtip Çelebi University
Dr.	Aydın ÜNAL	Sinop University
Dr.	Aydın YILMAZER	Sakarya Applied Sciences University
Dr.	Ayhan DAĞDEVİREN	Çankırı Karatekin University
Dr.	Aynur GÜLENC BİRSEN	Necmettin Erbakan University
Dr.	Aysu ALTAŞ	Aksaray University
Dr.	Aysun GARGACI KINAY	Sinop University
Dr.	Ayşen ACUN KÖKSALANLAR	Bursa Uludağ University
Dr.	Aziz Gökhan ÖZKOÇ	Sakarya Applied Sciences University
Dr.	Bayram AKAY	Burdur Mehmet Akif Ersoy University
Dr.	Bayram ŞAHİN	Balıkesir University
Dr.	Begüm Dilara EMİROĞLU	Şırnak University
Dr.	Bekir EŞİTTİ	Çanakkale Onsekiz Mart University
Dr.	Belma SUNA	Gaziantep University
Dr.	Berrin GÜZEL	Aydın Adnan Menderes University
Dr.	Betül ÇETİN	Niğde Ömer Halisdemir University
Dr.	Beyza HATIRNAZ	Düzce University
Dr.	Bilal DEVECİ	Kırklareli University
Dr.	Bilgehan GÜLCAN	Ankara Hacı Bayram Veli University
Dr.	Birgül AYDIN	Doğuş University
Dr.	Buket BULUK EŞİTTİ	Çanakkale Onsekiz Mart University
Dr.	Burhan SEVİM	Kastamonu University
Dr.	Burhanettin ZENGİN	Sakarya Applied Sciences University
Dr.	Cafer TOPALOĞLU	Muğla Sıtkı Koçman University
Dr.	Ceren İŞÇİ	Manisa Celâl Bayar University
Dr.	Cevdet AVCIKURT	Balıkesir University
Dr.	Ceyhun AKYOL	Artvin Çoruh University
Dr.	Çağla ÜST CAN	Aksaray University
Dr.	Çağrı ERDOĞAN	Sakarya Applied Sciences University
Dr.	Didar SARI ÇALLI	Sakarya Applied Sciences University
Dr.	Duran CANKÜL	Eskişehir Osmangazi University
Dr.	Düriye BOZOK	Balıkesir University
Dr.	Eda HAZARHUN	Independent Researcher
Dr.	Elham ANASORİ	Eastern Mediterranean University
Dr.	Emine CİHANGİR	Van Yüzüncü Yıl University
Dr.	Emirhan YENİŞEHİRLİOĞLU	Alanya Alaaddin Keykubat University
Dr.	Emrah ÖRGÜN	Sinop University
Dr.	Emrah ÖZKUL	Kocaeli University
Dr.	Emrah YAŞARSOY	Kastamonu University
Dr.	Emre ÇİLESİZ	Sinop University
Dr.	Eray POLAT	Gümüşhane University
Dr.	Ercan KARAÇAR	Sinop University
Dr.	Ercan YAVUZ	Ankara Hacı Bayram Veli University
Dr.	Erhan BABAÇ	Afyon Kocatepe University
Dr.	Erkan GÜNEŞ	Erzincan Binali Yıldırım University
Dr.	Erol DURAN	Çanakkale Onsekiz Mart University
Dr.	Ersin ARIKAN	Isparta Applied Sciences University
Dr.	Fatih TÜRKMEN	Karabük University
Dr.	Fügen ÖZKAYA	Ankara Hacı Bayram Veli University
Dr.	Füsün ESENKAL	Bandırma Onyeddi Eylül University
Dr.	Gizem ÇORMAN	Nişantaşı University
Dr.	Gizem ÖZGÜREL	Balıkesir University
Dr.	Göksel Kemal GİRGIN	Balıkesir University
Dr.	Gönül GÖKER	Çankırı Karatekin University

Dr.	Gözde SEVAL ERGÜN	Akdeniz University
Dr.	Gül ERKOL BAYRAM	Sinop University
Dr.	Gül GÜNEŞ	Selçuk University
Dr.	Gülçin ALGAN ÖZKÖK	Selçuk University
Dr.	Gülsüm DEMİR KAYA	Trabzon University
Dr.	Gülşen BAYAT	İğdır University
Dr.	Gürkan AKDAĞ	Mersin University
Dr.	Gürkan ALAGÖZ	Erzincan Binali Yıldırım University
Dr.	Hakan TURGUT	Başkent University
Dr.	Handan ÖZÇELİK BOZKURT	Sinop University
Dr.	Harun ÇALHAN	Erciyes University
Dr.	Hasan Ali ERDOĞAN	Necmettin Erbakan University
Dr.	Hasan CİNNİOĞLU	İskenderun Teknik University
Dr.	Hasan Hüseyin SOYBALI	Afyon Kocatepe University
Dr.	Hasibe YAZIT	Sinop University
Dr.	Hüseyin Avni KIRMACI	Karabük University
Dr.	Hülya ERASLAN	Harran University
Dr.	Hüseyin PAMUKÇU	Afyon Kocatepe University
Dr.	İbrahim ÇETİN	Akdeniz University
Dr.	İbrahim GÖNEN	Nişantaşı University
Dr.	İrfan YAZICIOĞLU	Ankara Hacı Bayram Veli University
Dr.	İsmail BİLGİÇLİ	Sakarya Applied Sciences University
Dr.	İsmail ÇALIK	Gümüşhane University
Dr.	İsmail KIZILIRMAK	İstanbul University
Dr.	Kansu GENÇER	Kütahya Dumlupınar University
Dr.	Kaplan UĞURLU	Kırklareli University
Dr.	Kerem KAPTANGİL	Sinop University
Dr.	Koray GENÇ	Ordu University
Dr.	Kutay OKTAY	Kastamonu University
Dr.	Kübra AŞAN	Sinop University
Dr.	Kübra ÇAMUR	Gazi University
Dr.	Mahmut BARAKAZI	Harran University
Dr.	Makbule CİVELEK	Zonguldak Bülent Ecevit University
Dr.	Mehmet Mert PASLI	Giresun University
Dr.	Mehmet Oğuzhan İLBAN	Balıkesir University
Dr.	Mehmet SARIŞIK	Sakarya Applied Sciences University
Dr.	Mehmet ŞEREMET	Van Yüzüncü Yıl University
Dr.	Melda AKBABA	Kilis 7 Aralık University
Dr.	Melih AYDIN	Kilis 7 Aralık University
Dr.	Melike GÜL	Balıkesir University
Dr.	Meltem YALÇIN KAYIKÇI	Kırklareli University
Dr.	Mesut BOZKURT	Çanakkale Onsekiz Mart University
Dr.	Mikail KARA	Çankırı Karatekin University
Dr.	Muammer MESCİ	Düzce University
Dr.	Muhammed TAŞ	Erzincan Binali Yıldırım University
Dr.	Muhammet Caner KAYA	Düzce University
Dr.	Muhammet Emin SOYDAŞ	Pamukkale University
Dr.	Muharrem TUNA	Ankara Hacı Bayram Veli University
Dr.	Muhsin HALİS	Kocaeli University
Dr.	Murat DOĞDUBAY	Balıkesir University
Dr.	Murat Selim SELVİ	Tekirdağ Namık Kemal University
Dr.	Murat YEŞİLTAŞ	Burdur Mehmet Akif Ersoy University
Dr.	Mustafa İnanç KAPUCUOĞLU	Sakarya Applied Sciences University
Dr.	Mustafa Murat KIZANLIKLI	Ankara Hacı Bayram Veli University
Dr.	Necdet HACIOĞLU	İstanbul Gelişim University
Dr.	Necibe ŞEN	Erzincan Binali Yıldırım University
Dr.	Nercü DURMUŞ AYDIN	Tokat Gaziosmanpaşa University
Dr.	Neslihan CAVLAK	Tekirdağ Namık Kemal University
Dr.	Neşe KAFA	Çanakkale Onsekiz Mart University
Dr.	Nur Neşe ŞAHİN	Yalova University
Dr.	Nuray TÜRKER	Karabük University
Dr.	Nuray TÜRKÖĞLU	Muş Alparslan University
Dr.	Olca SEZEN DOĞANCILI	Sinop University
Dr.	Onur ATAK	Muğla Sıtkı Koçman University
Dr.	Onur ÇAKIR	Kırklareli University
Dr.	Onur ÇELEN	Bursa Uludağ University
Dr.	Orhan BATMAN	Sakarya Applied Sciences University
Dr.	Orhan İÇÖZ	Yaşar University
Dr.	Osman ÇAPAN	Atatürk University
Dr.	Ömer Kürşad TÜFEKÇİ	Isparta Applied Sciences University

Dr.	Ömer SARAÇ	Sakarya Applied Sciences University
Dr.	Özgür YAYLA	Akdeniz University
Dr.	Özlem KÖROĞLU	Balıkesir University
Dr.	Pelin KOÇ	Van Yüzüncü Yıl University
Dr.	Recep YILDIRGAN	Sakarya Applied Sciences University
Dr.	Sabriye ÇELİK UĞUZ	Balıkesir University
Dr.	Sait DOĞAN	İskenderun Teknik University
Dr.	Salim İBİŞ	İstanbul Galata University
Dr.	Sebahattin KARAMAN	Balıkesir University
Dr.	Seda ŞAHİN	Balıkesir University
Dr.	Seden DOĞAN	Ondokuz Mayıs University
Dr.	Semahat Banu YILDIZ	Balıkesir University
Dr.	Semih ARICI	Pamukkale University
Dr.	Serap ALKAYA	Pamukkale University
Dr.	Serkan ŞENGÜL	Sakarya Applied Sciences University
Dr.	Serkan TÜRKMEN	Çanakkale Onsekiz Mart University
Dr.	Serpil KOCAMAN	Alanya Alaaddin Keykubat University
Dr.	Seyit Ahmet SOLMAZ	Harran University
Dr.	Sibel SÜ ERÖZ	Kırklareli University
Dr.	Sinan ÇAVUŞOĞLU	Bingöl University
Dr.	Süleyman AKKAŞOĞLU	Doğuş University
Dr.	Şaban KARGIĞLIOĞLU	Muğla Sıtkı Koçman University
Dr.	Şafak ÜNÜVAR	Selçuk University
Dr.	Şahin KARABULUT	Karamanoğlu Mehmetbey University
Dr.	Şefik Okan MERCAN	Çanakkale Onsekiz Mart University
Dr.	Şevki ULEMA	Sakarya Applied Sciences University
Dr.	Şule AYDIN	Nevşehir Hacı Bektaş Veli University
Dr.	Taner DALGIN	Muğla Sıtkı Koçman University
Dr.	Tuba TÜRKMENDAĞ	Atatürk University
Dr.	Turgay BUCAK	Dokuz Eylül University
Dr.	Tülay GÜZEL	Çanakkale Onsekiz Mart University
Dr.	Uğur SAYLAN	Kütahya Dumlupınar University
Dr.	Ümit SORMAZ	Necmettin Erbakan University
Dr.	Üzeyir KEMENT	Ordu University
Dr.	Yasemin KOÇAK BİLGİN	Doğuş University
Dr.	Yasemin TEKİN	Balıkesir University
Dr.	Yeliz PEKERŞEN	Necmettin Erbakan University
Dr.	Yunus DOĞAN	Mersin University
Dr.	Yusuf ACAR	Aksaray University
Dr.	Yusuf AYMANKUY	Balıkesir University
Dr.	Yüksel ÖZTÜRK	Ankara Hacı Bayram Veli University
Dr.	Züleyhan BARAN	Düzce University

IJOTADS

ISSUE REFEREE BOARD

Title	Name-Surname	Affiliation-Institute
Dr.	Akif GÖKÇE	Sakarya University of Applied Sciences
Dr.	Erkan GÜNEŞ	Erzincan Binali Yıldırım University
Dr.	Füsun ESENKAL	Bandırma Onyeddi Eylül University
Dr.	Gizem ÇORMAN	Nişantaşı University
Dr.	İsa UĞUR	Karabük University
Dr.	Muhammed TAŞ	Erzincan Binali Yıldırım University
Dr.	Mustafa İnanç KAPUCUOĞLU	Sakarya University of Applied Sciences
Dr.	Nercü DURMUŞ AYDIN	Tokat Gaziosmanpaşa University
Dr.	Nur Neşe ŞAHİN	Yalova University
Dr.	Oğuz DOĞAN	Antalya Bilim University
Dr.	Oğuzhan DÜLGAROĞLU	Balıkesir University
Dr.	Onur ERASLAN	Harran University
Dr.	Osman ÇAPAN	Atatürk University
Dr.	Recep YILDIRGAN	Sakarya University of Applied Sciences
Dr.	Simge ŞALVARCI	Selçuk University
Dr.	Yasemin TEKİN	Balıkesir University
Dr.	Yeliz PEKERŞEN	Necmettin Erbakan University
Dr.	Yunus DOĞAN	Mersin University



IJOTADS

INTERNATIONAL INDEXES

IJOTADS, which started its publication life in June 2022, was published without ISSN and index in its first volume due to its publication principles, and with its second volume, it continues its publication life in other international indexes and databases such as ISSN: 2822-6089 and Directory of Research Journals Indexing (DRJI), EuroPub, RootIndexing,

Directory of Open Access Scholarly Resources (ROAD), Eurasian Scientific Journal Index (ESJI), J-Gate, ResearchBible, CiteFactor, Index Copernicus, International Institute of Organized Research (I2OR), International Scientific Indexing (ISI), Cosmos, OpenAIRE, CABI, Scientific Indexing Services and Advanced Science Index.

Directory of Research Journals Indexing (DRJI)



<http://olddrji.lbp.world/JournalProfile.aspx?jid=2822-6089>

EuroPub

<https://europub.co.uk/journals/29724>

RootIndexing



[https://www.rootindexing.com/journal/international-journal-of-tourism-and-destination-studies-\(IJOTADS\)/](https://www.rootindexing.com/journal/international-journal-of-tourism-and-destination-studies-(IJOTADS)/)

Directory of Open Access Scholarly Resources



<https://portal.issn.org/resource/ISSN/2822-6089>

Eurasian Scientific Journal Index

<http://esjindex.org/search.php?id=6089>

J-Gate



<https://jgateplus.com/>

ResearchBible



<https://journalseeker.researchbib.com/view/issn/2822-6089>

CiteFactor



<https://www.citefactor.org/journal/index/29646/international-journal-of-tourism-and-destination-studies-ijotads#.Y1oJanZBztQ>

Index Copernicus



<https://journals.indexcopernicus.com/search/form?search=International%20Journal%20Of%20Tourism%20And%20Destination%20Studies>

International Institute of Organized Research (I2OR)



<http://www.i2or.com/9.html>

International Scientific Indexing (ISI)



<https://isindexing.com/isi/viewjournal.php>

Cosmos



https://cosmosimpactfactor.com/page/journals_details/7784.html

OpenAIRE



<https://www.openaire.eu/>

CABI



<https://www.cabi.org/about-cabi/membership/>

Scientific Indexing Services (SIS)



<https://www.sindexs.org/JournalList.aspx?ID=8545>

Advanced Science Index



<https://journal-index.org/index.php/asi/author/submission/25035>

ULUSAL İNDEKSLER

Dergimiz ayrıca ASOS İndeks, AcarIndex, Bilgindex, Türkiye Turizm Dizini, İdealonline ve Index of Academic Documents gibi ulusal indekslerde ve dizinlerde taranmaktadır.

ASOS İndeks		https://atif.sobiad.com/index.jsp?modul=dergi-sayfasi&ID=BjL6mIoBQzmg-9NMr-mS
AcarIndex		https://www.acarindex.com/journals/international-journal-of-tourism-and-destination-studies-7209
Bilgindex		https://www.bilgindex.org/index.php/indexed-journals/217/view_bl/53/tourism-hospitality-leisure-and-sport/56/international-journal-of-tourism-and-destination-studies?tab=getmybooksTab&is_show_data=1
Türkiye Turizm Dizini		http://www.turizmdizini.com/p/international-journal-of-tourism-and.html
İdealonline		https://www.idealonline.com.tr/IdealOnline/lookAtPublications/journalDetail.xhtml?uId=1302
Index of Academic Documents		http://openaccess.izmirakademi.org/journal/ijotads/2878

JOURNAL CONTACT INFORMATION

Sinop University, Faculty of Tourism, Osmaniye District, University Street, No: 52L, SİNOP/TÜRKİYE

ijotads@gmail.com

EDITOR CONTACT INFORMATION

Dr. Aydın ÜNAL	Dr. Ercan KARAÇAR	Dr. Emre ÇİLESİZ	Dr. Ersin ARIKAN	Dr. Onur ÇELEN
Sinop University	Sinop University	Sinop University	Isparta Applied Sciences University	Bursa Uludag University
Faculty of Tourism	Faculty of Tourism	Faculty of Tourism	Faculty of Tourism	Harmancık Vocational High School
0 543 853 80 69	0 507 868 75 20	0 539 266 17 01	0 506 773 19 79	0 541 716 37 52
aydin-unal@hotmail.com.tr	ekaracar@sinop.edu.tr	ecilesiz@sinop.edu.tr	ersinarikan@hotmail.com	onurcelen@uludag.edu.tr

IJOTADS

FROM THE EDITOR

Dear people of the world of science and the Tourism Academy;

International Journal of Tourism and Destination Studies (IJOTADS) is an international, peer-reviewed, open access and free e-journal that started its publication life in 2022. Our journal, which set out with other international indexes and with the effort to enter the TR INDEX in a short time, continues its journey by complying with the necessary care, meticulousness and ethical principles in order to be included in the international indexes in the long term. Our journal, which is actively involved in various committees of academics with national and international recognition, experience and reliability in the field of tourism is also a social science platform where everyone who is engaged in academic writing, opinion, study and thought can have a say. Since the idea of establishment emerged, our valuable professors in the board of directors of the journal, who have joined the family of our journal, support us, guide us with their scientific knowledge, experiences, studies and researches, shed light, support and participate in the processes and also by not offending us both from home and abroad. We would like to thank our esteemed professors who are in the advisory, publication and referee boards and who contributed to us with their fields of expertise. In this journey that we have embarked on to contribute to tourism academic experience; we, as the IJOTADS family, have been working as a referee, editor, etc., as well as at the point of publication. We expect your support in the duties and invite you to share responsibility. Your presence and support will encourage, motivate and strengthen us on this difficult path. As IJOTADS Journal, we thank you in advance for your presence and support and we wish you health, peace, success and a happy working life.

Regards.

On behalf of the IJOTADS Editorial Board

Dr. Aydın ÜNAL

EDİTÖRDEN

Bilim dünyasının ve Turizm Akademisinin değerli insanları;

International Journal Of Tourism And Destination Studies (IJOTADS) 2022 yılında yayın hayatına başlamış uluslararası, hakemli, açık erişim ve ücretsiz bir e-dergidir. Uluslararası diğer indekslerde taranan ve kısa sürede TR DİZİN indekse girme gayreti ile yola çıkan dergimiz uzun vadede ise uluslararası alan indekslerinde yer almak için gerekli özen, titizlik ve etik ilkelere riayet ederek yolculuğuna devam etmektedir. Turizm alanında ulusal ve uluslararası düzeyde bilinirliği, birikimi ve güvenilirliği olan akademisyenlerin çeşitli kurullarında aktif olarak yer aldığı dergimiz aynı zamanda turizm ile ilgili akademik yazı, görüş, çalışma ve düşünce ile meşgul olan herkesin söz söyleyebileceği sosyal bir bilim platformudur. Kuruluş fikri ortaya çıktığından bu güne dergimiz ailesine katılan, bizleri destekleyen, bilimsel birikimleri, deneyimleri, çalışmaları ve araştırmaları ile yol gösteren, ışık tutan, destek olan ve süreçlere dâhil olan başta dergi yönetim kurulundaki değerli hocalarımıza, ayrıca gerek yurt içinden gerekse yurtdışından bizleri kıymetli hocalarımıza teşekkürü bir borç biliriz. Turizm akademik birikimine bir nebze katkı sunmak üzere çıkmış olduğumuz bu yolculukta, IJOTADS ailesi olarak yayın noktasında olduğu kadar hakemlik, editörlük, vb. görevlerde de sizlerin desteklerinizi bekleriz ve sorumluluk paylaşmaya davet ederiz. Varlığımız ve destekleriniz bizleri bu zorlu yolda cesaretlendirecektir, motive edecektir ve bizlere güç katacaktır. IJOTADS Dergisi olarak şimdiden varlığımız ve destekleriniz için teşekkür ederiz; sağlık, huzur, başarı ve gönlünüzce bir çalışma hayatı dileriz.

Saygılarımızla.

IJOTADS Editör Kurulu Adına

Dr. Aydın ÜNAL

CONTENTS / İÇİNDEKİLER

Author/s Yazar/lar	Article Title Makale Başlığı	Page Sayfa
Cevat ERCİK	<i>Utilization of Regional Products in Patisseries and the Role of Chefs: The Case of Mersin</i> <i>Pastanelerde Yöresel Ürün Kullanımı ve Şeflerin Rolü: Mersin Örneği</i>	93-104
Aybike İSKEFİYELİ İbrahim GÖNEN	<i>Siyah Yiyeceklerin Dört ve Beş Yıldızlı Otel Mutfaklarında Kullanım Durumu ve Önemi Üzerine Bir Araştırma: Trabzon İli Örneği</i> <i>A Research on the Usage Status and Importance of Black Foods in Four and Five Star Hotel Kitchens: The Case of Trabzon Province</i>	105-117
Laleh REZAPOUR Orhan AKOVA	<i>Akıllı Turizm Gelişimi İçin Yenilikçi Bir Çözüm Olarak Blok Zincir Teknolojisi Üzerine Sistematik Bir İnceleme</i> <i>A Systematic Review on Blockchain Technology As An Innovative Solution for Smart Tourism Development</i>	118-135
Semahat GÖKER ÖZYÜREK Yusuf AYMANKUY Yılmaz AKGÜNDÜZ	<i>Kadın Turist ve Risk Konulu Çalışmaların Bibliyometrik Analizi</i> <i>Bibliometric Analysis of Studies on Women Tourist and Risk</i> <i>Gastronomy Tourism Potential and Its Development Level of İzmir from the Perspective of Domestic Tourists</i>	136-155
Yeşim KOBAY Ceylan ALKAN	<i>İzmir İlinin Gastronomi Turizmi Gelişmişlik Düzeyinin ve Potansiyelinin İncelenmesi</i>	156-167
Simay ADANIR KURU Meral ÜZÜLMEZ	<i>Gıda İşletmelerinde Sürdürülebilirlik Uygulamalarının İncelenmesi: Türkiye Örneği</i> <i>Examining of Sustainability Practices in Food Businesses: The Case of Türkiye</i>	168-181



IJOTADS

Journal	: <i>International Journal Of Tourism And Destination Studies</i>
ISSN	: 2822-6089
Article ID	: 74980
Article Type	: <i>Research Article-Araştırma Makalesi</i>
Corresponding Author	: <i>Cevat ERCİK</i>
Year	: 2024
Volume	: III
Issue	: II
Page	: 93-104
Arrival Date	: 30.01.2024
Revision Date	: 14.03.2024
Acceptance Date	: 17.03.2024
Published Date	: 30.09.2024
How to Cite This Article	: <i>Ercik, C. (2024). Utilization of Regional Products in Patisseries and the Role of Chefs: The Case of Mersin. International Journal Of Tourism And Destination Studies (IJOTADS), 3(2), 93-104. DOI: 10.5281/zenodo.10825325</i>

IJOTADS is Licensed Under A Creative Commons Attribution- Non-Commercial 4.0 International License.

UTILIZATION OF REGIONAL PRODUCTS IN PATISSERIES AND THE ROLE OF CHEFS: THE CASE OF MERSİN

PASTANELERDE YÖRESEL ÜRÜN KULLANIMI VE ŞEFLERİN ROLÜ: MERSİN ÖRNEĞİ

Cevat ERCİK

Lecturer Doctor, Mersin University, Faculty of Tourism,
cevatercik@mersin.edu.tr, Mersin/TÜRKİYE. ORCID ID: 0000-0002-9768-0027

ABSTRACT

This study investigates the tendencies of pastry chefs in Mersin to utilize local products. Conducted through face-to-face interviews with 14 chefs working in 14 bakeries located in central districts of Mersin, it was observed that the majority of participants had received education at the high school or primary school level, but had significant industry experience. The study reveals a general lack of comprehensive knowledge among chefs regarding local products. Among the frequently used local products in bakeries are bananas, strawberries, grapes, apricots, lemons, oil, and yogurt. However, there is a noticeable absence of awareness regarding the registered status of these products. Despite the increasing interest observed in certain local items, such as Silifke strawberries or Anamur bananas, some chefs still lean towards imported alternatives. The research also addresses the potential economic contributions of integrating local products into pastries, highlighting the positive impact on customer perception, and the influential role of chefs in this context. Nonetheless, it is emphasized that economic factors, business interests, and product costs play pivotal roles in decision-making. The findings provide a comprehensive perspective on the utilization of local products in the bakery sector in Mersin.

Keywords: Local Product, Geographical Indication, Pastry, Gastronomy, Pastry Chef.

Jel Codes: L80, L83, L89.

ÖZET

Bu çalışma, Mersin'deki pastane şeflerinin yöresel ürünleri kullanma eğilimlerini incelemektedir. Araştırmada, Mersin'in merkez ilçelerindeki 14 pastanede görev yapan 14 şefle yüz yüze yapılan mülakatlar kullanılmıştır. Katılımcıların çoğunluğunun lise veya ilköğretim düzeyinde eğitim aldığı fakat sektörde uzun süre çalıştığı belirlenmiştir. Şeflerin genel olarak yöresel ürünler hakkında sınırlı bilgiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Araştırma, pastanelerde sıkça kullanılan yöresel ürünler arasında muz, çilek, üzüm, kayısı, limon, yağ ve yoğurt gibi ürünlerin olduğunu ortaya koymaktadır. Ancak, bu ürünlerin tescilli olduklarına dair bilginin eksikliği dikkat çekmektedir. Bazı şefler, müşteri taleplerinde çeşitlenme ve özellikle Silifke Çilekli veya Anamur Muzlu ürünlere artan ilgiyi gözlemlemelerine rağmen, hala ithal ürünlere yönelmektedir. Araştırma, yöresel ürünlerin pastalarda kullanımının ekonomiye katkı sağlayabileceği, müşterilerin bu ürünleri görmesinin olumlu etki yaratabileceği ve şeflerin bu konudaki liderlik rollerinin belirleyici olabileceği konularını ele almaktadır. Ancak, kararlarda ekonomik faktörlerin, işletme çıkarlarının ve ürün maliyetinin de önemli bir rol oynadığı belirtilmiştir. Çalışmanın bulguları, Mersin'deki pastane sektöründe yöresel ürün kullanımına ilişkin geniş bir bakış açısı sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Yerel Ürün, Coğrafi İşaret, Pastacılık, Gastronomi, Pasta Şefi.

Jel Kodu: L80, L83, L89.

1. INTRODUCTION

The pastry industry in Mersin holds a significant place in the city's economic balance, contributing not only to the local community but also to tourists visiting the city by offering various delicacies. In recent years, there has been an increasing awareness regarding the inclusion of local products and regional flavors in pastry menus. Hence, a comprehensive study examining the tendencies of pastry chefs in Mersin to use local products, their experiences, and the impact of this usage on the sector has become necessary. This research was conducted to understand the attitudes of professionals in the pastry sector towards the use of local products, their experiences, and the effects of this usage on the sector. Semi-structured interviews were conducted with a total of 14 pastry chefs working in different bakeries in Mersin province, and the collected data were analyzed. Upon examining the participants' profiles, it was determined that they generally received education at the high school or primary school level and had extensive experience in the industry. This experience has enabled pastry chefs to be responsive to changes in the sector and customer demands. The findings revealed that the use of local products in the pastry sector in Mersin is limited. For instance, while common products like bananas, strawberries, and grapes are frequently used, there is generally low awareness that these products are specific to Mersin. Therefore, there is a need for awareness-raising and marketing strategies to increase the presence of local products in pastry menus. Furthermore, the research indicates that pastry chefs are sensitive to changes in customer demands, particularly showing an increased demand for products like Silifke Strawberries or Anamur Bananas. However, some chefs face challenges in preferring local products, prioritizing imported items, and encountering difficulties in sourcing local products. The role of geographical indication products in the city's development has been emphasized in recent years.

The growing interest and importance of using local products have been systematically addressed in various academic studies. These studies aim to understand the economic, cultural, and social impacts of regional products, develop marketing strategies, and contribute to sustainable agricultural and consumption practices. When examining a range of studies focusing on the use of local products in the food sector, it is observed that there are several significant research works in the academic literature. For example, a study conducted by Suh & MacPherson (2007) in South Korea evaluated the regional economy with the aim of revitalizing the economy by using a regional product called Boseong green tea, which increased the product's market awareness and production quantity. Ramos et al.'s study (2012) in Brazil focused on the potential of agricultural products in terms of regionality, emphasizing the necessity for the government and society to behave more consciously to increase the number of regional products. Similarly, Smith's study (2018) extensively examined consumers' preference for local products, showing that such preferences are based not only on taste but also on ethical and social factors like sustainability and local economy. A similar study by Johnson (2019) highlighted consumers' tendencies to find local products reliable and of high quality, often associated with local culture, tradition, and quality perception.

Garcia & Smith's study (2017) focused on the supply chain management issues of local products, addressing potential safety and quality issues that may arise during the production-to-consumer process. The study emphasized that establishing strong collaboration and traceability among participants in the production of local products could enhance quality standards. Studies by Şahin (2013); Taşdan et al.'s (2014); Doğan (2015) have shown that geographical indication products contribute economically and socially to rural economies. Additionally, studies by Quan & Wang (2004); Chen (2013); Aslan et al.'s (2014); Çapar & Yenipinar (2016) have highlighted the significant role of geographical indication products in tourism, serving as effective motivators in destination selection. Moreover, Mercan & Üzülmez's study (2014) extensively examined the impact of geographically certified products on regional tourism development in Çanakkale province. This study comprehensively evaluated the potential of geographical indication in regional tourism and clearly stated that geographically indicated products could be evaluated for tourism purposes. The research highlighted significant findings regarding the importance of geographical indication in supporting regional tourism, emphasizing the potential of local products in terms of tourist attraction and

economic development. Similarly, a study by Jay & Taylor (2013) focused on the legal processes of geographical indications in Europe and particularly in France, emphasizing the strategic importance of the champagne sparkling wine produced and protected by geographical indication in the region's promotion and regional tourism.

Finally, Ercik & Çoban's study (2023) aimed to evaluate the impact of regional products on processed foods, focusing on understanding the potential effects of flavor perception on consumers' attitudes. Using Mersin-specific regional products as examples, the study involved the tasting of three different chocolate-filled chocolates by 162 participants. According to the study's results, chocolates produced with geographical indication (local) products had a positive impact on consumers' intentions to purchase and recommend. This finding indicates that the use of regional products in processed foods creates a positive perception among consumers, increasing the tendency to prefer these products. This study underscores the importance of local flavors in product development processes and provides a valuable contribution to understanding consumers' attitudes towards these products.

These studies generally reflect the results concerning geographical indication food products. However, there has been no study found in the literature regarding the preferences of chefs in the food sector for using these regional products in the kitchen. In this context, understanding chefs' tendencies to use these products could fill an important gap in future research. In conclusion, the pastry sector in Mersin plays a vital role in the city's economic landscape, offering various delights not only to locals but also to tourists. Despite the increasing awareness of using local products, there are still limitations in their inclusion in pastry menus. Understanding the perspectives of pastry chefs regarding the use of regional products and addressing the challenges they face could contribute to promoting local flavors in the pastry sector. Furthermore, the importance of geographical indication products in economic development, tourism promotion, and cultural heritage enhancement is evident from various academic studies, highlighting their strategic significance in regional and international contexts.

1.1. Related Literature

1.1.1. Regional Products

Regional products can be defined based on various factors such as country, region, distance, and culture (Özdemir et al., 2015). These products refer to agricultural, food, or handicraft items that are associated with a specific geographical region or locality and have acquired a unique character or quality due to factors such as the region's specific climate, soil, cultural heritage, or traditional production methods (Nummedal & Hall, 2008). By reflecting the unique identity and cultural heritage of a particular region, these products are often associated with the local flavors and traditions of that region (Jouhki et al., 2017). Regional products are typically protected and identified through geographical indications or similar certifications. Geographical indications are a system that documents the quality, origin, and authenticity of products closely linked to a specific region or place (WIPO, 2021). These certifications provide consumers with assurance that the product comes from a specific geographical area and carries the unique characteristics of that region. Furthermore, they can support the sustainability of agricultural and food production and contribute to local economies (Crescimanno et al., 2019). The utilization of these products can contribute to the preservation of local cultural heritage and the continuation of traditional production methods (Garcia et al., 2020).

1.1.2. Utilization of Local Products and its Relationship with the Food Sector

The food sector is rapidly evolving with globalization and industrialization, offering consumers a wider range of products (Smith, 2018). However, as a consequence of these changes, the issue of using local products has gained importance. The utilization of local products represents an approach focusing on factors such as sustainability, cultural heritage, and economic development (Jones, 2020). One of the key reasons for the prominence of using local products in the food sector is the increasing sensitivity of consumers to issues such as origin, quality, and environmental sustainability (Brown, 2019). Local products often support regional agricultural practices and contribute to local economies,

thereby creating a sustainable supply chain (White, 2021). The pastry sector, as a significant part of the food industry, is increasingly drawing attention to the use of local products. Chefs working in these food establishments support the local economy by utilizing materials sourced from local suppliers and can create unique flavor profiles (Miller, 2022). However, alongside the advantages that the use of local products brings to the food sector, there are also challenges encountered (Taylor, 2019). Factors such as fluctuations in the supply chain, limited seasonal product access, and the scarcity of specific materials in certain regions compel chefs in pastry and other food businesses to make strategic decisions (Clark, 2020).

In conclusion, the relationship between the use of local products and the food sector not only provides unique experiences to consumers but also contributes to local economies and environmental sustainability. The pastry sector, by leading more research and innovation related to the use of local products, can enhance these positive impacts. Future developments in this area will offer valuable insights for stakeholders in the industry (Adams, 2021). Preferring local products not only contributes to creating unique flavor profiles but also provides significant advantages to the sector by supporting sustainable farming practices and contributing to local economies. However, challenges in the supply chain and seasonal restrictions guide professionals in the pastry sector to make strategic decisions (Clark, 2020). In this context, more efforts are needed in the industry for collaborations and supply chain management to increase the use of local products. Encouraging the use of local products will be a crucial step not only for the pastry sector but also for the entire food sector in terms of sustainability and contributing to the local economy.

1.1.3. Local Products' Sustainability and Environmental Impacts

The sustainability and environmental impacts of local products have become a significant subject of research and discussion, especially in the context of growing environmental concerns and sustainable development goals. Local products are often associated with shorter supply chains and reduced carbon footprints, contributing to a decrease in transportation processes and lowering carbon emissions (Miller & Green, 2019). Furthermore, the consumption of local products can enhance the economic resilience of local communities by supporting local economies (Williams, 2017). However, along with these advantages, sustainability claims of local products face various challenges. Consideration of elements such as production processes, packaging, and waste management is crucial (Brown & Smith, 2022). Assessing the impact of resources used in local production and conducting life cycle analyses of local products can help fully understand environmental impacts and guide sustainability efforts (Robinson et al., 2021). In this context, more research on the sustainability and environmental impacts of local products is necessary. Such research can contribute to environmental sustainability goals by supporting the sustainability claims of local products and enabling consumers and producers to make more informed decisions. Therefore, focusing on strategies that balance environmental and economic impacts with a multidisciplinary approach is a crucial step in better understanding the role local products can play in a sustainable future.

2. METHOD

Within the scope of the research, a qualitative research approach was chosen to assess the opinions regarding the use of local products in regional bakeries. In this context, semi-structured interviews were employed as the data collection method. Content analysis was utilized for data analysis. The qualitative research approach provides an in-depth look to understand participants' experiences, opinions, and perceptions, allowing the research to offer a more comprehensive and profound understanding (Creswell & Poth, 2016). In this context, the primary focus of the study is to examine participant views on the use of local products in regional bakeries in detail.

2.1. Data Collection and Sample of the Study

In this study, a qualitative research method was chosen to contribute to the understanding and examination of research conducted in the fields of culinary culture and nutritional diversity. In this context, the aim was to gather information on the use of local products in pastry businesses operating

in Mersin and the role of chefs in this usage (Harris et al., 2009, cited in Seçim, 2018: 199). The interview technique, one of the most commonly used techniques in the data collection stage of qualitative research, was adopted in this study (Yıldırım & Şimşek, 2013). The semi-structured interview technique stands out with advantages such as providing flexibility to the interviewer to ask additional questions and the ability to change the number and order of questions (Smith, 2003; Philips & Stawarski, 2008; Yıldırım & Şimşek, 2013).

The interview questions were compiled from previous studies and relevant literature, such as those conducted by Sandıkçı et al. (2015), Seçim (2018), and Büyükşalvarcı et al. (2016). The interview form was designed with the contributions of four different researchers and was presented to the opinions of four faculty members who are experts in gastronomy and culinary arts. In line with valuable suggestions received, the semi-structured interview form reached its final version. The interview form consists of two main sections. The first section includes the demographic characteristics of the participants (gender, age, education level, years of work, etc.). The second section consists of questions where participants are asked about their knowledge of local products specific to Mersin, whether certain products registered by the Turkish Patent Institute, such as banana, strawberry, grape, apricot, lemon, oil, and yogurt, are used in their bakery menus, how the demand for local products has changed in recent years, whether seeing Mersin local products in pastries positively affects customers, whether the use of local products contributes to the Mersin economy, what the leadership role of chefs is in the use of local products in the pastry industry, whether they would recommend local product usage to their customers in the future, and if they have any advice for young chef candidates regarding working with local products. This section aims to answer these questions.

In qualitative research, small sample sizes are generally preferred, and purposive sampling method is often used in the sample selection process (Miles & Huberman, 1994; Yıldırım & Şimşek, 2013). The sampling and data collection process of the study was meticulously planned within the framework of approaches specific to qualitative research. The purposive sampling method, often preferred in qualitative research, was used in determining the sample for this study. The universe of the study consists of individuals serving as pastry chefs in bakery businesses operating in the central districts of Mersin. When selecting participants for the study, direct communication with the participants by the researcher was preferred to strengthen the interaction and quality relationship. This approach contributes to the study being more in-depth and qualitatively enriched (Creswell, 1998). Contact was established with individuals serving as pastry chefs in 15 bakery businesses operating in the central districts of Mersin. One pastry chef decided not to participate in the interview process on the planned day. Therefore, face-to-face interviews were conducted with a total of 14 participants between December 6, 2023, and December 27, 2023, within predetermined appointment hours. The interviews were conducted by the researcher, and notes were taken on a semi-structured interview form based on voluntary participation. Before the interviews, information was provided about the content and purpose of the research, and voluntary participant information forms were filled out by the participants. The ethical dimension of the research was also handled with care. The study was conducted with the permission obtained from the Mersin University Social Sciences Ethics Board on December 5, 2023 (Decision No: 270). Codes were assigned to participants from k1 to k14, and interview durations ranged from 30 to 40 minutes. After the interviews, the obtained data were securely backed up electronically to minimize the risk of data loss or deletion.

2.2. Analysis of Research Data

In the data analysis stage of the study, the content analysis method, commonly preferred in qualitative research, was applied. This method is defined in the literature as an effective tool for understanding and interpreting the data set within pre-determined criteria (Yıldırım & Şimşek, 2013). This methodology involves the systematic analysis of texts obtained from interviews conducted to gain an in-depth understanding of the topics focused on in the research. Before starting the analysis process, a pre-reading of the texts was conducted by the researchers, and a general conceptual framework was established. Subsequently, a comparison was made between the content analyses conducted by two

independent researchers, and a reconciliation process was followed to address any differences that emerged. Continuing this process, the researchers jointly evaluated the content analysis of the data to reach a common understanding framework. This method was meticulously applied to increase the accuracy of the findings, ensure effective interpretation of the data, and safeguard the integrity of the research.

2.3. Research Validity and Reliability

In qualitative research, various strategies are recommended to achieve a high level of credibility in content analysis. In this context, Kozak (2014) emphasized the researcher's direct involvement in the data collection stage and the importance of taking detailed notes to enhance the reliability of the obtained data. The individual participation of the researcher is crucial for maintaining control over the data collection process and obtaining an in-depth understanding. Elo et al. (2014) highlighted the necessity of sharing comprehensive information about the research and data analysis processes to increase credibility. This allows other researchers to understand the methodology of the study and enables those who wish to conduct a similar study to use this information. Hsieh & Shannon (2005) emphasized the importance of directly quoting from analyzed texts to strengthen the reliability of the research. In this study, direct quotations from expressions in the texts were used in presenting the findings to maximize the accuracy and reliability of the data. Additionally, Graneheim & Lundman (2004) stated that discussions and seeking consensus among researchers during the analysis process are important factors for reliability. Creating a common understanding framework among researchers can enhance consistency and reliability in the analysis.

3. FINDINGS

The participant group of the study consists of a total of 14 individuals serving as pastry chefs in 14 different pastry shops located in Mersin province. These pastry chefs are individuals born between 1962 and 1987. The codes used for participant identification are sequentially K1, K2, K3, K4, K5, K6, K7, K8, K9, K10, K11, K12, K13, and K14, each representing the unique identity of every participant. In Table 1, a detailed overview of the participants' demographic characteristics is provided. This table includes essential demographic information such as age ranges, birth dates, educational levels, and professional experiences of pastry chefs. Additionally, the source person information, denoted as "KK" and numbered accordingly within the article, is also presented in this table. Presenting detailed demographic characteristics of the participants in this manner adds depth to the research content and provides readers with a better understanding of participant profiles.

Table 1. Demographic Characteristics of Pastry Chefs Participating in the Research

Source Person	Source Person	Birth Date	Occupation	Education Level	Professional Experience
KK1	O. D.	1987	Pastry Chef	High School	17 Years
KK2	A.Ö.	1978	Pastry Chef	Elementary School	24 Years
KK3	N. B.	1979	Pastry Chef	Elementary School	23 Years
KK4	G. D.	1977	Pastry Chef	High School	23 Years
KK5	Ö. V.	1982	Pastry Chef	High School	20 Years
KK6	A.T.	1981	Pastry Chef	Elementary School	28 Years
KK7	İ. B.	1983	Pastry Chef	Elementary School	27 Years
KK8	E. D.	1970	Pastry Chef	Elementary School	36 Years
KK9	G. G.	1972	Pastry Chef	Elementary School	31 Years
KK10	E. D.	1970	Pastry Chef	High School	42 Years
KK11	N. G.	1976	Pastry Chef	Elementary School	34 Years
KK12	A.G.	1977	Pastry Chef	Associate Degree	26 Years
KK13	S. K.	1962	Pastry Chef	Elementary School	50 Years
KK14	M. G.	1980	Pastry Chef	Elementary School	30 Years

Questions formulated within the scope of the research can assist us in systematically understanding participants' views on the use of local products. Responses to these prepared questions are as follows:

Regarding the question "Do you have information about local products specific to Mersin?" Participants provided the following answers: KK 1, 4, 7, 9, and 12 responded, *"I cannot claim to have extensive knowledge, but as far as I know, there is cezerye and kerebiç."* KK 2, 3, 5, and 6 mentioned, *"Currently, cezerye and tantuni come to my mind."* KK 8, 10, 11, 13, and 14 stated, *"I know they are citrus products."*

In response to the question "Muz, çilek, üzüm, kayısı, limon, yağ ve yoğurt, registered products of Mersin by the Turkish Patent Institute, are these products used in your pastry menu?" All participants (KK 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, and 14) answered, *"Yes, we use them. These mentioned items are essential for us and are used in various product preparations. However, we are not aware that these used ingredients are registered as special products of Mersin."*

Regarding the question "How has the demand for local products changed in recent years or is it changing?" participants provided the following responses: KK 1, 2, 10, and 11 stated, *"Firstly, we pay attention to using daily fruits and ingredients in our product making. However, I can say 'yes' to this question because in recent years, especially, we have customers asking for Silifke Strawberry or Anamur Banana."* KK 5, 7, 8, 10, and 14 mentioned, *"Yes, we can say that the demand from customers in this direction has increased in recent years. However, we do not consider products like Silifke strawberry as local products."* KK 3, 4, 6, 9, and 13 shared, *"We know that these products grow in this region, but our priority has always been the imported ones. However, we can say that there is an increase in demand from customers. Especially, there is a noticeable increase in customers who want these products to be used with names like Anamur Banana or Silifke Strawberry."*

Regarding the question "Would it have a positive impact if your customers see Mersin local products in your cakes?" participants provided the following responses: KK 1, 2, 10, and 11 stated, *"It might be positive, but I can't comment much; it needs to be seen."* KK 5, 7, 8, 10, and 14 mentioned, *"People from Mersin might approach it more as a privilege."* KK 3, 4, 6, 9, and 13 shared, *"Yes, I think it would be positive. Because it will contribute to the Mersin economy, and when we market these products, stating it as a privileged product could be appealing to them."*

Regarding the question "Does the use of local products in this sector contribute to the Mersin economy?" participants provided the following responses: KK 1, 4, 6, 10, 11, 13, and 14 stated, *"Yes, it definitely contributes because these products are extensively used in our business."* KK 2, 3, and 9 mentioned, *"These products are mostly seen as agricultural products. Therefore, it certainly contributes."* KK 5 and 7 shared, *"In the end, it contributes to economic input, so it doesn't matter."* KK 8 and 12 expressed, *"The interests of the business are important. Therefore, it contributes economically, but being inexpensive is also important."*

Regarding the question "What is the leadership role of chefs in the use of local products in the pastry industry?" participants provided the following responses: KK 1, 3, 6, 7, 9, 11, 13, and 14 emphasized, *"I definitely choose the materials I want to work with. Therefore, everything is procured according to our preferences."* KK 2, 4, 5, 8, 10, and 12 mentioned, *"Certainly, our preferences are important. However, chefs try to get the best from the companies with which the businesses have agreements. In such cases, chefs can certainly obtain what they want."*

Regarding the question "Would you recommend the use of local products to your customers in the future?" participants provided the following responses: KK 1, 4, 7, 11, 12, and 14 expressed, *"Today, I have learned that I am lacking in this regard, and I am saddened by it. However, from now on, I will definitely be more careful about this issue. I will also pay more attention to the use of these products in our items, and I will definitely recommend them to customers."* KK 2, 3, 6, 9, and 13 stated, *"Yes, I will definitely recommend it."* KK 5, 8, and 10 mentioned, *"The interests of our business are important, but I can recommend it."*

Regarding the question "Do you have any advice for young chef candidates regarding working with local products?" participants provided the following responses: KK 1, 4, 7, 11, and 14 mentioned, *"No one has given us advice on these matters. However, at the moment, I feel a sense of responsibility. Yes, I will definitely have positive advice on this issue."* KK 2, 6, 9, 10, 12, and 13 stated, *"Yes, I will definitely have advice."* KK 3, 5, and 8 expressed, *"Yes, I can give advice. At least, I ensure they have information about these products."*

Table 2. Local Product Knowledge and Usage

Participant	Local Product Knowledge	Used Registered Products	Demand Change	Positive Impact	Economic Contribution	Leadership Role
KK1	Cezerye and kerebiç	Yes, used, lack of information	Yes, especially Silifke Strawberry or Anamur Banana	Maybe, needs to be seen	Yes, extensively used in quantity	Choosing and preferring the material to work with
KK2	Currently thinking about cezerye and tantuni	Yes, used, lack of information	Yes, changed, especially Silifke Strawberry or Anamur Banana	Yes, Mersin locals might approach more favorably	Contributes to the economy, seen as agricultural products	Preference is important, strives to get the best from businesses' contracted firms
KK3	Aware of citrus products	Yes, used, lack of information	Yes, increased demand from customers, especially for Anamur Banana or Silifke Strawberry	Yes, can contribute to the economy	Contributes economically, seen as agricultural products	Preference is important, chooses the material to work with
KK4	Aware of citrus products	Yes, used, lack of information	Yes, increased demand from customers, especially for Anamur Banana or Silifke Strawberry	Yes, can contribute to the economy	Contributes economically, seen as agricultural products	Preference is important, strives to get the best from businesses' contracted firms
KK5	Aware of citrus products	Yes, used, lack of information	Yes, increased demand from customers, especially for Anamur Banana or Silifke Strawberry	Yes, can contribute to the economy	Contributes economically, also in other products	Preference is important, strives to get the best from businesses' contracted firms
KK6	Aware of citrus products	Yes, used, lack of information	Yes, increased demand from customers, especially for Anamur Banana or Silifke Strawberry	Yes, can contribute to the economy	Contributes economically, also in other products	Preference is important, chooses the material to work with
KK7	Aware of citrus products	Yes, used, lack of information	Yes, increased demand from customers, especially for Anamur Banana or Silifke Strawberry	Yes, can contribute to the economy	Contributes economically, also in other products	Preference is important, chooses the material to work with
KK8	Aware of citrus products	Yes, used, lack of information	Yes, increased demand from customers, especially for Anamur Banana or Silifke Strawberry	Yes, can contribute to the economy	Contributes economically, also in other products	Preference is important, strives to get the best from businesses' contracted firms
KK9	Aware of citrus products	Yes, used, lack of information	Yes, increased demand from customers, especially for Anamur Banana or Silifke Strawberry	Yes, can contribute to the economy	Contributes economically, also in other products	Preference is important, strives to get the best from businesses' contracted firms
KK10	Aware of citrus products	Yes, used, lack of information	Yes, increased demand from customers, especially for Anamur Banana or Silifke Strawberry	Yes, can contribute to the economy	Contributes economically, also in other products	Preference is important, strives to get the best from businesses' contracted firms
KK11	Aware of citrus products	Yes, used, lack of information	Yes, increased demand from customers, especially for Anamur Banana or Silifke Strawberry	Yes, can contribute to the economy	Seen as agricultural products	Preference is important, strives to get the best from businesses' contracted firms
KK12	Aware of citrus products	Yes, used, lack of information	Yes, increased demand from customers, especially for Anamur Banana or Silifke Strawberry	Yes, can contribute to the economy	Seen as agricultural products	Preference is important, strives to get the best from businesses' contracted firms
KK13	Aware of citrus products	Yes, used, lack of information	Yes, increased demand from customers, especially for Anamur Banana or Silifke Strawberry	Yes, can contribute to the economy	Seen as agricultural products	Preference is important, chooses the material to work with
KK14	Aware of citrus products	Yes, used, lack of information	Yes, increased demand from customers, especially for Anamur Banana or Silifke Strawberry	Yes, can contribute to the economy	Seen as agricultural products	Preference is important, chooses the material to work with

The findings related to local product knowledge and usage have been compiled in Table 2. This table encompasses participants' levels of knowledge about local products, the patented products they use, changes in demand, positive effects, economic contributions, and their leadership roles.

4. CONCLUSIONS, DISCUSSION AND RECOMMENDATIONS

This study provides a comprehensive evaluation of the demographic characteristics, local product knowledge, usage of these products, customer demands, and leadership role of pastry chefs operating in Mersin province. The inclusion of participants from a wide age range and various educational backgrounds reflects the participation of professionals with diverse experiences in the sector.

According to demographic data, it is observed that the majority of pastry chefs have received education at the high school or primary school level and have been working in the sector for many years. This indicates the significance of professional experience in the pastry industry. However, considering a significant portion of chefs have education at the primary school level, the need for education in the sector may need reassessment. There is diversity in the knowledge levels of participants regarding local products. It is determined that they have varying degrees of knowledge about products such as "cezerye," "kerebiç," "tantuni," and citrus fruits. This suggests that pastry chefs' awareness and knowledge levels regarding local products may vary.

Responses regarding the use of registered products in Mersin, such as bananas, strawberries, grapes, apricots, lemons, oil, and yogurt, in pastry menus vary among participants. Although chefs frequently use these products, it is noted that they are not aware that these products are registered specifically in Mersin. Views on changes in customer demands indicate an increased interest, particularly in products like Silifke Strawberry or Anamur Banana. However, some chefs do not consider these products as local and prioritize imported goods. This demonstrates the balance between customer demands and chefs' product preferences. Opinions on the positive impact of using local products in pastries vary. Alongside the belief that presenting these products would make locals feel special, there is also the notion that they could contribute to the economy and be marketed as exclusive products. There is diversity in opinions regarding whether the use of local products in the pastry sector would contribute to the economy of Mersin. However, factors such as product quantity, cost, and availability also determine the use of these products by businesses. Views on the leadership roles of chefs in using local products emphasize their freedom to choose preferred ingredients. However, efforts to source the highest quality products and meet customer demands are also deemed important.

This study serves as a valuable resource for understanding the awareness levels, usage patterns, and leadership roles of pastry chefs regarding local products in Mersin. By evaluating the economic, cultural, and commercial dimensions of using local products in the pastry sector, it can contribute to future strategies in this field. Additionally, the findings of this study can be utilized to develop effective strategies for the pastry sector in Mersin. The fact that similar studies have not been conducted yet underscores the pioneering nature of this research. Therefore, future research based on the findings of this study can deepen understanding of the subject and fill the existing knowledge gap. One of the focal points for future research should be the detailed examination of the economic, cultural, and commercial impacts of using local products in the pastry sector. This could enhance understanding of the role of local products in the pastry industry and contribute to increasing their value. Moreover, future studies should focus on identifying effective strategies to ensure greater presence of local products in pastry menus. These strategies should aim to encourage pastry chefs to use local products more effectively, thereby enhancing the economic and cultural value of these products. Finally, it is important for future research to provide recommendations for the development of educational programs in the pastry sector. This could enable pastry chefs to acquire more knowledge about local products and utilize them more effectively. Thus, the use of local products in the pastry industry can be promoted, and the economic and cultural value of these products can be better understood.

Support Information: No aid/support in kind or cash was received from any person, institution or organization during the preparation of the study.

Conflict of Interest: The authors have no conflict of interest or gain from the relevant studies.

Author Contribution Rate: The contribution levels of the authors or researchers in the author list to

the study are equal.

Ethical Approval: The author(s) or researcher(s) must declare that ethical rules have been followed in all preparation processes of the study. If a contrary situation is detected, International Journal Of Tourism And Destination Studies does not assume any responsibility and legal responsibilities and sanctions regarding the process belong to the authors of the study. Ethical rules were followed by the authors in all preparation processes of the study.

Ethics Committee Approval: The ethics committee permission certificate required to collect the data used in this research was received by Mersin University Social and Humanities Ethics Committee dated 05.12.2023 and with the decision/issue number 270.

5. REFERENCES

- Adams, R. (2021).** The Future of Local Sourcing in the Food Sector: Trends and Innovations. *Food Innovation Journal*, 7(1), 18-27.
- Brown, A. (2019).** The Role of Local Food in Gastronomic Tourism: A Case Study of Northumberland, England. *Journal of Gastronomy and Tourism*, 4(1), 43-54.
- Brown, E. (2019).** The Role of Pastry Arts in Preserving Culinary Heritage. *Journal of Gastronomy Studies*, 12(2), 45-62.
- Brown, M. (2019).** Consumer Trends in Sustainable Agriculture and Food Systems. *Journal of Agriculture, Food Systems, and Community Development*, 9(2), 31-45.
- Brown, S. & Smith, L. (2022).** Challenges in Sustainable Practices of Local Production: Insights from a Comparative Analysis. *Sustainability Research*, 35(1), 89-104.
- Brown, X. & White, Y. (2020).** Determining the Impact of Marketing Strategies on the Perceived Quality and Uniqueness of Regional Products. *Journal of Sustainable Marketing*, 18(1), 89-107.
- Büyükşalvarcı, A., Şapçılar, M. C., & Yılmaz, G. (2016).** Yöresel Yemeklerin Turizm İşletmelerinde Kullanılma Durumu: Konya Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 165, 181.
- Chen, Q. (2013).** An Investigation of Food Tourism in Chongqing. *International Journal of Management Cases*, 15(4), 110-122.
- Clark, L. (2020).** Local Sourcing Strategies in the Pastry Industry. *Pastry Arts Magazine*, 15(4), 56-62.
- Crano, W. & Brewer, M. (2002).** Principles and Methods of Social Research. (2. Edition). New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Crescimanno, M., Galati, A., Tinervia, S. & Veltri, G. (2019).** The Sustainability of PDO and PGI Food Chains in Italian Hilly and Mountain Areas. *Sustainability*, 11(10), 2910.
- Creswell, J. (1998).** Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches. London: Sage Publications.
- Creswell, J. W. & Poth, C. N. (2016).** Nitel Sorgulama ve Araştırma Tasarımı: Beş Yaklaşım Arasından Seçim Yapmak. İstanbul: Bilge Yayınları.
- Çapar, G. & Yenipınar, U. (2016).** Somut Olmayan Kültürel Miras Kaynağı Olarak Yöresel Yiyeceklerin Turizm Endüstrisinde Kullanılması. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4, 100-115.
- Doğan, B. (2015).** Coğrafi İşaret Korumasının Gelişmekte Olan Ülkeler İçin Önemi. *Social Sciences*, 10(2), 58-75.
- Elo, S., Kaariainen, M., Kanste, O., Pölkki, T., Utriainen, K. & Kyngas, H. (2014).** Qualitative Content Analysis: A Focus on Trustworthiness. *Sage Open*, 1-10.

- Ercik, C. & Çoban, Ö. (2023).** Yöresel Ürünlerle İşlenmiş Gıdalara Yönelik Lezzet Algısının Tüketici Tutumları Üzerine Etkisi: Yeni Ürün Geliştirmede Dolgulu Çikolata Örneği. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Nevşehir.
- Garcia, C. & Smith, A. (2017).** Challenges in Supply Chain Management of Regional Products: An Analysis. *International Journal of Agricultural Economics*, 31(4), 567-584.
- Garcia-Martínez, M. T., Lambarraa, F. & Poletti-Hughes, J. (2020).** Terroir as A Driver for Rural Development: An Exploration of the Impact of Terroir on Rural Development in Spain and France. *Sustainability*, 12(19), 8171.
- Graneheim, U. H. & Lundman, B. (2004).** Qualitative Content Analysis in Nursing Research: Concepts, Procedures and Measures to Achieve Trustworthiness. *Nurse Education Today*, 24, 105-112.
- Harris, J. E., Glesanon, P. M., Sheean, P. M., Boushey, C., Beto, J. & Bruemmer, B. (2009).** An Introduction to Qualitative Research for Food and Nutrition Professionals. *Journal of the American Dietetic Association*, 109, 80-90.
- Hsieh, H. & Shannon, S. E. (2005).** Three Approaches to Qualitative Content Analysis. *Qualitative Health Research*, 15(9), 1277-1288.
- Jay, T. & Taylor, M. (2013).** A Case of Champagne: A Study of Geographical Indications. *Corporate Governance eJournal*, 1-32.
- Johnson, B. (2019).** Assessing Consumer Trends in Perceiving Regional Products as Reliable and High-Quality. *Food Research International*, 72(2), 210-228.
- Johnson, L. M. (2018).** The Significance of Regional Ingredients in Pastry and Baking: A Comparative Study. *International Journal of Culinary Science*, 23(4), 321-335.
- Jones, A. (2020).** *Local Food Movements: A Global Overview*. UK: Routledge.
- Jouhki, J., Silvasti, T. & Luoma, P. (2017).** Traditional Food Revisited: Nutritional Values, Authenticity, Origin and Transmission of Knowledge. *Journal of Rural Studies*, 54, 26-36.
- Kozak, M. (2014).** *Bilimsel Araştırma: Tasarım, Yazım ve Yayım Teknikleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Mercan, Ş. O. & Üzülmez, M. (2014).** Coğrafi İşaretlerin Bölgesel Turizm Gelişimindeki Önemi: Çanakkale İli Örneği. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 29(2), 67-94.
- Miles, M. B. & Huberman, A. M. (1994).** *Qualitative Data Analysis: A Sourcebook of New Method* (2. Edition). CA: Sage.
- Miller, J. & Green, A. (2019).** Sustainable Sourcing: A Comprehensive Review of Shorter Supply Chains. *Environmental Sustainability Journal*, 25(2), 145-162.
- Miller, S. (2022).** The Role of Local Sourcing in Bakery Industry Innovation. *Journal of Culinary Science&Technology*, 20(3), 214-230.
- Nummedal, M. & Hall, C. M. (2008).** Local Food in Tourism: An Investigation of the New Zealand South Island's Bed and Breakfast Sector's Use and Perception of Local Food. *Tourism Review International*, 9(4), 365-378.
- Özdemir B. Yılmaz G. & Çalışkan O. Aydın A. (2015).** Şeflerin Yerel Yiyeceğe İlişkin Algılamaları ile Yerel Yiyecek Satın Alma Niyetleri Arasındaki İlişki. 16. Ulusal Turizm Kongresi Bildiri Kitabı, ss.418-437. Çanakkale.
- Quan, S. & Wang, N. (2004).** Towards A Structural Model of Tourist Experience: An illustration

from Food Experiences in Tourism. *Tourism Management*, 25, 297-305

- Ramos, B. D., Fernandes, L. R. R. de M. & De Souza, C. G. (2012).** An Overview of Geographical Indications in Brazil. *Journal of Intellectual Property Rights*, 17, 133-140.
- Robinson, M., ... (2021).** Assessing the Environmental Impact of Local Products: A Life Cycle Analysis Approach. *Environmental Science and Technology*, 40(3), 367-382.
- Sandıkçı, M., Aydoğdu, A. & Pamukçu, H. (2015).** Yöresel Yemeklerin Menülerde Yer Alma Düzeyi: Kastamonu Konakları Örneği. I. Uluslararası Türk Dünyası Turizm Sempozyumu, ss.19-21. Kastamonu.
- Seçim, Y. (2018).** Yöresel Bir Ürün Olan Konya Etli Ekmeği ve Genel Özellikleri Hakkında Nitel Bir Çalışma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(4), 197-209.
- Smith, A. (2018).** The Impact of Regional Products on Consumer Preferences: A Comprehensive Examination. *Journal of Consumer Studies*, 45(3), 123-145.
- Smith, J. (2018).** Globalization and the Food Industry. *Food Studies Journal*, 10(2), 45-62.
- Smith, A. (2020).** Culinary Heritage and the Role of Chefs: A Global Perspective. *Gastronomy Journal*, 15(2), 112-128.
- Smith, J. R. (2020).** *The Gastronomic Turn: A Multidisciplinary Exploration of Food and Culture.* UK: Routledge.
- Suh, J. & MacPherson, A. (2007).** The Impact of Geographical Indications on the Revitalisation of A Regional Economy: A Case of “Boseong” Green Tea. *Area* 39(4), 518-527
- Şahin, G. (2013).** Coğrafi İşaretlerin Önemi ve Vize (Kırklareli)’nin Coğrafi İşaretleri. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (15), 23-37.
- Taşdan, K., Albayrak, M. & Albayrak, K. (2014).** Coğrafi İşaret Tescilli Geleneksel Ürünlerde İzlenebilirlik: Ankara İli Örneği. *Ulusal Tarım Ekonomisi Kongresi*, 3, 1292-1300.
- Taylor, P. (2019).** Challenges and Opportunities in Local Sourcing for Restaurants. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 18, 100177.
- White, R. (2021).** Sustainable Local Sourcing in the Food Industry. *Sustainability*, 13(5), 2654.
- Williams, R. (2017).** Local Product Consumption and Economic Resilience: A Case Study Analysis. *Journal of Sustainable Development*, 30(4), 521-538.
- World Intellectual Property Organization (WIPO). (2021).** Geographical Indications. https://www.wipo.int/geo_indications/en/, E.T.: 29.12.2023.
- Yazıcıoğlu, Y. & Erdoğan, S. (2014).** *SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri.* (4. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2013).** *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri.* (9. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Journal	: <i>International Journal Of Tourism And Destination Studies</i>
ISSN	: 2822-6089
Article ID	: 76221
Article Type	: <i>Araştırma Makalesi-Research Article</i>
Corresponding Author	: <i>Aybike İSKEFİYELİ</i>
Year	: 2024
Volume	: III
Issue	: II
Page	: 105-117
Arrival Date	: 24.04.2024
Revision Date	: 05.05.2024
Acceptance Date	: 26.05.2024
Published Date	: 30.09.2024
How to Cite This Article	: <i>İskefiyeli, A. & Gönen, İ. (2024). Siyah Yiyeceklerin Dört ve Beş Yıldızlı Otel Mutfaklarında Kullanım Durumu ve Önemi Üzerine Bir Araştırma: Trabzon İli Örneği. International Journal Of Tourism And Destination Studies (IJOTADS), 3(2), 105-117. DOI: 10.5281/zenodo.11113221</i> IJOTADS is Licensed Under A Creative Commons Attribution- Non-Commercial 4.0 International License.

SIYAH YIYECEKLERİN DÖRT VE BEŞ YILDIZLI OTEL MUTFAKLARINDA KULLANIM DURUMU VE ÖNEMİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA TRABZON İLİ ÖRNEĞİ*

A RESEARCH ON THE USAGE STATUS AND IMPORTANCE OF BLACK FOODS IN FOUR AND FIVE STAR HOTEL KITCHENS: THE CASE OF TRABZON PROVINCE

Aybike İSKEFİYELİ

Yüksek Lisans Öğrencisi, Nişantaşı Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü,
aybikepehlevan97@gmail.com, İstanbul/TÜRKİYE. ORCID ID: 0009-0001-9703-9520

İbrahim GÖNEN

Profesör Doktor, Nişantaşı Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi,
ibrahim.gonen@nisantasi.edu.tr, İstanbul/TÜRKİYE. ORCID ID: 0000-0002-2645-8138

ÖZET

Bu çalışmada gastronomi trendlerinden olan siyah yiyeceklerin neler olduğu, Trabzon'da bulunan dört ve beş yıldızlı otellerde kullanılıp kullanılmadığı araştırılmıştır. Çalışmada nitel araştırma yöntemi kullanılarak Trabzon ilinde bulunan dört ve beş yıldızlı oteller örnek kitle olarak seçilmiştir. Görüşmeler otel restoranlarından sorumlu şefler ile yüz yüze gerçekleştirilerek sorumlu şeflerin görüş ve önerileri alınmıştır. Otel restoranlarının doğrudan bünyesindeki turistlerin arz ve talep ilişkisine göre menülerini düzenlediği araştırma sonucu elde edilmiştir. Siyah yiyecekler otel restoranlarında yerli turistler içinde bir seçenek olarak sunulmamakta ve herhangi bir talep olmadığı için otel menülerinde yer almamaktadır. Yapılan bu çalışma ile, şehirdeki turist popülasyonunun değişmesi, gerekli eğitim verilerek yetiştirilen mutfak personelinin ve gastronomi trendlerine açık olan restoran şeflerinin siyah yiyecek akımını uygulaması önerilebilir.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, Siyah Yiyecekler, Trabzon.

Jel Kodu: L80, L83, L89.

* Bu makale Nişantaşı Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Gastronomi ve Mutfak Sanatları Ana Bilim Dalı'nda Prof. Dr. İbrahim GÖNEN danışmanlığında Aybike İSKEFİYELİ tarafından hazırlanan "Siyah Yiyeceklerin Gastronomi Turizmindeki Yeri ve Önemi: Trabzon Örneği" adlı yüksek lisans tezinden oluşturulmuştur.

ABSTRACT

In this research, it was investigated what black food is one of the gastronomy trends and whether it is used in four and five star otel hotels in Trabzon. In the study, four and five star hotels in Trabzon were selected as a sample by using the qualitative research method. The interviews were held face to face with the chefs in charge of the hotel restaurants and their opinions and suggestions were received. It was obtained as a result of the research that hotel restaurants organize their menus directly according to the supply and demand relationship of the tourists. Black foods are not offered as an option to local tourists in hotel restaurants and are not included in hotel menus because there is no demand. With this study, it can be suggested that the tourist population in the city changes, the kitchen staff who are trained with the necessary training, and the restaurant chefs who are open to gastronomy trends implement the black food trend.

Keywords: Gastronomy, Black Foods, Trabzon.

Jel Codes: L80, L83, L89.

1. GİRİŞ

Uzun zaman öncesinden bugüne kadar olan zaman diliminde insanlar yiyecek ve içeceklerle ilgili çeşitli çalışmalar yapıp tezler ileri sürmüşlerdir. Yapılan çalışmalarda insanların yaşadıkları bölgedeki coğrafi konum ve iklimin yeme içme alışkanlıklarının değişmesinde etkili olduğu görülmektedir (Merdol, 1998). Bundan dolayı zaman içerisinde insan toplulukları, yeni yerler ve yeni yollar arayışı içerisinde girmişlerdir. Gastronomi bütün bu süreci kapsayan yiyecek ve içeceklerle ilgili olan tüm detayları ayrıntılı bir şekilde inceleyen bir bilim dalı olarak günümüzde varlığını sürdürmektedir. Bu bilim dalı, insanların besin arayışlarını detaylı incelemesinin yanısıra diğer incelediği bazı detaylar; pişirme yöntemleri, yöresel ürünler, mutfak ve mutfak kültürleridir (Karaaytu, 2002). Gastronomi için en önemli unsurlardan birisi kültürdür ve bu unsur genelde bazıları tarafından göz ardı edilerek gastronomi algısı yeme-içme ile sınırlı olarak bilinmektedir. Aksine gastronomi, yeme-içme ile sınırlı kalmamakta ve her lezzet kendine has bulunduğu yörenin kültürünü taşımaktadır (Hatipoğlu, 2010). Alışlagelmiş yemek popülasyonundaki yeni akımları ve trend olan yenilik yanlısı ürünleri birleştirip bunların tüketilmesini sağlamaktadır. Bir ürünü görünüm olarak iyileştirmek, farklılaştırarak çekiciliğini arttırmak ve göze daha güzel hitap etmesi amacıyla onu renk değişimine uğratan siyah yiyecekler akımı son zamanlarda sosyal medyanın da etkisiyle farkındalık kazanmakta, merak uyandırmakta ve tercih edilmektedir. Doğal ve yapay yolla oluşumu sağlanan bu yiyeceklere, insanların farklıyı, daha doğal ve sağlıklıyı araması sonucunda ulaşılmıştır. Doğal yolla üretilen bu ürünler (siyah mısır, siyah mercimek, siyah havyar gibi) geçmişten günümüze varlığını koruyup, üretildikleri coğrafi bölgelerden dünyanın birçok yerine ulaştırıldığı görülmektedir. Yapay kaynaklı üretilen bu ürünlere siyah rengini veren ek maddelerin doğal bileşenlerden olması bu ürünlerin daha çok tercih edilmesini ve kullanım yerlerinin çoğalmasını sağlamıştır. Teknolojinin gelişmesi, gıda sektörünün ilerlemesi ve insanların farklıyı araması sonucu oluşan siyah yiyeceklerin sadece bununla sınırlı kalmayacağı, gastronomi alanında ufuk açtığı daha birçok yeniliğe örnek olacağı düşünülmektedir. Yapılan literatür taraması sonucunda siyah yiyecekler hakkında yapılmış çalışma sayısının az olduğu tespit edilmiştir. Siyah yiyeceklerin gastronomi turizmine etkileri konusunu Trabzon ili özelinde araştırılması amaçlanmıştır. Araştırmanın konusu olan siyah yiyecek trendinin, Trabzon ilindeki dört ve beş yıldızlı otellerdeki kullanım durumu analiz ederek trende katılıp katılmama nedenleri incelenmiştir. Bu çalışmada otel işletmelerinde yer alan şeflerin, siyah yiyecek trendine bakış açısı yansıtılmıştır. Araştırmanın bir diğer amacı, değişim halinde bulunan küreselleşme hareketindeki dünyada gastronomi faaliyetlerindeki siyah yiyeceklerin yeri hakkında bilgi vermek ve literatürde fazla yer verilmeyen bu akıma dikkat çekerek bilinirliğine katkı sağlamaktır.

1.1. İlgili Alanyazın

1.1.1. Gastronomi Turizminde Trabzon ili

Gastronomi turizmi, insanların seyahat etme nedenlerinden biri olarak yemek ve içecek deneyimlerini keşfetmelerini içeren bir turizm türüdür. Bu tür turizmde, insanlar farklı kültürlerin mutfağını tanımak, yerel lezzetleri tatmak, geleneksel yemek pişirme yöntemlerini öğrenmek ve yerel ürünlerin üretim süreçlerini keşfetmek için seyahat ederler. Gastronomi turizmi, bir bölgenin kültürel mirasını

ve yerel ekonomiyi destekleyebilir ve turistlere benzersiz ve tatmin edici bir deneyim sunabilir (linkedin.com, 2021). Uluslararası turizmden ülke ekonomisine katkı sağlamak isteyen bir çok ülke çeşitli mutfak faaliyetlerine katılmaktadır. Neredeyse her yıl yeni bir gastronomi akımı ile karşılaşan mutfak şefleri bu akımlara katılarak yeni müşteri ve var olan müşteri memnuniyeti sağlayabilmektedir (unileverfoodsolutions.com, 2022). Birçok ülke uluslararası turizm faaliyetlerine büyük oranlarda katılım sağlamaktadır. Bunun asıl nedeni ise halkın sosyal refah seviyesini yükseltmesi ve milli ekonomiyi büyük ölçüde güçlendirmesidir. Günümüzde turizm, genel olarak dünyada ulaştığı seviye ve sektördeki gelişmelerinden dolayı ülkemizin ekonomisine de büyük ölçüde katkı sağlayarak oldukça önemli bir konumda bulunmaktadır (Maviş, 2003). Türkiye ekonomisinde önemli bir rolü olan Karadeniz Bölgesi, doğal güzellikleriyle olduğu kadar zengin mutfağıyla da dikkat çeken bir destinasyondur. Karadeniz Bölgesi çeşitli ve farklı ot yemeklerini mutfağında barındıran, yeşil sebze ve kendine özgü doğal otun hemen hemen her sofrada görüldüğü bir bölgedir (Şengül & Çakır, 2015). Trabzon ilinin Karadeniz bölgesinde yer alması kültürel çeşitliliğe katkı sağlamıştır ve zengin bir mutfak kültürü oluşturmuştur. Karadeniz topraklarında yetişen birçok farklı lezzette ot çeşitleri bulunmaktadır. Bu ot çeşitlerinden olan karalahana, yöre halkı tarafından oldukça benimsenmekte ve bu otun çeşitli bir çok yemeği yapılarak sofralarda tüketilmektedir. Bu bölgenin mutfak kültürünü etkileyen bir diğer faktör ise Karadenizde yetişen balık çeşitleridir. Karadenizden çıkarılan, kendine ait özellikler taşıyan ve halk tarafından benimsenen Karadeniz hamsi, palamut gibi balık çeşitleri ve diğer çeşitli ot ürünleri bölgenin yemek kültürünü etkilemiş ve geliştirmiştir. Karadeniz bölgesinin iklim verimliliği organik ürünlerin varlığında büyük oranda rol oynamaktadır. Lezzetli yemeklerin ortaya çıkmasını sağlayan bu doğal ürünler aynı zamanda da yörenin gastronomi turizmine olumlu anlamda katkı sağlamasına yardımcı olmaktadır (gezilecekyerlertr.com, 2022).

1.1.2. Gastronomide Siyah Renk Kavramı ve Örnek Yiyecekler

Gastronomiyi etkileyen turizm, kültür ve coğrafya gibi faktörlerden olan renkler, beslenme yönünden önemli olmakla beraber insan psikolojisi üzerinde de etkileri görülmektedir. Bu sebeple renkler insan bünyesinde, psikolojik faktörlerden olan algılamayla bağlantılı olarak etkili olmaktadır (Özcan, 2018). Burdan yola çıkarak gastronomide kullanacağımız siyah yiyecekler söz konusu olduğunda da beslenme yönünden önemi yanında insan psikolojisi üzerinde önemli rol oynamaya devam edecektir.

1.1.2.1. Siyah Renk Yiyecekler

Siyah renk, gastronomide hem görsel estetik açısından önemli bir rol oynar hem de lezzetleri ve sunumları vurgular. Siyah renk, yemeğin sunumunda dramatik bir etki yaratır ve yemeğin görünümünü sofistike bir şekilde tamamlamaktadır. Birçok şef, siyah renk kullanarak yemeğin görsel cazibesini artırır ve zengin bir deneyim sunmaktadır. Siyah renk, özellikle tabağın veya servis edilen yemeğin arkasında kullanılarak diğer renkleri ve dokuları vurgular. Örneğin, siyah bir tabak üzerine yerleştirilen renkli sebzeler veya meyveler, kontrast oluşturarak dikkat çeker ve yemeğin görsel çekiciliğini artırır (Bozok & Yalın, 2018).

Tablo 1. Siyah Renk Yiyecekler

Renk	Renğin Çağrıştırdıkları	Renk ile Gündemde Olan Yiyecekler
Siyah	Asalet	Siyah Pirinç
	Ciddiyet	Siyah Karpuz
	Otorite	Siyah Sarımsak
	Güç	Siyah Havuç
	Gizem	Siyah Hamburger
	Zarafet	Siyah Makarna
	Sofistike	Siyah Dondurma

Kaynak: tr.wikipedia.org, (2022).

Siyah renk kullanımı sadece sunumla sınırlı değildir, aynı zamanda lezzet profiline de katkıda bulunabilir. Siyah renkli malzemeler, genellikle yoğun ve zengin tatlarla ilişkilendirilir. Örneğin; siyah fasulye, siyah pirinç veya siyah çikolata gibi malzemeler, yemeklere derin bir lezzet katarken aynı zamanda sağlığa da faydalı olabilir. Tablo 1’de görüleceği üzere siyah renk insan psikolojisinde

güç, zarafet otorite gibi duyguları harekete geçirir. Siyah renk seven ve farklı görünüm arayan insanlar siyah renkli yiyeceklere yönelerek bu yiyecekleri sosyal medyada paylaşmakta ve diğer insanlar için onları çekici hale getirmektedirler. Fast food tüketiminin dünyada oldukça yaygınlaşmasıyla popüler olan hamburgere farklı bir görünüm kazandıran siyah hamburger ekmeği bu çalışmada örnek gösterilmiştir. Siyah hamburger ekmeğine renk veren madde olan aktif karbon, yiyeceğin dikkatleri üzerine çekerek ve merak duygusunu uyandırarak çeşitli menülere girmiştir (Çevik, 2020). Siyah yiyecek trendi, bünyesinde bulunan bazı gıdaların Japonya'ya özgü olduğu bilinen ve bambu kömürü kullanılarak Çin'de de benzer şekilde siyah ürünler üretildiği gözlenen, Amerika'da cadılar bayramına özel piyasada satışa sunulan siyah hamburger gibi çeşitli farklılıklarla kendini ortaya çıkaran akımlar arasındadır.

Siyah yiyecekler genellikle iki gruba ayrılır. Birinci gruptaki gıdalar doğada kendiliğinden var olan siyah yiyeceklerden oluşurken, ikinci gruptaki gıdalar ise aktif karbon, bambu kömürü ve mürekkep balığının mürekkebi kullanılarak siyah yiyeceklerin renginin değiştirilmesi ile hazırlanmaktadır (Yıldız & Yılmaz, 2020). Birinci gruba siyah havuç, siyah nohut, siyah mercimek, siyah karpuz gibi yiyecekler örnek gösterilirken; ikinci gruba ise siyah makarna, siyah dondurma, siyah hamburger örnek olarak gösterilmektedir (Semint, 2020).

1.1.2.2. Siyah Renk Yiyeceklere Örnekler

➤ **Siyah Karpuz (Densuke):** Siyah karpuzun rengi ve tat profili, onu diğer meyvelerden ayırır. Tatlı ve ferahlatıcı bir lezzete sahip olan siyah karpuz, antioksidanlar ve vitaminler bakımından zengin olmasıyla beraber sağlık açısından da birçok fayda sağlamaktadır. Bu meyvenin yetiştirilmesi geleneksel karpuzlara benzemekte fakat olgunlaşması daha uzun sürmektedir. Siyah karpuz, aynı zamanda yaratıcı yemek tariflerinde de kullanılarak tatlı ve egzotik tadıyla meyve salatalarına veya smoothie'lere lezzet katabilmektedir (gidabilgi.com, 2020).



Resim 1. Siyah Karpuz

Kaynak: ciceksepeti.com, (2022).

➤ **Siyah Havyar:** Dünyanın birçok değişik bölgesinden farklı balık türlerinin yumurtalarından elde edilen, prestijli restoranlarda ününü koruyan besin ürününe havyar denir. Siyah havyarlar, huso huso yumurtalarından elde edilen beluga ismini almaktadır. Diğer havyarlara göre siyaha çalan rengi olan beluga havyarlarının daha iri tanecikli bir yapısı bulunmaktadır (Özden ve ark., 2018).



Resim 2. Siyah Havyar

Kaynak: nefisyemektarifleri.com, (2022).

➤ **Siyah Trüf Mantarı:** Trüf mantarları meşe ağacı başta olmak üzere ıhlamur, çam, fındık gibi ağaçların köklerinde ektomikoriza oluşturmaktadır. Bu mantarlar Avrupa'da yüzyıllardır yetişen ekonomik açıdan oldukça önemli bir besin ürünü olup, ülkemizde ise Akdeniz ikliminin yaşandığı yerlerde kendiliğinden yetişmektedir. Trüf mantarları, besin değerinin zengin olması ve pazar

piyasaının azlığı açısından Avrupa şeflerinin aradığı prestijli restoranlarda karşımıza gurme bir lezzet olarak çıkmaktadır (Saka ve ark., 2017). Tuber cinsine ait olan bu mantarlar üçe ayrılmaktadır. Kışlık siyah trüf, yazlık siyah trüf ve Bianchetto Trüfü (Beyazımtırak Trüf) olarak sınıflandırılmaktadır. Kışlık siyah trüf (Tuber melanosporum), olgunlaştığında dış yüzeyi kahverengiye iç yüzeyi ise siyah-mor renge döner ve Kasım ayından Mart ayına kadar toplanır. Yazlık siyah trüf (Tuber aestivum), dünyada en çok bulunan trüf çeşididir. Dış yüzeyi siyah trüf gibi kahverengi ya da siyah renktedir. İç yüzeyi olgunlaştığında koyu kahverengi fakat iç damarları beyaz renktedir (eskisehir.tarimorman.gov.tr, 2020).



Resim 3. Siyah Trüf Mantarı

Kaynak: sakliorman.com, (2022).

➤ **Siyah Hamburger:** Siyah hamburgerler genellikle aktif karbon veya siyah susam tohumları gibi doğal veya yapay maddeler kullanılarak hazırlanmaktadır. Bu hamburgerlerin rengi ve görsel çekiciliği genellikle merak uyandırıcıdır, ancak lezzetleri genellikle standart hamburgerlere benzerdir (mynet.com, 2021).



Resim 4. Siyah Hamburger

Kaynak: hurriyet.com.tr, (2018).

1.2. İlgili Araştırmalar

Alanında kısıtlı derecede kaynak olmasına karşın gastronomi turizmi çok eskiye dayanan bir olgudur (gastronomiturizm.wordpress.com, 2022). Gyimothy ve arkadaşları (2000) yaptıkları araştırmada, katılımcıların destinasyon seçimlerinde restoranların belirleyici olduğunu ortaya koymuşlardır. Aynı şekilde Sparks ve arkadaşları (2003) destinasyon seçiminde gastronomik unsurların son derece önemli bir faktör olduğunu belirlemişlerdir. Bundan dolayı da geçmişte turizm literatüründe oldukça ihmal edilen gastronominin son yıllarda daha fazla ele alındığı görülmektedir. Bu artışın nedenlerinden biri, destinasyonların kendilerini tanıtmak ve farklılaşmak için mutfak unsurlarını kullanmalarındır (Çelik, 2018). Yaşadığımız coğrafya açısından bakacak olursak, literatürde Türk Mutfağı ve gastronomi turizmi ilişkisini konu alan birçok bilimsel çalışmanın yer aldığı görülmektedir. Türk mutfağı, 10. yüzyılda başlayan göçlerle daha da önemlisi İslamlaşma süreci ile birlikte yeni özellikler kazanmış ve Osmanlı döneminde ise, bu coğrafyadaki pek çok mutfak kültüründen etkilenmiş zengin bir mutfak kültürüdür (Kılıçhan, 2022). Türkiye’de gastronominin akademik alanda gelişim süreci incelendiğinde Doğdubay ve arkadaşlarının editörlüğünü yaptığı “Gastronomi Üzerine Araştırmalar” ve Sarıışık’ın kaleme aldığı “Tüm Yönleriyle Gastronomi Bilimi ve Uluslararası Gastronomi” adlı eserler gastronomi alanında örnekler arasında yerini almıştır (Semint, 2020). Örneğin; yapılan bir çalışmada; turistlerin Türkiye’de denedikleri tatları genel olarak beğendiğini ancak tur rotasındaki restoranların Türk Mutfağını yansıtan menüler sunmadığını ve ilk kez Türkiye’yi ziyaret eden turistlerin Türk Mutfağını yeterince tanımadığı belirtilmektedir (İrigüler & Güler, 2018). Güzel-Şahin & Ünver (2015) çalışmalarında; İstanbul’un pazarlanabilir yiyecek ve

içeceklerinin en önemlilerinin başında Osmanlı Saray Mutfağı, Türk Mutfağı ve balık geldiğini tespit etmişlerdir. Gökdeniz ve arkadaşları (2015) Ayvalık'ı ziyareteden yerli turistler açısından Ayvalık denince ilk olarak algılanan unsurların ‘‘Cunda, sokak ve eski taş evler ile balık ve deniz ürünleri’’ olduğunu belirtmişlerdir (Boran ve ark., 2018: 83). Buna ek olarak Ayvalık Cunda adasında bölgeye özgü bir tür olan papalina balığının (Ayvalık hamsisi) n plana çıktığı menüler ikram edilmekte ve insanlar bunu tatmak için bölgeye özellikle gitmektedirler. Türk ve Yunan adalarından günü birlik turlar ile ziyaret edilen bu coğrafya ziyaretçilerine sakız kurabiyesi, lokma tatlıları gibi oldukça çeşitli tatlar sunmaktadır. Bu da gastronomi turizmine oldukça faydalı bir katkı sağlamaktadır.

2. YÖNTEM

2.1. Araştırmanın Amacı ve leği

Bu alışma ile siyah yiyeceklerin gastronomi alanında kullanımı zerine Trabzon ili özelinde araştırılması amaçlanmıştır. Bu araştırma gastronomi turizminde yeni trend olan siyah yiyeceklerin neler olduğu, neden tüketilmek istendiği, hangi yollarla üretildiği, doğal olarak üretilenlerin sağlığa faydaları ve zararları ve nasıl tüketildiği hakkında bilgi vermek amacıyla yapılmıştır. Bu alışmada Trabzon ilindeki dört ve beş yıldıza sahip otellerin siyah yiyecek trendine katılıp katılmadıkları ve bunların sebepleri araştırılmaya çalışılmıştır. Bu araştırma yapılırken nitel araştırma yöntemi seçilmiştir. Nitel araştırma tekniklerinden olan yarı yapılandırılmış görüşme tekniği seçilerek önceden belirlenen sorulara resmi bir cevap aranmış katılımcılar ile beraber etkileşim halinde kalarak ilerlenmiştir. Sorulan sorulara verilen tüm yanıtlar yazılı ve bazı katılımcıların izinleri alınarak sesli kayıt altına alınmıştır. Otel menüleri daha modern yiyeceklerden olduğu için görüşmeler dört ve beş yıldızlı otellerin mutfaktan sorumlu şefleri ile yüz yüze yapılmıştır. Katılımcılar tablo ve metin içerisinde ‘‘K’’ olarak tanımlanmıştır. Dört yıldızlı otel katılımcıları K1, K2, K3, K4, K5, K6, K7, K8, K9, K10 ve K11 kodlarını alırken, beş yıldızlı otel katılımcıları K12, K13, K14, K15, K16, K17 ve K18 kodlarını almıştır. Araştırma Ocak-şubat 2023 tarihleri arasında yrtlmştir. Araştırmanın cevap aranan soruları; Siyah yiyecek trendi nedir?, Siyah yiyecek trendi hakkında Trabzon ilindeki otellerde çalışan mutfak şeflerinin görüşleri nelerdir?, Neden siyah yiyecekler otel menüsünde yer verildi veya verilmedi?, Siyah yiyecek trendini denememiş oteller bu trendi denemeyi düşünüyor mu?, Siyah yiyecek tedariki nasıl sağlanıyor?, Otel müşterilerinin siyah yiyecekler kullanılarak yapılan yemeklere talepleri var mı?, Otel müşterilerinin siyah yiyecekler kullanılarak yapılan bir yemeği ilk kez denediğinde tepkileri neler olmuştur? ve Araştırmanın amacına ulaşmasında bu sorular nc olmuştur. Bu soruların araştırmada nc olmasının sebeplerinden biri de otel mutfaklarında bulunan ve müşterilerin gözünden bakıldığında görünmeyen bazı detayların bu araştırma için oldukça önem taşması ve yetkililerin cevapları aracılığıyla bilinirliğinin sağlanmasıdır. Araştırma hedeflerine yönelik potansiyel araştırma sorularını oluştururken, aranan cevaplara yönelik en doğru sonuca ulaşmak amaı ile konunun farklı boyutları ele alınmıştır. Bu demektir ki, örneğin siyah yiyecek trendi nedir ve bu yiyecekler menülerde yer alıyor mu gibi cevabını aradığımız soruların yanıtlarını öğrenebilmek için, başta bir otel mutfağında çalışan şeflerin eğitim seviyelerinin bilinmesi, yeterli mutfağının olup olmaması, ürünlerin tedariki sağlanıyor mu gibi sorulara da yanıt bulmak gereklidir. Bir otel restoranının çay saatine gidildiğinde açık büfede mrekkap balığının mreккеbi ile yapılmış makarna sunulmaktadır. Başka bir otelin çay saatinde bu makarna açık büfede yer almamaktadır. Bu durumun nedenine ulaşmak için iki otel mutfağının sorumlu şeflerine sorulan birçok soru içerisinden, siyah yiyecek tedariki zorlanıyor musunuz veya siyah yiyecekleri talep eden yaş gruplarınız nelerdir gibi sorular yöneltilerek istenilen cevaplara ulaşılmıştır. Soru ve cevaplar birbiri ile bağlantılı olup, verilen bir cevap da diğer bir soruyu doğurmuştur. Bir işletmede siyah yiyecek trendleri varlığının genel bilinirliğinden özel durumlara doğru yol aldığı grlmştir. Bu zel duruma örnek olarak istisnai durumları ve kişisel sağlık sorunları olan müşterilerine hizmet vermek amacıyla siyah yiyecekleri bünyesinde barından birçok otel işletmesi araştırma kapsamında hazırlanan sorular sayesinde ortaya çıkmıştır. Oluşturulan bu sorular, bu içi bizzat yapan dört ve beş yıldızlı otellerin mutfak şeflerine sorularak cevaplar aranmaya çalışılmış ve bu cevaplardan yola çıkararak yorumlar getirilerek belirli sonuçlara ulaşılmıştır.

3. BULGULAR

Araştırmada nitel araştırma yöntemine başvurulmuş yarı yapılandırılmış yüz yüze görüşme yöntemi kullanılmıştır. Trabzon ilinde dört ve beş yıldızlı on üç otelin mutfaktan sorumlu şefleri ile görüşülmüştür. Diğer dört ve beş yıldızlı bulunan beş otelden birinin sezondan dolayı mutfağının kapalı olup mutfaktan sorumlu şef olmaması, diğer kalan dört otelin ise araştırmaya dahil olmak istememeleri nedeniyle araştırmaya dahil edilen diğer on üç otelin mutfaktan sorumlu şeflerinden elde edilen veriler değerlendirilmiştir. Gerekli veriler toplanıp tablolar halinde araştırmaya eklenerek yorumlanmıştır. Ulaşılan veriler Tablo 2’de gösterilmiştir.

Tablo 2. Trabzon İlinde Bulunan Dört Yıldızlı Oteller

Otel Adı	Otel Türü	Oteldeki Restoran Sayısı	Oteldeki Restoran Türleri	Otellerin Siyah Yiyecek Trendine Katılma/Katılmama Nedenleri
K1	Bağımsız Otel İşletmesi	1	Alakart Restoran Özellikli Restoran Etnik Restoran Açık Büfe Restoran	Otel menüsü genel merkez tarafından belirli standartlar dahilinde oluşturulduğu için menüde herhangi bir değişiklik yapamamaktadır. Dolayısıyla siyah yiyecek trendine katılım sağlanamamaktadır.
K2	Yerli Zincire Bağlı Otel İşletmesi	2	Alakart Restoran Özellikli Restoran Etnik Restoran Açık Büfe Restoran	Gelen turistler Arap yoğunlukta olduğu için siyah yiyecekleri talep göstermediklerinden trende katılmamaktadırlar.
K3	Yabancı Zincire Bağlı Otel İşletmesi	3	Alakart Restoran Özellikli Restoran Etnik Restoran Açık Büfe Restoran	Siyah yiyecek trendine müşteri isteği olduğunda kısmen katılım sağlamaktadır.
K4	Şahıs İşletmesi	2	Alakart Restoran Açık Büfe Restoran	Yerli ve yabancı turistlerden siyah yiyecekler herhangi bir talep görmediklerinden trende katılmamaktadırlar.
K5	Yerli Zincire Bağlı Otel İşletmesi	3	Alakart Restoran Özellikli Restoran Etnik Restoran Açık Büfe Restoran	Yerli ve yabancı turistlerden siyah yiyecekler herhangi bir talep görmediklerinden trende katılmamaktadırlar.
K6	Yabancı Zincire Bağlı Otel İşletmesi	3	Alakart Restoran Açık Büfe Restoran	Gelen turistler Arap yoğunlukta olduğu için siyah yiyecekleri talep göstermediklerinden trende katılmamaktadırlar.
K7	Yerli Zincire Bağlı Otel İşletmesi	2	Alakart Restoran Açık Büfe Restoran	Trabzon halkı ve gelen Arap turist yoğunlukta ve bu kesimden siyah yiyecekler talep olmadığından trende katılım sağlamamaktadırlar.
K8	-	-	-	-
K9	-	-	-	-
K10	-	-	-	-
K11	-	-	-	-

Trabzon İlinde Bulunan Beş Yıldızlı Oteller

Otel Adı	Otel Türü	Oteldeki Restoran Sayısı	Oteldeki Restoran Türleri	Otellerin Siyah Yiyecek Trendine Katılma/Katılmama Nedenleri
K12	Yabancı Zincire Bağlı Otel İşletmesi	3	Alakart Restoran Etnik Restoran Açık Büfe Restoran	Trende katılım sağlayarak çeşitli siyah yiyecek kullanılarak yapılan yemekleri menülerine eklemekte ve günümüzde de bu trendi devam ettirmektedir.
K13	Yabancı Zincire Bağlı Otel İşletmesi	3	Alakart Restoran Özellikli Restoran Etnik Restoran Açık Büfe Restoran	2004-2007 yıllarında siyah yiyecek trendine katılım sağlamakta, günümüzde ise bu katılımı devam ettirmemektedir.
K14	Yerli Zincire Bağlı Otel İşletmesi	3	Alakart Restoran Özellikli Restoran Etnik Restoran Açık Büfe Restoran	Otel müşterilerinin siyah yiyecekler kullanılarak yapılan yemeklere talep olduğu için trende katılım sağlamaktadır. Müşterilerden sporcu ve özel sağlık durumu olanlar daha çok siyah yiyeceklerden yapılan yemeklere yönelmektedir.
K15	Yerli Zincire Bağlı Otel İşletmesi	3	Alakart Restoran Özellikli Restoran Etnik Restoran Açık Büfe Restoran	Mutfak şefi siyah yiyecekler kullanılarak yapılan yemekleri (siyah hamburger, siyah makarna gibi), sağlıklı bulmadığı için menüye eklemeyerek trende dâhil olmamaktadır.
K16	Yerli Zincire Bağlı Otel İşletmesi	1	Alakart Restoran Açık Büfe Restoran	2001-2008 yıllarında siyah yiyecek trendine katılarak günümüzde de bu katılımı kısmen devam ettirmektedir.

K17	Yabancı Zincire Bağlı Otel İşletmesi	5	Alakart Restoran Özellikli Restoran Etnik Restoran Açık Büfe Restoran Sushi Mutfağı	Otel menüsü standart olduğu ve gelen müşterilerden de herhangi bir talep görmediğinden siyah yiyecek trendine katılım sağlamamaktadır.
K18	-	-	-	-

➤ **Siyah Yiyecek Trendi Trabzon İli Örneği: Siyah Yiyecek Trendinin Trabzon İli Dört ve Beş Yıldızlı Otellerde Kullanım Durumu:** Bu örnek Trabzon ili dört ve beş yıldızlı otellerden oluşmuştur. Araştırmada on üç otelin mutfaktan sorumlu şefleri ile görüşülmüştür. Hazırlanan araştırma soruları sorumlu şeflere yönlendirilerek siyah yiyecek trendinin otel mutfaklarında kullanılıp kullanılmadığı öğrenilmeye çalışılmıştır. Konu ile ilgili mutfaktan sorumlu şeflerin görüşlerine başvuruldu ve gerekli veriler toplanıp tablolar halinde araştırmaya eklenerek yorumlanmaya çalışıldı.

➤ **Executive Chef'lerin Eğitim Seviyeleri:** Yapılan araştırmada Trabzon ilindeki dört ve beş yıldızlı otellerin mutfaktan sorumlu şefleri, çoğunluğu lise ve üniversite mezunudur. Mutfak eğitimlerine küçük yaşta çıraklık ile başlayıp kendilerini geliştirerek Executive Chef unvanını almışlardır.

➤ **Örnek Kitledeki Otel İşletmelerinin Türleri:** Trabzon ilinde araştırmaya dahil edilen 13 adet dört ve beş yıldızlı otellerin, 6 tanesi yerli zincire bağlı otel işletmesi olarak, beşi ise yabancı zincire bağlı otel işletmesi güncel olarak faaliyet göstermektedir. Biri bağımsız otel işletmesi ve biri de şahıs işletmesi olarak hizmet vermektedir.

➤ **Otelde Bulunan Restoran Türleri:** Alakart restoran ve açık büfe restoran türleri araştırmaya dahil edilen bütün otellerde bulunurken etnik ve özellikli restoran türleri dokuz otelde bulunmaktadır. Otellerdeki restoran türlerini etkileyen nedenlerden biri otel büyüklüğü iken bir diğeri gelen yabancı turistlerdir.

➤ **İşletmede Siyah Yiyecek Trendinin Kullanıldığı Dönemler:** Trabzon'da bulunan en eski otellerden biri olan K8 oteli siyah yiyecek trendini Trabzon'daki oteller arasında ilk deneyenlerdendir. 2001-2008 yıllarında siyah yiyecekleri kullanarak yaptıkları yemekleri menülerine dahil ederek trende katılmışlardır. Bugün ise müşteri özel istekleri doğrultusunda siyah yiyeceklerin kullanıldığı yemekleri yapmaktadırlar.

➤ **Siyah Yiyecek Kullanılıp Kullanılmaması Kararı:** Çeşitli nedenlerle siyah yiyecek trendine katılan/katılmayan otel işletmeleri mevcuttur. Araştırmaya dâhil edilen otellerin potansiyel turistlere yönelik menü hazırladıkları belirlenmiştir. Trabzon iline yoğunlukta olarak Arap ülkelerinden turist gelmektedir. Bu ülkelerin kültürleri yemek tercihlerinde önemli bir rol oynamakta ve bu durumda otellerin gelen turistlere yönelik standart menü hazırladıkları araştırma sonucu elde edilmiştir. Arap kültüründe tavuk, et, pilav gibi yemekler ağırlıkla tercih edildiği için konakladıkları otellerde de bu yemekleri talep ettikleri sonucuna ulaşılmıştır. Bunun yanı sıra bazı otellerin mutfaktan sorumlu şefleri siyah yiyeceklerin tedariginde zorluk yaşadığı için trende katılmadıklarını bildirmişlerdir.

Siyah yiyecek trendine katılan otellerden biri diğer otellere karşın bu akıma katılarak günümüzde de menüsünde yer vermeye devam etmektedir. Bir diğer otel ise İngiliz turistler, sporcular ve özel sağlık durumu olan müşterilerin talepleri doğrultusunda siyah yiyeceklerden üretilen yemekleri menüsüne dahil etmektedir.

➤ **Siyah Yiyeceklerin Kullanım Oranı:** Siyah yiyeceklerin otel mutfaklarında kullanım oranı Trabzon ilinde oldukça düşüktür. Müşteri talebinin yetersiz olması ve tedarikte yaşanan gecikmelerin bu duruma olumsuz yönde sebep olduğu görülmüştür.

➤ **Siyah Yiyeceklerin Tedariğinin Sağlanması:** Trabzon'daki oteller ürün tedarigini çoğunlukta olarak şehir dışından karşılamaktadır. Araştırma konusu olan dört ve beş yıldızlı otellerin mutfaktan sorumlu şefler, siyah ürün tedarigini büyük zincir marketlerden (Migros ve metro marketler gibi), online olarak sağladıklarını dile getirdiler. Tedarikteki gecikmeler ve tedarik maliyeti bu ürünlerin kullanımını etkilemektedir. Aktif karbon gibi taze tüketilmesi gereken ve uzun süre saklanamayan siyah yiyecekler hızlı tedarik ve günlük tüketim gerektirdiği için bu durum, tedarik maliyetini de

arttırdığından dolayı bu ürünleri tercih etmeyi zorlaştırmıştır.

➤ **Siyah Yiyecek Trendine Katılan Otellerin, Trende Katılmalarının İşletme Verimliliğine Etkisi:** Araştırma konusu olan Trabzon ilinde bulunan dört ve beş yıldızlı otellerden 13 otel araştırmaya dahil edildi. Beş otel menüsünde siyah yiyecek trendini belirli bir süre otel restoranlarında uygulamıştır. Yedi otel ise siyah yiyecek trendine katılım sağlamadığı araştırma sonucu ortaya çıkmıştır. Siyah yiyecek trendine katılan otel işletmelerinin mutfak şefleri; siyah yiyecek trendinin işletme verimliliğine %5 ile %10 arasında katkı sağladığını söyleyerek işletmenin asıl amacının var olan otel müşterilerinin sürekliliğini sağlamak olduğunu dile getirmişlerdir.

4. SONUÇLAR, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Gastronomi turizminin gelişmekte olduğunun düşünüldüğü Trabzon ilinde çalışmada da görüleceği üzere dört ve beş yıldızlı oteller siyah yiyecek trendine pek ilgi göstermemiştir. Bunun en önemli nedeni arz talep ilişkisidir. Otele gelen özellikle yabancı turistler Arap çoğunluktadır. Bu turistlerin gastronomideki yeni akımlara oldukça yabancı olduğu ve geleneksel olarak tükettikleri tavuk, et ve pilav gibi standart yemeklere ve Trabzon yöresel yemeklerini tercih ettiği sonucu ulaşılmıştır. Bu yemek yeme alışkanlıkları şehrin otel mutfaklarındaki gelişimini kendi yöresel kültürü üzerinden devam ettireceği sonucuna ulaşılmıştır. Trabzon ilindeki dört ve beş yıldızlı merkezi otel restoranlarının doğrudan bünyesindeki turistlerin arz ve talep ilişkisine göre menülerini düzenlediği araştırma sonucu elde edilmiştir. Araştırma sonucu elde edilen veriler değerlendirildiğinde Trabzon ilindeki dört ve beş yıldızlı otel mutfaklarında, trend olan siyah yiyeceklerin şehir turizmine katkı sağlayamadığı, sağlanan katkının da yeterli seviyeye ulaşılmayarak menülerinde yer almasına son verildiği ortaya çıkarılmıştır. Ortaya çıkan diğer sonuçlardan birisi de, siyah yiyeceklerin otel restoran menüsünde yer almasının işletme karlılığına katkısı yoktur, olmuştur. Bir bölgenin (şehir, ilçe, lokasyon, vb.) tüketmeye hazır bulunan müşteri kitlesi, mevcut gelişimi ve gelişimin sağladığı çeşitli turizm, kültür ve yenilikçi akımları doğrudan etkilediği gözlemlenmiştir. Araştırmadan edinilen diğer bulgulardan olan Trabzon ilindeki otel mutfakları şehre gelen turistlerin sabit bir yemek anlayışlarının var olmasından ve tercih edilmemesinden dolayı bazı gastronomi trendlerini denemeye ve bünyesinde geliştirmeye kapalıdır, sonucuna ulaşılmıştır. Araştırma yapılan otel şefleriyle görüşmelerin sonunda siyah yiyeceklerin otel restoran menüsünde yer almasının işletme karlılığına etkisi olmadığı belirlenmiştir. İşletme karlılığına etkisi olmayan ve müşteri kitlesi tarafından tercih edilmeyen bu siyah yiyecek trendi araştırmada bulunan otellerin menülerinden kaldırıldığı ortaya konulmuştur. Buna istinaden; bazı otel şeflerinin görüşlerine göre; farklı ülkelerden özellikle Avrupa ve Asya ülkelerinden turistler Trabzon ilini tercih ettiklerinde siyah yiyecek trendine ilgi, şehrin gastronomi turizmi bünyesindeki yeniliği arttırabilir olduğunu savunmuşlardır. Dolayısıyla gastro turistlerin ilgisini çekebilecek bazı ilginç menülerin bölge mutfağını da ön plana çıkarabilecek şekilde dizayn edilerek sunulması bölgenin turizmine katkı sağlayarak kendi halkına da farklı tadları deneme şansı sunması şeklinde yorumlanmıştır. Araştırmada diğer bir öngörü, siyah yiyeceklerin sosyal medyanın da etkisiyle müşteri potansiyeli olan genç kuşağın dikkatini çekerek otel restoranlarındaki menüye dahil edilerek şehir turizmine ve yerel halka katkı sağlamasıdır. Yapılan araştırmada genç kuşağın otel restoranlarına gösterdiği taleplerin karşılanamamasından dolayı şehir turizmine katkı sağlayamadığı sonucuna ulaşılmıştır. Trabzon'da siyah yiyecekler servis edilen yemeklere 18/30 yaş gençler ilgi gösterirken bu trendin şehirde hizmet veren yiyecek içecek işletmeleri tarafından denenmemiş veya duyulmamış olması bu ilginin kaybolmasına sebep olmuştur. Araştırmadaki otellerde konaklayan, özel diyete tabii tutulan, sporcu ya da özel sağlık durumları haricinde, trendleri deneyimlemek isteyen insanlar için dört ve beş yıldızlı otel mutfakları çok fazla seçenek sunmamaktır. Oysa ki giderek yaygınlaşan gastro turist kavramı bir bölgenin mutfağını geliştirmesinde büyük bir rol oynamıştır. Bu turistlerin ilgisini bir bölgenin tarihi, kültürü ve geleneksel mutfağı ile yaşatan bir şehir olması ve yenilikçi mutfak akımlarına uyum sağlaması çekmiş olup, popüler akımlar sebebi ile ziyaret edilen şehirlerin sayısı her geçen gün artmıştır.

Yapılan araştırma sonucu elde edilen veriler doğrultusunda Trabzon ilindeki otel mutfakları, restoran ya da çeşitli işletmelerde gastronomi akımlarından olan siyah yiyeceklerin mutfak menülerine eklenerek sunulması amacıyla aşağıdaki öneriler şu şekilde sıralanabilir.

- Gastronomi alanında otel mutfaklarında çalışan personele gerekli eğitimler verilmelidir.
- Şehre gelen turistlerin yöresel lezzetler haricinde başka seçeneklerinin olması için otel menülerine siyah yiyeceklerden yemekler eklenmelidir.
- Yöre halkının damak tadına uyarlanan siyah yiyecekler, örneğin zeytinyağlı biber dolmasının içerisine siyah pirinç pilavından yapılan bir harcın eklenmesiyle oluşan yeni bir lezzet gibi, hem kültürel hem yenilikçi buluşların otel mutfaklarının menülerine eklenerek bölge insanına da yeni deneyimler sunulmalıdır.
- Siyah yiyecekler hakkında alanında uzman kişiler tarafından çeşitli etkinlikler düzenlenerek bölge halkının bilinçlendirilip kendi mutfaklarında da onların bu akıma katılmaları sağlanmalıdır.
- Şehir mutfağı, gastronomi turizmine yöresel yemeklerinin yanı sıra siyah yiyecek kullanımının yaygınlaşmasıyla da çevre illerden tercih edilen turistik bir yer olmalıdır.
- Şehirdeki turist sayısının yazın artmasıyla beraber, çoğunluk turistlerin gezdiği çevrelerde siyah yiyeceklerden olan dondurma ve limonatalar satışa sunulmalıdır.
- Dört ve beş yıldızlı otellerde konaklayan bireylerin siyah renkli gıdalar için ön yargılı olduğu yiyecekleri tatma ve deneyimleme konusunda onlara yardımcı olmalıdır.

Destek Bilgisi: Çalışmanın hazırlanma sürecinde herhangi bir kişi, kurum veya kuruluştan aynı veya nakdi bir yardım/destek alınmamıştır.

Çıkar Çatışması: Yazarların ilgili çalışmalardan herhangi bir çıkar çatışması veya kazancı yoktur.

Yazar Katkı Oranı: Yazar listesinde yer alan yazarların veya araştırmacıların çalışmaya katkı düzeyleri eşit orandadır.

Etik Onayı: Çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara riayet edildiğini yazar(lar) veya araştırmacı(lar) beyan etmelidirler. Aksi bir durumun tespiti halinde **International Journal Of Tourism And Destination Studies** hiçbir sorumluluğu üstlenmemektedir ve sürece ilişkin hukuki sorumluluklar ve yaptırımlar çalışmanın yazarlarına aittir. Yazarlar tarafından çalışmanın tüm hazırlık süreçlerinde etik kurallara uyulmuştur.

Etik Kurul Onayı: Bu çalışmada kullanılmış olan verilerin toplanabilmesi için gerekli olan etik kurul izin belgesi Nişantaşı Üniversitesi Etik Kurulu 23.03.2023 tarihi ve 2023/12 karar/sayı numarası ile alınmıştır.

5. KAYNAKÇA

- Biber, S. (1997).** Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar. No: 20. Ankara: Takav Matbaası.
- Bozok, D. & Yalın G. (2018).** Gastronomide Yeni Trend: Siyah Yiyecekler. Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi, 2(Ek 1), 251-261.
- Çelik, S. (2018).** Şırnak İlinin Gastronomi Turizmi Potansiyeli Araştırma Makalesi. International Journal of Contemporary Tourism Research, 2(43), 41-51.
- Çevik, A. (2020).** Gastronomi Alanında Yeni Bir Kavram: Gastrodiplomasi. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın.
- Çiçeksepeti.com. (2022).** <https://www.ciceksepeti.com>, E.T.: 10.01.2023.
- Eskişehir Tarım ve Orman. (2020).** Trüf Mantarı Bahçe (Trüferi) Tesisi Projesi Fizibilite Raporu ve Yatırımcı Rehberi. <https://eskisehir.tarimorman.gov.tr/belgeler/>, E.T.: 27.03.2024.
- Gastronomi Turizmi. (2016).** <https://gastronomiturizm.wordpress.com/>, E.T.: 25.02.2023.
- Gezilecek Yerler.com (2022).** Trabzon Yemekleri. <https://gezilecekyerlertr.com/trabzon-yemekleri/>, E.T.: 10.01.2023.
- Gıdabilgi.com. (2020).** Kırmızı ve Sarı Karpuz Farkı Nedir? <https://www.gidabilgi.com>, E.T.:

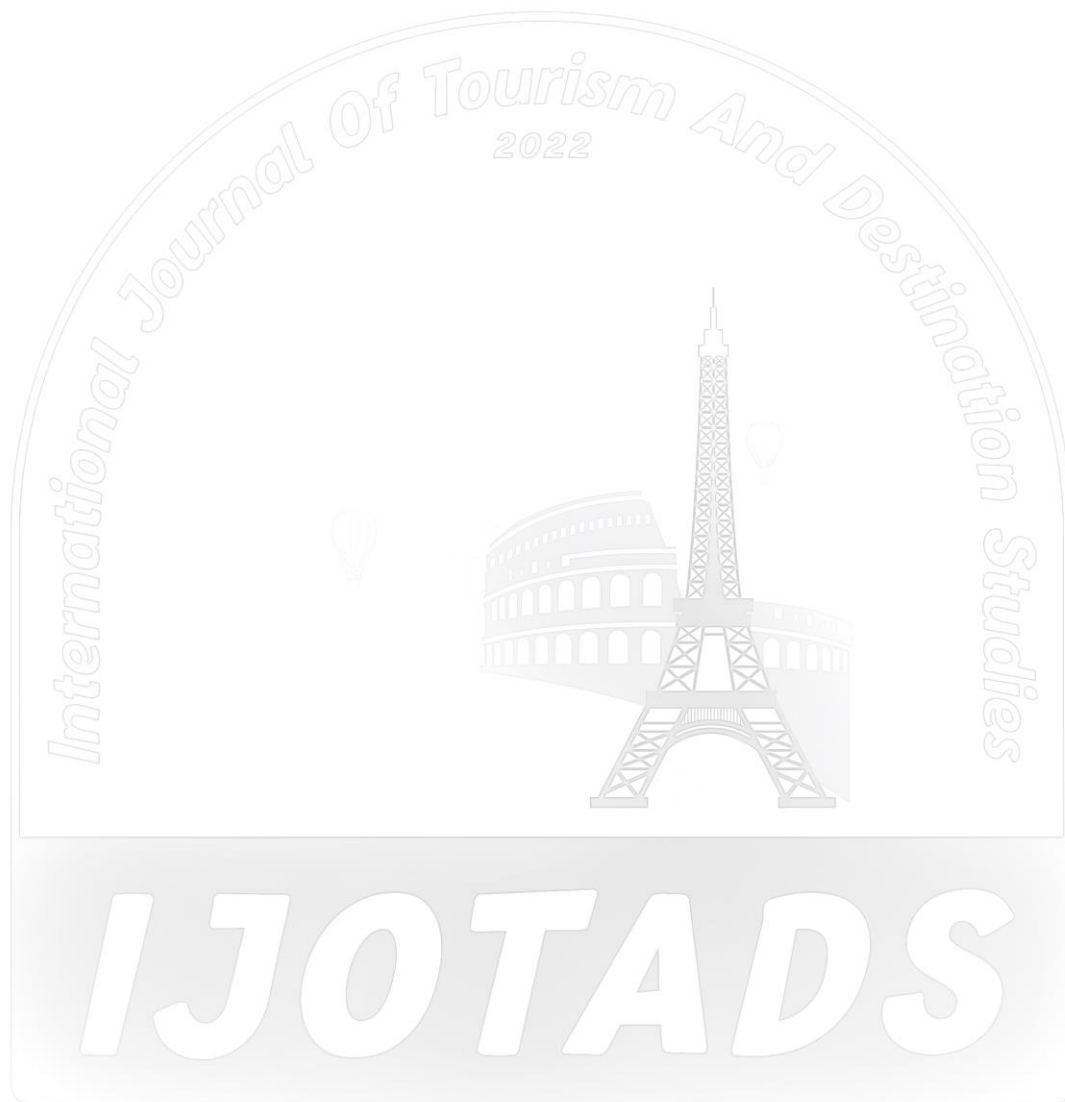
08.01.2023.

- Hatipoğlu, A. (2010).** İnançların Gastronomi Üzerine Etkileri: Bodrum'daki Beş Yıldızlı Otellerin Mutfak Yöneticilerinin Görüşlerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Hürriyet.com.tr. (2018).** <https://www.hurriyet.com.tr>, E.T. : 28.12.2023.
- Karaaytu, M. (2022).** Gastronomi Akımları Nedir? <https://www.gidanotlari.com/gastronomi-akimlari/>, E.T.: 06.01.2023.
- Kılıçhan, R. (2022).** Gastronomi ve Turizm Ders Notları Sunumu. <https://www.gastronomi-mutfaksanatları.com/>, E.T.: 10.12.2022.
- Küçükkömürler, S., Ceyhun Sezgin, A. & Boran, N. (2018).** Dünyada ve Türkiye'de Gastronomi Turizmi. International Journal of Tourism, Economic and Business Sciences, 2(2), 78-85.
- Maviş, F. (2003).** Endüstriyel Yiyecek Üretimi. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Medyabaskent.com. (2021).** Siyah Turp Faydaları Nelerdir? <https://medyabaskent.com/foto/8303694/faydalari-kulaktan-kulaga-yayiliyor-siyah-turp-nedir-faydalari-ile-dogal-oksuluk-surubu-tarifi>, E.T.: 04.01.2023.
- Merdol, T. K. (1998).** Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar. No: 22. Ankara: Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı Yayınları.
- Mynet.com. (2021).** Siyah Hamburger Olur Mu? <https://www.mynet.com/boylesini-gormediniz-siyah-hamburger-olur-mu-demeyin-1206074-myyemek>, E.T.: 02.01.2023.
- Nefis Yemek Tarifleri. (2022).** <https://www.nefisyemektarifleri.com>, E.T.: 29.12.2022.
- Özcan, M. (2018).** Renklerin Tüketimde ve Sağlıkta Önemi. Black Sea Journal of Agriculture, 1(3), 83-88.
- Özdemir, B. (2020).** Gastronomi Akımlarında Sağlıklı Mor Yiyecekler. GSI Journals Serie B: Advancements in Business and Economics, 3(1), 16-30.
- Özden, Ö., Varlık, C. & Erkan, N. (2018).** Havyar. Aydın Gastronomy, 2(2), 21-34.
- Saka, A. K., İslam, A. & Pekşen, A. (2017).** Trüf Mantarı Yetiştiriciliği. Akademik Ziraat Dergisi, 6, 329-334.
- Saklıorman.com. (2022).** Taze Siyah Trüf Mantarı. <https://www.sakliorman.com/urun/taze-siyah-truf-mantari-40-gr-tuber-aestivum-107>, E.T.: 16.01.2023.
- Şan, H. İ. (2021).** Gastronomi Turizmi Nedir? <https://tr.linkedin.com>, E.T.: 01.02.2023.
- Semint, S. (2020).** Türkiye'de Gastronomi ve Mutfak Sanatları Eğitiminin Temel Sorunları Üzerine Bir Araştırma. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Sakarya.
- Şengül, S., Çakır, A. & Çakır, G. (2015).** Yöresel Mutfak. Ankara: Beta Yayınevi.
- Unilever Foods Solutions.com. (2022).** Yemek-Gastronomi Trendleri. <https://www.unileverfoodsolutions.com.tr/konsept-uygulamalarimiz/yemek-trendleri/2022-yemek-gastronomi-trendleri.html>, E.T.: 09.12.2022.
- Wikipedia. (2022).** <https://tr.wikipedia.org/wiki>, E.T.: 02.01.2023.
- Yıldız, M. & Yılmaz, M. (2020).** Gastronomi Alanındaki Trendlere Bir Bakış. Sivas Interdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi, 5, 19-35.

6. EXTENDED ABSTRACT

Gastronomy is a branch of science that examines all details related to food and beverages in detail. Some details examined by gastronomy include cooking methods, regional products, and culinary cultures (Karaaytu, 2002: 6). Gastronomy culture also develops by being influenced by the culture and environmental conditions of the geography where it originated. Culture is the most important element for gastronomy, yet it is often overlooked, and gastronomy is commonly understood to be limited to eating and drinking. Gastronomy requires a detailed knowledge of the national dishes and beverages of many important countries around the world. It creates an environment that allows for understanding how ingredients related to food and beverages are utilized. Through gastronomy, it is possible to see and analyze the similarities and differences in approaches to food and beverages among different cultures and countries (Hatipoğlu, 2010: 5). Nutrition is the most basic need of humans, evolving through various periods from the beginning of human existence to the present day. This evolution has led to the emergence of the field of gastronomy. Gastronomy is known for being open to innovation. Changing habits and different taste preferences contribute to the development of gastronomy. These pursuits bring gastronomic tourism to the forefront. People who travel to try popular products are called gastro-tourists. They share their thoughts by tasting various flavors and sharing them through social media, thus creating different gastronomic trends. One of these gastronomic trends is the black food trend, which is rapidly spreading among people. Black hamburgers and black ice cream have been known as some of the most popular foods in recent years. This trend, spread more through social media, has also affected the competition among food and beverage businesses. Colors not only have significance in terms of nutrition but also influence people's emotional, mental, and physical states, thus affecting human psychology. In marketing, one of the factors that influences consumers' purchasing behavior is psychological factors, which include learning, motivation, perception, attitude, and personality. Colors play an important role in influencing perception in connection with psychological factors (Özcan, 2018: 86). Based on the prominence of gastronomic tourism in recent years, a study was conducted to investigate the utilization of the black food trend by food and beverage establishments in Trabzon province and its contribution to Trabzon's gastronomic tourism. Qualitative research method was chosen for this study. Since hotel menus consist of more modern and colorful dishes, interviews were conducted face-to-face with the chefs responsible for the kitchens of four and five-star hotels. The aim was to draw conclusions and make recommendations based on the research findings. Upon evaluating the data obtained from the research, it was revealed that the trend of black foods in the kitchens of four and five-star hotels in Trabzon did not contribute significantly to gastronomic tourism. The contribution made was not sufficient, and the trend was discontinued from their menus. The hypothesis forming the purpose of the research yielded results in the study. It was determined through discussions with hotel chefs that the inclusion of black foods in hotel restaurant menus did not affect the profitability of the establishments. As this trend did not affect profitability and was not preferred by the customer base, it was removed from the menus of the hotels involved in the research. Another expectation in the research was that black foods, with the influence of social media, would attract the attention of the younger generation, who represent a potential customer base, and contribute to city tourism by being included in hotel restaurant menus. However, it was concluded from the research that due to the inability to meet the demands of the younger generation in hotel restaurants, it did not contribute to city tourism. As observed in the study, four and five-star hotels in Trabzon, where gastronomic tourism is believed to be developing, have shown little interest in the black food trend. The main reason for this is the supply-demand relationship. Particularly, foreign tourists, mostly Arabs, who come to the hotel, tend to consume traditional dishes such as chicken, meat, and rice, as well as local Trabzon dishes, rather than new trends in gastronomy. Their conservative eating habits have reduced the development of the city's hotel kitchens and various tourism activities to a single level. The research has revealed that central hotel restaurants in Trabzon directly adjust their menus according to the supply and demand relationship of the tourists. Black foods are not offered as an option in hotel restaurants for local tourists, and they are not included in hotel menus due to the lack of demand. As a result, the hypothesis related to the contribution of black foods to the profitability of

hotel restaurants has been rejected. Another observation is that the customer base ready to consume in a region (city, district, location, etc.), its current development, and the various tourism, cultural, and innovative trends it provides directly affect it. It was also observed that the hypothesis stating that hotel kitchens in Trabzon are open to trying and developing gastronomic trends was rejected, while the hypothesis stating that they are closed to trying and developing gastronomic trends was accepted. Accordingly, according to the opinions of hotel chefs, interest in the black food trend from tourists, especially from European countries, when they choose Trabzon as their destination, can increase innovation in the city's gastronomic tourism. They argue that the resulting demand can be reflected in hotel menus by including dishes made with black foods.



Journal	: <i>International Journal Of Tourism And Destination Studies</i>
ISSN	: 2822-6089
Article ID	: 76813
Article Type	: <i>Derleme Makalesi-Review Article</i>
Corresponding Author	: <i>Laleh REZAPOUR</i>
Year	: 2024
Volume	: III
Issue	: II
Page	: 118-135
Arrival Date	: 03.06.2024
Revision Date	: 09.07.2024
Acceptance Date	: 12.07.2024
Published Date	: 30.09.2024
How to Cite This Article	: <i>Rezapour, L. & Akova, O. (2024). Akıllı Turizm Gelişimi İçin Yenilikçi Bir Çözüm Olarak Blok Zincir Teknolojisi Üzerine Sistematiik Bir İnceleme. International Journal Of Tourism And Destination Studies (IJOTADS), 3(2), 118-135. DOI: 10.5281/zenodo.12701540</i>

IJOTADS is Licensed Under A Creative Commons Attribution- Non-Commercial 4.0 International License.

AKILLI TURİZM GELİŞİMİ İÇİN YENİLİKÇİ BİR ÇÖZÜM OLARAK BLOK ZİNCİR TEKNOLOJİSİ ÜZERİNE SİSTEMATİK BİR İNCELEME

A SYSTEMATIC REVIEW ON BLOCKCHAIN TECHNOLOGY AS AN INNOVATIVE SOLUTION FOR SMART TOURISM DEVELOPMENT

Laleh REZAPOUR

Doktora Öğrencisi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü,

laleh.rezapour@ogr.iu.edu.tr, İstanbul/TÜRKİYE. ORCID ID: 0009-0002-7686-0552

Orhan AKOVA

Profesör Doktor, İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi,

oakova@istanbul.edu.tr, İstanbul/TÜRKİYE. ORCID ID: 0000-0001-7740-2938

ÖZET

Teknolojinin özellikle bilgi teknolojileri alanında ilerlemesi turizm sektörü başta olmak üzere çeşitli sektörlerde büyük değişimlere neden olmuştur. Bu çalışmada, turizm sektöründe blok zincir teknolojisinin kullanım potansiyeli ve uygulamaları detaylı bir şekilde incelenmiştir. Web of Science veri tabanından elde edilen verilerle 312 makale üzerinde yapılan analizler sonucunda, 17 makale üzerinden çıkarımlar yapılmıştır. Blok zincir teknolojisinin turizmdeki kullanımının getirdiği fırsatlar ve karşılaşılan zorluklar net bir şekilde ortaya koymuştur. Çalışma, bu teknolojinin turizmde maliyetleri azaltabileceği, kripto para birimlerinin benimsenmesini teşvik edebileceği ve turizm ekosistemlerini kapsayıcı hale getirebileceği üzerinde durmuştur. Ancak, deneyim eksikliği, altyapı eksikliği ve paydaşların teknolojiye ilişkin farkındalık eksikliği gibi zorluklar da belirtilmiştir. Blok zincir teknolojisinin turizmi teşvik ettiği ve finansal sistemleri riske karşı koruduğu gözlemlenmiştir. Bununla birlikte, blok zincir teknolojisinin turizmdeki kullanımını engelleyen bazı zorluklar da belirtilmiştir. Sonuç olarak, blok zinciri teknolojisinin turizm sektöründe çeşitli fırsatlar sunmasına rağmen, başarı için bazı engellerin aşılması gerektiği vurgulanmıştır. Bu teknoloji, turizm deneyimini geliştirmek, sürdürülebilir davranışları ödüllendirmek, yerel topluluklara fayda sağlamak ve mahremiyet endişelerini azaltmak gibi önemli hedeflere ulaşmada potansiyel sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Akıllı Turizm, Blok Zincir Teknolojisi, Kripto Para, Bitcoin.

Jel Kodu: L80, L83, L89.

ABSTRACT

The advancement of technology, particularly in the field of information technology, has led to significant changes in various sectors, including the tourism industry. This study examines in detail the potential use and applications of Blockchain technology in the tourism sector. Through analysis of 312 articles obtained from the Web of Science database,

conclusions were drawn based on 17 articles. The opportunities and challenges brought about by the use of Blockchain technology in tourism were clearly outlined. The study emphasizes that this technology has the potential to reduce costs, promote the adoption of cryptocurrencies, and make tourism ecosystems more inclusive. However, challenges such as lack of experience, infrastructure deficiencies, and stakeholders' lack of awareness of technology were also noted. Observations indicate that Blockchain technology promotes tourism and protects financial systems against risks. Nevertheless, some challenges hinder its use in tourism. In conclusion, while Blockchain technology offers various opportunities in the tourism sector, overcoming certain barriers is essential for success. This technology has the potential to enhance the tourism experience, reward sustainable behavior, benefit local communities, and mitigate privacy concerns.

Keywords: Tourism, Smart Tourism, Blockchain Technology, Cryptocurrency, Bitcoin.

Jel Codes: L80, L83, L89.

1. GİRİŞ

Post-endüstriyel dönemde yaşadığımız günümüzde insanlık daha önce hiç deneyimlemedikleri çeşitli zorluklarla karşı karşıya kalmaktadır. Bu dönemde hayatta kalabilmek ve yaşamı sürdürebilmek için kendimizi yeni teknolojilerle, özellikle de bilgi teknolojileriyle donanmamızın önemi giderek artmaktadır. İnternetin ortaya çıkması ve yaygınlaşması, akıllı cihazlar, nesnelerin interneti cihazları ve sensörlerinin kullanımının artması bu sürecin hızlanmasına katkıda bulunmaktadır. Veri odaklı yaşanan günümüz dünyasında turizm işletmeleri de bu durumdan etkilenmektedir. Destinasyonlar, işletmeler ve tüketiciler, karar verme süreçlerini geliştirmek ve ortak değer yaratmak için giderek daha fazla miktarda veri oluşturmak zorunda kalmaktadır ve bu verileri yeni yöntemlerle analiz ederek kullanışlı hale getirmektedir. Bu durum, turizm sektöründe de geçerlidir ve işletmeler çeşitli verileri kullanarak başarılı bir şekilde hizmet kalitesini müşteri memnuniyetini artırabilir ve pazarlama stratejilerini geliştirebilir duruma gelmiştir. Gelişen teknolojiyle birlikte, turizm sektöründeki işletmelerin de veri odaklı bir yaklaşım benimsemesi ve verileri etkili bir şekilde analiz ederek stratejilerini buna göre belirlemesi gerekmektedir. Bu sayede rekabet avantajı elde edebilirler ve sektördeki değişimlere daha hızlı adapte olabilirler. Veri odaklı turizm sektörü hem işletmeler hem de tüketiciler için daha iyi bir deneyim sunmaya yardımcı olacaktır (Mariani, 2020). Teknoloji kullanımının kendine özgü altyapıları ve çalışmaları gerektirdiği aşikârdır. Turizmin bir ülke ekonomisi üzerinde olumlu ve olumsuz pek çok etkisinin olabileceği ve sürdürülebilir kalkınmanın gerekçelerini sağlayabildiği göz önüne alındığında, bu sektörde planlamanın ilkelere, doğru ve mantıklı yasalara dayanması, şimdiki ve gelecek zamanlardaki mevcut olasılıkların da dikkate alınması gerekmektedir. Son yıllarda bilgi ve iletişim teknolojisi (BİT) toplumumuzu tahmin edilemeyecek şekilde değiştirmiştir ve özellikle nesnelerin interneti'nin ortaya çıkmasıyla birlikte turizm sektörü en çok dönüşüm geçiren sektörlerden biri haline gelmektedir (Chiappa & Baggio, 2015). Özellikle turizm sektöründe, çevrim içi tüketici incelemeleri ve görüşleri, sektörün güçlü ve zayıf yönlerini anlamak için yeni bir veri kaynağı olarak kullanılması başlanmıştır (Hlee ve ark., 2018). Büyük veri, müşterilerin görüşleri, tercihleri, ihtiyaçları ve tutumları hakkında değerli bilgiler yaratma yeteneği nedeniyle kuruluşlar ve işletmeler için değer yaratmanın temel kaynağı olarak bilinmektedir. Bu potansiyel, sınırların olmadığı dijital ekonomide, ticaret ve pazarlama fırsatlarının kazanılmasında önemli rol oynayan büyük veri, diğer bir ifade ile “yeni petrol” olarak anılmaktadır (Hartmann ve ark., 2016; Akter ve ark., 2021). Turizm sektöründe sosyal medya ve kullanıcı kaynaklı içeriklerin artan kullanımına rağmen, büyük veriye dayalı teorik çalışmalar sınırlıdır. Buna ek olarak, turizm ve ilgili diğer alanlar, gizlilik, veri kalitesi ve verilerin uygun kullanımı gibi büyük veri sorunlarıyla benzer endişeler taşımaktadır (Li & Law, 2020).

Akıllı turizm kavramı, turizm destinasyonlarının, sektörlerin ve çeşitli turist türlerinin, büyük miktarda veriyi değerli raporlara dönüştüren yeni bilgi ve iletişim teknolojisi biçimlerine artan bağımlılığını tanımlamak için kullanılmaktadır. Bu doğrultuda yapılan tüm çalışmalar ve hedefler, alandaki verilerle fiziksel altyapıların zenginleştirilmesi yoluyla inovasyonu, yaşam kalitesini ve sürdürülebilirliği artırmaya yönelik büyük ve koordineli çalışmalar ve stratejik yatırımları içermektedir (Gretzel ve ark., 2015). Akıllı turizm kavramı, yeni olmasına rağmen bir dizi zorlukla karşı karşıyadır. Bu zorlukların temelinde, turizm verilerinin sistematik ve kapsamlı bir şekilde koordine edilmesi, paylaşılması ve kullanılması gerekliliği yer almaktadır; ancak bu süreç henüz başlangıç aşamasındadır. Akıllı turizmin hayata geçirilmesi için tanıtımlar ve temel altyapılar

gerekmektedir. Ancak gerekli altyapılardaki eksikliklerin, akıllı turizmin gerçekleşmesini engelleyebileceği açıktır. Bilgi ve iletişim teknolojilerinin turizmdeki önemi de unutulmamalıdır. Bu dönüşüm sürecinde, blok zincir teknolojisi turizm sektörü için önemli bir rol oynamaktadır. Blok zincir, verileri korumak için bir dizi kurala dayanan, yüksek yeteneklere ve güçlü bir güvenlik sistemine sahip, merkezi olmayan bir veritabanı sistemidir (Bhushan ve ark., 2019). Blok zincir ayrıca, bir ağdaki işlemleri kaydeden büyük bir dağıtılmış defter olarak tanımlanabilir (Gatteschi ve ark., 2018). Turizm sektöründe blok zincir teknolojisinin kullanılması, seyahat edenlerin artık fiziksel kimliklerini vermelerine gerek kalmadan seyahatlerini kolaylaştırarak ve bekleme süresini azaltarak önemli avantajlar sunmaktadır. Ayrıca, blok zincir teknolojisinin potansiyel kullanımı, turizm sektöründe faaliyet gösteren şirketlerin finansal ödemeler için aracı platformların kullanılmasıyla ilgili ek maliyetlerden tasarruf etmesine yardımcı olmaktadır (Aggarwal ve ark., 2019). Temel amaç, ülkelerin turizm sektörünün daha etkili ve verimli bir şekilde yönetmek için seyahatle ilgili zaman ve maliyetleri azaltmak ve turistlerin verilerini güvence altına almak için turizm sektöründe blok zincir tabanlı bir çerçeve geliştirmektir. Dünya Ekonomik Forumu ve Gartner (bir bilgi teknolojisi, araştırma ve danışmanlık şirketi) 2016 ve 2018'de blok zincir'i gelişen en iyi teknolojilerden biri olarak tanıtmışlardır. Ancak, son yıllarda blok zincir alanındaki araştırmaların çoğu finansal uygulamalara odaklanmış ve turizm alanındaki uygulamalara daha az dikkat edilmiştir. Buna rağmen, Winding Tree, TUI ve Loyyal gibi şirketler son yıllarda turizm alanında blok zincir teknolojisini başarıyla kullanmayı başaran şirketler arasında yer almaktadır (Önder & Gunter, 2020). Blok zincir teknolojisinin dünyada yaygınlaşması ve turistler, seyahat acenteleri ve turizm hizmetleriyle ilgili kuruluşlar tarafından kullanılmasıyla turizm sektörünün daha da ilerlemesi beklenmektedir. Ülkelerin hem turizm hem de turist sayısı açısından ciddi oranda büyümeye meyilli olduğu düşünülmektedir. Bu nedenle giderek artan rekabet ortamında blok zincir kullanımının faydaları ve yaşanan zorluklar gibi hususların daha iyi anlaşılması gerekmektedir.

Bu sistematik inceleme, blok zincir teknolojisinin turizm sektöründeki kullanım potansiyelini ve uygulamalarını derinlemesine ele almaktadır. Web of Science veri tabanından elde edilen veriler üzerinde yapılan kapsamlı analizler sonucunda, turizm sektöründeki blok zincir teknolojisinin mevcut durumu ve geleceği hakkında önemli çıkarımlar elde edilmektedir. Blok zincir teknolojisinin turizm sektöründeki kullanımının getirdiği fırsatlar ve karşılaşılan zorluklar bu çalışmanın merkezinde yer almaktadır. Turizmde blok zincir teknolojisinin maliyetleri azaltma, kripto para birimlerinin benimsenmesini teşvik etme ve turizm ekosistemlerini kapsayıcı hale getirme gibi potansiyelleri incelenmiştir. Ancak, deneyim eksikliği, altyapı eksikliği ve paydaşların teknolojiye ilişkin farkındalık eksikliği gibi zorluklar da göz önüne alınmıştır. Bu inceleme, blok zincir teknolojisinin turizm sektöründe sunabileceği önemli fırsatları ve sektördeki mevcut zorlukları net bir şekilde ortaya koymaktadır. Ayrıca, turizm deneyimini geliştirmek, sürdürülebilir davranışları teşvik etmek ve yerel topluluklara fayda sağlamak gibi hedeflere ulaşmada blok zincir teknolojisinin potansiyelini vurgulamaktadır. Bu çalışmanın amacı, blok zincir teknolojisinin turizm sektöründeki rolünü daha iyi anlamak ve sektördeki uygulamaları daha da geliştirmektir. Bu çalışmada, Web of Science veri tabanından elde edilen verilerle 312 makale üzerinde yapılan analizler sonucunda 17 makale üzerinden çıkarımlar yapılmıştır.

1.1. İlgili Alanyazın

1.1.1. Blok Zincir Teknolojisi

Blok zincir teknolojisi, hükümetlere yenilikçi çözümler sunarak sürdürülebilir kalkınma hedeflerini geliştirmiştir. Örnek olarak, dijital kimliklerin güvenli ve şeffaf bir şekilde yönetilmesine veya gıda ürünlerinin tarladan sofraya kadar tüm aşamalarını izlemek için blok zincir kullanılarak, sürdürülebilir tarım uygulamalarının teşvik edilmesine yardımcı olmaktadır. Bu teknolojinin temel özellikleri arasında bilginin değişmezliği ve topluluk düzeyinde güvenin dağıtılması yer almaktadır. Blok zincir teknolojisinin şu özellikleri bulunmaktadır:

➤ **Dağıtılmış Veritabanı:** Bu özellik, verilerin birden fazla veri deposuna veya deftere kaydedilmesini ve paylaşılmasını ifade etmektedir (Collomb & Sok, 2016).

➤ **Eşler Arası Değişim (Peer to Peer Exchange):** Birbirine bağlanan heterojen dağıtım kaynaklarının bir koleksiyonudur (Wray ve ark., 1994). Bu, e-nakit gibi çevrimiçi ödemelerin bir finans kurumunu ziyaret etmeye gerek kalmadan doğrudan bir taraftan diğerine gönderilmesine olanak tanımaktadır (Nakamoto, 2008).

➤ **Anonimlik ile Şeffaflık:** Her işlem blok zincir ağındaki her kullanıcı için şeffaftır. Blok zincir'deki her kullanıcının, şifreleme yoluyla yapılan benzersiz bir şifrelenmiş adresi bulunmaktadır. Kullanıcılar, ortak anahtar ağlarının diğer üyeleriyle paylaşarak anonim kalabilir veya kimliklerini akranlarıyla paylaşabilmektedir. Blok zincir kullanıcıları arasındaki işlemler şifrelenmiş adresler aracılığıyla yapılabilmektedir (Iansiti & Lakhani, 2017). Bu ekosistemdeki her kaydın saati ve tarihi her zaman belirtilir ve gecikmeden gönderilir, bu nedenle kaydedilen işlem blok zincir sistemindeki tüm katılımcılar için şeffaf ve tanımlanabilirdir (Monrat ve ark., 2019).

➤ **Değişmez Veriler:** Bir şirket tarafından ağdaki bir güncelleme veya ek işlemle eş zamanlı olarak yeni bir işlem gerçekleştirildiğinde, güncellenen veri tabanı kaydedilir ve geri döndürülemez bir giriş haline gelir, böylece her ağ işlemi önceki işlemlerin geçmişiyle ilişkilendirilir ve bir zincir oluşturur (Douglas & Meijer, 2016). Başka bir deyişle, her işlemin blok zincirinde şifrelenmesi ve daha sonra fikir birliği ile onaylanmasıdır (Nascimento ve ark., 2018).

➤ **Akıllı Sözleşme:** Blok zincir verileri, hesaplama mantığıyla ve iş faaliyetleri için birçok çıktıya sahip olabilmektedir. Kullanıcılar, kendi etkinlik ve iş türlerine göre algoritmalar ve kurallar ayarlayarak işlemleri otomatik olarak başlatabilir. Bu kuralların bir derlemesi akıllı sözleşme olarak bilinmektedir (Douglas & Meijer, 2016).

➤ **Merkezi Olmayan Sistemler:** Merkezi olmayan ve açık sistemler, insanların kimliklerine tamamen sahip olmalarını ve yönetmelerini sağlamaktadır. Bu da otonom kimlik sistemleri fikrine yol açmaktadır (Ferrarini ve ark., 2018).

1.1.2. Blok Zinciri Teknolojisinin Turizm Sektöründeki Uygulamaları

➤ **Turistik destinasyonları çevrim içi ziyaret etme imkânının sağlanması:** Bu teknolojinin turizm sektöründe kullanılması ve uygulanması halinde turistler gidecekleri destinasyonu çevrim içi olarak kolaylıkla ziyaret edebilir ve bu konuda kapsamlı bilgi alabilirler. Teknolojinin ilerlemesi ve bilimsel araştırmaların derinleşmesiyle ortaya çıkan yenilikçi zeka türleri olarak bilinen yeni zekâ kavramları, geleneksel zekâ tanımlarının ötesine geçerek, insanın bilişsel ve duygusal yeteneklerini daha geniş bir perspektifte ele almaktadır. Yeni zekâ kavramlarının yardımıyla insanlar çevrim içi olarak belirli bir destinasyonu ziyaret ettiklerinde, seyahat öncesi, süreci ve sonrasında turistlere ihtiyaçları hakkında sorular sorarak bilgi sahibi olabiliyor ve rekabet güçlerini artırabiliyorlar (Buhalis & Amaranggana, 2014).

➤ **Dolandırıcılık olasılığının en aza indirilmesi:** Turizm sektöründe sık karşılaşılan sorunlardan biri de rezervasyon ücretinin iadesi ve düzeltici işlemlerin yapılmasıdır. Bazen bu düzeltici işlemlerin kendisi dolandırıcılığın kaynağıdır, dolayısıyla para istenen hesaba iade edildiğinde bazı sorunlarla karşılaşılır. Bu nedenle ödeme anında blok zincir teknolojisini kullanılması düzeltici işlemlerdeki sorunları en aza indirir ve dolandırıcılığın önüne geçer (McCallig ve ark., 2019).

➤ **Kolay, güvenli ve izlenebilir ödemeler:** Akıllı sözleşmeler, blok zincir teknolojisi kullanılarak kontrol edilen ve yönetilen, dolayısıyla araçları (noterler, bankalar, komisyoncular, acenteler veya diğer kurumlar) ortadan kaldıran, maliyetleri azaltan ve işlem süresini kısaltan sözleşmelerdir (Ozdemir ve ark., 2020). Esasen iki veya daha fazla taraf arasında kodlanmış bir anlaşma programını gerektirdiğinden, doğası gereği bağımsız olarak uygulanabilir (Tyan ve ark., 2020). Merkezi olmayan sistemler, turizm sektöründe faaliyet gösteren şirketler için çok faydalı olabilir ve onların maliyetlerini önemli miktarda azaltmalarına yardımcı olabilir. Ayrıca blok zincir ağındaki bilgiler güvenli bir şekilde toplanıp her zaman ulaşılabilir olacak, böylece yönetim için gereken zaman ve maliyet azaltılacak ve tüm dünyanın bilgiye erişimi sağlanacaktır (Ford ve ark., 2012). Kripto ödemelerini kredi kartı gibi geleneksel ödemelere göre kullanmanın avantajı, işlem ücretlerinin ve komisyonlarının mevcut olmaması veya çok düşük olmasıdır (Melkić & Čavlek, 2020). Kredi kartları

için üç ila beş iş gününe kıyasla herhangi bir zaman gecikmesi olmadan anında transfer sağlanabilir (Willie, 2019), işlem tutarında maksimum limit bulunmaması (Melkić & Čavlek, 2020) ve sınır ötesi havalelerde döviz kuru endişelerinin ortadan kaldırılmasıdır (Çapar, 2020; Nam ve ark., 2021). Öte yandan ödül programları hâlâ en iyi yatırım getirisini sağlıyor ve en yüksek müşteri tutma oranlarına sahip ve blok zincir, ödül planını ekonomik açıdan da uygulanabilir hale getiriyor. Ayrıca turistlerin ödül programlarının tam kontrolünü ellerine almalarına da olanak tanır (Irannezhad & Mahadevan, 2021).

➤ **Turistlerin kimliğinin doğrulanması:** Blok zincir'in merkezi olmayan yapısı, kimlik doğrulamayı geleneksel süreçten daha hızlı, kolay, güvenli ve verimli hale getirir (Önder & Gunter, 2020). Blok zincir teknolojisi, bir kişinin kimliğini tehlikeye atmadan verileri entegre bir şekilde yönetmek için geniş bir yelpazede potansiyel uygulamalar sunmaktadır (Treiblmaier, 2020). Biyometrik okuyucularla birleştirilmiş blok zincir, turistlerin otomatik geçiş kapılarından, havalimanlarında (örneğin dijital pasaportlar, akıllı kapılar) ve otellerde güvenli check-in işlemlerini otomatik hale getirip ve geçmesini sağlayarak ve otel girişine izin vererek kimlik hırsızlığı ve sahtekarlığını önemli ölçüde ortadan kaldırabilir (Thees ve ark., 2020; Nam ve ark., 2021).

➤ **Turizm işletmelerinin derecelendirmesinde şeffaflık:** Günümüzde belirli bir destinasyona seyahat etmek isteyen kişiler, seyahate çıkmadan önce çeşitli forumlarda, web sitelerinde ve ağlarda arama yapmakta ve diğer kullanıcıların oteller, turistik yerler, havayolları, restoranlar vb. hakkındaki görüşlerini göz önüne almaktadır (Leal ve ark., 2021). Blok zincir, turistlerin tur ve seyahat faaliyetlerini birbirine bağlaması ve koordine etmesi için tek duraklı bir mağaza sağlayarak tüm fiyat bilgilerinin ve diğer hususların sürekli olarak güncellendiği kullanıcı deneyimlerini ve güvenliği geliştirmekle meşguldür (Nam ve ark., 2021; Irannezhad & Mahadevan, 2021). Müşterinin marka ve sunduğu hizmetler hakkında doğru ve eksiksiz bilgiye sahip olabilmesi için markadaki değişiklikler, hizmet güncellemeleri veya yeni olanaklar siteye en kısa sürede yansıtılmalıdır (Treiblmaier, 2020). Tüm bunlar, kişinin farklı otelleri kolayca kontrol etmesini, kapasiteleri ve rezervasyonları hakkında bilgi sahibi olmasını sağlar.

➤ **Bagaj yönetimi:** Blok zincir teknolojisi nesnelerin konumunu takip etmek için de kullanılabilir (Nguyen, 2016). Blok zincir paylaşılan dağıtılmış defter, bagaj ve sahiplik ayrıntılarının çeşitli noktalarda otomatik olarak oturma açılmasına olanak tanıyarak bagajın transit sırasında nerede olursa olsun gerçek zamanlı olarak bulunmasını kolaylaştırabilir (Willie, 2019; Önder & Gunter, 2020; Treiblmaier, 2020). Ayrıca turistlere akıllı telefonlarından bagajlarının güncel konumu hakkında bilgi sağlamak da mümkündür (Willie, 2019).

➤ **Nesnelerin interneti:** Nesnelerin İnterneti, RFID (Radyo Frekansı ile Tanımlama) ve QR kodlarıyla birleştirilen blok zincir, uçtan uca turizmde tedarik zinciri görünürlüğü sağlayarak sahte ürün ve hizmetleri azaltabilir. Blok zincir tabanlı ürün etiketleme, belirli ürün etiketlerinin doğruluğunu önemli ölçüde artırabilir (Filimonau & Naumova, 2020; Rashideh, 2020). Ürünle ilgili tüm bilgiler (örneğin, içindekiler, ne zaman ve nerede yapıldığı, saklandığı ve taşındığı), ürünün orijinal ve güvenilir olup olmadığını belirlemek için QR kodlarını tarayarak saniyeler içinde turistlere sunulabilir (Willie, 2019). Bu sistemler, müslüman turistler için helale uygunluk gibi dinî hususlarla ilgili endişeleri de hafifletebilir (Filimonau & Naumova, 2020).

➤ **Eşler arası işlemler:** Blok zincir, çevrim içi rezervasyonlar (örneğin; otel rezervasyonları, uçak biletleri, tur paketleri) için eşler arası işlemleri (örneğin; müşteriden müşteriye) mümkün kılar ve turistlerin kripto para birimi (örneğin; Bitcoin, Ripple) kullanarak bir finansal kuruluşa bağımlı olmadan, üçüncü taraflara veya diğer araçlara güvenmeden ödeme yapmalarını sağlayabilir (Filimonau & Naumova, 2020; Tham & Sigala, 2020; Valeri & Baggio, 2021).

➤ **Rezervasyonlarda şeffaflık:** Rezervasyon ve satın alma süreci basitleştirilebileceği gibi, blok zincir teknolojisinin kullanılması, uçak biletinin kaybedilmesi gibi olası sorunlara kolaylıkla çözüm sağlayabilir (Treiblmaier, 2020). Turizm sektörünün karşılaştığı zorluklardan biri, otel kapasiteleri hakkında bilgi verilmesi, farklı kaynak pazarlardaki farklı fiyatlar gibi şeffaflığın olmayışı ve

rezervasyonların birden fazla sistemden geçmesi, insan hataları, çifte rezervasyon, manuel ve kâğıt bazlı olmasından kaynaklanan veri tutarsızlıklarıdır (Irannezhad & Mahadevan, 2021).

➤ **Girişimciler için fırsatlar:** Blok zincir, turizm sektöründeki girişimciler için fırsatları artırabilir; böylece küçük tur operatörleri ve konaklama sağlayıcıları, blok zincir platformları aracılığıyla mağazalar açabilir ve güvenilir kimlikler oluşturabilirler. Blok zincir tarafından sağlanan güven, kullanıcının (turistlerin) bu girişimci girişimlerin hizmetlerini kullanma konusundaki güvenini artıracak ve turizm pazarının genişletilmesine yardımcı olacaktır (Line ve ark., 2020).

1.1.3. Akıllı Turizm ve Destinasyonlar İçin Blok Zincir Teknolojisi

Akıllı turizm, modern çağın teknolojik gelişmelerden en fazla yararlanan sektörlerden biri olarak öne çıkmaktadır ve bu teknoloji odaklı süreçle ortaya çıkan bir sistem olarak değerlendirilebilir (Binbaşıoğlu, 2020). Akıllı turizm, turistlere net bilgi ve verimli hizmetler sunmak için turizm kaynaklarını ve yapay zekâ, bulut bilişim ve nesnelerin interneti gibi bilgi ve iletişim teknolojilerini (BİT) kullanan entegre bir kentsel turizm platformu olarak tanımlanmaktadır (Wang ve ark, 2013). Hunter ve arkadaşları (2015) "*Akıllı turizm, turizmin sosyal gerçekliğini dijital olarak (yeniden) inşa etmiştir*" ifadesini kullanmışlardır. Sosyal ve kültürel bir olgu olan turizm, dijitalleşme ve teknoloji kullanımı ile yeni bir duruma evrilmiştir (Güteryüz, 2022).

Akıllı turizm altyapısının oluşturulması, turizm sektöründe verimliliği, sürdürülebilirliği ve turistlerin deneyimlerinin yanı sıra temel bir ihtiyaç olarak değerlendirilmektedir. Bu bağlamda, akıllı şehirler, vatandaşların ve turistlerin hayatlarında yeni teknolojilerin oluşması ve uygulanmasına yönelik bir platform olarak konumlandırılmaktadır (Cunha ve ark., 2022). Akıllı şehir terimi, e-devlet gibi yeni stratejiler kullanarak, vatandaşların yaşam için ihtiyaç duyduğu tüm olanaklara çevreye zararlı etkileri en aza indirerek erişmeleri için uygun koşulları sağlayan toplumları ifade etmektedir (Bastidas-Manzano ve ark., 2020). Bu kavramın tüm dünyaya yayılmasıyla birlikte son on yılda kentsel projelerdeki girişimlerin arttığı görülmüştür. Bu girişimlerin çoğu, hizmetlerde yenilik yapmayı ve vatandaşların yaşam kalitesini artıracak ürünler sunmayı gerektirmektedir (Bodo, 2019). Blok zincir'in akıllı şehirlerdeki potansiyel uygulamaları arasında ulaşım yönetimi, veri paylaşım yönetimi, enerji piyasaları için platform sağlanması, mal ve hizmet paylaşımı ve şehir varlıklarının yönetilmesi yer almaktadır (Asadi Bagloee ve ark., 2021). Akıllı şehirlerde uygulandığında hizmet kuruluşlarının performansını artırmanın ve vatandaşların daha fazla memnuniyetini sağlamanın yanı sıra kentsel zorlukların çözümünde önemli bir etkiye sahip olabilecek yeni teknolojilerden biri de blok zincir teknolojisi'dir. Bu teknoloji, turizm sektörü de dâhil olmak üzere çeşitli alanlarda hizmet sunarak sektörün daha da ilerlemesini ve daha geniş bir kitleye hitap etmesini sağlamaktadır (Wang ve ark., 2013).

Akıllı turizm destinasyonu kavramı, turizm destinasyonu kavramına önemli bir katkı olduğu gibi, destinasyonları yönetmek için potansiyel bir çerçeve olarak da anlaşılabilir (Jovicic, 2017; Ivars ve ark., 2017). Hedef destinasyonda özellikle tek bir cazibe merkezinin olduğu veya çok sayıda cazibe merkezinin bulunduğu ve pazarlama bağlantıları kurmanın zor olduğu destinasyonlar için hayati önem taşımaktadır (Koo ve ark., 2016). Akıllı turizm destinasyonlarının temel amacı, turizm deneyimini geliştirmek ve hem destinasyonun rekabetçiliğine hem de turistlerin memnuniyetine yönelik kaynak yönetiminin etkinliğini arttırmak ve aynı zamanda uzun bir süre boyunca sürdürülebilirliği sağlamaktır (Buhalis & Amaranggana, 2014). Akıllı turizm destinasyonu kavramının gerçek anlamı, turizmin hizmet kalitesini artırmak, turizm yönetimini geliştirmek amacıyla BİT'leri kullanarak turistlerin ihtiyaçlarına odaklanmak ve bunları karşılamaktır (Huang ve ark., 2012). Akıllı turizm destinasyonu, turistler için değer, zevk ve deneyimleri birlikte yaratmak yanı sıra, destinasyona ve turizm organizasyonlarına fayda ve kâr sağlamak amacıyla mevcut teknolojileri kullanan yerdir (Boes ve ark., 2015). Genel olarak, akıllı turizm destinasyonlarının, en son teknolojileri kapsama ve paydaşlar arasındaki bağlantıları geliştirmek için büyük miktarda bilgi kullanma, akıllı karar verme ve son olarak gelişmiş turizm deneyimleri ve gelişmiş destinasyon rekabet gücü sağlama yetenekleri vardır ve bu açıdan geleneksel turizm destinasyonlarından farklıdır.

Akıllı turizm destinasyonlarının bir parçası olan blok zincir teknolojisi, turizm sektöründe giderek daha fazla kullanılmaktadır ve hem destinasyonlar hem de turizm işletmeleri için maliyet ve zaman tasarrufu sağlamaktadır. Bu teknoloji, akıllı sözleşmeler ve merkezi olmayan uygulamalar (DApps) aracılığıyla turizm sektöründe önemli bir etki yaratmaktadır. Ayrıca akıllı turizm destinasyonlarının geliştirilmesinin bazı gereksinimleri karşılaması gerekmekte ve birçok zorlukla karşı karşıyadır. Akıllı turizm destinasyonları, turistlerin deneyimini geliştirmeyi, destinasyonlar içinde bilgi toplamak ve dağıtmak için daha akıllı bir platform sunmayı, turizm kaynaklarının verimli dağıtımını kolaylaştırmayı ve yerel topluluğa fayda sağlamayı amaçlamaktadır.

Blok zincir teknolojisinin akıllı turizm ve akıllı şehir uygulama alanlarında giderek daha yaygın olarak kullanıldığını ve bu gelişime açık teknolojinin farklı sektörlerle birleşerek kullanımının güçlenebileceğini göstermektedir. Akıllı turizm destinasyonları için bu teknolojinin potansiyeli oldukça büyüktür ve gelecekte daha fazla yenilik ve verimlilik sağlayabilir (Baydeniz, 2023). Turizm deneyimini geliştirmek için akıllı turizm destinasyonlarının kişiselleştirilmiş hizmetler sunması beklenmektedir. Bu, seyahat öncesi planlama aşamasında kullanıcı profiline dayalı tüm ilgili gerçek zamanlı bilgilerin sağlanmasını, turistlerin keşfetmelerine yardımcı olmak için gerçek zamanlı bilgi erişimini ve turistlerin deneyimlerini gözden geçirmelerine olanak tanıyan etkili bir geri bildirim sisteminin oluşturulmasını içermektedir (Buhalis & Amaranggana, 2015).

2. YÖNTEM

Bu çalışmada, akıllı turizm kapsamında blok zincir teknolojisinin turizm işletmelerinde kullanımını araştırmak amacıyla sistematik bir literatür incelemesi yöntemi kullanılmıştır. Bu yöntem, mevcut literatürde akıllı turizm ve blok zincir teknolojisi arasındaki ilişkiyi anlamak için yapılan kapsamlı bir analizi içermektedir. Veri toplama işlemimizi, makale başlıklar, özetler ve makale anahtar kelimeleri içinde arama yapmak için özel olarak "Topik" alanına odaklanarak Web of Science (WOS) veri tabanları kullanılarak gerçekleştirdik. Arama, "Smart Tourism" veya "Blockchain" veya "Cryptocurrency" veya "Bitcoin" gibi kapsamlı bir terim listesi içeren makaleleri hedef alacak şekilde ayarlandı. Bu kapsamlı çalışma, WOS veri tabanının kuruluşundan itibaren 21 Mayıs 2024 tarihine kadar yayımlanan makaleleri yakalamak amacıyla tasarlanmıştır. Bu araştırma yapıldığında konu hakkında 2013 yılından itibaren ilk makalelerin yazıldığı görülmüştür. WOS veri tabanı, bibliyometrik araştırmalar için tanınmış kalitesi ve güvenilir olması nedeniyle bu çalışmada tercih edilmiştir. Araştırma kalitesi için sadece makale türü ile sınırlandırılmıştır. Bu çalışmada ilgili alanlara ve metodolojik yaklaşımlara en uygun kategoriler şu şekilde ifade edilebilir:

➤ **İşletme Finansı:** Turizm sektöründe finansal performans, yatırım analizi, finansal stratejiler gibi konularla ilgili çalışmalar bu kategoride yer alabilir. Turizm işletmelerinin finansal yönetimi ve karar alma süreçlerine odaklanan araştırmalar da burada bulunabilir.

➤ **Sosyal Bilimler:** Turizm sosyal bilimlerle sıkça ilişkilendirilir zira seyahat, kültürel etkileşimler, turizm pazarlaması, turizm politikaları gibi konular genellikle sosyal bilimler açısından ele alınır. Antropoloji, sosyoloji, ekonomi, psikoloji gibi disiplinler turizm araştırmalarının içeriğini oluşturabilir.

➤ **Bilim ve Teknoloji:** Turizm sektörü, bilgisayar bilimi, iletişim teknolojileri, coğrafi bilgi sistemleri gibi alanlardaki teknolojik gelişmelerden de büyük ölçüde etkilenir. Bu kategori, turizmde teknoloji kullanımı, dijital pazarlama stratejileri, çevirim içi rezervasyon sistemleri gibi konuları kapsayan çalışmaları içerebilir.

Bu kategoriler altında turizmle ilgili çeşitli konuları kapsayan geniş bir yayın yelpazesi bulunabilir.

Çalışmamız için araştırdığımız makaleler sadece İngilizce diliyle yazılan makaleler olmuştur. Çünkü İngilizce, bilimsel iletişimde genel olarak kabul gören bir dil olduğu için ve ayrıca İngilizce dilinde yayınlanan makaleler, daha geniş bir kitleye hitap etmektedir. Bu nedenle, yapılan en son çalışmalarını takip etmek ve en güncel bilgilere erişmek için İngilizce yayınları tercih ettik. İngilizce, Web of Science gibi uluslararası veri tabanlarında yayımlanan kaynakların çoğunluğunu oluşturur. Dolayısıyla İngilizce tercih etmek, daha geniş bir kaynak havuzuna erişim sağlamaktır. İngilizce

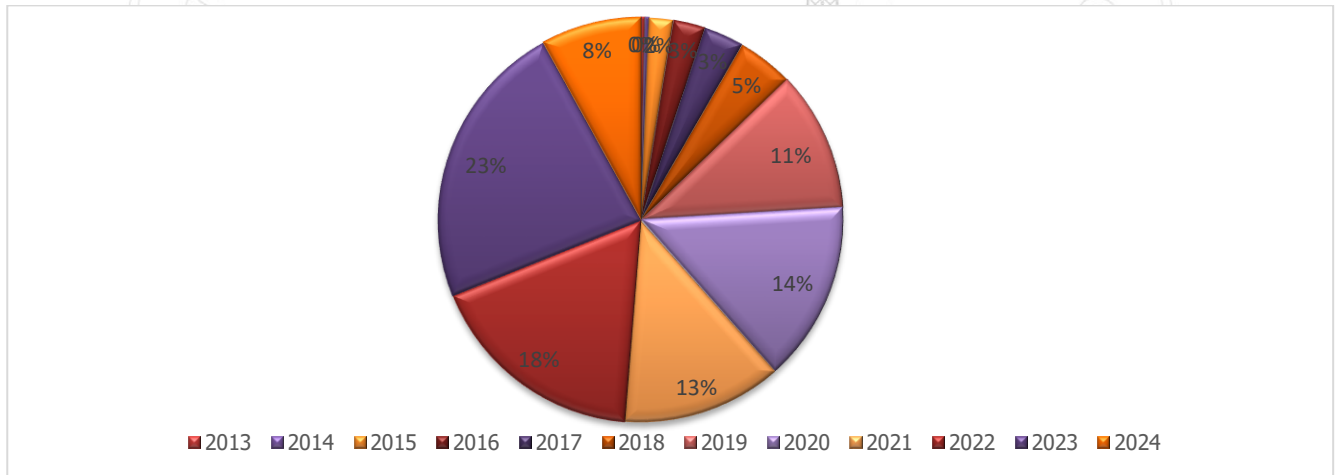
dilindeki yayınlar, sıkça atıfta bulunulan ve daha geniş bir akademik topluluk tarafından tanınan bir standart oluşturur. Bu nedenle İngilizce dilinde yayınlanan araştırmalar, genellikle daha fazla alıntı alır ve daha büyük bir etkiye sahiptir.

Araştırmada kullanılacak anahtar kelimeler olarak: “Akıllı Turizm-Blok Zincir (Smart Tourism-Blockchain)”, “Akıllı Turizm-Kripto Para (Smart Tourism-Cryptocurrency)”, “Akıllı Turizm-Bitcoin (Smart Tourism-Bitcoin)” konuları araştırılmıştır.

Araştırma konusunu daraltmak ve ilgili literatürü bulmak için Hospitality Leisure Sport Tourism kategorisi seçilmiştir. Bu kategoriler, turizm araştırmalarının genellikle içerdiği ana başlıkları temsil eder. Turizm, konaklama işletmeleri (Hospitality), eğlence endüstrisi ve boş zaman aktiviteleri (Leisure), spor ve seyahatle (Tourism) sık sık ilişkilendirilir. Hospitality Leisure Sport Tourism kategorisi, turizmle ilgili birçok farklı alt alanı kapsar, bu kategoriyi seçerek, turizmle ilgili geniş bir yelpazedeki akademik çalışmalara erişebildik. Bu da ilgili literatürü kolayca bulunması ve çalışmaların belirli bir odak noktasına göre yapılandırmasını sağlar.

3. BULGULAR

Web of Science dan elde edilen verilerden toplam 312 makale izole edilmiştir ve bunların arasında, 2013 ve 2014 yıllarında sırasıyla birer adet makale bulunmuş, 2015’de altı, 2016’da sekiz, 2017’de on, 2018’de 14, 2019’da 35, 2020’de 45, 2021’de 40, 2022’de 55, 2023’de 72 ve 2024’de 25 makale bulunmuştur. Makale sayısının yıllara göre arttığı ve 2023 yılında zirveye ulaştığı görülmektedir. Ancak 2024’te mayıs ayına kadar makale sayısında bir düşüş gözlenmiştir; bu durum Şekil 1’deki görselleştirilmiş haritada gösterilmektedir.



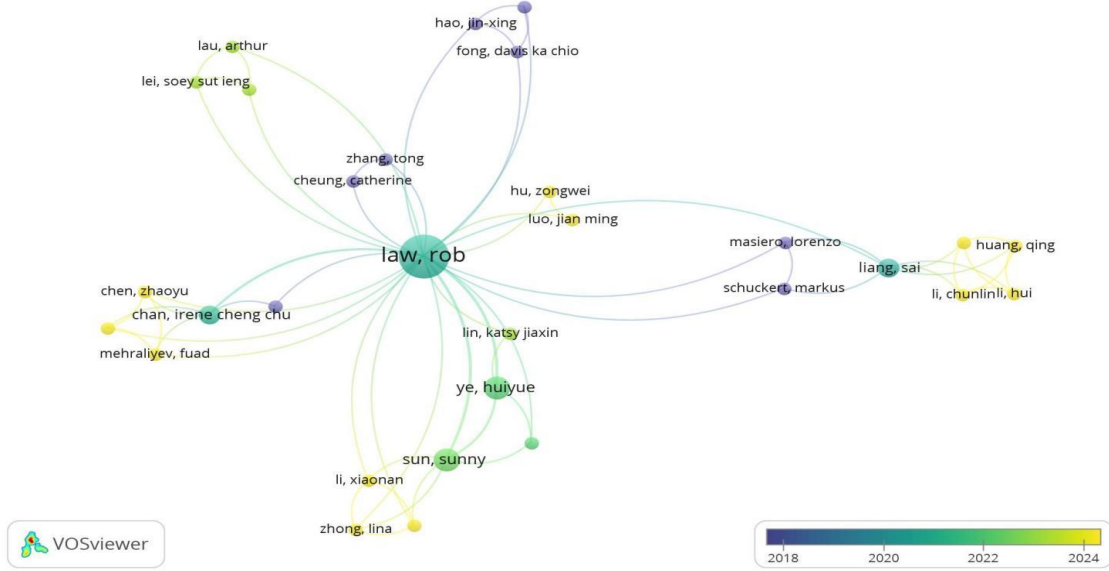
Şekil 1. Yıllara Göre Yayın Sayıları

Ayrıca alan kategorilerine göre de İşletme Finans alanında 71 adet, Sosyal Bilimler alanında 312 adet ve Bilim Teknoloji alanında iki adet makale elde edilmiştir. Sosyal Bilimler alanındaki makalelerin diğer alanlara göre daha fazla olduğu görülmektedir.

Tablo 1. Çalışmaların Yazarlara Göre Kümeler

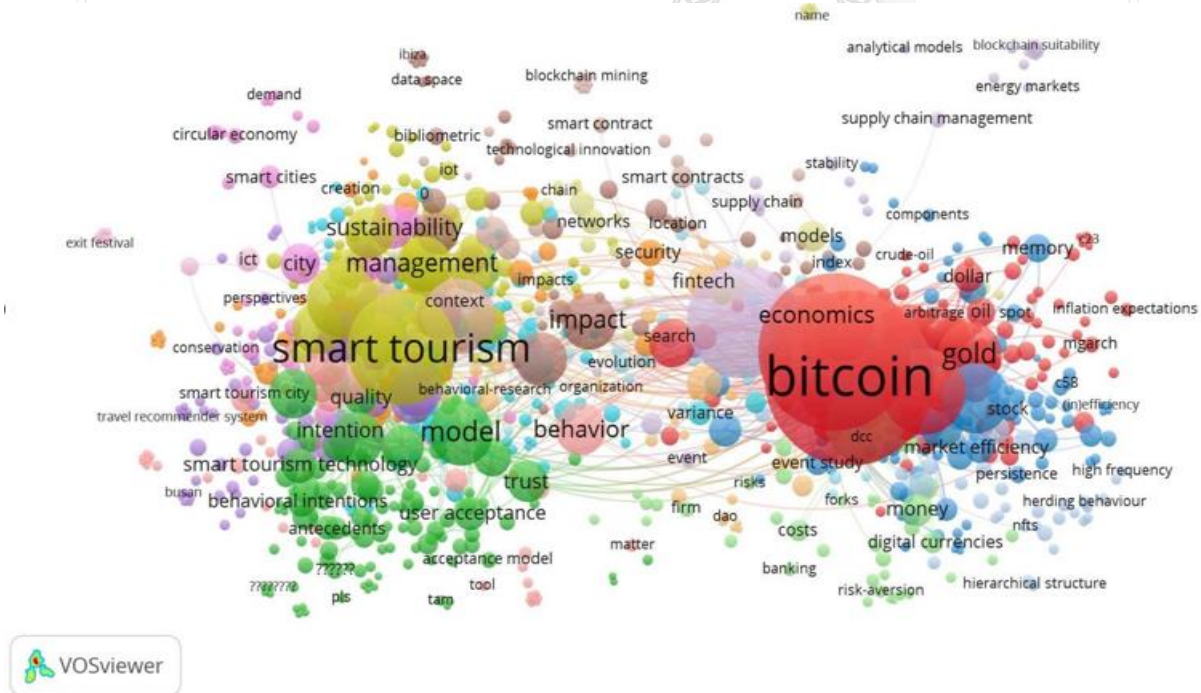
Küme 1	Küme 2	Küme 3	Küme 4	Küme 5	Küme 6	Küme 7	Küme 8
Huang & Qing	Chan & Irene Cheng Chu	Li & Xiaonan	Hsu & Alex Yang Chan	Fong & Davis Ka Chio	Lau & Arthur	Hu & Zongwei	Cheung & Catherine
Li & Chunlin	Chen & Zhaoyu	Sun & Sunny	Law & Rob	Hao & Jin Xing	Lei & Soey Sut Ieng	Luo & Jian Ming	Zhang & Tong
Li & Hui	Choi & Youngjoon	Zhong & Lina	Lin &Kastsy Jiaxin	Yu & Yan	Zhang & Ke		
Liang & Sai	Mehraliyev & Fuad	Zhu & Mengyao	Ye & Huiyue				
Masiero & Lorenzo	Wang & Liang						
Schuckert & Markus							
Wu & Dongdong							

Şekil 2’de ise yazar gruplarından ve onların bağlantılarından oluşan, makalelerin ortak yazarlarını temsil eden bir ağ görüyoruz. Bu analiz, hangi yazarların birlikte çalıştığını veya hangi yazarların kümelenmiş olduğunu ve birlikte atıf yaptıklarını göstermektedir. Bu ağdaki bağlantılar, Tablo 1’de sekiz kümeye ayrılmış şekilde açıkça yazılmıştır. Bu analize göre, "Law, Rob" yazarları 11 yayın yapmış ve güçlülük seviyesi 30 olarak en üst sırada yer almakta ve bu yazarlarının akademik ağda 30 birimlik etkiye sahip olduğunu, yani onların çalışmalarının diğer yazarlarla ne kadar sıkı bağlantılı olduğunu veya ne kadar sık atıf aldığını gösteriyor, onu takiben, "Chung, Namho" yazarları 9 yayın ve güçlülük seviyesi 23 olarak ikinci sıradadır.



Şekil 2. Ortak Yazarlık (Yazarlar) Arasındaki İşbirliğini İnceleyen Bir Analiz

Şekil 3'te, Co-occurrence (All keywords) analizi, VOSviewer'in anahtar kelimeler arasındaki ilişkileri incelemek ve bir metin koleksiyonunda belirli anahtar kelimelerin birlikte geçme sıklığını belirlemek ve bu kelimeler arasındaki ilişkileri görselleştirmiştir.



Şekil 3. Co-occurrence (All Keywords)

"All keywords" ifadesi, tüm anahtar kelimelerin bu analize dâhil edildiğini belirtir. Ayrıca, belirli bir konu veya alandaki anahtar kelimeler arasındaki ilişkileri keşfetmek ve bu ilişkileri görsel olarak temsil etmektedir. Bu analize göre, 110 küme bulunmaktadır ve en fazla kullanılmış olan anahtar kelimenin "Bitcoin" olduğu 459 defa geçtiği, daha sonra "Cryptocurrency"nin 376, "Smart tourism"ın 197, "Blockchain"ın 192 ve "Volatility"nin 114 defa geçtiği görülmektedir.

Tablo 2. Araştırma Sonuçları

Yazarlar ve Yıl	Makale Adı	Amaç	Yöntem	Bulgular
2019 K. Nam, C.S. Dutt, P. Chathoth, M. Sajid Khan	Blockchain technology for smart city and smart tourism: latest trends and challenges	Turizmdeki merkezi olmayan uygulamalar dâhil olmak üzere akıllı turizm şehirleriyle ilgili olarak blok zincir teknolojisi tanımlamak.	Nitel Literatür Taraması	Mevcut merkezi olmayan uygulamaların analizi yoluyla üç özellik tanımlandı: Maliyetlerin azaltılması, kripto para benimsenmesi ve her şeyi kapsayan ekosistemlerin geliştirilmesi.
2019 Andrei O. J. Kwok, Sharon G. M. Koh	Is blockchain technology a watershed for tourism development?	Küçük ada ülkelerinde (SIE) blok zincir teknolojisi benimsenme oranını belirlediler ve turizm paydaşlarına fırsatlar, potansiyel zorluklar ve pratik çözümler sunmak.	Nitel Literatür Taraması	Blok zincir teknolojisi kaynak sıkıntısı çeken küçük ada ülkelerinde turizmi teşvik etmenin yanı sıra finansal sistemini de riskten koruduğunu gösterdi. Blok zincir toplumdaki benimsenmesi ve endüstriler arasında yaygınlaştırılması için hükümetin, turistlerin ve destinasyon pazarlama kuruluşlarının işbirliğine ihtiyacı vardır.
2019 U. Bodkhe, P. Bhattacharya, S. Tanwar, S. Tyagi	BloHost: blockchain enabled smart tourism and hospitality management	BloHost, turistlere sorunsuz bir deneyim sağlayan, seyahat sırasında hiçbir kanıtın gerekli olmadığı, değişmez bir defter kullanır. Daha önce ziyaret edilen gezginlerin deneyimleri üzerine eğitilen BloHost çerçevesinin bir parçası olarak Turizm özellikli Derin Öğrenme (TeDL) çerçevesi sunulmaktadır. Potansiyel gezginlere, önceki gezginlerin yakın zamanda ziyaret ettiği yerler hakkında derecelendirme puanları sağlar.	Nitel Vaka Çalışma	BloHost'un geleneksel çerçevelerle karşılaştırıldığında turizm sektöründe yüksek bir Yatırım Getirisi (ROI) elde ettiğini göstermektedir.
2019 Tonino Pencar elli	The digital revolution in the travel and tourism industry	Dijital devrimin turizme etkisi nedir? Turizm 4.0 ile akıllı turizmin ortak noktası nedir? Temel farklar nelerdir? Kavramsal bir yaklaşım benimseyen ve seyahat ve turizm sektörüne odaklanan bir çalışma, yukarıdaki sorulara bir bakış açısı ve bazı ön cevaplar sunmayı amaçlamaktadır.	Nitel Literatür Taraması	Turizm 4.0 teknolojilerinin hem misafirlerin hem de yerel sakinlerin yaşam kalitesini ve sosyal değerini iyileştirmek için akıllılık ve sürdürülebilirliği doğru paradigma olarak kabul ederek, turizm uygulamalarının kalitesinin iyileştirilmesine yönelik olması gerekmektedir.
2020 I.Tyan, M. I. Yagüe, A. Guevara-Plaza	Blockchain technology for smart tourism destinations	Turizm sektöründeki blok zincir teknolojisi tabanlı sistemlerin fırsatlarını ve zorluklarını araştırmıştır. Akıllı turizm destinasyonları için blok zincir teknolojisi potansiyelini araştırmışlar.	Nitel Literatür Taraması	Akıllı turizm destinasyonlarının blok zincir teknolojisi kullanarak elde edilebilecek dört ana hedefine odaklanıyor: Turizm deneyimini geliştirmek, Sürdürülebilir davranış ödüllendirmek, yerel topluluklara fayda sağlamak ve mahremiyet endişelerini azaltmak.
2020 M.Jeong, H. Hailey Shin	Tourists' experiences with smart tourism technology at smart destinations and their behavior intentions	Turistlerin destinasyonlarda akıllı turizm teknolojilerini nasıl kullandıklarını değerlendirmeyi ve STT kullanımının genel seyahat deneyimi ve gelecekteki tekrar ziyaret niyeti üzerindeki etkilerini ölçmeyi amaçlamaktadır.	Nitel Anket Yöntemi	STT'lerin üç özelliğinin (bilgilendiricilik, etkileşim ve kişiselleştirme) turistlerin deneyimini, memnuniyetini ve tekrar ziyaret niyetlerini etkileyen temel faktörler olduğunu göstermektedir. Algılanan güvenlik/mahremiyet düzeyi, üç STT özelliği ile turistlerin unutulmaz deneyimi arasındaki ilişkileri düzenlemektedir.

7	2021 L Luo, J Zhou	BlockTour: a blockchain-based smart tourism platform	Zorluklara ve gerçek dünyadaki prototip dağıtımına yönelik özel çözümler sunan blok zincir teknolojisi tabanlı bir akıllı turizm platformu olan Block Tour önermişlerdir. Özellikle Block Tour genel sistem mimarisini turistleri ve turistik yerleri güvenilir bir şekilde birbirine bağlayacak şekilde tasarlanmış.	Karma Sistem Tasarımı ve Geliştirme Çalışması (Uygulamalı)	Block Tour un pratik ve yüksek performanslı bir akıllı turizm platformu olduğunu göstermektedir.
8	2021 K. Nam, C.S. Dutt, P. Chathoth, M. Sajid Khan	Blockchain technology for smart city and smart tourism: latest trends and challenges	Teknolojinin nasıl gelişeceğine ve sektörü nasıl etkileyeceğine dair önerilerde bulunurken, akıllı şehir/turizm çerçevesiyle birlikte blok zincir teknolojisinin temel özelliklerini vurgulamaya çalışmaktadır	Nitel Literatür Taraması	Teknolojiyle ilgili önemli konuların yanı sıra bazı yanlış anlamalar da dâhil olmak üzere zorluklar da belirtmektedir.
9	2022 S. Balasubramanian, J. Singh Sethi, S. Ajayan, C.Morris Paris	An enabling framework for blockchain in tourism	Turizm de blok zincir hakkındaki dağılık bilgiyi tanımlamak ve yönetimsel açıdan çerçeve etmek. Turist deneyiminin farklı aşamalarda blok zincir nin kullanımını temelini oluşturmak.	Nitel Literatür Taraması	Turizmde BTC kullanımı genel maliyet yapısını düşürebilir. BTC, turizmdeki girişimciler için fırsatları artırabilir. BTC kullanımının verilerin sahipliğini kullanıcılara aktarır. BTC paydaşlar arasındaki koordinasyonu geliştirebilir.
10	2022 A. Abdullah, N. Mat Isab, A. Azmic, M. Fadhili Yahayad	A scoping review of blockchain technology in smart tourism research publications: evidence from the scopus database	Arksey ve O'Malley tarafından önerilen kapsam belirleme incelemesi yaklaşımı kullanılarak, Mayıs 2021'e kadar olan sonuç, veri tabanında yayınlanan yalnızca on bir (11) makaleyi ortaya çıkardı. Bu kapsam belirleme incelemesi, araştırma geliştirme bir haritasını, araştırma konularının yollarını ve bazı potansiyel araştırma fırsatlarını sağlamayı amaçlamışlar.	Nitel Literatür Taraması	Turizm araştırma topluluğunun, özellikle turizm yönetimi alanında bilgi üretmeye yönelik ilgisinin sınırlı olduğu da algılandı. Ancak bu çalışma, bilgisayar bilimi alanında altyapı sorunları, güvenlik, veri bütünlüğü, ağ boyutu, blok zincir teknoloji platformu ve bu alandaki uygulamalara odaklanan birçok önemli araştırma çabası ortaya çıkardı. Bu nedenle, bu analizin sonuçları literatür taramalarındaki makalelerin önemini yansıtabilir ve bu alandaki araştırma ortamına dair bazı bilgiler sağlayabilir.
11	2022 Yan Liang	Application of blockchain technology in smart tourism	Blok zincir teknolojisinin temel prensibini kısaca tanıtmakta ve blok zincir ile akıllı turizmin pratik önemini tartışmak ve gelecekteki ilgili araştırmalara referans sağlamak.	Nitel Literatür Taraması	Turistlerin turizm deneyimini ve kalitesini iyileştirmeyi temel alan bir sistem oluşturmak ve turizm ile teknolojinin birbirine bağlı olduğu dijital bir ekonomik ekosistem oluşturmak.
12	2023 V.Puri, S. Mondal, S. Das, V.G. Vrana	Blockchain propels tourism industry-an attempt to explore topics and information in smart tourism management through text mining and machine learning	Blok zincir teknolojisinin çeşitli yönlerine ve turizmdeki potansiyel uygulamalarına genel bir bakış.	Nitel Ağ Analizi Sistematik İnceleme	Blok zincir avantajlarına rağmen turizmde yaygın değildir. Blok zincir engeleyen faktörler deneyim ve altyapı ve paydaşların teknolojiye ilişkin farkındalık eksikliğidir.
13	2023 C.He, C.J. Hua	A blockchain-based framework for smart tourism	Düzenleyici kurumlar, manzara alanları ve turistler arasında güvenilir bir ekosistem geliştirmek için turist manzaralı alanlardaki izlem ve gözetim verilerinin kalitesini artırmayı, kullanıcı güven maliyetlerini azaltmayı ve blok zincir teknolojisini kullanarak büyük veri analizi kolaylaştırmayı amaçlamaktadır.	Nitel Tasarım ve Kavramsal Analiz	BCT tabanlı akıllı turizm platformunun veri kaydının gerçekliğini ve doğruluğunu etkili bir şekilde sağlayabildiğini gördük.
14	2023 P. Suanpang, P. Pothipassa, Ch. Jittithavorn	Blockchain of things (BoT) innovation for smart tourism	BoT prototipinin yeniliğini geliştirmek ve turistlerin aktivitelerini önermek, seyahat aktivitelerinin rezervasyonu, seyahat programlarının rezervasyonu, uçak bileti rezervasyonu, turistik mekanlara otel konaklama ziyaretleri ve mal ve hizmetlerin ödenmesi için blok zincir prototipini uygulamak.	Nitel Anket yöntemi	Rekabet avantajı elde etmek için akıllı turizm destinasyonlarında YİD'i uygulayarak turizm endüstrisinde devrim yaratmaya önemli ölçüde katkıda bulunmaktadır.

15	2024 E. Mujacevic	Application of cryptocurrency as a method of payment in tourism	Kripto paranin turizmde kullanımı ve işlemlerine ilişkin teorik ve amprik bilgileri özetlemekte ve kripto paranin Hırvatistan turizminde ödeme aracı olarak kullanımını incelemek.	Nitel Derinlemesin e Görüşme	Hırvatistan gelen turistlerin turizm hizmetleri için ödeme yaparak kripto para kullanma motivasyonlarını gördüklerini ancak aynı zamanda turizm hizmetleri için kripto para ödeme yapma niyetlerinde de bazı ihtiyatlı olduklarını gösteriyor.
16	2024 Y. Maythua, Andrei O.J. Kwokd, Pei- Lee Tehd	Blockchain technology diffusion in tourism: evidence from early enterprise adopters and innovators	Turizmde BTC yayılmasını etkileyen faktörleri ve BTC inovasyonun turizmde nasıl yayıldığını araştırılmış.	Nitel Görüşme Kartopu Örnekleme	Medyanın BTC anlaşılması zor ve pahalı olduğunu öne süren iddialarının aksine katılımcıların çoğu bunların BTC turizm yayılmasını etkileyen faktörler olmadığını inandırıyor. BTC turizmde yavaş yayılma hızına ilişkin varsayımlara BTC nin göreceli avantajına, uyumluluğuna ve gözlemlenebilirlik özelliklerine bağlıdır. Beş kripto soygununun her birinin takip eden dört ay içinde Bitcoin, Ethereum ve üç turizm tokeni arasında istatistiksel olarak anlamlı yayılma etkileri vardır. Bitcoin veya Ethereum zincirlerine dayanan turizm tokenlerinin güvenliği konusunda endişelere neden olabilir bu da panik ticaret faaliyetlerine yol açar ve fiyat dalgalanmalarını etkiler. Kripto para soygunlarının geleneksel turizm pazarı üzerindeki etkisini nispeten sınırlı gördüğünü ancak ödeme yöntemi olarak turizm tokenlerini kullanan şirketlere etkili olduğunu görüyoruz.
17	2024 V. Manahov, M. Li	The implications of virtual money on travel and tourism	Tarihin en ünlü beş soygununun turizm sektörü üzerindeki etkilerini araştırmak için önde gelen iki kripto para biriminin ve üç turizm jetonunun günlük verilerini araştırılmış.	Nitel Yapay Zeka Algoritmaları na Dayanan Araçlar Önerilmesi	

4. SONUÇLAR, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Bu çalışmada blok zincir teknolojisinin turizm sektöründeki potansiyeli ve uygulamaları kapsamlı bir şekilde incelenmiştir. Bu inceleme, blok zincir teknolojisinin turizmdeki kullanımının getirdiği fırsatları ve karşılaşılan zorlukları net bir şekilde ortaya koymuştur. Blok zincir teknolojisinin turizmdeki potansiyeli, merkezi olmayan uygulamaların sağladığı avantajlarla birlikte değerlendirilmiştir. Bu araştırma verileri Mayıs 2024 tarihinde Web of Science veri tabanından elde edilmiştir. Araştırmanın konusu hakkında daha derin bilgi sahibi olmak için tek veri tabanı kullanılmıştır. Akıllı turizm ve blok zincir arasında şu ana kadar yapılmış bir çalışma olmadığı için Web of Science üzerinden ilk kez 2013 yılında araştırma bulunduğu için 2013-2024 yılları arası veriler alınmıştır. 2019 yılından itibaren makale sayısında belirgin bir artış olduğu ve Sosyal Bilimler alanındaki araştırmaların yoğunluğu bulgulanmıştır. Blok zincir teknolojisi hakkında bilgi edinmek ve anlamak için yayınları tek tek taramak kolay bir süreç değildir. Bu nedenle, araştırma kapsamında 312 adet makale incelenmiştir. Bu makalelerin tamamı özetleri ve genel içerikleriyle değerlendirilmiş ve akıllı turizme anlamlı katkı sağlayan blok zincir uygulamalarına odaklanan, araştırma amacına uygun 17 makale seçilmiştir. Bu 17 adet makaleye dayanarak genel çıkarımlar, değerlendirmeler ve sonuçlar elde edilmiştir.

Mevcut merkezi olmayan uygulamaların analizi, maliyetlerin azaltılması, kripto para benimsenmesi ve geniş kapsamlı ekosistemlerin geliştirilmesi gibi üç ana özelliğin ortaya çıkmasını sağlamıştır. Küçük ada ülkelerindeki benimseme oranları incelenmiş ve blok zincir teknolojisinin turizm sektöründe finansal sistemleri koruyarak ve kaynak sıkıntısı çeken ülkelerde turizmi teşvik ederek önemli bir rol oynayabileceği gösterilmiştir. Blok zincir tabanlı BloHost ve diğer akıllı turizm sistemleri, seyahat deneyimlerini iyileştirmek ve yatırım getirisini artırmak için etkili araçlar olarak tanımlanmıştır. Turizm 4.0 kavramı, akıllılık ve sürdürülebilirlik üzerine odaklanarak, misafirlerin ve yerel sakinlerin yaşam kalitesini artırmayı amaçlamaktadır. Araştırma ayrıca blok zincir teknolojisinin turizm sektöründe sunabileceği fırsatları ve zorlukları ele almıştır. Akıllı turizm destinasyonlarının blok zincir teknolojisiyle elde edilebilecek hedeflerine odaklanmış ve bu teknolojinin turizm deneyimini geliştirmek, sürdürülebilir davranışları teşvik etmek, yerel topluluklara fayda sağlamak ve mahremiyet endişelerini azaltmak gibi önemli katkılar sağlayabileceği belirtilmiştir. Ayrıca turistlerin akıllı turizm teknolojilerini kullanımını ve etkilerini değerlendiren çalışmaların sonuçları da incelenmiştir. Sonuçlar bilgilendiricilik, etkileşim ve kişiselleştirme gibi temel özelliklerin turistlerin deneyimlerini, memnuniyetlerini ve tekrar ziyaret niyetlerini etkilediğini göstermektedir. Blok zincir teknolojisine dayalı akıllı turizm platformları

önerilmiş ve bu platformların veri kaydının gerçekliğini ve doğruluğunu etkin bir şekilde sağlayabileceği vurgulanmıştır. Ayrıca, yenilikçi akıllı turizm uygulamalarının, sektörde rekabet avantajı elde etmek için önemli bir fırsat olduğu belirtilmiştir. Sonuç olarak, blok zincir teknolojisinin turizm sektöründeki potansiyeli büyüktür ancak yaygınlaşması ve etkisinin artması için deneyim, altyapı ve farkındalık gibi bazı engellerin aşılması gerekmektedir. Bu alandaki araştırmaların, turizm yönetimi alanında daha fazla bilgi üretmeye odaklanması ve teknolojinin turizm deneyimini iyileştirmek için nasıl kullanılabileceğini daha kapsamlı bir şekilde ele alması gerekmektedir. Bu bağlamda araştırmanın genel bulgularına dayalı olarak birtakım öneriler ve gelecek araştırmalar için şu önerilerde bulunulabilir:

- Turizm paydaşları arasında blok zincir teknolojisinin potansiyeli ve faydaları hakkında daha fazla farkındalık yaratılabilir. Eğitim programları ve bilinçlendirme kampanyaları düzenlenerek, sektördeki profesyonellerin ve karar vericilerin blok zincir teknolojisine olan ilgisi ve anlayışı artırılabilir.
- Blok zincir teknolojisine dayalı akıllı turizm platformlarının geliştirilmesi ve bu platformların kullanımının teşvik edilmesi için altyapı çalışmaları yapılabilir. Güvenilir internet bağlantısı ve veri depolama sistemleri gibi altyapı gereksinimleri karşılanabilir.
- Hükümetler, akademik kuruluşlar, özel sektör ve sivil toplum kuruluşları arasında işbirlikleri ve ortak projeler geliştirilebilir. Bu ortaklıklar, blok zincir teknolojisinin turizm sektöründe daha yaygın bir şekilde benimsenmesini teşvik edebilir ve uygulamalarını hızlandırabilir.
- Blok zincir teknolojisinin turizm sektöründe kullanımını düzenlemek için uygun düzenlemeler ve standartlar oluşturulmalıdır. Bu düzenlemeler, güvenlik, veri gizliliği ve tüketici koruması gibi konuları ele almalıdır.
- Blok zincir teknolojisinin turizm sektöründeki potansiyelini daha da keşfetmek için Ar-Ge çalışmaları ve yenilikçi projeler desteklenmelidir. Bu çalışmalar, yeni kullanım senaryoları ve iş modelleri geliştirmek için önemli bir fırsat sunabilir.
- Turizm sektöründe blok zincir teknolojisinin kullanılmasıyla ilgili yapılan araştırmalar, bu teknolojinin turizm sektörünün kalitesinde kapsamlı değişikliklere neden olduğunu ve sonuç olarak geniş bir turist kitlesini çekerek ülkelerin ekonomik koşullarını iyileştirdiğini göstermektedir. Yapılan yeni çalışmalar incelendiğinde, Türkiye'de bu alanda kapsamlı bir araştırmanın yapılmadığı ve mevcut araştırmaların çoğunlukla blok zincir teknolojisinin temel ilkelerini ve teorik temellerini incelediği ortaya çıkmıştır. Ancak, bu teknolojinin faydalarından tam olarak yararlanabilmek için turizm sektöründeki uygulamaların doğru bir şekilde belirlenmesi ve uygulanması için kapsamlı bir çerçevenin geliştirilmesi gerekebilecek. Bu nedenle, Türkiye'deki turizm endüstrisinin geleneksel sistemine göre bu sektörün rekabet gücünü diğer ülkelerle karşılaştırıldığında artırmak için, yeni olan blok zincir teknolojisini kullanarak doğru bir çerçeveye ihtiyaç olduğunu düşünmekteyiz.

Bu önerilerin uygulanması, blok zincir teknolojisinin turizm sektöründe daha geniş çapta benimsenmesini ve etkisinin artmasını sağlayabilir. Aynı zamanda, turizm deneyimini geliştirmek ve sektördeki sürdürülebilirliği desteklemek için önemli bir adım olabilir. Bu çalışmanın sınırlılıkları ise şunlar olabilir:

- Çalışmanın analizinde sadece Web of Science veritabanındaki makaleler kullanılmış olması, diğer akademik veri tabanlarında yayınlanmış olan ilgili makaleleri dışarıda bırakmış olabilir. Bu da analizin kapsamını daraltabilir ve genelleme yapılmasını zorlaştırabilir.
- Analizde kullanılan 312 makalenin seçim kriterleri ve zaman aralığı gibi faktörler göz önünde bulundurulmalıdır. Bazı önemli çalışmaların eksik olması veya analizin belirli bir zaman dilimine odaklanması, sonuçların genelleştirilebilirliğini etkileyebilir.
- Blok zincir teknolojisi hızla gelişen bir alandır ve bu nedenle çalışmanın yayınlanmasından sonra yeni gelişmeler olmuş olabilir. Çalışmanın bulgularının zamanla geçerliliğini yitirmesi mümkündür.

➤ Çalışmada, turizm sektöründeki paydaşların (örneğin, tur operatörleri, otel sahipleri, seyahat acenteleri) görüşleri ve deneyimleri üzerine yapılan bir araştırma bulunmamaktadır. Bu tür bir araştırma blok zinciri teknolojisinin turizm sektöründe nasıl algılandığını daha iyi anlamak için faydalı olabilir.

Destek Bilgisi: Çalışmanın hazırlanma sürecinde herhangi bir kişi, kurum veya kuruluştan aynı veya nakdi bir yardım/destek alınmamıştır.

Çıkar Çatışması: Yazarların ilgili çalışmalardan herhangi bir çıkar çatışması veya kazancı yoktur.

Yazar Katkı Oranı: Yazar listesinde yer alan yazarların veya araştırmacıların çalışmaya katkı düzeyleri eşit orandadır.

Etik Onayı: Çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara riayet edildiğini yazar(lar) veya araştırmacı(lar) beyan etmelidirler. Aksi bir durumun tespiti halinde **International Journal Of Tourism And Destination Studies** hiçbir sorumluluğu üstlenmemektedir ve sürece ilişkin hukuki sorumluluklar ve yaptırımlar çalışmanın yazarlarına aittir. Yazarlar tarafından çalışmanın tüm hazırlık süreçlerinde etik kurallara uyulmuştur.

Etik Kurul Onayı: Bu çalışmada kullanılmış olan verilerin toplanabilmesi için etik kurul iznine gerek duyulmamıştır.

5. KAYNAKÇA

- Aggarwal, S. H., Chaudhary, R., Singh Aujla, G., Kumar, N., Raymond Choo, K. & Zomaya, A. (2019).** Blockchain for Smart Communities: Applications, Challenges and Opportunities. *Journal of Network and Computer Applications*, 144, 13-48.
- Akter, S., Hossain, M. A., Lu, Q. (Steven). & Shams, S. M. R. (2021).** Big Data-Driven Strategic Orientation in International Marketing. *International Marketing Review*, 38(5), 927-947.
- Asadi Bagloee, S., Heshmati, M., Dia, H., Ghaderi, H., Pettit, C. H. & Asadi, M. (2021).** Blockchain: The Operating System of Smart Cities. *Cities*, 112, 103104.
- Baydeniz, E. (2023).** Akıllı Şehir ve Akıllı Turizm İçin Blockchain Teknolojisinin Kullanım. *Selçuk Turizm ve Bilişim Araştırmaları Dergisi*, 3, 67-83.
- Bastidas-Manzano, A. B., García-Muiña, F. E., Navarro-García, A. & Martín-De Castro, G. (2020).** Digital Transformation and Its Effect on Organizational Culture: Evidence From the Spanish Context. *European Journal of Innovation Management*, 23(2), 246-266.
- Binbaşıoğlu, H. (2020).** Comparison of Online Customer Ratings Between the Eco-Labelled and Non-Eco-Labelled Hotels of Oslo. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, 24(4/5), 358-373.
- Bodo, T. (2019).** Rapid Urbanisation: Theories, Causes, Consequences and Coping Strategies. *Annals of Geographical Studies*, 2(3), 32-45.
- Boes, K., Buhalis, D. & Inversini, A. (2015).** Conceptualising Smart Tourism Destination Dimensions. In: *Information and Communication Technologies in Tourism*. pp.391-403. Switzerland: Springer Cham.
- Buhalis, D. & Amaranggana, A. (2014).** Smart Tourism Destinations. *Information and Communication Technologies in Tourism*. Proceedings of the International Conference in Dublin. 21-24 January 2014, Ireland.
- Buhalis, D. & Amaranggana, A. (2015).** Smart Tourism Destinations Enhancing Tourism Experience Through Personalisation of Services. Proceedings of the International Conference in Switzerland. pp.377-389. 3-6 February 2015. Switzerland.
- Chiappa, G. & Baggio, R. (2015).** Knowledge Transfer in Smart Tourism Destinations: Analyzing the Effects of A Network Structure. *Journal of Destination Marketing&Management*, 4(3),

145-150.

- Collomb, A. & Sok, K. (2016).** Blockchain/Distributed Ledger Technology (DLT): What Impact on the Financial Sector? *Digiworld Economic Journal*, 103, 93-111.
- Cunha, M. P., Rego, A. & Cunha, J. V. (2022).** Embracing Paradoxes: Leadership Lessons From the Covid-19 Crisis. *Leadership*, 18(1), 117-138.
- Çapar, H. (2020).** Using Cryptocurrencies and Transactions in Medical Tourism. *Journal of Economic Administrative Science*, 37(4), 677-693.
- Douglas, S. & Meijer, A. (2016).** Transparency and Public Value Analyzing the Transparency Practices and Value Creation of Public Utilities. *International Journal of Public Administration*, 39, 940-951.
- Ferrarini, A., Giannini, L. & Schuknecht, L. (2018).** Mind the Gap: Social Pensions and Income Inequality in Europe. *The Journal of the Economics of Ageing*, 12, 225-235.
- Filimonau, V. & Naumova, E. (2020).** The Blockchain Technology and the Scope of Its Application in Hospitality Operations. *International Journal of Hospitality Management*, 87, 102383.
- Ford, J. K., Weissbein, D. A. & Vrba, P. G. (2012).** Transfer of Training: An Updated Review and Analysis. *Performance Improvement Quarterly*, 25(1), 22-41.
- Gatteschi, V., Lamberti, F., Demartini, C., Pranteda, C. & Santamaría, V. (2018).** Blockchain and Smart Contracts for Insurance: Is the Technology Mature Enough? *Future Internet*, 10(20), 1-16.
- Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z. & Koo, C. (2015).** Smart Tourism: Foundations and Developments. *Electronic Markets*, 25, 179-188.
- Gretzel, U., Werthner, H., Koo, C. & Lamfus, C. (2015).** Conceptual Foundations for Understanding Smart Tourism Ecosystems. *Computers in Human Behaviour*, 50, 558-563.
- Güteryüz, H. (2022).** Robotic Coding Attitudes and Opinions of Pre-Service Teachers About Robotic Coding Applications with Tinkercad. *Acta Scientific Computer Sciences*, 4(12), 114-120.
- Hartmann, P. M., Zaki, M., Feldmann, N. & Neely, A. (2016).** Capturing Value From Big Data-A Taxonomy of Data-Driven Business Models Used By Start-Up Firms. *International Journal of Operations and Production Management*, 36(10), 1382-1406.
- Hlee, S., Lee, H. & Koo, C. H. (2018).** Hospitality and Tourism Online Review Research: A Systematic Analysis and Heuristic-Systematic Model. *Sustainability*, 10(4), 1141.
- Huang, X. K., Yuan, J. Z. & Shi, M. Y. (2012).** Condition and Key Issues Analysis on the Smarter Tourism Construction in China. In: *Multimedia and Signal Processing*. pp.444-450. Germany: Springer.
- Iansiti, M. & Lakhani, K. R. (2017).** The Truth About Blockchain. *Harvard Business Review*, 95(1), 118-127.
- Irannezhad, E. & Mahadevan, R. (2021).** Is Blockchain Tourism's New Hope? *Journal of Hospitality Tourism Technology*, 12(1), 85-96.
- Ivars, J. A., Celdrán, M. A., Mazón, J. & Perles, Á. (2017).** Towards an ICT Roadmap for Smart Tourism Destinations Based on Prospective Analysis. *e-Review of Tourism Research*, 8, 1-5.
- Jovicic, D. Z. (2017).** From the Traditional Understanding of Tourism Destination to the Smart Tourism Destination. *Current Issues Tourism*, 22, 276-282.
- Koo, C., Shin, S., Gretzel, U., Hunter, W. C. & Chung, N. (2016).** Conceptualization of Smart Tourism Destination Competitiveness. *Asia Pacific Journal of Information System*, 26, 561-

576.

- Leal, F., Malheiro, B., Veloso, B. & Burguillo, J.C. (2021).** Responsible Processing of Crowdsourced Tourism Data. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(5), 774-794.
- Li, X. & Law, R. (2020).** Network Analysis of Big Data Research in Tourism. *Tourism Management Perspectives*, 33, 100608.
- Line, N. D., Dogru, T., El-Manstrly, D., Buoye, A., Malthouse, E. & Kandampully, J. (2020).** Control, Use and Ownership of Big Data: A Reciprocal View of Customer Big Data Value in the Hospitality and Tourism Industry. *Tourism Management*, 80, 104106.
- Mariani, M. (2020).** Big Data and Analytics in Tourism and Hospitality: A Perspective Article. *Tourism Review*, 75(1), 299-303.
- Mccallig, J., Mccallig, L. & Long, J. (2019).** Mind the Gap: A Review of Attitudes Towards People with Mental Health Problems in Ireland. *Irish Journal of Psychological Medicine*, 36(4), 297-304.
- Melkić, S. & Čavlek, N. (2020).** The Impact of Blockchain Technology on Tourism Intermediation. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 68(2), 130-143.
- Monrat, A., Schelen, O. & Andersson, K. (2019).** A Survey of Blockchain From the Perspectives of Applications, Challenges, and Opportunities. *IEEE Access*, 7, 117134-117151.
- Nakamoto, S. (2008).** Bitcoin. A Peer-to-Peer Electronic Cash System. <https://bitcoin.org/bitcoin.pdf>, E.T.: 02.02.2021.
- Nam, K., Dutt, CS., Chathoth, P. & Khan, M. S. (2021).** Blockchain Technology for Smart City and Smart Tourism: Latest Trends and Challenges. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 26(4), 454-468.
- Nascimento, B. R., Brant, L. C. C., Mota, L. T., Oliveira, G., Velazquez, C. E., Sousa, A. C. S. & Ribeiro, A. L. P. (2018).** Trends in the Prevalence of Systemic Arterial Hypertension in Adults Living in Brazilian Capitals According to Data From the VIGITEL Survey, 2006-2016. *Revista Brasileira De Epidemiologia*, 21, E180021.
- Nguyen, T. (2016).** Determinants of Customer Loyalty in the Vietnamese Banking Industry. *International Journal of Bank Marketing*, 34(3), 394-415.
- Ozdemir, A. I., Ar, I. M. & Erol, I. (2020).** Assessment of Blockchain Applications in Travel and Tourism Industry. *Quality&Quantity*, 54(5), 1549-1563.
- Önder, I. & Gunter, U. (2020).** Blockchain: Is It the Future for the Tourism and Hospitality Industry? *Tourism Economics*, 28(2).
- Rashideh, W. (2020).** Blockchain Technology Framework: Current and Future Perspectives for the Tourism Industry. *Tourism Management*, 80, 104125.
- Tham, A. & Sigala, M. (2020).** Road Block (Chain): Bit (Coin) S for Tourism Sustainable Development Goals? *Journal of Hospitality Tourism Technology*, 11(2), 203-222.
- Thees, H., Erschbamer, G. & Pechlaner, H. (2020).** The Application of Blockchain in Tourism: Use Cases in the Tourism Value System. *European Journal of Tourism Research*, 26, 1-21.
- Treiblmaier, H. (2020).** Blockchain and Tourism. (Edt.: Xiang, Z., Fuchs, M., Gretzel, U. & Höpken, W). In: *Handbook of E-Tourism*. Switzerland: Springer: Cham.
- Tyan, I., Yagüe, M. I. & Guevara-Plaza, A. (2020).** Blockchain Technology for Smart Tourism Destinations. *Sustainability, Multidisciplinary Digital Publishing Institute*, 12(22), 9715.
- Valeri, M. & Baggio, R. (2021).** A Critical Reflection on the Adoption of Blockchain in Tourism. *Information Technology Tourism*, 23(2), 121-132.

- Wang, J., Duncan, D., Shi, Z. H. & Zhang, B. (2013).** WEB-Based Gene Set Analysis Toolkit (Webgestalt): Update 2013. *Nucleic Acids Research*, 41(Web Server Issue), W77-83.
- Willie, P. (2019).** Can All Sectors of the Hospitality and Tourism Industry Be Influenced By the Innovation of Blockchain Technology? *World Hospitality Tourism Themes*, 11(2), 112-120.
- Wray, A., Anderson, A. & Gordon, D. (1994).** Demographic Diversity and Organizational Performance: Is Diversity Linked to Financial Success? *Organizational Dynamics*, 23(2), 24-39.
- Zhu, W., Zhang, L. & Li, N. (2014).** Challenges, Function Changing of Government and Enterprise in Chines Smart Tourism. *Proceedings of the International Conference in Dublin*. 21-24 January 2014. Ireland.

6. EXTENDED ABSTRACT

In the post-industrial era, humanity is facing new challenges with the rapid development of information technologies. The proliferation of the internet, smartphones, Internet of Things (IoT) devices, and sensors indicate that we live in a data-driven world. The tourism sector is also affected by this; businesses and consumers are generating more data, which they analyze to improve decision-making processes, enhance service quality, and refine marketing strategies. The integration of technology into tourism is made possible by the effective use of big data, providing businesses with a competitive advantage. Social media and user-generated content add value to the sector as big data. The concept of smart tourism aims to improve destinations and sectors through data analysis and communication technologies. However, in this transformation process, there are obstacles such as infrastructure deficiencies and data management challenges.

Blockchain technology offers potential to increase data security, reduce costs, and streamline processes in the tourism sector. Blockchain provides advantages such as protecting travelers' identity information and making financial transactions more efficient. The adoption of this technology in tourism could increase innovation and sustainability in the sector. However, research on the widespread use of blockchain in tourism is limited and requires further study. Blockchain technology offers innovative solutions contributing to sustainable development goals. Its fundamental features are:

- *Distributed Database: Data is recorded and shared across multiple data stores or ledgers.*
- *Peer-to-Peer Exchange: Enables online payments to be sent directly from one party to another.*
- *Anonymity with Transparency: Transactions are transparent to all users, and each user uses an encrypted address.*
- *Immutable Data: Each transaction is recorded irreversibly and linked to previous transactions.*
- *Smart Contract: Users can set algorithms and rules to automatically initiate transactions.*
- *Decentralized Systems: Allows people to have and manage their identities, leading to autonomous identity systems.*

These features support the secure, transparent, and decentralized nature of blockchain technology. The advantages and applications of blockchain technology in the tourism sector are as follows:

- *Online Destination Visits: Tourists can visit destinations online and obtain detailed information before traveling.*
- *Fraud Reduction: Minimizes fraud in payment and reservation processes.*
- *Secure and Traceable Payments: Reduces costs and shortens transaction time through smart contracts. Crypto payments are fast and low-cost.*
- *Identity Verification: Decentralized identity verification provides faster and more secure identity checks.*

- *Transparent Rating: User reviews and ratings are kept transparent and up-to-date on the blockchain.*
- *Baggage Management: The location of luggage can be tracked in real-time.*
- *Internet of Things (IoT): Provides supply chain visibility with RFID and QR codes and reduces counterfeit products.*
- *Peer-to-Peer Transactions (P2P): Enables direct transactions for reservations like hotel and flight tickets without intermediaries.*
- *Reservation Transparency: Simplifies the reservation process and makes it easier to resolve potential issues.*
- *Entrepreneurship Opportunities: Small tour operators and accommodation providers can create reliable identities and gain market presence through blockchain platforms.*

These advantages help reduce costs, increase security, and ensure customer satisfaction in the tourism sector. Smart tourism is defined as a system that provides tourists with clear information and efficient services through the use of modern technologies. This system integrates tourism resources using information and communication technologies (ICT) such as artificial intelligence, cloud computing, and the Internet of Things. Smart cities offer platforms aimed at improving the quality of life for citizens and tourists through the application of new technologies. Blockchain technology plays an important role in this context and can be applied in areas such as transportation management, data sharing, energy markets, and the sharing of goods and services. Smart Tourism Destinations aim to enhance the tourism experience, increase destination competitiveness, and ensure sustainability. These destinations work to meet tourists' needs and improve service quality by using ICTs. Blockchain technology provides cost and time savings in the tourism sector through smart contracts and decentralized applications. In conclusion, blockchain technology and smart tourism destinations can provide innovation and efficiency in the tourism sector, reaching a broader audience in the future and enhancing tourists' experiences with personalized services. A comprehensive review of the potential and applications of blockchain technology in the tourism sector has been conducted. This review highlights the opportunities and challenges brought by blockchain technology and emphasizes the advantages of decentralized applications such as cost reduction, the adoption of cryptocurrencies, and the development of extensive ecosystems. It has been shown that blockchain technology promotes tourism by protecting financial systems, especially in small island countries. The study examined articles from 2013 to 2024, noting an increase in the number of articles since 2019. Seventeen of the 312 articles were evaluated in detail, and general conclusions were drawn from these articles. Blockchain technology can provide significant contributions to tourism, such as promoting sustainable behaviors, benefiting local communities, and reducing privacy concerns. Additionally, key features affecting tourists' experiences, satisfaction, and repeat visit intentions-such as informativeness, interactivity, and personalization-were highlighted. Recommendations include raising awareness about the potential of blockchain technology, conducting infrastructure work, developing collaborations among various stakeholders, and establishing appropriate regulations. It was noted that a comprehensive framework should be developed for the broader adoption and application of blockchain technology in Turkey's tourism sector. This technology can lead to comprehensive changes in the quality of the tourism sector and improve economic conditions by attracting a wider tourist audience.

Journal	: <i>International Journal Of Tourism And Destination Studies</i>
ISSN	: 2822-6089
Article ID	: 77172
Article Type	: <i>Derleme Makalesi-Review Article</i>
Corresponding Author	: <i>Semahat GÖKER ÖZYÜREK</i>
Year	: 2024
Volume	: III
Issue	: II
Page	: 136-155
Arrival Date	: 02.07.2024
Revision Date	: 22.07.2024
Acceptance Date	: 05.08.2024
Published Date	: 30.09.2024
How to Cite This Article	: <i>Göker Özyürek, S. & Aymankuy, Y. (2024). Kadın Turist ve Risk Konulu Çalışmaların Bibliyometrik Analizi. International Journal Of Tourism And Destination Studies (IJOTADS), 3(2), 136-155. DOI: 10.5281/zenodo.12801889</i>

IJOTADS is Licensed Under A Creative Commons Attribution- Non-Commercial 4.0 International License.

KADIN TURİST VE RİSK KONULU ÇALIŞMALARIN BİBLİYOMETRİK ANALİZİ[†]

BIBLIOMETRIC ANALYSIS OF STUDIES ON WOMEN TOURIST AND RISK

Semahat GÖKER ÖZYÜREK

Doktora Öğrencisi, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü,
semahatgkr08@gmail.com, Balıkesir/TÜRKİYE. ORCID ID: 0000-0002-1263-6271

Yusuf AYMANKUY

Profesör Doktor, Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi,
yusufaymankuy@gmail.com, Balıkesir/TÜRKİYE. ORCID ID: 0000-0001-7332-3271

ÖZET

Turizm pazarının cinsiyete göre bölünmesi nispeten yenidir ve kadın turistler turizm endüstrisi içinde çok önemli bir tüketici segmenti haline gelmiştir. Kadınların seyahate katılım ve tüketiminde giderek daha aktif hale gelmeleriyle turizm endüstrisinde büyüyen bir güç olarak kabul edilmektedir. Bu bilgiler doğrultusunda çalışmada; kadın turistlerin seyahat ederken karşılaştıkları riskleri ve bu risklere yönelik geliştirdikleri stratejileri inceleyen alanyazını bibliyometrik bir yaklaşım incelenmesi amaçlanmaktadır. Çalışmada 1998 ile 2024 yılları arasında uluslararası düzeyde yayınlanmış 32'si makele ve 4'ü tez olmak üzere toplam 36 yayın incelenmiştir. Özellikle 2017 yılından itibaren kadın ve risk konusunda yapılan çalışmaların sayısında belirgin bir artış gözlenmiştir. Kadın turistlerin güvenlik endişeleri ve risk algılarının, seyahat planlarını ve destinasyon tercihlerini doğrudan etkilediği belirlenmiştir. Bu bağlamda, kadın turistlerin karşılaştıkları riskler ve bu risklere yönelik stratejiler üzerine yapılan çalışmalar, turizm alanyazınında önemli bir yere sahiptir. Bu çalışma, kadın turistlerin karşılaştıkları riskler ve bu risklere karşı geliştirdikleri stratejiler hakkında geniş bir perspektif sunarak, bu alandaki alanyazının zenginleşmesine katkı sağlamaktadır. Gelecekte yapılacak çalışmalar için öneriler sunulmakta ve kadın turistlerin güvenliklerini artırmak ve seyahat deneyimlerini iyileştirmek için alınabilecek spesifik önlemler vurgulanmaktadır. Bu çalışma, kadın turistlerin seyahat ederken karşılaştıkları riskleri ve bu risklere yönelik stratejileri daha iyi anlamak için önemli bir kaynak sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Kadın Turist, Risk, Bibliyometrik Araştırma.

Jel Kodu: L80, L83, L89.

[†] Bu makale Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı'nda Prof. Dr. Yusuf AYMANKUY danışmanlığında Semahat GÖKER ÖZYÜREK tarafından hazırlanan "Yalnız Seyahat Eden Kadın Turistlerin Tatil Yeri Seçiminde Destinasyon İmajının Turistin Risk Algısına ve Yeniden Satın Alma Niyetine Etkisi" adlı doktora tezinden oluşturulmuştur.

ABSTRACT

The segmentation of the tourism market by gender is relatively new, and woman tourists have become a significant consumer segment within the tourism industry. As women become increasingly active in travel participation and consumption, they are recognized as a growing force in the tourism industry. In light of this information, the study aims to examine the literature that explores the risks woman tourists encounter while traveling and the strategies they develop to address these risks through a bibliometric approach. In the study, a total of 36 publications, 32 of which were articles and 4 of which were theses, published internationally between 1998 and 2024, were examined. A notable increase in studies on women and risk has been observed, particularly since 2017. It has been determined that woman tourists' safety concerns and risk perceptions directly influence their travel plans and destination choices. In this context, studies on the risks faced by woman tourists and the strategies developed to address these risks hold significant importance in tourism literature. This study contributes to the enrichment of the literature in this field by providing a broad perspective on the risks faced by woman tourists and the strategies they develop in response. Recommendations for future research are presented, emphasizing specific measures that can be taken to enhance the safety and improve the travel experiences of woman tourists. This study serves as an essential resource for better understanding the risks faced by woman tourists and the strategies they employ to address these risks while traveling.

Keywords: Women Tourist, Risk, Bibliometric Research.

Jel Codes: L80, L83, L89.

1. GİRİŞ

Turizm, disiplinlerarası geniş bir alan olup, bireylerin sosyo-kültürel ve ekonomik etkileşimlerini anlamada önemli bir rol oynamaktadır (Kozak, 2012). Özellikle kadın turistler, seyahatleri sırasında çeşitli risklerle karşılaşmakta ve bu riskler, seyahat deneyimlerini önemli ölçüde şekillendirmektedir (Aslantürk & Unur, 2019). Kadın turist ve risk kavramları üzerine yapılan çalışmalar, kadınların seyahatlerinde karşılaştıkları cinsel taciz, hırsızlık, fiziksel saldırı gibi güvenlik endişelerini ve bu endişelere yönelik geliştirdikleri stratejileri incelemektedir. Bu çalışma, 1998 ile 2024 yılları arasında uluslararası düzeyde yayınlanmış çalışmaları bibliyometrik analiz yöntemiyle inceleyerek, kadın turistlerin karşılaştıkları risklerin kapsamını ve bu risklere karşı geliştirdikleri stratejilerin çeşitliliğini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Kadınların yalnız seyahat etmeleri, hem özgürlük ve bağımsızlık arayışlarının bir göstergesi hem de çeşitli sosyo-kültürel ve fiziksel risklerin bir kaynağı olarak değerlendirilmektedir (Elsrud, 2001; Jordan & Aitchison, 2008; Yang, 2016). Bu bağlamda, kadın turistlerin seyahat ederken karşılaştıkları riskler ve bu riskleri yönetme stratejileri üzerine yapılan çalışmalar, turizm alanyazınında önemli bir yere sahiptir. Çalışmalar, kadın turistlerin güvenlik endişelerinin ve risk algılarının, seyahat planlarını ve destinasyon tercihlerini doğrudan etkilediğini göstermektedir. Bu çalışmalar, kadın turistlerin seyahat deneyimlerini daha güvenli ve keyifli hale getirmek için çeşitli öneriler sunmaktadır (Mitchell & Vassos, 1998; Reisinger & Crofts, 2009; Kour & Gupta, 2019; Karagöz ve ark., 2021). Bu çalışmanın amacı, kadın turist ve risk konusundaki alanyazını bibliyometrik analiz yöntemiyle inceleyerek, bu alandaki çalışmaların genel bir profilini çıkarmak ve kadın turistlerin seyahat ederken karşılaştıkları risklerin kapsamını ve bu risklere yönelik stratejileri daha iyi anlaşılmasını sağlamaktır. Ayrıca, kadın turistlerin güvenliklerini artırmak ve seyahat deneyimlerini iyileştirmek için gelecekte yapılacak çalışmalara yol gösterici önerilerde bulunulması hedeflenmektedir. Bu bağlamda, çalışmanın bulguları, kadın turistlerin karşılaştıkları riskler ve bu risklere karşı geliştirilen stratejiler hakkında geniş bir perspektif sunarak, bu alandaki alanyazının zenginleşmesine katkı sağlayacaktır.

1.1. İlgili Alanyazın

Sanayileşme döneminde, kadınların iş yaşamına daha fazla odaklanmaya başlaması, boş zaman etkinliklerine katılımını artırmıştır ve bu değişimle birlikte boş zaman aktivitelerini de keşfetmeye başlamışlardır (Green, 1998; Yin, 2005). Sosyal bir hareket olan turizm, kadınlara kendilerini keşfetmeleri için çeşitli fırsatlar sunan bir sosyal atmosfer sağlamaya başlamıştır (Thomas, 2005). Kadınlar için turizm ve seyahat, genellikle cinsiyetlendirilmiş, cinselleştirilmiş ve politikleştirilmiş bir alan olarak kabul edilmektedir (Schwab, 2019). Turizm ve boş zaman alanyazınında, seyahat mekanlarının genellikle erkeklerin hareketi ve eğlencesi için inşa edildiği belirtilmektedir (Pritchard & Morgan, 2000). Bu cinselleştirilmiş manzara bazen turizm pazarlamasında kadın bedenlerinin cinselleştirilmesi gibi bariz örneklerle ortaya çıkar (Pritchard & Morgan, 2000; Small ve ark., 2008).

Ayrıca kadınların seyahatleri sırasında davranış değişiklikleri yaşadıkları ve bunu seyahat sonrasında raporladıkları görülmektedir (Jordan & Aitchison, 2008; Wilson & Little, 2008).

Yalnız bir kadın turist olarak seyahat etmek, genellikle cinselleştirilmiş ve cinsiyetlendirilmiş manzaralar ile bu ortamlardaki kısıtlamalara karşı bilinçli bir şekilde hareket etmeyi gerektirir. Çalışmalar, kadınların kararlı ve özerk hissetmek, yeni insanlarla tanışmak, kendilerine meydan okumak ve kişisel gelişim sağlamak amacıyla yalnız seyahat ettiklerini göstermiştir (Jordan & Gibson, 2005; Wilson & Little, 2005; Chiang & Jongaratnam, 2006; McNamara & Prideaux, 2010; Durko & Stone, 2017). Pennington-Gray & Kerstetter (2001) kadın turistlerin seyahate yönelik farklı beklentileri ve tutumları olduğunu öne sürmüşlerdir. Bağımsız seyahat eden kadınlarla ilgili çalışmalarda, Cockbrun-Wootten ve arkadaşları (2006) kadınların kendini keşfetme, aydınlanma, eğitim ve kendi iç çevrelerinin sınırlarından uzaklaşma arzularını ortaya koymuştur.

Kadınların seyahati üzerine yapılan bazı çalışmalar, kadınların seyahat deneyimlerine odaklanmış ve seyahat olanaklarını güçlendirme yönünde bulgular sunmuştur. Harris & Wilson (2006) kadınların seyahatlerinde kendilerini aramalarını incelemiştir. McNamara & Prideaux (2013) yalnız kadın turistlerin bir tipolojisini önermişlerdir. Wilson (2004) kadınların yalnız seyahat etmesine engel teşkil eden sosyo-kültürel kısıtlamaları doktora tez çalışmasında incelemiştir. Yalnız seyahat eden kadın turistlerin, tek başına seyahat planlarını yakın çevreleriyle paylaştıklarında kınama, şaşkınlık, korku ve kızgınlık gibi tepkilerle karşılaştıkları bulunmuştur. Bu tepkilere maruz kalmamak adına, kadın turistler benzer durumu yaşayan diğer kadınların kurduğu platformlara yönelmişlerdir. Çin de yapılan bir çalışmada, Çinli bir kadının ABD’de baba, koca, erkek kardeş veya oğul gibi erkek aile üyelerinden izin almadan seyahate çıkmasının uygun olmadığı belirtilmiştir (Wei, 2008). Ayrıca yapılan başka bir çalışmada, yalnız seyahat eden kadınların, istenmeyen erkek ilgisi, fiziksel veya sözlü taciz gibi zorluklarla karşılaştıkları ortaya çıkmıştır (Schwab, 2019). Bu nedenle yalnız seyahat etmek isteyen kadınlar, birlikte hareket etmeyi düşünerek deneyimlerini paylaşabilecekleri ve tavsiyelerde bulunabilecekleri platformlarda buluşmuşlardır.

Geniş bir dizi çalışma, turistlerin karşılaştığı risk veya endişeyi üç ila bir düzineden fazla sınıfa göre sınıflandırmaya çalışmıştır (Brunt ve ark., 2000; Elsrud, 2001; Larsen ve ark., 2011; Fuchs, 2013; Sharifpour ve ark., 2014; Adam, 2015). En yaygın temalar şunlarla ilgilidir: (1) finansal (2) işlevsel (3) fiziksel (4) sosyal (5) psikolojik (6) memnuniyet ve (7) zaman riski (Schiffman & Kanuk, 1991). Finansal risk korkuyla ilgilidir aldatılmak veya paranın karşılığını vermeyen bir seyahat deneyimi yaşamak. Suç mağduru olma korkusunun yaygın bir sorun olduğu varsayılır ancak Brunt ve arkadaşları (2000) pek çok turistin pek fazla ilgisini çekmediğini bildirmektedir. İşlevsel risk, işlerin olması gerektiği gibi işlememesiyle ilgilidir. Fiziksel risk, seyahat sırasında yaralanma veya sağlığın bozulması riskiyle ilgilidir. Sosyal risk, izolasyon veya dışlanma duygularıyla ilişkiliyken, psikolojik risk ve tatmin riski, gezinin kişinin kendi imajıyla eşleşmeyeceği ve dolayısıyla tatmin edici olmayan bir deneyim sunmayacağı korkusuyla yakından ilişkilidir (Adam, 2015). Zaman riski, istenen faaliyetleri tamamlamak için yeterli zamanın olmaması veya gereksiz yere geciktirilmesiyle ilgilidir. Son olarak, iletişim mücadeleleri, kültür şoku veya yabancı bir ülkede veya seyahat alanında yaşam standardına uyum sağlayamama gibi kültür kaynaklı zorluklar da (Basala & Klenosky, 2001) incelenecek önemli bir boyuttur.

Fiziksel kaygılar, kadınların gerçek veya subjektif korku ve güvenlikle ilgili endişeleri ele almak zorunda kalması nedeniyle en sık olarak tanımlanıyor gibi görünmektedir (Wilson & Little, 2005; Heimtum & Abelsen, 2014; Toh ve ark., 2017) ve yansıtma eğilimi göstermektedir. Alışılmadık ortamlara yerleştirilmeye ilişkili cinsiyet güç ilişkileri ve kaygı veya memnuniyetle ilgili endişeler. Cinsel tacize uğramaya ilişkin meşru endişeler alanyazında en yaygın şekilde dile getirilmektedir (Jordan & Aitchison, 2008; Wilson & Little, 2008; Doran, 2016; Seow & Brown, 2018; Yang ve ark., 2018). Cinsel taciz, istenmeyen ilgi ve bakışlardan, kedi çağrılarında fiziksel saldırıya uğramaya kadar değişebilir. İlginç bir şekilde, kadınlar kendilerini riskli durumlara soktukları için çoğunlukla kendilerini suçluyorlardı (Jordan & Aitchison, 2008; Wilson & Little, 2008). Bu nedenle pek çok kadın, belirli kamusal alan türlerinden kaçınarak (Carr, 2001), geceleri dışarı çıkma konusunda dikkatli davranarak, Wilson & Little (2008) korku coğrafyası olarak tanımladığı risk azaltma

stratejilerini benimsemektedir. Kendi başlarına (Wilson & Little, 2005; Yang ve ark., 2018) veya hatta bazı durumlarda kentsel destinasyonları kırsal olanlara tercih etmektedirler (Heimtum & Abelsen, 2014). Hatta bazıları dikkatleri üzerlerine çekmemek için gösterişli giyinmeye kadar giderken, bazıları da yeni tanıştıkları insanlarla seyahat ederken karma cinsiyetli gruplar yerine aynı cinsiyetten grupların güvenliğini tercih ediyor (Jordan & Aitchison, 2008; Carr, 2011). Öteki ya da topluma uyum sağlayamayan biri olarak tanımlanmanın sosyal riski, yalnız kadın gezginler için de bir endişe kaynağı olarak ortaya çıkıyor. Diğerlerinin bunlara ilişkin algıları, bazı insanlar için genel seyahat memnuniyetinde kritik bir rol oynuyor gibi görünmektedir (Wilson & Little, 2008). Yalnız kadın gezginler, birlikte seyahat eden ailelerin, çiftlerin veya arkadaş gruplarının ihtiyaçlarını karşılamak için inşa edilmiş yerlere seyahat etmeye daha az istekli görünüyorlar çünkü bu tür yerlerde bulunmak marjinalite ve yalnızlık duygularını uyandırabilir (Heimtum & Abelsen, 2014).

1.2. İlgili Araştırmalar

Kadın turistlerle ilgili turizm alanyazınında yapılan ilk kapsamlı çalışmalar 1990'lı yılların başlarında başlamıştır. Bu dönemde özellikle Little ve arkadaşları (1996) tarafından yapılan çalışmalar öne çıkmaktadır. Onlar, turizm ve toplumsal cinsiyet arasındaki ilişkiyi araştırarak, kadınların turizm faaliyetlerindeki yerini ve deneyimlerini incelemiştir. Bir dizi çalışma, boş zaman etkinliklerindeki cinsiyet farklılıklarını ele almıştır (Myers & Mondcrief, 1978; Bond, 1997; Wilson, 2004; Wilson & Little, 2005; Jordan & Gibson, 2005; Wilson & Harris, 2006; Myers, 2010; Khoo-Lattimore & Prayag, 2015; Bianchi, 2016; Valaja, 2018; Kaba & Emekli, 2018). Gün geçtikçe daha fazla kadının seyahatlerini yalnız gerçekleştirmeye başlaması, konu ile ilgili araştırmaların artmasını sağlamıştır (Bond, 1997; Matthews-Sawyer, 2002).

Uluslararası turizm alanyazınındaki ilk bibliyometrik analiz çalışması, 1989 yılında Weaver & McCleary tarafından gerçekleştirilmiş olup, bu çalışma kurumsal değerlendirme gibi çeşitli yönleri ele alarak turizmde bibliyometrinin başlangıç noktasını oluşturmuştur (Sánchez ve ark., 2017: 9). Genel olarak, uluslararası turizm literatüründeki bibliyometrik analiz çalışmalarında kullanılan metodolojik yaklaşımlar açısından belirgin ortak noktalar bulunmaktadır. Bu yaklaşımlar; dergi değerlendirme ve sıralama çalışmaları, makale tanımlama çalışmaları, içerik analizi, alıntı analizi, disiplinler arası ilişkiler analizi ve ülke araştırma analizi olmak üzere altı ana kategoriye ayrılmaktadır (Köseoğlu ve ark., 2015: 360-361). Ulusal alanyazınında ise turizm ile ilgili gerçekleştirilen ilk bibliyometrik çalışma, 1994 yılına dayanmaktadır. Kozak (1994) tarafından yapılan bu çalışmada, Anatolia Dergisinin 1990-1994 yılları arasındaki ilk beş cildinde yayımlanan toplam 249 çalışma incelenmiştir.

2. YÖNTEM

Bilim dalıyla ilgili farklı türlerdeki akademik yayınların ve alanyazının belirli zaman dilimlerinde incelenmesi, bilim dalının gelişim evresini anlamak açısından önemlidir (Temizkan ve ark., 2015). Bibliyometrik analiz, bir disiplin veya bilim dalındaki çalışmaların profilini belirlemeyi ve bilimsel bilgi üretiminin gelişimine ışık tutmayı amaçlayan önemli bir araştırma yöntemidir (Hussain ve ark., 2011: 2). Bu analiz türü, akademik alanda yayımlanmış çalışmaların çeşitli özelliklerini (konu, yıl, anahtar kelimeler, yazarlar, atıf oranı, vb.) inceleyerek bulgular elde etmeyi sağlar. Elde edilen bulgular, ülkeler ve kurumlar arasındaki karşılaştırmalarda, bilimsel iletişim araçlarının kullanım oranlarının belirlenmesinde, alanyazınında yapılan çalışmaların ve yazarların belirlenmesinde ve dergilerin değerlendirilmesinde kullanılabilir (Karagöz & Mesci, 2024).

Bibliyometri terimi, ilk kez Pritchard tarafından matematiksel ve istatistiksel yöntemlerin bilimsel iletişim ortamlarına uygulanması olarak tanımlanmıştır (Pritchard, 1969: 348). Başka bir tanıma göre, bibliyometri basılı olarak yayımlanmış çalışmaların niceliklerine yönelik araştırmaları ifade eder (Broadus, 1987: 376). Diodato (1994) ise bibliyometriyi yayımlanan dergi, kitap, vb. bilimsel araçların incelenmesinde kullanılan matematiksel ve istatistiksel yöntemler olarak tanımlamıştır (Diodato, 1994: 250). Bibliyometrik araştırmaların turizm alanında da yapıldığı bilinmektedir (Arıca & Çorbacı, 2019: 265). Turizm alanındaki çalışmalarda bibliyometrik yaklaşım genellikle dergi ve makalelerin değerlendirilmesinde kullanılmaktadır (Hall, 2011: 16).

Dergilere yönelik uluslararası yayınlanmış çalışmalar arasında Palmer ve arkadaşları (2005), Ryan (2005), Singh ve arkadaşları (2007) ve Cheng ve arkadaşları (2011) tarafından gerçekleştirilen çalışmalar bulunmaktadır. Ayrıca Bao (2002) yayınlanmış turizm tezlerini bibliyometrik açıdan incelemiştir. Jogaratnam ve arkadaşları (2005) turizm alanındaki 11 dergiyi inceledikleri çalışmalarında, yazarların üniversiteleri ve en fazla yayın yaptıkları dergiler açısından makaleleri değerlendirmişlerdir. Ryan (2005) önemli turizm dergilerinde yayımlanmış makalelerin yazarlarını 1990-2004 yılları arasında incelemiştir. Turizm alanında yapılan bir diğer kapsamlı çalışmada McKercher (2006) 25 turizm dergisinde yayımlanan 3153 makaleyi incelemiştir.

Bibliyometrik analiz, bilimsel yayınların sayısal ölçümlerini kullanarak, yayınların özelliklerini ve araştırma trendlerini anlamayı amaçlayan bir yöntemdir. Bibliyometri, bilimsel ve akademik alanyazındaki yayınların sayısal ölçümlerini ve analizini içermekte olup, belirli alanlardaki trendleri, gelişmeleri ve ilişkileri anlamak için kullanılmaktadır. Bibliyometrik araştırmalar genellikle şu konuları kapsar:

- **Yayın Sayısı ve Dağılımı:** Bir alan veya konuyla ilgili olarak yayınlanan makalelerin sayısını ve bu yayınların zaman içindeki dağılımını analiz eder.
- **Yazarların ve Kurumların Analizi:** Yazarların ve kurumların yayınlarının sayısı, etkisi ve iş birliği ağları gibi özellikleri inceler.
- **Atıf Analizi:** Makalelerin alıntılanma sıklığı, alıntılanan makalelerin türü ve alıntılanan yayınların etkisi gibi ölçümleri kullanarak bir makalenin etkisini değerlendirir.
- **Konu ve Anahtar Kelime Analizi:** Yayınların konularını ve anahtar kelimelerini inceleyerek belirli konu alanlarındaki trendleri ve ilgi alanlarını belirler.
- **Dergi Analizi:** Dergilerin etki faktörleri, yayın hacmi ve dergiler arasındaki ilişkiler gibi özelliklerini inceler.

Bibliyometrik araştırmalar, bilimsel iletişimdeki değişiklikleri anlamak, araştırma trendlerini belirlemek ve gelecekteki araştırma alanlarını tahmin etmek için kullanılır. Bu tür araştırmalar, akademik kurumlar, araştırma kuruluşları, yayıncılar ve araştırmacılar tarafından çeşitli amaçlarla kullanılmaktadır (Salampasis & Drossos, 2010).

Bu çalışmanın amacı, kadın turist ve risk konusunu içeren çalışmaları ve kullanılan araştırma yöntemlerini bibliyometrik analiz tekniğiyle derlemektir. Çalışmada, ResearchGate ve Google Akademik veri tabanlarında ulaşılan, kadın turist ve risk kavramlarının bir araya geldiği ve uluslararası alanyazında yayınlanmış makaleler ve tezler değerlendirmeye alınmıştır. Türkiye’de henüz kadın turist ve risk konulu çalışmalara rastlanılmadığından uluslararası yazında yayımlanan çalışmalar araştırma kapasamına dahil edilmiştir. Çalışma 2023 yılı Aralık-2024 yılı Mayıs aylarında çevrimiçi veri tabanında yayınlanan eserlerden yararlanılarak oluşturulmuştur. Çalışmaların turizm alanını, kadın ve risk konusunu kapsayıp kapsamadığını belirlemek amacıyla özet ve yöntem bölümleri detaylı bir şekilde incelenmiş ve değerlendirilmeler bu kriterler dikkate alınarak yapılmıştır. Bibliyometrik profilin oluşturulması için elde edilen çalışmalar belirli parametreler doğrultusunda tablolar halinde sunulmuştur. Çalışmada kullanılan parametreler şunlardır:

- Çalışmanın Yayın Yılı ve Yazarı/Yazarları,
- Çalışmanın Amacı,
- Çalışmanın Örneklem Grubu,
- Çalışmanın Kullanılan Yöntemi ve
- Çalışmanın Bulguları veya Sonuçları.

Bu bilgilerin derlenmesi ve analizi, kadın turist ve risk konusunu ele alan çalışmalar hakkında kapsamlı bir görünüm sağlamayı amaçlamaktadır. Bu sayede, turizm alanındaki risk kavramıyla ilgili yapılmış çalışmaların ve kullanılan yöntemlerin genel bir değerlendirmesi yapılabilir ve gelecekte

yapılacak çalışmalara yol gösterecek veriler elde edilebilir.

3. BULGULAR

Bu çalışma, 1998-2024 yılları arasında kadın turist ve risk konulu çalışmaların dağılımını ve özelliklerini bibliyometrik analiz yöntemiyle incelemiştir. Elde edilen bulgular, bu dönemde ilgili konularda artan bir akademik ilgi olduğunu göstermektedir. Elde edilen çalışmaların yıllara göre dağılımı Tablo 1’de gösterilmiştir.

Tablo 1. Kadın Turist ve Risk Konulu Çalışmaların Yıllara Göre Dağılımı

Yayınlanma Yılı	Çalışma Sayısı	Yayınlanma Yılı	Çalışma Sayısı
1998	1	2018	3
2001	1	2019	4
2003	1	2020	3
2006	1	2021	5
2008	1	2022	1
2009	1	2023	3
2015	2	2024	3
2017	5		
TOPLAM		36	

Tablo 1, kadın turist ve risk konulu çalışmaların yıllara göre dağılımını detaylı bir şekilde göstermektedir. 1998 ile 2024 yılları arasında uluslararası düzeyde yayınlanmış toplam 36 çalışma incelenmiştir. 1998 yılında bu konuda sadece bir çalışma yayınlanmışken, sonraki yıllarda düzensiz bir artış ve azalma görülmektedir. Özellikle 2017 yılından itibaren, bu konuda yapılan çalışmaların sayısında belirgin bir artış gözlenmiştir. 2017 yılında beş çalışma yayınlanmış olup, bu sayı 2019 yılında dört, 2020 yılında üç, 2021 yılında beş, 2023 yılında üç ve 2024 yılında da üç olarak devam etmiştir. Bu artış ile son yıllarda kadın turistlerin karşılaştığı riskler konusuna olan akademik ilginin ve önemin arttığını göstermektedir. 2017 yılından itibaren yapılan çalışmalardaki bu artış, kadın turistlerin güvenlik ve risk algılarının daha fazla çalışma konusu olduğunu ve bu alanda daha fazla veri toplandığını işaret etmektedir. Ayrıca, bu dönemde yapılan çalışmaların artması, kadın turistlerin seyahatlerinde karşılaştıkları risklerin daha geniş bir perspektiften ele alınarak incelendiğini ve bu konunun turizm alanyazınında giderek daha fazla yer bulduğunu göstermektedir. Bu eğilim, gelecekte de bu konunun öneminin artarak devam edeceğini ve daha fazla çalışmanın yapılacağını öngörmektedir.

Tablo 2. Birincil Kaynakların Dağılımı

Yayınlar	Frekans	Yüzde
Makale	32	88,89
Tez	4	11,11
Toplam	36	100

Tablo 2, kadın turist ve risk konulu çalışmalarda incelenen birincil kaynakların dağılımını detaylı bir şekilde sunmaktadır. Bibliyometrik analiz sonucunda, 1998 ile 2024 yılları arasında uluslararası düzeyde yayınlanmış toplam 36 çalışmanın incelendiği ve bu çalışmaların 32 tanesinin (%88.89) makale, dört tanesinin (%11.11) ise tez olduğu belirlenmiştir. Bu dağılım kadın turist ve risk konusunun daha çok makaleler üzerinden ele alındığını göstermektedir. Makaleler, konunun farklı yönlerini ve çeşitli araştırma metodolojilerini kapsayarak kadın turistlerin karşılaştıkları riskleri geniş bir perspektiften değerlendirmiştir. Tezler ise daha derinlemesine ve odaklı çalışmalar sunarak, özellikle belirli grupların veya bölgelerin risk algılarını ve bu risklere karşı geliştirilen stratejileri detaylandırmıştır. Bu bulgular, kadın turist ve risk konusunun akademik alanyazında artan bir ilgi gördüğünü ve bu alanda yapılan çalışmaların büyük çoğunluğunun makale formunda olduğunu ortaya koymaktadır.

3.1. Makaleler

Uluslararası düzeyde yapılan çalışmalar sonucunda “kadın turist ve risk” konusunun 1998 yılından itibaren çalışmaya başlandığı görülmektedir. Çalışma sonucunda 1998-2024 yılları arasında 32 makaleye ulaşılmıştır. Uluslararası alanyazında yapılan ilk çalışma Mitchell ve Vassos’a (1998) ait olduğu tespit edilmiştir. Ulaşılan 32 makalenin 14 tanesi nicel, 12 tanesi ise nitel araştırma yöntemi

kullanılmıştır. Beş makale de ikincil kaynak kullanılarak yapılan alanyazın çalışması gerçekleştirilmiştir ve sadece bir makalede kadınlara yönelik bir teknolojik uygulama geliştirilmeye çalışılmıştır. Makalelerin yedi tanesi (%21,88) tek yazarlıdır, 25 tanesi (%78,12) ise çoklu yazarlı çalışmalardır. Makalelere ilişkin çalışma alanı, amaç, yöntem ve sonuçlara Tablo 3'te yer verilmektedir.

Tablo 3. Kadın Turist ve Risk Konuları Üzerine Yapılan Makaleler

Yazar/Yıl	Amaç	Çalışma Alanı	Yöntem	Sonuç
Mitchell & Vassos (1998)	Tatil satın alma kararlarında erkekler ve kadınlar arasındaki algılanan risk farklarını ve bu risklerin nasıl yönetildiğini incelemek	152 İngiliz katılımcı	Anket ve yarı yapılandırılmış görüşme tekniği	Kadınların tatil satın alırken daha yüksek düzeyde risk algıladığını ve bu riskleri azaltmak için daha fazla bilgi arayışı içinde olduklarını göstermektedir. Ayrıca, farklı kültürel bağlamlarda risk algılarının ve risk azaltma stratejilerinin değişiklik gösterdiği tespit edilmiştir.
Elsrud (2001)	Katılımcıların yaşadıkları maceralar ve bu deneyimlerin nasıl anlatıldığı üzerinde durulmuş, anlatıların katılımcılar tarafından nasıl yapılandırıldığı ve bu süreçte riskin nasıl bir rol oynadığının incelenmesi	50 sırt çantalı gezgin	Anket	Yalnız seyahat eden kadınların cinsiyetlerinden dolayı risklere karşı yüksek bir farkındalık düzeyine sahip olduklarını ve seyahat ederken bu tür riskleri azaltmak için önlemler aldıklarını göstermiştir.
Green Singleton (2006)	Genç kadınların boş zamanlarında risk ve güvenlik algılarını incelemek.	12 Güney Asyalı genç kadın ve 10 İngiliz kadın	Odak grup tartışması ve yarı yapılandırılmış görüşme tekniği	Genç kadınların risk algılarının ve yönetim stratejilerinin bedensel, zamansal ve mekânsal olarak algılandığını göstermektedir. Riskin, sosyal ve kültürel söylemlerle derinlemesine iç içe olduğu ve genç kadınların, özellikle erkek şiddeti gibi risk algıları nedeniyle, çoğunlukla güvenli 'iç' mekanları tercih ettikleri bulunmuştur. Ayrıca, bazı genç kadınların boş zamanlarında risk almanın eğlenceli ve arzu edilen bir yönü olarak gördükleri de tespit edilmiştir. Güney Asyalı genç kadınlar, İngiliz genç kadınlara göre dış mekanlarda daha fazla risk ve tehlike algılamakta ve bu nedenle ev içi veya topluluk merkezli mekanları daha güvenli bulmaktadırlar.
Jordan Aitchison (2008)	Kadın turistlerin yalnız seyahat ederken cinsiyetlendirilmiş güç, gözetim ve bedensellik deneyimlerini incelemek	30-70 yaş arasındaki 39 kadın turist	Yarı yapılandırılmış görüşme tekniği	Yalnız seyahat eden kadın turistlerin, özellikle kamusal alanlarda ve gece saatlerinde, erkeklerin cinselleştirilmiş bakışlarına maruz kaldıklarını ve bu durumun onların bedensel deneyimlerini olumsuz etkilediğini göstermektedir. Kadınlar, bu tür bakışlardan korunmak için çeşitli stratejiler geliştirmişlerdir. Ayrıca, bazı kadınlar, yalnız seyahat etmenin sağladığı özgürlüğün tadını çıkarmakta zorlanmakta ve kendilerini sürekli olarak gözetim altında hissetmektedirler.
Reisinger & Crofts (2009)	Seyahat risk algısı, kaygı, güvenlik algısında ve kadın ve erkek ve kültürel oryantasyon grupları arasında seyahat etme niyetleri arasında anlamlı bir fark olup olmadığını incelemek.	500 katılımcı	Anket	Kadınların erkeklere göre seyahat risklerini daha yüksek algıladıkları, bu nedenle daha temkinli davranarak güvenlik önlemlerine daha fazla önem verdikleri ve bu algıların seyahat niyetlerini olumsuz yönde etkilediği belirlenmiştir.
Amir ve ark., (2015)	Kuala Lumpur bölgesindeki kadın turistlerin emniyet ve güvenlik algılarının belirlenmesi.	Kuala Lumpur bölgesindeki kadın turist	Yüz yüze görüşme tekniği	Katılımcıların %99'u Kuala Lumpur'da gündüzleri dolaşmanın güvenli gece saatlerinde diyenler ise sadece katılımcıların %15'idir. Katılımcılar tarafından algılanan önemli güvensiz durumsa karayolu trafiğidir. Bildirilen ana endişe ise yankesicilik ve hırsızlıklardır.
Gupta (2015)	Kadınların seyahat ederken herhangi bir acımasız veya medeniyetsiz eylemin kurbanı olma korkusuna odaklanmakta ve kadınların yalnız seyahat ettiklerinde toplu taşıma araçlarında güvenliğe ihtiyaç duymasını incelemek	Farklı makalelerden, dergilerden ve web siteleri araştırması	Mevcut alanyazın aracılığıyla ikincil veri toplama	Güvenli ve emniyetli bir seyahat sağlamak için önlemler alınmasına rağmen, bu önlemlerin kadınların toplu taşımalarda güvende hissetmelerini sağlamak amacıyla tüm düzeylerde etkin bir şekilde benimsenmediğini göstermektedir.

Yang (2016)	Asyalı tek başına seyahat eden kadınların risk algılarını incelemek	Yazarın kendi seyahat deneyimlerine dayanarak ototetnografik yaklaşım	Ototetnografik Yaklaşım	Asyalı kadınların tek başına seyahat ederken güvenlik, kültürel beklentiler, bireysel güven eksikliği ve pratik zorluklar gibi çeşitli risk algıları yaşadığını ortaya koymaktadır. Güvenlik endişeleri, hırsızlık, taciz ve cinsel saldırı korkusuyla bağlantılıdır. Bireysel güven eksikliği, kadınların kendi yeteneklerine olan inançlarının zayıflığı ile ilişkilidir ve pratik zorluklar arasında dil engelleri ve yeterli bilgi erişim eksikliği bulunmaktadır.
Yang ve ark., (2016)	Turizmde risk ve cinsiyetin etkileşimini araştırmak	Akademik dergilerde yayımlanmış araştırmalar, makaleleri, kitap bölümleri, konferans bildirileri ve endüstri raporları gibi çeşitli kaynaklar	Alanyazın taraması	Cinsiyetin, turizm bağlamında riskleri nasıl algıladığı ve yanıtladığı konusunda önemli bir rol oynadığını buldular. İnceleme, cinsiyetler arasında risk algısı ve davranışlarda farklılıklar olduğunu ortaya koydu ve turizm endüstrisinde özelleştirilmiş risk yönetimi stratejilerinin gerekliliğini vurgulanmıştır.
Khan ve ark., (2017)	Genç kadın gezginler arasında destinasyon imajı ve ziyaret niyetini etkileyen faktörlerin belirlenmesi.	Malezyalı 370 genç kadın	Anket, Faktör Analizi, PLS-SEM Analizi	Seyahat motivasyonu, algılanan riskler ve seyahat kısıtlamalarının önemli rol oynadığı ve bu faktörlerin genç kadınların seyahat tercihleri ve destinasyon seçimleri üzerinde belirleyici olduğu sonucuna varılmıştır
Beeton (2017)	Hindistan'da seyahat eden kadınların güvenlik konusundaki korku ve endişelerini incelemek	94 Hintli kadın	Niteliksel anket çalışması	Kadınların cinsel taciz, hırsızlık, saldırı ve güvenli olmayan toplu taşıma gibi güvenlik endişelerini nedeniyle seyahat etmekte çekindiklerini göstermektedir. Toplumsal normlar ve kültürel beklentiler de kadınların seyahat özgürlüğünü kısıtlamaktadır. Kadınlar, özellikle yalnız seyahat ederken, sürekli bir güvensizlik ve korku duygusu yaşamaktadır.
Yang ve ark., (2017b)	Asyalı yalnız kadın gezginlerin seyahatlerinde risk algılarını ve bu riskleri nasıl başa çıktıklarını incelemek.	35 yalnız kadın gezginin	Anket ve Derinlemesine mülakat tekniği, NVivo	Kadınların riskleri aktif bir şekilde yönetme sürecinde güç ve yetkilendirme hissini nasıl deneyimlediklerini göstermektedir. Katılımcılar kendilerini güvende hissetmek için çeşitli stratejiler uygulamış, bu süreçte kişisel güçlerini ve öz yeterliliklerini artırmışlardır.
Malik (2018)	Kadınların yalnız seyahatlerinde çeşitli kısıtlamaları belirlemek ve açıklamak.	40 kadın turist	Yarı yapılandırılmış görüşme	Kadınların kendine güven eksikliği, yalnızlık korkusu ve özgüven sorunları tek başına seyahat etmelerini zorlaştırmaktadır. Bazı destinasyonların güvenli olmaması veya coğrafi zorlukları nedeniyle kadınlar belirli yerlere seyahat etmekte kaçınılmaktadır.
Wantono & McKercher (2019)	Yalnız seyahat eden Asyalı kadınların risk algılarını incelemek	16 kadın turist (Çin, Kore, Japonya ve Vietnam)	Yarı yapılandırılmış görüşme, İçerik analizi	Kadınların fiziksel riskler (özellikle cinsel taciz) ve sosyal/psikolojik riskler konusunda endişe duyduklarını göstermektedir. Ayrıca, yalnız seyahat etmenin kadınlar üzerinde dönüştürücü ve güçlendirici bir etkisi olduğu tespit edilmiştir. Bu deneyimler, kadınların kendilerini daha iyi tanımalarına ve bağımsızlıklarını artırmalarına katkı sağlamaktadır.
Kour & Gupta (2019)	Yalnız seyahat eden kadın gezginlerin Kaşmir i bir destinasyon olarak algıladıkları seyahat risklerini ve seyahat niyetlerini analiz etmek.	231 yalnız seyahat eden kadın turist	Anket, Regresyon analizi	Yalnız seyahat eden kadınların Keşmir'i ziyaret ederken güvenlik endişeleri ve politik istikrarsızlık gibi riskleri yüksek algıladıkları belirlenmiştir. Bu algıların, kadın gezginlerin seyahat niyetlerini önemli ölçüde etkilediği ve çoğunun Keşmir'i bir destinasyon olarak tercih etmekte çekindiği görülmüştür. Bununla birlikte, seyahat deneyimlerini olumlu bulan ve tekrar ziyaret etmeyi düşünen kadınların da olduğu tespit edilmiştir.
Khan ve ark., (2019)	Seyahat motivasyonu ile algılanan riskler, seyahat kısıtlamaları ve genç kadın gezginlerin ziyaret niyeti arasındaki ilişki üzerindeki düzenleyici etkisini araştırmak.	416 kadın üniversite öğrencisi	Kolayda örnekleme, Anket ve YEM analizi	Fiziksel risk, yapısal kısıtlamalar ve ziyaret niyeti arasındaki negatif ilişkilerin seyahat motivasyonunu zayıflatarak düzenleyici bir etkiye sahip olduğunu ortaya koymuştur.
Thomas & Mura (2019)	Hindistan'da yalnız seyahat eden yabancı kadın turistlerin güvenlik algılarını incelemek.	21 yabancı yalnız kadın gezginin çevrimiçi bloglarının analizi	Nitel çalışma	Kadınların Hindistan'da seyahat ederken genel bir 'güvensizlik normalitesi' hissettiğini ortaya koymuştur. Çalışmada, kadınların çoğunun Hindistan'ı ziyaret etme kararını alırken güvenlik endişelerini göz önünde bulundurduğu ve seyahat sırasında çeşitli önlemler aldığı belirlenmiştir. Bununla birlikte, bu kadınların güvenlik endişelerine rağmen Hindistan'ı ziyaret etmeye karar vermesi, bu deneyimlerden özgüven kazanma ve kişisel büyüme gibi olumlu sonuçlar elde etmelerini sağlamıştır.

Wantono & McKercher (2020)	Yalnız seyahat eden Asyalı kadınların sırt çantalı seyahatlerinde risk algılarını incelemek	19 sırt çantalı kadın gezgin	Yarı yapılandırılmış görüşme tekniği	Yalnız seyahat eden Asyalı kadınların, güvenlik ve kişisel sağlığa ilişkin riskleri yüksek algıladıklarını göstermektedir. Katılımcılar, seyahatlerini planlarken bu riskleri minimize etmek için kapsamlı çalışmalar yaptıklarını ve çeşitli güvenlik stratejileri geliştirdiklerini belirtmiştir. Ayrıca, kadınların kültürel farklılıklar ve toplumsal normlar nedeniyle karşılaştıkları zorluklar da ele alınmıştır.
Ngwira ve ark., (2020)	Afrika'da yalnız seyahat eden kadınların karşılaştıkları zorluklar ve bu zorlukları aşmak için kullandıkları müzakere stratejilerini incelemek	Afrika'ya tek başına seyahat eden 10 kadın seyahat blogcusu	Netnografik araştırma metodolojisini	Yalnız seyahat eden kadınların sık sık karşılaştıkları güvenlik kaygılarını azaltmak için yerel halkla olumlu ilişkiler kurma, kültürel normlara uyum sağlama ve güvenli konaklama yerleri seçme gibi çeşitli stratejiler geliştirdiklerini ortaya koymuştur. Ayrıca, bu kadınların seyahat deneyimlerinin, toplumsal cinsiyet eşitsizlikleri ve kültürel farklılıklar gibi daha geniş sosyal bağlamlarda nasıl şekillendiği ve müzakere edildiği de çalışmanın önemli bulguları arasında yer almaktadır.
Brown, de Coteau & Lavrushkina (2020)	Tatilleri sırasında yürümekten hoşlanan kadın turistlerin deneyimlerini incelemek.	11 kadın turist	Feminist bir yaklaşım ve görüşme	Yürüyüşün kadın katılımcılara sağladığı yararları vurgulamakla birlikte, kadınların yürüyüş yaparken karşılaştıkları cinsiyet temelli kısıtlamaları da ortaya koymaktadır. Kadınlar, yalnız yürüdüklerinde, özellikle gece ve ıssız yerlerde, kendilerini savunmasız hissettikleri için yürüyüşün tüm faydalarından tam olarak yararlanamamaktadırlar. Algılanan bu risklerle başa çıkmak için çeşitli koruma stratejileri kullanmak zorunda kalmaktadırlar. Bu durum, kadınların yürüyüş deneyimlerini tam anlamıyla keyif almalarını engellemektedir.
Karagöz ve ark., (2021)	Yalnız seyahat eden kadınların seyahat riskleri, kaygıları ve seyahat niyetleri arasındaki ilişkileri incelemek.	Facebook gruplarındaki 491 kadın gezgin	Anket, Netnografi, YEM analizi ve moderasyon analizleri	Yalnız seyahat eden kadınların risklerin (cinsiyete dayalı risk, destinasyona özgü risk ve sosyal-psikolojik risk) seyahat niyetleri üzerinde olumsuz, kaygı üzerinde olumlu etkileri olduğunu göstermektedir. Kaygı, kadınların yalnız seyahat etme niyetlerini olumsuz etkilerken, çevrimiçi psikolojik-sosyal destek bu etkiyi zayıflatmaktadır.
Mapjabil ve ark., (2021)	Kota Kinabalu da tatil yaparken kadın turistlerin güvenlik tehditleri konusundaki farkındalıkları incelemek.	93 kadın turist	Anket	Kadın turistlerin en çok endişe duydukları tehditlerin soygun (%74.2), kaçırılma (%44.1) ve tecavüz (%44.1) olduğunu göstermiştir. Ayrıca, konum (%34.4) ve turistik bölgelerdeki yoğunluk (%24.7) gibi faktörlerin güvenlik tehditleri üzerinde etkili olduğu bulunmuştur. Kadın turistler, turistik bölgelerde güvenlik görevlilerinin bulunmasının kendilerini daha güvende hissettirdiğini belirtmişlerdir.
Bauer (2021)	Modern kadın gezginlerin sağlık riski, güvenlik ve sorumluluk konularına nasıl yaklaştığını incelemiştir.	300 kadın turist	Anket ve odak grup görüşmeleri	Modern kadın gezginlerin seyahat sağlığına büyük önem verdiklerini, potansiyel sağlık riskleri ve güvenlik tehditleri hakkında bilinçli olduklarını ve sorumlu seyahat uygulamalarını benimsediklerini göstermektedir. Ayrıca, bu kadınların seyahat etmeden önce kapsamlı bir sağlık ve güvenlik hazırlığı yaptıkları ve seyahatlerini bu tür riskleri minimize edecek şekilde planladıkları belirlenmiştir.
Ernszt & Marton (2021)	Macar katılımcıların ne sıklıkta yalnız seyahat ettiklerini ve bu tür seyahatlere karşı tutumlarının ne olduğunu incelemek	386 Macar katılımcı	Çevrimiçi anket	%71,2'si kadınlardan oluşan bu çalışmanın sonuçlarına göre, kadın turistlerin yalnız seyahat ile ilişkilendirilen potansiyel risklere karşı daha duyarlı olduklarını ve kadın yalnız seyahati daha ilgi çekici buldukları görülmektedir.
Brugulat Coromina (2021)	Güneydoğu Asya da yalnız seyahat eden kadın sırt çantalı gezginlerin karşılaştıkları kısıtlamaları analiz etmek	37 yalnız kadın sırt çantalı gezgin	Yarı yapılandırılmış görüşme	Sosyokültürel, pratik, kişisel ve mekânsal kısıtlamaları incelemiş ve bu kısıtlamalarla başa çıkmak için kadın gezginlerin geliştirdiği stratejileri ortaya koymuştur. Kadın gezginlerin seyahat öncesi ve seyahat sırasında karşılaştıkları kısıtlamaların üstesinden gelmek için çeşitli stratejiler geliştirdiğini göstermektedir.
Carballo ve ark., (2022)	Cinsiyetin turistlerin risk algıları ile destinasyon imajı ve seyahat niyetleri arasındaki ilişkiler üzerindeki etkisini incelemek	Toplamda 1212 katılımcı (603 İngiltere, 609 Almanya)	Anket, Yapısal Eşitlik Modellemesi	Kadınların risk algılarının erkeklere göre daha yüksek olduğunu ve risk algısındaki artışların seyahat niyetlerini daha fazla etkilediğini göstermiştir. Erkekler ise risk algılarının destinasyon imajı üzerindeki etkisine daha duyarlıdır. Sonuç olarak, kadınlar yüksek risk algısına sahip olduklarında destinasyonları ziyaret etme niyetlerini daha fazla azaltırken, erkeklerin destinasyon imajına yönelik algıları risk algılarından daha fazla etkilenmektedir.

Mirehie ve ark., (2023)	Kadın akademik ve idari personelin iş seyahatleri sırasında karşılaştıkları risk faktörlerini ve bu risklerle başa çıkma stratejilerini belirlemek	ABD'nin Ortabatı bölgesindeki büyük bir devlet üniversitesinden toplam 15 katılımcı	Yarı yapılandırılmış odak grup mülakatları kullanılarak uygulanmış ve her biri yaklaşık bir saat sürmüştür	Kadın akademik gezginlerin seyahat sırasında özellikle erkek yabancılar tarafından cinsel taciz ve fiziksel şiddet gibi önemli riskler algıladıklarını ortaya koymuştur. Bütçe kısıtlamaları, genellikle daha ucuz, daha az güvenli konaklama yerlerinde kalma veya güvenli olmayan ulaşım seçeneklerini kullanma gibi potansiyel olarak tehlikeli seyahat kararları almalarına yol açtığı görülmektedir.
Muzammil ve ark., (2023)	Asyalı kadınların yalnız seyahat ederken risk algılarını ve deneyimlerini anlamak	330 Asyalı kadın turist	Anket, Doğrulayıcı faktör analizi, Yapısal eşitlik modellemesi.	Asyalı kadın gezginlerin risk algılarının ve bunlara verdikleri tepkilerin, yaşadıkları sosyo-kültürel ortam ve güç dinamikleri tarafından şekillendiğini ortaya koymaktadır. Çalışma, bu kadınların seyahat sırasında karşılaştıkları riskleri nasıl algıladıklarını, bu risklerle nasıl başa çıktıklarını ve bu süreçlerin toplumsal cinsiyet kimliklerinin yeniden oluşumunda nasıl etkili olduğunu açıklamaktadır.
Kolte ve ark., (2023)	Kadınların güvenliği için tasarlanan bir Android uygulaması üzerine odaklanmak.	Çalışma, KDK Mühendislik Koleji'nden altı araştırmacı tarafından gerçekleştirilmiştir.	Uygulamanın geliştirilmesi	Bu tür uygulamaların kadınların güvenliği ve korunması için önemli bir araç olduğunu göstermektedir. Uygulamanın ana özellikleri arasında SOS acil çağrı düğmesi, gizli kamera tespiti, siren alarmı ve kadın haberleri bulunur. Sonuç olarak, bu uygulama kadınların güvenliğini artırmak ve acil durumlarda hızlı yardım sağlamak için etkili bir araçtır.
Zhang ve ark., (2024)	Asyalı kadınların yalnız seyahat deneyimlerini incelemek.	35 Asyalı kadın turist	Çevrimiçi Skype görüşmeleri ve yüz yüze görüşmeler	Kadınların seyahat ederken yaşadıkları risklerin kültürel ve sosyal bağlamlarla şekillendiğini ve bu risklerin, kadınların kendi kimliklerini yeniden inşa etmelerinde önemli bir rol oynadığını göstermiştir.
Burdisso (2024)	Feminist teoriler ışığında kadınların seyahat deneyimlerini inceleyerek, seyahat sırasında kadınların güvenliğini incelemek.	12 kadın turist	Görüntü analizi ve yarı yapılandırılmış görüşme	Kadınların özellikle bazı bölgelerde yalnız seyahat ederken güvenlik eksikliği yaşadığını, bu durumun endişe ve riskleri artırdığını ve kadın yalnız gezginlerin güvenliğinin sağlanması gerektiğini vurgulamaktadır. Çalışma, kadın gezginlerin karşılaştığı riskleri ve güvenlik kaygılarını tanımlayarak, kadınların seyahat ederken güvenlik ve refahlarını artırmak için öneriler sunmaktadır.
Maiurro & Brandão (2024)	Orta yaşlı ve yaşlı Brezilyalı kadınların yalnız veya başka kadınlarla seyahat ederken motivasyonlarını, ihtiyaçlarını ve algıladıkları riskleri incelemek.	13 Brezilyalı kadın turist	Yarı yapılandırılmış görüşme	Katılımcıların seyahat motivasyonları arasında bağımsızlık, özgürlük, yeni insanlarla tanışma ve rahatlama isteği öne çıkmaktadır. Ayrıca, seyahat tercihlerinde güvenlik, konfor ve ulaşılabilirlik önemli faktörlerdir. Bulgular, kadınların yalnız seyahat ederken cinsiyetle ilgili endişelerinin yaşla ilgili endişelerden daha fazla olduğunu göstermiştir. Sonuç olarak, kadınların seyahatlerinde algıladıkları riskler, güvenlik ve sağlık konularında yoğunlaşmaktadır ve bu durum destinasyon seçimlerini ve seyahat deneyimlerini önemli ölçüde etkilemektedir.

Tablo 3, kadın turist ve risk konusunu ele alan makalelerde, kadınların seyahatlerinde karşılaştıkları risk algıları ve bu risklere yönelik stratejiler hakkında geniş bir perspektif sunmaktadır. Mitchell & Vassos (1998), kadınların tatil satın alırken daha yüksek düzeyde risk algıladıklarını ve bu riskleri azaltmak için daha fazla bilgi arayışında olduklarını belirtirken, Elsrud (2001), yalnız seyahat eden kadınların yüksek farkındalık düzeyine sahip olduklarını ve bu riskleri azaltmak için önlemler aldıklarını vurgulamıştır. Green & Singleton (2006), genç kadınların risk algılarının sosyal ve kültürel söylemlerle iç içe olduğunu ve özellikle erkek şiddeti nedeniyle güvenli iç mekanları tercih ettiklerini ortaya koymuştur. Jordan & Aitchison (2008), yalnız seyahat eden kadın turistlerin kamusal alanlarda erkeklerin cinselleştirilmiş bakışlarına maruz kaldıklarını ve çeşitli stratejiler geliştirdiklerini belirtmiştir. Reisinger & Crofts (2009), kadınların seyahat risklerini erkeklere göre daha yüksek algıladıklarını ve bu algıların seyahat niyetlerini olumsuz etkilediğini bulmuştur. Amir, ve arkadaşları (2015), Kuala Lumpur da gündüzleri güvenli hisseden kadınların gece saatlerinde güvenlik endişesi yaşadıklarını tespit ederken, Gupta (2015), toplu taşıma araçlarında kadınların güvende hissetmeleri için alınan önlemlerin yeterli olmadığını vurgulamıştır. Yang (2016), Asyalı kadınların güvenlik, kültürel beklentiler ve pratik zorluklar gibi risk algıları yaşadığını belirtmiştir. Khan ve arkadaşları (2017), seyahat motivasyonu ve algılanan risklerin genç kadınların seyahat tercihleri üzerinde önemli rol oynadığını bulmuştur. Yang ve arkadaşları (2017), cinsiyetin turizm bağlamında risk algısı ve davranışlar üzerinde önemli bir etkisi olduğunu belirtirken, Beeton (2017), Hindistan'da seyahat eden kadınların cinsel taciz ve hırsızlık gibi güvenlik endişeleri nedeniyle seyahat etmekten çekindiklerini ortaya koymuştur. Malik (2018), kadınların kendine güven eksikliği ve yalnızlık korkusunun tek

başına seyahat etmelerini zorlaştırdığını belirtmiştir. Wantono & McKercher (2019), yalnız seyahat eden kadınların fiziksel ve sosyal risklerden endişe duyduklarını, ancak bu deneyimlerin dönüştürücü ve güçlendirici olduğunu bulmuştur. Kour & Gupta (2019), Kaşmir'i ziyaret eden kadınların güvenlik endişeleri nedeniyle seyahat etmekten çekindiklerini belirtirken, Khan ve arkadaşları (2019), fiziksel riskler ve yapısal kısıtlamaların seyahat motivasyonunu olumsuz etkilediğini bulmuştur. Thomas & Mura (2019), Hindistan'da seyahat eden yabancı kadınların genel bir güvensizlik normalitesi hissettiğini belirtirken, Wantono & McKercher (2020), yalnız seyahat eden Asyalı kadınların güvenlik ve kişisel sağlık risklerini yüksek algıladıklarını bulmuştur. Ngwira ve arkadaşları (2020), yalnız seyahat eden kadınların güvenlik kaygılarını azaltmak için çeşitli stratejiler geliştirdiklerini belirtmiş, Brown ve arkadaşları (2020), kadınların yürüyüş yaparken cinsiyet temelli kısıtlamalarla karşılaştıklarını vurgulamıştır. Karagöz ve arkadaşları (2021), yalnız seyahat eden kadınların risk algılarının seyahat niyetlerini olumsuz etkilediğini, Mapjabil ve arkadaşları (2021), kadın turistlerin en çok soygun, kaçırılma ve tecavüz endişesi taşıdığını belirtmiştir. Bauer (2021), modern kadın gezginlerin sağlık ve güvenlik konularına büyük önem verdiklerini vurgularken, Ernszt & Marton (2021), kadın turistlerin yalnız seyahat ile ilişkilendirilen risklere karşı daha duyarlı olduklarını bulmuştur. Brugulat & Coromina (2021), kadın gezginlerin sosyokültürel, pratik ve mekânsal kısıtlamalarla başa çıkmak için stratejiler geliştirdiklerini belirtmiştir. Carballo ve arkadaşları (2022), kadınların risk algılarının erkeklere göre daha yüksek olduğunu ve seyahat niyetlerini olumsuz etkilediğini bulurken, Mirehie ve arkadaşları (2023), kadın akademik gezginlerin seyahat sırasında cinsel taciz ve fiziksel şiddet gibi riskler algıladıklarını vurgulamıştır. Muzammil ve arkadaşları (2023), Asyalı kadın gezginlerin risk algılarının sosyo-kültürel ortam ve güç dinamikleri tarafından şekillendiğini belirtirken, Kolte ve arkadaşları (2023), kadın güvenliği için tasarlanan bir Android uygulamasının önemini vurgulamıştır. Zhang ve arkadaşları (2024), kadınların seyahat sırasında yaşadıkları risklerin kültürel ve sosyal bağlarla şekillendiğini belirtmiş, Burdisso (2024), kadınların yalnız seyahat ederken güvenlik eksikliği yaşadığını ve bu durumun endişe ve riskleri artırdığını vurgulamıştır. Son olarak, Maiurro & Brandão (2024), Brezilyalı kadınların yalnız seyahat ederken cinsiyetle ilgili endişelerinin yaşla ilgili endişelerden daha fazla olduğunu belirtmiştir.

Tablo 3 incelendiğinde, turizm sektöründe kadın turist ve risk konusu makalelerin sayısında 2017 yılından sonra bir miktar artış görülmektedir. 2017 yılında kadın turist ve risk konulu çalışmalarda gözlenen artış, Heimtum & Abelsen (2014) ile Toh ve arkadaşları (2017) çalışmalarında belirtildiği üzere, cinsiyet temelli farklılıkların ve kadınların gerçek ya da öznel korku ve güvenlik endişelerinin artmasına bağlanabilir. Bu durum, kadınların seyahat deneyimlerini olumsuz yönde etkileyen risklerin artmasına neden olmuş ve dolayısıyla bu konunun akademik ve pratik açıdan daha fazla ilgi görmesine yol açmıştır.

3.2. Tezler

Çalışma konusuyla ilgili uluslararası düzeyde dört adet tez hazırlanmıştır. Bu tezlerden iki tanesi doktora tezi ve iki tanesi yüksek lisans tezidir. Konu üzerine yazılan ilk tez Tomaszewski'nin (2003) doktora tezi olduğu tespit edilmiştir. Daha sonra konu ile ilgili 2017 yılında yayınlanmış olan Ahokas'ın yüksek lisans tezi ve Yang'ın doktora tezidir. Tezlerin iki tanesinde nicel ve diğer ikisinde ise nitel yöntem kullanılmıştır.

Tablo 4. Kadın Turist ve Risk Konuları Üzerine Yazılan Tezler

Yazar/Yıl	Tez	Üniversite	Amaç	Yöntem	Sonuç
Tomaszewski (2003)	Peripheral travelers: how American solo women backpackers participate in two communities of practice	Texas A&M University	Amerikalı yalnız kadın sırt çantalı gezginlerin iki farklı toplulukta nasıl yer aldıklarını ve bu katılımlarının kimliklerini nasıl şekillendirdiğini incelemek	Hermeneutik analiz ve tematik analiz	Kadın gezginlerin yalnız seyahat etme deneyimlerinin, onları ruhen daha güçlü, daha özgüvenli ve daha bağımsız bireyler haline getirdiğini ortaya koymaktadır.

Ahokas (2017)	Safety of female travellers.	Haaga-Helia University of Applied Sciences	Yalnız seyahat eden Hintli kadınların Himalaya destinasyonlarına yönelik seyahat kısıtlamalarını analiz etmekte ve bu kısıtlamaların destinasyon tercihleri üzerindeki etkilerini incelemek	Anket ve yarı yapılandırılmış görüşme tekniği	Kadın gezginlerin güvenlik konusunda ciddi endişeler taşıdığını ve bu endişelerin seyahat planlamalarını önemli ölçüde etkilediğini göstermektedir. Katılımcılar, özellikle gece seyahatlerinde ve yabancı bölgelerde daha dikkatli olmaları gerektiğini belirtmişlerdir. Ayrıca, güvenli konaklama ve ulaşım seçeneklerinin tercih edildiği, tanıdık olmayan yerlerde yerel rehberlerin kullanıldığı tespit edilmiştir.
Yang (2017)	Risk-taking on Her Lonely Planet: Exploring the Risk Experiences of Asian Solo Female Travellers	Griffith University	35 Asyalı kadının tek başına seyahat etme deneyimleri incelenmiştir.	Katılımcılar, Asya'nın çeşitli ülkelerinden olup, seyahat forumları ve sosyal medya grupları aracılığıyla anket yöntemi	Kadınlar genellikle cinsiyet temelli riskler, özellikle taciz ve cinsel saldırı konusunda endişe duymuşlardır. Bulgular, Asyalı kadınların tek başına seyahat etmelerinde karşılaştıkları risklerin kültürel ve sosyal bağlamda nasıl anımlandırıldığını ve bu risklere karşı nasıl stratejiler geliştirdiklerini ortaya koymuştur. Çalışma, kadınların kendi sesleriyle sunmuş ve onların deneyimleri kendi kültürel terimleriyle yorumlanmıştır
Valaja (2018)	Solo Female Travellers' Risk Perceptions and Risk Reduction Strategies-As Expressed in Online Travel Blog Narratives	Lund University	Yalnız seyahat eden kadınların risk algılarını ve bu riskleri azaltma stratejilerini incelemek.	Netnografi yöntemi: Seyahat bloglarını inceleyerek kodlama ve niteliksel metin analizi	Tez, risk algılarının sosyokültürel bağlamda nasıl inşa edildiğini ve bu risklerin bireysel deneyimler ve toplumsal etkileşimlerle nasıl şekillendiğini ele almaktadır. Çalışmanın sonuçları, kadınların seyahat ederken karşılaştıkları risklerin toplumsal cinsiyet rolleri ve bireysel korkularla nasıl bağlantılı olduğunu göstermektedir.

Tablo 4, kadın turist ve risk konulu tez çalışmalarını detaylı bir şekilde incelemektedir. Tomaszewski (2003) doktora tezinde, Amerikalı yalnız kadın sırt çantalı gezginlerin iki farklı toplulukta nasıl yer aldıklarını ve bu katılımlarının kimliklerini nasıl şekillendirdiğini hermeneutik ve tematik analiz yöntemleriyle incelemiş ve kadın gezginlerin yalnız seyahat etme deneyimlerinin onları daha güçlü, özgüvenli ve bağımsız bireyler haline getirdiğini ortaya koymuştur. Ahokas (2017) yüksek lisans tezinde, yalnız seyahat eden Hintli kadınların Himalaya destinasyonlarına yönelik seyahat kısıtlamalarını ve bu kısıtlamaların destinasyon tercihleri üzerindeki etkilerini anket ve yarı yapılandırılmış görüşme teknikleriyle analiz etmiş ve kadın gezginlerin güvenlik endişelerinin seyahat planlamalarını önemli ölçüde etkilediğini, özellikle gece seyahatlerinde ve yabancı bölgelerde daha dikkatli olmaları gerektiğini belirtmiştir. Yang (2017) doktora tezinde, 35 Asyalı kadının tek başına seyahat etme deneyimlerini ototetnografik yaklaşımla incelemiş, kadınların genellikle cinsiyet temelli riskler, özellikle taciz ve cinsel saldırı konusunda endişe duyduklarını ve bu risklere karşı çeşitli stratejiler geliştirdiklerini, bu süreçlerin toplumsal cinsiyet kimliklerinin yeniden oluşumunda etkili olduğunu bulmuştur. Valaja (2018) yüksek lisans tezinde, yalnız seyahat eden kadınların risk algılarını ve bu riskleri azaltma stratejilerini netnografi yöntemiyle seyahat bloglarını inceleyerek analiz etmiş ve risk algılarının sosyokültürel bağlamda nasıl inşa edildiğini, bu risklerin bireysel deneyimler ve toplumsal etkileşimlerle nasıl şekillendiğini ortaya koymuştur. Tez çalışmaları, kadın turistlerin yalnız seyahat ederken karşılaştıkları risklerin cinsiyet temelli farklılıklar içerdiğini ve bu risklere karşı çeşitli stratejiler geliştirdiklerini göstermektedir. Bu çalışmalar, kadın turistlerin güvenlik endişelerini ve bu endişeleri azaltmak için aldıkları önlemleri anlamak açısından önemli bulgular sunmakta, bu alanda daha fazla çalışma yapılmasının gerekliliğini vurgulamaktadır. Son olarak uluslararası alanyazında bu alanla ilgili yapılan tezlerin sayısının oldukça düşük olduğu belirlenmiştir.

4. SONUÇLAR, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Turizm sektöründe yeni olan kadın konusunun etkin bir şekilde değerlendirilmesinin yapılması önemlidir. Özellikle kadın ve risk konularının titizlikle ve detaylı bir şekilde incelenmesi ve sektöre olumlu geri dönüşümlerin sağlanması açısından önem taşıdığı düşünülmektedir. Bu çalışma, kadın

turistlerin karşılaştığı riskler ve bu risklere yönelik stratejiler üzerine yapılan çalışmaların detaylı bir bibliyometrik analizini sunmaktadır. 1998 ile 2024 yılları arasında uluslararası düzeyde yayınlanmış toplam 36 çalışmanın incelendiği araştırma, bu konunun akademik alanyazında giderek daha fazla ilgi gördüğünü ortaya koymaktadır. Araştırmanın bulguları, kadın turistlerin seyahat ederken karşılaştıkları risklerin cinsiyet temelli farklılıklar içerdiğini ve bu risklere karşı çeşitli stratejiler geliştirdiklerini göstermektedir.

Çalışmada incelenen çalışmalardan elde edilen bulgular, kadın turistlerin en yaygın olarak cinsel taciz, hırsızlık, fiziksel saldırı ve diğer güvenlik endişeleriyle karşılaştıklarını göstermektedir. Bu riskler, kadınların seyahat deneyimlerini olumsuz etkileyerek seyahat planlarını ve destinasyon tercihlerini şekillendirmektedir. Kadın turistler, bu tür risklere karşı daha yüksek bir farkındalık düzeyine sahip olup, riskleri minimize etmek için çeşitli stratejiler geliştirmektedir. Güvenli konaklama ve ulaşım seçeneklerinin tercih edilmesi, yerel halkla olumlu ilişkiler kurma ve güvenli mekanların seçilmesi gibi önlemler, kadın turistlerin güvenliklerini artırmada önemli rol oynamaktadır.

Ayrıca teknoloji ve internetin, yalnız seyahat eden kadın turistlerin güvenliklerini artırmada önemli bir rol oynadığı belirlenmiştir. Akıllı telefonlar, güvenlik uygulamaları ve çevrimiçi platformlar, kadın turistlerin seyahatlerini daha güvenli hale getirmelerine yardımcı olmaktadır. Kadın dostu politikalar ve uygulamaların da kadın turistlerin seyahat deneyimlerini olumlu yönde etkilediği görülmektedir (Kolt ve ark., 2023). Sonuç olarak kadın turistlerin seyahat ederken karşılaştıkları riskler ve bu risklere karşı geliştirdikleri stratejiler, turizm alanyazınında önemli bir çalışma alanı olarak ortaya çıkmaktadır. Bu alandaki çalışmaların artması ile kadın turistlerin güvenliklerini sağlamak ve seyahat deneyimlerini iyileştirmek adına daha fazla strateji geliştirilmesine katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bu çalışma, kadın turistlerin karşılaştıkları riskleri ve bu risklere yönelik stratejileri daha iyi anlamak için önemli bir kaynak sunmakta ve bu alandaki alanyazın boşluğunu doldurmaktadır. Bu sonuçlar doğrultusunda kadın turistlerin seyahat ederken karşılaşılabilecekleri riskleri azaltabilmek ve seyahat deneyimlerini güvenli bir hale getirebilmek için birtakım öneriler geliştirilmiştir.

➤ **Kadın Dostu Politikalar:** Turizm destinasyonlarında kadın dostu politikaların uygulanması, kadın turistlerin güvenliklerini artırmak için önemlidir. Destinasyonların, kadın turistlere yönelik özel güvenlik önlemleri ve hizmetler sunması, kadınların seyahat ederken kendilerini daha güvende hissetmelerini sağlayacaktır. Gelecekteki çalışmalar, bu tür politikaların etkisini değerlendirmeli ve kadın dostu turizm politikalarının yaygınlaştırılmasına katkı sağlamalıdır.

➤ **Teknolojinin Rolü:** Teknoloji ve internet, yalnız seyahat eden kadın turistlerin güvenliklerini artırmada önemli bir rol oynamaktadır. Akıllı telefonlar, güvenlik uygulamaları ve çevrimiçi platformlar, kadın turistlerin seyahatlerini daha güvenli hale getirmelerine yardımcı olmaktadır.

➤ **Güvenlik Stratejilerinin Geliştirilmesi:** Kadın turistlerin karşılaştıkları riskleri azaltmak için geliştirdikleri stratejiler, gelecekteki çalışmalar için önemli bir referans olabilir. Güvenli konaklama ve ulaşım seçeneklerinin tercih edilmesi, yerel halkla olumlu ilişkiler kurma, güvenli ve bilinen mekanları tercih etme gibi stratejiler, kadın turistlerin güvenliklerini artırmada etkili olabilir. Bu stratejilerin daha geniş bir kesim tarafından benimsenmesi ve yaygınlaştırılması için turizm endüstrisi ve ilgili paydaşlar tarafından desteklenmelidir.

➤ **Eğitim ve Farkındalık:** Kadın turistlerin seyahat ederken karşılaştıkları riskler hakkında farkındalık oluşturmak ve bu risklere karşı nasıl önlemler alabilecekleri konusunda eğitim sağlamak önemlidir. Turizm endüstrisi, kadın turistlere yönelik güvenlik eğitimleri ve bilgilendirme kampanyaları düzenlemelidir. Bu eğitimler, kadın turistlerin seyahat ederken daha bilinçli ve hazırlıklı olmalarını sağlayacaktır.

Gelecekte yapılacak çalışmalar, yalnız seyahat eden kadın turistlerin risk algılarını ve bu riskleri azaltma stratejilerini daha derinlemesine incelemelidir. Özellikle farklı kültürle bağlamlarda kadın turistlerin güvenlik algıları ve davranışları üzerinde durulmalıdır. Türk kadınlarının yalnız seyahat

deneyimlerine yönelik spesifik çalışmalar yapılması, Türkiye'deki seyahat alışkanlıklarını ve güvenlik endişelerini anlamak açısından önemlidir. Bu çalışmalar, kadın turistlerin seyahat ederken karşılaştıkları riskleri ve bu risklere yönelik stratejileri daha iyi anlamak ve bu alanda daha fazla bilgi sağlamak için önemlidir.

Bu öneriler, kadın turistlerin seyahat ederken karşılaştıkları riskleri azaltmak ve seyahat deneyimlerini daha güvenli ve keyifli hale getirmek için alınabilecek spesifik adımları vurgulamaktadır. Gelecekte yapılacak çalışmalar, kadın turistlerin güvenliklerini artırmak ve seyahat deneyimlerini iyileştirmek için daha etkili stratejiler geliştirmeye odaklanmalıdır. Ayrıca, teknolojinin ve kadın dostu politikaların bu süreçteki rolü daha detaylı bir şekilde incelenmelidir. Bu sayede kadın turistlerin güvenli ve keyifli bir seyahat deneyimi yaşamaları sağlanabilir.

Destek Bilgisi: Çalışmanın hazırlanma sürecinde herhangi bir kişi, kurum veya kuruluştan aynı veya nakdi bir yardım/destek alınmamıştır.

Çıkar Çatışması: Yazarların ilgili çalışmalardan herhangi bir çıkar çatışması veya kazancı yoktur.

Yazar Katkı Oranı: Yazar listesinde yer alan yazarların veya araştırmacıların çalışmaya katkı düzeyleri eşit orandadır.

Etik Onayı: Çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara riayet edildiğini yazar(lar) veya araştırmacı(lar) beyan etmelidirler. Aksi bir durumun tespiti halinde **International Journal Of Tourism And Destination Studies** hiçbir sorumluluğu üstlenmemektedir ve sürece ilişkin hukuki sorumluluklar ve yaptırımlar çalışmanın yazarlarına aittir. Yazarlar tarafından çalışmanın tüm hazırlık süreçlerinde etik kurallara uyulmuştur.

Etik Kurul Onayı: Bu çalışmada kullanılmış olan verilerin toplanabilmesi için etik kurul iznine gerek duyulmamıştır.

5. KAYNAKÇA

- Ahokas, S. (2017).** Safety of Female Travellers. Bachelor's Thesis. Haaga-Helia University of Applied Sciences, Finland.
- Amir, A. F., Ismail, M. N. I. & See, T. P. (2015).** Sustainable Tourist Environment: Perception of International Women Travelers on Safety and Security in Kuala Lumpur. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 168, 123-133.
- Arıca, F. & Çorbacı, E. (2019).** Türkiye'de Turizm Eğitimi Alanında Yayımlanmış Tezlerin Bibliyometrik Analizi. *Pamukkale Journal of Sport Sciences*, 10(2), 265-279.
- Aslantürk, E. & Unur, K. (2019).** Yalnız Seyahat Eden Kadınların Seyahat Deneyimleri. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 16(3), 493-514.
- Bao, J. (2002).** A Bibliometric Analysis of Published Tourism Theses in China. *Journal of China Tourism Research*, 2(1), 65-80.
- Basala, S. L. & Klenosky, D. B. (2001).** Travel-Style Preferences for Visiting A Novel Destination: A Conjoint Investigation Across the Novelty-Familiarity Continuum. *Journal of Travel Research*, 40(2), 172-182.
- Bauer, I. L. (2021).** Healthy, Safe and Responsible: The Modern Female Traveller. *Tropical Diseases, Travel Medicine and Vaccines*, 7(1), 14.
- Beeton, S. (2017).** Fear and Loathing: Women Travelers and Safety in India. In *Women and Travel* (267-280). Apple Academic Press.
- Bianchi, C. (2016).** Solo Holiday Travellers: Motivators and Drivers of Satisfaction and Dissatisfaction. *International Journal of Tourism Research*, 18(2), 197-208.
- Bond, M. (1997).** Women Travelers: A New Growth Market. *Pata Occasional Paper No.20*. Ingapore: Pacific Asia Travel Association, 21(10), 1187-206.

- Broadus, R. N. (1987).** Toward a Definition of Bibliometrics. *Scientometrics*, 12(5-6), 373-379.
- Brown, L., de Coteau, D. & Lavrushkina, N. (2020).** Taking A Walk: The Female Tourist Experience. *Tourist Studies*, 20(3), 354-370.
- Brugulat, M. & Coromina, L. (2021).** Constraints of Solo Female Backpackers in Southeast Asia. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 26(6), 640-653.
- Brunt, P., Mawby, R. & Hambly, Z. (2000).** Tourist Victimization and the Fear of Crime on Holiday. *Tourism Management*, 21, 417-424.
- Burdisso, I. (2024).** Mapping the Geography of Womens Fear: Exploring Risks, Safety, and Empowerment in Solo Travel Experiences. Mid Sweden University, Sweden.
- Cai, L. A. & Combrink, T. E. (2000).** Japanese Female Travelers: A Unique Outbound Market. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 5(1), 16-24.
- Carballo, R. R., León, C. J. & Carballo, M. M. (2022).** Gender As Moderator of the Influence of Tourists' Risk Perception on Destination Image and Visit Intentions. *Tourism Review*, 77(3), 913-924.
- Cheng, C., Li, X., Petrick, J. F. & O'Leary, J. T. (2011).** An Examination of Tourism Journal Development. *Tourism Management*, 32, 53-61.
- Cockburn-Wootten, C., Friend, L. & McIntosh, A. (2006).** A Discourse Analysis of Representational Spaces: Writings of Women Independent Traveler. *Tourism*, 54(1), 7-16.
- Diodato, V. P. (1994).** Dictionary of Bibliometrics. USA: The Hawthorne Press.
- Doran, A. (2016).** Empowerment and Women in Adventure Tourism: A Negotiated Journey. *Journal of Sport&Tourism*, 20(1), 57-80.
- Durko, A. M. & Stone, M. J. (2017).** Travel as Empowerment: The Case for Women's Solo Travel. *Journal of Leisure Research*, 49(5), 1-15.
- Elsrud, T. (2001)** Risk Creation in Traveling-Backpacker Adventure Narration. *Annals of Tourism Research*, 28(3), 597-617.
- Ernszt, I. & Marton, Z. (2021).** Alone or Not Alone? The Attitudes of Hungarians Towards Solo Travel. *Entrenova-Enterprise Research Innovation*, 7(1), 410-418.
- Green, E. & Singleton, C. (2006).** Risky Bodies at Leisure: Young Women Negotiating Space and Place. *Sociology*, 40(5), 853-871.
- Green, E. (1998).** Women Doing Friendship: An Analysis of Women's Leisure as A Site of Identity Construction Empowerment and Resistance. *Leisure Studies*, 17(3), 171-185.
- Gupta, S. (2015).** Fear of Victimization and Safety Needs: Analysis of Travel Patterns of Solo Women Traveler in India. *International Journal of Research Pedagogy and Technology in Education and Movement Sciences*, 4(3), 63-73.
- Hall, C. M. (2011).** Publish and Perish? Bibliometric Analysis. *Journal Ranking and the Assessment of Research Quality in Tourism*. *Tourism Management*, 32(1), 16-27.
- Huang, S. & Hsu, C. H. C. (2008).** A Study of the Evolution of the Tourism Knowledge Domain: A Bibliometric Analysis. *Tourism Management*, 29(1), 25-41.
- Hussain, A., Khurshid, A., Fatima, N. & Afzal, M. T. (2011).** Bibliometric Analysis of Scientific Publications in Pharmacology and Pharmacy Journals by Indian Pharmacy Professionals: A Research Report. *Library Philosophy and Practice*, 1-11.
- Jogarathnam, G. McCleary, K. W, Mena, M. M. & EunYoo, J. J. (2005).** An Analysis of Hospitality and Tourism Research: Institutional Contributions. *Journal of Hospitality&Tourism Research*, 29(3), 356-371.

- Jordan, F. & Aitchison, C. (2008).** Tourism and the Sexualisation of the Gaze: Solo Female Tourists' Experiences of Gendered Power, Surveillance and Embodiment. *Leisure Studies*, 27(3), 329-349.
- Jordan, F. & Gibson, H. (2005).** We're Not Stupid ... But We'll Not Stay Home Either: Experiences of Solo Women Travellers. *Tourism Review International*, 9(2), 195-211.
- Kaba, B. & Emekli, G. (2018).** Turizmde Yükselen Bir Eğilim: Yalnız Seyahat Eden Kadın Gezginler (Türkiye Örneği). *Ege Coğrafya Dergisi*, 27(2), 111-126.
- Karagöz, D., Işık, C., Dogru, T. & Zhang, L. (2021).** Solo Female Travel Risks, Anxiety and Travel Intentions: Examining the Moderating Role of Online Psychological-Social Support. *Current Issues in Tourism*, 24(11), 1595-1612.
- Karagöz, Y. & Mesci, M. (2024).** Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği. Ankara: Akademisyen Kitabevi.
- Khan, M. J., Chelliah, S. & Ahmed, S. (2017).** Factors Influencing Destination Image and Visit Intention Among Young Women Travellers: Role of Travel Motivation, Perceived Risks, and Travel Constraints. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 22(11), 1139-1155.
- Khoo-Lattimore, C. & Prayag, G. (2015).** The Girlfriend Getaway Market: Segmenting Accommodation and Service Preferences. *International Journal of Hospitality Management*, 45, 99-108.
- Kolte, R., Tadse, P., Nikhare, P., Randive, V., Raut, S. & Narakhede, G. (2023).** An Android App for Empowering Women's Safety and Security. *International Research Journal of Modernization in Engineering Technology and Science*, 5(4), 4508-4513.
- Köseoğlu, M. A., Sehitöglu, Y. & Parnell, J. A. (2015).** A Bibliometric Analysis of Scholarly Work in Leading Tourism and Hospitality Journals: The Case of Turkey. *Anatolia*, 26(3), 359-371.
- Kour, P. & Gupta, S. (2019).** Analysis of Travel Risk Perception and Travel Intentions Among Solo Female Travellers Towards Kashmir As A Destination. *Clear International Journal of Research in Commerce&Management*, 10(3), 14-16.
- Kozak, M. A. (2012).** Genel Turizm Bilgisi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Kozak, N. (1994).** Anatolia Dergisi'nde Yayımlanan Yazılar Üzerine Bir İnceleme. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(3), 22-33.
- Little, J. K., Kinnaird, V. & Hall, D. (1996).** Tourism: A Gender Analysis. *Economic Geography*, 72(1), 103.
- Maiurro, M. & Brandão, F. (2024).** Motivations, Needs, and Perceived Risks of Middle-Aged and Senior Solo Travelling Women: A Study of Brazilian Female Travellers. *Journal of Population Ageing*, 1-20.
- Malik, G. (2018).** Constraints in Solo or All Female Travel in India. *Journal of Management Research and Analysis*, 5(2), 29-32.
- Mapjabil, J., Andin, C., Salleh, N. M., Mz, R., Marzuki, M., Yusoh, M. P. & Kanyo, N. I. (2021).** Awareness of Female Tourists on Aspects of Safety and Security Threats. *International Journal of Accounting*, 6(36), 19-31.
- McKercher, B. (2006).** A Bibliometric Analysis of Tourism Scholars. *Tourism Management*, 27(5), 1235-1252.
- McNamara, K. E. & Prideaux, B. (2010).** A Typology of Solo Independent Women Travellers. *International Journal of Tourism Research*, 12(3), 253-264.
- Mirehie, M., Liu-Lastres, B., Cecil, A. & Jain, N. (2023).** Business Travel, Risk, and Safety of

Female University Faculty and Staff. *Annals of Leisure Research*, 26(3), 414-432.

- Mitchell, V. W. & Vassos, V. (1998).** Perceived Risk and Risk Reduction in Holiday Purchases: A Cross-Cultural and Gender Analysis. *Journal of Euromarketing*, 6(3), 47-79.
- Muzammil, A., Safrika, A., Siregar, M. R. & Kesuma, T. M. (2023).** The Role of Gender on the Effects of Product Quality Attributes and eWOM on Tourist Visit Decision and Revisit Intention: Agro-Tourism in Aceh. *International Journal of Progressive Sciences and Technologies*, 38(1), 465-480.
- Myers, L. M. (2010).** Women's Independent Travel Experiences in New Zealand. Unpublished Phd Thesis. University of Sunderland, Sunderland.
- Myers, P. B. & Moncrief, L. W. (1978).** Differential Leisure Travel Decision-Making Between Spouses. *Annals of Tourism Research*, 5(1), 157-165.
- Ngwira, C., Tse, S. & Vongvisitsin, T. (2020).** Negotiation Strategies and Constraints for Solo Female Travelers in Africa. *Tourism Culture&Communication*, 20(1), 35-47.
- Palmer, A. L., Sese, A. & Montano, J.J. (2005).** Tourism and Statistics: Bibliometric Study 1998-2002. *Annals of Tourism Research*, 32(1), 167-178.
- Pennington- Gray, L. A. & Kerstetter, D. L. (2001).** What Do University-Educated Women Want from Their Pleasure Travel Experiences? *Journal of Travel Research*, 40(1), 49-56.
- Pritchard, A. & Morgan, N. J. (2000).** Constructing Tourism Landscapes-Gender, Sexuality and Space. *Tourism Geographies*, 2(2), 115-139.
- Pritchard, A. (1969).** Statistical Bibliography or Bibliometrics? *Journal of Documentation*, 25(4), 348-349.
- Reisinger, Y. & Crofts, J. C. (2009).** The Influence of Gender on Travel Risk Perceptions, Safety, and Travel Intentions. *Tourism Analysis*, 14(6), 793-807.
- Ryan, C. (2005).** The Ranking and Rating of Academics and Journals in Tourism Research. *Tourism Management*, 26, 657-662.
- Salampasis, M. & Drossos, D. (2010).** Bibliometrics as A Research Field: A Course on Theory and Application of Bibliometric Indicators. *Education for Information*, 28(2-4), 175-188.
- Sánchez, A. D., Del Río, M. D. L. C. & García, J. Á. (2017).** Bibliometric Analysis of Publications on Wine Tourism in the Databases Scopus and Wos. *European Research on Management and Business Economics*, 23(1), 8-15.
- Schiffman, L. G. & Kanuk, L. L. (1991).** *Consumer Behavior*. (4. Edition). New York: Prentice-Hall.
- Schwab, K. (2019).** Seriously, Shit Has to Change. Spatial Constraint Negotiation among Solo Female Travelers. *Travel and Tourism Research Association: Advancing Tourism Research Globally*, 96-104.
- Singh, N. Hu, C. & Roehl, W.S. (2007).** Text Mining A Decade of Progress in Hospitality, Human Resource Management Research: Identifying Emerging Thematic Development. *International Journal of Hospitality Management*, 26, 131-147.
- Small, J., Harris, C. & Wilson, E. (2008).** A Critical Discourse Analysis of In-Flight Magazine Advertisements: The 'Social Sorting' of Airline Travellers? *Journal of Tourism and Cultural Change*, 6(1), 17-38.
- Temizkan, R., Eren, M. İ. & Dülger, L. C. (2015).** İktisat Literatüründe Bibliyometrik Çalışmalar: Bibliyometri. *Bilimsel Dergi Sıralaması ve Türkiye Ekonomi Politikaları. Ekonomik Yaklaşım*, 26(96), 95-127.

- Thomas, M. (2005).** What Happens in Tenerife Stays in Tenerife: Understanding Women's Sexual Behaviour on Holiday. *Culture, Health&Sexuality*, 7(6), 571-584.
- Thomas, R. (2005).** Gender, Travel and Tourism. (Edt.: Higham, J.). In: *Critical Issues in Ecotourism: Understanding A Complex Tourism Phenomenon*. pp.53-74. UK: Elsevier.
- Thomas, T. K. & Mura, P. (2019).** The 'Normality of Unsafety'-Foreign Solo Female Travellers in India. *Tourism Recreation Research*, 44(1), 33-40.
- Toh, J., Awang, K. & Bojei, J. (2017).** Generation Y Malaysian Women's Perception Towards Solo Travel. *Asia-Pacific Journal of Innovation in Hospitality and Tourism*, 6(2), 45-54.
- Tomaszewski, L. E. (2003).** Peripheral Travelers: How American Solo Women Backpackers Participate in Two Communities of Practice. Unpublished PhD Thesis. Texas A&M University, College Station.
- Valaja, E. (2018).** Solo Female Travellers Risk Perceptions and Risk Reduction Strategies-As Expressed in Online Travel Blog Narratives. Unpublished Master Thesis. Lund Univesity, Sweden.
- Wantono, A. & McKercher, B. (2020).** Backpacking and Risk Perception: The Case of Solo Asian Women. *Tourism Recreation Research*, 45(1), 19-29.
- Wei, L. (2008).** Gender and Power Relations: Experiences of Chinese Women Traveling Abroad. *Tourism and Hospitality Planning&Development*, 5(2), 141-152.
- Wilson, E. & Harris, C. (2006).** Meaningful Travel: Women. Independent Travel and the Search for Self and Meaning. *Turizam: Međunarodni Znanstveno-Stručni Časopis*, 54(2), 161-172.
- Wilson, E. & Little, D. E. (2005).** A 'Relative Escape'? The Impact of Constraints on Women Who Travel Solo. *Tourism Review International*, 9(2), 155-175.
- Wilson, E. & Little, D. E. (2008).** The Solo Female Travel Experience: Exploring the 'Geography of Women's Fear'. *Current Issues in Tourism*, 11(2), 167-186.
- Wilson, E. (2004).** A 'Journey of Her Own'? The Impact of Constraints on Women's Solo Travel. Unpublished PhD Thesis. Griffith University, Australia.
- Yang, E. & Nair, V. (2014).** Tourism at Risk: A Review of Risk and Perceived Risk in Tourism. *Asia-Pacific Journal of Innovation in Hospitality and Tourism*, 3(2), 239-259.
- Yang, E. C. L. (2016).** Risk Perception of Asian Solo Female Travelers: An Autoethnographic Approach. *Women and Travel: Trends, Journeys and Experiences*. UK: Channel View.
- Yang, E. C. L. (2017).** Risk-Taking on Her Lonely Planet: Exploring the Risk Experiences of Asian Solo Female Travellers. Unpublished Phd Thesis. Griffith University, Australia.
- Yang, E. C. L., Khoo-Lattimore, C. & Arcodia, C. (2016).** A Narrative Review of Asian Female Travellers: Looking into the Future Through the Past. *Current Issues in Tourism*, 1-20.
- Yang, E. C. L., Khoo-Lattimore, C. & Arcodia, C. (2017).** A Systematic Literature Review of Risk and Gender Research in Tourism. *Tourism Management*, 58, 89-100.
- Yin, X. (2005).** New Trends of Leisure Consumption in China. *Journal of Family and Economic Issues*, 26(1), 175-182.
- Zhang, J., Lai, I. K. W. & Wong, J. W. C. (2024).** Female Travellers in Hospitality and Tourism Industry: A Systematic Literature Review. *Heliyon*.

6. EXTENDED ABSTRACT

The segmentation of the tourism market by gender is a relatively recent development, with woman tourists emerging as a significant consumer segment. As women become more active in travel participation and consumption, they are increasingly recognized as a growing force in the tourism

industry. This shift has paralleled the increase in woman participation in tourism activities and their growing independence in travel decisions. The increasing presence of woman tourists has changed both the dynamics of the tourism sector and the nature of travel experiences. Woman tourists travel preferences and behaviors are shaped by various socio-cultural and economic factors. For instance, the pursuit of freedom, the desire for self-discovery, and motivations for personal development are significant elements influencing woman travel decisions.

However, the risks faced by woman tourists and the strategies they develop to mitigate these risks have not been sufficiently explored in the literature. Safety concerns and risk perceptions are critical factors that directly influence woman tourists travel plans and destination choices. Safety concerns significantly shape woman tourists travel experiences. Common risks include sexual harassment, theft, physical assault, and other security issues. These risks profoundly impact woman tourists travel decisions and behaviors, determining their travel plans and destination choices. In this context, examining the risks encountered by woman tourists and the strategies developed to address these risks is of great importance both for academic literature and tourism industry practices. Woman tourists risk perceptions and safety strategies are influenced by cultural, social, and individual factors. Cultural context significantly affects the nature of risks encountered by women and the strategies they develop to mitigate these risks. Social context is also a crucial factor shaping woman travel experiences and risk perceptions. At the individual level, personal safety strategies and risk perceptions directly impact travel experiences.

The aim of this study is to conduct a bibliometric analysis of the literature addressing the risks encountered by woman tourists and the strategies developed to mitigate these risks. Bibliometric analysis is a method used to understand the scope, trends, and developments in scientific literature within a specific field. This study seeks to provide an overall profile of the literature on woman tourists and risks, offering valuable insights for future research. Additionally, it aims to enrich the literature in this area by improving the understanding of the risks faced by woman tourists and the strategies developed to address these risks.

The study analyzed a total of 36 publications, including 32 articles and 4 theses, published internationally between 1998 and 2024. The research utilized a bibliometric approach to identify and examine patterns and trends within the literature. Key parameters such as publication year, authorship, research methods, and findings were systematically reviewed and categorized. A significant increase in studies focusing on women and risk has been observed since 2017. The findings indicate that safety concerns and risk perceptions significantly influence woman tourists travel plans and destination choices.

Common risks identified include sexual harassment, theft, physical assault, and other safety-related issues. Woman tourists exhibit a heightened awareness of these risks and employ various strategies to mitigate them, such as selecting safe accommodations and transportation, fostering positive relationships with locals, and choosing secure environments. The analysis highlights the critical role of technology and the internet in enhancing the safety of solo woman travelers. Smartphones, security applications, and online platforms are essential tools that help woman tourists navigate their journeys more safely. Furthermore, the implementation of women-friendly policies and practices significantly improves their travel experiences. The study underscores the importance of understanding the cultural contexts that shape woman tourists' safety perceptions and behaviors.

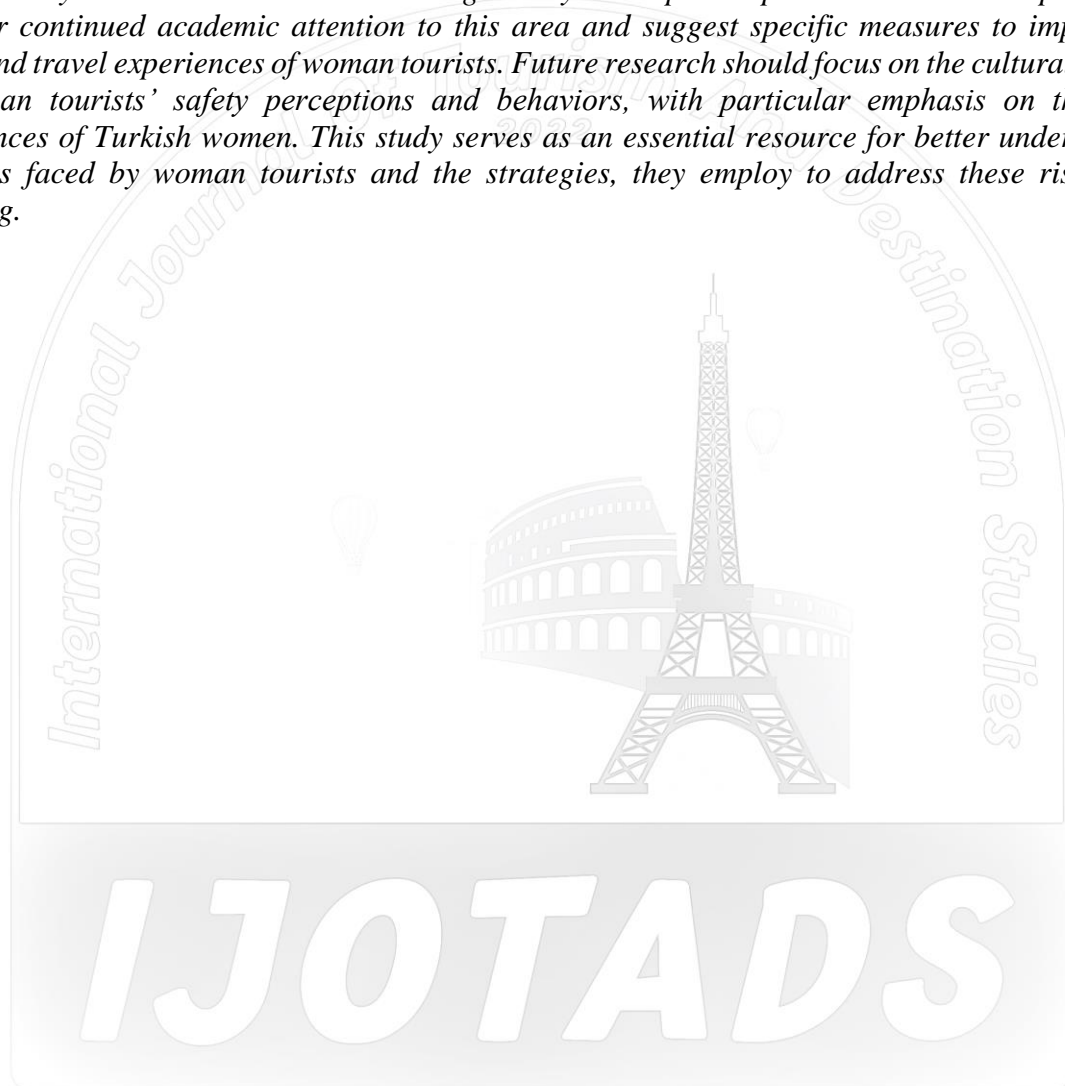
The bibliometric analysis revealed that studies on women and risk significantly increased from 2017 onwards. This trend indicates a growing academic interest in understanding the unique challenges faced by woman travelers. The examined literature shows that safety concerns are paramount in shaping travel plans and destination choices. The risks encountered by woman tourists, such as sexual harassment, theft, and physical assault, are major deterrents that influence their travel behavior.

Woman tourists develop various strategies to manage these risks, including choosing safe accommodation, avoiding risky areas, and utilizing technology for safety. The role of smartphones

and safety applications is particularly emphasized, as these tools provide real-time assistance and enhance personal safety. Additionally, online platforms and social media groups offer support and information, enabling women to make informed decisions about their travel plans.

The study also highlights the importance of women-friendly policies and practices in tourism destinations. Destinations that prioritize the safety and comfort of woman tourists tend to attract more visitors from this demographic. Implementing measures such as increased security, woman-only accommodations, and clear information on safety can significantly enhance the travel experience for women.

This study contributes to the enrichment of tourism literature by offering a broad perspective on the risks faced by woman tourists and the strategies they develop in response. The results emphasize the need for continued academic attention to this area and suggest specific measures to improve the safety and travel experiences of woman tourists. Future research should focus on the cultural contexts of woman tourists' safety perceptions and behaviors, with particular emphasis on the travel experiences of Turkish women. This study serves as an essential resource for better understanding the risks faced by woman tourists and the strategies, they employ to address these risks while traveling.



Journal	: <i>International Journal Of Tourism And Destination Studies</i>
ISSN	: 2822-6089
Article ID	: 77502
Article Type	: <i>Research Article-Araştırma Makalesi</i>
Corresponding Author	: <i>Yılmaz AKGÜNDÜZ</i>
Year	: 2024
Volume	: III
Issue	: II
Page	: 156-167
Arrival Date	: 19.07.2024
Revision Date	: 09.08.2024
Acceptance Date	: 15.08.2024
Published Date	: 30.09.2024
How to Cite This Article	: <i>Akgündüz, Y., Koba, Y. & Alkan, C. (2024). Gastronomy Tourism Potential and Its Development Level of İzmir from the Perspective of Domestic Tourists. International Journal Of Tourism And Destination Studies (IJOTADS), 3(2), 156-167. DOI: 10.5281/zenodo.13305162</i>

IJOTADS is Licensed Under A Creative Commons Attribution- Non-Commercial 4.0 International License.

GASTRONOMY TOURISM POTENTIAL AND ITS DEVELOPMENT LEVEL OF İZMİR FROM THE PERSPECTIVE OF DOMESTIC TOURISTS

İZMİR İLİNİN GASTRONOMİ TURİZMİ GELİŞMİŞLİK DÜZEYİNİN VE POTANSİYELİNİN İNCELENMESİ

Yılmaz AKGÜNDÜZ

Professor Doctor, Dokuz Eylül University, School of Applied Sciences,
yilmaz.akgunduz@deu.edu.tr, İzmir/TÜRKİYE. ORCID ID: 0000-0001-8887-9280

Yeşim Koba

Associate Professor Doctor, Dokuz Eylül University, School of Applied Sciences,
yesim.koba@deu.edu.tr, İzmir/TÜRKİYE. ORCID ID: 0000-0002-5943-954X

Ceylan ALKAN

Associate Professor Doctor, Dokuz Eylül University, School of Applied Sciences,
ceylan.alkan@deu.edu.tr, İzmir/TÜRKİYE, ORCID ID: 0000-0002-8815-7939

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the level of development and potential of gastronomy tourism in İzmir from the perspective of domestic tourists. In addition, the study aims to determine the dimensions of İzmir's gastronomy tourism potential and to examine the importance levels of these dimensions. For this purpose, data was collected from 1660 domestic tourists through a questionnaire. Data was collected by convenience sampling method from the Çeşme, Selçuk and Konak of İzmir districts, which are visited by the most tourists in İzmir, purposeful sampling. The construct validity of the scales was tested with exploratory factor analysis, and their reliability was explained based on Cronbach values. In the study, the data were explained according to determined factor structures and item means. According to findings of this study, domestic tourists emphasise the promotion of İzmir's gastronomic products, the qualifications of the personnel and the quantity of restaurants, product prices and competitiveness, gastronomic supply opportunities, gastronomy experts, and dimensions related to presentation and infrastructure. According to domestic tourists, the number of accommodation facilities and restaurants in İzmir and the uniqueness of the presentation styles (aesthetics, packaging, etc.) of gastronomic local products are of a sufficient level. However, the coverage of İzmir's local gastronomic products in international media and the translation of touristic gastronomy brochures and websites into foreign languages are insufficient. There is no research in the literature that determines the gastronomy tourism potential of İzmir according to the opinions of domestic tourists. Thus, this research makes contribution to the gastronomy literature by setting an

example, and provides recommendations to public administrators and tourism business managers.

Keywords: Gastronomy Tourism, Domestic Tourist, Development Potential, İzmir.

Jel Codes: L80, O18, Z32.

ÖZET

Bu araştırmanın amacı yerli turistler bakış açısından İzmir'in gastronomi turizmi gelişme düzeyinin ve potansiyelini belirlemektir. Ayrıca çalışmada gastronomi turizmi potansiyeline ilişkin boyutları belirlemek ve bu boyutların önem düzeylerini incelemek amaçlanmaktadır. Bu kapsamda 1660 yerli turistten anket formu aracılığıyla veri toplanmıştır. Veriler amaçlı örnekleme yapılarak İzmir'de en fazla turist ziyaret ettiği Çeşme, Selçuk ve Konak ilçelerinden kolaydan örnekleme yöntemi ile veriler toplanmıştır. Ölçeklerin yapı geçerlilikleri keşfedici faktör analizi ile test edilmiş olup, güvenilirlikleri Cronbach değerlerine bağlı olarak açıklanmıştır. Araştırmada veriler belirlenen faktör yapılarına ve madde ortalamalarına göre yorumlanmıştır. Araştırmanın bulgularına göre yerli turistler İzmir'in gastronomik ürünlerinin tanıtımına, personelin niteliğine ve restoranların niceliğine, ürün fiyatı ve rekabet edebilirlik durumuna, gastronomik arz imkanlarına, gastronomi uzmanlarına, sunum ve alt yapı boyutlarına vurgu yapmaktadırlar. Yerli turistlere göre İzmir'deki konaklama tesislerinin ve restoranlarının sayısı, gastronomik yerel ürünlerin sunum tarzlarının (estetik, paketlenme vb.) özgünlüğü yeterli düzeydedir. Ancak İzmir'in yerel gastronomik ürünlerinin uluslararası medyada yer alması, turistik gastronomi broşürlerinin ve internet sitelerinin yabancı dile çevrilmesi ise yetersiz düzeydedir. İzmir'in gastronomi turizm potansiyelini yerli turistlerin görüşlerine göre belirleyen alanyazında bir araştırma bulunmamaktadır. Bu araştırma ile gastronomi alanyazına örnek oluşturarak bir katkı sağlanmakta, kamu yöneticilerine ve turizm işletmesi yöneticilerine öneriler getirilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi Turizmi, Yerli Turist, Gelişme Potansiyeli, İzmir.

Jel Kodu: L80, O18, Z32.

1. INTRODUCTION

Until recently, food as a tourist attraction was considered as a secondary factor; however, in recent years gastronomy tourism and culinary travelling have emerged as the primary activity. The culinary culture of touristic centres of attraction constitutes a tangible part of this industry. Many touristic destinations have started to focus on their food and cuisine in the promotion of their regions and have started to use their culinary culture as an important element and attractive factor in their promotion (Kivela & Crotts, 2009). Gastronomy emphasises that food is a fundamental component of each culture. In fact, when people visit a location/destination, they may have the opportunity to experience the cuisine of that region as different from their usual culinary experiences. Hence, gastronomy tourists are people who are willing to travel to other places to taste and experience the local and authentic cuisine of the destination (Pullphothong & Sopha, 2013; Fayziyeva & Ruziev, 2022). Research on the profile of the gastronomy tourist shows that such tourists are individuals with a great interest in food and culture. Furthermore, it is also argued that these persons have above-average income earners, are educated, are interested in gaining experiences, value local cuisine and, thus, have an economic impact on the destination community, are more demanding and hold higher expectations (Nistor & Dezsi, 2022). Understanding how tourists make decisions to purchase and/or consume food products enables intervention in decision-making processes, while appropriate interventions are a means to persuade tourists to consume food products and services (Hall & Mitchell, 2001). Considering that food is among the key elements of cultures and intangible cultural heritage, it is clear that supporting local foods and handicrafts will provide support marketing destinations as a branding element (Diaconescu et al., 2016).

Located in the Aegean Region of Türkiye, İzmir has 30 districts with various beauties and values that attract tourists to the region. Having such values, İzmir hosts millions of local and foreign tourists annually. Specific examples can be stated as Ephesus and the Bergama archaeological sites with their historical and sacred values, the beaches of Çeşme, Seferihisar, Foça, Dikili with their beaches and Selçuk are centres of attraction in their own right. In addition, tourism related businesses operating in İzmir can also be considered as an attraction factor for İzmir.

In 2022, the number of foreign visitors to İzmir was 1,465,006 (Ministry of Culture and Tourism, 2022); although it is not possible to provide exact information on the number of domestic tourists, it can be stated that it is approximately twice the number of foreign visitors. In the first seven months

of 2023, 732,181 foreign visitors came to İzmir, compared to 732,099 in 2022, which coincides with the post-Covid-19 period. This research aims to reveal the level of development and potential of gastronomy tourism (which is assumed to be neglected) in İzmir, which has a significant competitive power in a variety of tourism markets such as health tourism, faith tourism, business tourism, “3S” (sea, sand, sun), cultural tourism and congress tourism.

This research is expected to contribute to the literature and practices by determining the development level and potential of gastronomy tourism in İzmir. As a first contribution, this research is based on Stakeholder Theory and analyses the gastronomy tourism values and competitiveness of İzmir from the perspective of domestic tourists. The main past studies in this field have been conducted with gastronomy experts (Erdoğan & Özdemir, 2018), tourist guides (Altıntaş & Hazarhun, 2020), locals (Ağlamaz & Öncüler Çivici, 2018), local stakeholders (Dağ & Keskin, 2021) and businesses (Karlı & Candemir, 2023). There is also a concept research study conducted by Çakmak (2022). There is no research in the literature that aims to determine the gastronomy tourism potential of a province by focusing on domestic tourists. This research will fill this gap in the literature and will establish an example for future studies. Secondly, one of the most important challenges of Turkish tourism is that tourism is seasonal and low revenue is gained in proportion to the number of tourists. The aim of this research is provided recommendations to businesses and public administration concerning the areas which require improvement and areas that need to be developed within the scope of gastronomy tourism in order to ensure that the tourism season in İzmir is spread over 12 months and tourism related revenue increases. In this context, a quantitative research was conducted and the research questions expected to be answered at the end of the research are as follows:

RQ1: What is the İzmir’s gastronomy tourism potential?

RQ2: What factors do domestic tourists examine İzmir’s gastronomy tourism potential?

1.1. Related Literature

The first use of the term gastronomy is found in France in the title of a poem written by Berchoux in 1804 (Santich, 1996). It is a term established with the combination of the words “gastros” meaning stomach and “nomos” meaning rule in ancient Greek (Scarpato, 2002; Santich, 2004). Food and beverage are one of the basic physiological needs for human beings to sustain their vitality. Gastronomy tourism covers all food and beverage-related activities of visitors to a destination (UNWTO, 2024). Gastronomy tourism, also known as culinary tourism or food tourism, is a type of tourism that focuses on exploring and experiencing the culinary traditions, local cuisine, food and beverage culture and culinary heritage of a particular region or destination. Gastronomy tourism should be about the taste of local food and beverages and people’s experiences (Karim & Chi, 2010). Wolf (2002) similarly defines gastronomy tourism as trips/travels to discover the food and beverages of a destination and to have memorable gastronomic experiences. In particular, it involves travelling to different destinations to enjoy local food and beverages, dining experiences, cooking classes, culinary festivals and other gastronomic events (Hall & Mitchell, 2001). Gastronomy tourism has gained popularity in recent years as travellers increasingly seek authentic and unique food-related experiences. It allows tourists to discover the flavours, ingredients, cooking techniques and cultural significance of local food and beverages. It also offers visitors the opportunity to discover the rich culinary history, traditions and diversity of the destination. In general, gastronomy tourism offers a multi-sensory experience combining travel, exploration and culinary pleasures, allowing tourists to immerse themselves in the ‘culinary fabric’ of a destination.

Activities in gastronomy tourism include visiting local markets, food and wine tasting tours, farm visits, cooking classes with local chefs, dining in famous restaurants, attending food festivals and events, and exploring culinary museums and exhibitions (Hall & Mitchell, 2001). It offers tourists the chance not only to taste and savour the local cuisine, but also to gain an understanding of the cultural, social and historical aspects associated with it.

Gastronomy tourism promotes sustainable tourism practices by supporting local farmers, producers

and artisans. It also contributes to the economic development of local communities, as well as the preservation of culinary traditions and heritage (Tikkanen, 2007; Kuhn et al., 2024). Gastronomy tourism is one of the most important factors determining the attractiveness of a destination (Aydoğdu et al., 2016). Gastronomy tourism is an important factor in promotion of a destination, tourists' choice of destination and intention to revisit, and ensures competitiveness (Kivela & Crofts, 2009).

The cultural diversity and authentic nature of Turkish cuisine is considered as an important advantage to qualitatively develop gastronomy tourism. Anatolia, which is defined as the cradle of civilisations and home to many different cultures, has shaped the culture and diversity of Turkish cuisine (Sarioğlan, 2015). The different climates and vegetation in Türkiye have led to regional and flavour diversity, which is reflected in the authenticity of its cuisine (Şahin, 2015). One of the important regions that attracts attention by tourists is the Aegean Region. The cultural and historical values, coastal cities and clean beaches of the Aegean Region make it an important centre of attraction for tourists. In İzmir, which is one of the regions important attraction centres, different studies are carried out each year with an aim to increase its share in both the national and international tourism market. In line with the Development Plans and Strategic Plans of Türkiye, gastronomy tourism has become of interest for İzmir in recent years, in addition to sea-sand-sun tourism.

İzmir's gastronomy values (Altıntaş & Hazarhun, 2020) are olive oil and herbs, street foods, soups, meat dishes, fish and seafood products, migrant and Sephardi cuisine, Kemeraltı artisan restaurants, desserts, syrups, beverages, museums and festivals. İzmir cuisine carries the influences of migrant cuisine, Levantine cuisine, Cretan and Greek cuisine, Sephardic cuisine and Anatolian cuisine. Food and beverages belonging to all these culinary influences are present in İzmir cuisine. However, important culinary delicacies include street foods such as Turkish bagels ("gevrek"), "boyoz", "kumru" sandwiches, charcoal grilled seasoned mutton intestines ("kokoreç"), "lokma", "şambali", melon seed syrup, stuffed mussels and iced almonds. In the peninsula villages, bread, "katmer", pastries, local herb dishes, appetisers, local home-cooked dishes with olive oil, and fish dishes with herbs such as sea bass with artichoke and sea bass with thistle "şevketi bostan" are among the gastronomic delicacies of İzmir (Erdoğan & Özdemir, 2018). In the coastal areas of settlements in İzmir, olives and olive oil dishes, dishes and salads made with herbs endemic to the region, and seafood are more often preferred, while products based on red meat and grain are consumed more as you move towards the central regions of İzmir (Dağ, 2020).

İzmir has various gastronomic values that have been granted geographical indications (Turkish Patent Institute, 2023). Since this indication grants a right indicating that the product originates from a certain geographical region, this indicator can only be used for products grown in the specified region and bearing certain characteristics or features. İzmir has 28 gastronomic products with geographical indication. These products are: the Arslanlar Pepper, Bergama Kozak Pine Pistachio, Bornova Kınalı Okra, Bornova Muscat Grape, Bozdağ Candied Chestnut, Çavuşdağ Dry Beans, Çeşme Melon, Aegean Fig, Aegean Sultana Grape, Gümüldür Mandarin, Olive Oils of the South Aegean, İzmir Boyoz, İzmir Bagel, İzmir Kumru Sandwich, İzmir Lokma, İzmir Shambali, İzmir Tulum Cheese, Kavacık Grape, Kemalpaşa Cherry, Kınık Dried Tomato, Olive Oils of the North Aegean, Ödemiş Çekişte Olive Oil, Ödemiş Meatball, Ödemiş Potato, Seferihisar Mandarin, Tire Shish Meatball, Torbalı Dried Tomato and the Urla Artichoke.

Although they may currently not have a sufficient impact on gastronomy tourism of İzmir, the districts of Urla, Alaçatı and Tire are rapidly progressing towards becoming effective in İzmir becoming a brand in gastronomy and gastronomy tourism (Karlı & Candemir, 2023). Among the gastronomy routes in Türkiye, the gastronomy routes of İzmir are becoming preferred destinations in the Aegean Region. The fact that İzmir is among the largest cities of the Aegean Region, has a rich culture, and has products that are recognised in terms of culinary culture are effective in the preference of İzmir (Şengül, 2017).

2. METHOD

The aim of this research is to determine the İzmir's gastronomy tourism potential from the perspective

of domestic tourists. Quantitative research methods in this research was used to collect data from domestic tourists by means of a questionnaire. The first part of this questionnaire on the gastronomy tourism development level of İzmir included the Gastronomy Tourism Development Indicators Scale as 12 factors and 46 items developed by Oğuz and Unur (2018). The items in this scale were prepared in a five-point Likert scale format (1= Strongly Disagree... 5= Strongly Agree). The second part of the questionnaire included questions to identify gender, marital status, age, education level and the cities from which they came to İzmir from. The purposive sampling method was preferred based on the assumption that the data collected from the Konak, Selçuk and Çeşme districts, which are most visited by tourists, are representative of İzmir in general. Questionnaires were collected by the face-to-face data collection method between November 2022 and February 2023. By the end of the data collection process, 1660 valid questionnaires were obtained from domestic tourists.

Exploratory factor analysis was performed for the construct validity of the scales. In factor analysis, it was accepted as a prerequisite that the eigenvalue should be greater than one, each factor should consist of at least three items, and item communalities values should be at least 0.50 (Hair et al., 2010). The reliabilities of the scales were interpreted based on Cronbach's alpha values. In addition, the mean and standard deviation values of the scale items were determined and the items interpreted based on the averages. Whether the scale items provide normal distribution or not is explained depending on the skewness and kurtosis values. SPSS 29 was used to perform the analyses.

3. FINDINGS

Valid data was obtained from a total of 1660 domestic tourists participating in the study. Descriptive information about the participant domestic tourists is given in Table 1. According to the table, 63% of the participants were male and 60% are single. 49% of the participants were graduates of secondary education and 55% were between the ages of 26-45.

Table 1. Participants' Characteristics

Variable	Category	n	%
Gender	Female	459	37
	Male	771	63
Educational level	Primary	180	11
	High School	554	34
	Bachelor	823	49
	Postgraduate degrees	99	6
Marital status	Married	648	40
	Single	981	60
Age	25 years and above	582	35
	26-35 years	541	33
	36-45 years	361	22
	46 years and above	174	10

According to the distribution of the answers given by the participating domestic tourists to the question about from where they came to İzmir, Selçuk, Çeşme and Konak, it can be said that most domestic tourists come to İzmir from İstanbul. İstanbul is followed by Manisa, Ankara and Muğla, respectively.

First of all, whether the scale items met the normal distribution condition required for parametric tests was interpreted depending on the skewness and kurtosis values. The skewness values of the items vary between -1.217 and -0.496, and the kurtosis values vary between 1.449 and -0.430. Based on the assumption that skewness and kurtosis values between +1.5 and -1.5 meet the normal distribution (Tabachnick & Fidell, 2013), the items were accepted to have a normal distribution.

In the study, an exploratory factor analysis was carried out to determine the structural validity of the scale, which includes questions directed to domestic tourists in order to determine the level of gastronomy development and potential of İzmir. In this analysis, the accepted assumptions are that the item homogeneity value is above 0.50, factor loadings are 0.30 and above, factor eigenvalues are above 1, and each factor consists of at least three items. Items that did not meet these assumptions were excluded from the analysis. The results of the factor analysis of the validated scale are presented in Table 2.

Results of the analysis showed that 34 items were clustered under five factors and the KMO value

was 93.9%. It can be said that the distribution of the items to the factors is considerably close to the original scale. The emerging factors were titled “Promotion of Gastronomic Products, Qualification of Personnel and Quantity of Restaurants, Product Price and Competitiveness, Gastronomic Supply Opportunities, Gastronomy Experts, Presentation and Infrastructure”.

Table 2. Results of the Factor Analysis

	Factor Load	Eigenvalue	Explained Variation	Mean	Alpha
Gastronomy Experts, Presentation and Infrastructure		5.202	15.301	4.039	.873
Research studies on gastronomy by tourism educational institutions located in İzmir.	.768				
Local gastronomy related activities and events in İzmir.	.718				
Originality of presentation style (aesthetics, packaging, etc.) of local gastronomic products in İzmir.	.665				
Number of qualified personnel working in transport related businesses in İzmir.	.653				
Interest of gastronome/food critic and authors in the local cuisine of İzmir	.628				
Famous chefs of İzmir appearing on national, regional and local media.	.586				
Local gastronomic products of İzmir appearing in local media.	.572				
Image of quality restaurants in İzmir.	.557				
Regional cooking classes for tourists in İzmir	.531				
Number of books containing recipes of food and beverages which are unique to İzmir.	.499				
Infrastructure facilities in İzmir	.454				
Training of food and beverage producers in İzmir about gastronomy tourism.	.437				
Product Prices and Competitiveness		3.506	10.310	3.900	.792
Local gastronomic products of İzmir appear in national media.	.706				
Local gastronomic products of İzmir appear in international media.	.667				
Local gastronomic products of İzmir are competitive at an international level.	.638				
Local gastronomic products of İzmir are competitive at a national level.	.610				
Quality restaurants of İzmir are known/recognised.	.544				
The signage and information system in İzmir.	.439				
Gastronomic Supply Opportunities		3.368	9.907	3.674	.782
Availability of natural food-pastoral concept vacation opportunities in İzmir.	.679				
Academic studies/theses written on local gastronomy in İzmir.	.673				
Supporting agricultural production areas to be opened to tourism in İzmir.	.594				
Diversity of food and beverages offered in İzmir.	.571				
Translation of İzmir's touristic gastronomy brochures and websites into several foreign languages.	.506				
An effort to promote gastronomic local products to tourists in İzmir.	.461				
Quality of Personnel and Quantity of Restaurants		3.287	9.667	3.926	.810
Number of quality restaurants in İzmir.	.705				
Number of restaurants in İzmir.	.659				
Number of qualified personnel working in accommodation businesses in İzmir.	.646				
Number of qualified personnel working in food and beverage businesses in İzmir.	.625				
Number of qualified accommodation facilities in İzmir.	.590				
Promotion of Gastronomic Products		2.952	8.682	3.882	.752
Travel brochures featuring gastronomic products in İzmir.	.683				
Websites promoting gastronomic products in İzmir.	.656				
Providing travel brochures to tourists in İzmir by regional tourism officials.	.627				
Visual richness of gastronomy brochures in İzmir.	.589				
Promotion of local gastronomic products in İzmir.	.423				
Overall Alpha: .925 Mean=3.892 F=60.309 KMO=.939 Barlett's Test of Sphericity=15023.075 Ratio of Variance: 53.867%					

The Cronbach Alpha values were used to determine the reliability of the structures. These values ranged between 0.752-0.873 among the sub-dimensions of the scale and the overall validity of the scale was determined as 0.925. Based on the validity and reliability analysis results being determined at acceptable levels, it was decided that the scale could be used with these factor structures.

The findings related to the responses of domestic tourists based on “None; Exists but Insufficient; Exists and Sufficient” items on the scale are given in Table 3. Although the means and standard deviations of the items deemed to be valid and reliable are presented in this table.

Table 3. General Evaluations of Gastronomic Development Level

Items	Mean	S.D.
Number of restaurants in İzmir	2.5230	.61002
Originality of presentation style (aesthetics, packaging, etc.) of local gastronomic products in İzmir	2.3721	.56330
Number of qualified personnel working in transport related businesses in İzmir	2.3629	.65470
Image of quality restaurants in İzmir.	2.3493	.65707
Local gastronomic products of İzmir appearing in local media	2.3307	.66795
Infrastructure facilities in İzmir	2.2875	.70362
The signage and information system in İzmir	2.2853	.73179
Local gastronomy related activities and events in İzmir	2.2775	.62560
Famous chefs of İzmir appearing on national, regional and local media	2.2573	.71015
The presentation quality of local gastronomic products*	2.2465	.69216
Adapting local foods to meet living conditions and demands in İzmir*	2.2364	.59774
Number of quality restaurants in İzmir	2.2299	.62247
Research studies on gastronomy by tourism educational institutions located in İzmir	2.2242	.75140
Number of qualified accommodation facilities in İzmir	2.2122	.73379
Number of qualified personnel working in food and beverage businesses in İzmir	2.1972	.59488
Determination of routes for certain gastronomic products (such as wine and olives) in İzmir*	2.1920	.59407
Local gastronomic products of İzmir are competitive at a national level	2.1878	.65207
Visual richness of gastronomy brochures in İzmir	2.1867	.63286
Quality restaurants of İzmir are known/recognised	2.1791	.75327
Transportation possibilities in İzmir*	2.1739	.61037
Diversity of food and beverages offered in İzmir	2.1360	.79464
Promotion of local gastronomic products in İzmir	2.1273	.76640
Interest of gastronome/food critic and authors in the local cuisine of İzmir	2.1255	.62782
Training of food and beverage producers in İzmir about gastronomy tourism	2.0960	.61377
Local gastronomic products of İzmir appear in national media	2.0927	.65619
Local gastronomic products of İzmir are competitive at an international level.	2.0826	.64220
Attractions such as competitions and entertainment that will attract tourist to restaurants in İzmir*	2.0683	.64776
Number of qualified personnel working in accommodation businesses in İzmir	2.0651	.64497
Providing travel brochures to tourists in İzmir by regional tourism officials	2.0556	.74801
Websites promoting gastronomic products in İzmir	2.0488	.68317
Number of books containing recipes of food and beverages which are unique to İzmir	2.0458	.62705
Travel brochures featuring gastronomic products in İzmir	2.0353	.67206
Local gastronomy and gastronomy tourism communities in İzmir*	2.0166	.67969
Regional cooking classes for tourists in İzmir	2.0116	.81504
Supporting agricultural production areas to be opened to tourism in İzmir.	2.0006	.68629
Competitiveness of the price of gastronomic products in İzmir at the national level*	2.0000	.80034
An effort to promote gastronomic local products to tourists in İzmir.	1.9666	.74114
Availability of natural food-pastoral concept vacation opportunities in İzmir.	1.9649	.77053
Academic studies/theses written on local gastronomy in İzmir.	1.9167	.77530
Translation of İzmir's touristic gastronomy brochures and websites into several foreign languages.	1.9143	.74045
Local gastronomic products of İzmir appear in international media.	1.9118	.76087
Number of restaurants in İzmir.	1.8588	.75690

Note: * is deleted at during the EFA.

A review of Table 3 shows that, based on the means, the first three items that the participants accept as existing and sufficient are “the number of accommodation facilities in İzmir”, “the number of restaurants in İzmir” and “the originality of the presentation styles (aesthetics, packaging, etc.) of local gastronomic products in İzmir”. In regard to the first three items that the participants accept as existing but insufficient are “the coverage of local gastronomic products in international media in İzmir”, “the translation of tourist gastronomy brochures and websites in İzmir into several foreign languages” and “academic studies/theses written on local gastronomy in İzmir”.

4. CONCLUSIONS, DISCUSSION AND RECOMMENDATIONS

As a national and international destination, İzmir is a city that can attract many tourists with its values and charms. In this study, the gastronomy tourism values and competitive potential of İzmir were determined. In the quantitative research, the focus was on domestic tourists and the parameters affecting İzmir's gastronomy tourism competitiveness was determined as: (1) Gastronomy experts, presentation and infrastructure, (2) Product price and competitiveness, (3) Supply opportunities of gastronomic products, (4) Quality of personnel and quantity of restaurants, and (5) Promotion of gastronomic products. Further, the most important shortcomings regarding İzmir's gastronomy values were identified as insufficient coverage in the international media and the translation of brochures on gastronomy tourism into different languages.

This study, which evaluates İzmir's gastronomy tourism from the perspective of domestic tourists, has filled the gap in the literature. In doing so, information has been ascertained on the opinions of different stakeholders on İzmir's gastronomy tourism in various studies. This study has determined that there are problems with the marketing of İzmir from the perspective of domestic tourists, especially in the international dimension. Many challenges can be encountered in the marketing of gastronomy tourism in İzmir. In particular, insufficient resources (time, budget, personnel), a lack of presence on social media, lack of technical knowledge in interpreting data analyses, security, accessibility, existing image (Muluneh et al., 2022) and the fact that there are many destinations that offer the same opportunities in terms of the decision-making process of tourists (Pike et al., 2011).

The price and competitiveness of gastronomy products also have a significant impact on İzmir's potential for development. This should be evaluated from different perspectives, including domestic tourists, international tourists, producers and service providers. The increase in foreign exchange rates in Türkiye post-Covid-19 has reduced the value of the products offered in Türkiye compared to many other countries. This has led to an influx of tourists to Türkiye and İzmir from countries with relatively valuable currencies. However, the depreciation of the Turkish Lira, along with inflation, has led to a decrease in domestic tourism mobility (Şit & Şen, 2022). The increase in input costs in scope of the production process due to the foreign exchange rate creates difficulties for businesses in determining the prices of their products. The loss of purchasing power of employees, who are also service providers, has caused a variety of economic and sociological problems, including a decrease in service quality (Joffe, 2017).

Considering stakeholder theory, all stakeholders have important contributions in regards to the marketing of the destination. The sharing of these experiences of tourists who have an experience in the destination on social media creates an important awareness of the destination. Destination and business managers encouraging experience sharing would have a significant impact on ensuring that gastronomy tourism comes to the fore in İzmir. This theory recognises the importance and value of the presence of, not only tourists, but all stakeholders directly and indirectly related to İzmir as a destination. Therefore, it is possible for different stakeholders such as the locals, tourist guides, travel agencies, restaurant managers/employees, producers, local transport service providers, local press, and public administrators/staff to create awareness in potential tourists about the gastronomy experience in İzmir and influence their preferences.

İzmir is a destination with historical heritage (such as Ephesus, Bergama, Teos and the Kemeraltı Bazaar), natural beauties (such as Nazarköy, Şirince Village, Birgi Village, Homeros Valley and the Karagöl Natural Park) and unique beaches (Çeşme-Ilıca, Akkum, Çeşmealtı, Balıkova, Dikili, Foça, Özdere, Pamucak), which offer international tourism facilities and international and local transportation for a variety of means of transport. It would be beneficial to market these strengths of İzmir in a way which includes gastronomy and gastronomy tourism. Also placing emphasis on gastronomic aspects appropriate to the content of the event when promoting them, but not only being limited to the Herb Festival but also the International İzmir Fair, International Ephesus Opera and Ballet Festival, Flower Festival, European Jazz Festival, International Puppet Days and İzmir Coffee Festival. Such initiatives will increase İzmir's gastronomy tourism competitiveness.

This research indicates that the dimension that best explains İzmir's gastronomy tourism potential is gastronomy experts, infrastructure and presentation techniques. Although this dimension shows that İzmir has gastronomy experts, local governments and gastronomy businesses can invite gastronomy experts to İzmir and take part in national and international media. In addition, standards can be developed to preserve the authenticity of gastronomic values to ensure that they are presented to tourists with correct presentation methods. Infrastructure opportunities are also considered as an important gastronomy tourism potential for domestic tourists. Infrastructure facilities which are considered sufficient, are likely to become insufficient due to the increase in demand for İzmir over the years. This situation may prevent adequate use of basic services such as transportation, health, security and accommodation services. The advantage provided by infrastructure facilities should be preserved by carrying out an infrastructure management plan in accordance with the future projection of central and local governments.

In this research, product price and competitiveness were determined as another dimension affecting the potential of İzmir's gastronomy tourism. This dimension shows that gastronomic product prices have a value-price fit among domestic tourists. In addition, depending on this dimension, it can be said that the national competitiveness of İzmir gastronomy is high. It will be beneficial to work in cooperation with culinary academies and institutes, universities, chefs who are experts in their field, and marketing experts in order to develop new products with a product and market development strategy and gain competitiveness in the international market.

This study shows that the dimension that least explains gastronomy potential is the promotion of gastronomy products. In other words, this dimension is İzmir's weakest dimension regarding gastronomy tourism. According to local tourists, İzmir's gastronomy values are at a low level in many communication media, especially web pages and holiday brochures. Therefore, it is necessary to carry out promotion activities in target markets to increase the potential of gastronomy tourism.

Destination marketing should not be left to the individual efforts of businesses, but should be carried out by an expert commission including representatives of the local government (and if need be, the central government too). A snapshot of the current situation should be taken and the right strategies should be undertaken to identify İzmir's gastronomic tourism assets, core values and competitors, if any, and its strengths and weaknesses compared to its competitors. Are Gaziantep or Hatay, which are included in UNESCO's Creative Cities Network, competitors of İzmir in regard to the preferences of domestic tourists for gastronomy tourism? Or from an international perspective, what are the strengths/weaknesses of, for example, Italian or French cuisine compared to Turkish cuisine (or İzmir cuisine)? Answering a variety of questions such as these will be of assistance when seeking to make the right decisions.

Social media has become the most efficient and effective promotional tool. Therefore, market segmentation should be undertaken for gastronomy tourism and each market segment should be reached through the most appropriate social media application. Utilising big data in this process will increase the probability of success. The power of information technologies should be utilised to identify the target audience, inform them, influence their preferences and manage the travel process.

In order to ensure the sustainability of İzmir culinary culture, care should be taken to train chefs for specialisation in İzmir cuisine. In these training opportunities, it would be beneficial to create a human inventory and record the information of the individuals in this inventory and share it with those who want to learn, in order to ensure the transfer, the heritage of the original/authentic culinary culture. The fact that four different gastronomy and culinary arts programmes are offered at three universities is a good opportunity to create an advantage for İzmir's cuisine. The training of students in this field with the competences of İzmir cuisine through collaborations to be made will contribute significantly to the sustainability of this culinary heritage by ensuring its correct application and promotion. It can also make significant contributions to the employability of the trained students.

There are currently 28 gastronomy establishments in İzmir. However, it is possible to see examples of İzmir cuisine in almost every restaurant. For this reason, it is possible to find the gastronomic

values with different ingredients, quantities, presentation and flavours. Although diversity in production is necessary, it can also do damage to the authenticity of its values. For this reason, İzmir's gastronomic heritage should be identified, standard recipes should be prepared for these examples, and they should be inspected in a holistic manner, including production and presentation processes. Since it is not possible to inspect all restaurants within this scope, restaurants/chefs that meet certain conditions should be provided with certifications related to such gastronomic heritage. These certifications can also be used as a marketing tool for businesses.

It is also very important that travel agencies are encouraged to include the gastronomic values of İzmir in their tours and that tourist guides are knowledgeable on gastronomic heritage. The process of providing information to tourist guides can be realised through annual compulsory in-service training for tourist guides. In this context, cooperation should be forged with the İzmir Chamber for Tourist Guides. In order for travel agencies to increase the number of gastronomy tours (which are limited), promotional support, transport expenses subsidiaries, guide support, support for gastronomy businesses can be provided in the initial process.

The field research of this study was carried out with the purposive sampling method in the Konak, Selçuk and Çeşme districts of İzmir, which are visited by the most tourists. It is possible to conduct research which can be generalised by collecting data from all districts of İzmir. The fact that data is collected by the questionnaire method, the limitations of this method can be reduced with qualitative research. In this study, data was collected only from domestic tourists. Future research studies may apply the same measurement tool to collect data from different stakeholders such as locals, civil servants, employees of tourism related businesses. This research was conducted exploratively and the position of İzmir in gastronomy tourism was determined. In future studies, motivating factors and behavioural intentions of tourists towards İzmir may be investigated within the scope of a cause and effect relationship.

Support Information: This project supported by Dokuz Eylül University Department of Scientific Research Projects (SHD-2022-2763).

Conflict of Interest: The authors have no conflict of interest or gain from the relevant studies.

Author Contribution Rate: The contribution levels of the authors or researchers in the author list to the study are equal.

Ethical Approval: The author(s) or researcher(s) must declare that ethical rules have been followed in all preparation processes of the study. If a contrary situation is detected, International Journal Of Tourism And Destination Studies does not assume any responsibility and legal responsibilities and sanctions regarding the process belong to the authors of the study. Ethical rules were followed by the authors in all preparation processes of the study.

Ethics Committee Approval: Ethical permission was obtained for the field research from DEU Social and Human Sciences Research and Publication Ethics Committee with the decision dated 22.02.2022 and numbered 7.

5. REFERENCES

- Ağlamaz, E. & Öncüer Çivici, M. E. (2018).** Yerel Halkın Gözünden İzmir'in Simge Yemeklerinin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma. *Journal of Travel and Tourism Research*, 13, 50-69.
- Altıntaş, V. & Hazarhun, E. (2020).** İzmir'in Gastronomi Turizmi Potansiyeline Turist Rehberlerinin Bakış Açılıarı. *International Journal of Applied Economic and Finance Studies*, 5(2), 13-36.
- Çakmak, M. (2022).** İzmir Mutfak Kültürü Üzerine Bir Değerlendirme. *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 5(7), 934-949.
- Dağ, T. (2020).** Geleneksel Peynirlerin Gastronomi Turizmi Açısından Değerlendirilmesi: İzmir Örneği. Unpublish Master Thesis. Nevşehir Hacı Bektaş Veli University, Institute of Social

Sciences, Nevşehir.

- Dağ, T. & Keskin, E. (2021).** Geleneksel Peynirlerin Gastronomi Turizmi Açısından Değerlendirilmesi: İzmir Örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(4), 2630-2652.
- Diaconescu, D. M., Moraru, R. & Stănculescu, G. (2016).** Considerations on Gastronomic Tourism As A Component of Sustainable Local Development. *Amfiteatru Economic*, 18(10), 999-1014.
- Erdoğan, S. & Özdemir, G. (2018).** İzmir Destinasyonu'nda Gastronomi Üzerine Bir Araştırma. *Journal Tourism and Gastronomy Studies*, 6(3), 249-272.
- Fayziyeva, S. K. & Ruziev, S. S. (2022).** Opportunities to Develop Gastronomic Tourism. *Central Asian Journal of Innovations on Tourism Management and Finance*, 3(12), 1-7.
- Hair, J. F. Jr., Black, W. C., Babin, B. J. & Anderson, R. E. (2010).** *Multivariate Data Analysis*. NJ: Prentice-Hall.
- Hall, C. & Mitchell, R. (2001).** *Wine and Food Tourism*. Brisbane: Wiley.
- Joffe, M. (2017).** The Neglect of Buying Power in Traditional Economic Theory, and Its Practical Implications. *Advances in Economics and Business*, 5(8), 435-439.
- Karim, S. & Chi, C.G.Q. (2010).** Culinary Tourism As A Destination Attraction: An Empirical Examination of Destinations' Food Image. *Journal of Hospitality Marketing&Management*, 19(6), 531-555.
- Karlı, C. & Candemir, A. (2023).** Destinasyon Markalaşmasında Gastronomi Turizminin Etkisinin İncelenmesi: İzmir İli Örneği. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 24(1), 273-292.
- Kivela, J. J. & Crotts, J. C. (2009).** Understanding Travellers' Experiences of Gastronomy Through Etymology and Narration. *Journal of Hospitality Tourism Research*, 33(2), 161-192.
- Kuhn, V. R., Anjos, S. J. G. & Krause, R. W. (2024).** Innovation and Creativity in Gastronomic Tourism: A Bibliometric Analysis. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 35, 100813.
- Ministry of Culture and Tourism. (2022).** Tourism Data. <https://izmir.ktb.gov.tr/tr-77220/turizm-istatistikleri.html>, E.T.: 12.08.2024.
- Mulneh, D. W., Chiriko, A. Y. & Taye, T. T. (2022).** Tourism Destination Marketing Challenges and Prospects: The Case of the Southern Route of Ethiopia. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 11(1), 294-309.
- Nistor, E. L. & Dezsi, Ş. (2022).** An Insight Into Gastronomic Tourism Through the Literature Published Between 2012 and 2022. *Sustainability*, 14(24), 16954.
- Oğuz, S. & Unur, K. (2018).** Gastronomi Turizminde Gelişmişlik Göstergeleri Ölçeği: Geliştirilmesi, Geçerliliği ve Güvenilirliği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(1), 409-429.
- Pike, S., Murdy, S. & Lings, I. (2011).** Visitor Relationship Orientation of Destination Marketing Organisations. *Journal of Travel Research*, 50(4), 443-453.
- Pullphothong, L. & Sopha, C. (2013).** Gastronomic Tourism in Ayutthaya, Thailand. In: *Proceedings of the International Conference on Tourism, Transport and Logistics*. Volume: 1416. 14-16 February, Paris.
- Santich, B. (1996).** Introduction to Sustaining Gastronomy. In: *Proceeding of the Eight Symposium of Australian Gastronomy*. 28-30 September, Australia.
- Santich, B. (2004).** The Study of Gastronomy and Its Relevance to Hospitality Education and Training. *International Journal of Hospitality Management*, 23(1), 15-24.

- Sarioğlan, M. (2015).** Prospects for the Turkish Gastronomy Tourism. *Athens Journal of Tourism*, 2(2), 117-126.
- Scarpato, R. (2002).** *Gastronomy As A Tourist Product: The Perspective of Gastronomy Studies. Tourism and Gastronomy.* (1. Edition). UK: Routledge.
- Şahin, G. G. (2015).** Gastronomy Tourism As An Alternative Tourism: An Assessment on the Gastronomy Tourism Potential of Turkey. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 5(9), 79-105.
- Şengül, S. (2017).** Türkiye'nin Gastronomi Turizmi Destinasyonlarının Belirlenmesi: Yerli Turistler Üzerine Bir Araştırma. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20(37), 375-396.
- Şit, M. & Şen, A. (2022).** Türkiye Ekonomisinde Turizm Gelirleri ve Enflasyon İlişkisinin Ampirik Analizi. *Turizm Akademik Dergisi*, 9(1), 209-218.
- Tabachnick, B. G. & Fidell, L. S. (2013).** *Using Multivariate Statistics.* Boston: Pearson.
- Tikkanen, I. (2007).** Maslow's Hierarchy and Food Tourism in Finland: Five Cases. *British Food Journal*, 109(9), 721-734.
- Turkish Patent Institute. (2023).** Coğrafi İşaret Nedir? <https://ci.turkpatent.gov.tr/sayfa/co%c4%9fraci-i%c5%9faret-nedir>, E.T.: 10.05.2024.
- UNWTO. (2020).** Gastronomy and Wine Tourism. <https://www.unwto.org/gastronomy-wine-tourism>, E.T.: 10.05.2024.
- UNWTO. (2024).** Travel Tomorrow, Tourism&Gastronomy. <https://www.unwto.org/gastronomy>, E.T.: 10.05.2024.
- Wolf, E. (2002).** Culinary Tourism: A Tasty Economic Proposition. *International Culinary Tourism Task Force*.



IJOTADS

Journal	: <i>International Journal Of Tourism And Destination Studies</i>
ISSN	: 2822-6089
Article ID	: 77617
Article Type	: <i>Derleme Makalesi-Review Article</i>
Corresponding Author	: <i>Meral ÜZÜLMEZ</i>
Year	: 2024
Volume	: III
Issue	: II
Page	: 168-181
Arrival Date	: 26.07.2024
Revision Date	: 07.08.2024
Acceptance Date	: 27.08.2024
Published Date	: 30.09.2024
How to Cite This Article	: <i>Adanır Kuru, S. & Üzülmöz, M. (2024). Gıda İşletmelerinde Sürdürülebilirlik Uygulamalarının İncelenmesi: Türkiye Örneği. International Journal Of Tourism And Destination Studies (IJOTADS), 3(2), 168-181. DOI: 10.5281/zenodo.13342347</i>

IJOTADS is Licensed Under A Creative Commons Attribution- Non-Commercial 4.0 International License.

GIDA İŞLETMELERİNDE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK UYGULAMALARININ İNCELENMESİ: TÜRKİYE ÖRNEĞİ

EXAMINING OF SUSTAINABILITY PRACTICES IN FOOD BUSINESSES: THE CASE OF TÜRKİYE

Simay ADANIR KURU

Yüksek Lisans Öğrencisi, Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, simayadanir01@gmail.com, Osmaniye/TÜRKİYE. ORCID ID: 0009-0002-7113-0454

Meral ÜZÜLMEZ

Doktor Öğretim Üyesi, Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi, Kadırlı Uygulamalı Bilimler Fakültesi, meraluzulmez@osmaniye.edu.tr, Osmaniye/TÜRKİYE. ORCID ID: 0000-0001-8913-9532

ÖZET

Sürdürülebilirlik kavramı, kaynakların kısıtlı olması ve gelecek nesillere mirasın en iyi şekilde bırakılabilmesi için dünya genelinde yaygınlaşan ve tartışılan oldukça önemli bir konudur. Gıda israfı, bilinçsiz ve aşırı tüketim, gıdalarda ve gıda işletmelerinde doğaya zarar veren kimyasalların kullanımı gibi sıkıntılar, gıda işletmelerinde uygulanabilecek farklı sürdürülebilirlik uygulamalarının ortaya çıkmasına neden olmuştur. Turuncu Bayrak, Yeşil Nesil Restoranlar ve Sıfır Atık gibi uygulamalar gıda işletmelerinde uygulanan sürdürülebilirlik uygulamaları arasında yer almaktadır. Bu kapsamda çalışmanın amacı, ülkemizde sürdürülebilirlik uygulamalarının gıda işletmelerinde ne derece uygulandığını tespit etmektir. Belirtilen temel amaç doğrultusunda, araştırma verilerini elde etmek için 2024 Mart-2024 Temmuz tarihleri arasında derinlemesine alanyazın taraması gerçekleştirilmiştir. İlgili tarama ile işletmelerin sürdürülebilirlik uygulamalarından daha çok hangisini uyguladığı, söz konusu uygulamaların işletmelere yönelik avantaj ve dezavantajlarının neler olduğu incelenmiş ve tespit edilen eksiklikler kapsamında çeşitli öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilirlik, Turuncu Bayrak, Sıfır Atık, Yeşil Restoran.

Jel Kodu: L80, L83, Q56.

ABSTRACT

The concept of sustainability is a very important issue that is becoming widespread and discussed worldwide due to limited resources and the best way to leave a legacy to future generations. Problems such as food waste, unconscious and excessive consumption, and the use of chemicals that harm nature in food and food businesses have led to the emergence of different sustainability practices that can be implemented in food businesses. Applications such as Orange Flag, Green Generation Restaurants and Zero Waste are among the sustainability practices implemented in food businesses. In this context, the aim of the study is to determine the extent to which sustainability practices are implemented in food businesses in our country. In line with the stated main purpose, an in-depth literature review was conducted between March 2024-

July 2024 to obtain research data. With the relevant review, it was examined which of the sustainability practices businesses implement more, what the advantages and disadvantages of these practices are for businesses, and various suggestions were presented within the scope of the deficiencies identified.

Keywords: Sustainability, Orange Flag, Zero Waste, Green Restaurant.

Jel Codes: L80, L83, Q56.

1. GİRİŞ

Küreselleşme ve dünya nüfusunun artması ile meydana gelen olumsuz sonuçlardan birisi de gıda israfıdır. Birleşmiş Milletler 2021 Gıda İsrar Raporu'nda Türkiye'nin yılda 26 milyon ton gıda israfında bulunduğunu; kişi başı yılda 93 kilo israf yapıldığını ve Dünya genelinde yapılan israfın ise 931 milyar ton olduğunu belirtmiştir (Ademoğlu, 2022). Ev dışı tüketimin artması, sanayileşme, ürün çeşitliliği ve gıdaya ulaşımın kolaylaşması israfı en çok tetikleyen unsurlar arasında yer almaktadır (Yiğit & Yiğit, 2023). Bilinçsiz şekilde kullanılan kaynaklar, gelecek için yatırım yapılmaması ve Dünya'nın dengesinin bozulması gelecek nesillere kaynakların verimli aktarımının önüne geçmektedir. Bu durum ile ortaya çıkan sürdürülebilirlik kavramı ise Birleşmiş Milletler Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu Brundtland Raporu'nda "Bugünkü kaynaklara zarar verilmeden bu kaynakların gelecek nesillere aktarılması" olarak tanımlanmaktadır (Apak & Gürbüz, 2022). Sürdürülebilirlik öncelikle, doğal kaynakların kullanımı ve bu kaynakların yaşam kalitesi üzerindeki etkisine sonrasında ise temel hedef kitlesi olan gelecek nesiller ile ekonomi, çevre ve sosyal alanlara odaklanmıştır (Caniato ve ark., 2012). Sürdürülebilirlik ile mevcut kaynakların korunması, üretim ve tüketim dengesinin sağlanması, artan nüfus ile tüketim oranındaki artış hızının kontrol edilmesi, güncel ekosistemin korunması ve yok olmasına izin verilmemesi, istek ve ihtiyaçların düzenlenmesi, çevresel, sosyal ve ekonomik olarak geleceğin güvence altına alınması amaçlanmaktadır (Parris & Kates, 2003; Kolk, 2004).

Gastronomi ve yiyecek içecek sektörü, gerek kaynak tüketimi gerekse de atık çıktısı yoğun olan sektörler olması nedeniyle sürdürülebilirlik kavramının daha fazla önem kazandığı alanlardır (Jang ve ark., 2011). Ülkemizde sürdürülebilirlik uygulamaları kapsamında gıda işletmeleri ve turizm sektöründeki işletmelerin enerji kullanımından gıda atıklarına kadar birçok alanda sürdürülebilir uygulamalar gerçekleştirerek çeşitli faydalar elde ettiği belirtilmektedir. Örneğin; Akay & Yılmaz (2022) zincir restoranların sürdürülebilir faaliyetleri benimsemesinin sürdürülebilirlik bilincinin tanınmasına ve gelişiminin hızlanmasına katkı sağlayacağını; bu durumun ise işletmelerin tercih edilebilirliğini artıracaklarını vurgulamaktadır. Aslan (2022) bağımsız restoranların sürdürülebilirlik faaliyetleri kapsamında yaklaşık %64'ünün çevre koruma ile ilgili uygulamalar yaptığını ve söz konusu uygulamaların işletmelerin tanınırlığına katkı sağlayacağını belirtmektedir. Dolayısıyla Dünya'da önem kazanan sürdürülebilirliğin gıda sektörü içinde yeri birçok farklı çalışmada ele alınmaktadır. Ancak (DiPietro ve ark., 2013; Forster, 2013; Akanmu ve ark., 2017; Atzori ve ark., 2018; Ören ve ark., 2019; Kızıldemir & Kaderoğlu, 2021; Chaturvedi ve ark., 2022; Shiri & JafariSadeghi, 2022; Somlai, 2022; Prasanna ve ark., 2024) söz konusu gıda işletmelerindeki sürdürülebilir uygulamaların ele alındığı çalışmaların yeterli olmadığı ve daha fazla araştırmalara konu edilmesi gerektiği belirtilmektedir (Ünal, 2023). Buradan hareketle, çalışmanın amacı Türkiye'de bulunan gıda işletmelerindeki sürdürülebilirlik uygulamalarının alanyazın kapsamında incelenmesi ve uygulanması gereken sürdürülebilir faaliyetlerin tartışılarak bir öneri dizini oluşturulmasıdır. Bu kapsamda, ilgili çalışmalarda ele alınan sürdürülebilirlik uygulamalarının belirtilen avantaj ve dezavantajlarına değinilmeye çalışılmıştır. Çalışmanın, gıda işletmelerindeki sürdürülebilirlik uygulamalarını inceleyecek muhtemel çalışmalara ve yeni projelere referans olması hedeflenmektedir.

1.1. İlgili Alanyazın

1.1.1. Sürdürülebilirlik ve Gastronomi

1970'li yıllardan sonra hayatımıza giren sürdürülebilirlik kelimesi, uzun süre kullanılabilen ve daimi olan şekilde ifade edilmektedir (Aslan, 2022). Bir başka tanımda sürdürülebilirlik, hem geleceğe odaklanmaya yardımcı olabilecek yetenekler hem de mevcut gereksinimleri karşılamak amacıyla

kabullenilen bir yaklaşım olarak tanımlanmaktadır (Chabowski ve ark., 2011). Sürdürülebilirlik, sosyal, çevresel ve ekonomik sürdürülebilirlik olarak üç boyutta ele alınmaktadır. Bu kapsamda; sosyal sürdürülebilirlik, toplumun ihtiyaçlarının karşılanması ile uzun vadede ortaya çıkabilecek sosyal ilişkilerin sürdürülmesi yeteneğidir (Moldan ve ark., 2012). Çevresel sürdürülebilirlik, ekosistemlerin sağlığından ödün verilmeden toplum ihtiyaçlarını karşılanması (Morelli, 2011); ekonomik sürdürülebilirlik ise işletme/kuruluş sahiplerinin ihtiyaçlarını şimdi ve gelecekte dikkate alarak sermayenin korunması ve bozulmasının engellenmesi olarak ifade edilmektedir (Goodland, 2002).

Dünya nüfusunun artması, tek yönlü göç, iklim krizi, gıda kaynaklı sağlık sorunları, oluşan israf miktarının artışı, açlık, obezite gibi birçok beslenme sorunu sürdürülebilirlik ile çözüme kavuşması gereken konular arasında yer almaktadır. Yiyecek içecek sektörü açısından bakıldığında küresel ölçekte büyümeye devam eden gıda sektörünün oluşturduğu çevre kirliliği, toprağa verdiği zarar, tarımsal faaliyetlerin oluşturduğu tahribat ve artan nüfus karşısında gıda yetersizliği gibi sorunların gündemde olduğu görülmektedir (Aydın ve ark., 2023). Bu kapsamda, tarımdan üretime, tüketimden atık oluşturmaya ve ulaştırmadan enerji tüketimine kadar geniş bir alana sahip yiyecek içecek sektörü, doğal kaynakların korunarak verimli bir şekilde kullanılması için sürdürülebilirliğin kullanılması gereken en önemli alanlar arasında yer almaktadır (Taş & Olum, 2020). Söz konusu gıda sektöründe karşılaşılan bu sorunlardan sonra atık, atık yönetimi, çevre koruma, yeşil mutfak, yeşil restoranlar, turuncu bayrak ve sıfır atık projesi hem Dünya’da hem de Türkiye’de üzerinde durulan kavramlar ve uygulamalardır (Çalık, 2021). Sürdürülebilirlik aynı zamanda bir kalkınma unsuru olarak da kullanılabilen ve işletmelerin uyguladıkları sürdürülebilirlik faaliyetleri işletmeler ve bölgeler için bir tercih nedeni ve ekonomik kalkınma aracı olabilmektedir (Rinaldi, 2017). Bu bağlamda ülkemizde sürdürülebilirliğe katkı sağlamak ve sürdürülebilirliğe yönelik farkındalığı gıda işletmelerinde yaygınlaştırmak amacıyla yeşil nesil restoran, sıfır atık ve turuncu bayrak projesi gibi uygulamalara yönelik çalışmalar yapılmaktadır.

1.1.1.1. Atık Gıda ve Sıfır Atık Projesi

Genel anlamıyla bireylerin ihtiyaç ve istekleri için giyim, üretim, barınma, beslenme gibi durumlarda kullandıkları materyallerin kullanılmayan ve arta kalan kısımları için atık ifadesi kullanılmaktadır. Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü gıda atıklarını “Tüketim için uygun olan gıda ürünlerinin, gıda tedarik zinciri içerisinde kaybolması veya kötü stok yönetimi, ihmal gibi davranışsal nedenlerle israf edilmesi” şeklinde tanımlamaktadır. Gıda sektöründe artan nüfus ile tarladan üretime, depolama ve tüketim aşamalarına varana kadar birçok aşamada atık ortaya çıkmaktadır (Büyükkol & Bedük, 2020). Yapılan çalışmalarda gıda atıklarının başlıca sebebinin, işletmelerin imalat şekli ve tüketicilerin ürünleri tüketim şekline kaynaklı olduğu belirtilmektedir (Ünal, 2023; Sabancı & Onur, 2024). İşletmelerde ürünleri verimli kullanmama, tüketicilerde ise sipariş edilen ürünü yeterli porsiyonlarda istememek atık oluşturmaktadır. Ayrıca ev tipi gıda atıkları, tedarik zincirinde üretilmiş olan toplam gıda israfının yaklaşık olarak %35’lik kısmını meydana getirmektedir (Lipinski ve ark., 2016).

Roodhuyzen ve arkadaşları (2017) ise gıda atıkları üzerinde etkili olan faktörleri; davranışsal (alışveriş ve depolama uygulama/faaliyetleri), kişisel (farkındalık ve eğitim düzeyi), ürün (gıdanın ve ambalajın özellik/nitelikleri) ve toplum kaynaklı (kişisel gelir, gıda fiyat politikaları) olmak üzere dört boyutta ele almaktadır. Görüldüğü üzere gıda kaynaklı atık oluşumuna neden olan birçok faktör söz konusudur. Ancak, üretimden tüketime varıncaya kadar yapılması gereken en temel unsur; işleme, taşıma, tüketiciye ulaşma ve depolama gibi tedarik zincirinin tüm aşamalarında gıda atıkları ve kayıplarının önlenmesine odaklanmaktır (Glasgo ve ark., 2016). Bu kapsamda ülkemizde 2019 yılında resmi gazetede yayınlanarak başlatılan ‘Sıfır Atık’ projesi ile gıda atığı sorununun önüne geçilmeye çalışılmaktadır (Çetin, 2022). Sıfır Atık Projesi; israfın önlenmesi, atık oluşumunun incelenmesi, engellenmesi veya en minimal hale getirilmesi, kaynak kullanımı ve gıdaların üretiminden nasıl kullanılacağına kadar çeşitli yönlendirmeler içermektedir. Gıda sektörünü de kapsayan bu proje ile yayınlanan yönetmelikte 5 yıldızlı otellerin sıfır atık belgesi alması zorunlu hale getirilmiştir. Farklı kriterlerden oluşan belge alım aşamasında gıdaların veya atık grubuna giren tüm

materyaller tedarik ve kullanım şekilleri, hammadde ve depolama, ayrıştırma ve teslim noktalarına kadar detaylandırılmıştır. Büyük bir sektör olan otel işletmelerinin çıkardıkları atık oranlarına su ve enerjide dâhil edilerek düşünüldüğünde, bu uygulamanın zorunlu olmasının getirdiği yaptırımların atık yönetiminin verimliliği açısından önemi açıkça görülmektedir. (Büyükkol & Bedük, 2020).

1.1.1.2. Yeşil Restoran Uygulamaları

Sürdürülebilir restoran uygulamaları içinde bulunan yeşil ve ekolojik restoranlar, sürdürülebilirliğe ilişkin tüketici bilincinin artması ile ortaya çıkan önemli uygulamalardan birisidir (Yazıcıoğlu & Aydın, 2018). Yeşil restoranlar, çevrenin ve doğal kaynakların korunması konusunda duyarlı üretim ve tüketim süreçlerini benimseyen işletmeler şeklinde tanımlanmaktadır (Tibon, 2012). Dünya ülkelerindeki sürdürülebilirlik gelişme ve uygulamalarına ayak uydurma hedefiyle Boğaziçi Üniversitesi ve WWF-Türkiye (Dünya Doğayı Koruma Vakfı) ortaklığıyla Türkiye’de yerel üretimi destekleyen “Yeşil Restorancılık” adında bir sertifikasyon sistemi oluşturularak, sürdürülebilir uygulamaların işletme ve toplumun diğer kesimlerine benimsetmek ve üretimin her bir aşamasını daha sürdürülebilir hale getirmek amaçlanmaktadır (Pekküçükşen & Yiğit, 2019). Bu işletmeler, kaynakların verimli kullanımı, enerji israfının önüne geçilmesi, yenilenebilir çevre dostu enerji kullanımı, kullanılan ürün ve materyallerin geri dönüştürülebilir olması, kimyasal atıkların kullanımına dikkat edilmesi, sürdürülebilir mobilya ve yapı malzemelerinin kullanılması, çevre dostu hijyen uygulamaları, adil yönetim ve eğitim konularında çalışmalar yapan kendini geliştiren işletmelerdir. Hedefi daha sürdürülebilir bir yaşam olan bu işletmeler, gıda israfı konusunda da oldukça titiz davranışlar göstermektedir (Akar Şahingöz & Güleç, 2019; Kim & Hall, 2021). Bu uygulamalarda bireysel porsiyon uygulamaları, gıda atıklarının değerlendirilmesi, ürün kullanımlarında gıdaların en az atık oluşturulacak kadar kullanılması ve mevsimsellik gibi adımlar bulunmaktadır. İşletmelerin üstlendikleri bu sürdürülebilir ve sıfır atık politikaları ile bilinçli tüketici, bilinçli üretici ve çeşitli ekonomik faydalar da ortaya çıkmaktadır (Apak & Gürbüz, 2022). Yeşil restoran uygulamaları aracılığıyla işletmelerin maliyetleri azalmakta, çevre dostu bir işletme imajı oluşturularak müşteri sadakatinin artırılması sağlanmakta ve bu yolla işletmeler rekabet üstünlüğü yaratmaktadır. Dolayısı ile yeşil restoran uygulamaları, doğal çevrenin korunması sürecine hizmet eden önemli uygulamalardır (Chen ve ark., 2010).

1.1.1.3. Turuncu Bayrak Uygulaması

2018 yılında, “Gıda İsrafını Önleme ve Bilinçlendirme Platformu” tarafından başlatılan ‘Turuncu Bayrak’ uygulaması ile ülkemizde bulunan yoğun turizm sektöründe ortaya çıkan gıda atık ve israfının “Afiyet olsun, israf olmasın” kampanyası ile önüne geçilmeye çalışılmaktadır. Turuncu Bayrak uygulaması gıda üretiminden depolama ve tüketimine kadar birçok alanı kapsamaktadır. Bu belge ile %70 oranında gıda israfını önlemek amaçlanmaktadır. Turuncu Bayrak Belgesi alan işletmelere üç farklı kademede eğitim verilmekte ve daimi olarak denetlenmektedir. Belgeyi almak isteyen işletmeler 14 başlık altında 45 kriteri yerine getirmekle yükümlüdür (Çetinoğlu & Ünlüönen, 2020). Turuncu Bayrak belgesine sahip olan işletmeler ‘Gıda Dostu’ olarak adlandırılmaktadır. Turizm işletmeleri gibi hastane, askeriye, toplu beslenme gibi işletmelerinde bu belgeyi tanınmasının yaygınlaştırılması hedeflenmektedir. Söz konusu belge tüketicilerin de bilinçlendirilmesini hedeflemektedir. Şu an ülkemizde bir alışveriş merkezi ve 15 turizm işletmesinin bu belgeye katılım sağladığı ülke genelinde yayılması için çalışmalar yapıldığı belirtilmektedir (Büyüksalvarcı ve ark., 2021).

2. YÖNTEM

Çalışmanın amacı, yeşil restoran, sıfır atık ve turuncu bayrak gibi sürdürülebilirlik uygulamalarının gıda işletmelerinde uygulanma durumunu ortaya çıkarmaktır. Söz konusu hedefi gerçekleştirebilmek amacıyla konuya yönelik ulusal alanyazın taranmıştır. Alanyazın taraması, ilgili konuya yönelik bilgileri derleme, problemin önemini ortaya çıkarma ve konuya yönelik daha önce yapılmış çalışmalardan elde edilen bulguları ilişkilendirme gibi çeşitli amaçlarla gerçekleştirilmektedir (Büyükoztürk ve ark., 2012: 45). Çalışma kapsamında yapılan alanyazın taraması 2024 Mart-2024 Temmuz tarihleri arasında yapılmıştır. Tarama sürecinde, Google Akademi ve Osmaniye Korkut Ata

Üniversitesi Kütüphanesinde bulunan veri tabanlarına; “Sürdürülebilirlik, sürdürülebilirlik ve gastronomi, sıfır atık, sıfır atık uygulaması, atık gıda, atık yönetimi, israf, turuncu bayrak uygulaması, yeşil mutfak ve yeşil restoran” gibi anahtar kelimeler yazılarak ilgili alanyazına ulaşılmaya çalışılmıştır. Tarama dönemi sonunda, Yeşil Restoran uygulamalarını ele alan 12 çalışma (Çetinoğlu ve ark., 2017; Kurnaz & Özdoğan, 2018; Yazıcıoğlu & Aydın, 2018; Akar Şahingöz & Güleç, 2019; İpar ve ark., 2020; Kızılcık & Akyürek, 2021; Kirazcı, 2021; Hilaloğulları ve ark., 2022; Güleç & Ünlüöner, 2022; Çokadar & Işık, 2023; Keşkekci & Gençer, 2023; Karaman, 2024), Turuncu Bayrak projesini ele alan üç çalışma (Çetinoğlu & Ünlüöner, 2020; Büyüksalvarcı ve ark., 2021; Sezgin & Ateş, 2023) ve Sıfır Atık projesini ele alan yedi çalışma (Büyükkol & Bedük, 2020; Kılınç Şahin, 2021; Ademoğlu, 2022; Aydın ve ark., 2023; Ünal, 2023; Sabancı & Onur, 2024; Turan & Türkay, 2024) incelenmiş olup toplamda 22 çalışmaya yer verilmiştir. İlgili tarama ile işletmelerin sürdürülebilirlik uygulamalarından daha çok hangisini uyguladığı, söz konusu uygulamaların işletmelere yönelik avantaj ve dezavantajlarının neler olduğu daha önceki çalışma bulguları ile ele alınıp incelenmiş ve kategorize edilerek aktarılmıştır.

3. BULGULAR

Tablo 1 incelendiğinde Türkiye’de birçok sürdürülebilirlik faaliyetlerinin uygulandığı görülmektedir. İncelenen çalışmalar anahtar kelimeleri ve konusal yapıları ele alınarak Yeşil Restoran/Mutfak Uygulamaları, Turuncu Bayrak Uygulamaları ve Sıfır Atık ve Atık Yönetimine Yönelik Çalışmalar olarak incelenmiş ve bulguları sunulmuştur.

Tablo 1. Türkiye’de Sürdürülebilirlik Faaliyetlerinin Değerlendirildiği Çalışmalar

Çalışmanın Yazarı / Çalışma Yılı	Çalışmanın Amacı	Çalışmada Kullanılan Anahtar Kelimeler
Çetinoğlu ve ark., (2017)	Yeşil restoranların Türkiye’de yayıla bilinmesini sağlamak amacıyla Akçakoca’da uygunluğunun ölçülmesi	Sürdürülebilir Turizm, Yeşil Nesil Restoran
Kurnaz & Özdoğan, (2018)	İstanbul’da bulunan restoranların yeşil uygulamalarının incelenmesi	Yeşil Restoranlar, Yeşil Restoran Uygulamaları
Yazıcıoğlu & Aydın, (2018)	Türkiye’de bulunan yeşil nesil restoran projesi kapsamında uygulamaya üye olan işletmelerin motivasyon kaynaklarının, görüş ve yaşadıkları sıkıntılarının incelenmesi	Yeşil restoran Uygulamaları, Maliyet kaygısı, Sosyal baskı ve müşteri talebi, İstanbul, Nitel araştırma
Akar Şahingöz & Güleç, (2019)	La Mancha Restoran’ın sürdürülebilirlik uygulamalarının incelenmesi	Sürdürülebilirlik, Yeşil Nesil Restorancılık, La Mancha Restoran
İpar ve ark., (2020)	İstanbul’da bulunan yeşil restoranların Tripadvisor uygulaması üzerinden müşteri yorumlarının incelenmesi	Yiyecek İçecek İşletmeleri, Müşteri Yorumları, İçerik Analizi, Yeşil Nesil Restoran, Tripadvisor.
Çetinoğlu & Ünlüöner, (2020)	Turuncu Bayrak uygulamasının oteller üzerinden israfı önleme ve işletme katkı payının incelenmesi ve değerlendirilmesi	İsraf, Gıda İsrafı, Turuncu Bayrak
Büyükkol & Bedük, (2020)	Antalya ilinde bulunan 5 yıldızlı otel işletmelerinin Sıfır Atık Projesi uygulamalarının incelenmesi	Antalya, Beş Yıldızlı Otel İşletmeleri, Sıfır Atık Projesi
Kılınç Şahin, (2021)	5 yıldızlı otel işletmelerin ortaya çıkan gıda israfının boyutunun incelenmesi	Atıklar, gıda atık yönetimi, otel işletmeleri, gıda atık hiyerarşisi, geri dönüşüm
Kızılcık & Akyürek, (2021)	Türkiye, İspanya, İtalya ve Fransa’da bulunan yeşil restoranların çevrimiçi uygulamalardan yorumlarının incelenmesi	Yeşil restoranlar, Tüketiciler, Hizmet alımları, Çevrimiçi yorumlar
Kirazcı, (2021)	İstanbul’da bulunan yeşil restoranların sürdürülebilir turizme katkılarının değerlendirilmesi	Yeşil Nesil Restoran, Sürdürülebilir Turizm, Sürdürülebilir Yiyecek İçecek İşletmesi.
Büyüksalvarcı ve ark., (2021)	Konya ilinde bulunan 5 yıldızlı otellerde turuncu bayrak uygulamasının bilinirliğinin ölçülmesi	Turuncu Bayrak, gıda israfı
Hilaloğulları ve ark., (2022)	Yeşil restoran uygulamalarının müşterilerinin memnuniyetinin ölçmek ve davranışsal niyetlerinin etkilerinin ölçülmesi	Yeşil nesil restoran, Müşteri memnuniyeti, Davranışsal niyet İstanbul
Güleç & Ünlüöner, (2022)	Ankara’da bulunan yeşil restoranlarının faaliyetlerinin yöneticiler gözünden incelenmesi	Yeşil otel, Yeşil restoran, Çevreye duyarlı mutfak, atık yönetimi, Sürdürülebilir gıda

Çalışmanın Yazarı / Çalışma Yılı	Çalışmanın Amacı	Çalışmada Kullanılan Anahtar Kelimeler
Âdemoğlu, (2022)	Alanyazma sürdürülebilirlik, atık yönetimi gibi uygulamalar ile israf ve atık oluşumu bilinç düzeyinin artırılması amaçlanmıştır.	Atık yönetimi, sürdürülebilirlik
Aydın ve ark., (2023)	Çanakkale’de bulunan restoran işletmelerinin sürdürülebilirlik faaliyetlerinin incelenmesi	Yiyecek İçecek İşletmeleri, Tedarik Zinciri, Sürdürülebilir Tedarik Zinciri Yönetimi, Çanakkale
Ünal, (2023)	Gıda atıklarından şerbet üretimi denemesi	Şerbet, Atık gıda, Sürdürülebilirlik, Gastronomi
Çokadar & Işık, (2023)	Gaziantep’te bulunan otel işletmelerinde yeşil restoran uygulamalarının ve personel eksiklerinin tespit edilmesi	Yeşil mutfak, Yiyecek içecek işletmeleri, Anket, Gaziantep
Keşkekci & Gençer, (2023)	Sürdürülebilirlik uygulamalarının yeşil restoranlar üzerinden literatür incelemesi	Sürdürülebilirlik, Yeşil Restoran, Çevre Dostu Üretim
Sezgin & Ateş, (2023)	Gıda dostu turuncu bayrak uygulamasının detaylandırılması	Sürdürülebilirlik, Gıda israfı, Otel işletmeleri, Gıda Dostu Turuncu Bayrak
Karaman, (2024)	Tüketim bencilliğinin yeşil restoran ve karbon ayak izi farkındalığına etkilerinin incelenmesi	Tüketim Bencilliği, Ekolojik Ayak İzi, Tüketici Tercihi, Yeşil Restoran
Sabancı & Onur, (2024)	İstanbul’da bulunan yeşil yıldızlı otel işletmelerin atık yönetimi faaliyetlerinin incelenmesi	Atık gıda uygulamaları, Yeşil yıldızlı oteller, Sürdürülebilir gastronomi
Turan & Türkay, (2024)	Otel işletmelerinde gıda atıklarının oluşumunu önleyici faaliyetlerinin incelenmesi	Gıda Atığı, Atık Yönetimi, Sürdürülebilir Mutfak, Otel İşletmeleri, Trabzon

3.1. Yeşil Restoran/Mutfak Uygulamalarına Yönelik Çalışma Bulguları

Ulusal alanyazın incelendiğinde, yeşil restoran/mutfak uygulamasının birçok araştırmacı tarafından incelendiği görülmektedir. Bunlar genel olarak; Çetinoğlu & Mesci, (2017); Kurnaz & Özdoğan, (2018); Yazıcıoğlu & Aydın, (2018); Akar Şahingöz & Güleç, (2019); İpar ve ark., (2020); Kızılcık & Akyürek, (2021); Kirazcı, (2021); Hilaloğulları ve ark., (2022); Güleç & Ünlüönen, (2022); Çokadar & Işık, (2023); Keşkekci & Gençer, (2023) ve Karaman (2024) şeklinde sıralanmaktadır.

Çetinoğlu & Mesci (2017) çalışmalarında, Akçakoca’da yeşil restoranların uygulanabilirliğini incelemişlerdir. Bu kapsamda, Akçakoca’da faaliyet gösteren bir yiyecek içecek işletmesini analiz birimi olarak belirlemişlerdir. Çalışma sonucunda, işletmenin yeşil restoran hareketlerine yönelik uygulamalar konusunda maliyet açısından zorlanacağı, söz konusu uygulamayı mevcut müşteri profiline pek tercih etmeyeceğini ve bu nedenle uygulanabilirliğinin zor olduğunu tespit etmişlerdir. Ayrıca çalışma kapsamında, işletmenin yaptıkları gıda atık ayrıştırılmalarında yeterli destek görmediklerini ve bu konuda devlet desteğinin olması gerektiğini vurgulamışlardır.

Kurnaz & Özdoğan (2018) çalışmalarında, İstanbul’da bulunan restoranlardaki yeşil uygulamaların nasıl yürütüldüğü ve bu kapsamda restoranlarda neler yapıldığını araştırmışlardır. Çalışma sonucunda, su tasarruflu sistemlerin tüm restoranlarda kullanıldığı, enerjinin ise en çok mutfak ekipmanları kapsamında harcandığı tespit edilmiştir. Ayrıca işletmelerin kiralık dükkânlarda ve çok katlı binalarda hizmet vermesinin bazı sürdürülebilirlik hareketlerini uygulamalarında engel teşkil ettiği belirtilmiştir.

Yazıcıoğlu & Aydın (2018) çalışmalarında, yeşil restoran uygulamalarına ilişkin uygulama süreçlerinin ve karşılaşılan engellerin ortaya çıkarılmasını amaçlamışlardır. Çalışma sonucunda, yeşil nesil restoran hareketi çerçevesinde yapılan çevreci uygulama ve faaliyetlerin; enerji ve su tasarrufu, atık yönetimi, kimyasal azaltımı, sürdürülebilir gıda ve yapı tasarımı, restoranın yapısı, ihtiyaçları ve gereklilikleri doğrultusunda değişim gösterebileceği tespit edilmiştir. Ayrıca restoranların yeşil uygulamaları bünyelerine katlamalarını zorlaştıran en önemli kısıtın ise maliyet kaybı olduğu saptanmıştır.

Akar Şahingöz & Güleç (2019) La Mancha Restoran ile yapmış oldukları örnek olay çalışmasında, söz konusu işletmenin uyguladığı sürdürülebilirlik çalışmalarını gözlemlemişlerdir. Çalışma sonucunda, işletmenin sürdürülebilirlik adına atık cam şişelerden bardak yapılması, çöplerin ayrıştırılması ve tek kullanımlık ürünlerin kullanılmaması gibi farklı uygulamalar gerçekleştirdiği ortaya çıkarılmıştır. Ayrıca, çalışma sonucunda, sürdürülebilir restoran hareketine yönelik restoran yöneticileri tarafından beklenen ilgi gösterilmediği için restoranlarda bu hareketin pek yayılmadığı,

işletmenin yeşil mutfak olmasının müşteriler tarafından da tam olarak karşılık görmediği tespit edilmiştir.

İpar ve arkadaşları (2020) çalışmalarında, İstanbul'da yer alan yeşil nesil restoranlara yönelik Tripadvisor.com üzerinde yapılan müşteri yorumlarını incelemişlerdir. Çalışma sonucunda, müşterilerin yeşil nesil restoran uygulamalarını değerlendirme unsuru olarak görmediği, yaptıkları yorumlarda aldıkları hizmetin lezzeti, kalitesi ve ambiyansı üzerine yoğunlaştığı tespit edilmiştir. Ayrıca, yeşil nesil restoran hareketinin yeterli önemi görmediği ve tüketici bilgi düzeyinin yetersiz olduğu belirtilmiştir.

Kızılcık & Akyürek (2021) çalışmalarında, Akdeniz ülkelerinde (Türkiye, İspanya, İtalya ve Fransa) bulunan yeşil restoranların online platformlarında müşteriler tarafından yapılan yorumları incelenmiştir. Toplamda 600 yorumun incelendiği çalışma sonucunda, hemen hemen tüm müşterilerin işletmelerin yeşil restoran olma özelliklerini önemsemediği ve sürdürülebilirlik uygulamalarına yönelik değerlendirmeleri dikkate almadığı tespit edilmiştir.

Kirazcı (2021) çalışmasında, yeşil restoranlardaki işletme yöneticilerinin yeşil mutfak uygulamalarına yönelik bakış açısını incelemeyi amaçlamıştır. Çalışma sonucunda, yöneticiler yeşil mutfak uygulamalarının işletmeler tarafından gerçekleştirilememesi nedeniyle maddi destek eksikliği olduğunu belirtmişlerdir.

Hilaloğulları ve arkadaşları (2022) çalışmalarında, İstanbul ilindeki yeşil nesil restoranların müşterilerin memnuniyetlerini ve davranışsal niyetleri üzerindeki etkisini incelemişlerdir. Çalışma sonucunda, yeşil nesil restoran uygulama ve faaliyetlerinin; enerji verimliliği, sürdürülebilir yapı ve malzeme, su tasarrufu ve atık yönetimi ve tek kullanımlıklar şeklinde boyutlandırıldığı tespit edilmiştir. Ayrıca yeşil restoranlarda sağlanan müşteri memnuniyetinin tekrar ziyaret niyeti üzerinde etkisi olduğu saptanmıştır.

Güleç & Ünlüöner (2022) çalışmalarında, Ankara'da faaliyet gösteren toplamda 14 yeşil otel restoranında sürdürülebilirlik faaliyetlerini mutfak yöneticileri gözünden değerlendirmeyi amaçlamışlardır. Bu kapsamda, yeşil otel mutfaklarında çevreye duyarlı uygulamalardan olan atık yönetimi, sürdürülebilir gıda, su ve çevreye duyarlılık gibi konular incelenmiştir. Çalışma sonucunda, otel mutfaklarında en çok atık oluşumunun sebze ve meyve hazırlık aşamasında olduğu; aynı zamanda çalışan personelin yetersiz olmasından kaynaklı açık büfelerin çok fazla israf oluşumuna neden olduğu tespit edilmiştir.

Çokadar & Işık (2023) çalışmalarında, Gaziantep ilinde bulunan üç, dört ve beş yıldızlı otellerde yeşil mutfak uygulamalarının uygulanabilirliğini incelenmiştir. Çalışma sonucunda, otellerdeki uygulamalar; mutfakta israfı önlemeye yönelik uygulamalar, mutfakta eko etiketli araçların kullanımı, işletmelerin çevresel tutum ve davranışları, işletmelerin çevre dostu uygulamaları, işletmelerde yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımı olmak üzere beş boyut tespit edilmiştir. İşletmelerin yeşil mutfak uygulamaları konusunda daha çok bilgi sahibi olmaları ve maddi destekler ile devletin teşvikte bulunmasının gerekliliği vurgulanmıştır.

Keşkekci & Genç (2023) çalışmalarında, sürdürülebilir yeşil restoran uygulamalarını literatür taraması yöntemi ile incelemişlerdir. Çalışma sonucunda, işletmelerin yeşil restoran ve sürdürülebilirlik uygulamalarına sadece gıda atığı olarak bakmamaları gerektiği; bunun dışında su kullanımı, yenilenebilir enerji ve akıllı ampuller gibi unsurlara da özellikle dikkat etmeleri gerektiğini vurgulamışlardır.

Karaman (2024) çalışmasında, tüketim bencilliğinin ekolojik ayak izi farkındalığına ve yeşil restoran tercihlerine etkisini tespit etmeyi amaçlamıştır. Çalışma sonucunda, tüketicilerin çevreye karşı sorumluluk sahibi olunması gerektiğinin farkında olmalarına rağmen cazip tüketim alışkanlıklarından kendilerini uzaklaştıramadıklarını ve karbon ayak izini çoğaltmaya devam ettiklerini saptamıştır. Tüketim bencilliğinin yeşil restoran tercihleri üzerinde de olumsuz yönde; ekolojik ayak izi farkındalığının ise yeşil restoran tercihleri üzerinde olumlu yönde anlamlı etkisinin bulunduğunu tespit etmiştir.

3.2. Turuncu Bayrak Uygulamalarına Yönelik Çalışma Bulguları

Ulusal alanyazın incelendiğinde, turuncu bayrak uygulamasına yönelik araştırmaların oldukça kısıtlı olduğu görülmektedir. Bu çalışmalar; Çetinoğlu & Ünlüöner, (2020); Büyükşalvarcı ve ark., (2021) ve Sezgin & Ateş, (2023) şeklinde sıralanmaktadır.

Çetinoğlu & Ünlüöner (2020) çalışmalarında, turuncu bayrak uygulamasının gıda israfı konusundaki etkisini ve otellere sağladığı yararları ortaya çıkarmayı amaçlamışlardır. Çalışma sonucunda, turuncu bayrak uygulamasına sahip otellerin israfı büyük ölçüde önlediği ve israfın önlenmesini önemli bulan müşterilerin tercihlerini etkilediklerini tespit etmişlerdir.

Büyükşalvarcı ve arkadaşları (2021) çalışmalarında, turuncu bayrak uygulamasının bilinirliğini ölçmek amacıyla Konya'da bulunan beş otel yöneticisi ile görüşme gerçekleştirmişlerdir. Çalışma sonucunda, turuncu bayrak uygulamasının işletmeler açısından uygulanabilir ve yararlı bir proje olduğunu; ancak bu konuda devlet desteğinin ve müşteri bilgi düzeyinin artırılması gerektiğini tespit etmişlerdir.

Sezgin & Ateş (2023) çalışmalarında, Türkiye'de gıda israfını önlemeye yönelik gerçekleştirilen çalışmaları ve Turuncu Bayrak platformunun faaliyetlerini araştırmayı amaçlamıştır. Çalışma sonucunda, turuncu bayrak uygulamasının israf sorununa çözüm bulmasının yanı sıra; çocuklar ve yetişkinlerde israfa yönelik farkındalık oluşturduğu ve işletmelerin gıda ve çevre dostu ürün kullanımı ile prestij kazanmalarına katkı sunduğu tespit edilmiştir.

3.3. Sıfır Atık ve Atık Yönetimine Yönelik Çalışma Bulguları

Ulusal alanyazın incelendiğinde, sıfır atık ve sıfır atık yönetimi uygulamasına yönelik olarak birçok araştırmacı tarafından incelemeler yapıldığı görülmektedir. Bunlar genel olarak; Büyükkol & Bedük, (2020); Kılınç Şahin, (2021); Ademoğlu, (2022); Aydın ve ark., (2023); Ünal, (2023); Sabancı & Onur, (2024) ve Turan & Türkay, (2024) şeklinde sıralanmaktadır.

Büyükkol & Bedük (2020) çalışmalarında, Antalya'da bulunan 23 adet beş yıldızlı otel işletmelerinde sıfır atık projesinin uygulanabilirliğini araştırmışlardır. Çalışma sonucunda, otellerin sıfır atık ve atık yönetimi faaliyetlerini %84 oranında karşılayabildikleri ve kendi tesisleri bünyesinde bir prosedür oluşturarak gıda kazanımını oluşturabilecekleri tespit edilmiştir.

Kılınç Şahin (2021) çalışmasında, gıda atıklarının yoğun olarak gerçekleştiği otel işletmeleri için bir atık yönetim modeli oluşturmaya çalışmıştır. Çalışma sonucunda, önerdiği model doğrultusunda otel işletmelerinin kendi organik atıklarından biyogaz ve kompost elde edebileceğini; bu sayede biyogazı otelin mutfağında yemeklerin pişirilmesi, otelin elektrik ihtiyacının giderilmesi ve suyun ısıtılması gibi temel enerji kaynağı biçiminde kullanmasının mümkün olacağını belirtmiştir.

Ademoğlu (2022) gıda atıklarının çıkış noktalarına odaklandığı çalışmasında, gıda atıklarının en çok evlerde ve yiyecek işletmelerinde çıktığını tespit etmiş olup; bireysel bilinçlenmenin israf yönetimi için oldukça önemli olduğunu vurgulamıştır.

Aydın ve arkadaşları (2023) çalışmalarında, Çanakkale ilinde bulunan yiyecek içecek işletmelerinin sürdürülebilir uygulamalarını incelemeyi amaçlamışlardır. Çalışma sonucunda, işletmelerin atık dönüşümüne önem verdiği, karbon ayak izini azaltıcı (kısa tedarik zinciri, yerel üretim, mevsimsellik, vb.) faaliyetlerde bulunduğu tespit edilmiştir. Ancak söz konusu faaliyetleri sürdürülebilirliğe katkı sağlamak için değil de yerel ekonomiye destek ve maliyetlerini düşürme amacı ile yaptıkları vurgulanmıştır.

Ünal (2023) çalışmasında, gıda atıkları için geri dönüşüm olarak bir şerbet üretimi gerçekleştirerek gıda ürünlerinin (salatalık, bal kabağı ve mor havuç) kullanılmayan kabuk, komposto gibi kısımları ile gıda atığı sorununa farklı bir yaklaşımda bulunmuştur. Çalışma sonucunda, bu ürünler ile oluşturulan şerbetlerin duyu analizi sonucunda beğenilmesi ile tüketilebilir olduğu ve üretimlerinin uygulanabilir olduğu tespit edilmiştir.

Sabancı & Onur (2024) çalışmalarında, İstanbul'da bulunan yeşil restoran uygulamalarında atık yönetimi çalışmalarını incelemişlerdir. Çalışma sonucunda, yeşil yıldızlı otellerin atık gıda uygulamalarının; geri dönüşüm, alternatif uygulamalar, ürünü dönüştürme, tekrar kullanma ve imha etme olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca, işletmelerin personel eğitimi konusunda yetersiz kaldığını ve ürün porsiyonlaması yapılmadığı için müşterilerin çok fazla atık çıkarttığını belirtmişlerdir.

Turan & Türkay (2024) çalışmalarında, Trabzon'da yer alan dört ve beş yıldızlı otel işletmelerinde ortaya çıkan gıda atıklarını tespit etmeyi bu atıkları önlemeye/değerlendirmeye yönelik mevcut uygulamaları incelemeyi amaçlamışlardır. Çalışma sonucunda, otel işletmelerinde atığın en fazla servis sonrası aşamada ortaya çıktığını saptamışlardır. Ayrıca, üretim sırasında en çok atığın sebze kaynaklı olduğu tespit edilmiştir. Otel işletmelerinde gıda atıklarını en az seviyeye indirebilmek amacıyla tüm departmanların iş birliği ve koordinasyon içerisinde çalışması gerektiği vurgulanmıştır.

4. SONUÇLAR, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Toplanan veriler incelendiğinde, yapılan uygulamaların sürdürülebilirlik adına faydalarının olduğu ancak işletmelerin ve tüketicilerin uygulamalara karşı taleplerinin yeterli olmadığı görülmektedir. İşverenler ve iş görenler sıfır atık, yeşil restoran ve turuncu bayrak gibi uygulamaların gerçekleştirilme sürecinde devlet desteğinin olmamasını bir dezavantaj olarak görmektedirler. İşletme sahipleri kısmi olarak gerçekleştirdikleri atık yönetimi uygulamalarından atık gıda, plastik ayrıştırma, artan yemeklerin sokak hayvanlarına verilmesi ve atık yağların biriktirilmesi gibi uygulamalarda sıkıntı yaşadıklarını ve bu konularda belediyelerden destek beklediklerini belirtmişlerdir. Ayrıca uygulanan çalışmalar hakkında birçok müşterinin bilgi sahibi olmadığı da tespit edilmiştir. Bu durum işletmelerin uygulamalarının müşteri beklentisinde olmadığını veya bu uygulamalar için doğru müşteri profiline sahip olmadıklarını düşündürmektedir. Ancak bilgi sahibi olan müşteriler ise yeşil restoran gibi sürdürülebilirlik uygulamalarına yönelik memnuniyet düzeylerinin yüksek olduğunu belirtmişlerdir. Bu sonuç Sabancı & Onur (2024) tarafından gerçekleştirilen çalışma ile benzerlik göstermektedir. Çalışma kapsamında birtakım öneriler sunulabilir. Bunlardan ilki, işletmelerin sürdürülebilirlik faaliyetlerinde devlet desteği oluşturulması ve işletmelere sürdürülebilirlik faaliyetleri sonucunda teşvik edici ödüllendirmelerin uygulanmasıdır. Atık toplama ve ayrıştırma gibi alanlar belli standartlar ile kontrol edilerek devlet tarafından geri dönüşümü sağlanabilir. Ayrıca devlet kontrolü ile atık oluşturucu üretim kaynaklarına (plastik şişe, tek kullanımlık ürünler, vb.) yönelik bazı sınırlamalar getirilerek bunların kullanımının minimum düzeyde tutulması zorunlu hale getirilebilir. Sürdürülebilir uygulamalar konusunda eğitim oldukça önemli bir konudur. Bu kapsamda, işveren ve iş görenlerin sürdürülebilirlik konusunda eğitim ve farkındalık düzeylerini artırıcı uygulamalar yapılabilir. Aynı zamanda söz konusu eğitim müşterilere veya bireylere de verilerek sürdürülebilirlik bilincinin bireyler tarafından kazanılması sağlanabilir ve bu konuda bilgi düzeyleri zenginleştirilebilir. Bilgi düzeyinin artırılması gerektiğinin farklı çalışmalarda da vurgulandığı ve ortak bir sonuç değerlendirmesi olduğu görülmektedir (Büyükşalvarcı ve ark., 2021; Ademoğlu, 2022; Çokadar & Işık, 2023). Atık yönetimi konusunda işletmelerin tedarik zincirlerinde en kısa ulaşım yollarının oluşturulması ve yerel ekonomik kalkınmanın desteklenmesi sağlanabilir.

Çalışmanın bazı sınırlıkları mevcuttur. Öncelikle çalışma, gıda işletmelerindeki sürdürülebilirlik uygulamalarından sadece yeşil restoran, turuncu bayrak ve atık yönetimi uygulamalarını ele alarak incelemiştir. İleride yapılacak olan çalışmalarda gıda işletmelerindeki uygulanan diğer sürdürülebilirlik uygulamalarına da yer verilebilir ve sürdürülebilirlik uygulamalarına daha geniş açıdan bakılmasını sağlayabilir. Bir diğer sınırlılık ise, gıda işletmelerinde uygulanan sürdürülebilirlik uygulamalarının ortaya çıkarılması için sadece ulusal alanyazındaki çalışmalar incelenmiş ve derlenmiştir. İleride gerçekleştirilecek olan çalışmalarda uluslararası alan yazının da incelenmesi durumun ulusal ve uluslararası düzeydeki benzerlik veya farklılıklarının ortaya çıkarılması açısından faydalı olabilir. Son olarak, çalışmanın kavramsal olarak alanyazın incelemesi kapsamında yapılması ampirik sonuçların ortaya çıkamaması noktasında önemli bir kısıttır. Bu nedenle, ileride gerçekleştirilecek olan çalışmalarda, gıda işletmelerindeki sürdürülebilirlik uygulamaları ampirik olarak araştırılabilir ve elde edilecek olan sonuçlar daha zengin verilere

ulaşılmasını sağlayabilir.

Destek Bilgisi: Çalışmanın hazırlanma sürecinde herhangi bir kişi, kurum veya kuruluştan aynı veya nakdi bir yardım/destek alınmamıştır.

Çıkar Çatışması: Yazarların ilgili çalışmalardan herhangi bir çıkar çatışması veya kazancı yoktur.

Yazar Katkı Oranı: Yazar listesinde yer alan yazarların veya araştırmacıların çalışmaya katkı düzeyleri eşit orandadır.

Etik Onayı: Çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara riayet edildiğini yazar(lar) veya araştırmacı(lar) beyan etmelidirler. Aksi bir durumun tespiti halinde **International Journal Of Tourism And Destination Studies** hiçbir sorumluluğu üstlenmemektedir ve sürece ilişkin hukuki sorumluluklar ve yaptırımlar çalışmanın yazarlarına aittir. Yazarlar tarafından çalışmanın tüm hazırlık süreçlerinde etik kurallara uyulmuştur.

Etik Kurul Onayı: Bu çalışmada kullanılmış olan verilerin toplanabilmesi için etik kurul iznine gerek duyulmamıştır.

5. KAYNAKÇA

- Ademoğlu, A. (2022).** Atık Gıda Yönetimi ve Sürdürülebilirlik. (Edt.: Oğan, Y.). İçinde: Gastronomi Araştırmaları. Konya: Çizgi Kitabevi.
- Akar Şahingöz, S. & Güleç, E. (2019).** Restoran Mutfaklarında Yeşil Nesil Restoran Hareketi: “La Mancha Restoran” Örneği. *Journal of Tourism Theory and Research*, 5(2), 292-300.
- Akay, E. & Yılmaz, İ. (2022).** Zincir Yiyecek İçecek İşletmelerinde Sürdürülebilirlik Uygulamaları. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 7(1), 211-223.
- Akanmu, M. D., Bahaudin, A. Y. B. & Jamaludin, R. (2017).** A Partial Least Square Structural Equation Modelling Preliminary Analysis on Total Quality Management Elements and Environmental Regulation and Policy Influencing Organisational Performance in the Food and Beverage Companies of Malaysia. *International Journal of Productivity and Quality Management*, 22(1), 60-81.
- Aslan, E. (2022).** İstanbul'da Bulunan Bağımsız Restoranların Sürdürülebilir Gastronomi Açısından İncelenmesi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Gelişim Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Apak, Ö. C. & Gürbüz, A. (2022).** Sürdürülebilir Restoran İşletmeciliği Uygulamaları Üzerine Bir İçerik Analizi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 194-209.
- Atzori, R., Shapoval, V. & Murphy, K. S. (2018).** Measuring Generation Y Consumers' Perceptions of Green Practices at Starbucks: An IPA Analysis. *Journal of Foodservice Business Research*, 21(1), 1-21.
- Aydın, G., Sünnetçiöğlü, A. & Özkök, F. (2023).** Yiyecek İçecek İşletmelerinin Tedarik Zincirlerinin Sürdürülebilirlik Bakış Açısı ile Değerlendirilmesi: Çanakkale İli Örneği. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(3), 530-553.
- Büyükkol, M. & Bedük, F. (2020).** Antalya'da Faaliyet Gösteren Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde “Sıfır Atık Projesi”nin Uygulanabilirliği. *Uludağ Üniversitesi Mühendislik Fakültesi Dergisi*, 25(1), 529-538.
- Büyüköztürk, Ş., Kılıç Çakmak, E., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş. & Demirel, F. (2012).** Bilimsel Araştırma Yöntemleri. Ankara: Pegem Akademi.
- Büyükşalvarcı, A., Yetiş, Z. & Taştan, D. (2021).** Turuncu Bayrak Uygulamasının Otel İşletmelerinde Uygulanabilirliği: Konya Örneği. (Edt.: Kaya, A., Yılmaz, M. & Yetimoğlu, S.). İçinde: Gastronomide Alternatif Yaklaşımlar. Konya: Necmettin Erbakan Üniversitesi Yayınları.

- Caniato, F., Caridi, M., Crippa, L. & Moretto, A. (2012).** Environmental Sustainability in Fashion Supply Chains: An Exploratory Case Based Research. *International Journal of Production Economics*, 135(2), 659-670.
- Chabowski, B. R., Mena, J. A. & Gonzalez-Padron, T. L. (2011).** The Structure of Sustainability Research in Marketing, 1958-2008: A Basis for Future Research Opportunities. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 39, 55-70.
- Chaturvedi, P., Kulshreshtha, K., Tripathi, V. & Agnihotri, D. (2022).** Investigating the Impact of Restaurants' Sustainable Practices on Consumers' Satisfaction and Revisit Intentions: A Study on Leading Green Restaurants. *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, 16(1), 41-62.
- Chen, J., Sloan, P. & Legrand, W. (2010).** Sustainability in the Hospitality Industry. USA: Routledge.
- Çalık, E. (2021).** Türkiye'deki İmalat İşletmelerinin Sürdürülebilir İnovasyon Faaliyetleri. *Verimlilik Dergisi*, 3, 185-201.
- Çetin, H. C. (2022).** Zincir Restoran İşletmelerinde Gıda Atığı Yönetimi: İstanbul Örneği. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Çetinoğlu, D. & Mesci, Z. (2017).** Yeşil Nesil Restoranların Uygulanabilirliğine Yönelik Bir İnceleme: Akçakoca Örneği. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 4(Special Issue 1), 112-120.
- Çetinoğlu, D. & Ünlüönen, K. (2020).** Otel İşletmelerinde Gıda İsrafını Önlemeye Yönelik Turuncu Bayrak Uygulaması Üzerine Bir Araştırma. *Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi*, 3(5), 318-335.
- Çokadar, E. & Işık, N. (2023).** Yeşil Mutfak Uygulamaları: Gaziantep Örneği. *Journal of Travel and Tourism Research*, 23(23), 38-64.
- DiPietro, R. B., Cao, Y. & Partlow, C. (2013).** Green Practices in Upscale Food Service Operations: Customer Perceptions and Purchase Intentions. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 25(5), 779-796.
- Doğan, M. (2023).** Yeşil Mutfak, Sürdürülebilirlik ve Gastronomi. (Edt.: Saygı, Y. B. & Yılmaz, G.). İçinde: *Turizmin Gelişiminde Gastronomi Turizmi*. İstanbul: Eray Yayınları.
- Forster, A. (2013).** Sustainability: Best Practice in the Food Industry. *UW-L Journal of Undergraduate Research*, 16, 1-9.
- Glasgo, B., Azevedo, I. L. & Hendrickson, C. (2016).** How Much Electricity Can We Save By Using Direct Current Circuits in Homes? Understanding the Potential for Electricity Savings and Assessing Feasibility of A Transition Towards DC Powered Buildings. *Applied Energy*, 180, 66-75.
- Goodland, R. (2002).** Sustainability: Human, Social, Economic and Environmental. (Edt.: Munn, T.). In: *Encyclopedia of Global Environmental Change*. USA: John Wiley&Sons.
- Güleç, H. & Ünlüönen, K. (2022).** Çevreye Duyarlı Mutfak Uygulamaları: Ankara Yeşil Otel Restoranları Örneği. *Turizm ve Gastronomi Çalışmaları Dergisi*, 10(2), 1226-1251.
- Gün, S. & Kılıç, G. (2022).** Eko Gastronomi ve Sürdürülebilir Gastronomi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 10(2), 234 -247.
- Hilaloğulları, M., Akdağ, G. & Üzülmmez, M. (2022).** Yeşil Restoran Uygulamalarının Müşterilerin Memnuniyetleri ve Davranışsal Niyetleri Üzerindeki Etkisi: İstanbul İlinde Bir Uygulama. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 10(3), 2237-2255.
- İpar, M. S., Babaç, E. & Kök, A. (2020).** Yeşil Nesil Restoranlara Yönelik Müşteri Yorumlarının

İçerik Analizi ile Değerlendirilmesi. *Journal of Gastronomy Hospitality and Travel*, 3(2), 260-269.

- Jang, Y. J., Kim, W. G. & Bonn, M. A. (2011).** Generation Y Consumers Selection Attributes and Behavioral Intentions Concerning Green Restaurants. *International Journal of Hospitality Management*, 30(4), 803-811.
- Karaman, R. (2024).** Tüketim Bencilliğinin Ekolojik Ayak İzi Farkındalığına ve Tüketici Tercihlerine Etkisi: Yeşil Restoranlar Örneği. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Keşkekci, D. & Gençer, K. (2023).** Sürdürülebilirlik Kapsamında Yeşil Restoran Uygulamaları. *Journal of Silk Road Tourism Research*, 3(1), 17-25.
- Kılınc Şahin, S. (2021).** Otel İşletmelerinde Gıda Atıklarının Değerlendirilmesine Yönelik Model Önerisi. *Journal of Social and Humanities Sciences Research*, 8(66), 527-538.
- Kızılcık, O. & Akyürek, S. (2021).** Yeşil Restoranlarda Hizmet Alan Müşterilerin Memnuniyet ve Şikâyetlerinin İncelenmesi: Akdeniz Ülkelerinden Örnekler. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 24(46-1), 1415-1431.
- Kızıldemir, Ö. & Kaderoğlu, G. H. (2021).** Yiyecek İçecek İşletmelerindeki Menü Tasarımlarının Sürdürülebilirlik Kapsamında Değerlendirilmesi. *Journal of Tourism Intelligence and Smartness*, 4(2), 296-322.
- Kim, M. J. & Hall, C. M. (2021).** Do Value-Attitude-Behavior and Personality Affect Sustainability Crowdfunding Initiatives. *Journal of Environmental Management*, 280, 1-11.
- Kirazcı, T. Y. (2021).** Sürdürülebilir Turizm Açısından Yeşil Nesil Restoran Uygulamalarının İncelenmesi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Sakarya.
- Kolk, A. (2004).** A Decade of Sustainability Reporting: Developments and Significance. *International Journal of Environment and Sustainable Development*, 3(1), 51-64.
- Kurnaz, A. & Özdoğan, O. N. (2018).** İstanbul'da Yer Alan Restoranlardaki Yeşil Uygulamaların Değerlendirilmesi. *Journal of Management and Economics Research*, 16(1), 240-257.
- Lipinski, B., Hanson, C., Lomax, J., Kitinoja, L., Waite, R. & Searchinger, T. (2016).** Toward A Sustainable Food System Reducing Food Loss and Waste. *World Resource Institute*, June, 1-40.
- Moldan, B., Janousková, S. & Hak, T. (2012).** How to Understand and Measure Environmental Sustainability: Indicators and Targets. *Ecological Indicators*, 17, 4-13.
- Morelli, J. (2011).** Environmental Sustainability: A Definition for Environmental Professionals. *Journal of Environmental Sustainability*, 1(1), 1-10.
- Öksüz, M. (2023).** Yeşil Nesil Restoranlar ve Sürdürülebilir Restoranların Türkiye ve Dünya'daki Örneklerinin İncelenmesi. (Edt.: Güney, G. Ö.). İçinde: Ekonomi, Sürdürülebilir Kalkınma ve İşletme Alanında Akademik Çalışmalar. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Ören V. E. & Ören T. Ş. (2019).** Gastronomi Turizmi Kapsamında Sürdürülebilirlik: Ehem Köftesi Örneği. *Turkish Studies-Social Sciences*, 14(1), 151-162.
- Parris, T. & Kates, R. (2003).** Characterizing and Measuring Sustainable Development. *Annual Review of Environment and Resources*, 28(1), 559-586.
- Pekküçükşen, Ş. & Yiğit, Y. (2019).** Atık Yönetiminde İyi Uygulama Örneği: Yeşil Nesil Restoran Hareketi. *Turkish Studies-Economics, Finance, Politics*, 14(1), 121-139.
- Prasanna, S., Verma, P. & Bodh, S. (2024).** The Role of Food Industries in Sustainability

Transition: A Review. *Environment, Development and Sustainability*, 1-22.

- Rinaldi, C. (2017).** Food and Gastronomy for Sustainable Place Development: A Multidisciplinary Analysis of Different Theoretical Approaches. *Sustainability*, 9(10), 1748.
- Roodhuyzen, D. M. A., Luning, P. A., Fogliano, V. & Steenbekkers, L. P. A. (2017).** Putting Together the Puzzle of Consumer Food Waste: Towards An Integral Perspective. *Trends in Food Science and Technology*, 68, 37-50.
- Sabancı, A. E. & Onur, N. (2024).** Yeşil Yıldızlı Otellerin Atık Gıda Uygulamaları: İstanbul Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 12(1), 604-625.
- Sezgin, A. C. & Ateş, A. (2023).** Türkiye’de Gıda İsrafını Önleme Çalışmaları: Gıda Dostu Turuncu Bayrak Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 11(4), 3331-3357.
- Shiri N. & Jafari-Sadeghi V. (2022).** Corporate Social Responsibility and Green Behaviour: Towards Sustainable Food-Business Development. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 30(2), 605-620.
- Somlai, R. (2022).** Insights into Business Strategies for Reducing Food Waste in the Australian Food Industry. *Business Strategy Environment*, 32(6), 3151-3164.
- Taş, D. & Olum, E. (2020).** Yiyecek-İçecek Sektöründe Sürdürülebilirlik ve Yenilikçi Yaklaşımlar. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(3), 3082-3098.
- Tibon, M. V. P. (2012).** A Push Motivation Model of Filipino Youth Travel. *Journal of Modern Accounting and Auditing*, 8(9), 1392-1397
- Turan, F. & Türkay, O. (2024).** Otellerde Atık Gıda Yönetimi: Trabzon Örneği. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 13(2), 700-717.
- Ünal, D. C. (2023).** Sürdürülebilir Gastronomi Kapsamında Gıda Atıklarından Şerbet Üretimi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Gelişim Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Yazıcıoğlu, İ. & Aydın, A. (2018).** Yeşil Restoran Uygulamaları Üzerine Nitel Bir Araştırma: İstanbul Örneği. *Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 1, 55-79.
- Yiğit, Y. & Yiğit, E. A. (2023).** Gastronomi Alanında Gıda Atık Yönetimi ve Türkiye Açısından Önemi. *Turan: Stratejik Araştırmalar Merkezi*, 15(59), 223-230.

6. EXTENDED ABSTRACT

Gastronomy and food and beverage sectors are areas where the concept of sustainability gains more importance since they are sectors with high resource consumption and waste output (Jang et al., 2011). Within the scope of sustainability practices in our country, it is stated that food businesses and businesses in the tourism sector have achieved various benefits by realising sustainable practices in many areas from energy use to food waste. For example Akay & Yılmaz (2022) emphasise that the adoption of sustainable activities by chain restaurants will contribute to the recognition and acceleration of sustainability awareness and this will increase the preferability of the businesses. Aslan (2022) states that approximately 64% of independent restaurants carry out practices related to environmental protection within the scope of sustainability activities and that these practices will contribute to the recognition of the businesses. Therefore, although the place of sustainability in the food sector, which has gained importance in the world, has been addressed in many different studies (DiPietro et al., 2013; Forster, 2013; Akanmu et al., 2017; Atzori et al., 2018; Ören et al., 2019; Kızıldemir & Kaderoğlu, 2021; Chaturvedi et al., 2022; Shiri & Jafari-Sadeghi, 2022; Somlai, 2022; Prasanna et al., 2024), it is stated that studies on sustainable practices in these food businesses are not sufficient and should be subject to further research (Ünal, 2023).

The aim of the study is to reveal the implementation status of sustainability practices such as green restaurant, zero waste and orange flag in food businesses. In order to achieve this goal, the national

literature on the subject was reviewed. The literature review conducted within the scope of the study was conducted between 2024 March-2024 July. During the scanning process, Google Academy and Osmaniye Korkut Ata University Library databases; "sustainability, sustainability and gastronomy, zero waste, zero waste application, waste food, waste management, waste, waste, orange flag application, green kitchen and green restaurant" keywords were written and the relevant literature was tried to be reached. At the end of the review period, 12 studies on green restaurant practices, three studies on orange flag project, seven studies on zero waste project were analysed and a total of 22 studies were included. With the related review, which of the sustainability practices are applied more by the enterprises, what are the advantages and disadvantages of these practices for the enterprises have been examined and examined with the findings of previous studies.

When the collected data are analysed, it is seen that the practices have benefits for sustainability, but the demands of businesses and consumers for the practices are not sufficient. Employers and employees see the lack of state support in the realisation of practices such as zero waste and orange flag as a disadvantage. Business owners stated that they had difficulties in waste management practices such as waste food, plastic separation, giving leftover food to stray animals and collecting waste oils and that they expected support from municipalities on these issues. It has also been determined that many customers do not have information about the implemented studies. This situation suggests that the practices of the enterprises are not in customer expectations or that they do not have the right customer profile for these practices. However, it has been determined that the satisfaction level of customers who are informed about sustainability practices such a green restaurants is high. Some suggestions can be made within the scope of the study. The first of these is to create government support for the sustainability activities of the enterprises and to apply incentive rewards to the enterprises as a result of their sustainability activities. Areas such as waste collection and sorting can be controlled by certain standards and recycling can be provided by the state. In addition, some limitations can be imposed on waste-generating production sources (plastic bottles, disposable products, etc.) with government control and it can be made compulsory to minimise their use. Education on sustainable practices is a very important issue. In this context, practices that increase the level of education and awareness of employers and employees on sustainability can be implemented. At the same time, such training can also be provided to customers or individuals, so that sustainability awareness can be gained by individuals and their level of knowledge on this issue can be enriched.

The study has some limitations. Firstly, the study examined only green restaurant, orange flag and waste management practices among sustainability practices in food businesses. In future studies, other sustainability practices applied in food businesses can also be included and sustainability practices can be examined from a wider perspective. Another limitation is that only studies in the national literature have been examined and compiled to reveal the sustainability practices applied in food enterprises. In future studies, it may be useful to examine the international literature in order to reveal the similarities or differences of the situation at national and international level. Finally, the fact that the study was conducted conceptually within the scope of literature review is an important limitation in terms of not being able to reveal empirical results. Therefore, in future studies, sustainability practices in food businesses can be empirically investigated and the results to be obtained can provide richer data.