



## ARAŞTIRMA MAKALESİ

### **Gaziantep İlini Ziyaret Edenlerin Yiyecek ve İçecek İşletmelerinde Tercih Ettikleri Yöresel Ürünlerin Belirlenmesi**

Öğr. Gör. Esra DEMİRCİOĞLU, Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Gürün Meslek Yüksekokulu, Sivas, e-posta: [esra1demircioglu@gmail.com](mailto:esra1demircioglu@gmail.com)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0855-7084>

Dr. Öğr. Üyesi Neşe KAFA, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Gökçeada Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Çanakkale, e-posta: [nesekafa@comu.edu.tr](mailto:nesekafa@comu.edu.tr)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4153-5533>

## **Öz**

Küreselleşen dünyada turistler farklılık arayışına girerek destinasyonların mutfak kültürüne de ilgi göstermeye başlamışlardır. Gastronomi turizmi denildiğinde akla ilk gelen kentlerin başında olan Gaziantep ili, coğrafi olarak tarihi ticaret yollarında bulunması ve aynı zamanda birçok medeniyete ev sahipliği yapmasından dolayı mutfağı oldukça zengin ve lezzet yelpazesi geniştir. Yöresel ürünlerinde birçok kültürün izlerini taşımaktadır. Bu çalışmada Gaziantep'i ziyaret eden kişilerin gittikleri restoranlarda tercih ettikleri ürünlerin neler olduğu hakkında bilgi edinilmesi amaçlanmaktadır. Veri toplama yöntemi olarak nitel araştırma yöntemlerinden yarı yapılandırılmış görüşme tekniği tercih edilmiş ve hazırlanan formda açık uçlu sorulara yer verilmiştir. Araştırma 9-15 Temmuz 2019 tarihleri arasında Gaziantep ilinde Turizm İşletme Belgesi 9 lokantanın yöneticisiyle, araştırmacı tarafından yüz yüze görüşme tekniği kullanılarak yapılmıştır. Araştırma kapsamında; Gaziantep'e özgü yiyecekler arasında en fazla etli yemeklerin ve tatlıların tercih edildiği sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca, lahmacun, kara kavurma ve patlıcan kebabı, lebeniye çorbası, Antep peynir böreği ile tarhunla peynir böreği, muhammara ve haydari de en fazla talep gören yöresel yiyecekler arasındadır.

**Anahtar Kelimeler:** Yiyecek İçecek İşletmeleri, Gastronomi, Yöresel Mutfak, Gaziantep.

**Makale Gönderme Tarihi:** 13.10.2021

**Makale Kabul Tarihi:** 02.01.2022

## **Önerilen Atıf:**

Demircioğlu, E. ve Kafa, N. (2022). Gaziantep İlini Ziyaret Edenlerin Yiyecek ve İçecek İşletmelerinde Tercih Ettikleri Yöresel Ürünlerin Belirlenmesi, *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 5(1): 1-10.



## Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences

2022, 5(1): 1-10. DOI:10.26677/TR1010.2022.917

ISSN: 2667-422X Dergi web sayfası: [www.sobibder.org](http://www.sobibder.org)



### RESEARCH PAPER

## Determining the Local Products Preferred by the Visitors of Gaziantep in Food and Beverage Businesses

Lecturer Esra DEMİRCİOĞLU, Sivas Cumhuriyet University, Gürün Vocational School, Sivas, e-mail: [esra1demircioglu@gmail.com](mailto:esra1demircioglu@gmail.com)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0855-7084>

Assistant Prof. Dr. Neşe KAFA, Çanakkale Onsekiz Mart University, Gökçeada School of Applied Sciences, Çanakkale, e-mail: [nesekafa@comu.edu.tr](mailto:nesekafa@comu.edu.tr)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4153-5533>

### Abstract

In the globalizing world, tourists have started to show interest in the culinary culture of destinations by seeking difference. Gaziantep province, which is one of the first cities that come to mind when gastronomic tourism is mentioned, is geographically located on historical trade routes and also hosts many civilizations, so its cuisine is quite rich and its flavor range is wide. It carries the traces of many cultures in its local products. In this study, it is aimed to obtain information about the products that people who visit Gaziantep prefer in the restaurants they go to. As a data collection method, semi-structured interview technique, one of the qualitative research methods, was preferred and open-ended questions were included in the prepared form. The research was conducted by the researcher using face-to-face interview technique with the managers of 9 restaurants with Tourism Operation Certificate in Gaziantep between 9-15 July 2019. In the scope of the research; It has been concluded that meat dishes and desserts are mostly preferred among Gaziantep foods. In addition, lahmacun, black roast and eggplant kebab, lebeniye soup, Antep cheese pastry and cheese pastry with tarragon, muhammara and haydari are among the most demanded local foods.

**Keywords:** Food and Beverage Businesses, Gastronomy, Local Cuisine, Gaziantep.

**Received:** 13.10.2021

**Accepted:** 02.01.2022

### Suggested Citation:

Demircioğlu, E. and Kafa, N. (2022). Determining the Local Products Preferred by the Visitors of Gaziantep in Food and Beverage Businesses, *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 5(1): 1-10.

## GİRİŞ

Günümüzde turistlerin seyahat davranışlarında değişikliklerin yaşanması ile birlikte yerel mutfakların da önemi artmaya başlamıştır. Turistlerin talepleri sadece konaklamadaki konfora yönelik değildir (Güneş vd., 2008: 3). Ayrıca turistler doğa ile baş başa olmayı, bölgenin kültürünü yansıtan yemekler tüketmeyi ve kültürel dokuyu yansıtan el işi ürünlerini satın almak istemektedirler (Durlu-Özkaya vd., 2013: 14). Bir bölgenin kültürünü, geçmişini, toplumu, ekonomik düzeyini oluşturan gıdalar, yerel hayattan kopmayan bir olgudur (López- Guzmán and Sánchez- Cañizares, 2011: 64). Somut olmayan kültür mirasının aktarımı olan yerel mutfaklar, tüketim aracılığıyla ziyaretçilere kültürel bir deneyim sağlamaktadır (Okumuş vd. 2007: 254). Bu bağlamda son yıllarda turistler, ziyaret ettikleri destinasyon alanlarının mutfağını tanımak ve yemeklerini tatmak istemektedirler (Zağralı ve Akbaba, 2015: 6633).

“Bir milletin dünya görüşünü ve kimlik bilgilerini incelemede, maddi kültürde önemli bir yere sahip olan mutfak kültürü önemli bir kaynaktır. Yöreye özgü kültürel değerler; yerel halkın günlük yaşam biçimi, yöresel yemek kültürü, yöresel kıyafetler, gelenekler, el sanatları vb. hakkında bilgi edinme, yöre halkıyla iletişim, bölgenin flora ve faunası, özel ekosistemler, doğal yaşam ve bunların korunması da dahil olmak üzere birçok konuda daha sorumlu bir seyahat deneyimi kazanmaya yöneliktir” (Güneş vd., 2008: 3). Bir bölgeye has mutfak kültürünü oluşturan etmenleri Şengül ve Genç (2016), bilgi, tarihi derinlik, yemek yeme alışkanlıkları ve geleneklerin önemli olduğunu ifade etmektedirler. Literatürde yöresel mutfaklarla ilgili farklı tanımlar yapılmıştır. Bu tanımlarda yöresel mutfak kültürel unsur, ekonomik gelişim, somut olmayan miras, turistik deneyim, sosyal ve kültürel bir sermaye, kullanılan teknikler açısından ele alınmıştır (İnanç ve Çiftçi, 2002; Okumuş vd., 2007; Erdek, 2011; Aslan vd., 2014; Şengül ve Türkay, 2015; Zağralı ve Akbaba, 2015; Büyüksalvarcı vd., 2016).

Aslan vd. (2014), yerel mutfaklar hakkındaki görüşlerini, “bir toplumun kültürü hakkında bilgi edinebilmek için ve aynı zamanda bölge kültürüne dahil olabilmek için yerel mutfaklar önemli birer araçlardır” şeklinde ifade etmişlerdir. Benzer şekilde İnanç ve Çiftçi (2002)’ ye göre yöresel mutfak, “insanların acıkması ve açlığını gidermek için yemek yemesi genel bir biyokimyasal olay iken, bu açlığını ne şekilde ne zaman ve hangi yemeği seçerek gidereceği sebebiyle kültürel bir olgudur” (Erdek, 2011: 73).

Yiyecek ve içecek deneyiminin temel taşı olan yöresel mutfak kavramı “özel bir yöreye ait olan, o yörenin kültüründen izler taşıyan, bölgeye özgü ürünler ve adetlerin birleşimiyle ortaya çıkan, yöre pişirme tekniklerinin kullanılması ile yapılan, dini ya da milli sebeplerle de oluşabilen, yöre insanları tarafından ayrıcalıklı tutulan yemeklerin ve içeceklerin bütünü” şeklinde ifade edilmektedir (Şengül ve Genç, 2016: 82). Büyüksalvarcı vd. (2016), yöresel yemekleri, “bir yerde yetiştirilen ürünlerin, bölgeye özgü pişirilme tekniği kullanılması, yenilmesi ve sunumu ile bir araya getirilen yöreye has yiyeceklerin gelenekselleştirilmesi” şeklinde tanımlamışlardır. Buna göre yöresel yiyecekler, ait oldukları yörenin kültürel izlerinden meydana gelir.

Yemek kültürü, bölgeden bölgeye değişiklik göstermekte ve turistlerin ilgisini destinasyon alanına çekmektedir (Cömert ve Durlu Özkaya, 2014: 63). Dolayısıyla yöresel mutfağın Türkiye’nin birçok tatil bölgesine değer kazandırma ihtimali yükselir (Şengül ve Türkay, 2015: 599). Bu bağlamda Gaziantep ili ise, coğrafi olarak tarihi ticaret yollarında bulunması ve aynı zamanda birçok medeniyete ev sahipliği yapmasından dolayı mutfağı oldukça zengin ve lezzet yelpazesi geniştir.

## LİTERATÜR

Son zamanlarda yöreye özgü üretim, tüketim, sunum ve tat farklarına olan talep artmıştır. Bu artıştan dolayı yöresel yiyeceklere yönelik araştırmalar da artış göstermiştir (Ayaz ve Türkmen, 2018: 1). Bu çalışmalarda yöresel mutfakın tekrar ziyaret niyeti, seyahat motivasyonu, memnuniyet, ekonomik kalkınma ve seyahat deneyimi üzerindeki etkileri ele alınmıştır (Remington ve Yüksel, 1998; Kivela ve Crotts, 2006; Sims, 2009; Hacıoğlu vd., 2009; Zağralı ve Akbaba, 2015). Güneş vd., (2008)'ne göre kültürel mirasın parçası olan yöresel yemeğin, destinasyon alanını özgünleştirmede ve aynı zamanda bölgeyi çekicilik unsuru haline getirmede payının büyük olduğu görüşündedirler (Aslan vd., 2014: 4). Okumuş vd., (2007)'ne göre ise, yerel mutfaklar için destinasyonların somut olmayan kültürel mirasın yansıması görüşündedir ve turistler bölgede yiyecekleri tadarak özgün bir kültürel deneyim kazanabilirler (Zağralı ve Akbaba, 2015: 6633). Akdağ ve Üzülmöz (2017)'in çalışmalarına göre de turistlerin eşsiz bir deneyim yaşamalarında yerel yiyeceklerin etkili olduğu belirtilmektedir. Hacıoğlu vd., (2009)'nin çalışmasında ise yöresel yemeklerin ziyaretçiler için önemli bir çekim unsuru olduğu belirtilmiştir. Benzer şekilde Zağralı ve Akbaba (2015)'nin çalışmalarında da katılımcıların destinasyonu tercih etme nedenleri arasında "yöresel yemeklerin" oldukça önemli olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Turistik bir bölgenin zengin bir mutfak kültürüne sahip olması, ziyaretçilerin bölgeyi tekrar ziyaret etmelerinde önemli bir etkidir (Zağralı ve Akbaba 2015: 6634). Remington ve Yüksel (1998) ise çalışmalarında yerel yiyeceklerin destinasyon memnuniyetinde ve tekrar ziyaretlerinde önemli olduğunu belirtmişlerdir. Sims (2009)'in çalışmasında ise ziyaretçilerin seyahat motivasyonları arasında yerel yiyeceklerin yer aldığı sonucuna varılmıştır. Aynı zamanda yabancı literatürde de yapılmış olan çalışmada da yerel yiyeceklerin bir destinasyonu tercih etmelerinde etkili olduğu ifade edilmektedir (Kivela ve Crotts, 2006). Bunun yanı sıra yerli ve yabancı literatürde yapılan çoğu çalışmada yerel yiyeceklerin ekonomik kalkınma içinde önemli bir yerinin olduğu belirtilmektedir (Boys vd., 2016; Carson vd., 2016; McFadden vd., 2016; Akdağ ve Üzülmöz, 2017; Bauman ve McFadden, 2017; Kargiglioğlu ve Kabacık, 2017; Watson vd., 2017). Bu çalışmalarda yerel yiyeceklerin ekonomik kalkınma, rekabet avantajı sağlanması ve marka olunmasında (Kargiglioğlu ve Kabacık, 2017) ve bir destinasyonun sosyo-kültürel, ekonomik ve çevresel anlamda kalkınmasında oldukça önemli (Akdağ ve Üzülmöz, 2017) olduğuna vurgu yapılmaktadır.

Yerli literatürde yapılan çeşitli çalışmalarda farklı bölgelerin yöresel yemekleri hakkında araştırmalar yapılmıştır. Çalışmalarda ele alınan bölgeler arasında Türk mutfakı (Remington ve Yüksel, 1998), Sakarya (Baran ve Batman, 2013), Nevşehir (Aslan vd., 2014), Ayder bölgesi (Çokişler ve Türker, 2015), Bozcaada (Aydoğdu vd., 2016), Datça (Keskin, 2016), Mudurnu (Şengül ve Türkay (2016), Kastamonu (Sormaz, 2017), Şırnak (Çelik vd., 2020), Eskişehir (Dündar Arıkan vd., 2020), Edirne (Ergan vd., 2020), Konya (Esen ve Seçim, 2020), Tokat (Kendir ve Arslan, 2020), Kastamonu (Çam ve Çılgınoğlu, 2021), Gaziantep (Erdoğan ve Özkanlı, 2021), Şarköy (Kızıldemir ve Şimşek, 2021) ve Buldan (Yanbolu Yıldırım, 2021) yer almaktadır. Literatürdeki çalışmalarda yerel mutfakları genellikle yerli turistlerin tercih ettikleri belirtilmiştir (Baran ve Batman, 2013; Aydoğdu vd., 2016; Keskin, 2016; Şengül ve Türkay, 2016; Sormaz, 2017; Çelik vd., 2020; Yanbolu Yıldırım, 2021). Ancak bunun aksine Çokişler ve Türker (2015)'in Ayder bölgesi ile ilgili yaptıkları çalışmada bölgeye gelen turistlerin yöresel tatlara fazla ilgi göstermedikleri belirlenmiştir. Literatürde restoran işletmeleri müşterilerinin tercih ettikleri ürünler ile ilgili de çeşitli çalışmalar yer almaktadır. Bu çalışmalara göre Nevşehir'i ziyaret edenler (peynirli, kıymalı gibi bölgeye özgü çeşitler), yaprak sarma, evelek pilavı, bulgur pilavı ve kuru fasulye, haside ve dolaz, katmer, kaşık dökmesi ve sini baklavası (Aslan vd., 2014), Ayder bölgesini ziyaret edenler genellikle muhlama, alabalık, lahana çorbası, laz böreği ve mısır ekmeği (Çokişler ve Türker,

2015), Türkiye'ye gelen ziyaretçiler daha çok kebab, döner, patlıcan ve baklava (Eren, 2016), Eskişehir'deki otel işletmelerinin müşterileri çoğunlukla kırmızı etli ızgara, kebab, kavurma vb. (Dündar Arıkan vd., 2020), Edirne'yi ziyaret edenler tava ciğer, kavala kurabiyesi, badem ezmesi, beyaz peynir ve köfteyi (Ergan vd., 2020), Tokat'ı ziyaret edenler daha çok Tokat kebabı, bat, bağ yaprağı, Zile ekmezi ve Zile kömesi (Kendir ve Arslan, 2020), Kastamonu'yu ziyaret edenler tarhana çorbası, ecevit çorbası, pastırmalı ekmek, etli ekmek, kuyu kebabı, cırık tatlısı, kaşık helvası, eğişli pilav, simit tiridini (Çam ve Çılgınoğlu, 2021) tercih etmektedirler.

Erdoğan ve Özkanlı (2021)'nin çalışmalarına göre Gaziantep yemekleri ile ilgili sosyal medyada tüketici yorumlarında 75 yemek isminin yer aldığı görülmüştür. Yazgan Serinkaya (2017) Gaziantep mutfak kültürüne ait 475 çeşide yakın yöresel yemeğin bulunduğunu ve daha çok ete dayalı bir yemek kültürüne sahip olduğunu belirtmektedirler. Gaziantep mutfağında öne çıkan ürünler; sebze etli yemekler (kabaklama, doğrama, kabak oturtması, soğan aşı, sarımsak aşı, türlü, Kilis kebabı, marul aşı); meyveli yemekler (elma tavaşı, erik tavaşı, çağla aşı, incir aşı, ayvalı ekşilik, taraklık); pilavlar (şehriyeli, domatesli, mercimekli, loğlazlı, nohutlu, tavuklu, Özbek, buhara, etli); çorbalar (öz, alaca, maş, börek, tarhana, mercimek, tavuklu, yoğurtlu, şirinli); kebablar (kuşbaşı, kıyma, sebze, altı ezme, simit, patlıcan soğan, sarımsak, keme, yenedünya, ayva, elma, ciğer, böbrek, dalak, yürek); börekler (peynir böreği, zeytinli, pirinçli, topaçlı, puf, bişi); tatlılar (baklava, Antep peynirli irmik helva, bastık, zerdeli sütlaç, -un ve nişe helvası, aşure, kuymak, bastık kavurma, kadayıf şeklindedir (Yazgan Serinkaya, 2017: 30). Erdoğan ve Özkanlı (2021)'nin yöresel ürünlerin sosyal medyada tüketici yorumlarını inceledikleri çalışmada Gaziantep yemekleri ile ilgili en fazla Beyran, kebab, küşleme, et, Alınazık, lahmacun, katmer ve baklava ifadelerine yer verildiği belirlenmiştir. Ayrıca aynı çalışmaya göre sosyal medyada tüketici yorumlarında Gaziantep yemekleri ile ilgili en fazla Beyran, kebab, küşleme, et, Alınazık, lahmacun, katmer ve baklava ifadelerine yer verildiği belirlenmiştir.

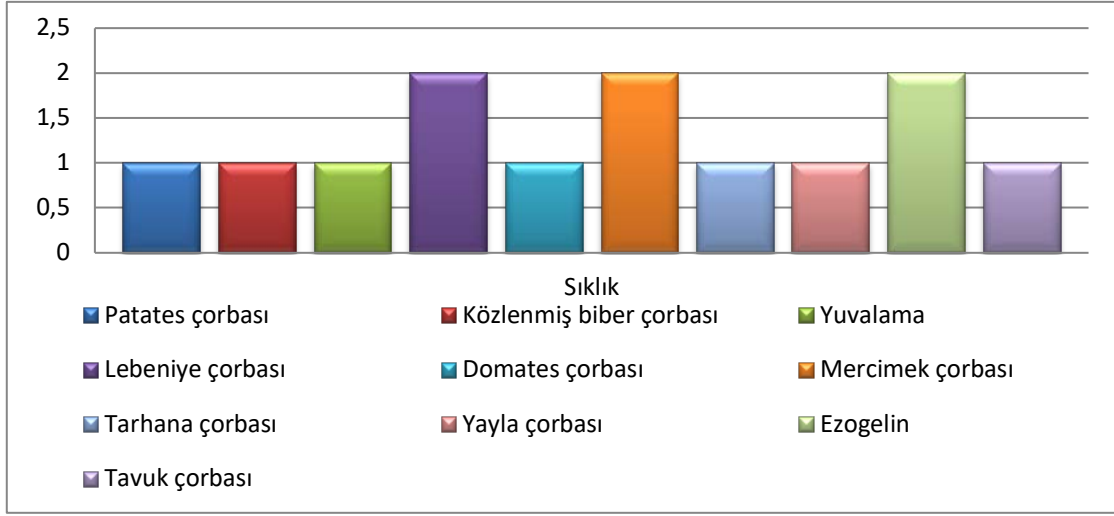
## YÖNTEM

Çalışmada veri toplama yöntemi olarak nitel araştırma yöntemlerinden yarı yapılandırılmış görüşme tekniği tercih edilmiştir. Araştırma sorularından yola çıkarak hazırlanan formda açık uçlu sorulara yer verilmiştir. Araştırma 9-15 Temmuz 2019 tarihleri arasında Gaziantep ilinde turizm işletme belgeli 9 lokantada üst düzey yöneticilerle, araştırmacı tarafından yüz yüze görüşme tekniği kullanılarak yapılmıştır. Gaziantep'in evren ve örneklem olarak seçilmesinde yörenin kendine has yemekleriyle ün kazanmış olması, mutfağının çekicilik unsuru olarak kullanılması önemli rol oynamıştır. Bölgedeki işletmelerin yöresel yemekleri menülerine dâhil edip edilmemesi merak unsuru oluşturmuştur. Yöneticilere Gaziantep yöresine ait yemeklerin mönülerde bulunma düzeyi ve bu yemeklerin müşteriler tarafından tercih edilme sıklığını öğrenmek amacıyla sorular yöneltilmiştir.

## BULGULAR

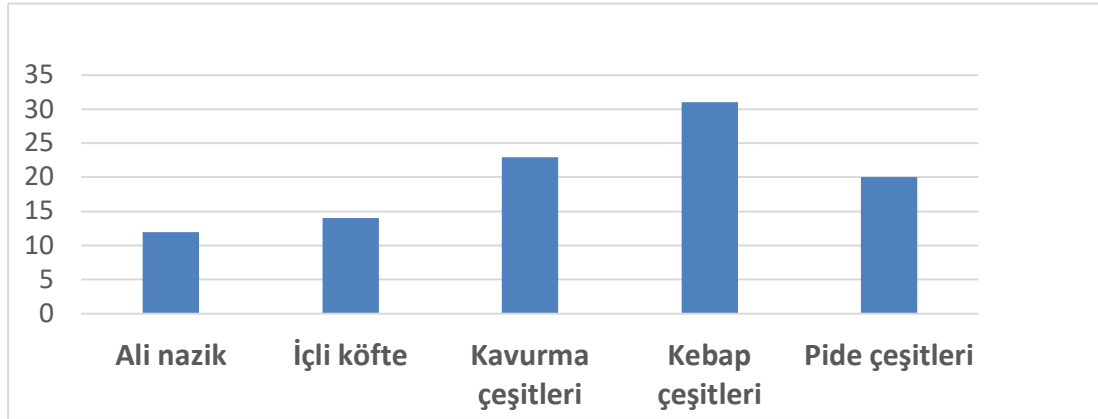
Araştırmaya katılan işletme yöneticileri, işletmenin hizmet yıllarının 5-26 yıl arasında değiştiğini belirtmişlerdir. İşletme yöneticilerinden 5'inin (%56) hizmet yılları 10 yıldan azdır. Araştırmaya katılanlardan 6 kişi mutfak şefi, 3 kişi ise işletme sahipleridir. Gaziantep'e özgü yemekleri tercih eden müşteri kitlelerinin ise, genellikle şehir dışından gelenler ve yabancı turistler (%67) olduğu belirtilmiştir. Yöresel yemeklerin fiyatlandırma politikalarına yönelik olarak ise katılımcılar genellikle mevsimsel koşullara göre (%22), tedarik fiyatına göre (%67) ve işçiliğe (%11) göre dikkate aldıklarını belirtmişlerdir. Ayrıca bu konuda her işletmenin ayrı bir uygulaması olduğu ortaya konulmaktadır.

**Tablo 1.** Gaziantep Yöresindeki İşletmelerde Müşterilerin Tercih Ettiği Yöresel Çorbalar



Tablo 1’de de görüldüğü Gaziantep’teki müşterilerin tercih ettiği yöresel çorbalar; patates çorbası, yuvalama çorbası, domates çorbası, tarhana çorbası, ezogelin çorbası, közlenmiş biber çorbası, lebeniye çorbası, mercimek çorbası, yayla ve tavuk çorbasıdır. Bunlardan en fazla tercih edilen çorbalar arasında lebeniye, mercimek ve ezogelin çorbası yer almaktadır.

**Tablo 2.** Gaziantep Yöresindeki İşletmelerde Müşterilerin Tercih Ettiği Yöresel Et Yemekleri

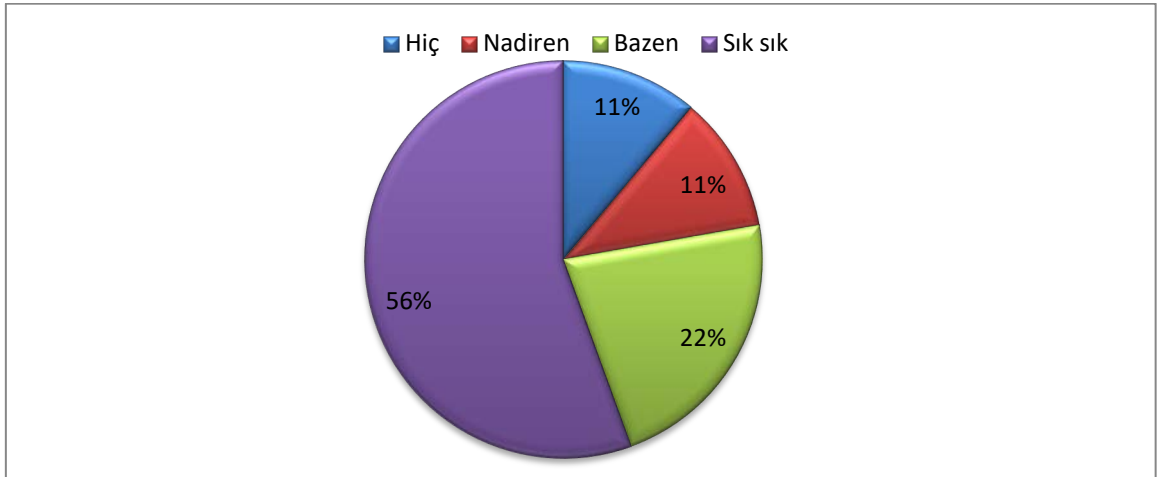
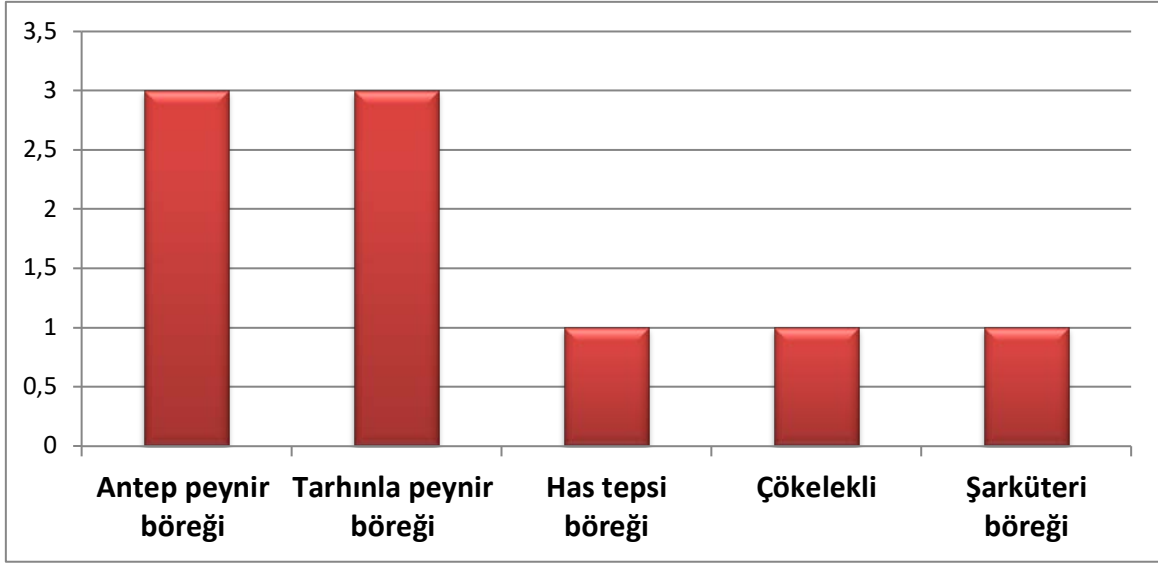


Tablo 2’ye bakıldığında Gaziantep yöresindeki işletmelerde müşterilerin en fazla tercih ettiği et yemekleri sırasıyla; kebab çeşitleri (%31), kavurma çeşitleri (%23), pide çeşitleri (%20), içli köfte (%14) ve Ali nazik (%12) yer almaktadır.

Gaziantep yöresindeki işletmelerde müşterilerin tercih ettiği yöresel börekler arasında Antep peynir böreği, tarhınlı peynir böreği, has tepsi böreği, çökelekli ve şarküteri böreği yer almaktadır. Bu yiyecekler arasında Antep peynir böreği ile tarhınlı peynir böreği müşteriler tarafından en fazla talep edilmekte olan yiyeceklerdendir.

Gaziantep yöresindeki işletmelerde müşterilerin tercih ettiği çorbalar, et yemekleri ve börekler dışında muhammara (%44) ve haydari (%56) de müşterilerin en fazla tercih ettiği yöresel yiyecekler arasındadır.

**Tablo 3.** Gaziantep Yöresindeki İşletmelerde Müşterilerin Tercih Ettiği Yöresel Börekler



**Şekil 1.** Müşterilerin Gaziantep'e Özgü Yemekleri Tercih Etme Sıklığı

Gaziantep ilindeki müşterilerin yöreye özgü yiyecekleri tercih etme sıklıkları Şekil 1'de gösterilmektedir. Buna göre müşterilerin çoğunlukla (%56) yöreye özgü yiyecekleri tercih ettikleri tespit edilmiştir.

## TARTIŞMA ve SONUÇ

Turizm sektöründe her geçen gün gastronomi turizmine ilginin artması sonucu destinasyonlara özgü yöresel mutfaklar ön plana çıkmıştır. Bu noktada günümüz turistleri artık gittikleri yerlerde sadece lüks konaklama ve farklı eğlence olanaklarının yanı sıra yöreye özgü mutfaklar hakkında da deneyim kazanmayı istemektedirler. Türkiye'nin yer aldığı toprakların yüzyıllardır farklı kültürlerle ev sahipliği yapması ve çeşitli göçlerin yaşanması sonucunda bu farklı kültürlerin etkileşim içine girmesine ve bölgenin pek çok gastronomik değere sahip olmasına yol açmıştır. Ülkenin gastronomi anlamında farklı değerlere sahip olması bu turizm çeşidi içinde önemli bir

yere sahiptir. Yedi farklı bölgede pek çok ile özgü yöresel yiyecekler turistler tarafından tercih edilmektedir. Yapılan çalışmada da Gaziantep'in yöresel mutfak değerlerinin ortaya çıkarılmasına yönelik bir araştırma gerçekleştirilmiştir.

Yapılan çalışmada restoran işletmesi yöneticilerin çoğunluğunun 10 yıldan daha az iş deneyimine sahip oldukları belirlenmiştir. Bunun aksine Kızıldemir ve Şimşek (2021)'in çalışmalarında ele alınan Şarköy restoran işletmeleri yöneticilerinin iş tecrübelerinin 10 yıldan fazla olduğu belirlenmiştir. Yine yapılan çalışmaya göre Gaziantep'te ürün fiyatlarında mevsimsel koşulların dikkate alındığı ortaya çıkmıştır. Bu sonuç Nevşehir'deki restoran işletmelerini inceleyen Aslan vd. (2014)'nin yaptıkları çalışmaları ile benzerlik göstermektedir.

Yapılan çalışmada Gaziantep'in mutfağını daha çok yerli ziyaretçilerin tercih ettikleri belirlenmiştir. Bu sonuç literatürdeki bazı çalışmalarla benzerlik göstermektedir (Baran ve Batman, 2013; Aydoğdu vd., 2016; Keskin, 2016; Şengül ve Türkay, 2016; Sormaz, 2017; Çelik vd., 2020). Yapılan araştırma kapsamında Gaziantep'e özgü yiyeceklerden daha çok etli yemeklerin ve tatlıların ön plana çıktığı sonucuna varılmıştır. Etli yemeklerden; kebab çeşitleri, kavurma çeşitleri, pide çeşitleri, içli köfte ve Ali nazık yer almaktadır. Bunların dışında; lebeniye çorbası, Antep peynir böreği ile tarhınla peynir böreği, muhammara ve haydari de en fazla talep gören yöresel yiyeceklerdendir. Bu sonuç Eren (2016), (Yazgan Serinkaya (2017), Dündar Arıkan vd. (2020) ve Erdoğan ve Özkanlı (2021)'nin çalışmaları ile benzerlik göstermektedir.

Yapılan çalışmada Gaziantep ili ele alınmıştır. Gaziantep ili dışında da farklı destinasyonlara ait yöresel yiyeceklerle ilgili araştırmaların yapılması, bu yiyeceklerden hangilerini en çok tercih ettiklerinin belirlenmesi önerilebilir. Belirlenecek olan farklı destinasyonlara ait yöresel yiyeceklerin tanıtımının yapılması ve özellikle unutulmaya yüz tutmuş olan yiyeceklerin ön plana çıkartılması gerekmektedir. Tanıtım sürecinde yerel yönetimlere ve eğitim kuruluşlarının sorumlulukları bulunmaktadır. Bununla birlikte yöresel yiyeceklerin tanıtımının yapılması ve unutulmaya yüz tutmuş olan yöresel yiyeceklerin belirlenebilmesi için kamu kuruluşları, eğitim kurumları ve sektördeki işletmelerin koordineli bir şekilde sürecin devam ettirilmesi, tanıtımın başarıya ulaşmasında önemli olmaktadır. Ortaya çıkartılacak olan yöresel ürünlerin de işletmelerde üretiminin yapılması da sürdürülebilirliğin sağlanmasında etkili olacaktır. Yöresel ürünlerin kültürel değerler arasında yer aldığı düşünüldüğünde bu yiyeceklerin gelecek kuşaklara aktarımının yapılması ve yaşatılması oldukça önemlidir.

Son olarak günümüzde artan gastronomi turist sayıları ile birlikte illerin yöresel yiyeceklerinin gün yüzüne çıkartılmasına yönelik farklı destinasyonlara yönelik de çalışmaların yapılması literatüre katkı sağlayacaktır.

## KAYNAKÇA

Akdağ, G. ve Üzülmüş, M. (2017). Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi Kapsamında Otantik Yiyeceklere Yönelik Bir İnceleme, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(2): 301-309.

Aslan, Z., Güneren, E. ve Çoban, G. (2014). Destinasyon Markalaşma Sürecinde Yöresel Mutfağın Rolü: Nevşehir Örneği, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(4): 3-13.

Aydoğdu, A., Özkaya Okay, E. ve Köse, Z. C. (2016). Destinasyon Tercihinde Gastronomi Turizminin Önemi: Bozcaada Örneği, *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(2): 120-132.

Baran, Z. ve Batman, O. (2013). Destinasyon Pazarlamasında Mutfak Kültürünün Rolü: Sakarya Örneği, 14. *Ulusal Turizm Kongresi*, 05-08 Aralık, Kayseri.



- Bauman, A. and McFadden, D. T. (2017). Exploring Localized Economic Dynamics: Methods-Driven Case Studies of Transformation and Growth in Agricultural and Food Markets, *Economic Development Quarterly*, 31(3): 244–254.
- Boys, K.A., Tech, V. and Hughes, D.W. (2016). A Regional Economics–Based Research Agenda for Local Food Systems, *Journal of Agriculture, Food Systems and Community Development*, 3(4): 145–150.
- Büyükşalvarcı, A., Şapcılar, M. C. ve Yılmaz, G. (2016). Yöresel Yemeklerin Turizm İşletmelerinde Kullanılma Durumu: Konya Örneği, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(4): 165- 181.
- Carson, R.A., Hamel, Z., Giarrocco, K., Baylor, R. and Mathews, L.G. (2016). Buying in: The Influence of Interactions at Farmers’ Markets, *Agriculture and Human Values*, 33(4): 861–875.
- Çam, O. ve Çılgınoğlu, H. (2021). Yöresel Mutfakların Gastronomi Turizmindeki Önemi: Kastamonu Mutfağı Örneği, *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(1): 176-192.
- Çelik, S., Ersoy, N. ve Besen, S. (2020). Restoran İşletmelerinin Yöresel Yemeklere Yönelik Farkındalıkları: Şırnak İli Örneği, *Tourism and Recreation*, 2(1): 31-37.
- Çokişler, N. ve Türker, A. (2015). Mutfak Kültürünün Turizm Ürünü Olarak Kullanım Etkinliğinin İncelenmesi: Ayder Turizm Merkezi Örneği, *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Elektronik Dergisi*, 6(14): 122-136.
- Dündar Arıkan, A., Özkeşkek, M., Yersüren, S. ve Yalçın, E. (2020). Otel Restoranlarının Menülerinde Yöresel Yemeklerin Yeri: Eskişehir Örneği, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(3): 1972-1992.
- Erdoğan, D. ve Özkanlı, O. (2021). Yöresel Yiyecek ve İçeceklerin Çevrimiçi Medya Kanallarındaki Yansımaları ile Oluşan İmaj Üzerine Bir Araştırma: Gaziantep Restoranları Örneği, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 9(2): 1165-1186.
- Eren, R. (2016). Türkiye’nin Gastronomi İmajı, Ziyaretçilerin Bilgi Kaynakları ve Harcamaları, Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Turizm İşletmeciliği Eğitimi Anabilim Dalı, Ankara.
- Ergan, K., Kızırmak, İ. ve Ergan, S. (2020). Gastronomik Ürünlerin Destinasyon Seçimine Olan Etkisi: Edirne İli Örneği, *Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(3): 1-10.
- Esen, M. F. ve Seçim, Y. (2020). Yöresel Mutfağın Turizm Ürünü Olarak Kullanımının Yerel Halk Tarafından Değerlendirilmesi; Konya İli Örneği, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(1): 158-174.
- Güneş, G., Ülker, H. İ. ve Karakoç, G. (2008). Sürdürülebilir Turizmde Yöresel Yemek Kültürünün Önemi, II. *Ulusal Gastronomi Sempozyumu ve Sanatsal Etkinlikler*, 10 Nisan 2008, Antalya.
- Hacıoğlu, N., Girgin G.K. ve Giritlioğlu, İ. (2009). Yiyecek-İçecek İşletmelerinin Pazarlama Faaliyetlerinde Yöresel Mutfakların Kullanımı, Balıkesir Örneği, III. *Gastronomi Sempozyumu*, 17-18 Nisan 2009, Antalya.
- Kargiglioğlu, Ş. ve Kabacık, M. (2017). Gastronomi Turizmi Kapsamında Urla Enginar Festivaline Gelen Turistlerin Festival Hakkındaki Görüşleri, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(3): 409-421.
- Kendir, H. ve Arslan, E. (2020). Gastronomi Turizmi Açısından Yöresel Lezzetlerin Duygusal Değer Boyutunda İncelenmesi Tokat İli Örneği, *Gaziosmanpaşa Üniversitesi Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, Özel Sayı, 130-138.

- Keskin, Ü. (2016). Restoranlarda Turistik Ürün Olarak Yöresel Yemeklerin Kullanımı: Datça Örneği, Yüksek Lisans Tezi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla.
- Kızıldemir ve Şimşek (2021). Gastronomi Turizmi Kapsamında Yöresel Yemeklerin Restoranlarda Sunulması Üzerine Bir Araştırma: Şarköy Örneği, *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 18 (1): 224-239.
- Kivela, J.J. and Crofts, J.C. (2006). Tourism and Gastronomy: Gastronomy's Influence on How Tourists Experience a Destination, *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 30(3): 354-377.
- McFadden, D.T., Conner, D., Deller, S., Hughes, D., Meter, K., Morales, A., Schmit, T., Swenson, D., Bauman, A., Goldenberg, M. P., Hill, R., Jablonski, B. B. R. and Tropp, D. (2016). *The Economics of Local Food Systems: A Toolkit to Guide Community Discussions, Assessments and Choices. Agricultural Marketing Service Report*, U.S. Department of Agriculture.
- Okumus, B., Okumus, F. and McKercher, B. (2007). Incorporation Local and International Cuisines in the Marketing of Tourism Destinations: The cases of Hong Kong and Turkey, *Tourism Management*, 28: 253-261.
- Remington, M. and Yüksel, A. (1998). Tourist Satisfaction and Food Service Experience: Results and Implications of an Empirical Investigation, *Anatolia*, 9(1): 37-57.
- Sims, R. (2009). Food, Place and Authenticity: Local Food and the Sustainable Tourism Experience, *Journal of Sustainable Tourism*: 17(3): 321-336.
- Sormaz, Ü. (2017). Yöresel Mutfak Tanıtımında Yerel Restoranların Etkisi: Konya Örneği, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(2): 160-173.
- Şengül, S. ve Genç, K. (2016). Festival Turizmi Kapsamında Yöresel Mutfak Kültürünün Destekleyici Ürün Olarak Kullanılması: Mudurnu İpekyolu Kültür Sanat ve Turizm Festivali Örneği, *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23: 79-89.
- Şengül, S. ve Türkay, O. (2015). Doğu Karadeniz Mutfak Kültürünün Sürdürülebilirliği: Sorunlar ve Çözüm Önerileri, *Doğu Karadeniz Bölgesi Sürdürülebilir Turizm Kongresi*, 14- 16 Mayıs 2015, Gümüşhane.
- Şengül, S. ve Türkay, O. (2016). Yöresel Mutfak Unsurlarının Turizm Destinasyonu Seçimindeki Rolü (Mudurnu Örneği), *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 12(29): 63-87.
- Watson, P., Cooke, S., Kay, D., Alward, G. and Morales, A. (2017). A Method for Evaluating the Economic Contribution of a Local Food System, *Journal of Agricultural and Resource Economics*, 42(2): 180-194.
- Yanbolu Yıldırım, T. (2021). Destinasyon Çekicilik Unsuru Olarak Gastronomi Turizmi: Buldan Örneği, Yüksek Lisans Tezi, Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Denizli.
- Yazgan Serinkaya, E. Y. (2017). Mutfak Kültürünün Gaziantep'in Geleneksel Konutlarında İncelenmesi, *Artium*, 5(1): 27-41.