

Şanlıurfa Mutfak Kültüründe Meyve Yemeklerinin Yeri ve Gastronomi Turizmine Katkı Potansiyeli

Mehmet Fatih KAYRAN

Harran Üniversitesi, Halfeti Meslek Yüksekokulu,
Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü
fatihkayran@hotmail.com
ORCID: 0000-0002-2711-7829

Geliş tarihi / Received: 03.12.2025

Kabul tarihi / Accepted: 26.05.2026

Öz

Meyve yemekleri, beslenme işlevinin ötesinde yerel kimliği, kültürel belleği ve toplumsal yaşam biçimini yansıtan önemli bir gastronomik miras olarak değerlendirilmektedir. Bu çalışma, Şanlıurfa mutfak kültüründe meyve yemeklerinin yerini ve gastronomi turizmine katkısını incelemeyi amaçlamaktadır. Çalışma nitel araştırma desenlerinden durum çalışması yaklaşımıyla yürütülmüştür. Bu kapsamda, Şanlıurfa'da 15 alan uzmanı ile yarı yapılandırılmış görüşmeler yapılmıştır. Elde edilen veriler, içerik analizi ve betimsel analiz yöntemiyle çözümlenmiştir. Araştırma bulguları, Şanlıurfa meyve yemeklerinin yüksek özgünlük düzeyine sahip olması nedeniyle hem önemli bir kültürel miras unsuru hem de gastronomi turizmi açısından destinasyon farklılaştırmasına katkı sağlayabilecek bir çekicilik faktörü olduğunu göstermektedir. Ayrıca Halfeti'de düzenlenen Meyve Yemekleri Festivali'nin yerel mutfak mirasının görünürlüğünü artırdığı, ancak meyve yemeklerinin restoran menülerinde yeterince yer almadığı araştırma bulguları arasında dikkat çekmektedir. Bu çerçevede meyve yemeklerinin Şanlıurfa mutfağının özgün öğelerden biri olmasına rağmen gerek modern tüketim alışkanlıklarının değişimi gerekse gastronomi alanında yeterince tanıtılmaması nedeniyle geniş kitleler tarafından yeterince bilinmediği sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca yiyecek-içecek işletmelerinin menülerinde bu yemeklere yeterince yer vermemesi, personel bilgi eksikliği gibi faktörler, bu mirasın sürdürülebilirliği önündeki temel engeller olarak belirlenmiştir.

Anahtar kelimeler: Şanlıurfa, gastronomi, meyve yemekleri, kültür, yerel mutfak

The Place of Fruit Dishes in Şanlıurfa Culinary Culture and Their Contribution Potential to Gastronomy Tourism

Abstract

Fruit-based dishes are regarded as a significant gastronomic heritage that reflects local identity, cultural memory, and social lifeways beyond their nutritional function. This study aims to examine the position of fruit-based dishes within the culinary culture of Şanlıurfa and their potential contribution to gastronomy tourism. The research was conducted using the case study approach, one of the qualitative research designs. In this context, semi-structured interviews were carried out with 15 field experts in Şanlıurfa. The obtained data were analyzed through content analysis and descriptive analysis methods.

Research findings indicate that due to their high level of authenticity, Şanlıurfa's fruit-based dishes serve as both a vital cultural heritage element and an attractive factor that can contribute to destination differentiation in gastronomy tourism. Furthermore, it is noteworthy that while the Fruit-Based Dishes Festival held in Halfeti increases the visibility of the local culinary heritage, these dishes are not sufficiently represented in restaurant menus. In this framework, although fruit-based dishes are among the unique elements of Şanlıurfa cuisine, it has been concluded that they are not widely recognized due to both changing modern consumption habits and insufficient promotion in the gastronomic field. Additionally, factors such as the inadequate inclusion of these dishes in the menus of food and beverage enterprises and a lack of specialized knowledge among staff have been identified as primary barriers to the sustainability of this culinary heritage.

Keywords: *Şanlıurfa, gastronomy, fruit dishes, culture, local culinary*

Giriş

Turizm endüstrisi, değişen tüketici talepleri, kültürel beklentiler ve toplumsal dönüşümler doğrultusunda sürekli bir çeşitlenme göstermekte; özellikle 21. yüzyılda kitlesel deniz-kum-güneş turizminden bireyselleştirilmiş ve deneyim odaklı turizm türlerine doğru belirgin bir talep kayması yaşanmaktadır. Pine ve Gilmore'un (1999) deneyim ekonomisi yaklaşımı, turistlerin artık yalnızca bir destinasyonu ziyaret etmeyi değil, o destinasyonun kültürel kodlarını çözmeyi, yerel halkla etkileşime girmeyi ve çok boyutlu bir duyuşsal deneyim yaşamayı talep ettiklerini ortaya koymaktadır. Bu bağlamda gastronomi turizmi, destinasyonların kültürel kimliğini en otantik biçimde yansıtan ve turistlerin yerin ruhunu algılamalarını sağlayan bir turizm türü olarak öne çıkmaktadır. Nitekim Kivela ve Crofts (2006), gastronomiyi destinasyon seçimi

minde belirleyici bir içsel motivasyon kaynağı olarak tanımlarken; Yeoman (2008), geleceğin turizm eğilimleri içerisinde otantik mutfak deneyimlerinin lüks tüketimden daha fazla talep göreceğini vurgulamaktadır.

Türkiye, tarihsel derinliği, kültürel çeşitliliği ve zengin mutfak mirası sayesinde gastronomi turizmi açısından önemli bir potansiyele sahiptir. UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na gastronomi alanında dahil olan Gaziantep, Hatay ve Afyonkarahisar gibi örnekler, yerel mutfak unsurlarının destinasyon markalaşmasında etkili bir araç olarak kullanılabileceğini göstermektedir. Benzer şekilde Şanlıurfa da hem köklü tarihsel arka planı hem de coğrafi işaretli ürünleri ile gastronomi turizmi açısından güçlü bir konumda bulunmaktadır. Göbeklitepe'nin buğdayın ana yurdu olarak kabul edilmesi, bölgeyi tarım

ve beslenme tarihinin başlangıç noktalarından biri hâline getirmekte ve Şanlıurfa mutfağına evrensel bir değer kazandırmaktadır (Sevimli vd., 2021). Bununla birlikte Şanlıurfa mutfağı, ulusal ve uluslararası düzeyde çoğunlukla acı, baharat ve ızgara yemekleri ekseninde dar bir çerçeveye tanıtılmakta; bu durum mutfağın sahip olduğu daha zengin ve özgün gastronomik mirasın görünürlüğünü sınırlamaktadır (Akturfan vd., 2024). Bu özgün mirasın önemli bir bölümünü ise bölgeye özgü meyve yemekleri oluşturmaktadır. Nar, erik, kebat, dut, kavun, yenidoğru gibi meyvelerin yalnızca tatlılarda değil; ana yemeklerde, ordövrlerde ve etli yemeklerde yaratıcı bir biçimde kullanılması, Şanlıurfa mutfak kültürünü diğer Anadolu mutfaklarından belirgin şekilde ayırtmaktadır. Meyve yemekleri; tatlı-tuzlu-ekşi dengesini bir arada sunan sofistike yapısı, mevsimselliğe dayalı gastronomik karakteri ve sosyal ritüellerdeki yeri ile bölgenin somut olmayan kültürel mirasının önemli bir bileşenini teşkil etmektedir (Ekinci, 2016). Gürsoy (2015), meyveli et yemeklerinin kökenlerini Orta Asya ve Selçuklu dönemine dayandırmakta; bu geleneğin günümüzde en canlı biçimde Anadolu da yaşadığını ifade etmektedir. Ancak modernleşme, kentleşme ve hazır gıda tüketiminin yaygınlaşması, zahmetli hazırlık süreçleri gerektiren bu geleneksel tariflerin ev içi tüketimle sınırlandırılmasına ve giderek unutulmasına yol açmaktadır (Ekinci, 2016).

Şanlıurfa mutfak kültüründe meyve yemeklerinin hem kültürel miras hem de gastronomi turizmi açısından taşıdığı değer oldukça önemlidir. Meyve yemeklerinin turistik ürün olarak değerlendirilmesi; bir yandan yerel gastronomik kimliğin görünürlüğünü artırmakta, diğer yandan destinasyonun özgün marka değerine katkı sağlamaktadır (Ercan vd., 2023). Bununla birlikte, meyve yemekleri turistlerin otantiklik ve yenilik arayışlarını karşılayabilecek güçlü bir çekim unsuru sunmasına rağmen, bu potansiyelelin destinasyon pazarlamasına tam olarak yan-

sımadığı görülmektedir. Bu çerçevede çalışmanın önemi, bölgenin zengin kültürel mirasının önemli bir parçası olan meyve yemeklerinin, modernleşme ve küreselleşme süreçleri nedeniyle yok olma tehdidi altında bulunması ve bu yemeklerin gastronomi turizmi yoluyla sürdürülebilirliğinin sağlanmasının gerekliliğinden kaynaklanmaktadır. Çalışmanın temel amacı ise Şanlıurfa mutfak kültüründe meyve yemeklerinin durumunu belirlemek ve bu yemeklerin gastronomi turizmine katkısını incelemektir.

Kavramsal Çerçeve

Gastronomi turizmi ve yerel yemekler

Gastronomi turizmi, bireylerin bir destinasyonu ziyaret etme motivasyonları arasında giderek daha fazla öne çıkan, çok boyutlu bir turizm türüdür (Scarpato, 2002). Turistlerin yerel tatları deneyimleme, otantik yemek kültürlerini tanıma ve farklı gastronomik pratikleri keşfetme isteği; gastronomi turizmini hem ekonomik hem de kültürel açıdan destinasyonlar için önemli bir öğeye dönüştürmektedir (Polat ve Aktaş Polat, 2020). Literatürde gastronomi turizminin, destinasyonların marka değerini artırma, imajını güçlendirme ve uluslararası alanda rekabet avantajı sağlama gibi işlevleri bulunduğu vurgulanmaktadır (Yong vd, 2022). Özellikle Düşmezkalender ve Erol (2023), gastronomi turizminin ekonomik bir faaliyet olmanın ötesinde, uluslararası görünürlük ve kültürel etkileşim üreten bir yumuşak güç aracı niteliği taşıdığını belirtmektedir.

Gastronomi turizmi, destinasyonların yerel mutfak öğelerini tanıtarak turistik çekiciliğini artırmayı hedefleyen, kültürel deneyimleri merkeze alan bir turizm türüdür. Hjalager ve Richards (2002), gastronomi turizmini destinasyon pazarlaması açısından bir farklılaşma aracı olarak değerlendirirken, Üzülmöz (2021) yerel mutfak öğelerinin marka değerine yaptığı katkıyı vurgulamaktadır. Yerel mutfak, yalnızca bir beslenme alışkanlığı değil, aynı zamanda bölgenin tarihsel birikiminin, toplumsal yapısının

ve kültürel kimliğinin dışavurumudur (Ercan vd., 2023; Okumuş vd., 2007).

Gastronomi turizminde tüketici davranışları tek boyutlu değildir. Turistlerin yerel tatlara olan ilgisi farklı düzeylerde gerçekleşmektedir. Cohen ve Avieli (2004), turistlerin neofili (yeni tatlara açıklık) ile neofobi (yeni tatlardan kaçınma) arasında gidip gelen çelişkili tutumlara sahip olduklarını belirtmektedir. Bu çerçevede özellikle Şanlıurfa mutfağında yoğun olarak görülen meyve ve et birlikteliği gibi alışılmadık gastronomik uygulamalar, bazı turist grupları için çekici bulunurken, bazıları için de deneyimsel bir risk olarak algılanabilmektedir. Bununla birlikte Mak vd. (2012), yenilik arayışı yüksek olan turistlerin, destinasyona özgü ve egzotik lezzetlere karşı daha olumlu tutum sergilediklerini ortaya koymaktadır. Dolayısıyla gastronomi turizmi memnuniyetini etkileyen değişkenler arasında kültürel farklılık, bireysel tat algısı ve yenilik arayışı önemli rol oynamaktadır.

Dünya Turizm Örgütü, gastronomi turizmini kültürel aidiyet, gelenek ve toplumsal kimlik ile doğrudan ilişkili bir turizm türü olarak tanımlamakta; yerel mutfakların ekonomik kalkınmanın yanı sıra kültürel sürdürülebilirliğe de önemli katkılar sunduğunu belirtmektedir (World Tourism Organization, 2017). Richards (2012) ise gastronomi turizmini deneyim ekonomisi bağlamında ele alarak yerel yemeklerin destinasyon kimliğinin inşasında belirleyici rol oynadığını ifade etmektedir. Yerel yemekler, turistlerin destinasyon tercihlerini etkileyen önemli unsurlardan biridir. Çetinsöz ve Polat (2018), geleneksel yemeklerin korunması, belgelenmesi ve nesilden nesile aktarılmasının gastronomi turizminin sürdürülebilirliği için önemli olduğunu vurgulamaktadır. Bu bağlamda Şanlıurfa'da meyve yemekleri, sadece ev içi bilgi aktarımına dayanan bir mutfak geleneğini temsil etmekle kalmayıp, destinasyonun özgün gastronomik kimliğini destekleyen bir unsur olarak öne çıkmaktadır.

Gastronomi turizmi aracılığıyla yerel mutfak unsurlarının pazarlanması, destinasyon markalaşmasına da doğrudan katkı sağlamaktadır. Hikâye anlatımı, gastronomi temelli destinasyon pazarlamasında güçlü bir araç olarak kullanılmakta; yerel yemeklerin taşıdığı kültürel anlamlar destinasyonun özgünlüğünü ön plana çıkarmaktadır (Özbay vd., 2023). Yerel mutfak öğelerinin destinasyon markalaşmasındaki önemi, gastronomi literatüründe geniş yer bulmaktadır. Süzer ve Doğdubay (2022), coğrafya ile kültürel birikimin oluşturduğu yerel mutfakların taklit edilmesinin güç olduğunu ve bu nedenle destinasyonlar için sürdürülebilir rekabet avantajı sağladığını ifade etmektedir. Bu bağlamda gastronomi turizmi, yemek tüketiminin ötesine geçerek kültürel kimliğin, mirasın ve yerel yaşam biçimlerinin bütüncül biçimde deneyimlenmesini içermektedir. Meyve yemekleri gibi özgün unsurlar, destinasyonların farklılaşmasında önemli bir rol oynamakta ve turistlere sıra dışı deneyimler sunmaktadır.

Şanlıurfa mutfağı ve meyve yemekleri

Şanlıurfa mutfağında meyve yemeklerinin gelişimi, kentin tarih boyunca Mezopotamya ile Anadolu arasında bir kültür köprüsü olmasının doğal sonucudur. Nar, kebat ve erik gibi meyvelerin hem günlük yemeklerde hem de ritüel temelli özel günlerde kullanılması, mutfak kültürünün sürekliliğini sağlamış; taş fırınlar ve geleneksel pişirme teknikleri bu sürekliliği desteklemiştir (Atçı ve Akan, 2021). Bölgenin Arap mutfağıyla olan tarihsel etkileşimi ise meyvelerin tuzlu yemeklerde kullanımını artırarak gastronomik çeşitliliği zenginleştirmiştir (Karaca ve Karacaoğlu, 2016). Göç hareketlerinin bölgenin yiyecek içecek çeşitliliğinin artmasına ve bu mirasın dinamik bir şekilde evrilmesine katkı sağlamıştır (Aral, 2023). Meyve yemeklerinin turist deneyimindeki özgün tadı ve kültürel anlamı, destinasyon deneyimini zenginleştiren temel yapı taşlarından biri hâline gelmiştir (Sims, 2009).

Şanlıurfa mutfağının en özgün fakat az bilinen katmanlarından biri olan meyve yemekleri, sadece birer beslenme unsuru değil, bölgenin kadim gastronomi kimliğinin ve kültürel mirasının taşıyıcısıdır. Gastronomi turizmi üzerine yapılan meta-analizler ve geniş kapsamlı sistematik literatür taramaları, yerel gıda tüketim motivasyonlarının (otantiklik, kültürel deneyim ve duysal çekicilik) turist memnuniyeti ve destinasyon sadakati üzerinde en güçlü belirleyici faktörler olduğunu göstermektedir (Kim., 2018; Okumuş, 2021; Üstünel vd., 2021).

Günümüzde modernleşme ve geleneksel bilgi aktarımının zayıflaması, Şanlıurfa mutfağında önemli bir yere sahip olan meyve yemeklerinin kaybolma riskini artırmaktadır. Bu nedenle gastronomi turizmi kapsamında bu yemeklerin tanıtılması hem kültürel mirasın korunması hem de destinasyon çekiciliğinin artırılması açısından önemli görülmektedir (Kayran, 2021). Bu bağlamda Halfeti’de Slow Food yaklaşımıyla düzenlenen Meyve Yemekleri Festivali, erik tavaşı, ayva güvenci, nar ekşili soğan kebabı, yenedünya kebabı, kavun dolması, dut pilavı ve dut soslu şabut balığı gibi en az 25 özgün yemeği görünür kılarak bölgenin tarımsal çeşitliliğini ve gastronomik özgünlüğünü yansıtmaktadır (Atçı ve Akan, 2021). Festival, yalnızca yerel mutfak kültürünün tanıtımına katkı sağlamakla kalmayıp aynı zamanda kültürel belleğin korunması ve gastronomik mirasın sürdürülebilirliğinin desteklenmesi açısından da önemli bir işlev üstlenmektedir. Literatürde gastronomi festivalleri üzerine yapılan sistematik derlemeler; bu tür etkinliklerin sadece ekonomik girdi sağlamadığını, aynı zamanda unutulmaya yüz tutmuş yerel tariflerin yeniden canlandırılması için bir platform oluşturduğunu ortaya koymaktadır (Barakazı ve Kayran, 2019; Cömert ve Çetin, 2017; Erciyas ve Yılmaz, 2021; Mason ve Paggiaro, 2012).

Şanlıurfa mutfak kültürü üzerine yapılan akademik çalışmalar incelendiğinde, kentin zengin

mutfak kültürüne sahip olmasına karşın sınırlı sayıda çalışma yapıldığı görülmektedir. Yapılan çalışmalarda zengin yemek çeşitliliği, otantik tatlar ve coğrafi işaretli ürünler, Şanlıurfa’nın gastronomi turizmi açısından güçlü yönleri arasında değerlendirilmektedir. SWOT analizi-ne dayalı araştırmalar, kentin güçlü yönlerinin yanı sıra tanıtım eksikliği, altyapısal sorunlar ve kurumsal işbirliği yetersizliklerinin turizm gelişimini sınırlayan etkenler olduğunu ortaya koymaktadır (Akturfan vd., 2024; Kayran ve Atçı, 2021; Zengin ve Erkol, 2013). Sevimli vd. (2021), gastronominin Şanlıurfa’da kültür, inanç ve tarih turizmiyle bütünleştiğinde daha güçlü bir çekicilik yarattığını ve destinasyonun çok yönlü turizm deneyimi sunabileceğini vurgulamaktadır.

Meyve yemeklerinin gastronomi turizmi bağlamında değerlendirilmesine yönelik çalışmaların sınırlı olması, literatürdeki boşluğa işaret etmektedir. Yapılan çalışmalarda yerel restoran menülerine yönelik analizlerde meyve yemeklerinin görünürlüğünün oldukça düşük olduğu belirlenmiştir. Tescilli yöresel yemeklerin ve özellikle meyve yemeklerinin restoran menülerinde yeterince temsil edilmediğini, bu durumun turistlerin özgün tatlara erişimini kısıtladığını ortaya koymaktadır. Bu bulgu, arz yönlü önemli bir problemi göstermekte ve gastronomi turizmi kapsamında ürün çeşitliliğinin artırılması gerektiğine dikkat çekmektedir (Ercan vd., 2023; Kayran ve Atçı, 2021; Umur ve Şener, 2023). Modernleşme süreçlerinin kültürel aktarım üzerindeki kısıtlayıcı etkisine karşın, Kayran vd. (2025) tarafından gerçekleştirilen SWOT analizi, Halfeti’nin meyve yemekleri özelinde yüksek bir stratejik potansiyele sahip olduğunu kanıtlamaktadır. Çalışmada; bölgenin ekolojik avantajları, Cittaslow felsefesiyle uyumlu sürdürülebilir imajı ve yerel halkın somut olmayan kültürel mirası sahiplenme düzeyi, destinasyonun en önemli rekabet avantajları (güçlü yönler) olarak saptanmıştır. Bu unsurlar, meyve yemeklerinin fonksiyonel sağlık faydalarıyla

birleşerek Şanlıurfa'nın gastronomi turizmi arzını güçlendiren temel yapı taşlarını oluşturmaktadır.

Meyve ve et birlikteliğinin gastronomik açıdan değerlendirilmesi, bu yemeklerin geleneksel bir uygulama olmasının yanı sıra, teknik bir ustalık gerektirdiğini de göstermektedir. Karaca ve Karacaoğlu (2016), taş fırın kültürünün meyve yemeklerinde pişirme tekniği açısından belirleyici olduğunu; meyvelerin içerdiği doğal asitlerin etin yağ dengesini düzenleyerek yumuşaklık ve aroma sağladığını ifade etmektedir. Albayrak (2013) ise meyve-et uyumunun modern gastronomide moleküler uyum açısından öne çıkan bir teknik olduğunu belirtmektedir. Halfeti'nin sahip olduğu Cittaslow kimliği ile meyve yemeklerinin pratik ve sürdürülebilir yapısı arasında doğrudan bir ilişki bulunmaktadır. Küresel gastronomi eğilimleri üzerine yapılan meta-analizler, tüketicilerin artık hikayesi olan ve sürdürülebilir üretim tekniklerini miras alan mutfaklara yöneldiğini doğrulamaktadır (Çelik ve Aksoy, 2017; Hall ve Gössling, 2016).

Yöntem

Bu çalışma, nitel araştırma yöntemlerinden durum çalışması deseniyle yapılandırılmıştır. Durum çalışması, güncel bir olguyu kendi gerçek yaşam çerçevesi içinde derinlemesine inceleyen bir yaklaşımdır (Yin, 2017). Şanlıurfa mutfak kültüründe meyve yemeklerinin yerini ve gastronomi turizmine katkısını ortaya koymayı amaçlayan bu çalışmada uzman akademisyenler, aşçılar, yiyecek içecek işletmecileri, gıda mühendisi ve turist rehberlerinden oluşan 15 alan uzmanıyla görüşme yapılmıştır.

Görüşme formunun hazırlanması aşamasında ilk olarak araştırma amacına uygun olarak literatür taraması yapılmıştır. Literatür taraması çerçevesinde araştırma soruları belirlenmiştir. Ardından belirlenen araştırma sorularını içeren bir görüşme formu hazırlanmıştır. Hazırlanan görüşme formunun amaca uygunluğuna ve yeterliliğine yönelik olarak gastronomi alanında

uzman üç öğretim üyesinden görüş istenmiştir. Gelen öneriler doğrultusunda düzenlenen form aracılığıyla iki akademisyen ile görüşme yapılarak soruların uygunluğu ve yeterliliği test edilmiştir.

Araştırmanın örneklem seçiminde, nitel araştırma yöntemlerinde derinlemesine ve nitelikli bilgi elde etmek amacıyla kullanılan amaçlı örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Bu yöntem, araştırmacının öncelikle geniş bir evren içerisinden rastgele tekniklerle bir potansiyel katılımcı grubu belirlemesini, ardından bu grup içerisinden araştırma sorusuna en yüksek katkıyı sağlayabilecek, bilgi açısından zengin alt vakaları veya kişileri sistematik olarak seçmesini temel almaktadır (Patton, 2015). Söz konusu yöntemin tercih edilme gerekçesi, örnekleme çeşitliliği muhafaza ederken aynı zamanda verinin derinliğini ve araştırmanın inanılabilirliğini maksimize etmektir (Baltacı, 2018; Güler ve Türkay, 2025). Örnekleme süreci, metodolojik netliği sağlamak adına iki aşamalı bir hiyerarşi ile yürütülmüştür. İlk aşamada, Şanlıurfa gastronomi alanında aktif rol alan paydaşlardan; yani yerel mutfak şefleri, yiyecek-içecek işletmecileri, gıda mühendisleri, turist rehberleri ve turizm akademisyenlerinden oluşan geniş bir aday havuzu oluşturulmuştur. İkinci aşamada ise bu havuz içerisinden araştırmanın odağı olan meyve yemekleri ve yerel mutfak mirası konularında en yüksek düzeyde farkındalık ve deneyime sahip olduğu değerlendirilen katılımcılar, maksimum çeşitlilik ilkesi gözetilerek örnekleme dahil edilmiştir (Süzer ve Demirel, 2025). Bu sistematik seçim stratejisi sayesinde; geleneksel reçete bilgisine sahip şeflerden teknik süreçleri yöneten gıda mühendislerine, saha deneyimi olan rehberlerden alan akademisyenlerine kadar geniş bir yelpazede veri doygunluğuna ulaşılmıştır. Böylece meyve yemeklerinin mevcut durumu, sadece tek bir grubun bakış açısıyla değil, gastronomi turizminin tüm bileşenlerini kapsayan bütüncül bir perspektifle çözümlenmiştir.

Katılımcıları ifade etmek için “K” harfi kullanılmış ve katılımcılar “K1, K2, K3, ..., K14 ve K15” şeklinde kodlanmıştır. Araştırma verilerinin toplanabilmesi için Harran Üniversitesi Etik Kurulu’ndan 16.06.2025 tarihi ve 2025/241 karar/sayı numarası ile etik kurul izin belgesi alınmıştır. Veriler katılımcılardan 01.07.2025-15.09.2025 tarihleri arasında yüz yüze toplanmıştır. Görüşmecilere 7 açık uçlu soru yöneltilmiştir. Görüşmeler ortalama 15 dakika sürmüştür. Yapılan 15 görüşmeden sonra veriler tekrar ettiği için ve doyumluğa ulaştığından yeterli veri elde edildiği düşünülerek veri toplama işlemi sona erdirilmiştir. Alan yazında yapılan ampirik çalışmalar, homojen örneklerde 12 görüşme ile temel temaların büyük ölçüde doyumluğa ulaştığını göstermektedir (Guest vd., 2006).

Araştırma kapsamında elde edilen nitel verilerin çözümlenmesinde, verileri hem derinlemesine anlamlandırmak hem de sistematik bir yapıda sunmak amacıyla içerik analizi ve betimsel analiz yöntemleri bir arada kullanılmıştır. Analiz süreci, verilerin ham halinden çıkarılarak anlamlı temalara dönüştürülmesini sağlayan dört temel aşamada gerçekleştirilmiştir. Sürecin ilk aşamasında, katılımcılarla yapılan görüşmeler yazılı metinlere dönüştürülerek ham veri seti oluşturulmuştur. Betimsel analiz yaklaşımını doğrultusunda, bu veriler araştırma sorularının belirlediği çerçeveye göre tasnif edilmiş ve katılımcıların görüşleri, özüne sadık kalınarak özetlenmiştir (Yıldırım ve Şimşek, 2013: s.239). Bu aşama, meyve yemeklerine dair mevcut durumun katılımcı perspektifiyle betimlenmesine olanak tanımıştır. İkinci aşamada, betimsel analizle taslağı oluşturulan veriler içerik analizine tabi tutulmuştur. Bu süreçte metinler kavramsal düzeyde incelenerek; Şanlıurfa’nın gastronomi potansiyelini, yapısal sorunlarını ve geleceğe dönük projeksiyonlarını temsil eden spesifik kodlara ulaşılmıştır. İçerik analizi sayesinde verilerin altında yatan temel kavramlar ve bu kavramlar arasındaki ilişkiler sistematik

bir yapıya kavuşturulmuştur. Analizin üçüncü aşamasında, oluşturulan kodlar arasındaki benzerlikler ve farklılıklar gözetilerek kategoriler yapılandırılmıştır. Kodlama sürecinin geçerlik ve güvenilirliğini sağlamak amacıyla uzman incelemesi yöntemi uygulanmıştır. Bu kapsamda, araştırmacı tarafından oluşturulan kod listesi ve kategori yapısı, alanında uzman bağımsız bir akademisyen tarafından gözden geçirilmiş; kategorilerin mantıksal akışı ve araştırma sorularıyla uyumu bilimsel denetimden geçirilmiştir (Lincoln ve Guba, 1985). Bu çerçevede katılımcılara yöneltilen toplam yedi soruya ilişkin olarak, 15 katılımcı tarafından 16 kod üretilmiş ve bu kodlar altı kategori altında toplanmıştır. Son aşamada ise üzerinde uzlaşılan kod ve temalar, araştırmanın bulgularını yansıtacak şekilde raporlanmıştır. Kod ve kategorilerin oluşturulmasından sonra ortaya çıkan kodlara ilişkin olarak katılımcı ifadelerine yer verilmiştir.

Araştırma kapsamında meyve yemeklerinin gastronomi turizmi potansiyeli açısından değerlendirilmesine yönelik olarak aşağıdaki sorulara yanıt aranmaktadır:

1. Şanlıurfa mutfak kültüründe meyve yemeklerinin mevcut durumu nedir?
2. Meyve yemeklerinin korunması ve geliştirilmesi için neler yapılabilir?
3. Şanlıurfa’da faaliyet gösteren yiyecek-içecek işletmeleri, meyve yemeklerinin sunumu açısından niceliksel ve niteliksel olarak yeterli midir?
4. Şanlıurfa mutfak kültüründe meyve yemeklerinin gastronomi turizmi açısından sahip olduğu potansiyel nasıl değerlendirilmektedir?
- 5.Şanlıurfa’da gastronomi turizmi kapsamında meyve yemeklerinin tanıtımı ve kullanımı nasıl artırılabilir?
6. Meyve yemeklerinin gastronomide bir marka unsuru olarak değerlendirilmesi sürecinde özel sektör ile kamu kurumları arasındaki iş birliği nasıl geliştirilebilir?

7. Şanlıurfa'daki yiyecek-içecek işletmelerinin hizmet kalitesi ve müşteri memnuniyetine yönelik tutumlarını nasıl geliştirilebilir?

Bulgular ve Tartışma

Araştırma alan uzmanı 15 katılımcı ile yürütül-

müştür. Görüşmeciler arasında 6 yerel mutfak şefi, 4 turizm akademisyeni, 2 bölgesel turist rehberi, 2 yiyecek-içecek işletmecisi ve 1 gıda mühendisi yer almaktadır. Katılımcılara yönelik bulgular Çizelge 1'de sunulmuştur:

Çizelge 1

Katılımcılara ilişkin bilgiler

Katılımcı	Cinsiyet	Görev
K1	Kadın	Mutfak Şefi
K2	Erkek	Mutfak Şefi
K3	Erkek	Mutfak Şefi
K4	Erkek	Mutfak Şefi
K5	Kadın	Mutfak Şefi
K6	Erkek	Mutfak Şefi
K7	Kadın	Gıda Mühendisi
K8	Kadın	Yiyecek İçecek İşletmecisi
K9	Erkek	Yiyecek İçecek İşletmecisi
K10	Kadın	Turizm Akademisyeni
K11	Erkek	Turizm Akademisyeni
K12	Erkek	Turizm Akademisyeni
K13	Kadın	Turizm Akademisyeni
K14	Kadın	Bölgesel Turist Rehberi
K15	Erkek	Bölgesel Turist Rehberi

Araştırmanın birinci ve ikinci sorularına verilen yanıtlar bütüncül bir yaklaşımla değerlendirilmiş ve sekiz koddan oluşan iki kategori altında incelenmiştir. Üçüncü soruya ilişkin bulgular bir kategori iki kod altında, dördüncü soruya ilişkin bulgular ise yine bir kategori iki kod altında sınıflandırılmıştır. Beşinci ve altıncı sorulara verilen yanıtlar ortak değerlendirilerek iki koddan oluşan bir kategori kapsamında ele alınmıştır. Son soruya ilişkin olarak ise iki kod ve bir kategori geliştirilmiştir.

Şanlıurfa'nın mutfak kültüründe meyve yemeklerinin mevcut durumuna, korunmasına ve geliştirilmesine yönelik olarak katılımcılar tarafından toplam sekiz kod üretilmiştir. Elde edilen kodlar iki kategori altında toplanmış olup, bu

kategori mevcut durum ile koruma ve geliştirme şeklinde belirlenmiştir. Mevcut durum kategorisi altında toplam 4 kod yer almaktadır. Bu kodlar uygulama alanı, risk, zıt tatlar ve bilinirlik olarak isimlendirilmiştir. Bu kodlar içerişimde en fazla tekrarlanan 15 frekans ile uygulama alanı kodudur. Daha sonraki sıklık ise 7 frekans ile risk kodu olarak tespit edilmiştir. Koruma ve geliştirme kategorisi altında ise 4 kod toplanmıştır. Söz konusu kodlar farkındalık, eğitim, menülere eklenmesi ve tanıtım olarak belirlenmiştir. Bu kodlar arasında en fazla sıklığa sahip kod 18 frekans ile farkındalık kodu olarak tespit edilirken, takip eden kod 6 sıklık ile eğitim olarak belirlenmiştir. Kod ve kategorilere yönelik bulgulara Çizelge 2'de yer verilmiştir.

Çizelge 2*Meyve yemeklerinin mevcut durumu ve geliştirilmesine ilişkin bulgular*

Kategoriler	Kodlar	Frekans	Toplam	% (N:59)	% (Toplam)	% (Kategori içinde)
Mevcut Durum	Uygulama alanı	15	27	55,55	45,76	25,42
	Risk	7		25,92		11,86
	Zıt tatlar	3		11,11		5,08
	Bilinirlik	2		7,40		3,38
Koruma ve Geliştirme	Farkındalık	18	32	56,25	54,23	30,50
	Eğitim	6		18,75		10,16
	Menülere eklenmesi	5		15,62		8,47
	Tanıtım	3		9,37		5,08
Toplam		59	59			

Meyve yemeklerinin mevcut durumuna yönelik katılımcı ifadelerinden en sık frekansa sahip “uygulama alanına” yönelik katılımcı ifadelerinden bazılarına aşağıda yer verilmiştir:

“...Özellikle Halfeti gibi bölgelerde meyve yemekleri festivali gibi etkinlikler düzenlenmesi, bu yemeklerin hala canlı tutulmaya çalışıldığını göstermektedir. Genel olarak, Şanlıurfa mutfağında meyve yemekleri, kebab ve çiğköfte gibi popüler yemeklerin gölgesinde kalmış olsa da, hala yöresel festivaller ve ev mutfaklarında yaşamaktadır...” (K8)

“..... Şanlıurfa, sahip olduğu kadim tarih ve kültür mirasıyla Türkiye'nin gastronomik açıdan en zengin şehirlerinden biridir. Bu zenginliğin önemli bir parçasını ise geleneksel meyve yemekleri oluşturmaktadır.”(K11)

“... Halfeti belki 10 bin yıldır devam eden bu avcı toplayıcı mutfak kültürünün devam ettiği ender kentlerden. Erik, dut, incir gibi coğrafyanın kadim ağaçlarından toplanan meyveler, etle buluşarak içine çok fazla acı ve baharatın girmediği yemeklere dönüşüyor...” (K15)

Katılımcı görüşlerine göre meyve yemekleri, Şanlıurfa mutfak kültürünün önemli ve özgün unsurlarından biridir. Ancak günümüzde daha çok yerel alanlarda ve ev mutfaklarında yaşatılmakta, kebab ve çiğköfte gibi popüler yemeklerin gölgesinde kalmaktadır. Halfeti’de düzenlenen meyve yemekleri festivali gibi etkinlikler ise bu yemeklerin korunmasına ve görünürliğünün artmasına katkı sağlamaktadır. Ayrıca bazı katılımcılar, meyve yemeklerinin kökeninin avcı-toplayıcı mutfak kültürüne dayandığını ve bölgenin kadim gastronomik mirasını yansıttığını belirtmektedir.

Meyve yemeklerinin mevcut durumuna yönelik katılımcı ifadelerinden “risk” koduna ilişkin katılımcı ifadelerinden bazıları şu şekildedir:

“...Ancak modernleşme, şehirleşme ve küresel yemek kültürlerinin yaygınlaşması gibi etmenler, bu geleneksel yemek çeşitlerinin giderek unutulmasına neden olmaktadır.....”(K2)

“... Ancak günümüzde bu yemeklerin daha çok evlerde pişirildiğini, restoranlarda ve turistik işletmelerde pek yer bulamadığını gözlemliyorum. Özellikle genç kuşak bu yemeklerin çoğunu tanımıyor bile...” (K13)

Katılımcılar, modernleşme, şehirleşme ve küreselleşen yemek kültürünün geleneksel yemek çeşitliliğini azalttığını ve meyve yemeklerini risk altına soktuğunu ifade etmektedir. Restoran ve turistik işletmelerde yeterince yer almaması bu yemeklerin görünürlüğünü sınırlarken, genç kuşakların bu yemekleri yeterince tanımaması kuşaklar arası kültürel aktarımın zayıfladığını göstermektedir. Bu durum, meyve yemeklerinin uzun vadede unutulma riski taşıdığını ortaya koymaktadır.

Korunması ve geliştirilmesi kategorisi altında en fazla sıklığa sahip olan “eğitim” kategorisine yönelik olarak katılımcı ifadelerinden bazıları aşağıda sunulmuştur:

“...Geleneksel meyve yemeklerinin korunması ve kuşaklar arası aktarımının sağlanması açısından örgün ve yaygın eğitim kurumlarında gerçekleştirilecek planlı tanıtım çalışmaları büyük önem arz etmektedir. Bu bağlamda, halk eğitim merkezlerinde düzenlenecek uygulamalı atölye çalışmaları, yöresel mutfak kültürünün yerel topluluk içinde canlı tutulmasına katkı sağlayacaktır...” (K10)

“...Bu yüzden öncelikle bu yemeklerin tariflerinin derlenmesi, kayıt altına alınması ve

dijital ortamlarda paylaşılması çok önemli. Kadın kooperatifleri, yerel şefler ve gastronomi öğrencilerinin bu süreçte dahil edilmesi gerektiğini düşünüyorum.... Gençlerin yerel mutfak tanıması için okullarda ve üniversitelerde bu konuda eğitimler verilmesi de sürdürülebilirlik açısından kıymetli olur.... (K5)

Katılımcıların ifadeleri değerlendirildiğinde, meyve yemeklerinin sürdürülebilirliği için en önemli unsurun eğitim olduğu görülmektedir. Bu kapsamda örgün ve yaygın eğitim kurumlarında tanıtım ve öğretim faaliyetlerinin yürütülmesi, özellikle halk eğitim merkezlerinde düzenlenecek uygulamalı atölyelerin yaygınlaştırılması önerilmektedir. Ayrıca yemek tariflerinin derlenmesi, kayıt altına alınması ve dijital platformlarda paylaşılması gerektiği belirtilmektedir. Kadın kooperatifleri, yerel şefler ve gastronomi öğrencilerinin sürece dahil edilmesi de kültürel sürdürülebilirliğe katkı sağlayabilecek önemli bir unsur olarak değerlendirilmektedir.

Menülere eklenmesi koduna yönelik olarak bazı ifadeler şu şekildedir:

“...Ayrıca, turistik bölgelerde hizmet veren restoranlarda bu tür yöresel meyve yemeklerinin menülere dahil edilmesi, bu lezzetlerin hem tanıtımını hem de sürdürülebilirliği açısından büyük katkı sağlayacaktır. Yerli ve yabancı turistlerin özgün tatlar deneyimleme arzusuna hitap edip aynı zamanda yerel ekonomiye de olumlu yönde etki edecektir.....” (K1)

“.....Ayrıca restoranlara bu yemekleri menülerine almaları yönünde destek verilmesi, hatta belki teşvik sağlanması, meyve yemeklerinin yeniden görünür olmasına katkı sağlayabilir.....” (K9)

Katılımcılar, meyve yemeklerinin sürdürülebilirliği ve gastronomi turizmine katkısı için

restoran menülerinde daha fazla yer alması gerektiğini belirtmektedir. Özellikle turistik bölgelerdeki restoranların bu yemekleri sunması, ziyaretçilere özgün gastronomik deneyimler sağlayabilir. Ayrıca restoranların bu yemekleri menülerine eklemeleri için çeşitli teşvik mekanizmalarının oluşturulmasının faydalı olabileceği ifade edilmektedir. Bu tür uygulamaların, meyve yemeklerinin görünürlüğünü artırarak yerel gastronomik mirasın ekonomik değer üretmesine katkı sağlayabileceği düşünülmektedir.

Şanlıurfa'da faaliyet gösteren yiyecek-içecek işletmelerinde sunulan meyve yemeklerinin yeterliliğine ilişkin olarak katılımcılar tarafından toplam iki kod geliştirilmiştir. Bu kodlar bir kategori altında toplanmış olup, yeterlilik kategorisi kapsamında eksiklikler ve öneriler kodları belirlenmiştir. Söz konusu iki kodun toplam frekansı ise 21 olarak tespit edilmiştir. Eksiklikler kodu 11 frekans (%52,38) ve öneriler kodu ise 10 frekansa (%47,61) sahiptir. Eksikliklere yönelik bazı katılımcı ifadeleri aşağıda sunulmuştur:

“... Bu yemekleri bilen ziyaretçilerin işletmelerden bir ya da birkaç gün önce istemesi dışında hazırda bu yemeklere ulaşmak mümkün değil.. Ayrıca günümüz şefleri meyve yemekleri ile ilgili yok denilecek kadar az bilgiye sahiplerdir. Dolayısıyla hem meyve yemeklerinin hazırlanması hem de nitelikli şef konusunda Şanlıurfa'daki işletmeleri yetersiz olarak görüyorum...” (K3)

“...Açıkçası, Şanlıurfa'daki birçok restoran meyve yemeklerine hak ettiği ilgiyi göstermiyor. Tanıtım faaliyetlerinin sınırlı olması da bu yemeklerin hak ettiği ilgiyi görmesini engelliyor. Üstyapıda ise en büyük sorun eğitim eksikliği... Bunların yanı sıra zaten yatırım azlığı, gastronomi turizmine yönelik planlamaların sınırlı oluşu da süreci olumsuz etkilemektedir....” (K14)

Katılımcı görüşleri, Şanlıurfa'daki yiyecek-içecek işletmelerinde meyve yemeklerinin menülerde yeterince yer almadığını ve restoranların daha çok kebab ve çığköfte gibi popüler yemeklere odaklandığını göstermektedir. Ayrıca şef ve personelin bu yemekler konusunda bilgi eksikliğine sahip olması, sunum ve çeşitlilik açısından yetersizlikler bulunması, tanıtım faaliyetlerinin sınırlı kalması ve mevsimsel ürün temini ile altyapı sorunları gibi faktörler de önemli eksiklikler arasında değerlendirilmektedir.

Öneriler koduna ait bazı katılımcı ifadeleri şu şekildedir:

“...Öncelikle, yerel ürün kooperatifleri ve çiftçilerle kurulacak iş birlikleri meyve tedarikini daha sürdürülebilir hale getirebilir. Ayrıca, aşçılar ve servis personeline yönelik düzenlenecek eğitim programları sayesinde bu yemeklerin hazırlanma ve sunum kalitesi artırılabilir. Geleneksel tariflerin modern sunum teknikleriyle harmanlanması, bu yemeklerin hem yerel halk hem de turistler için daha cazip hale gelmesini sağlayabilir. Son olarak, belediyeler ve sivil toplum kuruluşlarının desteğiyle yürütülecek tanıtım kampanyalarının da meyve yemeklerinin bilinirliğini artırabileceğine inanıyorum...” (K12)

“... Bu sorunların çözümü için hem donanımsal destek hem de personel eğitimi şart. İlk olarak işletmelere teknik ve kültürel destek sağlanması, coğrafi işaretli ürünlerin teşviki ve gastronomi turizmi odaklı stratejik planlamaların yapılması faydalı olacaktır. Ayrıca yöresel mutfakla ilgili tanıtım ve farkındalık kampanyaları da yapılmalı ki işletmelerin ilgisi bu tarafa kayabilsin. İkinci olarak gastronomi eğitimi almış bireylerin istihdamı teşvik edilmeli...” (K6)

Katılımcılar, mevcut eksikliklerin giderilebilmesi için çok boyutlu çözüm önerileri sunmaktadır. Katılımcılar, meyve yemeklerinin sürdürülebilirliği için yerel üreticilerle iş birliklerinin

geliştirilmesi, aşçı ve servis personeline yönelik eğitimlerin artırılması ve gastronomi eğitimi almış bireylerin istihdamının teşvik edilmesi gerektiğini belirtmektedir. Ayrıca geleneksel tariflerin modern sunum teknikleriyle desteklenmesi ve yerel kurumlar tarafından yürütülecek tanıtım faaliyetlerinin artırılması, bu yemeklerin gastronomi turizmi kapsamında daha görünür hale gelmesine katkı sağlayabilecek önemli adımlar olarak değerlendirilmektedir.

Şanlıurfa'nın gastronomi turizmi kapsamında meyve yemeklerinin tanıtımının ve kullanımının artırılmasına yönelik olarak yiyecek-içecek işletmelerinin üstlenmesi gereken rol ve sorumluluklara ilişkin katılımcılar tarafından toplam iki kod geliştirilmiştir. Bu kodlar tek kategori altında toplanmış olup, sorumluluklar kategorisi kapsamında faaliyetler ve işletme rolü kodları belirlenmiştir. Faaliyetler kodu 12 frekans (%54,54) ve işletmelerin rolü kodu ise 10 frekansa (%45,45) sahiptir.

Faaliyetler koduna yönelik katılımcı ifadelerden bazıları şu şekildedir:

“...Turizm portalları, sosyal medya platformları ve gastronomi blogları üzerinden Şanlıurfa'ya özgü meyve yemekleri görsel, tarif ve tarihçeleriyle birlikte tanıtılmalıdır. Özellikle kısa formatlı video içerikler, ulusal ve uluslararası turistlerin ilgisini çekmede etkili olabilir. Şehirde belirli restoranların dahil olacağı Şanlıurfa Yöresel Meyve Yemekleri Rotası gibi gastronomi rotaları oluşturulabilir. ...” (K7)

... Gastronomi turizminin gelişmesi için bu özgün yemeklerin ulusal ve uluslararası düzeyde tanıtılması gerekmektedir. Bence en etkili yöntem, onları birer kültürel hikâyeye birlikte sunmak. Ayrıca turistik restoranlarda meyve yemeklerine özel günler ve tadım etkinlikleri düzenlenerek hem yerel halkın hem de turistlerin ilgisi çekilebilir. Dijital medya araçları üzerinden yapılan tanıtımlar

da hedef kitleye ulaşma açısından etkili olacaktır... (K14)

...Ayrıca, gastronomi festivalleri, meyve yemeklerinin tanıtımı açısından oldukça etkili araçlardır. Örneğin Alaçatı Ot Festivali, yalnızca bir yemek etkinliği olmaktan çıkarak, yarışmalar, şef ağırlamaları, konserler ve atölyelerle zenginleştirilmiş, çok yönlü bir kültürel etkinlik haline gelmiştir. Bu sayede hem yerel ürünlerin tanıtımı yapılmakta hem de bölgeye yönelik turistik hareketlilik önemli ölçüde artmaktadır. Benzer bir modelin Şanlıurfa'da da uygulanması, meyve yemeklerine yönelik farkındalığı artırmak adına oldukça etkili olacaktır... (K10)

Katılımcılar, Şanlıurfa'ya özgü meyve yemeklerinin gastronomi turizmi kapsamında daha görünür hale gelebilmesi için dijital tanıtım faaliyetlerinin artırılması, gastronomi rotalarının oluşturulması ve tematik festival ile tadım etkinliklerinin düzenlenmesi gerektiğini vurgulamıştır. Ayrıca bu yemeklerin kültürel hikâyeleriyle birlikte sunulmasının, gastronomik deneyimi güçlendireceği ve turistlerin ilgisini artıracığı ifade edilmiştir. Bunun yanında geleneksel tariflerin kayıt altına alınması ve kültürel miras kapsamında korunmasına yönelik envanter ve tescil çalışmalarının önemine dikkat çekilmiştir.

Katılımcıların işletmenin rolüne yönelik şu ifadeler yer vermişlerdir:

“...Yiyecek içecek işletmeleri meyve yemeklerini sabit menülerine entegre etmeli ve bu yemeklerin yöresel kimliğini vurgulayan açıklamalarla birlikte sunmalıdır. Ayrıca kültürel farkındalığı sağlamaya yönelik olarak şefler ve servis personeli, meyve yemeklerinin tarihçesi, hazırlanışı ve sunumu hakkında eğitilmeli; geleneksel bilgi ile modern gastronomik sunumlar harmanlanmalıdır. Bununla birlikte işletmeler kendi markaları altında meyve yemeklerini tanıtan özel kam-

panyalar düzenleyebilir, ulusal ve uluslararası fuarlara katılarak yöresel mutfağın tanıtımına aktif katkı sağlayabilir...” (K4)

“...Dünyada bir dönem etnik olarak ifade edilen mutfaklar ve restoranlar kendini “fine dining”e dönüştürme sürecinde. Çok fazla başarılı örnek var. Bir deneyim vaadi için meyve yemekleri önemli bir potansiyele sahip...” (K9)

Katılımcılar işletmelerin rolüne yönelik ifadelerinde, yiyecek içecek işletmelerinin meyve yemeklerini menülerine dahil ederek yöresel kimliğini vurgulayan bir sunum geliştirmeleri gerektiğini belirtmiştir. Ayrıca şef ve servis personelinin bu yemeklerin tarihsel ve kültürel arka planı konusunda bilgilendirilmesi, yerel üreticilerle iş birliklerinin kurulması ve gastronomik deneyimi güçlendirecek yenilikçi sunumların geliştirilmesinin, meyve yemeklerinin gastronomi turizmi açısından değerini artıracığı ifade edilmiştir.

Katılımcılar, meyve yemeklerinin gastronomide bir marka unsuru olarak değerlendirilmesine yönelik özel sektör ile kamu kurumları arasındaki iş birliğinin geliştirilmesi ve bu alandaki görev ve sorumlulukların üstlenilmesine ilişkin toplam iki kod geliştirmiştir. Bu kodlar bir kategori altında toplanmış olup, markalaşma kategorisi kapsamında iş birliği ve sorumluluklar kodları belirlenmiştir. Söz konusu iki kodun toplam frekansı ise 30 olarak tespit edilmiştir. İş birliği kodu 17 frekans (%56,66) ve sorumluluklar kodu ise 13 frekansa (%43,33) sahiptir. Katılımcıların “iş birliği” yönelik ifadeleri aşağıda yer almaktadır:

“..Kültür ve Turizm Bakanlığı, yerel yönetimler (belediyeler, il özel idareleri) ve ticaret odaları, gastronomi turizmi kapsamında meyve yemeklerinin tanıtımına yönelik bir bölgesel stratejik plan geliştirmelidir. Bu plan, markalaşma hedefleri, tanıtım yöntemleri, ürün tescil süreçleri ve finansal destek

mekanizmalarını içermelidir..” (K12)

“..İş birliğinin geliştirilmesi için ortak tanıtım kampanyaları düzenlenebilir. Örneğin, GAP İdaresi, Şanlıurfa Belediyesi ve bölgedeki turizm işletmelerinin birlikte yürüteceği projeler bu anlamda etkili olabilir. Yerel gastronomi festivallerinde özel sektörün daha aktif rol alması sağlanabilir. Ayrıca, üniversitelerle iş birliği yapılarak AR-GE çalışmaları gerçekleştirilebilir; bu çalışmalar tarif geliştirme ve sunumların modernizasyonunu kapsayabilir. Meyve yemeklerinin coğrafi işaretleme süreçlerinin desteklenmesi de marka değerini artırabilir...” (K8)

“..Bu bağlamda, meyve kullanımıyla öne çıkan geleneksel yemeklerin birer gastronomi markası haline getirilmesi, kamu kurumları ile özel sektör arasında güçlü ve sürdürülebilir bir iş birliği gerektirir. Özellikle tarım, turizm ve kültür alanlarında faaliyet gösteren kamu kurumları; ürünlerin tescillenmesi, tanıtımı ve standardizasyonu gibi konularda öncülük etmelidir..” (K15)

Katılımcılar, Şanlıurfa’ya özgü meyve yemeklerinin gastronomi turizmi kapsamında bir destinasyon markasına dönüşebilmesi için kurumlar arası iş birliğinin geliştirilmesi gerektiğini vurgulamıştır. Bu doğrultuda kamu kurumları, yerel yönetimler, turizm işletmeleri ve üniversitelerin ortak projeler ve tanıtım kampanyaları yürütmesi; coğrafi işaretleme, ürün hikayeleştirme ve tanıtım faaliyetleriyle bu yemeklerin marka değerinin artırılması gerektiği ifade edilmiştir. Ayrıca bölgesel düzeyde hazırlanacak stratejik planların, ürün tescili, tanıtım ve finansal destek mekanizmalarını kapsamalarının öneme dikkat çekilmiştir.

Katılımcılar “sorumluluklara” ilişkin şu ifadelerle yer vermişlerdir:

“..Bu süreçte sorumlulukların paylaşılması da önemli. Kamu kurumları finansman sağla-

ma, altyapı desteği ve eğitim organizasyonlarını üstlenirken, özel sektör uygulama aşamasında aktif rol almalı, ürün geliştirme ve müşteriye ulaştırma görevini üstlenmelidir. Sivil toplum kuruluşları farkındalık artırma ve toplumsal katılımı teşvik etme görevini üstlenebilir. Akademik kurumlar ise bilimsel araştırma ve eğitim desteği sağlayarak sürece katkıda bulunabilir...” (K5)

“...Bu yemeklerin bir gastronomi markasına dönüşmesi bence kesinlikle mümkün ama bunun için hem kamunun hem de özel sektörün elini taşın altına koyması gerekiyor. Kamu kurumları daha çok tanıtım, eğitim ve teşvik boyutunda destek vermeli...” (K2)

Katılımcılar, meyve yemeklerinin gastronomi turizmine kazandırılması sürecinde paydaşlar arasında görev paylaşımının gerekli olduğunu belirtmiştir. Buna göre kamu kurumlarının finansman, tanıtım ve altyapı desteği sağlama; özel sektörün ürün geliştirme, sunum ve pazarlama faaliyetlerinde aktif rol üstlenmesi; üniversitelerin araştırma ve eğitim desteği sunması; sivil toplum kuruluşlarının ise toplumsal farkındalık ve katılımı artırıcı bir rol üstlenmesi gerektiği ifade edilmiştir.

Katılımcılar, Şanlıurfa'daki yiyecek-içecek işletmelerinin hizmet kalitesi, müşteri memnuniyetine yönelik tutumları ve gelişim süreçlerine ilişkin toplam iki kod geliştirmiştir. Bu kodlar tek kategori altında toplanmış olup, memnuniyet kategorisi kapsamında gelişime açık alanlar ve tutumlar kodları belirlenmiştir. Gelişime açık alanlar kodu 13 frekans (%52) ve tutumlar kodu ise 12 frekansa (%48) sahiptir.

Katılımcılar gelişime açık alanlara ilişkin şu ifadelere yer vermişlerdir:

“...Bu alanlarda gelişme sağlanabilmesi için öncelikle personel eğitiminin artırılması gerektiğini düşünüyorum. Özellikle hijyen, müşteri ilişkileri ve yabancı dil becerilerinin

geliştirilmesi faydalı olabilir. Menü çeşitliliği artırılmalı ve görsel olarak desteklenmeli, çok dilli menüler sunulabilir. Ayrıca mutfak altyapısının modernizasyonu işletmelerin kalitesini yükseltebilir. Misafirlerden alınan geri bildirimlerin sistematik şekilde değerlendirilmesi de hizmet kalitesinin sürekli iyileştirilmesini sağlayabilir. Fiyat politikalarının da tüketiciye daha adil ve şeffaf olacak şekilde düzenlenmesi önemli bir gelişme alanı olabilir...” (K11)

“...Bazı yerlerde hizmet çok iyiysen, bazı yerlerde hijyen, sunum ya da müşteriyle iletişim gibi konularda ciddi eksiklikler yaşanabiliyor. Turistlerle iletişim kurmakta zorlanan personel, yabancı dil bilmeyen garsonlar, karışık menüler bu eksikliklerden bazıları. Bu alanlarda gelişme sağlamak için önemli...” (K14)

“...Personel açısından ise, birçok işletmede çalışanların yemek bilgisi, hijyen kuralları ve müşteri iletişimi konularında eğitimlerden geçmesinin özellikle turistlerle iletişim, servis hızı, menü açıklamaları ve ürün sunumlarında iyileştirme ihtiyacını karşılayacaktır. Ayrıca, yabancı dil bilen servis elemanlarının artırılması, özellikle yabancı turistlerin Şanlıurfa mutfağını daha iyi tanımasına olanak sağlayacaktır. Son olarak, dijitalleşmenin gerekliliklerine uyum sağlanarak, müşteri geri bildirim alma, sistemleri ve menü tanıtımı gibi hizmetlerin mobil uygulamalarla entegre edilmesi, işletmelerin müşteri deneyimini iyileştirmesine önemli katkılar sunacaktır...” (K9)

Katılımcı ifadeleri, Şanlıurfa'daki yiyecek-içecek işletmelerinde özellikle hizmet kalitesi, personel eğitimi ve işletme altyapısı gibi alanlarda geliştirilmesi gereken yönler bulunduğunu göstermektedir. Bu kapsamda hijyen, müşteri ilişkileri, yabancı dil becerileri ve ürün bilgisi konularında personel eğitimlerinin artırılması gerektiği vurgulanmıştır. Ayrıca menülerin çok

dilli hazırlanması, görsel açıdan desteklenmesi ve sunum estetiğinin geliştirilmesi gastronomi deneyimini güçlendirecek unsurlar olarak öne çıkmaktadır. Mutfak altyapısının modernizasyonu, uluslararası gıda güvenliği standartlarının uygulanması ve müşteri geri bildirimlerinin sistematik biçimde değerlendirilmesi de hizmet kalitesinin sürdürülebilir şekilde iyileştirilmesi açısından önemli gelişim alanları olarak ifade edilmiştir.

Katılımcıların tutumlara yönelik ifadeleri aşağıda yer almaktadır:

“...Yiyecek-içecek hizmetlerinde çalışan personelin büyük bir kısmı mesleki eğitim almamış bireylerden oluşmakta, bu da hem iletişim yeterliliği hem de hijyen ve sunum kurallarına uyum açısından hizmet kalitesini olumsuz etkileyebilmektedir. Ayrıca, şikayet yönetimi, memnuniyet ölçümü ve müşteri geri bildirimlerinin analiz edilerek hizmete yansıtılması gibi süreçler yeterince sistematik değildir. Bu durum, işletmelerin sürekli gelişim sağlayamamasına neden olmaktadır...” (K8)

“...Şanlıurfa'daki birçok işletme geleneksel mutfagın lezzetini oldukça başarılı şekilde sunuyor. Özellikle yerel dokunun hissedildiği mekanlar gerçekten etkileyici. Ancak hizmet kalitesinde standartlaşma sorunu olduğunu düşünüyorum...” (K1)

Katılımcılar, Şanlıurfa'daki birçok işletmenin yerel mutfagın özgün lezzetlerini başarılı şekilde sunduğunu belirtmekle birlikte, hizmet kalitesi açısından standartlaşma sorununun bulunduğuna dikkat çekmiştir. Özellikle mesleki eğitim almamış personelin yoğunluğu, hijyen, iletişim ve sunum gibi hizmet unsurlarında farklılıkların ortaya çıkmasına neden olabilmektedir. Bunun yanında müşteri şikayetlerinin yönetimi ve memnuniyet ölçümü gibi süreçlerin yeterince sistematik yürütülmemesi, işletmelerin hizmet kalitesini sürekli geliştirmesini zorlaştıran bir

unsur olarak değerlendirilmektedir.

Araştırmada elde edilen bulgular, Şanlıurfa meyve yemeklerinin hem kültürel bir miras ögesi hem de gastronomi turizmi açısından önemli bir çekicilik faktörü olduğunu ortaya koymaktadır. Katılımcılar, meyve yemeklerinin yöre mutfagının tarihsel gelişiminden süzülen önemli bir birikimi yansıttığını, ancak günümüz mutfak pratiklerinde görünürlüğünün belirgin biçimde azaldığını ifade etmiştir. Bu durum, yöresel mutfakların küreselleşme ve standartlaşma baskısı altında kimliksel zayıflama yaşadığını belirten literatürle örtüşmektedir (Bessière, 1998; Richards, 2012). Özellikle genç kuşakların meyve yemeklerine dair bilgi düzeyinin düşük olması, sözlü-geleneksel aktarımın kopuşuna işaret etmekte; bu tespit, Everett ve Aitchison'un (2008) gastronomik mirasın sürdürülebilirliği konusunda vurguladığı kırılma ile paralellik göstermektedir.

Araştırma bulgularında öne çıkan bir diğer nokta, meyve yemeklerinin özgünlük düzeyinin yüksek olması ve bu nedenle destinasyon farklılaştırma açısından önemli bir potansiyel taşımasıdır. Katılımcılar, bu yemeklerin hem malzeme çeşitliliği hem pişirme teknikleri hem de tat profili bakımından başka bölgelerle kolayca karşılaştırılmayacak bir yapı sunduğunu belirtmiştir. Bu bulgu, yöresel mutfakların destinasyon markalaşmasında farklılaştırıcı unsur olarak kullanılabileceğini vurgulayan çalışmalarla uyumludur (Hall ve Sharples, 2003; Kivela ve Crofts, 2009). Nitekim Şanlıurfa mutfagının genel gastronomik tanıtımının yeterli olmadığına işaret eden Kayran vd. (2025), kentin gastronomi turizmi potansiyelini artırmak için özgün ürünlerin öne çıkarılması gerektiğini belirtmektedir. Bu açıdan meyve yemeklerinin tanıtımı, literatürde önerilen destinasyon farklılaştırma yaklaşımlarına somut bir katkı sunmaktadır.

Bulgular aynı zamanda meyve yemeklerinin turistik deneyim açısından farklılaşan ürünler olduğunu göstermektedir. Katılımcılar, meyve

yemeklerinin turistik menülere dahil edilmesi hâlinde ziyaretçilerin destinasyonla ilgili algısının güçleneceğini, kentin gastronomik kimliğinin daha özgün bir çerçevede sunulabileceğini belirtmiştir. Bu tespit, gastronomi turizminin sadece yeme içme deneyiminden ibaret olmayıp kültürel öğrenme, kimlik keşfi ve deneyimsel tatminle ilişkili bir süreç olduğunu savunan teorik yaklaşımla uyumludur (Bessi re, 1998; Richards, 2012). Ayrıca festival gibi etkinliklerin gastronomik hafızayı canlandırdığı ve turistlerin yerel kimlikle doğrudan temas kurmasını sağladığı yönündeki bulgular, Hall ve Sharples'in (2003) gastronomi festivallerine ilişkin çerçevesini desteklemektedir.

Araştırmanın en dikkat çekici bulgularından biri, Halfeti'de düzenlenen Meyve Yemekleri Festivali'nin yerel mutfak mirasının görünürlüğünü artırmada önemli bir rol oynadığı yönündeki değerlendirmelerdir. Katılımcıların büyük çoğunluğu, festivalde sergilenen erik tava, ayva dolması, elma kebabı, dut pilavı, patlak kavurma ve keme boranası gibi yemeklerin yeniden gündeme taşınmasını olumlu bir gelişme olarak görmektedir. Bu tespit, yerel gastronomi festivallerinin kültürel sürdürülebilirlik ve yerel ekonomiye katkı sağladığını ortaya koyan uluslararası literatürle örtüşmektedir (Bessi re, 1998; Hall ve Sharples, 2003). Ayrıca festivalin üreticiler, yerel yönetim, şefler ve akademisyenler arasında iş birliğini güçlendirmesi, literatürde gastronomik mirasın korunmasında paydaş katılımının önemli olduğuna ilişkin bulguları destekler niteliktedir (Romagnoli, 2019). Öte yandan bulgular meyve yemeklerinin restoran menülerinde yeterince yer almadığını, profesyonel mutfaklarda ise genellikle modernize edilmeden klasik formda sunulduğunu ortaya koymuştur. Katılımcı şefler, meyve yemeklerinin modern gastronomi teknikleriyle yeniden yorumlanması hâlinde ulusal ve uluslararası arenada daha güçlü bir karşılık bulabileceğini ifade etmiştir. Bu durum, gastronominin yenilikçi ve yaratıcı yönüyle geleneksel olanı bir

araya getirme gerekliliğini vurgulayan çalışmalara paraleldir (Richards, 2012). Literatür, geleneksel yemeklerin yaratıcı sunumlarla çağdaş gastronomi sahnesine taşınmasının sürdürülebilir bir koruma stratejisi olduğunu savunmaktadır; bu bağlamda bulgular, kuramsal yaklaşımlarla uyumlu ve destekleyici niteliktedir.

Son olarak, araştırmada meyve yemeklerinin destinasyonun marka değerine katkı sunabileceği, gastronomi turizmi stratejilerinde kullanılabilirliği ve yerel kalkınmayı destekleyebileceği yönünde ortak bir görüş ortaya çıkmıştır. Bu sonuç, yöresel ürünlerin turistik çekicilik ve yerel kalkınma açısından oldukça önemli bir rol oynadığını belirten literatürle uyumludur (Bessi re, 1998; Kayran vd., 2025).

Sonuç

Bu çalışmada Şanlıurfa mutfak kültüründe önemli bir yere sahip olan meyve yemeklerinin günümüzdeki konumu, kültürel anlamları ve gastronomi turizmine sağlayabileceği katkıları kapsamlı bir biçimde ele alınmıştır. Araştırmadan elde edilen sonuçlar meyve yemeklerinin Şanlıurfa mutfak kültürünün özgün ve tarihsel açıdan önemli bir bileşeni olduğunu, ancak günümüzde sınırlı ölçüde yaşatıldığını ortaya koymaktadır. Bununla birlikte modernleşme, şehirleşme ve küreselleşen yemek kültürünün geleneksel yemek çeşitliliğini olumsuz etkilediğini ve meyve yemeklerinin kuşaklar arası aktarımında zayıflama yaşandığını göstermektedir. Ayrıca yiyecek-içecek işletmelerinde bu yemeklere sınırlı yer verilmesi, personelin bilgi eksikliği, tanıtım faaliyetlerinin yetersizliği ve mevsimsel ürün temini gibi faktörler de bu gastronomik mirasın sürdürülebilirliği açısından önemli sınırlılıklar olarak öne çıkmaktadır. Gastronomi turizmi açısından değerlendirildiğinde ise meyve yemeklerinin destinasyon kimliğini güçlendirebilecek önemli bir potansiyele sahip olduğu görülmektedir. Bu doğrultuda araştırma sonuçlarına yönelik öneriler şu şekildedir:

- Geleneksel meyve yemeklerinin korunması için gastronomi eğitimi programları ve halk eğitim merkezleri faaliyetlerinde uygulamalı eğitimlere daha fazla yer verilmelidir.
- Yöresel tarifler derlenmeli, kayıt altına alınmalı ve dijital platformlar aracılığıyla paylaşılmalıdır.
- Yiyecek-içecek işletmelerinin menülerinde meyve yemeklerine daha fazla yer verilerek modern sunum teknikleriyle desteklenmesi sağlanmalıdır.
- Dijital tanıtım faaliyetleri, gastronomi rotaları ve tematik festival ile tadım etkinlikleri artırılmalıdır.
- Kamu kurumları, yerel yönetimler, turizm işletmeleri ve üniversiteler arasında iş birliği geliştirilerek coğrafi işaretleme ve markalaşma çalışmaları desteklenmelidir.
- İşletmelerde hizmet kalitesini artırmak amacıyla personel eğitimi, hijyen standartları, müşteri ilişkileri ve yabancı dil alanlarında mesleki gelişim programları yaygınlaştırılmalıdır.

Kaynakça

Akturfan, M., Sormaz, Ü., Çekiç, İ. (2024). Şanlıurfa ilinin gastronomi turizm potansiyelinin SWOT analizi ile değerlendirilmesi. *Turizm Akademik Dergisi*, 11(2), 119–135.

Albayrak, A. (2013). *Alternatif turizm*. Detay Yayıncılık.

Aral, H. (2023). Göç bağlamında yemeğin rolü nasıl değerlendirilir? *Moment Dergi*, 10(1), 134–154.

Atçı, E., Akan, H. (2021). Cittaslow şehri Hal-feti (Şanlıurfa)'nin "Meyve Yemekleri Festivali"nin etnobotanik açıdan değerlendirilmesi. *Iğdır Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 11(4), 2537–2548.

Baltacı, A. (2018). Nitel araştırmalarda örnek-leme yöntemleri ve örnek hacmi sorunsalı üzerine kavramsal bir inceleme. *Bitlis Eren Üniver-*

sitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 7(1), 231–274.

Barakazı, M., Kayran, M. F. (2019). Festival-lerin düzenledikleri destinasyonlara katkısının incelenmesi: Narenciye Festivali örneği. *International Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 5(20), 1031–1039.

Bessière, J. (1998). Local development and heritage: Traditional food and cuisine as tourist attractions in rural areas. *Sociologia Ruralis*, 38(1), 21–34.

Cohen, E., Avieli, N. (2004). Food in tourism: Attraction and impediment. *Annals of Tourism Research*, 31(4), 755–778.

Cömert, M., Çetin, K. (2017). Gastronomi temalı yerel festivaller üzerine bir değerlendirme. *Journal of International Social Research*, 10(54), 1092–1101.

Çelik, M., Aksoy, M. (2017). Yerli turistlerin gastronomi turizmüne yönelik tutumları: Şanlıurfa örneği. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 5(3), 422–434.

Çetinsöz, B. C., Polat, A. S. (2018). Sürdürülebilir gastronomi turizmi bağlamında yerel yemeklerin mikro ölçekte hazırlanış farklılıkları: Batırık üzerine bir araştırma. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(Ek.1), 60–77.

Düşmezkalender, E., Erol, E. (2023). Destinasyon markalaşmasında gastronomi turizminin rolü ve önemi. *Academic Review of Humanities and Social Sciences*, 6(1), 101–118.

Ekinci, A. (2016). Urfa mutfağı: Lezzet sanatı. *Şehir ve İrfan Araştırmaları Dergisi*, (3), 85–94.

Ercan, M., Erdoğan, T., Taş, İ. (2023). Şanlıurfa mutfak kültüründe yer alan yöresel yemeklerin yiyecek-içecek işletmeleri menülerinde yer alma düzeyleri. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 6(2), 866–878.

Erciyas, N., Yılmaz, İ. (2021). Gastronomi turizminin gelişiminde gastronomi festivalleri ve Türkiye'deki mevcut durum. *ART/icle: Sanat ve Tasarım Dergisi*, 1(1), 91–108.

- Everett, S., Aitchison, C. (2008).** The role of food tourism in sustaining regional identity. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(2), 150–167.
- Guest, G., Bunce, A., Johnson, L. (2006).** How many interviews are enough? An experiment with data saturation and variability. *Field Methods*, 18(1), 59–82.
- Güler, D. C., Türkay, O. (2025).** Tarımsal gelişmelerin yöresel mutfak açısından değerlendirilmesi: Sakarya ilinde nitel bir araştırma. *Aydın Gastronomy*, 9(2), 321–338.
- Gürsoy, D. (2015).** *Tarihin süzgecinde mutfak kültürümüz*. Oğlak Yayıncılık.
- Hall, C. M., Gössling, S. (2016).** *Food tourism and regional development: Networks, products and trajectories*. Routledge.
- Hall, C. M., Sharples, L. (2003).** *Food tourism around the world: Development, management and markets*. Butterworth-Heinemann.
- Hjalager, A. M., Richards, G. (2002).** *Tourism and gastronomy*. Routledge.
- Karaca, O. B., Karacaoğlu, S. (2016).** Kültür, din ve yemek etkileşimi çerçevesinde Arap mutfağının incelenmesi: Adana ili örneği. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(2), 561–584.
- Kayran, M. F. (2021).** *Şanlıurfa ilinin coğrafi işaretli ürünlerinin gastronomi turizmi potansiyeli açısından değerlendirilmesi* [Doktora Tezi, Mersin Üniversitesi]. Mersin Üniversitesi Akademik ve Açık Erişim Bilgi Sistemi. <https://acikerisim.mersin.edu.tr/yayin/166647>
- Kayran, M. F., Atçı, D. (2021).** *Şanlıurfa'nın coğrafi işaretli ürünleri ve gastronomi turizmi potansiyeli*. Detay Yayıncılık.
- Kayran, M. F., Kayran, S. C. Ş., Erdem, A. (2025).** Meyve Yemekleri Üzerine Çok Paydaşlı Bir SWOT Analizi. *Harran Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (2), 83–102.
- Kim, J. H. (2018).** The impact of memorable tourism experiences on loyalty behaviors: The mediating effects of destination image and satisfaction. *Journal of travel research*, 57(7), 856–870.
- Kivela, J., Crotts, J. C. (2006).** Tourism and gastronomy: Gastronomy's influence on tourist experience. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 30(3), 354–377.
- Lincoln, Y. S., Guba, E. G. (1985).** *Naturalistic Inquiry*. Sage.
- Mak, A. H., Lumbers, M., Eves, A. (2012).** Globalisation and food consumption in tourism. *Annals of Tourism Research*, 39(1), 171–196.
- Mason, M. C., Paggiaro, A. (2012).** Investigating the role of festivalscape in culinary tourism: The case of food and wine events. *Tourism Management*, 33(6), 1329–1336.
- Okumuş, B. (2021).** A meta-analysis of evolution of gastronomy and culinary education research published in top-tier culinary, hospitality, and tourism journals. *Journal of Foodservice Business Research*, 24(1), 101–120
- Okumuş, B., Okumuş, F., McKercher, B. (2007).** Incorporating local and international cuisines in tourism marketing: Hong Kong and Turkey. *Tourism Management*, 28(1), 253–261.
- Özbay, T., Altındağ, E. Ö., Yentürk, R., Özbay, N., Adıyaman, M. A., Baran, M. (2023).** Sürdürülebilir turizm kapsamında Şanlıurfa'nın gastronomi turizmi. *Premium e-Journal of Social Sciences*, 7(31), 583–605.
- Patton, M. Q. (2015).** *Qualitative research & evaluation methods*. Sage Publications.
- Pine, B. J., Gilmore, J. H. (1999).** *The experience economy*. Harvard Business School Press.
- Polat, S., Aktaş-Polat, S. (2020).** Transformation of local culinary through gastronomy tourism. *Sosyoekonomi*, 28(43), 243–256.

- Richards, G. (2012).** An overview of food and tourism trends and policies. D. Dodd (Ed.). *The OECD-Korea Workshop, OECD Studies on Tourism* içinde (s. 13–46), OECD Publishing. <http://dx.doi.org/10.1787/9789264171923-en>
- Romagnoli, M. (2019).** Gastronomic heritage elements at UNESCO: Problems, reflections on and interpretations of a new heritage category. *International Journal of Intangible Heritage*, 14(1), 4–17.
- Scarpato, R. (2002).** Gastronomy as a tourist product. A. Hjalager, G. Richards (Ed.) *Tourism and gastronomy* içinde (s. 51–70), Routledge.
- Sevimli, Y., Tatlı, M., Kızıldemir, Ö. (2021).** Göbeklitepe'nin gastronomi turizmi bağlamında değerlendirilmesi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 263–286.
- Sims, R. (2009).** Food, place and authenticity. *Journal of Sustainable Tourism*, 17(3), 321–336.
- Süzer, Ö., Demirel, B. (2025).** Mutfaktan dijital çağa: şeflerin sosyal medya ile etkileşiminin nitel bir analizi. *Aydın Gastronomy*, 9(2), 305–319.
- Süzer, Ö., Doğdubay, M. (2022).** Yerel gıdaların rekabet avantajı. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 255–269.
- Umur, M., Şener, B. (2023).** Yöresel yemeklerin menülerde kullanılması: Şanlıurfa örneği. *Erciyes Akademi*, 37(3), 1352–1363.
- Üstünel, M., Çeliker, N., Güzeller, C. (2021).** Systematic review of meta-analysis studies in the tourism and hospitality literature. *European Journal of Tourism Research*, 27, 2710–2710.
- Üzülmez, M. (2021).** Yöresel mutfak ile destinasyon ve gastronomi turizmi arasındaki ilişkiye yönelik bir inceleme. *Journal of Hospitality and Tourism Issues*, 3(1), 23–36.
- World Tourism Organization. (2017).** *Second global report on gastronomy tourism*. <https://tourlib.net/wto/food-tourism2017.pdf>
- Yeoman, I. (2008).** *Tomorrow's tourist: Scenarios & trends*. Elsevier.
- Yıldırım, A., Şimşek, H. (2013).** *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Seçkin Yayınevi.
- Yin, R. K. (2017).** *Case study research and applications: Design and methods*. Sage Publications.
- Yong, R. Y. M., Chua, B. L., Han, H., Kim, B. (2022).** Taste your way across the globe: A systematic review of gastronomy tourism literature. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 39(7-9), 623–650
- Zengin, B., Erkol, G. (2013).** Şanlıurfa ilinin pazarlanabilirliğine yönelik sorunlar ve çözüm önerileri. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 3(1), 85–94.