ANTALYA'DAKİ ESNAF LOKANTALARINDA GELENEKSEL TARİFLERİN KORUNMASI VE GASTRONOMİ TURİZMİNE YANSIMALARI

Eyüp UYANIK [1]

ORCID:0009-0000-1140-4690

Mehmet ESKİOCAK[2]

ORCID: 0009-0001-5013-3771

Dr. Gül Damla KILIÇ[3*]

ORCID:0000-0002-6564-6385

ÖZ

Esnaf lokantaları, yalnızca yerel yemeklerin sunulduğu işletmeler olarak değil, mutfak anlayışının uzun yıllar boyunca değişmeden sürdürüldüğü ve bu sürekliliğin ziyaretçiler tarafından algılandığı mekânlar olarak ele alınmaktadır. Bu çalışma, Antalya'da faaliyet gösteren esnaf lokantalarının geleneksel mutfak bilgisinin korunması ve kuşaklar arası aktarımındaki rolünü, gastronomi turizmi literatürü çerçevesinde nitel bir yaklaşımla incelemektedir. Araştırmada, Antalya'daki 20 esnaf lokantasına ait Google Yorumlar platformunda yer alan kamuya açık müşteri değerlendirmeleri tematik analiz yöntemiyle incelenmiştir. Analiz süreci Braun ve Clarke'ın (2006) önerdiği aşamalar doğrultusunda

[1] Siirt Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Lisans, Türkiye, eyup.uyanik56@gmail.com

[2] Siirt Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Lisans, Türkiye, mehmeteskiocak987@gmail.com

[3]* Sorumlu Yazar: Dr. Öğr. Üyesi, Antalya Belek Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Türkiye, damla.kilic63@gmail.com

Geliş/Submitted: 30.01.2026 **Kabul/ Accepted:** 13.04.2026

Makale Türü: Araştırma Makalesi

APA: Uyanık E., Eskiocak M., Kılıç G., D. (2026). Antalya'daki Esnaf Lokantalarında Geleneksel Tariflerin Korunması ve Gastronomi Turizmine Yansımaları. Turar Turizm ve Araştırma Dergisi, 15 (1), 118- 144.

yürütülmüştür. Bulgular; yöresellik ve süreklilik, kuşaklar arası aktarım, otantiklik, lezzet ve memnuniyet ile destinasyon algısı olmak üzere beş ana tema altında toplanmıştır. Sonuçlar, esnaf lokantalarının geleneksel mutfak bilgisinin korunması ve gastronomi turizminde destinasyonla kurulan anlamlı ilişkinin merkezinde yer aldığını göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Geleneksel Mutfak Bilgisi, Kuşaklar Arası Aktarım, Otantiklik, Gastronomi Turizmi, Destinasyon İmajı

THE PRESERVATION OF TRADITIONAL RECIPES IN TRADESMEN RESTAURANTS IN ANTALYA AND THEIR REFLECTIONS ON GASTRONOMY TOURISM

ABSTRACT

Tradesmen restaurants are conceptualized not merely as establishments offering local dishes, but as spaces where a distinctive culinary understanding has been sustained unchanged over many years and where this continuity is recognized by visitors. This study examines the role of tradesmen restaurants operating in Antalya in the preservation and intergenerational transmission of traditional culinary knowledge through a qualitative approach grounded in the gastronomy tourism literature. The study analyzes publicly available customer reviews of 20 tradesmen restaurants in Antalya obtained from the Google Reviews platform using thematic analysis. The analytical process followed the stages proposed by Braun and Clarke (2006). The findings are organized around five main themes: locality and continuity, intergenerational transmission, authenticity, taste and satisfaction, and destination image. The results demonstrate that tradesmen restaurants occupy a central position in the preservation of traditional culinary knowledge and in the construction of a meaningful relationship between gastronomy tourism and destination identity.

Keywords: Traditional Culinary Knowledge, Intergenerational Transmission, Authenticity, Gastronomy Tourism, Destination Image

EXTENDED SUMMARY

Purpose

This study examines the role of artisan (esnaf) restaurants in Antalya as key actors in the preservation, reproduction, and intergenerational transmission of traditional culinary knowledge within the context of gastronomy tourism. While gastronomy tourism is widely associated with local food as a destination attraction, the processes through which these culinary practices are sustained in everyday contexts remain relatively underexplored (Bessiere, 1998; Richards, 2002; Hall et al., 2004). In this regard, the study conceptualizes artisan restaurants not merely as food service providers but as everyday sites of gastronomic heritage where traditional recipes and culinary practices are continuously reproduced. The research further aims to explore how these processes are reflected in customer evaluations and how such evaluations contribute to the construction of destination image. By focusing on user-generated content, the study provides insights into how visitors interpret authenticity, locality, and culinary continuity in digitally mediated environments (Lin et al., 2021; Hjalager, 2022).

Methodology

The study adopts a qualitative research design and employs thematic analysis to examine customer-generated textual data. The dataset consists of 898 Google Reviews collected from 20 artisan restaurants operating in Antalya. A purposive sampling strategy was used to include only reviews that contain meaningful experiential narratives, while comments lacking descriptive depth were excluded. The analysis process was conducted in line with the principles of thematic analysis, following a systematic coding procedure involving open coding, categorization, and theme development (Braun & Clarke, 2006). Codes were generated inductively, allowing patterns to emerge directly from the data. These codes were then grouped into sub-themes and broader thematic categories based on conceptual similarities. The process was iterative, and themes were refined through continuous comparison to ensure analytical consistency. To enhance credibility, representative excerpts from customer reviews were incorporated. This approach enables a comprehensive understanding of both explicit evaluations and implicit meanings

embedded in user-generated content, particularly in the context of digital gastronomy experiences (Yavuz & Bozaz, 2023; Akdemir et al., 2024).

Findings

The analysis identified five main themes: (1) continuity of traditional cuisine and locality, (2) intergenerational transmission and sustainability, (3) authenticity and place identity, (4) taste and customer satisfaction, and (5) destination image and overall experience. The first theme indicates that artisan restaurants play a crucial role in preserving traditional culinary practices, with customers frequently emphasizing home-style cooking and local flavors. These findings support the view that food functions as a medium of cultural continuity (Sims, 2009). The second theme highlights the importance of family-based structures in sustaining culinary knowledge across generations, reflecting the role of informal knowledge transfer in maintaining gastronomic heritage (Timothy & Ron, 2013). The third theme demonstrates that authenticity is constructed through both food and the physical and social environment of the restaurant, including simplicity and local identity. The fourth theme, which emerged as the most dominant, focuses on taste and customer satisfaction. However, satisfaction is shaped by a holistic evaluation that includes portion size, price fairness, and service quality. The fifth theme reveals that artisan restaurants significantly contribute to the destination image of Antalya, as visitors frequently position these establishments as integral parts of their overall travel experience. These findings indicate that artisan restaurants function as cultural interfaces where culinary production, consumption, and meaning-making processes intersect.

Conclusion

The study concludes that artisan restaurants should be understood as dynamic cultural institutions that sustain gastronomic heritage through everyday practices rather than merely as commercial food providers. From a theoretical perspective, the findings emphasize the importance of shifting the analytical focus from consumption-oriented approaches toward the processes of culinary knowledge production and transmission. The study also highlights that authenticity is a multi-dimensional construct shaped by the interaction between food, space, and social relations. Methodologically, the research

demonstrates the analytical potential of user-generated content in capturing the experiential and cultural dimensions of gastronomy (Hjalager, 2022; Sezen et al., 2025). From a practical perspective, the findings suggest that local authorities and tourism planners should recognize artisan restaurants as important stakeholders in cultural heritage preservation and destination development. Supporting these establishments through targeted policies and integrating them into gastronomic routes may enhance both cultural sustainability and destination competitiveness. However, the study is limited by its reliance on digital reviews. Future research should incorporate qualitative methods such as interviews and observations to provide a more comprehensive understanding of the role of artisan restaurants in sustaining gastronomic heritage (Taner & Çetin, 2023).

GİRİŞ

Gastronomi turizmi, yerel mutfak bilgisinin destinasyon bağlamında nasıl korunduğu ve sürdürüldüğü üzerinden ele alınan bir turizm alanıdır. Bu alandaki çalışmalar, yerel yemeklerin yalnızca sunulan ürünler olarak değil, belirli bir mutfak bilgisinin zaman içinde devamını sağlayan uygulamalar olarak değerlendirilmesi gerektiğini ortaya koymaktadır (Molina vd., 2016; Zocchi ve Fontefrancesco, 2020). Bu doğrultuda gastronomi turizmi literatürü, destinasyona özgü mutfak uygulamalarının korunması ve sürdürülmesi çerçevesinde şekillenmektedir (Lin vd., 2021; Mathew, 2024). Literatürde özellikle küçük ölçekli ve yerel işletmelerin, yerel mutfak bilgisinin korunmasında önemli bir konuma sahip olduğu vurgulanmaktadır. Bu işletmeler arasında yer alan esnaf lokantaları, geleneksel tariflerin uzun yıllar boyunca aynı anlayışla sürdürülmesine olanak tanıyan işletmeler olarak öne çıkmaktadır (Taner ve Çetin, 2023; Yavuz ve Bozaz, 2023). Bu lokantalarda menülerin belirli yemekler etrafında şekillenmesi ve tariflerin uzun süre değişmeden uygulanması, yerel mutfak bilgisinin sürdürülmesinde belirleyici olmaktadır (Akdemir vd., 2024; Sezen vd., 2025).

Esnaf lokantalarının önemli bir bölümü aile işletmesi niteliği taşımaktadır. Aile işletmelerinde tariflerin aktarımı, yazılı standartlara dayalı bir sistemden ziyade kuşaklar arası öğrenme yoluyla gerçekleşmektedir. Bu durum, geleneksel mutfak bilgisinin uzun süre korunmasını mümkün kılmaktadır (Hernández-Rojas ve Huete-Alcocer, 2021; Sezen

vd., 2025). Aile işletmesi anlayışı, tariflerin belirli bir pişirme pratiği ve mutfak anlayışı içinde sürdürülmesini sağlamaktadır. Bu işletmelerde sunulan yemeklerin ziyaretçiler tarafından yerel mutfağın güvenilir örnekleri olarak değerlendirilmesi, esnaf lokantalarının gastronomi turizmi açısından önemini artırmaktadır (Pivarski vd., 2023). Yerel ürün kullanımına verilen önem ve tariflerin kökenine bağlı kalınması, esnaf lokantalarının destinasyonla kurduğu ilişkiyi güçlendiren unsurlar arasında yer almaktadır. Coğrafi işaretli ürünlerin menülerde yer alması ve yerel tedarik ilişkilerinin sürdürülmesi, mutfak uygulamalarının bulunduğu yerle doğrudan ilişkilendirildiğini göstermektedir (Yavuz ve Bozaz, 2023; Zocchi ve Fontefrancesco, 2020). Bu durum, gastronomi turizminin yalnızca tüketim odaklı bir alan olarak ele alınamayacağını, üretim ve aktarım süreçleriyle birlikte değerlendirilmesi gerektiğini ortaya koymaktadır (Molina vd., 2016).

Son yıllarda yapılan çalışmalar, dijital platformlarda paylaşılan değerlendirmelerin gastronomi turizmi bağlamında destinasyona yönelik değerlendirmelerde etkili olduğunu göstermektedir. Yerel restoranlara ilişkin dijital değerlendirmeler, hangi mutfak uygulamalarının ve hangi işletme özelliklerinin ziyaretçiler tarafından öne çıkarıldığını anlamak açısından önemli bir veri kaynağı sunmaktadır (Lin vd., 2021; Parantika vd., 2025). Ancak mevcut literatürde, restoranlara ilişkin değerlendirmeler çoğunlukla genel bir çerçevede ele alınmakta, esnaf lokantalarının geleneksel tarifleri sürdürme biçimleri ve bu sürekliliğin destinasyonla kurduğu ilişki sınırlı ölçüde incelenmektedir. Özellikle aile işletmesi niteliği, yerel ürün kullanımı ve tariflerin uzun süre korunması üzerinden şekillenen mutfak uygulamalarının gastronomi turizmi bağlamında nasıl değerlendirildiği yeterince açıklık kazanmamıştır (Taner ve Çetin, 2023; Akdemir vd., 2024; Pivarski vd., 2023).

Bu çalışmanın amacı, Antalya'da faaliyet gösteren esnaf lokantalarının geleneksel tarifleri sürdürme biçimlerini incelemek ve bu sürekliliğin gastronomi turizmi bağlamında nasıl değerlendirildiğini ortaya koymaktır. Çalışma, esnaf lokantalarını yerel mutfak bilgisinin korunması ve kuşaklar arası aktarımın sürdürülmesi bağlamında ele almakta ve bu işletmelerin destinasyonla kurduğu ilişkiyi müşteri değerlendirmeleri

üzerinden nitel bir çerçevede incelemektedir. Bu yönüyle çalışma, esnaf lokantalarının yerel mutfak bilgisinin sürdürülmesindeki konumunu ortaya koymayı ve gastronomi turizmi literatürüne bağlama dayalı bir katkı sunmayı amaçlamaktadır.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Gastronomi turizmi, destinasyonla kurulan ilişki çerçevesinde yerel mutfağın korunması ve sürdürülmesi üzerinden ele alınan bir turizm alanıdır. Bu yaklaşımda gastronomi, yalnızca yeme içme faaliyetleriyle sınırlı bir alan olarak değil, yerel mutfak bilgisinin kuşaklar boyunca devamını sağlayan bir unsur olarak değerlendirilmektedir (Bessiere, 1998; Richards, 2002). Yerel mutfak bilgisi, yemek tarifleri ve pişirme biçimleri, kuşaklar arası aktarım yoluyla süreklilik kazanan ve kültürel açıdan korunması gereken unsurlar arasında yer almaktadır. Bu unsurlar, somut olmayan kültürel miras kapsamında ele alınmakta ve korunmaları kültürel süreklilik açısından önem taşımaktadır (UNESCO, 2003).

Bu çerçevede gastronomi turizmi, sadece ekonomik bir faaliyet alanı olarak değil, yerel mutfağın korunmasına ve devamlılığına katkı sağlayan bir alan olarak değerlendirilmektedir. Yerel mutfağa özgü yemeklerin turistik bağlamda sunulması, destinasyonun mutfak özelliklerinin ziyaretçiler tarafından tanınmasına olanak tanımaktadır (Hall vd., 2004; Timothy ve Ron, 2013). Gastronomi turizmi kapsamında yerel halkın sürece dâhil olması ve geleneksel mutfak bilgisinin korunması, bu alanın kültürel sürdürülebilirliğiyle doğrudan ilişkilendirilmektedir (Bessiere, 1998; Okumuş vd., 2007; Sarışık ve Özbay, 2015).

Gastronomik miras, destinasyona yönelik değerlendirmelerde etkili olan unsurlar arasında yer almaktadır. Bu bağlamda gastronomik miras, yeme içme eylemini yalnızca bir tüketim davranışı olarak ele almamakta, bireyin bulunduğu yerle kurduğu ilişki üzerinden değerlendirilmektedir (Scarpato, 2002; Camarero vd., 2019). Geleneksel tariflerin korunması, gastronomik mirasın devamlılığı açısından belirleyici bir yer tutmaktadır. Bayar (2024) tarafından gerçekleştirilen çalışmada, tariflerin anlatılarla birlikte aktarılmasının yerel mutfak bilgisinin korunmasıyla ilişkili olduğu ortaya konulmaktadır.

Geleneksel mutfak bilgisinin korunması ve sürdürülmesi büyük ölçüde aile içi aktarım yoluyla gerçekleşmektedir. Aile işletmeleri, bu aktarımın sağlandığı temel işletme türleri arasında yer almakta ve geleneksel tariflerin devamlılığında belirleyici bir role sahip olmaktadır (Bessiere, 1998; Ueda ve Poulain 2021). Kuşaktan kuşağa aktarılan tarifler, yalnızca teknik bilgiyle sınırlı kalmamakta, gastronomik kimliğin korunmasına da katkı sağlamaktadır (Counihan ve Van Esterik, 2012; Ichijo ve Ranta, 2016). Bu süreçte aile büyükleri, tariflerle birlikte bu tariflerin hangi anlayışla ve hangi koşullarda sürdürüldüğünü genç kuşaklara aktarmakta ve böylece mutfak bilgisinin devamlılığı sağlanmaktadır (Long, 2010; Mason ve Paggiaro, 2012).

Aile işletmeleri, gastronomi turizmi bağlamında ziyaretçi değerlendirmeleriyle doğrudan ilişkilendirilen işletmeler arasında yer almaktadır. Ziyaretçilerin yerel ve geleneksel mutfağa yönelik beklentileri, bu tür işletmelerin tercih edilmesini desteklemekte ve bu durum hem işletmelerin devamlılığı hem de yerel mutfağın korunması açısından önem taşımaktadır (Everett ve Aitchison, 2008; Hernandez-Rojas ve Huete-Alcocer, 2021). Dijitalleşme süreci ise gastronomi alanında ziyaretçilerin değerlendirme ve karar süreçlerini etkileyen bir unsur olarak ele alınmaktadır. Sosyal medya platformları aracılığıyla paylaşılan yemek görselleri, restoranlara ilişkin değerlendirmeler ve tarif içerikleri, potansiyel ziyaretçilerin tercihleri üzerinde etkili olmaktadır (Hjalager, 2022). Bu yönüyle dijital ortamlar, gastronomi turizmi bağlamında değerlendirme süreçlerini etkileyen bir alan olarak değerlendirilmektedir (Ayeh vd., 2013). Kullanıcılar tarafından paylaşılan içeriklerin yerel mutfağa ilişkin değerlendirmeleri yansıtması, gastronomi işletmelerine yönelik güvenin oluşmasıyla ilişkilendirilmektedir (Hjalager, 2022).

Esnaf lokantaları, yerel mutfak bilgisinin sürekliliğinin sağlandığı ve destinasyonun mutfak kimliğiyle ilişkilendirilen işletmeler arasında yer almaktadır (du Rand vd., 2021). Bu işletmelerin yerel ekonomi ve sosyal yapı ile doğrudan ilişki içinde faaliyet göstermesi, geleneksel mutfak bilgisinin korunmasına olanak tanımaktadır (Bessiere, 1998). Van örneğinde gerçekleştirilen çalışmalar, esnaf lokantalarının coğrafi işaretli ürünleri menülerinde bulundurarak yerel üretimle bağlantı kurduğunu ve bu durumun gastronomi turizmi açısından dikkate değer bir bağlam sunduğunu göstermektedir (Yavuz

ve Bozaz, 2023). Esnaf lokantalarında sunulan yemekler, kullanılan malzemeler ve menüde yer alan tariflerin kökenine ilişkin bilgiler, ziyaretçilerin destinasyona yönelik değerlendirmelerinde etkili olmaktadır (du Rand vd., 2021; Yavuz ve Bozaz, 2023). Bu işletmelerin düzenli ziyaretçi profiline sahip olması, esnaf lokantalarını tekrar ziyaret davranışıyla ilişkilendirilen işletmeler hâline getirmektedir (Hernandez-Rojas ve Huete-Alcocer, 2021). Menülerin günlük üretime dayanması ve kullanılan malzemelerin niteliği, ziyaretçilerin değerlendirmeleriyle doğrudan ilişkilendirilmektedir (Cheung ve Thadani, 2012; du Rand vd., 2021).

Bu çalışmanın kavramsal gerekçesi, esnaf lokantalarının geleneksel mutfak bilgisinin korunması ve kuşaklar arası aktarımın sürdürülmesi bağlamında nasıl bir konuma sahip olduğunu ortaya koymaktır. Çalışmada gastronomi turizmi bağlamında öne çıkan yerel mutfak, geleneksel tariflerin sürdürülmesi, aile işletmesi yapısı ve destinasyon imajı kavramları birlikte ele alınmaktadır. Araştırma alanı olarak Antalya'nın seçilmesi, destinasyonun turizm sistemi içindeki yapısal konumuyla ilişkilidir. Antalya, Türkiye'nin en yüksek ziyaretçi hacmine sahip destinasyonlarından biri olup, yoğun kitle turizmi dinamikleri ile yerel kültürel pratiklerin bir arada varlık gösterdiği özgün bir bağlam sunmaktadır. Bu bağlam, turistik talep baskısı altında yerel mutfak pratiklerinin nasıl sürdürüldüğünü ve esnaf lokantalarının geleneksel tariflerin devamlılığına nasıl katkı sağladığını incelemek açısından analitik bir zemin oluşturmaktadır. Ayrıca Antalya mutfağı, yöresel ürün çeşitliliği ve tarihsel-kültürel etkileşimlerle şekillenmiş çok katmanlı yapısı nedeniyle geleneksel mutfak bilgisinin sürekliliğini değerlendirmek bakımından anlamlı bir örneklem sunmaktadır.

Bu doğrultuda çalışmanın amacı, Antalya'da faaliyet gösteren esnaf lokantalarının geleneksel mutfak bilgisinin sürekliliğine katkılarını ve bu katkıların destinasyon imajı ile nasıl ilişkilendirildiğini ortaya koymaktır. Çalışma, müşteri değerlendirmeleri üzerinden esnaf lokantalarının yerel mutfakla kurduğu ilişkinin hangi boyutlar üzerinden şekillendiğini incelemekte ve gastronomi turizmi literatürüne bağlamsal bir katkı sunmayı hedeflemektedir.

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Bu çalışma, Antalya'da faaliyet gösteren esnaf lokantalarının geleneksel tarifleri sürdürme biçimlerini ve bu sürekliliğin dijital platformlarda nasıl değerlendirildiğini incelemek amacıyla nitel araştırma yaklaşımıyla yürütülmüştür. Araştırmada, birincil veri toplama tekniklerine başvurulmamış, yalnızca ikincil nitelikteki dijital müşteri değerlendirmeleri veri kaynağı olarak kullanılmıştır. Bu tercih, esnaf lokantalarının sunduğu mutfak uygulamalarının ziyaretçiler tarafından nasıl değerlendirildiğini doğrudan gözlemleyebilmek ve dış göz üzerinden oluşan değerlendirmeleri inceleyebilmek amacıyla yapılmıştır.

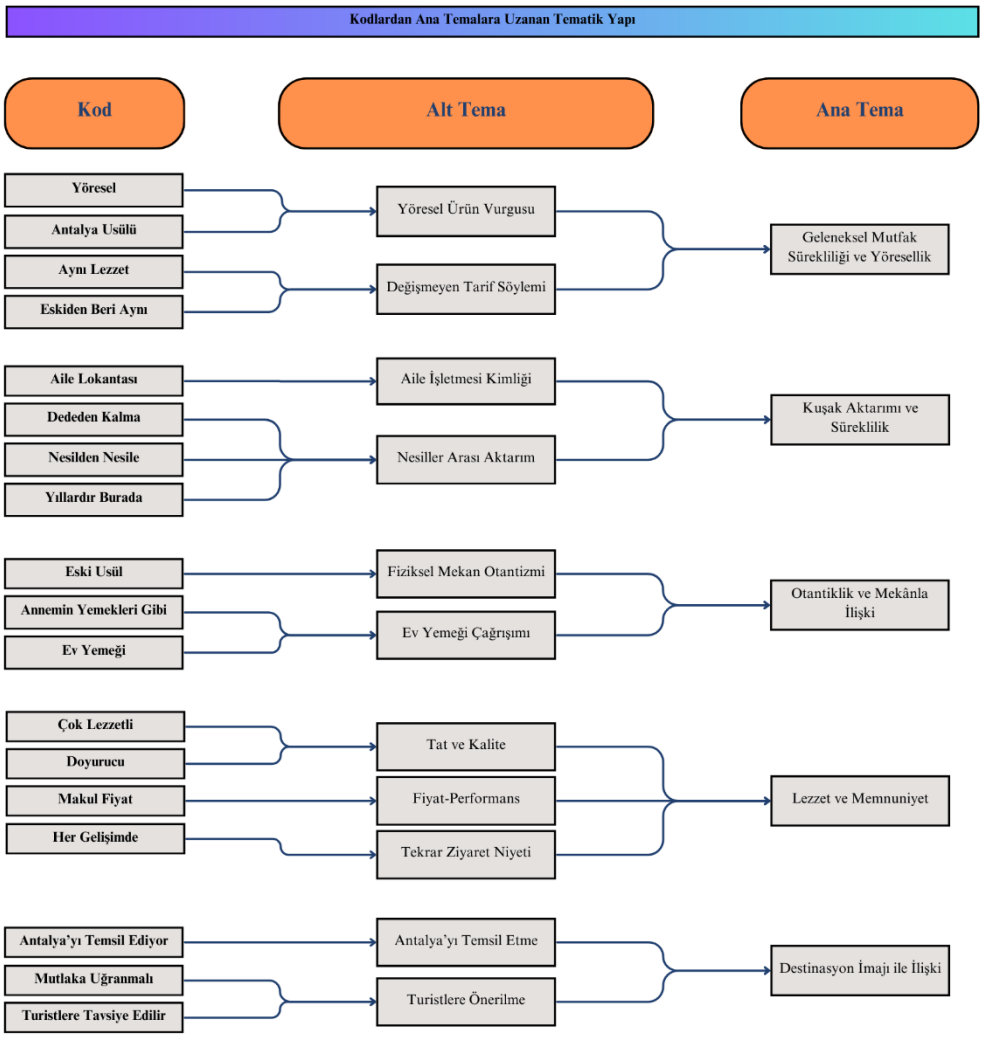
Araştırma kapsamına alınacak esnaf lokantalarının belirlenmesi sürecinde, Google arama motorunda "Antalya esnaf lokantaları" anahtar kelimesi kullanılarak sistematik bir tarama gerçekleştirilmiştir. Tespit edilen işletmelerin web siteleri, harita konumları ve sosyal medya profilleri incelenmiş, geleneksel mutfak sunumunu sürdürdüğü görülen ve dijital platformlarda düzenli biçimde yer alan lokantalar değerlendirmeye alınmıştır. Çalışmanın nitel niteliği doğrultusunda, ayrıntılı incelemeye olanak tanıyacak ve tematik tekrarların izlenebileceği bir veri seti oluşturabilmek amacıyla araştırma 20 esnaf lokantası ile sınırlandırılmıştır. Bu sayı, analiz sürecinde benzer anlatıların tekrar etmeye başladığı ve temaların belirginleştiği noktada yeterli görülmüştür.

İşletmelere ilişkin müşteri değerlendirmeleri Google Yorumlar platformunda yer alan kamuya açık paylaşımlar arasından elde edilmiştir. Belirlenen 20 işletmeye ait araştırma ölçütlerine uygun toplam 898 müşteri yorumu analiz kapsamına alınmıştır. Yorumların seçiminde yalnızca yemek içerikleri, tariflerin sürekliliği, malzeme kullanımı, işletme yapısı ve hizmet anlayışına ilişkin değerlendirme içeren metinler dikkate alınmış; yalnızca puanlama içeren ya da içerik bakımından analitik çözümlemeye imkân tanımayan paylaşımlar kapsam dışı bırakılmıştır. Veri toplama sürecinde yalnızca herkese açık içerikler kullanılmış ve kişisel verilerin korunmasına ilişkin etik ilkeler gözetilmiştir.

Bu araştırmada kullanılan veri seti, tamamen kamuya açık dijital platformlarda yer alan kullanıcı değerlendirmelerinden oluşmaktadır. Araştırma kapsamında herhangi bir katılımcı ile doğrudan etkileşime girilmemiş, görüşme, anket ya da deneysel veri toplama

teknikleri kullanılmamıştır. Bu nedenle çalışma, insan katılımcılar üzerinde müdahale içeren bir araştırma niteliği taşımamakta olup etik kurul onayı gerektirmemektedir. Bununla birlikte, veri kullanım sürecinde kişisel verilerin korunmasına ilişkin etik ilkeler gözetilmiş; kullanıcı kimliklerini ortaya çıkarabilecek herhangi bir bilgiye yer verilmemiş ve veriler anonim biçimde analiz edilmiştir.

Şekil 1. Kullanılan Ana Temalara Uzanan Tematik Yapı



Toplanan veriler analiz sürecine geçilmeden önce ayrıntılı bir okuma sürecinden geçirilmiş ve veriye aşinalık sağlanmıştır. Tematik analiz süreci, Braun ve Clarke (2006) tarafından önerilen aşamalı yaklaşım doğrultusunda yürütülmüştür. İlk aşamada tüm

müşteri değerlendirmeleri birden fazla kez okunarak verinin genel çerçevesi ve öne çıkan değerlendirme alanları belirlenmiştir. İkinci aşamada, veride tekrar eden ve araştırmanın amacıyla ilişkili olan ifadeler üzerinden ilk kodlar oluşturulmuştur. Üçüncü aşamada, oluşturulan kodlar bir araya getirilerek temalar belirlenmiş ve kodlar arasındaki ilişkiler değerlendirilmiştir. Dördüncü aşamada, temaların veri setinin tamamıyla uyumu gözden geçirilmiş ve gerekli düzenlemeler yapılmıştır. Beşinci aşamada, temalar son hâline getirilmiş ve her bir temanın kapsamı netleştirilmiştir. Son aşamada ise belirlenen temalar, araştırmanın amacıyla ilişkilendirilerek seçilen müşteri ifadeleriyle desteklenmiş ve analiz bulguları sistematik biçimde raporlaştırılmıştır.

Tablo 1. Kod Frekansları ve Tematik Hiyerarşi

Ana Tema	**Alt Tema**	**Kod**	**Frekans**
Geleneksel Mutfak Sürekliliği	Yöresel ürün vurgusu	"Yöresel"	82
		"Antalya usulü"	76
	Değişmeyen tarif söylemi	"Aynı lezzet"	91
		"Eskiden beri aynı"	53
Kuşak Aktarımı	Aile işletmesi kimliği	"Aile lokantası"	58
	Nesiller arası aktarım söylemi	"Dededen kalma"	41
		"Nesilden nesile"	37
		"Yıllardır burada"	63
Otantiklik	Fiziksel mekân otantizmi	"Eski usul"	66
		"Bakır tencere"	32
	Ev yemeği çağrışımı	"Annemin yemekleri gibi"	74
		"Ev yemeği"	88
Lezzet ve Memnuniyet	Tat ve kalite	"Çok lezzetli"	214

		“Doyurucu”	109
	Fiyat–performans	“Makul fiyat”	121
	Tekrar ziyaret niyeti	“Her gelişimde”	63
Destinasyon İmajı	Antalya’yı temsil etme	“Antalya’yı temsil ediyor”	45
	Turistlere önerilme	“Mutlaka uğranmalı”	71
		“Turistlere tavsiye edilir”	39

Analiz sürecinde veriler, araştırma ekibi tarafından sistematik biçimde incelenmiş ve kodlama süreci veriye dayalı olarak yürütülmüştür. Araştırmacılar veri setini öncelikle bireysel okumalar yoluyla değerlendirmiş, ardından kod önerileri ve tematik yapılandırmalar ortak tartışmalar çerçevesinde ele alınmıştır. Kodlama ve tema belirleme aşamalarında veriye sürekli geri dönüş sağlanmış; kavramsal çerçeve ile veri arasındaki uyum gözetilerek temalar üzerinde ortak değerlendirme temelinde karar verilmiştir.

Bu araştırma tasarımında bağımsız kodlama kararlarının nicel karşılaştırılmasına dayalı bir model uygulanmadığından, Miles vd. (2014) tarafından önerilen kodlayıcılar arası görüş birliği katsayısı hesaplanmamıştır. Bunun yerine analiz sürecinde yorumlayıcı tutarlılığı güçlendirmek amacıyla karşılaştırmalı değerlendirme, veriye geri dönüş ve kavramsal netleştirme adımları izlenmiştir. Bu yaklaşım, temaların veriye dayalı ve bütüncül biçimde yapılandırılmasını sağlamıştır.

BULGULAR

Tematik Analiz Bulguları

Bu çalışma kapsamında gerçekleştirilen tematik analiz sonucunda, Antalya’da faaliyet gösteren esnaf lokantalarına ilişkin müşteri değerlendirmelerinin belirli temalar etrafında yoğunlaştığı görülmektedir. Analiz edilen yorumlar, esnaf lokantalarının yalnızca yemek

sunulan işletmeler olarak değil, geleneksel mutfak bilgisinin sürdürülmesi, yöresel özelliklerin korunması ve destinasyonla kurulan ilişkinin şekillenmesi açısından anlamlı bir bağlam sunduğunu ortaya koymaktadır. Bu doğrultuda elde edilen bulgular, beş ana tema altında ele alınmıştır.

Geleneksel Mutfak Sürekliliği ve Yöresellik

Bu tema kapsamında, esnaf lokantalarının Antalya'ya özgü mutfak uygulamalarını nasıl sürdürdüğüne ve yöresel özelliklerin müşteri değerlendirmelerine nasıl yansıdığına odaklanılmıştır. Müşteri yorumlarında sıklıkla yer alan "Antalya usulü", "yöresel", "aynı lezzet" gibi ifadeler, bu işletmelerde sunulan yemeklerin kente özgü mutfak anlayışıyla ilişkilendirildiğini göstermektedir. EL1, EL3, EL14, EL15 ve EL17'e ilişkin yorumlarda, piyaz ve tahinli kabak tatlısı gibi Antalya mutfağıyla özdeşleşmiş yemeklerin özellikle vurgulandığı görülmektedir. Bu yemeklerin "tam Antalya usulü" olarak tanımlanması ve kullanılan malzemelerin yöresel olduğunun belirtilmesi, tariflerin ve ürünlerin yerel bağlamla ilişkilendirildiğini ortaya koymaktadır. Bu bulgular, esnaf lokantalarının geleneksel mutfak bilgisinin gündelik hayatta sürdürülmesine katkı sunduğunu ve yöreselliğin müşteri değerlendirmelerinde belirgin bir yer tuttuğunu göstermektedir.

Kuşak Aktarımı ve Sürdürülebilirlik

Analiz sonuçları, esnaf lokantalarının önemli bir bölümünün aile işletmesi niteliği taşıdığını ve geleneksel tariflerin kuşaktan kuşağa aktarıldığını ortaya koymaktadır. EL5, EL20 ve EL8'e ilişkin müşteri yorumlarında, tariflerin uzun yıllardır değişmeden sürdürüldüğüne yönelik vurgular dikkat çekmektedir. "Dedemden babama, babamdan bana" ve "yıllardır aynı lezzet" gibi ifadeler, bu sürekliliğin müşteriler tarafından fark edildiğini ve değer verilen bir özellik olarak değerlendirildiğini göstermektedir. Bu tür anlatılar, esnaf lokantalarının yalnızca ekonomik faaliyet yürüten işletmeler olarak değil, geleneksel mutfak bilgisinin aktarıldığı ve korunduğu mekânlar olarak algılandığını ortaya koymaktadır. Kuşak aktarımı yoluyla sürdürülen işletmecilik anlayışı, menüdeki istikrar ve lezzet sürekliliği üzerinden müşteri güveni ile ilişkilendirilmektedir.

Otantiklik ve Mekân Kimliği

Bu tema, esnaf lokantalarının sunduğu fiziksel ortamın ve sunum biçimlerinin müşteri değerlendirmelerinde nasıl yer aldığına odaklanmaktadır. EL2, EL7 ve EL14'e ilişkin yorumlarda, mekânın "eski usul" olarak tanımlandığı ve bu durumun olumlu bir özellik olarak değerlendirildiği görülmektedir. Bakır tencerelerde servis, geleneksel dekorasyon unsurları ve ev yemeği çağrışımı yapan sunumlar, müşterilerin değerlendirmelerinde sıklıkla yer almaktadır. "Annemin yemekleri gibi" ve "kendini evinde hissetmek" şeklindeki ifadeler, mekânın ve sunumun yemekle birlikte ele alındığını göstermektedir. Bu bulgular, otantikliğin yalnızca yemek içeriğiyle sınırlı olmadığını, sunum ve mekân düzeniyle birlikte değerlendirildiğini ortaya koymaktadır.

Lezzet ve Müşteri Memnuniyeti

Lezzet, porsiyon büyüklüğü ve fiyat düzeyi, analiz edilen yorumlarda sık tekrar eden unsurlar arasında yer almaktadır. EL13, EL6, EL10, EL 11, EL12, EL18 ve EL19'a ilişkin değerlendirmelerde, yemeklerin lezzetli olduğu, porsiyonların doyurucu bulunduğu ve fiyatların makul olduğu belirtilmektedir. Bu bulgular, esnaf lokantalarının ziyaretçiler açısından güvenilir bir yeme içme seçeneği olarak değerlendirildiğini göstermektedir. Lezzet ve memnuniyet vurgusu, özellikle tekrar ziyaret ifadeleriyle birlikte ele alındığında, bu işletmelerin süreklilik gösteren bir müşteri kitlesine sahip olduğunu ortaya koymaktadır.

Destinasyon İmajı ve Memnuniyet

Son tema, esnaf lokantalarının Antalya'nın destinasyon imajı ile nasıl ilişkilendirildiğini ortaya koymaktadır. EL15, EL4 ve EL14'e ilişkin yorumlarda, bu işletmelerin "Antalya'yı temsil eden" yerler olarak tanımlandığı görülmektedir. "Mutlaka uğranmalı" ve "turistlere önerilir" gibi ifadeler, esnaf lokantalarının ziyaretçiler açısından referans noktası olarak değerlendirildiğini göstermektedir. Bu bulgular, esnaf lokantalarının gastronomi turizmi bağlamında doğrudan bir turistik ürün olarak değil, ziyaretçilerin yeme içme tercihleri üzerinden destinasyon algısıyla ilişkilendirilen işletmeler olarak

konumlandığını ortaya koymaktadır. Yerel mutfakla kurulan bu ilişki, ziyaretçilerin Antalya'ya yönelik değerlendirmelerinde belirleyici bir unsur olarak öne çıkmaktadır.

Tematik analiz sonucunda elde edilen bulgular, Antalya'daki esnaf lokantalarının geleneksel mutfak bilgisinin sürdürülmesi, yöresel özelliklerin korunması ve destinasyonla kurulan ilişkinin şekillenmesi açısından önemli bir işlev üstlendiğini göstermektedir. Müşteri değerlendirmeleri, bu işletmelerin yalnızca yemek sunan yerler olmadığını, aynı zamanda geleneksel mutfak uygulamalarının devamlılığını sağlayan ve bu yönüyle gastronomi turizmi bağlamında anlamlı bir konumda yer aldığını ortaya koymaktadır. Tematik analiz sürecinde elde edilen ana temaların, hangi esnaf lokantaları bağlamında ortaya çıktığını ve müşteri değerlendirmelerinde nasıl ifade edildiğini toplu biçimde göstermek amacıyla Tablo 1 hazırlanmıştır. Tablo 1, bulgular bölümünde ayrıntılı olarak ele alınan temaların işletmeler arası dağılımını ve tekrar eden anlatıları özetlemekte, böylece metin içinde yapılan nitel değerlendirmelerin izlenebilirliğini artırmaktadır.

Tablo 1. Tematik Analiz Bulgularına İlişkin Özet Görünüm

Ana Tema	Temayla İlişkilendirilen Esnaf Lokantaları	Temsil Edici Müşteri İfadeleri
Geleneksel Mutfak Sürekliliği ve Yöresellik	EL1, EL3, EL17, EL15, EL14	"Tam Antalya usulü", "taze ve yöresel", "Antalya'ya özgü lezzetler", "başka yerde bulamazsınız"
Kuşak Aktarımı ve Süreklilik	EL5, EL20, EL8, EL9, EL16	"Dedemden babama geçen tarifler", "yıllardır aynı lezzet", "aile işletmesi", "nesilden nesile"
Otantiklik ve Mekânla İlişki	EL2, EL7, EL14	"Eski usul ortam", "bakır tencerelerde servis", "annemin yemekleri gibi", "ev yemeği hissi"

Lezzet ve Memnuniyet	EL13, EL6, EL10, EL11, EL12, EL18, EL19	"Çok lezzetli", "porsiyonlar doyurucu", "fiyatlar makul", "her gelişimde memnun kalıyorum"
Destinasyon İmajı ile İlişki	EL15, EL4, EL14	"Mutlaka uğranmalı", "turistlere önerilir", "Antalya'yı temsil ediyor"

Bu bulgular, Antalya'daki esnaf lokantalarının yalnızca yerel yemeklerin sunulduğu işletmeler olmadığını; geleneksel mutfak bilgisinin sürekliliğini sağlayan, otantiklik ve mekân üzerinden ziyaretçi algısını şekillendiren ve bu yönüyle destinasyon imajına katkı sunan yapılar olarak konumlandığını ortaya koymaktadır.

SONUÇ VE TARTIŞMA

Bu çalışma, Antalya'da faaliyet gösteren esnaf lokantalarının geleneksel mutfak bilgisinin korunması, kuşaklar arası aktarımın devamı ve destinasyonla kurulan ilişki bağlamındaki rolünü, dijital müşteri değerlendirmelerine dayalı nitel bir analiz çerçevesinde ele almıştır. Elde edilen bulgular, esnaf lokantalarının yalnızca yemek sunulan işletmeler olarak değil, geleneksel mutfak bilgisinin uzun yıllar boyunca değişmeden sürdürüldüğü mekânlar olarak değerlendirildiğini ortaya koymaktadır.

Literatürde gastronomi turizmi çoğunlukla yerel yemeklerin destinasyon çekiciliği üzerindeki etkisi üzerinden ele alınmaktadır (Sims, 2009; Björk ve Kauppinen-Räisänen, 2016; Molina vd., 2016). Bu yaklaşımda yerel yemekler, ziyaretçi tercihlerine yön veren unsurlar olarak değerlendirilmektedir. Buna karşılık Zocchi ve Fontefrancesco (2020) ile Akdemir vd. (2024), geleneksel mutfak bilgisinin yalnızca sunum yoluyla değil, tariflerin uzun yıllar boyunca değişmeden korunması yoluyla devam ettiğini vurgulamaktadır. Bu çalışma, ikinci yaklaşımı desteklemekte ve esnaf lokantalarının geleneksel mutfak bilgisinin korunmasında belirleyici bir işleve sahip olduğunu göstermektedir. Antalya örneğinde piyaz, tahinli kabak tatlısı ve ev yemekleri gibi ürünlerin müşteri değerlendirmelerinde tekrar eden biçimde vurgulanması, bu yemeklerin destinasyonla kurulan ilişkinin merkezinde yer aldığını ortaya koymaktadır.

Yöresellik ve yerel ürün kullanımına ilişkin bulgular, esnaf lokantalarının mutfak uygulamalarını bulunduğu yerle doğrudan ilişkilendirerek sürdürdüğünü göstermektedir. Yavuz ve Bozaz (2023) ile du Rand vd. (2021), coğrafi işaretli ürünlerin ve yerel tedarik ilişkilerinin mutfak uygulamalarının devamlılığı açısından önem taşıdığını belirtmektedir. Bu çalışmada müşteri değerlendirmelerinde yer alan "Antalya usulü" ve "yöresel" vurguları, geleneksel mutfak bilgisinin ziyaretçiler tarafından ayırt edildiğini ve değerli bulunduğunu göstermektedir. Bu yönüyle bulgular, yerel ürün kullanımını yalnızca tanıtım aracı olarak ele alan çalışmalardan ayrılmakta ve bu kullanımın mutfak bilgisinin korunmasıyla ilişkili olduğunu ortaya koymaktadır.

Geleneksel tariflerin korunması ve kuşaklar arası aktarım, çalışmanın en belirgin bulguları arasında yer almaktadır. Literatürde aile işletmelerinin geleneksel mutfak bilgisinin aktarımındaki rolü farklı bağlamlarda ele alınmıştır (Hernandez-Rojas ve Huete-Alcocer, 2021; Sezen vd., 2025). Bu çalışmalar, aile işletmelerini çoğunlukla işletme yapısı ve ziyaretçi tercihleri üzerinden değerlendirmektedir. Buna karşılık Akdemir vd. (2024), tariflerin uzun yıllar boyunca değişmeden sürdürülmesini geleneksel mutfak bilgisinin korunması açısından temel bir unsur olarak ele almaktadır. Bu çalışma, söz konusu yaklaşımı desteklemekte ve müşteri değerlendirmeleri üzerinden tarif sürekliliğinin ziyaretçiler tarafından fark edilen bir özellik olduğunu göstermektedir. "Yıllardır aynı lezzet" ve "dedemden babama geçen tarifler" gibi ifadeler, kuşak aktarımının yalnızca işletme içi bir süreç olmadığını, aynı zamanda dışarıdan algılanan bir nitelik olduğunu ortaya koymaktadır.

Mekânla kurulan ilişkiye dair bulgular, esnaf lokantalarının yalnızca yemek sunulan alanlar olarak değerlendirilmediğini göstermektedir. Zocchi ve Fontefrancesco (2020), geleneksel mutfak bilgisinin korunmasında mekânsal devamlılığın önemine dikkat çekmektedir. Bu çalışmada mekân, yemeğin sunulduğu bir ortamdan ziyade, geleneksel tariflerin uzun yıllar boyunca sürdürüldüğü bir bağlam olarak ortaya çıkmaktadır. "Eski usul", "annemin yemekleri gibi" ve "ev yemeği hissi" gibi ifadeler, mekânın geleneksel mutfak bilgisinin korunmasıyla doğrudan ilişkilendirildiğini göstermektedir.

Lezzet ve memnuniyet bulguları, lezzetin bireysel beğeni düzeyinde değil, değişmeden sürdürülen tariflerle birlikte değerlendirildiğini ortaya koymaktadır. Molina vd. (2016), lezzet tutarlılığının tekrar ziyaret davranışıyla ilişkili olduğunu belirtmektedir. Bu çalışmada lezzet, bağımsız bir değerlendirme alanı olarak değil, tariflerin korunması ve sürekliliğiyle birlikte ele alınmaktadır. "Aynı tat" ve "çocukluğumun lezzetleri" gibi ifadeler, lezzetin zaman içinde değişmeyen bir nitelik olarak algılandığını göstermektedir.

Destinasyonla kurulan ilişkiye dair bulgular, esnaf lokantalarının Antalya'nın mutfak kimliğiyle doğrudan ilişkilendirildiğini ortaya koymaktadır. Pivarski vd. (2023) ve Taner ve Çetin (2023), gastronomi ile destinasyon imajı arasındaki ilişkinin ziyaretçi değerlendirmeleri üzerinden şekillendiğini belirtmektedir. Bu çalışma, söz konusu ilişkiyi turistik tanıtım söylemleri üzerinden değil, uzun süreli müşteri değerlendirmeleri üzerinden ele alması bakımından literatürdeki birçok çalışmadan ayrılmaktadır. "Antalya'yı temsil eden" ve "mutlaka uğranmalı" gibi ifadeler, esnaf lokantalarının destinasyon algısında belirgin bir yere sahip olduğunu göstermektedir.

Dijital müşteri değerlendirmeleri, bu çalışmada tercih belirleyici bir unsur olmanın ötesinde, geleneksel mutfak bilgisinin dışa yansıdığı bir alan olarak ele alınmıştır. Lin vd. (2021) ve Parantika vd. (2025), dijital değerlendirmelerin ziyaretçi karar süreçleri üzerindeki etkisini vurgulamaktadır. Bu çalışma ise dijital yorumları, tarif sürekliliği, aile işletmesi vurgusu ve mekânsal tanıdıklığın tekrar ettiği bir zemin olarak değerlendirmektedir.

Genel olarak değerlendirildiğinde, bu çalışma, esnaf lokantalarının Antalya'nın gastronomik kimliğinin korunması ve sürdürülmesi sürecinde önemine dikkat çekmektedir. Bulgular, küçük ölçekli ve aile temelli işletmelerin, literatürde çoğu zaman ikincil konumda ele alınmasına karşın, yerel kimliğin ve destinasyon imajının oluşumunda önemli olduğunu ortaya koymaktadır. Bu yönüyle çalışma, esnaf lokantalarını gastronomi turizmi bağlamında yalnızca destekleyici bir unsur olarak değil, gastronomik mirasın korunması açısından da önemli olduğunu göstermektedir.

Sonuç olarak, Antalya örneğinde gerçekleştirilen bu nitel analiz, esnaf lokantalarının geleneksel mutfak kimliğinin sürekliliği, otantiklik algısı ve destinasyon imajı arasındaki ilişkinin nasıl kurulduğunu ortaya koymaktadır.

ARAŞTIRMANIN KISITLAMALARI VE İLERİKİ ÇALIŞMALAR İÇİN ÖNERİLER

Bu çalışmada ulaşılan bulgular, Antalya'da faaliyet gösteren esnaf lokantalarına ilişkin dijital ortamlarda paylaşılan müşteri değerlendirmelerine dayalı olarak gerçekleştirilmiş nitel analizler üzerinden elde edilmiştir. Bu bağlamda çalışmanın temel kısıtlaması, veri kaynağının yalnızca çevrim içi platformlarda yer alan müşteri ifadeleriyle sınırlı olmasıdır. Bu durum, esnaf lokantalarında mutfak bilgisinin nasıl aktarıldığına, tariflerin nasıl korunduğuna ve işletme içi uygulamaların nasıl sürdürüldüğüne ilişkin doğrudan gözlem ve anlatıların araştırma kapsamı dışında kalmasına yol açmıştır. Dolayısıyla çalışma, geleneksel mutfak bilgisinin korunmasını işletme içi aktarım süreçleri üzerinden değil, bu durumun müşteriler tarafından nasıl algılandığı ve ifade edildiği üzerinden ele almaktadır. Araştırmanın bir diğer kısıtlaması, inceleme alanının Antalya ili ile sınırlandırılmış olmasıdır. Antalya'nın turizm yoğunluğu, ziyaretçi profili ve mutfak çeşitliliği, esnaf lokantalarına yönelik değerlendirmelerin belirli özellikler etrafında şekillenmesine neden olabilmektedir. Bu nedenle elde edilen bulguların, farklı destinasyonlarda faaliyet gösteren esnaf lokantalarına doğrudan aktarılması mümkün değildir. Esnaf lokantalarının geleneksel mutfak bilgisiyle kurduğu ilişkinin, turistik yoğunluğu farklı olan ya da daha sınırlı ziyaretçi profiline sahip destinasyonlarda nasıl biçimlendiği bu çalışma kapsamında ele alınmamıştır.

Yöntemsel açıdan değerlendirildiğinde, tematik analiz yaklaşımı belirli bir çözümleme mantığına dayanmaktadır. Kodlama ve tema oluşturma süreci sistematik biçimde yürütülmüş olsa da nitel analizlerde verinin belirli bir kavramsal çerçeve doğrultusunda ele alınması kaçınılmazdır. Bu durum, bulguların belirli bir araştırma yönelimi çerçevesinde yorumlandığını göstermektedir. Ancak bu sınırlılık, çalışmanın amacı doğrultusunda müşteri değerlendirmelerinde tekrar eden anlatıların ve vurguların ortaya konulmasına engel teşkil etmemektedir. Bu çerçevede ileriki çalışmalarda, esnaf

lokantalarında geleneksel mutfak bilgisinin korunma biçimlerinin farklı veri kaynaklarıyla ele alınması önerilmektedir. Özellikle işletme sahipleri, ustalar ve aile bireyleriyle yapılacak görüşmeler, tariflerin nasıl aktarıldığını ve bu aktarımın hangi anlayışla sürdürüldüğünü doğrudan ortaya koyabilecek nitelikte bilgiler sunabilir. Ayrıca gözleme dayalı çalışmalar, mutfak uygulamalarının ve üretim süreçlerinin zaman içindeki devamlılığının daha ayrıntılı biçimde incelenmesine katkı sağlayabilir.

Gelecek araştırmalarda, farklı destinasyonlarda faaliyet gösteren esnaf lokantalarının karşılaştırmalı olarak ele alınması, geleneksel mutfak bilgisinin bölgesel bağlamlar içinde nasıl şekillendiğini anlamaya imkân tanıyabilir. Bunun yanı sıra nicel yaklaşımlarla desteklenecek çalışmalar, geleneksel tariflerin korunması, kuşaklar arası aktarım ve destinasyonla kurulan ilişki arasındaki bağlantıların daha geniş örneklemler üzerinden incelenmesine katkı sunabilir. Son olarak dijital müşteri değerlendirmelerinin zaman içinde nasıl değiştiğini ele alan çalışmalar, esnaf lokantalarına yönelik algıların hangi unsurlar üzerinden devam ettiğini ve hangi yönleriyle farklılaştığını ortaya koyabilir. Bu tür çalışmalar, esnaf lokantalarının gastronomi turizmi bağlamındaki konumunun yalnızca mevcut durum üzerinden değil, uzun yıllar boyunca süregelen uygulamalar ve değişen ziyaretçi değerlendirmeleri birlikte dikkate alınarak ele alınmasına katkı sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

Akdemir, N., Yüksel, C., Ercelep, B., & Göksun, A. C. (2024). İstanbul'un meşhur esnaf lokantalarının geleneksel yiyecek kültürü: Menü içerik analizi. *Journal of Travel and Tourism Research, 25*, 281-295.

Ayeh, J. K., Au, N., & Law, R. (2013). Do we believe in TripAdvisor? Examining credibility perceptions and online travelers' attitude toward using user-generated content. *Journal of Travel Research, 52*(4), 437-451. https://doi.org/10.1177/0047287512475217.

Bessiere, J. (1998). Local development and heritage: Traditional food and cuisine as tourist attractions in rural areas. *Sociologia Ruralis, 38*(1), 21-34. https://doi.org/10.1111/1467-9523.00061

Björk, P., & Kauppinen-Räisänen, H. (2016). Exploring the multi-dimensionality of travellers' culinary-gastronomic experiences. *Current Issues in Tourism*, *19*(12), 1260-1280. https://doi.org/10.1080/13683500.2013.868412.

Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology, 3*(2), 77–101. https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa.

Camarero, C., Garrido, M. J., & Vicente, E. (2019). Components of art and gastronomic heritage as tourist attractions. *Journal of Heritage Tourism, 14*(2), 134-150. https://doi.org/10.1080/1743873X.2018.1494186

Cheung, C. M. K., & Thadani, D. R. (2012). The impact of electronic word-of-mouth communication: A literature analysis and integrative model. *Decision Support Systems, 54*(1), 461-470. https://doi.org/10.1016/j.dss.2012.06.008.

Counihan, C., & Van Esterik, P. (2012). *Food and culture: A reader* (3rd ed.). Routledge. https://doi.org/10.4324/9780203079751.

Damayanti, N. Y., Pasaribu, Y. M., Nugraha, A., & Mambraku, V. M. I. (2025). Beyond the rationality of taste: Unpacking the meaning of identity in Papua people's culinary design. *Devotion: Journal of Research and Community Service, 6*(4), 359-373. https://doi.org/10.59188/devotion.v6i4.25451.

de Miguel Molina, M., de Miguel Molina, B., Santamarina Campos, V., & Segarra Oña, M. del V. (2016). Intangible heritage and gastronomy: The impact of UNESCO gastronomy elements. *Journal of Culinary Science & Technology, 14*(4), 293-310. https://doi.org/10.1080/15428052.2015.1129008.

du Rand, G. E., Heath, E., & Alberts, N. (2003). The role of local and regional food in destination marketing: A South African situation analysis. *Journal of Travel & Tourism Marketing, 14*(3–4), 97-112. https://doi.org/10.1300/J073v14n03_06.

Esparza Huamanchumo, R. M., Hernandez-Rojas, R. D., Longa-Lopez, R. A., & Cardenas-Jarama, M. (2023). Gastronomy as an effect of visitor loyalty: The Peruvian (Lima) case. *International Journal of Tourism Cities, 9*(2), 362-376. https://doi.org/10.1108/IJTC-03-2022-0071.

Everett, S., & Aitchison, C. (2008). The Role of Food Tourism in Sustaining Regional Identity: A Case Study of Cornwall, South West England. *Journal of Sustainable Tourism*, *16*(2), 150-167. https://doi.org/10.2167/jost696.0.

García-Pérez, L. E., & Castillo-Ortiz, I. (2024). Memorable gastro-tourism experiences: A systematic literature review. *Annals of Tourism Research Empirical Insights, 5*, Article 100158. https://doi.org/10.1016/j.annale.2024.100158.

Grubor, B., Kalenjuk Pivarski, B., Đerčan, B., Tešanović, D., Banjac, M., Lukić, T., Živković, M. B., Udovičić, D. I., Šmugović, S., & Ivanović, V. (2022). Traditional and authentic food of ethnic groups of Vojvodina (Northern Serbia): Preservation and potential for tourism development. *Sustainability, 14*(3), 1805. https://doi.org/10.3390/su14031805.

Hall, C.M., Sharples, L., Mitchell, R., Macionis, N., & Cambourne, B. (Eds.). (2004). *Food Tourism Around The World* (1st ed.). Routledge. https://doi.org/10.4324/9780080477862

Hernández-Rojas, R. D., & Huete Alcocer, N. (2021). The role of traditional restaurants in tourist destination loyalty. *PLOS ONE, 16*(6), e0253088. https://doi.org/10.1371/journal.pone.0253088.

Hjalager, A.-M. (2022). Digital food and the innovation of gastronomic tourism. *Journal of Gastronomy and Tourism*, *7*(1), 35-49. https://doi.org/10.3727/216929722X16354101932186.

Ichijo, A., & Ranta, R. (2016). Food, National Identity and Nationalism. *European Journal of Communication* 31(2), 223-224. https://doi.org/10.1177/02673231166377591.

Ingrassia, M., Bellia, C., Giurdanella, C., Columba, P., & Chironi, S. (2022). Digital influencers, food and tourism—A new model of open innovation for businesses in the Ho.Re.Ca. sector. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity, 8*(1), Article 50. https://doi.org/10.3390/joitmc8010050.

Kalenjuk Pivarski, B., Grubor, B., Banjac, M., Đerčan, B., Tešanović, D., Šmugović, S., Radivojević, G., Ivanović, V., Vujasinović, V., & Stošić, T. (2023). The sustainability of gastronomic heritage and its significance for regional tourism development. *Heritage, 6*(4), 3402-3417. https://doi.org/10.3390/heritage6040180.

Keramaris, A., Kasapidou, E., & Mitlianga, P. (2025). Savoring the past, preserving the future: A mixed-methods examination of culinary traditions among Pontic Greeks in Northern Greece. *Journal of Ethnic Foods, 12*, Article 5. https://doi.org/10.1186/s42779-025-00265-7.

Kim, J.-H., Kim, S. S., & Wang, L. (2025). The role of sensory stimuli in delivering memorable dining experiences. *International Journal of Contemporary Hospitality Management, 37*(3), 825-852. https://doi.org/10.1108/IJCHM-05-2024-0696.

Lin, M.-P., Marine-Roig, E., & Llonch-Molina, N. (2021). Gastronomy as a sign of the identity and cultural heritage of tourist destinations: A bibliometric analysis 2001-2020. *Sustainability, 13*(22), 12531. https://doi.org/10.3390/su132212531.

Long, L. M. (2010). *Culinary tourism*. University Press of Kentucky.

Mason, M.C., & Paggiaro, A. (2012). Investigating the role of festivalscape in culinary tourism: The case of food and wine events. *Tourism Management, 33*, 1329-1336. https://doi.org/10.1016/J.TOURMAN.2011.12.016.

Mathew, E. (2024). Globalization and local flavours: The impact of modern food production on traditional cuisine and culinary heritage preservation. *International Journal for Multidimensional Research Perspectives, 2*(7), 61-78. https://doi.org/10.61877/ijmrp.v2i7.170

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). Sage.

Motti, R., Ercolini, D., Ricciardi, M., Gherardelli, M., Iacomino, G., & De Magistris, A. (2024). Persistence of folk dishes in the coastal Cilento's culinary culture: An ethnogastronomic approach. *Discover Food, 4*, Article 15. https://doi.org/10.1007/s44187-024-00083-x

Muñoz-Benito, R., Navajas-Romero, V., & Hernández-Rojas, R. D. (2023). Traditional gastronomy in Alto Guadalquivir: Origin of contemporary recipes in Cordovan cuisine. *International Journal of Gastronomy and Food Science, 32*, Article 100720. https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2023.100720.

Nowacki, M., Stasiak, A., & Niezgoda, A. (2023). Exploring memorable gastronomic experiences: Automatic topic modelling of TripAdvisor reviews. *Geographia Polonica, 96*(3), 381-399. https://doi.org/10.7163/GPol.0261.

Okumuş, B., Okumuş, F., & McKercher, B. (2007). Incorporating local and international cuisines in the marketing of tourism destinations: The cases of Hong Kong and Turkey. *Tourism Management, 28*(1), 253–261. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2005.12.020

Parantika, A., Raflikeza, M. F., & Rivai, A. I. (2025). The role of culinary tourism towards the preservation of traditional food: A study of the local restaurant Kantin Palmes. *Bogor Hospitality Journal, 9*(1), 34-43. https://doi.org/10.55882/bhj.v9i1.146.

Richards, G. W. (2002). Gastronomy: an essential ingredient in tourism production and consumption? In A.-M. Hjalager, & G. W. Richards (Eds.), *Tourism and gastronomy* (pp. 3-20). (Routledge Advances in Tourism; No. 11). Routledge. https://doi.org/10.4324/9780203218617-7.

Sarıışık, M., & Özbay, G. (2015). Gastronomi Turizmi Üzerine Bir Literatür İncelemesi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 26(2). https://doi.org/10.17123/atad.vol26iss218417

Scarpato, R. (2002). Gastronomy as a tourist product: The perspective of gastronomy studies. *Tourism and Gastronomy*. https://doi.org/10.4324/9780203218617-10

Sezen, T. S., Duman, H., & Avcıkurt, C. (2025). İstanbul'daki tarihî lokantaların zaman içindeki dönüşümleri: Menü içerikleri üzerine bir inceleme. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 36*(3), 106-118. https://doi.org/10.17123/atad.1693380.

Sims, R. (2009). Food, place and authenticity: local food and the sustainable tourism experience. *Journal of Sustainable Tourism*, *17*(3), 321–336. https://doi.org/10.1080/09669580802359293.

Sundqvist, J., & Marshall, M. (2025). New Nordic cuisine in practice: Storage and preservation practices as a means for a resilient restaurant sector. *International Journal of Gastronomy and Food Science, 40*, Article 101193. https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2025.101193.

Sutiadiningsih, A., Purwidiani, N., Dewi, I. H. P., Hamdani, A. T., & Tho Le, H. (2023). Gastronomic experience as a motivation for tourists to choose tourist destinations in Indonesia and Vietnam. *GeoJournal of Tourism and Geosites, 47*(2), 424-431. https://doi.org/10.30892/gtg.47208-1040.

Şahin, A., & Kılıçlar, A. (2023). The effect of tourists' gastronomic experience on emotional and cognitive evaluation: An application of S-O-R paradigm. *Journal of Hospitality and Tourism Insights, 6*(2), 595-612. https://doi.org/10.1108/JHTI-09-2021-0253.

Taner, B., & Çetin, Şule. (2023). Artisan restaurants in Turkish food culture. *Toros University Journal of Food, Nutrition and Gastronomy*, *2*(1), 21-32. https://doi.org/10.58625/jfng-2092.

Timothy, D. J., & Ron, A. S. (2013). Understanding heritage cuisines and tourism: Identity, image, authenticity, and change. *Journal of Heritage Tourism, 8*(2–3), 99–104. https://doi.org/10.1080/1743873X.2013.767818

Ueda, H., & Poulain, J.-P. (2021). What is gastronomy for the French? An empirical study on the representation and eating model in contemporary France. *International Journal of Gastronomy and Food Science, 25*, 100377–100388. https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2021.100377.

UNESCO. (2003). *Convention for the safeguarding of the intangible cultural heritage*. UNESCO Publishing.

Wang, Y., Liu, A., & Chou, T. J. (2018). Understanding local food consumption in tourism destinations. *Tourism Management Perspectives, 28*, 62–70. https://doi.org/10.1016/j.tmp.2018.07.002

Yavuz, G., & Bozaz, E. (2023). Esnaf lokantacılığı ve Van ilinde esnaf lokantaları üzerine bir araştırma. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi, 6*(2), 196-224.

Zocchi, D. M., & Fontefrancesco, M. F. (2020). Traditional products and new developments in the restaurant sector in East Africa: The case study of Nakuru County, Kenya. *Frontiers in Sustainable Food Systems, 4*, Article 599138. https://doi.org/10.3389/fsufs.2020.599138.