

Dijitalleşen Turizmde Rehberlik Temelli Gastronomi Deneyimleri: Withlocals Örneği*

Guided Gastronomy Experiences in Digitalized Tourism: Withlocals Case *

Araştırma Makalesi/Research Article

doi.org/10.5281/zenodo.15700539

Ceyhan Can ÖZCAN¹, Meral İŞ²,

¹Prof. Dr., Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği, Konya/Türkiye, ccozcan@erbakan.edu.tr ORCID: 0000-0002-1951-5894

²Öğr. Gör. Dr., Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Turizm ve Otel İşletmeciliği, Karaman/Türkiye, meralbozdogan@kmu.edu.tr, Sorumlu Yazar (Corresponding Author) ORCID: 0000-0002-6272-7382

Özet

Anahtar Kelimeler
Gastronomi
Rehberlik
Gastronomik deneyim
Withlocals

Key Words
Gastronomy
Guidance
Gastronomic
experience
Withlocals

Son yıllarda dijitalleşmeyle birlikte kültürel turizmde otantik deneyimlere ilgi artmış, Withlocals gibi platformlar yerel rehberlerle özgün ve kişiselleştirilmiş hizmetler sunmaya başlamıştır. Bu araştırmanın amacı, yerel rehberler aracılığıyla dijital rehberlik hizmeti sunan Withlocals platformunda sunulan hizmetlerin incelenmesi ve özellikle gastronomi turları kapsamında sunulan bu hizmetlerin içerik ve kapsamının analiz edilmesidir. Çalışmada, Türkiye'de platformun aktif olarak faaliyet gösterdiği altı şehir (İstanbul, İzmir, Antalya, Bursa, Muğla ve Nevşehir) incelenmiş; içerik analizi ile platformda sunulan rehberlik hizmetlerinin gastronomik unsurlar açısından nasıl yapılandırıldığı incelenmiştir. Bulgular, incelenen şehirlerde Withlocals platformu aracılığıyla toplam 48 gastronomik deneyim sunulduğunu ortaya koymuştur. Ayrıca yemek turları ve yemek pişirme derslerinin, platformun arama kriterleri içinde ön plana çıkan kategoriler arasında yer aldığı; bu deneyimlerden yedisinin doğrudan şehirlerin özgün yiyecek ve içecek kültürlerini tanıtmayı hedeflediği belirlenmiştir. Bu bulgular, platformun gastronomi odaklı dijital rehberlik alanında tematik çeşitlilik sunduğunu ve yerel mutfak kültürlerinin dijital ortamda aktarımına yönelik önemli bir potansiyel taşıdığını göstermektedir.

JEL Sınıflandırması
(Codes)
L83, O33, Z32

Abstract

Makale Başvuru
Article Received
25.04.2025

Düzeltilme/Revised 1
29.05.2025

Düzeltilme/Revised 2
03.06.2025

Kabul/Accepted
08.06.2025

In recent years, with digitalization, interest in authentic experiences in cultural tourism has increased, and platforms such as Withlocals have started to offer unique and personalized services with local guides. The aim of this research is to examine the services offered on the Withlocals platform, which offers digital guidance services through local guides, and to analyze the content and scope of these services, especially within the scope of gastronomy tours. In the study, six cities in Türkiye (İstanbul, İzmir, Antalya, Bursa and Nevşehir) where the platform actively operates were analyzed and how the guidance services offered on the platform were structured in terms of gastronomic elements was examined through content analysis. The findings revealed that a total of 48 gastronomic experiences were offered through the Withlocals platform in the cities analyzed. It was also found that food tours and cooking classes were among the prominent categories in the platform's search criteria, and seven of these experiences directly aimed to introduce the unique food and beverage cultures of the cities. These findings show that the platform offers thematic diversity in the field of gastronomy-oriented digital guidance and has a significant potential for the digital transmission of local culinary cultures.

Note: Extended
abstract is at the end
of research.

* Bu çalışma 27-29 Eylül 2024 tarihinde gerçekleştirilen III. Uluslararası Aşçı Dede Ateşbâz-ı Velî Sempozyumu'nda sunulan özet bildirinin genişletilmiş halidir.
Bu araştırma etik kurul izni gerektirmemektedir / This research does not require an ethics committee permission.

Giriş

Dijitalleşmenin hız kazanması, turizm sektöründe köklü bir dönüşüme yol açmış ve dijital turizm platformları önem kazanmıştır (Liu vd., 2024). Turistler dijitalleşmenin bir sonucu olarak, seyahat planlaması, yöresel deneyimlerin keşfi gibi birçok konuda bu platformları kullanarak seyahatlerini kişiselleştirmektedir (Woo ve Yoo, 2024). Dijital turizm platformları, sundukları esneklik ve kişisellik gibi özellikler ile turistlerin seyahat deneyimlerini daha anlamlı ve ilgi çekici hale getirmiştir (Buhalis ve Foerste, 2015). Turistler seyahatlerinde sadece konaklama ve ulaşım için değil, bölgeye ait kültürel deneyimler hakkında detaylı bilgi edinmek ve kişiselleştirilmiş tur arayışları içinde yine bu platformları kullanmaya başlamıştır (Richards, 2021). Turizmin dijitalleşmesi, sektörde hizmet sunan işletmeler ve turistler için sınırsız olanak sunmanın yanı sıra, turistlerin ziyaret edilen bölgede daha kişisel, yöresel ve etkileşimli deneyimler yaşamalarına da olanak tanımaktadır (Çifçi vd., 2021). Dijital platformlar turistlerin seyahat öncesinde detaylı bilgi edinmesine, yerel rehberler ve halkla doğrudan etkileşime geçmesine olanak tanıyarak, turistik etkinlikleri kişisel ve otantik bir deneyime dönüştürmektedir. Bu platformlar sayesinde turistler ziyaret ettikleri bölgenin kültürel ve gastronomik zenginliklerini daha derinlemesine keşfetme imkânı bulmakta, teknolojik yenilikler ise işletmeler için geniş kitlelere erişimi kolaylaştırmaktadır (Mora vd., 2021).

Son yıllarda dijital platformların yaygınlaşması, bireylerin daha esnek ve kişiselleştirilmiş hizmet arayışına yönelmesi ve özellikle sürdürülebilir tüketim anlayışının yaygınlaşması ile paylaşım ekonomisi kavramı önem kazanmıştır (Li vd., 2022). Paylaşım ekonomisi, bireylerin sahip oldukları ev, araba, kıyafet gibi varlıklarını dijital platformlar aracılığıyla geçici olarak başkalarıyla paylaşarak gelir elde etmelerine ya da bu kaynaklara daha erişilebilir ve maliyet etkin bir şekilde ulaşmalarına dayanan ekonomik bir modeldir (Hall vd., 2022). Turizmin dijitalleşmesi ile turistlerin bölgesel ve kültürel deneyimlere daha kolay erişimi sağlanırken, paylaşım ekonomisi tabanlı platformlar da bu deneyimleri zenginleştiren önemli araçlar olarak son yıllarda dikkat çekmektedir. Paylaşım ekonomisi tabanlı bu platformlar, rehberlerin ve küçük işletmelerin, erişmekte zorlandıkları geniş kitlelere ulaşımı mümkün kılmaktadır. Bu platformlar aracılığı ile rehberler turistlerle doğrudan temas kurarak onlara eşsiz, otantik ve yerel deneyimler sunarken, turizmde dijitalleşme ve paylaşım ekonomisinin birleşimi hem turistler hem de işletmeler için sürdürülebilir bir değer yaratmaktadır (Geissinger vd, 2019). 2013 yılı itibari ile bağımsız yerel tur rehberlerinin paylaşım ekonomisi tabanlı platformlar aracılığıyla hizmet sunması, turizmde yeni bir dönüşümün temeli olmuştur (Buhalis ve Foerste, 2015; Gössling ve Michael Hall, 2019). Bu dönüşümle birlikte, bağımsız tur rehberleri paylaşım ekonomisi tabanlı çevrimiçi platformlarda hizmet sunmaya başlamış; Withlocals, ToursByLocals ve Viator gibi platformlar üzerinden turistlerin yerel deneyimlere olan ilgisi artmıştır (Shang vd, 2023). Her geçen gün artan dijitalleşme sonucu bireysel deneyim arayışı artarken turizmde yerel etkileşimli hizmetler de artmaktadır (Breidbach ve Brodie, 2017).

Dijitalleşmenin turizm sektöründe yarattığı dönüşüm neticesinde son zamanlarda popüler hale gelen Withlocals platformu, turistlerin seyahat tercihlerini köklü bir şekilde yeniden şekillendirmekte ve kişiselleştirilmiş seyahat deneyimlerine olan talebin artmasına neden olmaktadır (Withlocals, 2024). Platform, özellikle yerel rehberler aracılığıyla sunulan benzersiz ve unutulmaz seyahat deneyimleriyle turistleri ve yerel halkı bir araya getirmeyi amaçlamaktadır. Dünya genelinde 74 ülke ve 241 şehirde hizmet veren Withlocals, sunduğu çeşitli kültürel turlar aracılığıyla; tarih, gastronomi, spor gibi alanlarda kullanıcılarına geniş yelpazede deneyim sunmaktadır (Withlocals, 2024). Platform, turistlerin yeni kültürleri keşfetme, yeni insanlarla tanışma ve yerel halkla etkileşim kurmalarına olanak sunmaktadır. Türkiye’de altı ayrı şehirde faaliyet gösteren Withlocals, turistlerin yerel kültürel zenginlikleri deneyimlemelerine de olanak tanımaktadır. Withlocals, kişiselleştirilmiş seyahat deneyimlerine yönelik dijitalleşmenin hızla artan talebine yanıt vererek, turistlerin özgün ve yerel deneyimlere ulaşmasını sağlamaktadır.

Çalışmada, yerel rehberler aracılığıyla kullanıcılara benzersiz deneyimler sunan Withlocals platformunun gastronomi turizmindeki rolü ve kültürel etkileşimi güçlendirme potansiyeline dikkat çekmek için Türkiye genelinde Withlocals platformu üzerinden sunulan hizmetler incelenmiş, özellikle gastronomi turlarına odaklanılarak bu hizmetlerin içerik ve kapsamı detaylandırılmıştır. Çalışmada ilk olarak, dijital platformların turizmdeki yeri ve gastronomi ile ilişkisi ele alınmış, ardından Withlocals platformunun işleyişi ve özellikleri hakkında kapsamlı bilgi sunulmuştur. Çalışma kapsamında, Withlocals platformunda sunulan gastronomi turlarının içerikleri, belirli kriterler doğrultusunda analiz edilmiş ve elde edilen bulgular üzerinden bu tür deneyimlerin yerel kültüre katkısı değerlendirilmiştir.

1. Kavramsal Çerçeve

1.1. Dijital Platformlar ve Gastronomi

Dijitalleşme, turizm sektöründe köklü bir dönüşüm yaratarak, rezervasyondan yerel deneyimlerin keşfine kadar seyahat sürecinin birçok aşamasında vazgeçilmez bir araç haline gelmiştir (Xiang vd., 2015). İnternetin yaygınlaşması ve mobil cihazların günlük hayatta artan kullanım düzeyi turistlerin seyahat deneyimlerini dijital platformlar aracılığıyla planlamalarını neredeyse zorunlu kılmıştır (Shang vd., 2023). Dijital platformlar, seyahat planlama süreçlerinden gastronomik deneyimlerin keşfine kadar her alanda turistlerin beklentilerine yanıt verebilmekte ve seyahatlerin daha anlamlı hale gelmesine katkıda bulunmaktadır (Richards, 2021; Xiang vd., 2015). Dijitalleşmenin bu hızlı gelişimi, turizm sektöründeki işletmeleri de dijital araçlarla müşterileriyle daha yakın ve etkili bir ilişki kurmaya yöneltmiştir.

Dijital platformlar turistlerin; farklı destinasyonlarda farklı kişiler tarafından sunulan deneyimlere erişimini kolaylaştırmaktadır (Buhalis ve Foerste, 2015). Daha farklı ve kişiselleştirilmiş turlar ise kullanıcıların bireysel tercihlerine göre seçim yapmalarını ve deneyimin farklılaşmasını sağlamaktadır. Aynı zamanda turistlerin yerel halk ve kültürlerle daha anlamlı bir etkileşim kurmasına da olanak sunmaktadır. Dijitalleşmenin sunduğu sınırsız

fırsatlar (Xiang vd., 2015), seyahat deneyimini yalnızca fiziksel bir yolculuk olmaktan çıkarıp, kültürel ve sosyal bir keşif sürecine dönüştürmektedir (Richards, 2021). Dijitalleşmenin sağladığı bu imkanlar, turist deneyimlerini daha özgün, kişisel ve kültürel açıdan zenginleştirerek seyahat sektöründe yeni standartların oluşmasını sağlamaktadır (Pencarelli, 2020). Dijital turizm platformların turizmde artan önemi ile seyahat acentelerinin geleneksel rollerinin yerini çevrimiçi hizmetler almaya başlamıştır (Çifçi vd., 2021). Günümüzde turistler, otel rezervasyonlarından uçuş biletlerine, kültürel etkinliklerden gastronomik turlara kadar pek çok hizmeti dijital platformlar üzerinden gerçekleştirmektedir. Bu süreç, turizmi daha hızlı, erişilebilir ve kişiselleştirilmiş bir şekle dönüştürmüş ve küresel çapta hizmetlerin daha erişilebilir olmasını sağlamıştır (Çifçi vd., 2021; Demirdelen Alrawadieh ve Çifçi, 2021). Teknoloji tabanlı turizm hizmetlerinin artışı ile turistler, seyahat etmek istedikleri destinasyon hakkında detaylı bilgi toplayarak seyahatlerini daha bilinçli planlarken, daha kişiselleştirilmiş hizmetlere de erişim sağlamaya başlamıştır. Ayrıca turistler ziyaret ettikleri destinasyonlarda kültürel ve gastronomik unsurlara daha fazla önem vererek, bu unsurlar aracılığıyla bölgenin kültürel kimliğini daha derinlemesine keşfetme ve anlamaya yönelmektedir.

Gastronomi, bir destinasyonun kültürel kimliğinin önemli bir yansımasıdır (Kivela ve Crofts, 2006). Turistlerin bir bölgeyi deneyimleme biçiminde önemli bir rol oynamaktadır. Gastronomi turizmi ise sadece yöresel yemeklerin tadımını yapmakla sınırlı olmayan aynı zamanda bu yemeklerin tarihini, pişirme tekniklerini ve kültürel içeriklerini de öğrenmeyi mümkün kılan bir seyahat biçimidir (Gheorghe vd., 2014). Özellikle son yıllarda turistler için yeme-içme eylemi, bir destinasyonu keşfetmenin en somut yollarından biri haline gelmiştir (Gheorghe vd., 2014; Kivela ve Crofts, 2006). Gastronomik içeriklerin turizmde artan önemi, bu alanda dijital platformların değerini de artırmıştır. Küresel düzeyde geniş kitlelere ulaşmak için kullanılan bu platformlar yöresel mutfak kültürünün küresel ölçekte tanıtılmasına da olanak sunmaktadır (Rivza vd., 2022).

Dijital turizm platformları, yöresel gastronomik deneyimlerin tanıtımı ve turistlere sunulmasında önemli bir aracılık görevi üstlenmektedir (Kattiyapornpong vd., 2022). Turistler, dijital platformlar aracılığıyla dünyanın herhangi bir yerinde kültürel içeriklerle desteklenen yiyecek ve içecekler hakkında bilgi sahibi olup, destinasyonun mutfak kültürünü yakından tanıma fırsatına sahip olmaktadır. Gastronomi odaklı deneyimler, turistler üzerinde etkili olurken, yöresel kültürün tanıtımında da önemli bir araç işlevi görmektedir (Onat vd., 2023). Gastronomik içerikler ile desteklenen deneyimler, turistlerin farklı bir deneyim edinmelerini sağlarken kültürel bağlamda daha zengin bir etkileşimi de sağlamaktadır. Dijital turizm platformları, turistlere sunduğu çeşitli hizmetler ile farklı kategorilerde faaliyet göstermektedir. Özellikle son yıllarda yerel deneyimlerin paylaşılmasına odaklanan platformlar hızla artış göstermiştir (Aho, 2001). Bu platformlar, turistlere daha otantik deneyimler sunarak bölgeyi en iyi bilen yerel halkın gözünden destinasyonları keşfetme fırsatı sunmaktadır. Airbnb Experiences ve Withlocals gibi platformlar, yerel rehberlerle turistleri bir araya getirerek kültürel, sanatsal ve gastronomik deneyimlere olanak sunmaktadır (Airbnb,

2024; So vd., 2021). Bu platformlar, turistlerin standart turistik aktivitelerden çıkarak yerel halkın günlük yaşamına ve kültürel mirasına dair daha derinlemesine bilgi edinmelerine olanak tanımaktadır.

Gastronomi odaklı dijital platformlar da özellikle son yıllarda büyük bir ilgi görmektedir (Atsız vd., 2021). Withlocals gibi platformlar, turistlere yerel halkla etkileşim kurarak otantik yemek deneyimlerine katılma fırsatı sunmakta ve bu deneyimler sırasında destinasyonların gastronomik kimliğini turistlere en iyi şekilde tanıtmaktadır (Atsız vd., 2021; Withlocals, 2024). Sokak yemekleri gibi otantik lezzetlerin, bölgeyi en iyi temsil eden farklı yemeklerin, tamamen bölgeye özgü yiyecek ve içeceklerin keşfedildiği bu turlar, turistlere yalnızca yeme içme olanağı sunmakla kalmayıp aynı zamanda yiyeceklerin tarihini ve kültürel bağlamını da öğrenme fırsatı sunmaktadır.

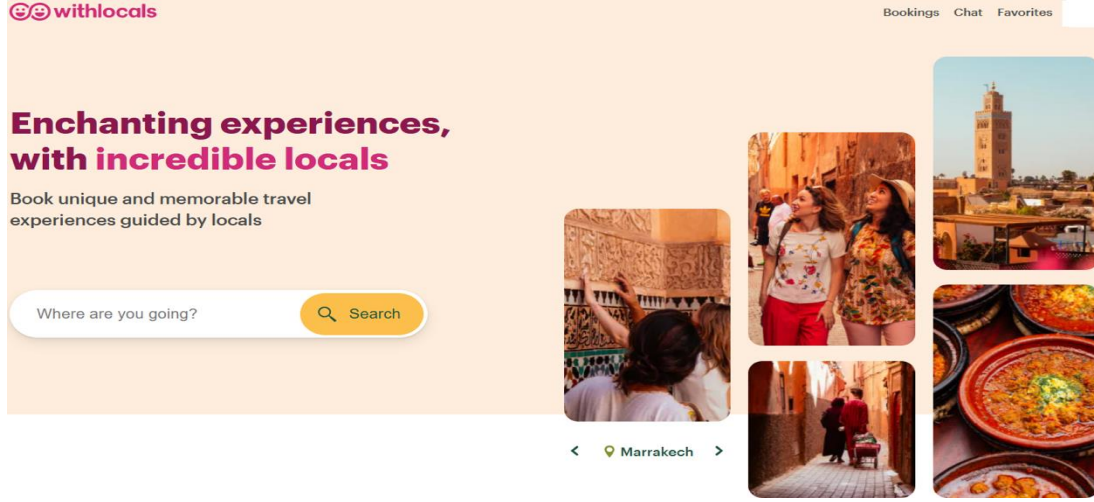
1.2. Withlocals Platformu

Gastronomi turizmi, bir destinasyonun özgün yemek kültürünü deneyimlemeyi sağlayan ve son yıllarda hızla yükselen bir trend olarak ön plana çıkmaktadır (Mora vd., 2021; Soonsan ve Somkai, 2023). Bu turizm biçimi, yalnızca yiyecekleri tatmanın ötesinde, yerel mutfakların tarihini, pişirme yöntemlerini ve kültürel bağlamını keşfetme imkânı sunarak ziyaretçilere derinlemesine bir kültürel etkileşim sağlamaktadır. Zira yemekler, bir destinasyonun kültürel mirasının en önemli parçalarından biri olarak turistlerin bölgeyi nasıl deneyimlediğini doğrudan etkilemektedir (Soonsan ve Somkai, 2023). Dijital turizm platformları, yerel mutfakları daha geniş kitlelere tanıtarak bu kültürel mirasın korunmasına katkı sağlamaktadır. Turistler, bu platformlar aracılığıyla yerel lezzetleri tatmakta ve bu lezzetlerin ardındaki tarihsel ve kültürel bağlamı keşfetme fırsatı da bulmaktadır (Mora vd., 2021; Sthapit vd., 2020).

Withlocals, turistlerin yerel halkla birebir etkileşim kurarak daha otantik, kişisel deneyim yaşamasını sağlamak amacı ile 2013 yılında Hollanda'da kurulmuş bir platformdur (Withlocals, 2024). Withlocals, turistlere yerel rehberler eşliğinde yemek turları sunarak bu deneyimi daha erişilebilir ve kişisel hale getirmektedir. Bu turlar sırasında turistler, yerli halkın hazırladığı bölgeye özgü yemekleri tatma fırsatını bulurken; yemeklerin kültürel ve tarihî kökenlerini ve yiyecek-içeceklerin hikayelerini rehberlerinden dinleyebilmektedir (Withlocals, 2024). Yemeklerin hazırlanışı, sunumu ve lezzetlerine dair bilgi edinme süreci, turistlerin ziyaret ettikleri destinasyonla daha güçlü bir kültürel bağ kurmasını sağlamaktadır. Özel rehber eşliğinde gerçekleştirilen yemek turları, turistlerin yerel mutfak kültürünü birebir deneyimlemelerine olanak sunmaktadır (Atsız vd., 2021). Bölgenin kültürünü yansıtan yöresel yiyecek ve içeceklerin sunumu, Withlocals gibi platformları kültürel etkileşimi derinleştiren bir aracı konumuna taşımaktadır.

Platformda hizmet sunan rehberler, genellikle bölgenin yerli halkı olan, yaşadıkları şehrin kültürü, gastronomisi ve yaşam tarzı hakkında derinlemesine bilgiye sahip olan kişilerden oluşmaktadır (Withlocals, 2024). Rehberlerin yerel bilgi birikimleri, turistlerin şehri daha otantik ve samimi bir şekilde deneyimlemelerine olanak sağlarken, bölgenin

kültürel mirasının tanıtımını da güçlendirmektedir. Yemek turları, kültürel etkinlikler ve atölyeler gibi deneyimler, turistlerin ziyaret ettikleri bölgenin kültürü hakkında derinlemesine bilgi edinmelerini sağlamakta, kültür ve turist arasında güçlü bir bağ kurmaktadır. Aynı zamanda, kişiselleştirilmiş turlar aracılığıyla turistler, deneyimlerini daha unutulmaz hale getirmekte ve bölgeye özgü zenginlikleri birebir keşfetme şansı edinmektedir.



Resim 1. Withlocals Platformu Arayüzü

Kaynak: Yazarlar tarafından oluşturuldu.

Withlocals, Türkiye’de İstanbul ve İzmir gibi büyük şehirlerde kişiselleştirilmiş tur seçenekleri sunmaktadır. <https://www.withlocals.com/> adresinden erişilebilen bu platform, kullanıcılara birbirinden farklı ve zengin deneyimler sunmaktadır. İstanbul’da, tarihi ve kültürel miras gezileri, Boğaz kıyısında yürüyüşler, adalara düzenlenen tam günlük turlar ve gastronomi odaklı deneyimler gibi çeşitli etkinlikler sunulmaktadır. İzmir’de ise Kemeraltı Çarşısı’nda yapılan yürüyüş turları, Şirince ve Efes gibi antik alanlara geziler ile şehrin yerel lezzetlerini ön plana çıkaran yemek turları ön plana çıkmaktadır (Withlocals, 2024). Bu turlar, yerel rehberlerle birebir, kişiselleştirilmiş ve esnek seçenekler ile turistlere özgün bir deneyim sağlamaktadır. Platformun sürdürülebilirlik yaklaşımı dikkat çekicidir. Platform, yerel ekonomiyi desteklemenin yanı sıra, karbon ayak izini azaltma, çevre dostu turizmi teşvik etme ve sosyal sorumluluk projeleri yürütme amacını da taşımaktadır (Withlocals, 2024). Platform, ayrıca gastronomi turizmine büyük önem vermekte ve yerel mutfakları tanıtmaya çalışmaktadır (Atsız vd., 2021). Bir rehberin evinde düzenlenen yemek pişirme dersleri veya yerel restoranlarda yapılan turlar, turistlerin daha önce hiçbir yerde keşfedemedikleri yiyecek içecekleri de deneyimlemesine olanak sunmaktadır. Ayrıca turistlerin bölge ile daha derinlemesine bağ kurmalarını da sağlamaktadır. Kısacası Withlocals, hem yerli halkın ekonomik olarak desteklenmesine hem de turistlerin daha anlamlı, otantik bir seyahat deneyimi yaşamasına olanak tanıyan yenilikçi bir platform olarak dikkat çekmektedir (Withlocals, 2024).

2. Yöntem

Araştırma, dijital turizm platformlarının gastronomi odaklı deneyimleri dijital bir platform olarak dünya çapında birçok ülkede kullanıcı sayısı ve kullanım oranı günden güne artan Withlocals platformunda rehberlik deneyimleri çerçevesinde incelemeyi hedeflemiştir. Dijital içeriklerin yapısal olarak analiz edilmesini ve tematik örüntülerin ortaya konmasını gerektiren bu çalışma, bağlamsal derinliğe odaklanması açısından nitel araştırma desenlerine uygunluk göstermektedir.

Araştırma, nitel araştırma yöntemi kapsamında, örnek olay (durum) çalışma deseni ile yapılandırılmıştır. Örnek olay deseni, tekil ya da çoklu olguların zaman içerisinde çeşitli veri kaynaklarından elde edilen ayrıntılı ve çok yönlü bilgiler aracılığıyla, doğal bağlamları içerisinde derinlemesine incelenmesini sağlayan bir yaklaşımdır. Bu desen, olgunun doğal sınırlarının belirlendiği ve belirli bir bağlamda derinlemesine bilgi üretiminin amaçlandığı araştırmalarda tercih edilmektedir (Creswell ve Poth, 2016). Bu doğrultuda çalışmanın temel amacını; Withlocals platformunda tanımlanan dijital rehberlik deneyimleri kapsamında sunulan gastronomi deneyimlerini incelemek ve bu deneyimlerin gastronomi turizmi bağlamında içerik temalarını analiz etmektir. Çalışma ayrıca dijitalleşmenin turizmde kişiselleştirilmiş deneyim sunma kapasitesini ön plana çıkarmak açısından önemlidir.

Veri toplama süreci, 28 Ağustos–15 Ekim 2024 tarihleri arasında gerçekleşmiştir. Bu tarih aralığı, platformun Türkiye’deki içerik çeşitliliğini ve güncel deneyim yoğunluğunu yansıtmaya açısından tercih edilmiştir. Withlocals platformunda “Türkiye” anahtar kelimesiyle yapılan taramalar sonucunda, İstanbul, İzmir, Antalya, Bursa, Muğla ve Nevşehir illerinde tanınmış olan toplam 48 deneyime ulaşılmış ve bu deneyimler çalışma kapsamında incelenmiştir. Türkiye genelinde sadece bu şehirlerde aktif olarak deneyim sunulduğu için çalışmanın kapsamı bu altı il ile sınırlandırılmıştır.

İncelenen deneyimler sadece açık erişimli dijital içeriklerden oluşturulmuş ve herhangi bir bireysel katılımcı görüşmesi içermemiştir. Yapılan araştırmalarda Viator ve ToursByLocals gibi benzer deneyimlerin sunulduğu platformlar da incelenmiş ancak bu platformların Türkiye’de oldukça sınırlı hizmet sunumu gerçekleştirdikleri, var olan deneyimlerinde gastronomik içerik taşımadığı tespit edilmiştir. Bu sebeple söz konusu platformlar araştırılması düşünülen problem durumuna uygun olmadığı için kapsam dışında bırakılmıştır. Bu açıdan hareketle Türkiye’de sunduğu deneyimlerin büyük bölümünün doğrudan gastronomi ve kültürel etkileşim temelli olmasından dolayı Withlocals platformu araştırma için en ideal platform olarak tespit edilmiştir. Dolayısıyla, gastronomi ve kültürel etkileşim odaklı deneyimlerin yoğunluğu dikkate alınarak, Withlocals platformu araştırma için en uygun örneklemi oluşturmuştur.

Verilerin analizinde nitel içerik analizi kullanılmıştır. Bu analiz türü, dijital platformlarda sunulan turistik deneyimlerin tematik olarak sınıflandırılmasını ve gastronomik içeriklerin yapısal düzeyde çözümlenmesini sağlamak açısından etkilidir (Mayring, 2014). Her bir deneyim; gastronomik tema, kültürel öge, etkileşim düzeyi ve yöresellik bakımından değerlendirilmiş, özellikle yemek pişirme atölyeleri, sokak lezzetleri turları ve yerel mutfak

keşiflerine yönelik deneyimlerin bu platformda bulunma durumu incelenmiştir. Elde edilen veriler, temalara göre kategorize edilerek nitel yorumlamalar yapılmıştır.

Araştırmanın veri kaynağını, Withlocals platformunda kamuya açık biçimde sunulan dijital deneyim içerikleri oluşturmaktadır. İncelenen veriler yalnızca Withlocals Platformunda kamuya açık verilerden elde edilmiştir. Bu nedenle araştırma, doğrudan bir katılımcı içermediği için etik kurul onayı gerektirmemektedir. Etik ilkelere uygun olarak, yalnızca açık erişimli içerikler kullanılmış ve hiçbir kişisel bilgi çalışma kapsamında kullanılmamıştır. Ancak, söz konusu bu durum daha önce bu platformdan hizmet satın almış olan kullanıcıların satın aldıkları deneyimlere yönelik algılarını belirlemede ve bu konuda çıkarım yapılmasını sınırlamaktadır.

Çalışma sadece Withlocals platformunun Türkiye’de aktif olduğu altı şehirle sınırlandırılmıştır. Bu nedenle, elde edilen bulguların Türkiye geneline genellenebilirliği sınırlıdır. Platformun Türkiye’deki faaliyet süresinin görece kısa olması ve kullanıcı sayısının henüz sınırlı olması nedeniyle, bulguların farklı dönemlerde farklılaşabileceği öngörülmektedir.

Literatür incelendiğinde, Withlocals platformuna odaklanan çalışmaların oldukça sınırlı olduğu görülmektedir (Atsız vd., 2021, Atsız, 2022). Bu durum, söz konusu platformun özellikle dijital gastronomi rehberliği bağlamında derinlemesine incelenmesine duyulan ihtiyacı ortaya çıkartmaktadır. Mevcut araştırmalar çoğunlukla Airbnb, EatWith ve benzeri paylaşım ekonomisi platformlarında sunulan gastronomi temelli deneyimleri, kullanıcı yorumları, memnuniyet düzeyi, algılanan otantiklik ve hizmet kalitesi bağlamında ele almaktadır (Atsız et al., 2022; Cenni & Vásquez, 2020; Ert et al., 2016; Li & Tsai, 2022; Liang et al., 2018; Zhu & Cheng, 2022; Ketter, 2019; Uzut, 2023). Bu çalışmanın özgün yönü, rehberlik temelli bir paylaşım ekonomisi platformu olan Withlocals’ta sunulan gastronomi deneyimlerinin içeriksel yapısını tematik ve yapısal düzeyde ele almasıdır. Özellikle yerel rehberler aracılığıyla sunulan ve kültürel içerikler ile desteklenen gastronomi turlarının içeriksel analizine odaklanması yönüyle, bu çalışma mevcut literatüre önemli düzeyde katkı sunmaktadır.

3. Bulgular

Withlocals platformu üzerinden yürütülen araştırmada “Türkiye” anahtar kelimesi ile ulaşılan turlar incelendiğinde, özellikle kültürel etkinliklerin şehir turlarının ve gastronomik turların ön plana çıktığı gözlemlenmiştir. Kültürel etkinlikler ile zenginleştirilen kişiselleştirilmiş deneyimlerin, turistler ile yerel halk arasında otantik bağlar kurmada etkili bir rol oynadığı belirlenmiştir. Araştırma kapsamında, Türkiye genelinde sunulan çeşitli deneyimler türlerine göre kategorize edilmiştir. Özellikle şehir turları, yemek turları ve günübirlik gezilerin turistler tarafından yoğun ilgi gördüğü tespit edilmiştir. Withlocals platformunda gidilecek yer seçildikten sonra kullanıcılar, karşılıklarına çıkan deneyimlerde yemek turu, şehir turu gibi kategoriler arasından seçim yapabilmektedir. Bu aşamada, Withlocals platformu tarafından deneyimler belirli kategorilere ayrılmıştır ve turların

özelliklerine göre sınıflandırma yapılmıştır. Türkiye genelinde, 17 şehir turu, 7 yemek turu, 5 günübirlik gezi, 4 atölye turu, 4 kültür ve sanat turu, 3 çok günlük tur, 3 alışılmışın dışında tur, 2 günübirlik tur, 1 yemek pişirme dersi, 1 spor ve eğlence turu ve 1 gece turu kullanıcıların tercihine sunulmaktadır. Bu çeşitli tur seçenekleri, kullanıcılara farklı deneyimleri keşfetme imkânı sunmakta ve kişiselleştirilmiş bir seyahat deneyimi sağlamaktadır. Bu çalışma kapsamında, kullanıcılar tarafından yapılan çevrimiçi değerlendirme sayıları incelenmiş ve hangi turların daha fazla tercih edildiği ya da değerlendirildiği tespit edilmiştir. Ağırlıklı olarak, şehir turlarının ve yemek turlarının yüksek çevrimiçi değerlendirme sayısına ulaştığı ve bu deneyimlerin daha fazla satıldığı ya da kullanıcılar tarafından daha çok çevrimiçi değerlendirildiği belirlenmiştir.

Elde edilen bulgular, dijital turizm platformlarının gastronomi turizmini destekleme ve kültürel mirasın korunmasına katkıda bulunma potansiyelini göstermektedir. Çevrimiçi platformlar, yerel mutfakları daha geniş kitlelere tanıtarak bu kültürel mirasın korunmasına katkıda bulunmakta ve turistlerin bölgeyi otantik yönleriyle deneyimlemesine olanak tanımaktadır. Withlocals platformunda Türkiye'nin farklı illerinde sunulan 48 turistik deneyim tespit edilmiştir. Bu deneyimler, şehir turları, yemek turları, atölyeler, kültür ve sanat turları gibi çeşitli etkinlikleri içermektedir. Tablo 1'de Türkiye'nin farklı illerinde sunulan deneyim türleri ve çevrimiçi değerlendirme sayıları gösterilmiştir; gastronomik deneyimlerin turistik faaliyetlerde önemli bir yere sahip olduğu gözlemlenmiştir.

Withlocals platformunda sunulan deneyim türleri içerisinde 17 şehir turunun bulunduğu gözlemlenmiştir. Şehir turları, özellikle İstanbul ve İzmir'de öne çıkmaktadır. İstanbul'daki şehir turları, 2.142, 638 ve 231 değerlendirme sayıları ile diğer şehirlerden daha fazla ilgi görmüştür. İzmir'de ise şehir turları 327 değerlendirme ile önemli bir ilgi yakalamıştır. Bu durum, İstanbul ve İzmir'in tarihi, kültürel ve mimari zenginliklerinin hem yerli hem de yabancı turistler için önemli bir cazibe merkezi olduğunu göstermektedir. Turistler, şehri keşfetmek, tarihi yapıları ve kültürel mirası daha yakından tanımak amacıyla şehir turlarına yoğun ilgi göstermektedir. Yine Withlocals platformunda dikkat çeken bir diğer tema kültürel etkinlikler ve sanat turları olmuştur. Bu tema altında, müze gezileri, tarihi mekân turları ve kültür-sanat odaklı atölyeler yer almaktadır. Özellikle İstanbul'da sunulan Kültür ve Sanat Turu kategorisindeki turlar, 1.372, 279 ve 181 değerlendirme sayılarıyla dikkat çekmektedir. Bu tür turlar, turistlerin hem yerel sanatçı ve zanaatkarlarla etkileşim kurmasına hem de bölgenin sanatsal mirasını keşfetmesine olanak tanımaktadır.

Gastronomi odaklı deneyimler arasında, özellikle İstanbul'da dikkat çeken 7 farklı yemek turu ön plana çıkmaktadır. Bu turlar, 980, 1.599 ve 327 değerlendirme alarak gastronomi turizminin turist tercihlerindeki önemini vurgulamaktadır. En çok ilgi gören turlar, İstanbul'un öne çıkan 10 farklı yemeğini tanıtarak, yerel lezzetleri kültürel şehir turlarıyla birleştiren otantik deneyimler sunmaktadır. Ayrıca yine İstanbul'da yemek pişirme gibi farklı derslerin sunulduğu, özel yemek atölyelerinde eşsiz deneyimler sunulduğu belirlenmiştir. Bu turların sunduğu otantik lezzet deneyimlerinin yanı sıra, platformda sunulan diğer gastronomik etkinlikler de turistlerin yerel mutfakla daha derin bir etkileşim kurmasını

sağlamaktadır. Yemek turları bu platformda turistlere yerli rehberler eşliğinde sunulmaktadır. Bu durum ve gastronomi turizminin de artan önemi göz önüne alındığında sunulan deneyimlerin gastronomik içerik taşıması önemli hale gelmektedir. Bunun yanı sıra, yemek pişirme dersleri gibi daha interaktif gastronomik deneyimler de Withlocals platformunda dikkat çekmektedir. İstanbul'da 44 yorum alan yemek pişirme dersleri, turistlerin yalnızca yerel yemekleri tatmasının ötesine geçerek, bu yemeklerin nasıl hazırlandığını öğrenmelerine yönelik deneyimleri de satın aldıklarını göstermektedir.

Tablo 1 incelendiğinde Withlocals'de sunulan deneyimlerin farklı çeşitlerinin İstanbul'da yoğunlaştığı yine gastronomi deneyimlerinin de çoğunlukla İstanbul'da sunulduğu tespit edilmiştir. Toplam 48 deneyimden 37'sine ev sahipliği yapan İstanbul, turistlere geniş bir yelpazede hem kültürel hem de gastronomik içeriklere deneyim sunulmaktadır. İzmir, listedeki diğer şehirler arasında gastronomi turizmi açısından önemli bir destinasyon olarak ön plana çıkmaktadır. İzmir'deki yemek ve şehir turları toplamda 327 değerlendirme ile dikkat çekmektedir. Muğla, Antalya ve Bursa gibi şehirlerde şehir turları ve yemek turları daha sınırlı düzeyde sunulmuş ve az sayıda yorum almıştır. Bu durum, platformun Muğla, Antalya ve Bursa gibi destinasyonlarda henüz yeterince yaygın kullanılmadığını göstermektedir. Her ne kadar sunulan deneyim sayısı az olsa da bu illerde de gastronomi deneyimleri Antalya'da 4, Muğla'da 3 ve Bursa'da 7 çevrimiçi değerlendirme almıştır. Özellikle Muğla ve Antalya gibi tatil destinasyonları, turistik çeşitliliği artırarak daha fazla gastronomik ve kültürel deneyim sunma potansiyeline sahiptir.

Withlocals Türkiye'nin farklı şehirlerinde yerel rehberler eşliğinde kişiselleştirilebilen özel deneyimler sunarak, kültürel, tarihî ve gastronomik zenginlikleri ön plana çıkarmaktadır. Withlocals, Türkiye'de başta İstanbul ve İzmir olmak üzere çeşitli şehirlerde kişiselleştirilmiş turlar sunmaktadır. İstanbul'da popüler turlar arasında şehir tanıtım turları, tarihi bölgelerdeki kültürel mirası turları, boğaz kıyısında turlar, adalara tam günlük geziler gibi birçok etkinlik turistlere sunulmaktadır. Gününbirlik yemek turlarıyla kullanıcılara Türk mutfak kültürü, sokak lezzetleri ve yöresel mutfak deneyimlerine kadar birçok çeşit gastronomik tur sunulmaktadır. İzmir'de yerel rehberler eşliğinde şehrin tarihi ve kültürel zenginliklerini keşfetmeye yönelik turlar, Kemeraltı Çarşısı gibi bölgelerde yürüyüş turları ve Şirince, Efes gibi antik alanlara gününbirlik geziler de oldukça popüler turlar arasında yer almaktadır. İzmir'de ayrıca, şehrin yöresel lezzetlerini ön plana çıkaran yemek turlarıyla Türk mutfağının özgün lezzetlerini tatma fırsatı sunulmaktadır. Bu turlar tamamen kişiye özel şekilde tasarlanarak, yerel rehberlerle birebir keşif imkânı sunmaktadır.

Bursa'da öne çıkan turlar arasında Bursa'nın öne çıkan tarihi ve kültürel mekanlarına yönelik şehir turları ayrıca yöresel lezzet turları dikkat çekmektedir. Tophane Saat Kulesi ve Ulu Camii gibi tarihi yapıları içeren bu turlar, aynı zamanda Bursa'nın geleneksel lezzetlerini tanıtarak katılımcılara Türk mutfağını yakından deneyimleme fırsatı sunmaktadır. Bodrum'da ziyaretçiler için şehir tanıtım turları gibi kültür turların yanı sıra gastronomi odaklı etkinliklerde sunulmaktadır. Bu turlar, Bodrum Marina, Halikarnas Mozolesi, Bodrum Kalesi gibi Bodrum'un hem tarihî hem de kültürel değerlerini ve yerel lezzetlerini keşfetmek isteyen

turistler için ideal bir deneyim sunmaktadır. Nevşehir ve Kapadokya bölgesinde, peri bacaları ve yeraltı şehirlerini kapsayan doğa ve kültür temalı turlar öne çıkmaktadır. Bu turlar, Kapadokya'nın doğal güzelliklerini tanıtmayı amaçlamakta ve bölgenin eşsiz tarihi mirasını ziyaretçilere sunmaktadır.

Tablo 1. Withlocals platformunda Türkiye genelinde sunulan turlar

Seyahat Deneyimi	Şehir	Tur Çeşidi	Çevrimiçi Değerlendirme Sayısı
Seyahat Deneyimi 1	Antalya	Şehir Turu	4
Seyahat Deneyimi 2	Antalya	Yemek Turu	4
Seyahat Deneyimi 3	Muğla	Yemek Turu	3
Seyahat Deneyimi 4	Muğla	Şehir Turu	3
Seyahat Deneyimi 5	Muğla	Şehir Turu	3
Seyahat Deneyimi 6	Bursa	Yemek Turu	7
Seyahat Deneyimi 7	Bursa	Şehir Turu	7
Seyahat Deneyimi 8	Bursa	Günübirlik Gezi	44
Seyahat Deneyimi 9	Nevşehir	Birden Fazla Gün İçeren Tur	44
Seyahat Deneyimi 10	İzmir	Günübirlik Tur	2
Seyahat Deneyimi 11	İzmir	Yemek Turu	327
Seyahat Deneyimi 12	İzmir	Şehir Turu	327
Seyahat Deneyimi 13	İzmir	Şehir Turu	327
Seyahat Deneyimi 14	İzmir	Atölye	27
Seyahat Deneyimi 15	İstanbul	Şehir Turu	2142
Seyahat Deneyimi 16	İstanbul	Yemek Turu	980
Seyahat Deneyimi 17	İstanbul	Şehir Turu	89
Seyahat Deneyimi 18	İstanbul	Şehir Turu	57
Seyahat Deneyimi 19	İstanbul	Atölye	27
Seyahat Deneyimi 20	İstanbul	Atölye	9
Seyahat Deneyimi 21	İstanbul	Şehir Turu	638
Seyahat Deneyimi 22	İstanbul	Atölye	9
Seyahat Deneyimi 23	İstanbul	Şehir Turu	12
Seyahat Deneyimi 24	İstanbul	Şehir Turu	231
Seyahat Deneyimi 25	İstanbul	Şehir Turu	89
Seyahat Deneyimi 26	İstanbul	Yemek Turu	1599
Seyahat Deneyimi 27	İstanbul	Yemek Pişirme Dersi	44
Seyahat Deneyimi 28	İstanbul	Şehir Turu	117
Seyahat Deneyimi 29	İstanbul	Şehir Turu	57
Seyahat Deneyimi 30	İstanbul	Spor ve Eğlence Turu	44
Seyahat Deneyimi 31	İstanbul	Kültür ve Sanat Turu	1.372
Seyahat Deneyimi 32	İstanbul	Şehir Turu	162
Seyahat Deneyimi 33	İstanbul	Kültür ve Sanat Turu	279
Seyahat Deneyimi 34	İstanbul	Kültür ve Sanat Turu	181
Seyahat Deneyimi 35	İstanbul	Günübirlik Gezi	44
Seyahat Deneyimi 36	İstanbul	Alışılmış Dışı Tur	21
Seyahat Deneyimi 37	İstanbul	Yemek Turu	217
Seyahat Deneyimi 38	İstanbul	Günübirlik Gezi	44
Seyahat Deneyimi 39	İstanbul	Gece Turu	75
Seyahat Deneyimi 40	İstanbul	Şehir Turu	262
Seyahat Deneyimi 41	İstanbul	Günübirlik Gezi	44
Seyahat Deneyimi 42	İstanbul	Birden Fazla Gün İçeren Tur	75
Seyahat Deneyimi 43	İstanbul	Günübirlik Gezi	262
Seyahat Deneyimi 44	İstanbul	Birden Fazla Gün İçeren Tur	44
Seyahat Deneyimi 45	İstanbul	Alışılmış Dışı Tur	75
Seyahat Deneyimi 46	İstanbul	Kültür ve Sanat Turu	181
Seyahat Deneyimi 47	İstanbul	Günübirlik Tur	44
Seyahat Deneyimi 48	İstanbul	Alışılmış Dışı Tur	75
TOPLAM			10.730

Kaynak: Yazarlar tarafından oluşturuldu.

4. Tartışma

Araştırmadan elde edilen bulgular, dijital platformlar aracılığıyla sunulan gastronomi temelli deneyimlerin, kültürel etkileşimin artırılması ve yerel mutfak kültürlerinin uluslararası

düzeyde görünürlük kazanması açısından önemli görülmektedir. Özellikle Withlocals platformu örneğinde, kullanıcılara şehir turları ve gastronomi temelli etkinliklerin sunuluyor olması ve bu deneyimlerde yüksek çevrimiçi değerlendirme sayıları dikkat çekicidir. Bu sonuç, Marti-Ochoa vd. (2025) tarafından Airbnb kullanıcı deneyimlerine ilişkin yapılan içerik çözümlemesinde vurgulanan duygusal bağlılık ve otantiklik unsurlarını destekler niteliktedir. Bu çalışmada olduğu gibi, dijital yorumlar ve platform içeriği; kullanıcıların yüz yüze deneyimlere verdiği önemi ve yerel bağlamda oluşturulan otantik etkileşimleri anlamak açısından önemli sonuçlar içermektedir.

Literatürde Airbnb, EatWith gibi paylaşım ekonomisi platformlarında gastronomi deneyimlerinin sıklıkla memnuniyet, hizmet kalitesi ve otantiklik temalarında incelenmiştir (Atsız vd., 2022; Cenni ve Vásquez, 2020; Liang vd., 2018). Ancak bu çalışmaların çoğu, doğrudan içerik çözümlemesi yerine kullanıcı yorumlarına dayalı betimlemelerle sınırlı kalmaktadır. Mevcut çalışma ise, rehberlik temelli içeriklerin nasıl yapılandırıldığını ve gastronomi temalarının şehirler arası dağılımında nasıl şekillendiğini doğrudan platform içerikleri üzerinden analiz etmesidir.

Çalışmada özellikle İstanbul'da yoğunlaşan deneyimlerin büyük çoğunluğunun gastronomi temalı olduğu ve bu deneyimlerin sokak lezzetleri, yemek pişirme atölyeleri ve yerel mutfak keşifleri gibi çeşitli kategorilerde sunulduğu gözlemlenmiştir. Bu bulgu, Liang vd. (2018) tarafından vurgulanan otantiklik, kişiselleştirme ve yerel rehber aracılığıyla sunulan deneyimlerin, kullanıcı memnuniyetini ve destinasyonlara yönelik tekrar ziyaret niyetini artırdığı yönündeki tespitleri desteklemektedir.

Elde edilen bulgular, dijital rehberlik platformlarının sadece gastronomi temelli turizm deneyimlerinin sunulmasına aracılık etmediğini, aynı zamanda bu deneyimlerin kültürel etkileşimi derinleştirme, destinasyon kimliğini güçlendirme ve sürdürülebilir turizm anlayışına katkı sağlama potansiyeline sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Ancak kullanıcı yorumlarına dayalı veri eksikliği, bireysel motivasyonların daha derinlemesine analizine imkân tanımamaktadır. Gelecek araştırmaların, rehber-turist etkileşimini doğrudan gözlemlemeye dayalı saha çalışmaları ile desteklenmesi, bu eksikliğin giderilmesine katkı sağlayacaktır.

5. Sonuç

Teknoloji tabanlı turizm hizmetlerinin yaygınlaşması, turistlerin seyahat edecekleri destinasyonlar hakkında daha bilinçli planlama yapmalarını ve kişiselleştirilmiş hizmetlere kolay erişim sağlamalarını mümkün kılmıştır. Bu bilinçli yaklaşım, turistlerin gittikleri bölgelerde kültürel ve gastronomik unsurlara ilgiyi artırmıştır. Gastronomi, bir destinasyonun kültürel belleğini yansıtan güçlü bir öge olarak, sadece lezzet deneyimi sunmakla kalmayıp, pişirme teknikleri, tarihsel bağlam ve yöresellik gibi unsurlarla turistlerin etkileşim düzeyini derinleştirmektedir.

Paylaşım ekonomisinin turizmdeki en iyi örneklerinden biri olan Withlocals, turistlere tarih, gastronomi ve diğer alanlarda zengin içeriklerle desteklenen kültürel deneyimler

sunduğu görülmektedir. Platform, turistlerin kültürel ilgi alanlarına ve özel taleplerine göre turlarını uyarlamasına olanak tanıyarak, her deneyimi daha anlamlı ve otantik hale getirmektedir. Kişiselleştirilmiş rehberlik turlarıyla öne çıkan platform, turistlere gastronomik deneyimler yaşama imkânı sunmaktadır.

Bu çalışma, Withlocals platformu üzerinden dijital rehberlik uygulamalarının gastronomi odaklı içeriklerini incelemekte; özellikle sunulan deneyimlerin kültürel aktarım potansiyelini değerlendirmektedir. İstanbul ve İzmir gibi şehirlerde öne plana çıkan yemek turları ve yemek pişirme dersleri, destinasyonun gastronomik kimliğini doğrudan deneyimleme fırsatı sunmakta, otantiklik algısı ile platformda dikkat çekmektedir. Gastronomi açısından zengin bir mutfığa sahip olan İzmir, Antalya, Bursa ve Nevşehir gibi şehirlerin ise platformda sınırlı biçimde temsil edildiği gözlemlenmiştir. Özellikle katılımcı nitelikteki yemek pişirme etkinlikleri, turistlerin yerel kültürle bağ kurmasında etkili bir rol oynamakta; bu yönüyle gastronomi turizminin kültürel sürdürülebilirlik boyutunu desteklemektedir. Çalışma, gastronomi temelli dijital deneyimlerin yalnızca bireysel tatmin değil, aynı zamanda destinasyonun tanıtımı ve yerel ekonominin canlandırılması açısından stratejik bir değer taşıdığını ortaya koymaktadır.

Araştırma, dijital rehberlik hizmetleri kapsamında Withlocals platformunu örnek alarak gastronomi turizmi bağlamında kişiselleştirilmiş deneyimlerin yapısını ve sunum tarzını incelemekte, söz konusu platformun kültürel etkileşim üzerindeki olası etkilerine dikkat çekmektedir. Literatürde dijital gastronomi deneyimlerine ilişkin çalışmaların büyük bölümü Airbnb ve TripAdvisor gibi platformlara odaklanmakta ve bu platformlardaki etkinlikleri kullanıcı memnuniyeti üzerinden değerlendirmektedir. Bu çalışma ise, rehberlik temelli bir paylaşım ekonomisi platformu olan Withlocals'ın gastronomik içeriklerinin yapısal ve tematik analizine odaklanarak; yöreselleştirilmiş, kültürel ve birebir etkileşim içeren deneyim sunumu açısından literatürdeki benzer çalışmalardan ayrılmaktadır. Bu yönüyle çalışma, gastronomi turizminin dijitalleşme sürecinde rehberlik odaklı platformların rolünü görünür kılmakta ve akademik literatüre bu yönü ile katkı sunmaktadır.

Elde edilen bulgular, yalnızca teorik katkılarla sınırlı kalmamakta, aynı zamanda turizm işletmeleri ve destinasyon yöneticileri için de somut çıktılar sunmaktadır. Özellikle gastronomi temelli dijital deneyimlerin çeşitlendirilmesi, özgün içeriklerin artırılması ve yöreyi iyi tanıyan, yerel kültüre ve gastronomi turizmine en hakim olan rehberlerle daha yakın iş birliklerinin kurulması hem müşteri memnuniyetini artıracak hem de destinasyonun kimliğini güçlendirecektir. Ayrıca, platformlarda sunulan içeriklerin daha stratejik biçimde yapılandırılması, dijital mecralarda destinasyonun görünürlüğünü artırarak rekabet avantajı sağlayabilecektir. Bu açıdan dijital rehberlik platformları sadece bilgi sunan basit e-ticaret yapıları değil; aynı zamanda destinasyon pazarlamasının dinamik bir bileşeni olarak değerlendirilebilecektir.

Her akademik çalışmada olduğu gibi, bu araştırmanın da belirli sınırlılıkları bulunmaktadır. Öncelikle, çalışma yalnızca içerik analizine dayandığı için, turistlerin deneyimlerine ilişkin doğrudan kullanıcı verileri içermemektedir. Bu nedenle, platform

üzerinden deneyim satın alan kişilerin memnuniyet ya da eleştirilerine dayalı çıkarımlar yapılamamaktadır. Ayrıca araştırma, Türkiye genelinde yalnızca altı şehirle sınırlandırılmıştır. Withlocals platformunun Türkiye’de henüz yeni olması ve kullanım düzeyinin düşük kalması nedeniyle birçok şehirde gastronomi odaklı deneyim sunulmadığı tespit edilmiştir. Bu nedenle, ulaşılan bulguların Türkiye genelinde genellenebilirliği sınırlıdır.

Gelecek çalışmalarda, bu sınırlılıkların aşılması adına kullanıcı deneyimlerine daha derinlemesine odaklanılması önerilmektedir. Bu kapsamda, deneyim sahibi kullanıcılarla gerçekleştirilecek anket ve mülakat gibi nitel ve nicel veri toplama yöntemleriyle platformların etkisi daha kapsamlı biçimde değerlendirilebilir. Ayrıca, farklı dijital rehberlik platformlarının karşılaştırmalı olarak inceleneceği araştırmalar sayesinde, gastronomi turizmi bağlamında dijital deneyimlerin etkileşim düzeyi, kullanıcı memnuniyeti ve destinasyon tercihlerine etkisi daha bütüncül bir şekilde analiz edilebilecektir. Sonuç olarak, Withlocals platformunda sunulan gastronomi odaklı deneyimler; Türkiye’nin gastronomi potansiyelini dijital araçlarla daha geniş kitlelere ulaştırmakta, yerel kültürlerle etkileşimi artırmakta ve dolayısı ile turizmin dönüşümüne katkıda bulunmaktadır. Dijital turizm platformlarının gelişimi, turistlerin seyahat deneyimlerini daha otantik ve kolay erişilebilir kılarken, Türkiye’nin farklı bölgelerindeki gastronomik değerlerin küresel düzeyde tanınmasına olanak sağlamaktadır.

Gelecekte yapılacak çalışmalar ile gastronomi turizminin dijital platformlar aracılığıyla daha geniş kitlelere ulaştırılmasında ve kültürlerin tanıtımında önemli bir yere sahip olan platformların ayrıntılı ele alınması önem arz etmektedir. Özellikle turist beklentilerini anlamaya yönelik analizler, dijital platformların kültürel mirası tanıtmadaki aracı rolü, bu platformların yerel ekonomiye katkıları ve destinasyon imajının geliştirilmesindeki etkileri gibi konulara daha fazla odaklanılması önem arz etmektedir.

Kaynakça

- Aho, S. K. (2001). Towards a general theory of touristic experiences: modelling experience process in tourism. *Tourism Review*, 56(3/4), 33-37.
- Airbnb. (2024, 12 Eylül). *Airbnb Türkiye*. <https://www.airbnb.com.tr/>
- Atsız, O., Çifçi, I., & Law, R. (2021). Understanding food experience in sharing-economy platforms: Insights from eatwith and withlocals. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 20(1-2), 131-156. <https://doi.org/10.1080/14766825.2021.1880419>
- Atsız, O. (2022). The family experiences in the daily local-guided tours: Evidence from the sharing economy platform (Withlocals). *Journal of Vacation Marketing*, 28(4), 387–405. <https://doi.org/10.1177/13567667211070014>
- Breidbach, C. F., & Brodie, R. J. (2017). Engagement platforms in the sharing economy: conceptual foundations and research directions. *Journal of Service Theory and Practice*, 27(4), 761–777. <https://doi.org/10.1108/JSTP-04-2016-0071>
- Buhalis, D., & Foerste, M. (2015). SoCoMo marketing for travel and tourism: empowering co-creation of value. *Journal of Destination Marketing & Management*, 4(3), 151–161. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2015.04.001>

- Cenni, I., & Vásquez, C. (2020). Reflection: Airbnb's food-related "online experiences": a recipe for connection and escape. *Food and Foodways*, 29(1), 97–107. <https://doi.org/10.1080/07409710.2020.1862547>
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2016). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*. (4th ed.) Sage publications.
- Çifçi, I., Atsız, O., & Gupta, V. (2021). The street food experiences of the local-guided tour in the meal-sharing economy: the case of Bangkok. *British Food Journal*, 123(12), 4030–4048. <https://doi.org/10.1108/BFJ-01-2021-0069>
- Demirdelen Alrawadieh, D., & Çifçi, İ. (2021). What are tour guides most praised for? A sharing economy perspective. In C. Çobanoglu, & V. Della Corte (Eds.), *Advances in global services and retail management* (pp. 1-5). USF M3 Publishing. <https://www.doi.org/10.5038/9781955833035>
- Ert, E., Fleischer, A., & Magen, N. (2016). Trust and reputation in the sharing economy: The role of personal photos in Airbnb. *Tourism Management*, 55, 62–73. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.01.013>
- Geissinger, A., Laurell, C., Öberg, C., & Sandström, C. (2019). How sustainable is the sharing economy? on the sustainability connotations of sharing economy platforms. *Journal of Cleaner Production*, 206, 419–429. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.09.196>
- Gheorghe, G., Tudorache, P., & Nistoreanu, P. (2014). Gastronomic tourism, a new trend for contemporary tourism, *Cactus Tourism Journal*, 9(1), 12–21.
- Gössling, S., & Michael Hall, C. (2019). Sharing versus collaborative economy: how to align ICT developments and the Sdgs in tourism? *Journal of Sustainable Tourism*, 27(1), 74–96. <https://doi.org/10.1080/09669582.2018.1560455>
- Hall, C. M., Prayag, G., Safonov, A., Coles, T., Gössling, S., & Naderi Koupaei, S. (2022). Airbnb and the sharing economy. *Current Issues in Tourism*, 25(19), 3057-3067. <https://doi.org/10.1080/13683500.2022.2122418>
- Kattiyapornpong, U., Ditta-Apichai, M., & Chuntamara, C. (2022). Exploring gastronomic tourism experiences through online platforms: evidence from thai local communities. *Tourism Recreation Research*, 47(3), 241–257. <https://doi.org/10.1080/02508281.2021.1963920>
- Kivela, J., & Crotts, J. C. (2006). Tourism and gastronomy: gastronomy's influence on how tourists experience a destination. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 30(3), 354–377. <https://doi.org/10.1177/1096348006286797>
- Li, C. Y., & Tsai, M. C. (2022). What makes guests trust Airbnb? Consumer trust formation and its impact on continuance intention in the sharing economy. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 50, 44-54. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2021.12.001>
- Liang, L. J., Choi, H. C., & Joppe, M. (2018). Understanding repurchase intention of Airbnb consumers: perceived authenticity, electronic word-of-mouth, and price sensitivity. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 35(1), 73–89. <https://doi.org/10.1080/10548408.2016.1224750>
- Liu, Q., Gao, J., & Li, S. (2024). The innovation model and upgrade path of digitalization driven tourism industry: longitudinal case study of OCT. *Technological Forecasting and Social Change*, 200, 123127. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2023.123127>
- Ketter, E. (2019). Eating with EatWith: analysing tourism-sharing economy consumers. *Current Issues in Tourism*, 22(9), 1062–1075. <https://doi.org/10.1080/13683500.2017.1357682>

- Marti-Ochoa, J., Martin-Fuentes, E., & Ferrer-Rosell, B. (2025). Airbnb on TikTok: brand perception through user engagement and sentiment trends. *Social Science Computer Review*, 43(2), 318–340. <https://doi.org/10.1177/08944393241260242>
- Mora, D., Solano-Sánchez, M., López-Guzmán, T., & Moral-Cuadra, S. (2021). Gastronomic experiences as a key element in the development of a tourist destination. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 25, 100405. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2021.100405>
- Onat, G., (2023). Motivated tourists: gastronomy image and its implications for destination managers. *Tourist Destination*, 1(1), 33–39. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10454540>
- Pencarelli, T. (2020). The digital revolution in the travel and tourism industry. *Information Technology and Tourism*, 22(3), 455–476. <https://doi.org/10.1007/s40558-019-00160-3>
- Richards, G. (2021). Evolving research perspectives on food and gastronomic experiences in tourism. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 33(3), 1037–1058. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-10-2020-1217>
- Rivza, B., Foris, D., Foris, T., Privitera, D., Uljanova, E., & Rivza, P. (2022). Gastronomic heritage: a contributor to sustainable local tourism development. *Geojournal of Tourism and Geosites*, 44(4), 1326–1334. <https://doi.org/10.30892/gtg.44418-950>
- Shang, K., Fan, D. X. F., & Buhalis, D. (2023). Tour guides' self-efficacy and resilience capability building through sharing economy platforms. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 35(4), 1562–1583. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-01-2022-0071>
- So, K. K. F., Kim, H., & Oh, H. (2021). What makes Airbnb experiences enjoyable? the effects of environmental stimuli on perceived enjoyment and repurchase intention. *Journal of Travel Research*, 60(5), 1018–1038. <https://doi.org/10.1177/0047287520921241>
- Soonsan, N., & Somkai, U. (2023). Dimensions of gastronomic experience affecting on sharing experience: place attachment as a mediator and length of stay as a moderator. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 6(1), 344–361. <https://doi.org/10.1108/JHTI-07-2021-0171>
- Sthapit, E., Piramanayagam, S., & Björk, P. (2020). Tourists' motivations, emotions, and memorable local food experiences. *Journal of Gastronomy and Tourism*, 5(1), 17–32. <https://doi.org/10.3727/216929720x15968961037881>
- Uzut, İ. (2023). Gastronomy as a sharing economy tool: case of Eatwith. In *Proceedings of the 9th International West Asia Tourism Research Congress (IWACT'23)* (pp. 133–150). Skopje, North Macedonia. www.researchgate.net/publication/375449888
- Withlocals. (2024, 19 Ağustos). *Withlocals hakkında*. <https://www.withlocals.com/info/about-withlocals/>; MDPI ag.
- Woo, H., & Yoo, S. (2024). A true friend or frenemy: cross-platform effects on online reviews in the sharing economy. *Electronic Commerce Research and Applications*, 64, 101368. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2024.101368>
- Xiang, Z., Wang, D., O'Leary, J. T., & Fesenmaier, D. R. (2015). Adapting to the internet: trends in travelers' use of the web for trip planning. *Journal of Travel Research*, 54(4), 511–527. <https://doi.org/10.1177/0047287514522883>
- Zhu, J., & Cheng, M. (2022). The rise of a new form of virtual tour: Airbnb peer-to-peer online experience. *Current Issues in Tourism*, 25(22), 3565–3570. <https://doi.org/10.1080/13683500.2021.2016662>

Guided Gastronomy Experiences in Digitalized Tourism: Withlocals Case

Extended Abstract

In recent years, tourism has undergone a technological transformation due to digitalization, along with deep cultural, economic, and experiential changes. Especially in the last few years, the change in tourist profiles has increasingly favored over traditional package tours with more extraordinary, personalized and authentic experiences. Digital platforms based on the sharing economy, which are at the center of this transformation, have led to a new transformation in the sector by offering a structure that individualizes touristic experiences and offers local content. Digital guiding platforms such as Withlocals bring tourists and local people together directly and provide additional services to ensure cultural sustainability, preserve the local characteristics of the destination and promote them globally.

One of the most striking reflections of the change and transformation in the tourism sector is undoubtedly gastronomy tourism. Food and the culture of eating that has emerged over the centuries is not only a physical consumption; it is also effective in reflecting the history, lifestyle and social fabric of a region to tourists.

The effectiveness of digital platforms in promoting food culture enables gastronomic experiences to be delivered to wider audiences, thereby increasing the global visibility, promotion and marketing of regional cuisines and food cultures. This relationship between gastronomy, culture and digitalization not only increases the level of cultural interaction of destinations but also contributes to the development and acceptance of sustainable tourism. In addition, it allows tourists to better understand the culinary identities of different regions and supports the preservation of intangible cultural heritage.

Within the scope of this study, the services offered by Withlocals, one of the digital guidance platforms, in Türkiye were evaluated and the impact of gastronomy-focused experiences of this platform, which is based on sharing, on cultural interaction was analyzed. The sample of the study consists of five cities (İstanbul, İzmir, Antalya, Bursa, Nevşehir) where the platform actively provides services. A total of 48 experiences were analyzed using content analysis technique, one of the qualitative research methods, and the data obtained revealed that the vast majority of these experiences were gastronomy-based, and that food tours and cooking classes were particularly prominent among the experiences offered on the platform. These experiences were evaluated in terms of thematic content, local relevance, cultural elements, and level of tourist interaction. In addition to descriptive content, publicly available online review counts were also examined to support the interpretation of demand levels. In addition, the content analysis method used in the research process was preferred as an effective tool to examine the qualitative dimensions of the experiences offered on digital guidance platforms in depth and to reveal thematic patterns systematically.

The findings of the 48 experiences analyzed in the study reveal that the demand for gastronomic experiences is quite high in big cities such as İstanbul and İzmir, and that participation-oriented activities such as cooking classes are frequently offered as experiences to help tourists build stronger ties with local culture. For example, it was found that food tours

in İstanbul, which received 1,599 online reviews, enable tourists to interact with authentic cuisine, while walking tours organized in historical areas such as Kemeraltı in İzmir offer both a gastronomic and cultural discovery process.

Looking at the distribution of the experiences offered by the platform by city, it is seen that İstanbul stands out in terms of the experiences offered on the Withlocals platform at a significant level. 37 out of 48 experiences were offered in this city, indicating that İstanbul is an important center of attraction on this platform in terms of both gastronomic diversity and cultural density. While İzmir ranked second in terms of gastronomic tours with 327 reviews, the smaller number of events in Antalya, Bursa and Nevşehir revealed that the platform has a limited level of usage in these cities. Considering that sharing platforms such as Withlocals, which offer sharing economy-based services, are still in their infancy in Türkiye, the number of experiences offered on the platform can be expected to increase in the coming years. It can be predicted that this increase will further strengthen the cultural interaction between tourists and local communities by enabling the diversification of various cultural experiences, especially gastronomy, and will become a tool in touristic promotion in the coming years. Such a development can make significant contributions both to the more effective promotion of the cultural richness of destinations and to the establishment of a sustainable tourism approach.

Among the various cultural experiences cooking workshops are among the most prominent experiences offered by the Withlocals platform. In these workshops, especially in İstanbul, tourists can not only taste the local cuisine, but also actively participate in the preparation of these dishes and experience the culinary culture closely. In this way, gastronomy becomes a cultural element that is experienced and learned rather than a product consumed. This makes gastronomy tourism a strategic alternative form of tourism in the international transfer and sustainability of cultural heritage beyond economic consumption at the global level. It also reinforces the authenticity perception of tourists and deepens their destination attachment.

It is often emphasized in the literature that gastronomy-based experiences play a critical role in conveying the cultural identity of the destination and developing mutual cultural understanding and interaction between local communities and visitors. Gastronomy experiences not only provide tourists with experiences but also enable individuals to discover and make sense of the cultural values to which they belong.

The findings of the study reveal that digital guidance platforms have the potential to strengthen cultural interaction through gastronomy-oriented experiences. In particular, one-to-one guide narratives and direct communication with local people transform gastronomic experiences from an ordinary consumption process into a process of cultural learning, meaning creation and identity discovery. In this respect, the study overlaps with the findings on gastronomy tourism in the existing literature; however, it makes a unique contribution to the literature by showing that gastronomic experiences on guide-based digital platforms offer a more dynamic and interactive cultural transmission environment. In short, gastronomy-

based digital experiences are among the important findings of this study that gastronomy-based digital experiences are a strategic tool in conveying the cultural heritage of destinations to wider audiences and achieving sustainable tourism goals. Moreover, by employing a thematic content analysis approach on digital tour content, this study offers a novel methodological lens to examine digital gastronomy tourism. Unlike previous studies focusing on user satisfaction (e.g., TripAdvisor, Airbnb), this study emphasizes the thematic structure and content of gastronomy-led digital guidance.

The impact of gastronomic experiences on cultural interaction is a phenomenon that is frequently researched and discussed both academically and sectorally in the existing literature. Especially sharing economy platforms such as Withlocals offer innovative solutions in sustainable tourism.

Another important finding of the study is that more personalized experiences can increase touristic satisfaction and loyalty to the destination. Gastronomic guided tours with high number of reviews, especially in İstanbul and İzmir, show that tourists tend to purchase these experiences and then evaluate them electronically.

In conclusion, digital platforms such as Withlocals, which are an output of digitalization and the sharing economy, have unlimited impacts on the tourism sector not only economically but also on a cultural and social level. The gastronomy-based experiences create opportunities for tourists to interact with locals, which enhances cultural learning, understanding and interaction. Future research should analyze the effects of such digital platforms on destination choice, cultural sustainability and local economic development in more depth, which will contribute to both theoretical knowledge and applied policy development processes. Future research should expand on this study by integrating fieldwork-based user perspectives, allowing for a deeper understanding of how digital gastronomic experiences influence cultural interaction and destination attachment.

The study has some limitations. The fact that only the gastronomic experiences available and accessible on the Withlocals platform were analyzed in the study limits the scope of the analysis. Since the platform's service network in Türkiye is still new and developing in years or even days, the data obtained is not inclusive of all destinations in Türkiye. Although there are many cities in Türkiye that stand out in terms of culinary culture, the fact that the platform has not yet defined experiences in these cities or regions creates the problem that cultural diversity cannot be fully reflected. These limitations reveal the need for more comprehensive comparative studies in the future, especially in guiding platforms. From another perspective, the evaluation of gastronomic experiences only through qualitative content analysis method within the scope of the study reveals that direct data on tourists' perceptions cannot be provided. Therefore, in future studies, it may be recommended to conduct a more in-depth analysis by conducting field research based on the opinions of local guides offering services on this platform and tourists participating in the experiences. In this way, the impact of sharing economy-based gastronomic experiences on destination loyalty, tourist satisfaction and revisit intention can be evaluated more comprehensively and

concretely. Furthermore, the study did not require ethics committee approval as it was conducted only on open access digital data and did not involve any one-to-one interaction with any human participants. Despite these limitations, the research provides an insight into the interaction of digital sharing-based guidance platforms on gastronomy tourism and cultural interaction. In the new tourism sector where cultural sustainability is at the forefront and technology is rapidly developing, the study is considered important in order to reveal the importance of gastronomic content, especially in the recent period, and to show that gastronomy is also in an important position in guidance services. In addition, it is emphasized that the sharing economy should be evaluated not only from the economic dimension in tourism, but also from the perspective of cultural interaction and sustainable destination development.

Finally, supporting gastronomic experiences that promote the culture and the region with features that can be offered on these sharing-based platforms can not only increase the diversity of touristic services in a region, but also have positive effects on the promotion of culture. Emphasizing personalized and locally rooted experiences enhances the competitive advantage of destinations and significantly enriches tourists' overall satisfaction. Future studies should address the relationship between gastronomy, digitalization and cultural sustainability in a more systematic way and provide directional information to the sector.

Atıf Gösterim/To Cite: Özcan, C. C. ve İş, M. (2025). Dijitalleşen Turizmde Rehberlik Temelli Gastronomi Deneyimleri: Withlocals Örneği, *Journal of Applied Tourism Research*, 6(1), 21-40. doi.org/10.5281/zenodo.15700539

Etik Onayı: Yazarlar bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara riayet edildiğini beyan etmiştir. Aksi bir durumun tespiti halinde derginin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazarlarına aittir.

Etik Kurul Onayı: Bu araştırma etik kurul izni gerektirmemektedir.

Destek Bilgisi: Çalışma için herhangi bir kurum ya da kuruluştan finansal destek alınmamıştır.

Bilgilendirilmiş Onam Formu: Tüm yazarlar kendi rızaları ile çalışmaya dâhil olmuşlardır.

Katkı Oranı: 1. yazar: %55; 2. yazar: %45

Çıkar Çatışması: Makalede herhangi bir çıkar çatışması yoktur.