

SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM HAREKETLİLİĞİNDE YEREL GIDALARIN ÖNEMİ ve REKABET AVANTAJI (KAVRAMSAL BİR ANALİZ)

The Importance and Competitive Advantage of Local Food on Sustainable Tourism Movement (A Conceptual Approach)

Araştırma Görevlisi Özkan SÜZER

Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü

suzerozkan@gmail.com

Orcid ID: 0000-0002-6086-4543

Prof. Dr. Murat DOĞDUBAY

Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi

dogdubay@balikesir.edu.tr

Orcid ID: 0000-0001-5601-6931

Öz

Turizm endüstrisinin yüksek derecede ekonomik çıktıya odaklanması, zaman içerisinde kaynakların (doğal, kültürel ve ekonomik) zarar görmesine yol açmıştır. Kaynakların doğru kullanılabilmesi ve gelecek nesillere aktarılabilmesi için sürdürülebilir turizm anlayışının benimsenmesi önemlidir. Sürdürülebilir turizm ile mevcut ihtiyaçlar giderilirken sonraki kuşakların hakları da korunmaktadır. Sürdürülebilir turizm kapsamında çeşitli çekim unsurları mevcuttur ve bunların en önemlilerinden biri de yerel gıdalardır. Yerel gıdalar üretilmesi, işlenmesi ve tüketilmesi süreçlerinde yerel topluma katkı sağlayan ürünlerdir. Sürdürülebilir turizm kapsamında önemli bir seyahat motivasyonu olan yerel gıdalar, destinasyona ait yerel kültürü iyi biçimde yansıtmakta ve sürdürülebilir bir tatil deneyimini desteklemektedir. Bu fonksiyonu ile yerel gıdalar sürdürülebilir turizm ile yükselmek isteyen destinasyonlar için önemli bir rekabet avantajıdır. Bu çalışmada da yerel gıdaların sürdürülebilir turizm için önemine dikkat çekmek amacı ile kavramsal bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Sürdürülebilir turizm, yerel gıda kavramları detaylı bir şekilde analiz edilmiş ve bazı genellemelere ulaşılmıştır. Çalışmanın ileride yapılacak ampirik çalışmalara temel teşkil etmesi beklenmektedir.

Anahtar kelimeler: Yerel Gıda, Sürdürülebilir Turizm, Sürdürülebilirlik

Abstract

Focusing intensely on the high economic output caused destroy of all environmental, cultural, and economic resources in the tourism industry. It is essential to adopt and understand sustainable tourism approach to properly utilize the resources and pass them to the generations to come. Via sustainable tourism practices it is possible both to satisfy the current needs and to ensure next generations' rights. Sustainable tourism offers some appealing components, one of which is local food. Local foods are the products that contribute to the

society in all production, process, and consumption stages. Local food, which is an essential travel motivation within sustainable tourism concept, also reflects the culture of destinations and strengthens the sustainable vacation experience. Due to these functions, local food provides competitive advantages for the destinations, which aims to develop via sustainable tourism practices. This study provides conceptual research to emphasize the importance of local food on sustainable tourism. Sustainable tourism and local food concepts are analyzed in-detail and some generalizations are concluded. It is expected that this study will provide a conceptual foundation for the future empirical studies.

Key words: Local Food, Sustainable Tourism, Sustainability

Giriş

Endüstri devrimi ile kitle turizmine olan talep artmış ve dolayısıyla işletmeler arasındaki rekabet de yoğunlaşmıştır. Tüm bu gelişmeler neticesinde turizm gelirleri, ülke ekonomisinde önemli bir paya sahip olmuştur. Turizm gelirlerindeki bu artışlar diğer sektörlerin canlanmasına ve ülkenin ekonomik ve sosyal yönden kalkınmasına ortam hazırlamıştır. Fakat turizmin sadece ekonomik getirilerine odaklanmak; sosyal çevrenin ve doğal kaynakların zarar görmesine neden olmaktadır. Bu durum; destinasyonların plansız ve kontrolsüz bir şekilde büyümesine, yerel halk ve turistlerin memnuniyetsizliğine ve turizm destinasyonlarının cazibesini kaybetmesine ortam hazırlamaktadır (Işıldar, 2016: 47). Yaşanan tüm bu olumsuz durumlar karşısında “sürdürülebilirlik” kavramı önem kazanmıştır.

Sürdürülebilir turizm planlamalarının başlaması ile yerel gıdaların, sürdürülebilir bir destinasyon için önemli bileşenler olduğu görülmüştür. Yerel gıdalar; bir bölgedeki yerel kültürü canlı olarak gösteren ve sembolize etme özelliği taşıyan özgün ürünlerdir (Koban, 2020). Yerel ekonomi, yerel tarım ve yerel üretimi destekleyen çevre dostu yerel gıdalar bölgeyi sosyo-ekonomik bakımdan geliştirmekte ve sürdürülebilirlik ilkelerini desteklemektedir. Tüm bu gelişmelere ilaveten turistlerin haz duygularına hitap ederek destinasyonun çekiciliğini ve marka değerini artırır (Işıldar, 2016: 54).

Son dönemlerde hem yerel gıdalara hem de sürdürülebilirlik felsefesine olan hassasiyet artmaktadır. Buradan hareketle sürdürülebilirlik kapsamında motive olan turist tipolojileri ortaya çıkmakta ve tercihler de bu yönde şekillenmektedir. Yerel gıdaların sürdürülebilir turizm açısından önemini anlamak, hem daha sürdürülebilir bir otantik bölge oluşturulmasına hem de turizm endüstrisi rekabetinde ön plana çıkılmasına olanak sağlayacaktır.

Literatür incelendiğinde sürdürülebilirlik ve sürdürülebilir turizm üzerine çok sayıda çalışma yapıldığı görülmektedir. Yaptığımız çalışmada sürdürülebilir turizm bağlamında yerel gıdaların önemi ve rekabet avantajı araştırılmıştır. Kavramsal tartışmanın yapıldığı bu çalışmada kavramlar ile yerel gıda arasındaki ilişki tespit edilmeye çalışılmıştır. Yapılan bu çalışmanın konu ile ilgili yapılacak akademik çalışmalara temel teşkil etmesi beklenmektedir.

Sürdürülebilirlik

Sürdürülebilirlik kelimesinin ilk kez 18. Yüzyıl başlarında ormanlar üzerine yazılan bir kitapta kullanıldığı bilinmektedir. İlgili kitapta dikilen ağaç sayısının kesilenden yüksek olmasının ormanların sürdürülebilirliği açısından önemli olduğu belirtilmiştir (Pittel, 2002: 9). Her ne kadar kelimenin kullanım kökeni eski tarihlere dayansa da literatüre girmesi ve kavramsallaşması 1972 senesinde Stockholm’de gerçekleştirilen Birleşmiş Milletler İnsan

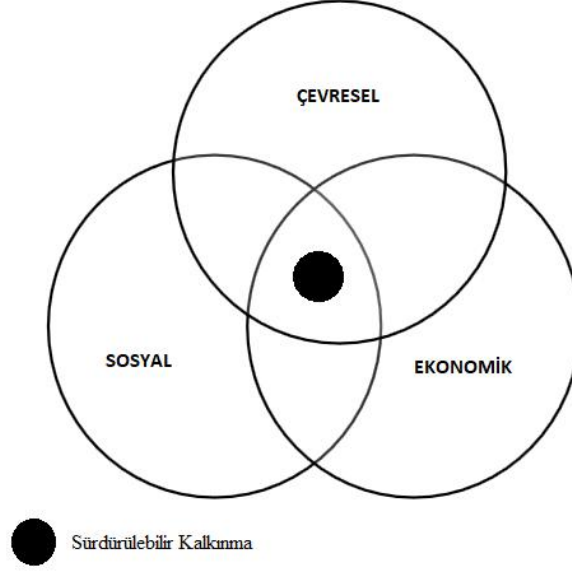
Çevre Konferansı ile olmuştur. Gelecek kuşaklara temiz bir çevre bırakılmasının öncelendiği konferansta, sürdürülebilirlik ilk kez detaylı şekilde tartışılmış ve çeşitli hususlara dikkat çekilmiştir (Johnston, Everard, Santillo ve Robert, 2007: 60; Kahraman ve Türkay, 2012: 90). Bu konferans itibari ile çeşitli akademik toplantılarda ve sosyal faaliyetlerde sürdürülebilirlik konusu işlenmiş ve günümüzde de popüler bir alan olarak üzerinde durulmaya devam edilmektedir.

Uluslararası literatürde kullanıldığı şekliyle “Sustainable” kelimesi “istenilen bir durumu desteklemek” ya da “ arzu edilmeyen bir durum karşısında direnç göstermek” anlamlarına gelmektedir (Redcliff, 2003: 4). Literatürde çeşitli sürdürülebilirlik tanımları mevcuttur. Sürdürülebilirlik için en çok atıf yapılan tanımlardan biri Birleşmiş Milletler Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu (WCED) tarafından 1987 senesinde hazırlanan “Ortak Geleceğimiz” başlıklı çalışmada geçen tanımdır. İlgili raporda sürdürülebilir kalkınma, “ gelecek nesillerin kendi ihtiyaçlarını karşılama yeteneklerinden ödün vermeden bugünün ihtiyaçlarını karşılayan bir gelişme” olarak tanımlanmıştır (WCED, 1987: 39). Gilman (1992) ise sürdürülebilirliği, “bir toplumun, ekosistemin yahut devam eden herhangi bir sitemin ana kaynaklarını bitirmeksizin belirsiz bir geleceğe değin işlevini devam ettirebilme yeteneği” olarak tanımlamıştır.

Dünya uzun bir zaman diliminde tarım toplumu olarak varlığını sürdürmüş ve buradan endüstri toplumuna geçiş yapıldığında uluslararası yeni bir ekonomik düzen ortaya çıkmıştır. İlk zamanlarda maksimum üretime odaklanılmış ve çevre kalitesinin düşüşü göz ardı edilmiştir. Fakat zamanla sürdürülebilirlik kavramının önemi anlaşılmış ve kalkınma ile çevrenin karşılıklı olarak birbirine bağımlılığı kabul edilmiştir (Nath ve Roberts, 2021: 4). Yapılan sürdürülebilirlik tanımlarından da anlaşılacağı üzere, gerçekleştirilen faaliyetlerde ana kaynakların aşırı kullanımından kaçınmak, ekonomik gelişme sürecinde çevreyi korumak ve gelecek kuşaklara sağlıklı bir çevre ve değerler bütünü bırakabilmek önemlidir. Doğal, çevresel ve kültürel kaynaklar insan yaşamı için önemlidir ve bu kaynakların sağlıklı bir şekilde gelecek nesillere aktarılabilmesi sürdürülebilirlik anlayışı ile mümkündür. Bu nokta da sürdürülebilirlik kavramı insan yaşamı için büyük önem arz etmektedir (Güven, 2016: 30). Günümüzde yaşanan iklim değişikliği, doğal kaynakların tahribat düzeyi, kültürel anlamda yaşanan kayıplar dikkate alındığında sürdürülebilirlik felsefesinin ne denli önemli olduğu ortaya çıkmaktadır (Şen, Kaya ve Alparslan, 2018).

Sürdürülebilirlik temeline insan, doğa ve kültürü alan bir yaklaşım olmasından dolayı tarımdan turizme, iktisattan sivil toplum faaliyetlerine kadar çeşitli alanlara etki eden, bu alanlarda çalışılan bir kavramdır. Zaman içinde sürdürülebilirlik özelinde farklı yaklaşımlar gelişmiş ve günümüz literatüründe sürdürülebilirlik 3 ana boyut üzerinden (ekonomik, toplumsal, çevresel) çalışılır hale gelmiştir (Paehlke, 1999). Sürdürülebilir gelişimin sağlanmasında hangi boyutun baskın olduğu önemli değildir çünkü bu boyutlar birbiri ile ilişkili, birbirini destekler niteliktedir. Aşağıda yer alan şekilde sürdürülebilir kalkınma boyutları üç sütun modeli ile gösterilmiştir.

Şekil 1: Sürdürülebilir Kalkınma (Üç Sütun Modeli)



Kaynak: Akgül, U. (2010).

Çevresel sürdürülebilirlik, sürdürülebilirlik felsefesinin en eski ve köklü dinamiklerinden biridir. Sürdürülebilirlik kavramı, kıt kaynakların ve yaşanan doğa sorunlarının görülmesi ile ortaya çıkmış bir kavramdır. Zamanla çevresel sürdürülebilirlik olarak bir sürdürülebilirlik boyutu haline gelen bu durum, ekonomik ve sosyal sürdürülebilirliği de etkileyen ve en çok bilinen sürdürülebilirlik boyutudur (Bozkurt, 2022). Bilindiği üzere doğa; gıda, toprak vb. konularda sınırlı sayıda kaynak yaratma ve mevcut kaynakları temizleme, yenileme yeteneğine sahip bir organizmadır (Bodemann, Golowko ve Weber, 2018). Çevresel sürdürülebilirlik; insan ihtiyaçlarının karşılanması sürecinde biyoçeşitliliği korumak ve ekosistemlerin kendini yenileme özelliklerine özen göstermek, ekosistemlerin dayanıklılık, esneklik ile ilişkili olma özelliklerini azaltmamak kaydıyla ilgili ihtiyaçları karşılama tutumudur (Morelli, 2011: 6). Çevresel sürdürülebilirlik ve ekolojik sürdürülebilirlik benzer içeriklerde kavramlardır. Ekolojik sürdürülebilirlik yaklaşımı da insanı doğanın bir parçası gören, fiziki çevreyi korumayı önceleyen bir yaklaşımdır (Goodland, 1995: 3).

Ekonomik sürdürülebilirlik, çevresel ve sosyal sürdürülebilirlik ile yakından ilgili önemli bir kavramdır. Yarının kaynaklarını tüketmeden, bugünün ekonomik ihtiyaçlarının nasıl adil bir şekilde sağlanacağı temeline dayanmaktadır (Ikert, 2012: 2- 3). Ekonomik sürdürülebilirliğin sağlanabilmesi için uluslararası adalet, yerel ekonomi, gerçek maliyet hesaplama uygulamaları, maliyet- fayda dağılımları ve etik tedarik-yatırım politikaları önemli kavramlardır (Du Plessis, 1998). Ekonomik sürdürülebilirlik özellikle çevresel sorunlardan yoğun şekilde etkilenmektedir. Bu sebeple çevresel sürdürülebilirliğin ekonomik sürdürülebilirliği yoğun şekilde etkilediğini söylemek mümkündür (Mensah ve Castro, 2004). Sürdürülebilirlik çok boyutlu bir kavramdır ve gerçek bir sürdürülebilirliğin sağlanabilmesi için tüm boyutların birbirini destekler nitelikte çalışması gerekir. Sürdürülebilir kalkınmanın bir diğer boyutu da sosyal sürdürülebilirliktir. Doğru bir sürdürülebilir sistem hem çevresel hem ekonomik hem de sosyal boyutlarının hepsi ile ilgili olmalıdır (Kent, 2015: 6). Bir destinasyonda yaşayan insanların mutlu olabilmesi için sadece ekonomik ve çevresel etkenler yeterli olmamaktadır. Aynı zaman da sosyal ve kültürel içeriklerinde de etkili olması gerekmektedir. Dolayısıyla mevcut sosyal dokunun korunarak gelecek nesillere

aktarılabilmesi ve bu süreçte o dokudan yeterli düzeyde faydalanılabilmesi sosyal sürdürülebilirliğin konusudur. Sosyal sürdürülebilirlik; sosyal sermaye, sosyal politikalar, kurumlar arası iletişim, eşitsizlik gibi konularda yaşanan sorunlara çeşitli çözümler getirmeye çalışmaktadır. Bunun ötesinde bazı sosyal ve kültürel konular da sosyal sürdürülebilirliğin alanına girebilmektedir (Helliwell, 1998). Sosyal sürdürülebilirliğin temel amacı toplumun hayat kalitesini yükseltmek, sosyal ve kültürel değerlerin nesiller arası aktarımını sağlamaktadır (Gürlük, 2010: 87).

Sürdürülebilir Turizm

Turizm endüstrisi, çevresel ve sosyo kültürel dinamiklerle yakından ilişkilidir (Demir ve Çevirgen, 2006: 99). Bu sebeple çevresel ve kültürel kaynaklarda yaşanan değişimler turizmi de yakından ilgilendirmekte ve etkilemektedir. Benzer şekilde turizm hareketliliğinin de doğal, kültürel kaynaklara olumlu ve olumsuz etkilerinin olduğu bilinmektedir (Alkan, 2015: 6692). Bir destinasyonda turizmin endüstriyelleşmesi, toplumsal ve ekonomik olarak değişimi ortaya çıkarmaktadır. Dünya nüfusunun artması ile daha fazla insan turizm hareketliliğine katılmış ve turizm hareketliliğinin çevresel etkileri daha görünür hale gelmiştir (Kozak, Akoğlan Kozak ve Kozak, 2015:). Sürdürülebilirlik anlayışının oluşması ile, turizmin olumsuz yönleri (doğal ve kültürel kaynaklar üzerindeki aşırı tüketim, rekabet ile maksimum kazanç sağlama eğilimi vd.) daha görünür hale gelmiş ve sürdürülebilirlik kavramı turizm endüstri için de önemli bir nokta olmuştur (Çelik ve Bahar, 2014: 369).

Sürdürülebilir turizm genel hatları ile, turizm hareketliliğine kaynak olan kültürel ve çevresel değerler yıpratılmadan, doğal kaynakları muhafaza etmek koşulu ile turistik değerlerin gelecek nesillere aktarılması yaklaşımıdır (Keskin ve Örgün, 2015: 31). Dünya Turizm Örgütü de (UNWTO, 1998: 20) yaptığı sürdürülebilir turizm tanımında, biyoçeşitlilik ve kültürel kaynakların devamlılığının sağlanmasına, çevrenin değiştirilmeden ve zarar verilmeden korunmasına ve gelecek kuşaklara mevcut turistik değerlerin ihtiyaçlarını karşılayabilecek şekilde bırakılmasına vurgu yapmaktadır. Çelik ve Bahar (2014)'da sürdürülebilir turizmi, bugün ve yarın için kültürel değerlerin korunması yolu ile, lokal kültürlerin nesilden nesile aktarılmasını sağlayarak elde edilen ekonomik faydanın hem yerel halk hem ziyaretçilerin memnuniyetini sağlaması şeklinde ifade etmiştir. Tanımlardan da anlaşıldığı üzere ortak gaye, mevcut kültürel ve çevresel turizm kaynaklarının bugünün turizm ihtiyaçlarını gidermesi ve gelecek nesillere de aynı şekilde aktarılabilesidir.

Sürdürülebilir turizm, kendisini sürdürülebilirlik konseptine duyarlı olarak tanımlayan (eko turist, sorumlu turist, sürdürülebilir turist vb.) turistlerin, ziyaret edilen bölgenin yerel kültürüne duyarlı, çevreyi korumaya özen gösteren bir anlayışla gerçekleştirdikleri bir turizm hareketliliğidir. Bu yönüyle sürdürülebilir turizm; eğitici, yerleşik halka faydalı, yerel kültür ve geleneklere saygılı, bölgenin bütününe destekler nitelikte, kaynakları verimli kullanan, ürünleri kötüye kullanmayan ve nicelikten çok niteliği önceleyen bir harekettir (Bahar, Samırkaş ve Çelik, 2015: 45). Sürdürülebilir turizm plansız ve uygunsuz bir biçimde turist kabul eden destinasyonlara karşı çıkmakta ve sürdürülebilirlik felsefesini incelemektedir. Birleşmiş Milletler Çevre Programı (UNEP) ve Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) 2005 yılında 12 madde halinde "Turizmi Daha Sürdürülebilir Hale Getirme" raporu yayınlayarak sürdürülebilir turizmin amaçlarını belirlemişlerdir. İlgili amaçları; ekonomik uygulanabilirlik, yerel ekonomik refah, istihdam kalitesi, sosyal eşitlik, ziyaretçi memnuniyeti, yerel kontrol, yerel toplum refahı, kültürel zenginlik, fiziksel bütünlük,

biyolojik çeşitlilik, kaynak verimliliği ve çevresel temizlik olarak sıralamak mümkündür (UNEP ve UNWTO, 2005). Genel olarak değerlendirmek gerekirse sürdürülebilir turizm, turizm paydaşları (ziyaretçiler, ev sahibi toplum, turizm endüstrisi) arasındaki etkileşimlerden yaşanabilecek gerginlikleri azaltmaya yarayacak pozitif bir yaklaşımdır (Avcıkurt, 2015: 201).

Turizm Endüstrisinde Yerel Gıdanın Önemi

Yerel gıda ile ilgili çeşitli tanımlamalar olmakla birlikte kesin kabul görmüş bir tanım yoktur. En basit hali ile yerel gıda hareketi, yerel ortamda üretilen gıdaların tüketilmesini vurgulamaktadır. Bu süreçte üretim, işleme ve tüketim aşamalarında gıda tedarik zincirinin kısa olması önemlidir (Kovács, Bálaszné Lendvai ve Beke, 2022: 3). Bir diğer yaklaşımda yerel gıda “belirli bir özellik ve bölgesellik yapısı içerisinde olan, daha çok diğer bölgelere ve ülkelere ihraç edilen, klasik dağıtım ağları kanalıyla dağıtılan ve büyük marketlerden alınabilen katma değerli gıdalar” şeklinde tanımlanmaktadır (Morris ve Buller, 2003: 559; Sims, 2009: 324). Yerel gıdalar bölgelerin kültürü ile iç içe geçerek ilgili destinasyonların tarihsel öğelerini, gelenek göreneklerini ve alışkanlıklarını içermektedir (Bérard ve Maarchaney, 2008). Global endüstrinin dışında kalan, belirli bir yörede yer alan ve o bölge insanların katılımı ile üretilen, pazarlanma sürecinde doğrudan veya dolaylı olarak yerel üreticilerin de etkili olduğu ve bu konsept ile tüketiciye ulaştırılan gıdalar “yerel gıda” olarak sınıflandırılmaktadır (Ünal ve Taş, 2022: 324).

Yerel gıda kültürü, ülkelerin ulusal ve bölgesel olarak simgeleşmiş yemekleri ile bilinmektedir. Örnek olarak İngiltere’de balık ve cips, Amerika’da patates kızartması, İtalya’da makarna ve pizza ve Meksika’da fajita, tako gibi ürünlerin simgeleşmesi gösterilebilir (Björk ve Kauppinen-Raisanen, 2016). Yerel gıdalar sunuldukları destinasyonlarda ana ve destekleyici unsur olarak önemli bir turistik çekicilik kaynağı olarak görülmektedir (Kodaş ve Özel, 2016). Yapılan bir araştırmada, bir bölgenin sahip olduğu yemeklerin ilgili destinasyon için iklim, konaklama ve manzaradan sonra dördüncü sırada önemli bir unsur olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Hu ve Ritche, 1993). Bu sıralamanın destinasyonun niteliğine göre değişebileceğini ve bazı destinasyonlarda daha da yukarılarda olabileceğini söylemek mümkündür. Örnek olarak başka bir araştırmada (Enright ve Newton, 2005), Hong-Kong için yöresel yiyeceklerin çekicilik unsuru olarak ikinci sırada olduğu tespit edilmiştir.

Yerel gıdalar turistik destinasyonları simgeler niteliktedir ve bununla birlikte yerel kültürü canlı bir şekilde sergileyen otantik ürünlerdir (Sims, 2009). Yerel gıdaların turistik deneyimin ve turizm endüstrisinin önemli bir bileşeni olduğu bilinmektedir. Turistik hareketlilik içerisinde yer alan turistler gittikleri destinasyonlarda yerel gıdalara merak duymakta ve tüketmek için talep göstermektedirler. Yerel gıda deneyimini yaşayan turistlerin, bu süreçleri keyifli vakit geçirmenin bir aracı olarak gördükleri de bilinmektedir (Girgin, 2018: 806). Yerel gıda ürünlerinin üretimi ve tüketimi aracılığı ile tarımsal faaliyetler desteklenmekte, yeni iş fırsatları yaratılmakta, girişimcilik teşvik edilmekte, destinasyon çekiciliği artırılmakta, destinasyonun marka kimliği güçlendirilmekte ve toplumun gıda kültürüne ilişkin gururu güçlenmektedir (Chang, Kivela ve Mak, 2011; Rand, Heaht ve Alberts, 2003).

Turistik destinasyonlarda sosyal ve kültürel kaynakların tanıtılmasında yerel gıdalar önemli rol oynamaktadır. Somut ve somut olmayan kültürel miras değeri olabilmeleri ile, turistlerin

yerel gıdalara ilgi göstermesi ve tüketmesi, ilgili destinasyon için önemli bir ekonomik ve sürdürülebilir kaynaktır (Ayaz ve Çobanoğlu, 2017: 416). Turizm hareketliliğine katılan turistler de yerel gıdaları tüketmek aracılığı ile bölge halkına ve üreticilere destek olduklarını düşünmektedirler. Benzer şekilde yerel gıdaları tüketen turistlerin bu ürünleri çevresi ile paylaşma eğilimleri de bilinmektedir (Apak ve Gürbüz, 2018: 344). Yerel gıda ürünlerini tercih eden turistler, bu ürünlerin sağlıklı olması, doğal olarak üretilmiş olması gibi etkenler ile motive olmaktadır. Bununla birlikte ürün kalitesi, görünümü, fiyatı, tazeliği ve tadı gibi unsurlar tüketiciler tarafından dikkate alınan faktörlerdir (Adams ve Salois, 2010).

Yerel gıda pazarı, sıra dışı deneyimler arayanlar turistlerin destinasyon tercihlerini belirlemede etkili olmaktadır. Bununla birlikte özgünlük ve yerelliğe değer veren turistlerin de ilgisini çekmektedir (Hjalager, 2004; Pesonen, Kompulla, Kronenber ve Peters, 2011). Turistler bir destinasyondaki ünlü bir şef veya restoran için seyahat planladığı gibi ulusal ve yerel anlamda özel gıdalar (İspanya'da tapas, Lübnan'da meze vd.) için de bir destinasyona ilgi duyabilmektedirler. Yerel gıda ürünleri destinasyonlardaki ilgili market ve pazarlardan alınıp yaşanılan yere götürülebilmektedir. Bu yönü ile yerel gıdalar turistlerin seyahat sonrası davranışlarını da etkileyebilmektedir (Björk and Kauppinen-Räisänen, 2012; Swanson and Timothy, 2012). Yerel gıdalar turizm hareketliliği için önemli bir unsurdur ve turizm sektöründe arz sağlayan kurumlar (destinasyonlar, restoranlar, oteller vb.) kendi yerel değerlerini bir cazibe unsuru olarak sunabilmektedir. Bu noktada turist gruplarının gıda tercihlerini ve davranışlarını detaylı bir şekilde anlayabilmek önemlidir.

Sürdürülebilir Turizm Özelinde Yerel Gıda

Gıda, turizm hareketliliğinin sürdürülebilir bir parçasıdır (Chen ve Huang, 2019). Yerel gıdalar sürdürülebilir turizmin geliştirilebilmesi için ciddi bir potansiyele sahiptir (Berno, Kline, & Wolf, 2014; He, 2006). Son dönemlerde önem kazanan turizmin ekonomik ve çevresel sürdürülebilirliğini artırma girişimleri, alternatif gıda ağlarının geliştirilmesi ve yerel gıdaların yeniden tanımlanması, konumlandırılması ile ilişkilidir. Yerel gıdalar destinasyonların kültür ve mirasını birbirine bağlar ve bu yönüyle turist deneyimlerini geliştirme potansiyeline sahiptir. Turistlere sunulan ürün türlerinde yerel gıdalara odaklanmak sürdürülebilirliği destekler niteliktedir (Sims, 2009: 321).

Turizm ulusal ve küresel anlamda gelişim göstermektedir ve turistik destinasyonlar rakiplerinden farklılaşmak için kendilerini sürdürülebilir anlamda öne çıkarabilir, sürdürülebilir turizm çekiciliklerini kullanabilir. Bir destinasyonun yerel kültürüne ait yerel gıdalarda turistik bir ürün olarak rekabette avantaj sağlayabilmektedir (Yüncü, 2010: 30). Sürdürülebilir turizmin bir alt dalı olan sürdürülebilir gastronomi turizmi açısından değerlendirildiğinde de yerel mutfak ürünlerinin en önemli dinamik olduğunu söylemek mümkündür. Yerel mutfak ürünlerinin kullanım miktarı ve niteliği gastronomi turizminin gelişiminde önemlidir. Gössling ve Hall (2013)' da gıda üretimi ve tüketiminin sürdürülebilir turizmin gelişmesinde önemli unsurlar olduğunu vurgulamıştır.

Gıdaların sürdürülebilir turizm açısından değeri, sürdürülebilirliğin üç boyutu (ekonomik, çevresel ve sosyal) aracılığıyla ele alınabilir. Ekonomik sürdürülebilirlik özelinde değerlendirildiğinde, bir destinasyonda turistlerin yerel gıdaları tercih etmeleri yerel halkın gastronomi turizminden ekonomik anlamda fayda sağlamasını beraberinde getirecektir. Elde edilen fayda ile yerel üretim daha da canlanacak ve bu yolla ilişkili diğer sektörlerde de ekonomik anlamda çarpan etkisi yaratılacaktır. Yerel gıda ürünleri aracılığı ile yerel

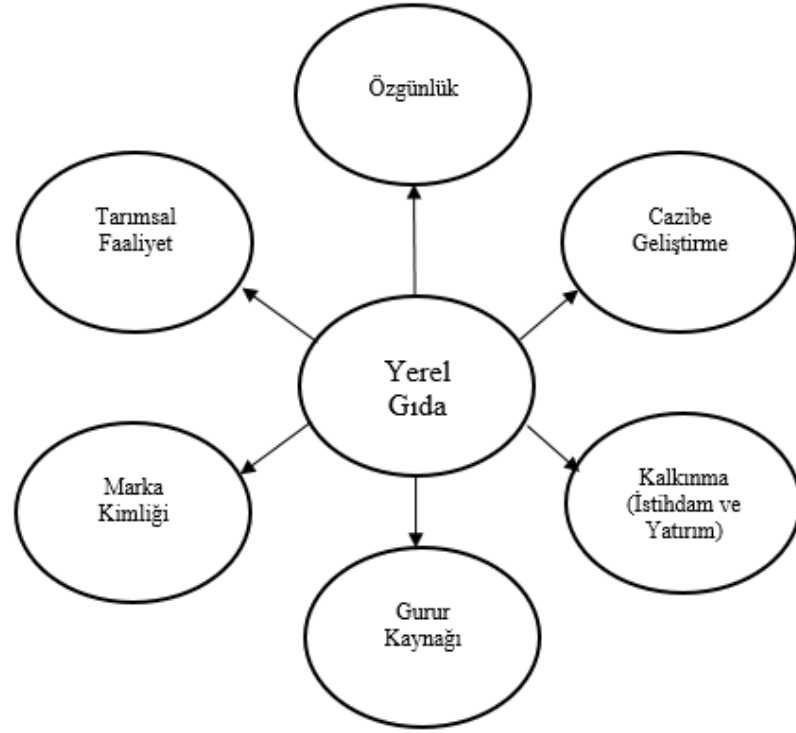
üreticilerin desteklenmesi bölgesel ekonomik kalkınma açısından önemlidir (Hjalager ve Corigliano, 2000: 282; Yüncü, 2010: 30). Bununla birlikte gıda ürünleri turizm sezonunu uzatmanın ve turist harcamalarını artırmanın sürdürülebilir bir yoludur (Everett ve Aitchison, 2008). Turistlerin gittikleri destinasyonda yerel gıda tüketmeleri yerel gıda üretimini daha çok teşvik edecek ve turizm gelirlerinin korunması yolu ile yerel ekonomiyi destekleyecektir (Mgonja, Backman, Backman, Moore ve Hallo, 2017).

Çevresel sürdürülebilirlik açısından ele alındığında da sürdürülebilir turizm için yerel gıdalar hayati önem taşımaktadır. Turistlerin gittikleri destinasyonlarda yerel gıdaları tercih etmesi yerel tarımı destekler ve yeni pazar imkanları doğurur. Bununla birlikte geleneksel tarım arazileri korunur, çevresel anlamda koruma sağlanır ve tarımın sürdürülebilir gelişimi teşvik edilerek olumlu çıktılar sağlanır (Everett & Aitchison, 2008; Sims, 2009). Turistlerin yerel gıda bilincinin artması ve tüketimi ile, çevreye dost üretim teknikleri desteklenmiş olacaktır. Yerel gıda tüketimi; çevreye, insanlara, hayvanlara yönelik zararlı kimyasal kullanım kaldırılmasına ve hayvansal ürün üretiminde daha bilinçli uygulamaların gelişmesine katkıda bulunmaktadır (Sims, 2009:322). Yerel gıdalar; hem turizmi hem de ev sahibi toplumu gelir yaratarak, yerel işletmeleri destekleyerek, sürdürülebilir tarımsal uygulamaları teşvik ederek ve yerel deneyimler için turistlerin beklentilerini karşılayarak çevresel, ekonomik ve sosyal sürdürülebilirlik anlamında destekler (Berno, Kline ve Wolf, 2014; Sims, 2009). Yerel gıda ürünleri, sürdürülebilir tarım uygulamalarını teşvik ederek, yerel üreticileri destekleyerek ve bölgeye daha fazla turist çekebilecek bir marka oluşturarak hem turizm hem de yerel topluluk için çevresel ve ekonomik sürdürülebilirliği destekler niteliktedir (Clark ve Chabrel, 2007; Ilbery, Saxena ve Kneafsey, 2007).

Sürdürülebilirliğin bir diğer alt boyutu olan sosyal sürdürülebilirlik açısından da yerel gıda ürünleri önemlidir. Gastronomik değerler kültürel turizmin bir parçasıdır ve gastronomik kültürün turistlere aktarılması yolu ile bölgenin kültürel mirası aktarılmaktadır. Turistlerin gittikleri bölgenin gastronomik kültürüne ilgi duymaları yerel halk ile iyi ilişkiler kurmalarını sağlamakta ve toplumsal memnuniyet artmaktadır. Çeşitli kültürel paylaşımların gerçekleşmesi, kültürel değerlerin daha çok insana aktarılarak korunmasına ve sürdürülebilir olmasına olanak sağlamaktadır (Hjalager ve Corigliano, 2000: 282; Yüncü, 2010: 30). Yerel gıdalar bir bölgenin sosyal ve kültürel sürdürülebilirliğini geliştiren unsurlardır. Yerel gıdalar bir destinasyonun kültürel özelliklerini yansıtan otantik ürünlerdir (Sims, 2009). Turistlerin gittikleri destinasyonda yerel gıda tüketmeleri; destinasyonların kimliğini geliştirir, yerel toplumun katılım düzeyini artırır ve sürdürülebilir turizmin sosyal ve kültürel gelişimine katkıda bulunur (Mgonja vd., 2017; Quan ve Wang, 2004).

Turistlerin yerel gıda tüketimi, gıda taşımacılığını dolayısıyla olan karbon ayak izini azaltır. Yerel gıdalar, yerel dinamiklere sağladığı katkı ile sürdürülebilirlik açısından turizm endüstrisini ve destinasyon sakinlerini desteklemektedir (Sims, 2009; Hall ve Sharples, 2003). Yerel gıdalar, sürdürülebilirlik açısından birçok faktöre doğrudan veya dolaylı olarak katkıda bulunabilmektedir.

Şekil 2: Bir Destinasyonda Yerel Gıdaların Sürdürülebilir Gelişime Katkıları



Kaynak: Du Rand, Heath ve Alberts, 2003: 100

Bir destinasyonun sürdürülebilir turizmde öne çıkmasında; tarımsal faaliyetlerin teşvik edilmesi ve desteklenmesi, destinasyonun marka kimliğinin oluşması, turist motivasyonu tarafından cazibe yaratılması, istihdam yaratma ve girişimcilikle yerel toplum güçlendirilmesi, yerel toplumda bir gurur kaynağının oluşması ve yerel kültür özelinde özgünlük oluşması yerel gıdaların sürdürülebilir kalkınmaya sağladığı katkılardan bazılarıdır.

Sürdürülebilirlik bağlamında yerel gıda uygulamalarının global anlamda en öne çıkan ve bilineni yavaş yemek (Slow Food) hareketidir. 1989 yılında hızlı yemek hareketine karşı olarak ortaya çıkan hareket, temiz, adil ve iyi gıdayı referans olarak tüketim yapmayı tavsiye etmektedir (Girgin ve Sünnetçioğlu, 2021). Yavaş yemek hareketi zamanla uluslararası anlamda referans alınan bir akıma dönüşmüştür. Akımın başladığı yer olan İtalya’da bu akım neticesinde bir üniversite kurulmuştur. İtalya ve bu akımı iyi uygulayan bazı diğer bölgeler, ülkeler turizm anlamında da önemli bir çekim unsuru ve rekabet avantajı kazanmışlardır. İspanya Barselona’da yer alan Boqueria gıda pazarı da sürdürülebilir gıdanın turizmde çekicilik faktörü olmasına örnektir. Yerel ürünlerin (meyve sebze, yerel yemekler vd.) yer aldığı pazar şehrin en turistik noktalarından biri haline dönüşmüş durumdadır. Şehrin tanıtımının yapıldığı içeriklerde (web siteleri, sosyal medya, broşürler vb.) mutlaka uğranması gereken yerler arasında gösterilen pazar, sürdürülebilir gıda pazarı olarak nitelendirilmektedir (Crespi-Vallbona, Dominguez Perez ve Miro, 2019). Sürdürülebilir gıdanın, çekim unsuru olma ve rekabette ön plana çıkma noktasında işlevine Boqueria sürdürülebilir gıda pazarı önemli bir örnektir.

Bir bölge de sürdürülebilir bir kalkınma yaratabilmek için kırsal alanların gelişimini sağlamak esastır. Yerel gıdalar, kırsal alanları ve kırsal alanlardaki üreticileri daha değerli hale getirmekte ve desteklemektedir. Coğrafi işaret sistemleri de yerel gıdalara değer katmakta ve sürdürülebilir turizm hareketliliğinde yerel gıdaların önemini artırmaktadır. Coğrafi işaret,

coğrafi kökenlerine bağlı belirli bir kaliteye sahip ürünleri tanımlamaktadır (Belletti, Marescotti ve Touzard, 2015). Coğrafi işaretleme sürdürülebilirliğin sağlanması ve turistlerin bölgeye çekilebilmesi açısından önemlidir. Avrupa Birliği tarafından korumalı coğrafi işaret verilen Almanya’da bulunan Hüttenthal Mandırası bu uygulamaya bir örnektir. Burada yerel kültür ile üretilen peynir, geleneksel olarak sunulmakta ve müşteri ile bir bağ kurulabilmektedir. Ürünlerin kaliteli olduğu çeşitli araçlarla vurgulanmaktadır. Geleneğe değer veren sürdürülebilirlik motivasyonu taşıyan turistler ile bu mandıranın ürünleri arasında güçlü bir bağlantı kurulduğu gözlemlenmiştir. (Leonhardt ve Sidali, 2017 : 37). Suna ve Uçuk (2018)’ da coğrafi işaretli ürünlerin destinasyon tanıtımında önemli olduğunu ve tanıtım araçlarında bu ürünlerin yeterince yer alması gerektiğini vurgulamışlardır.

Yerel gıdaların ve yerel gastronomi kültürünün sürdürülebilir turizmde çekicilik unsuru olduğu bir diğer uygulama da gastronomi müzeleridir (Can, İ. İ. ve Ağcakaya, H., 2019). Somut olmayan kültürel mirasın bir parçası olan bu müzeler, bir kültürün gastronomi alışkanlıklarını devam ettirmesi ve pazarlama noktasında destinasyon çekim unsurlarından biri olması açısından önemlidir. Müzeleri ziyaret eden turistlerin ilgili yerel pişirme yöntemlerini öğrenmek istediği, ekipmanlara ve gelenek görenekler ilgi duyduğu bilinmektedir (Yılmaz ve Şenel, 2014). Bu müzeler, sürdürülebilirlik motivasyonu taşıyan turistler açısından önemli bir karar referansı olabilmektedir. İlgili müzeler hem bir destinasyonun sosyal ve ekonomik sürdürülebilirliğine katkı sunarken hem de turistik bir çekim unsuru olarak rekabet avantajı katmaktadır.

Yerel gıdaların sürdürülebilir turizmde fark yarattığı uygulamalardan biri de yerel gıda yetiştirilen çiftliklerdir. İlgili çiftlikler turistler için uğrak yeri olabilmekte ve turistler burada tarımsal faaliyetlere katılım gösterebilmektedir. Bu uygulamanın daha butik halini bazı restoran ve otellerde görmek mümkündür. Kimi restoran, oteller çiftlikten sofraya anlayışı ile bünyelerinde butik bahçeler bulundurmakta ve burada yetiştirdikleri ürünler ile müşterilerine yemekler hazırlamaktadır. Bu uygulama ile tedarik maliyetleri azalır, yerel gıda motivasyonuna sahip olan müşterilerin gelmesi ile kar artışı sağlanır. İşletmeler pazarlama faaliyetlerinde de (bahçe fotoğrafları, videoların sergilenmesi vb.) ilgili bahçeleri kullanarak turistik bir çekim unsuru yaratabilir (Long, 2015).

Sonuç ve Öneriler

Küresel turizm hareketliliği önceleri rekabeti ve maksimum kar anlayışını öne çıkarırken, geldiğimiz noktada turizmin sürdürülebilir olması gerektiği kanısına varılmıştır. Sürdürülebilir turizm; plansız, programsız şekilde turist kabul eden destinasyonlarda gerçekleşen olumsuz etkilere karşı ortaya çıkmıştır (Aransson, 1994). Bununla birlikte değişen turizm yapısına bağlı olarak, destinasyonların hem rekabetçi hem de sürdürülebilir olması beklenmektedir (Cooper, 2002). Zaman içerisinde sürdürülebilirlik hassasiyeti taşıyan turist tipolojileri oluşmuş ve sürdürülebilir destinasyonları, uygulamaları tercih etmeye başlamışlardır. Bu noktada sürdürülebilir turizm uygulamaları hem mevcut olanakların gelecek nesillere aktarılmasını sağlayan hem de destinasyonlara rekabette avantaj sağlayan bir niteliğe sahip olmuştur.

Yerel gıdaların sürdürülebilir turizm özelinde değerlendirildiği bu çalışmada, gerçekleştirilen literatür taraması sonucunda bazı genellemelere ulaşılmıştır. Yerel gıda ürünleri ve hizmetleri

turistlerin beklentileri dikkate alınarak doğru şekilde tasarlandığında, sürdürülebilirliği önemseyen turistler için önemli bir çekim unsuru olabilmektedir (Cohen ve Aviali; 2004:767). Üretildiği bölgenin yerel kültürünü yansıtan yerel gıdalar ekonomik, çevresel ve sosyal anlamda sürdürülebilirliğe katkı sunmaktadır. Yerel gıda tüketme eğiliminde olan turistler her yönü ile yerel toplumu keşfetmekte, ekonomik ve sosyal olarak yerelliğe destek olmaktadır.

Yerel gıda tüketimi aracılığıyla üretici ziyaretleri gerçekleştirilmekte, sokak lezzetleri deneyimlenmekte, geleneksel üretim tesisleri gezilmekte, ilgili yemek kurslarına katılım sağlanabilmekte, yerel çiftçi ve çiftlik gezileri düzenlenebilmektedir. Gerçekleştirilen bu aktiviteler hem yerel topluma hem de turizme sürdürülebilirlik bağlamında olumlu çarpan etkisi yaratmaktadır. Sonuç olarak sürdürülebilir turizm ile yerel gıdalar arasında yakın bir ilişkiden bahsetmek mümkündür.

Sürdürülebilir turizm, kısa vadeli bakış açılarında ziyade uzun vadeli bir perspektif ve stratejik planlama gerektirmektedir (Ritchie, 1999). Bu hususta, sürdürülebilir turizm planlamasında yerel gıdalarda stratejik planlama yaklaşımı ile uzun vadeli bir plan ile ele alınmalıdır. Bu yolla destinasyonlar sürdürülebilir gıda arzı sağlayarak markalaşabilir ve rekabette ön plana çıkabilir. Son yıllarda yerel mutfaklara artan bir ilgi söz konusudur. Bu kapsamda yerel gıdaların doğru şekilde pazarlanması daha çok tercih edilmesine ve dolaylı olarak sürdürülebilir olmasına katkı sunacaktır. Bu hususta yerel gıda tanıtımında geleneksel ve yeni iletişim araçlarını doğru ve etkin kullanmak önemlidir.

Bu çalışma yerel gıdaların sürdürülebilir turizm özelinde değerlendirildiği kavramsal bir çalışma olması nedeni ile önemli bir sınırlılığa sahiptir. Detaylı bir literatür taraması yapılmakla birlikte, söz konusu değerlendirmeler ulaşılabilen kaynaklar temelinde geliştirilmiştir. Literatür incelendiğinde yerel gıdaların sürdürülebilirliği ve sürdürülebilir turizmde yerel gıdanın rolleri üzerine ampirik çalışmaların kısıtlı olduğu gözlemlenmektedir. Bu konunun araştırmacılar tarafından daha çok dikkate alınması ve yerel gıda arzını sağlayan paydaşlar, sürdürülebilir yerel gıda üzerine ampirik çalışmalar yapılması isabetli olacaktır. Bununla birlikte; kullanılan yerel gıdaların niteliğini ve yerel gıda olma fonksiyonunu ölçen değerlendirme, sertifikasyon sitemlerinin geliştirilmesi ve uygulanması önemlidir. Yerel yönetimlerin sürdürülebilir turizm kapsamında yerel gıdalara odaklanması, bu alanda farkındalık çalışmaları, eğitimler, örnek uygulamalar vb. yapımları faydalı olacaktır. Sürdürülebilir turizm kapsamında israf da önemli bir konudur. İsraf tüm dinler açısından kötü bir davranıştır ve yerel gıda israfının önlenmesine yönelik bir "sürdürülebilir davranış" oluşturmak faydalı olacaktır.

Kaynakça

- Adams, D. C. & Salois, M. J. (2010). Local Versus Organic: A Turn in Consumer Preferences and Willingness-to-Pay. *Renewable Agriculture and Food Systems*, 25(4), 331-341.
- Akgül, U. (2010). Sürdürülebilir Kalkınma: Uygulamalı Antropolojinin Eylem Alanı. *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih Coğrafya Fakültesi Antropoloji Dergisi*, (24),133- 164.
- Alkan, C. (2015). Sürdürülebilir Turizm: Alaçatı Destinasyonuna Yönelik Bir Uygulama. *Journal of Yasar University*,10(40), 6692-6710
- Apak, Ö. C. ve Gürbüz, A. (2018). Turistlerin Yöresel Gıda Ürünlerine İlgi Düzeyleri (Interest Levels of Local Food Products). *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(2), 334-349.
- Aransson, L. (1994). Sustainable Tourism Systems : The Example of Sustainable Rural Tourism in Sweden. *Journal of Sustainable Tourism*, 2 (1-2), 77-92
- Avcıkurt, C. (2015). *Turizm Sosyolojisi Genel ve Yapısal Yaklaşım (4. Baskı)*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Ayaz, N. ve Çobanoğlu, S. (2017). Ev Kadınlarının Turizm Amaçlı Yöresel Yemek Üretimine Bakış Açıkları: Bartın İli Örneği. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(1), 413-427.
- Bahar, O., Samırkaş, M ve Çelik, N. (2015). *Farklı Boyutlarıyla Sürdürülebilir Turizm*. Muğla: Süre Yayınevi.
- Bérard L ve Marchenay P (2008). *From Localized Products to Geographical Indications Awareness and Action*. Resources des terroirs.
- Berno, T., Kline, C., & Wolf, E. (2014). *Food Tourism in Academia*. In: E. Wolf, J. Bussell, C. Campbell, W. Lange-Faria, & K. McAree (Eds.), *Have Fork Will Travel: A Practical Handbook for Food and Drink Tourism Professionals*. (p. 309–321). World Food Travel Association, Portland.
- Björk, P. & Kauppinen-Räsänen, H. (2012). A Netnographic Examination of Travelers' Online Discussions of Risks. *Tourism Management Perspectives*, (2)3, 65-71.
- Björk, P. & Kauppinen-Räsänen, H. (2016). Local Food: A Source for Destination Attraction. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(1), 177-194.
- Bodemann, M., Golowko, N. & Weber, G. (2018). *Environment and Elements for Sustainable Management: Fundamentals and Variables for Modelling*; In: L. Henderson (Eds.), *Environmental Change and Sustainability: Management, Challenges and Research Opportunities*. Nova Science Publishers, New York.
- Bozkurt, İ. (2022). Sürdürülebilir turizm bakış açısıyla talebin yönetilmesinde taşıma kapasitelerinin hesaplanması ve pazarlamama çerçevesinde incelenmesi: Kapadokya örneği, Yayımlanmamış Doktora Tezi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Nevşehir.
- Can, İ. İ. & Ağcakaya, H. (2019). Somut Olmayan Kültürel Miras Kapsamında Mutfak Kültürünün Sürdürülebilirliği: Türkiye'deki Gastronomi Müzeleri Örneği. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 3(4), 788-804.
- Chang, R.C., Kivela, J. & Mak, A.H. (2011). Attributes that Influence the Evaluation of Travel Dining Experience: When East Meets West. *Tourism Management*, 32(2), 307–316.
- Chen, Q. & Huang, R. (2019). Understanding the Role of Local Food in Sustaining Chinese Destinations. *Current Issues in Tourism*, 22(5), 544-560.
- Clark, G. & Chabrel, M. (2007). Measuring Integrated Rural Tourism. *Tourism Geographies*, 9(4), 371– 386.
- Cohen, E. & Avieli, N. (2004). Food in Tourism: Attraction and Impediment, *Annals of Tourism Research*, 31(4), 755-778.
- Cooper, C. (2002). Sustainability and tourism visions. *VII Congreso Internacional del CLAD sobre la Reforma del Estado de la Administración Pública*, Lizbon, 1-8

- Crespi-Vallbona, M., Domínguez Pérez, M. & Miró, O. M. (2019). Urban Food Markets and Their Sustainability: The Compatibility of Traditional and Tourist Uses. *Current Issues in Tourism*, 22(14), 1723-1743.
- Çelik, N. & Bahar, O. (2014). *Sürdürülebilir Turizmin Turizm Talebi Üzerine Etkisi*, İçinde: A. Kılıçlar (Ed.), 15. Ulusal Turizm Kongresi Bildiri Kitabı (368-383). Nobel Yayıncılık, Ankara.
- Demir, C. & Çevirgen, A. (2006). *Turizm ve Çevre Yönetimi, Sürdürülebilir Gelişme Yaklaşımı*, Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Du Plessis, C. (1998). The meaning and definition of sustainable development, Pretoria: University of Pretoria.
- 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), 97-112.
- Enright, M. J. & Newton, J. (2005). Determinants of Tourism Destination Competitiveness in Asia Pacific: Comprehensiveness and Universality. *Journal of Travel Research*, 43(4), 339-350.
- Girgin, G. K. (2018). Yerel Gıdaların Tüketilmesine Yönelik Turist Motivasyonlarının Ölçülmesi: Antalya'da Bir Uygulama. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 793-810.
- Girgin, A. & Sünnetçioğlu, S. (2021). *Gastronomi Turizmi ve Sürdürülebilirlik*. S. Şengül ve A. Kurnaz (Ed.), *Gastronomi Turizmi Kavramlar, İlkeler ve Uygulamalar*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Goodland, R. (1995). The Concept of Environmental Sustainability, *Annual Review of Ecology and Systematics*, 26, 1-24.
- Gössling, S. & Hall, M. (2013). *Sustainable Culinary Systems: An Introduction*. In: M. Hall, & S. Gössling (Eds.), *Sustainable Culinary Systems: Local Foods, Innovation, Tourism and Hospitality* (3-44). Abingdon: Routledge.
- Gürlük, S. (2010). Sürdürülebilir Kalkınma Gelişmekte Olan Ülkelerde Uygulanabilir mi?. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İ.B.F.F. Dergisi*, 5(2), 85-99.
- Güven, A. (2016). Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Yaratıcı Turizm: Antalya İli Örneği, *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Hall, C.M. & Sharples, L. (2003). The consumption of experiences or the experience of consumption? An introduction to the tourism of taste. In: Hall, C.M., Sharples, L., Mitchell, R., Macionis, N., Cambourne, B. (Eds.); *Food Tourism Around the World* (1-24), Butterworth-Heinemann, Oxford.
- He, L. P. (2006). Discussing the Food Tourism Resources in Changsha. *Journal of Changsha University*, 20 (3), 10-12.
- Helliwell J.F. (1998). Combining social cohesion and sustainable growth. Sustainable Development Research Institute.
- Hjalager, A. M. & Corigliano, M. A. (2000). Food for tourist determinants of an image. *International Journal of Tourism Research*, 2, 281- 293
- Hjalager, A.M. (2004), What Do Tourists Eat and Why? Towards a Sociology of Gastronomy in Tourism, *Tourism (Zagreb)*, 52 (2), 195-201.
- Hu, Y. & Ritchie, J. B. (1993). Measuring Destination Attractiveness: A Contextual Approach. *Journal of Travel Research*, 32(2), 25-34.
- Ikert, J. E. (2012). *The Essentials of Economic Sustainability*. Lynne Rienner Publishers, Virginia
- Ilbery, B., Saxena, G. & Kneafsey, M. (2007). Exploring Tourists and Gatekeepers' Attitudes Towards Integrated Rural Tourism in the England-Wales Border Region. *Tourism Geographies*, 9, 441-468.
- Işıldar, P. (2016). Sürdürülebilirlik ve Turizm, İçinde: H. Kurgun; D. Bağırhan Özşeker (Ed.), *Gastronomi ve Turizm (Kavramlar- Uygulamalar- Uluslararası Mutfaklar- Reçeteler)* (45- 63). Ankara: Detay Yayıncılık
- Johnston, P., Everard, M., Santillo, D. & Robert, K. H. (2007). Reclaiming the Definition of Sustainability, *Environmental Science and Pollution Research*, 14(1), 60-66.

- Kahraman, N. e Türkay, O. (2012). *Turizm ve Çevre*, Ankara: Detay Yayıncılık
- Kent, E.P. (2015). *Sustainability*, USA. The MIT Press.
- Keskin, E. ve Örgün, E. (2015). Kelime İlişkilendirme Testi Aracılığıyla Sürdürülebilir Turizm Olgusunun Kavramsal Analizi: Ürgüp Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(1) ,30-40.
- Koban, E. (2020). *Gastronomik Turizm: Pazarlama ve Rekabet Yaklaşımıyla*. Bursa: Ekin Basım Yayın Dağıtım
- Kodaş, D. ve Özel, Ç. (2016). Yerli Ziyaretçilerin Yerel Yiyecek Tüketim Gdülelerinin Belirlenmesi: Beypazarı Örneği. *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(1), 83-96
- Kovács, I., Balázsne Lendvai, M. & Beke, J. (2022). The Importance of Food Attributes and Motivational Factors for Purchasing Local Food Products: Segmentation of Young Local Food Consumers in Hungary. *Sustainability*, 14(6), 3224.
- Kozak, N., Akoğlan Kozak, M. & Kozak, M. (2015). *Genel Turizm, İlkeler-Kavramlar*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Leonhardt, G. & Sidali, K. L. (2017). This Cheese Tastes as it looks: Conferring Authenticity through Symbols and Narratives. In: Sarah, M., Sidali, K. L., Spiller, A. Ve Tschofen, B. (Eds.) *Geographical Indications as Culturel Property (37-50)*. Göttingen Studies in Cultural Property 10. Universitätsverlag Göttingen
- Nath, S. & Roberts J. L. (2021). *Transition from Economic Progress to Sustainable Development: Missing Links 3*, In: J. L. Roberts, S. Nath, S. Paul, Y. N. Madhoo (Eds.), *Shaping the Future of Small Islands: Roadmap for Sustainable Development (3-19)*, Palgrave Macmillan.
- Mensah A.M. & Castro L.C. (2004) Sustainable Resource Use & Sustainable Development: A Contradiction. *Center for Development Research, University of Bonn* 1, 22
- Mgonja, J. T., Backman, K. F., Backman, S. J., Moore, D. D., & Hallo, J. C. (2017). A Structural Model to Assess International Visitors' Perceptions About Local Foods in Tanzania. *Journal of Sustainable Tourism*, 25, 796–816.
- Morelli, J. (2011). Environmental Sustainability: A Definition for Environmental Professionals, *Journal of Environmental Sustainability*, 1(1), 1-9.
- Morris, C. & Buller, H. (2003). The Local Food Sector: A Preliminary Assessment of its form and Impact in Gloucestershire. *British Food Journal*, 105, 559- 566.
- Paehlke, R. (1999). *Towards Defining, Measuring and Achieving Sustainability, Tools and Strategies for Environmental Education*, In: Becker, E. & Jahn, T. (Eds.) *Sustainability and The Social Sciences (243-263)*, London, Zed.
- Pesonen, P., Komppula, R., Kronenberg, C. & Peters, M. (2011). Understanding the Relationship Between Push and Pull Motivations in Rural Tourism , *Tourism Review*, 66(3), 32-49.
- Pittel, K. (2002). *Sustainability and Endogenous Growth, Cheltenham, UK and Northampton*. MA, US: Edward Elgar.
- Quan, S., & Wang, N. (2004). Towards a Structural Model of the Tourist Experience: An Illustration from Food Experiences in Tourism, *Tourism Management*, 25(3), 297–305
- Rand, G.E.D., Heath, E. & Alberts, N. (2003). The Role of Local and Regional Food in Destination Marketing. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 14 (3-4), 97–112
- Redclift, M. (1993). Sustainable Development: Needs, Values, Rights, *Environmental Values*, 2(1), 3-20.
- Ritchie, J. R. B. (1999). Crafting a Value-Driven Vision for a National Tourism Treasure, *Tourism Management*, 20 (2), 273- 282.
- Sims, R. (2009). Food, Place and Authenticity: Local Food and the Sustainable Tourism Experience. *Journal of Sustainable Tourism*, 17 (3), 321-336.
- Swanson, K.K. & Timothy, D.J. (2012). Souvenirs: icons of meaning, commercialization and commoditization, *Tourism Management*, 33(3), 489-499.

Şen H., Kaya A. & Alpaslan B. (2018). Sürdürülebilirlik Üzerine Tarihsel ve Güncel Bir Perspektif. *Ekonomik Yaklaşım Dergisi*, 29(107),1-47.

UNEP & WTO (2005). *Making Tourism More Sustainable: A Guide for Policy Makers*, United Nations Environment Programme and World Tourism Organization.

UNWTO (1998). *Guide for Local Authorities on Developing Sustainable Tourism*, Madrid: World Tourism Organization.

Ünal, A., ve Taş, M. (2022). Tüketicilerin Sosyal Medya Üzerinden Yerel Gıda Ürünü Satın Almayı Kabullerine Yönelik Bir Araştırma. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 321-343.

WCED (1987). *Our Common Future*. Oxford: Oxford University Press.

Yılmaz, H. ve Şenel ,P. (2014). *Turistik Bir Çekicilik Olarak Gastronomi Müzeleri*. 15. Ulusal Turizm Kongresi. Engelsiz Turizm Kongre Kitabı (499-510), Ankara.

Yüncü, H.R. (2010). *Sürdürülebilir Turizm Açısından Gastronomi Turizmi ve Perşembe Yaylası*. İçinde: Şengel, S. (Ed.), 10. Aybastı-Kabataş Kurultayı, Yerel Değerler ve Yayla Turizmi (27-34). Eskişehir: Detay Yayıncılık

İnternet Kaynakçası

Gilman, R. (1992). "Sustainability" UIA/AIA Call for Sustainable Community Solutions, (Çevrimiçi), <https://www.context.org/about/definitions/#sustainability>. [20.07.2022]

Long, T. (2015). Offer Culinary Experiences to Increase Hotel Bookings Industry View. *Software Advice* <https://www.softwareadvice.com/hotel-management/industryview/culinary-experiences-report-2015/> [Erişim Tarihi: 31.07.2022]