



Sürdürülebilir gastronomi kapsamında kadın girişimcilerin rolü: Akçakoca yukarı mahalle pazarı örneği

The role of female entrepreneurs within the scope of sustainable gastronomy: the case of Akcakoca upper neighborhood market

Atıf Akkil^{a*}, Sercan Kadam^b, Emine Kale^c

^{a*} Sorumlu yazar, Düzce Üniversitesi, Akçakoca Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, atifakkil@duzce.edu.tr, ORCID: 0000-0002-6705-4965

^b Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi, Devrek Meslek Yüksekokulu, sercan.kadam@beun.edu.tr, ORCID: 0000-0001-9427-5854

^c Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, ekale@nevsehir.edu.tr, ORCID: 0000-0002-0906-0590

Öz

Yöresel pazarlar, gastronomi turizminde, büyük önem kazanmış durumdadır. Yöresel pazarlarda çalışmakta olan kadın girişimciler, bu yörelere ziyaretçi çekerek destinasyonda yeni pazarların oluşmasına katkı sağlamaktadırlar. Destinasyona gelen turistlere yöresel ürünler tanıtarak, destinasyon bilinirliğine katkıda bulunulmaktadır. Bu sayede yöresel gastronomik ürünlerin satışı gerçekleştirilerek destinasyonda ekonomik hareketlilik sağlanmaktadır. Bu hareketliliğin sağlanması için, yörede yaşamakta olan kadınlar, üretim ve satış sürecinde faaliyet göstermektedirler. Araştırma evrenini, Akçakoca ilçesi oluşturmaktadır. Örneklemi ise, işletmelerdeki 10 kadın girişimci oluşturmaktadır. Yarı yapılandırılmış görüşme formu aracılığı ile mülakat gerçekleştirilmiştir. Bu çalışmanın amacı, Akçakoca destinasyonunda yer alan kadın girişimcilerin yöresel pazarlarda sundukları ürünler ile sürdürülebilir gastronomi üzerindeki rolünü ortaya koymak ve destinasyonu ziyaret eden turistlere yönelik etkisini belirlemektir. Çalışma verilerine, nitel araştırma yöntemlerinden biri olan görüşme tekniği ile ulaşılmıştır. Bu bağlamda Akçakoca Yukarı Mahalle pazarında bulunan yöresel yiyecek içecek üretimi ve yöresel ürün satışı ile ilgili olan kadın girişimciler ile görüşmeler yapılmıştır. Toplanan veriler betimsel analiz yöntemiyle analiz edilmiştir. Çalışma sonucunda pazarda faaliyet gösteren kadın girişimcilerin butik işletmeler işlettiği, işletmelerinde yöresel ve doğal ürün kullandığı tespit edilmiştir. Oluşturulan pazar sayesinde sürdürülebilir ekonomik kalkınmaya büyük katkı sağladığı bildirilmektedir. Rehber rotalarına dâhil olmaları durumunda, bölgeye daha fazla turist gelebileceği düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Kadın Girişimciler, Sürdürülebilir Gastronomi, Yöresel Pazarlar, Gastronomi Turizmi, Yöresel Yemekler

ABSTRACT

Local markets have gained great importance in gastronomy tourism. Women entrepreneurs working in local markets contribute to the formation of new markets in the destination by attracting visitors to these regions. By introducing local products to tourists coming to the destination, they contribute to destination awareness. In this way, economic mobility is provided in the destination by selling local gastronomic products. In order to ensure this mobility, women living in the region are active in the production and sales process. The research population consists of Akçakoca district. The sample consists of 10 women entrepreneurs in the enterprises. Interviews were conducted through a semi-structured interview form. The aim of this study is to reveal the role of women entrepreneurs in Akçakoca destination on sustainable gastronomy with the products they offer in local markets and to determine their impact on tourists visiting the destination. The study data were obtained through the interview technique, which is one of the qualitative research methods. In this context, interviews were conducted with women entrepreneurs involved in the production of local food and beverages and the sale of local products in Akçakoca Yukarı Mahalle market. The collected data were analyzed by descriptive analysis method. As a result of the study, it was determined that women entrepreneurs operating in the market operate boutique businesses and use local and natural products in their businesses. Thanks to the market created, it is reported to make a great contribution to sustainable economic development. It is thought that if they are included in the guide routes, more tourists may come to the region.

Keywords: Woman entrepreneurs, Sustainable Gastronomy, Regional markets, Gastronomy tourism, Regional food

GİRİŞ

Son yıllarda küreselleşmeyle birlikte turizmin temelini oluşturan çevre ve doğal alanların tahribatı sonucunda turizm alanında sürdürülebilirlik önemli bir konu haline gelmiştir. Sürdürülebilir turizm ile benzer özelliklere sahip olan sürdürülebilir gastronomi turizmi önem kazanmaya başlamıştır (Swarbrooke, 1999). Aynı zamanda sürdürülebilir gastronomi ile ilgili yaklaşımların uzun vadeli gerçekliğinin sağlanabilmesini ve alternatif turistik imkânların geliştirilmesi amaçlamaktadır (Akdağ vd., 2016).

Sürdürülebilir gastronomi; yöresel, doğal, orijinal ve organik yiyecek ve içeceklerin, geleneksel yemek (düğün, bayram, özel gün, cenaze vb.) kültürüne ait bilginin, geleneksel tatların, geleneksel yemek pişirme tekniklerinin ve mutfak kültürlerinin korunarak bir sonraki kuşağa bırakılmasını, gıda çeşitliliğinin korunmasını ve gastronomi kültürünün yaşatılmasını amaçlamaktadır (Scarpato, 2002; Yurtseven, 2011).

Sürdürülebilir gastronomi turizmi; bölgenin yerel halkını ve tarımsal faaliyetlerini geliştiren, çevreye saygılı olarak üretilen, işlenen, besin değeri yüksek sağlıklı gıdaları destekleyen ve turizmi hareketini artırmak için motive edici bir faktör olarak yürütülen turizm faaliyetidir (Durlu–Özkaya, Sünnetçioğlu, Can, 2013). Ayrıca günümüzde doğal yaşam, çevreyi koruma duyarlılığı ve sağlıklı beslenmeye olan talep artışı, yöresel yemeklere ve doğal ürünlere ulaşma isteğini ortaya koymaktadır. Kültürel mirasın, bir sonraki kuşağa bırakılması olarak ifade edilen yöresel gastronomi kültürünün korunmasının gerekliliğini ortaya çıkarmaktadır (McKrecher, 2008).

Sürdürülebilir gastronominin önem kazanması ile birlikte, azalan kaynakların verimli ve etkin bir şekilde kullanılması sağlanarak, korunması amaçlanmıştır. Bu doğrultuda tüketiciler alacakları ürünlerde organik ve sağlıklı olanın arayışı içerisinde bulunurken, işletmeler de misafirlerine ürün çeşitliliği sağlama arayışı içerisindeyler (Lang, Stanton ve Qu, 2014). Bununla birlikte yöresel yiyeceklerin üretim sürekliliğinin sağlanması amacı ile bölgede kadın girişimciler desteklenmeye başlanmıştır. Sürdürülebilir gastronomi kapsamında kadın girişimcilerin aktif rol alması ekonomik büyümeyi, toplumu, istihdamı ve refahın artırılmasını etkilemektedir. Çünkü kadınlardaki girişimcilik ruhu, rekabet halinde olma ve farklılıkları ortaya çıkarabilme güçlerini belirlemektedir (Mesci vd., 2018). Bu çalışmanın amacı, Akçakoca destinasyonunda yer alan kadın girişimcilerin yöresel pazarlarda sundukları ürünlerin ekonomik refahın oluşturulması ve sürdürülebilirliğin devam etmesindeki rolünü ortaya koymak ve destinasyonu ziyaret eden turistler üzerindeki etkisini belirlemektir.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Son zamanlarda turizm hareketlerinde, insanların kültürel etkinliklere ve gastronomik deneyimler amacıyla yapılan seyahat türlerine daha fazla talepte buldukları görülmektedir (Cejudo, Leeson ve Patterson, 2019).

Gastronominin tanımı araştırmacılar tarafından farklı boyutları ile yorumlanmıştır. Gastronomi yeme içmenin verdiği zevk ve haz ile ilgilenmekte dolayısıyla gastronominin konusu insanı temel almaktadır. İnsanoğlu yeme-içme faaliyetini gerçekleştirmekten doğası gereği hoşlanır. Bundan dolayı gastronomik değerlerin oluşması, sosyal beslenme, kültürel, coğrafik ve toplumsal gibi birçok faktöre bağlıdır (Gillespie ve Cousins, 2001). Buna paralel olarak yeni bir alternatif turizm çeşidi içerisinde değerlendirilen gastronomi turizmi ortaya çıkmıştır.

Gastronomi turizminin temelinde ise tarım, kültür ve turizm yer almaktadır. Bu üç unsurdan biri olan tarım, gıdanın oluşumunda temel faktördür. Diğer bir unsur olan kültür, özgünlük ve tarihin temelini oluşturmasını sağlar. Turizm ise altyapıyı ve hizmetleri oluşturur (Rand ve Heath, 2006: 209). Buna paralel olarak gastronomi turizmi de destinasyonu cazibe merkezi ve tecrübe olarak konumlandırmak ve pazarlamak için alt yapı oluşturulmasına katkı sağlar. Bu bağlamda gastronomi turizmi bir destinasyonun kültürünü öğrenme, yeme içme faaliyetlerine katılarak gastronomik deneyimler elde etme imkânını oluşturmaktadır. Ayrıca seyahat ve konaklama aktivitelerini de kapsamaktadır.

Bir destinasyonu ziyaret eden turistler, birincil öncelik olarak destinasyonun sahip olduğu yöresel lezzetleri deneyimlemeyi amaçlamaktadırlar (Aslan vd., 2014). Yöresel yiyeceklerin deneyimlenmek istenmesi ile birlikte o bölgedeki kültürün tanınması, turistlerin tekrar ziyaret etme isteği, farklılaşma yaratma, destinasyon çekiciliğini oluşturma ve sürdürülebilirliğin sağlanmasında önemli katkılarının olduğu görülmektedir (Şimşek ve Yıldız, 2020).

Sürdürülebilir gastronomi turizmi, yiyeceklerin çevreye duyarlı olma temelinde ürünlerin üretilmesi, hazırlanması ve tüketilmesi amaçlayarak kültürel ve sosyal boyutların özelliklerini ön planda tutmaktadır (Akdağ ve Üzülmüş, 2017). Sürdürülebilir gastronomi faaliyetlerinde, turistlerin tercihlerini etkileyen temel faktörün organik, yerel ve otantik gıdalar olduğu gözlemlenmektedir (Işıldar, 2016). Dolayısıyla sürdürülebilir gastronomi; yerel halkın, sürdürülebilir ekonomiyi iyileştirici, yöre sakinlerinin yaşam faaliyetlerini güçlendirici, yerel kalkınma çabalarının bütünü oluşturmaktadır (Zengin, ve Şeyhanlıoğlu, 2019). Öte yandan globalleşen dünyada benzer ve tek düze turizm ürünlerinin bulunması gastronomi turizmi içerisinde sürdürülebilirliğin en önemli unsurlarından yerel yiyecek kavramına ait önemin anlaşılmasını sağlamıştır (Zağralı ve Akbaba, 2015).

Son zamanlarda kadınların iş hayatındaki girişimcilik faaliyetlerinde bulunma durumlarının hızla arttığı gözlemlenmektedir. Kadınların birçoğu, bağımsız çalışmak, risk almaya yatkınlık, ekonomik bağımsızlığını kazanmak, kendi işinin patronu olmak ve kendine yetebilmek gibi nedenlerden dolayı girişimci olmaya karar vermektedirler (Serinikli, 2019). Bu bağlamda esnek çalışma saatlerine sahip olan turizm sektörü kadınlar için çalışma imkânı sunmaktadır. Ancak, turizm sektöründe faaliyet göstermek isteyen kadın girişimcilerin kendi işletmelerini kurması ve işlerini yürütmesi için başlangıç sermayesine ve eğitime ihtiyaçları olabilmektedir (Özen, Karadeniz ve Zaro, 2022).

Kadınların turizm alanında girişimcilik faaliyet göstermeleri ile birlikte işletmelerini küçük ölçekli ve yöresel ürün hazırlama yönünde açmaktadırlar. Bunun sonucunda sürdürülebilir gastronomi alanında önemli bir katkıda bulunmaktadırlar.

Konuyla ilgili olarak literatürde doğrudan olarak kadın girişimcilerin sürdürülebilir gastronomiye etki etmesi ile ilgili çalışmalara çok fazla rastlanmamıştır. Ancak benzer konular olan alternatif turizm çeşitlerinde kadın girişimciler ve yerel halkın rolü ilgili bazı çalışmalar bulunmaktadır. Örneğin; Tamer ve Alaeddinoğlu (2022) çalışmalarında; yavaş şehir hareketine olan yoğun talep ile birlikte kadın girişimcilerin aile içinde konumlandırılan görev ve sorumluluklarında olumlu yönde değişim meydana geldiğini vurgulamaktadır. Destinasyonların yavaş şehir kapsamına dâhil edilmesiyle birlikte kadınların iş hayatına yer almaya başladığını belirtmektedir. Bunun neticesinde kadınların ekonomik gelir sağladıkları, ailesinin ve çocuklarının gözünde ev hanımı ve bir anne olmakla birlikte, aynı zamanda çalışan bir kadın olarak bir rol model olduğu ifade edilmektedir. Kadın girişimcilerin yavaş şehir hareketlerinin uzun süre sürdürülebilmesinde önemli bir rol üstlendiği belirtilmektedir. Çalışmada, kadınlara bir sosyal yenilik hareketi olarak taşlardan takı üretme, mandalınadan reçel üretme, konserve yapımı ve peynir üretimi gibi eğitim imkânlarının sunulmasıyla kadınların girişimcilere destek olunduğu ve girişimcilik faaliyetlerinin arttığı vurgulanmaktadır. Ayrıca kadın girişimcilerin, Seferihisar'ın çekim ve cazibe unsuru olarak ön plana çıkan yöresel pazarlarda yöreye özgü yetişen sebze ve meyveler, yöresel yiyecekler, el sanatlarına dayanan doğal ürünleri satması turistlerin ilgisini çekmiş ve bu ürünlere olan talebin artmasında aktif olarak rol aldığı belirtilmektedir. Kazançoğlu ve Dirsehan (2019)'ın çalışmalarında; destinasyonun turizm faaliyetlerinin bilinirliğinin artmasındaki en etkin rolü, kadın girişimcilerin üstlendiği vurgulanmaktadır.

Başaran ve Irmak (2022)'in çalışmasında Zonguldak iline bağlı Devrek ilçesi yerel ürünü baston üretimi ve pazarlanması ile kadın girişimciliği ile yöresel ürünleri yerel lezzetlere dönüştüren iki ayrı kooperatifin faaliyeti incelenerek analiz ve çıkarımlar yapılmıştır. Sosyal alanda dayanışmayı hâkim kılan ve ekonomik olarak paylaşımcı anlayışla yürütülen iş modellerinin toplumsal sorunları azalttığı görülmektedir. Kurumlar kendi varoluş nedenlerinden bağımsız olarak her bir toplumsal katmanın ortak menfaatini koruyan ve toplumsal ilişkilerin temsil edildiği aktörlerin buluşma yeri olarak kabul edilirse, kooperatifler insan odaklı yaklaşımla hem temsiliyette adil yaklaşıma fırsat vermekte, hem de faydanın en uygun korunmasına hizmet etmektedir. Bununla birlikte; Türkiye kırsal alanında yerel üretimin sürekliliğini kurumsal sorumlulukla sahiplenen aynı zamanda kadın dayanışmasının sosyal gelişim ve ekonomik faydayla karşılık bulduğu yapıların da kooperatifler olduğu görülmektedir.

Boyacıoğlu (2019) çalışmasında kırsal turizme olan talebin artmasına paralel olarak kadın girişimciliği destinasyonda önemli bir istihdam alanı haline geldiği vurgulanmaktadır. Buna paralel olarak kadının ekonomik düzeyi, toplumun kadına bakış açısı, kadının psikolojik durumu ve geleneksel aile yapısında olumlu yönde değişim olduğunu belirtmektedir. Aynı zamanda kırsal turizme olan ilginin artmasıyla birlikte kadının gelir ve istihdam artışına, bölgesel kalkınmaya ve sosyo-ekonomik güçlenmesinde etkili olduğunu göstermektedir. Bu çalışmaya ek olarak Fidan ve Nam (2012) araştırmalarında kadının konumundaki değişimin kolay olabilmesinin en çok kırsal turizm alanında gerçekleştiğini vurgulamaktadır.

Özen vd. (2022)'nin çalışmalarında, yerel halkın turizme katılımı ile bölge ekonomisine katkı sağladığı bildirilmektedir. Bu bakımdan değerlendirildiğinde destinasyonda kadınların dâhil edilebileceği faaliyet ve projelere yerel yönetimlerin ve yerel turizm geliştirme kooperatiflerinin teşvik ve destek sağlamaları gerekmektedir. Buna paralel olarak yerel yemekleri sunan kadın girişimcilerin işlettiği restoranların, ihtiyaç duydukları hammaddelerin büyük bölümünü yerel pazarlardan, köylerde küçük çaplı üretim yapan kişilerden tedarik ediyor olmaları gerçeği de ekonomik faydanın daha geniş kitlelere yayılmasını sağlayacaktır. Dolayısıyla yerel yiyeceklerin üretiminin yapıldığı işletme sayılarının artırılması ve yerel yiyecek işletmelerinde faaliyet gösteren kadın girişimcilerin aktif olarak rol alması gastronomi alanında destinasyonlar arası rekabette önemli bir avantaj sağlayabileceği vurgulanmaktadır.

Yılmaz ve Akay (2020)'in çalışmasında adının toplumda etkinliği henüz "iş insanı" sıfatıyla yeni yeni özdeşleşirken üst düzey yönetici kimliği hala istenilen düzeyde olmadığı belirtilmektedir. Ayrıca bu durum sadece bir alanda da sınırlı kalmamaktadır. Kadına her anlamda fırsat eşitliği yaratılmalıdır. Aynı zamanda kadın toplumun bel kemiği, toplumu yönlendiren bireylerin annesi, toplumda kendi özgürce var etmek isteyen kız çocuğudur. Buna paralel olarak Akgül (2020)'ün araştırmasında da değindiği gibi kadın çalışanlar hizmet sektöründe yer alan yiyecek içecek sektörünün yaklaşık %70'ini oluşturmaktadır. Dolayısıyla kadınların toplumsal yapı içerisinde var olması günümüzde oldukça tartışılan bir konudur. Kadınları iş hayatında özellikle gastronomi sektörü gibi hizmet alanında yoğunlaşan meslek seçimlerinde desteklemek, lider ya da yönetici olarak tüm meslek dallarında var olabilmelerini sağlamak ve bu alanlarda

karar verebilme mekanizmalarını etkin kılmak için işletmelerin kendilerine uygun yol haritaları oluşturması gerektiği vurgulanmaktadır.

YÖNTEM

Akçakoca ilçesi Yukarı mahallede tarihi evlerin gölgesinde yöre halkının el emekleri ile hazırladıkları ve sergiledikleri bir Pazar bulunmaktadır. Bu pazarda melengücceği tatlısından, mancarlı pideye, köy ekmeğinden keşe kadar yöre mutfağının çeşitli ürünlerini satışa sunmanın yanısıra geleneksel el sanatları ürünlerinden, yöresel kıyafetlere kadar çeşitli ürünler sergilenmektedir (Düzce İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2024). Akçakoca ilçesi tarihi Yukarı Mahalle pazarında sürdürülebilir gastronomi kapsamında değerlendirilebilecek alanlarda faaliyet gösteren kadın girişimcilerin belirlenmesi ve bu bağlamda gastronomiye sağladığı katkıları hakkında detaylı verilere ulaşmak amacıyla tümevarım yaklaşımı benimsenerek, nitel araştırma yöntemi tercih edilmiştir. Nitel araştırma yöntemleri, farklı bilgi parçacıklarından yola çıkarak bütünü ya da kuramı kendisi oluşturabilmesi için gerekli olan birincil ve ikincil verilerin toplanmasına yardımcı olmaktadır (Kozak, 2015). Bu bağlamda araştırmada veri toplamak için yarı yapılandırılmış mülakat tekniğinden yararlanılmıştır. Araştırma, Akçakoca'da yer alan Yukarı Mahalle pazarında gerçekleştirilmiştir. Özellikle bu pazarın seçilmesinin nedenleri; pazarın Akçakoca'nın ilk yerleşim yeri olması, mimarinin Akçakoca'nın kültürel değerlerini taşıması ve faaliyet gösteren yöresel işletmelerin %80 oranında kadın girişimcilerden oluşmasıdır.

Çalışma Grubu

Araştırmanın evreni Akçakoca ilçesi olarak ele alınmıştır. Örnekleme ise, evrenden "yargısal örnekleme yöntemi" ile seçilen 10 işletmeden oluşan kadın girişimcilerdir (Karasar, 2005). Bu kapsamda verilerin toplanabilmesi amacıyla Akçakoca Yukarı Mahalle pazarındaki girişimcileri temsil edebileceği düşünülen kişiler değerlendirildiğinde 10 kişi olarak belirlenebilmiştir. Araştırma sürecinde objektif verilerin toplanmasında güvenilir olduğu düşünülen kişiler, popülasyon içerisinden seçilerek çalışma yürütüldüğünden 'yargısal örnekleme' türüne seçilmiştir. Yukarı Mahallede faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmeleri kadın girişimcilerden oluşmaktadır ve tamamen bölgenin yöresel ürünlerini doğal olarak yetiştirip satışını gerçekleştirmektedirler. Bu bağlamda bölge ekonomisine ve gastronomisine katkı sağlamaktadırlar. Aynı zamanda Akçakoca'nın kültürel tarihini yaşatmaya devam etmektedirler.

Araştırma Formunun Geliştirilmesi

Görüşme formu için literatür taraması sonucu 8 soru belirlenmiştir. Form hazırlama sürecinde 3 uzmanın görüşüne başvurulmuştur. Sorulardan birinin, üretim sürecine yönelik olmasından dolayı uzman görüşü sonucunda kaldırılmıştır. Diğer 7 soru üzerinde anlaşılabilirliğin sağlanabilmesi için, ifadelerin düzenlenmesinde destek alınarak, 7 adet soru şeklinde görüşme formu hazırlanmıştır. Bu çalışma kapsamında katılımcıların demografik özellikleri ve konu ile ilgili olarak aşağıdaki soruların yanıtları belirlenmeye çalışılmıştır.

1. Akçakoca'nın yöresel lezzetleri nelerdir?
2. Akçakoca'nın mutfağının çeşitliliği /zenginliğini nasıl değerlendirirsiniz?
3. Yukarı Mahalle pazarında bulunan yiyecek içecek işletmeleri hangileridir? Bu işletmelerin yeterliliğini değerlendiriniz. (Sayı, kapasite, kalite, çeşitlilik vb.) ve pazara gelen ziyaretçilerin ihtiyaçlarını karşılama durumunu değerlendirebilir misiniz?
4. Sizce Akçakoca'ya gelen turistler ne tür yemekleri tercih etmektedirler?
5. Yukarı Mahalle pazarının sahip olduğu mutfak kültürü, Akçakoca için nasıl bir turistik çekicilik unsuru olabilir? Değerlendirebilir misiniz?
6. Sizce Akçakoca'da gastronomi turizminin geliştirilmesi için ne yapılmalıdır?
7. Kadın girişimci olarak herhangi bir sorunla karşılaştınız mı?

Verilerin Analizi

Nitel araştırma yöntemleri insan hayatının anlamı ve deneyim durumlarını anlamaya yöneliktir (Brink, 1991). Nitel araştırmalarda davranıştaki tutarlılığa bakmak yerine, daha çok yapılan gözlemin doğruluğuna bakılmaktadır. Nitel bir çalışmada detaylı alan kayıtlarının alınması, araştırma ekibi tarafından doğru ve kapsamlı bilgi sağlanması, ses ve görüntü kayıtlarının tutulması, resimlerin çekilmesi, katılımcılardan alıntılarının yapılması ve alıntılarının ekleme yapılmadan olduğu gibi sunulması, güvenilirliği artırmaktadır. Bu kapsamda katılımcılardan verilerin değiştirilmeden sunulması ve verilen cevapların birbirlerini destekleyici nitelikte olması, güvenilirliği artırıcı durumdadır (Büyüköztürk, Kılıç-Çakmak, Akgün, Karadeniz ve Demirel, 2008).

Görüşme formu hazırlandıktan sonra ilgili kişilere ön ziyaret gerçekleştirilmiştir. Görüşme formu gösterilerek sorular ve içeriği hakkında tepkiler alınmıştır. Görüşme sırasında elde tutulan notların yanı sıra sesli kayıt sistemi de kullanılmıştır. Araştırmanın veri toplama aşamasında büyük bir titizlikle gerçekleştirilen görüşmelerin sonucunda ulaşılan ham veriler, görüşme dokümanları birçok kez gözden geçirilerek veri kodlama sürecine dâhil edilmiştir. Betimsel yaklaşım kullanıldığı için veriler özgün biçimleri ile bırakılmış; katılımcıların söylediklerinden bazıları doğrudan alıntılar ile aktarılmıştır. Veriler aktarılırken, kadın girişimcilere kod isimler verilmiştir.

Bulgular

Yukarı Mahalle pazarında işletme sahibi olan kadın girişimciler ile yarı yapılandırılmış görüşme formu uygulanarak mülakat yapılmıştır. Katılımcıların sorulara vermiş oldukları cevapları aktarmak ve katılımcıların kişisel verileri koruma kanunu göz önünde tutularak katılımcılar verdikleri cevaplar kodlanarak. K1, K2, K3, K4, K5, K6, K7, K8, K9, K10 olarak atanmıştır. Katılımcıların demografik özellikleri Tablo 1’de verilmiştir.

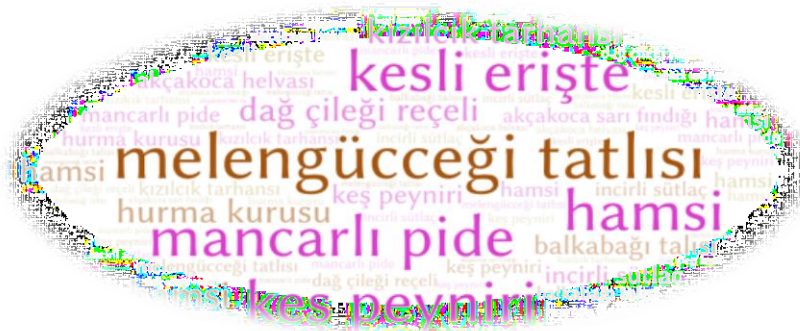
Tablo 1: Katılımcıların demografik özellikleri

Katılımcı	Yaş	Cinsiyet	Eğitim Düzeyi	Görüşme Süresi	İşletmedeki Görevi
K1	38	Kadın	Lise	25 dk	İşletme Sahibi
K2	52	Kadın	Lise	35 dk	İşletme Sahibi
K3	62	Kadın	İlkokul	17 dk	İşletme Sahibi
K4	38	Kadın	Lisans	30 dk	İşletme Sahibi
K5	42	Kadın	İlkokul	32 dk	İşletme Sahibi
K6	35	Kadın	Lise	25 dk	İşletme Sahibi
K7	58	Kadın	Lise	25 dk	İşletme Sahibi
K8	45	Kadın	İlkokul	25 dk	İşletme Sahibi
K9	53	Kadın	İlkokul	17 dk	İşletme Sahibi
K10	47	Kadın	lise	15 dk	İşletme Sahibi

Sürdürülebilir gastronomi kapsamında kadın girişimcilerin rolünü belirlemeye yönelik yapılan çalışma hakkında katılımcıların ifadeleri şu şekildedir.

1.“Akçakoca’nın yöresel lezzetleri nelerdir? ”

Mülakata katılan katılımcılar, “Akçakoca’nın yöresel lezzetleri nelerdir?” sorusuna; melengüçceği tatlısı (9), mancarlı pide (8), keş peyniri ve keşli erişte (6), hamsi (5) ve bunun yansıra dağ çileği reçeli, incirli sütlaç, Akçakoca helvası, balkabağı tatlısı ve hurma kuruşu olarak ifade etmişlerdir. Katılımcılar tarafından en çok ifade edilen lezzetlerin hem coğrafi işaret aldığı, hem de işletmelerin bu ürünleri orijinal ve organik olarak üretmeye devam ettiği dile getirilmiştir.



Şekil 1: Akçakoca’nın yöresel lezzetlerine ilişkin kelime bulutu

Katılımcılar, yerel ürünlerin sürekliliğinin sağlanması için sadece kendi işletmelerinde üretimi ile sınırlı kalmayıp Akçakoca’daki birçok işletmenin bu ürünleri mönülerinde yer vermesinin önemine dikkat çekmişlerdir. Ayrıca bu ürünlerin sürekliliği için Yukarı Mahalle Kooperatifi ve kadın girişimciler tarafından projelerin yapıldığını belirtmişlerdir.

Bazı katılımcıların ifadeleri şu şekildedir:

K3: "Yukarı Mahalle pazarı kurulmadan önce Akçakoca sahil bölgesi olduğu için hediyelik eşyalar satılmaktaydı. Ancak bu işletmeler yöresel yiyecek içecek malzemesi satmıyordu. Onun için yöresel ürünlerimiz çok fazla kimse tarafından bilinmiyordu. Yukarı Mahalle pazarının açılması ile yiyeceklerimizin ve yemeklerimizin kıymeti bilindi. Şimdi herkes bizim mancarlı pidemiz için dükkânımıza geliyor."

K5: "Akçakoca'nın melengücceği tatlısının tanınması amacıyla 3 bin kadının katılım sağladığı bir melengücceği tatlısı şenliği yapıldı."

K6: "Akçakoca'nın mancarlı pidesi kendine özgü. Her yerde gözleme var kültürümüzde. Un olduğu zaman hemen bir gözleme yapılır ama bizim toprağımızdan kaynaklı otlarımız lezzetli ve mancar demek bizim bahçelerimizde bizim toprağımızda yetişen otların genel ismini oluşturuyor. Ispanak, pancar, pazı, kaldirik. Bunların hepsine biz "mancar" diyoruz. Hepsi çok lezzetli otlar. Mevsiminde olan otlar ile yapıyoruz biz. Mancarlı pidemizin öyle bir lezzet kalitesi var ki coğrafi işaret aldı."

K8: "Önceki senelerde mancarlı pidenin tanıtımı içinde yarışmalar yapılırdı. Ama şu an pandemi ile birlikte yarışmalar yapılmıyor. Umarım önümüzdeki seneler tekrar başlarız böyle güzel etkinliklere. Bu etkinlikler bizim yöresel yiyeceklerimizin tanıtımı açısından çok önemli."

2. "Akçakoca'nın mutfağının çeşitliliği/zenginliğini nasıl değerlendirirsiniz? "

Katılımcılar Akçakoca'nın çok zengin bir mutfak yelpazesine sahip olduğunu dile getirmişlerdir. Bu çeşitliliğin nedenlerini büyük şehirlere yakın olması, turizm bölgesi olmasının yanında birçok etnik kökenin aynı anda bu bölge de yaşıyor olmasından kaynaklandığını ifade etmişlerdir. Bu etnik kökenlerin mutfaklarını ise Laz mutfağı (10), Abhaz mutfağı (9), Gürcü mutfağı (8), Manav mutfağı (7) ve Çerkez mutfağı (6) olarak belirtmişlerdir.



Şekil 2: Akçakoca mutfağının çeşitliliği/zenginliğine ilişkin kelime bulutu

Katılımcıların Akçakoca'nın mutfak çeşitliliğini hakkındaki düşüncelerine ilişkin bazı ifadeler aşağıda yer verilmiştir:

K1: "Akçakoca'nın mutfak çeşitliliği fazla. Manav, Laz, Çerkez, Abhaz, Gürcü, gibi birçok etnik grup aynı yerde yaşıyorlar."

K7: "Pazar sayesinde birçok TV çekimi gerçekleşti ve kadın girişimciler sayesinde bilinirlik arttı. Buranın yemek kültürü genellikle otlar ve balıklar üzerinedir. Bölgede istek ve talebe göre lokantalar açıldı. Yöresel ürün yapan yerler var. Laz böreği Akçakoca'da çok tüketilmektedir. Aslı ise Batum'dan gelme."

K2: "Çerkez, Manav, Abhaz gibi etnik gruplar yaşıyor. Normalde Akçakoca çok zengin bir mutfak kültürüne sahiptir. Yeşillik yönünden de çok zengin bir kültüre sahip ama çok fazla teşvik edilmediği ve işletmelerde bu etnik kökenlerin mutfaklarına çok fazla yer verilmediği için kendi içerisinde faaliyet gösteren bir mutfak olmuş. Bu kadar zengin bir mutfak kültürü mahallelerde, köylerde yaşamaya mahkûm bırakılmış. Bu yüzden Akçakoca mutfağı çok fazla tanıtilamamış maalesef."

3. "Yukarı Mahalle pazarında bulunan yiyecek içecek işletmeleri hangileridir? Bu işletmelerin yeterliliği nasıldır? (Sayı, kapasite, kalite, çeşitlilik vb.). Pazara gelen ziyaretçilerin ihtiyaçlarını karşılama durumunu değerlendirebilir misiniz? "

Katılımcılar, pazarda faaliyet gösteren işletmelerin tamamen yöresel ürünlerin hazırlanması üzerine olduğunu ve bu bağlamda faaliyet gösteren işletmelerin ise 7 tane gözlemeci, 2 tane yöresel yemekçi (zeytinyağlı, sarma, dolma vb.), 3 tane tatlıcı şeklinde olduğunu dile getirmişlerdir. Bunun yanı sıra Akçakoca'ya özgü hediyelik ürün satan işletmelerin de olduğunu belirtmişlerdir. Pazarda faaliyet gösteren işletmelerin kapasite ve sayı olarak yeterli olduğunu ve ziyaretçilerin taleplerini karşıladığını ifade etmişlerdir. Bu ifadelerle ilgili bazı katılımcıların görüşleri aşağıda

belirtilmektedir:

K9: “Kapasite yeterli, ilk kurulduğunda sunumların eski geleneksel olması hedeflenmişti. Ama ben sunumların farklı olmasından yanayım çünkü yemeği sunum gösterecek. İnsanlar yöresel yiyelim ama sunumu şık olsun istiyorlar.”

K4: “Kapasitenin yeterli olduğunu düşünüyorum. Biz tamamen el ürünleri yapıp satıyoruz. Hatta bir şarap, viski gurmesi müşteriyi ağırladım. Ev makarnası istedi onun için erişte yaptım. Kapasite yeterli, yemekler yöresel ama müşterinin beklentilerini karşılayabilmek için sunumun güzel olması gerektiği düşüncesindeyim. Gençler pazarı beğeniyor ama iş yemeğe gelince onların istekleri karşılamak için yeni sunumların olması gerekmekte. Bu yüzden ben işletmelerin bu konuda dikkat etmelerini öneriyorum yani yemek yöresel ama sunum farklı olmalı.”

4. “Sizce Akçakoca’ya gelen turistler ne tür yemekleri tercih etmektedirler? ”

Katılımcılar tarafından Akçakoca’ya gelen turistlerin balık yemeyi tercih ettikleri ifade edilmektedir. Ama Yukarı Mahalle açıldıktan sonra, Yukarı Mahallede Akçakoca’nın yöresel yemeklerini de tercih etme yöneliminde oldukları dile getirilmektedir. Bu ifadeye bazı katılımcıların görüşleri şöyle belirtilebilir:

K3: “Akçakoca’ya gelen turistler yöresel yemek yemeyi tercih ediyorlar ama ne yiyeceklerini bilmiyorlar. Burayı gelince öğreniyorlar. Hatta gelenlere ben de rota çiziyorum. Tamamen sorarak öğreniyorlar ve bu sayede pazara geliyorlar.”

K10: “Akçakoca’ya gelen turistler Akçakoca’nın yöresel ürünlerini merak ediyor ve araştırma yapıyor. Örneğin; mancarlı pideyi, melengüççeği tatlısını nerede yiyebilirim şeklinde bir yemek rotası oluşturabiliyor”.

K5: “Öncelikle Akçakoca’ya gelen misafirler balıkçılarda yemek yemek istiyorlar, orada yemek istemeyenler ise muhakkak Akçakoca Mancarlı pidesini yemeye pazara geliyorlar. Bölgeden ayrılmadan önce yöresel ürünlerin satıldığı dükkanlardan dağ çileği reçeli, erişte ve kızılıcak tarhanası gibi yöreye ait ürünleri satın alıyorlar.”

5. “Yukarı Mahalle pazarının sahip olduğu mutfak kültürü, Akçakoca için nasıl bir turistik çekicilik unsuru olabilir? Değerlendirebilirmisiniz?”

Katılımcılar tarafından, Yukarı Mahalle pazarının ziyaret etmenin turistlere, Akçakoca mutfak kültürünü tanımanın yanı sıra Akçakoca’nın doğal güzelliklerini, kültürünü, tarihini öğrenme fırsatı vereceği aynı zamanda denizinin de bilinirliğine katkı sağlayacağı belirtilmiştir. Mahalle pazarının sunduğu imkânlar dâhilinde Akçakoca’nın bir cazibe kenti haline gelebileceği ifade edilmiştir. Pazarın çekicilik unsuru oluşturabilmesiyle ilgili olarak bazı katılımcıların görüşleri şöyle belirtilebilir:



Şekil 3: Akçakoca mutfak kültürü, çekicilik unsuruna ilişkin kelime bulutu

K4: “Son zamanlarda pazarı ziyaret edenlerde bir artış gözlemlendi. Bu artışla birlikte Akçakoca’nın çekicilik unsuru haline gelen pazarın bu çekiliğini kaybetmemesi için sadece hafta sonları değil hafta içi açılması planlanıyor. Kadın girişimciler olarak projelerimiz sadece bununla kalmıyor. Pazarda bulunan tarihi evlerin kullanıma açılması ve pazarın büyümesini amaçlıyoruz.”

K6: “Mahallede faaliyet gösteren kadınlar olarak pazarın daha düzenli olabilmesi için elimizi taşın altına koyuyoruz. Mahalledeki tarihi evlerin yenilenmesi için çalışmalara başladık. Bunun devam edebilmesi için pazarlarımızı bu seneden itibaren ramazan boyunca akşamları açıp, eski ramazan geleneklerimizi yaşatan şenlikler düzenleyip, bunun her sene olmasını sağlayacağız. Bu sayede kültürümüzü yaşatmış olacağız ve buraya gelen ziyaretçilere farklı bir deneyim yaşatmış olacağız.”

K2: “Yöresel yemekler için insanlar hafta sonu buraya gelmektedirler. Yemeklerimiz güzel. Yemeklerimizin tanıtımını geliştirmek için neler yapmalıyız konuşmalarını girişimciler ile yapıyoruz. Burası Türkiye’nin ilk turistik yerlerinden biridir ve birçok film çekimi burada yapılmıştır.”

6. "Sizce Akçakoca'da gastronomi turizminin geliştirilmesi için ne yapılmalıdır"?

Katılımcılar; "gastronominin gelişebilmesi için rehberler rotalarına mahalle pazarını eklemelidir", "işletmeler desteklenmelidir", "reklam yapılmalıdır", "işletmeler orijinalliğini, doğallığını ve kalitesini korumalı ve geliştirmelidir", "etkinlik, festival ve şenlikler yapılmalıdır" ifadelerine yer vermiştir. Bu soru ile ilgili olarak bazı katılımcıların görüşleri şu şekilde belirtilebilir:

K2: "Rehberlerle ile işbirliği içindeyiz mahalle derneği olarak. Akçakoca için denizi üzerinden değil doğası üzerinden bir turizm politikası uygulanabilir."

K7: "Kalite artırılmalıdır, denetleme olmalıdır. Ürünler orijinal olmalı, melengüceği orijinali var ise onunla yapılmalıdır. Reçeteler bir standarda bağlanmalıdır. Bir ürün tescilli ise değiştirilmemelidir."

K1: "Her sunum bir dikkat çekmedir. Ama gelen turistler klasik sunumunu tercih etmektedir. Bunun yanı sıra yöresel ürün takviyesi ile geliştirilebilir."

K5: "Gastronomi turizminin gelişmesi için günümüzde sosyal medyada tanıtımı yapılmalıdır. Ayrıca seyahat acenteleri aracılığıyla turlar düzenlenip, gastronomi rotaları oluşturularak bölgenin tanıtımı yapılmalıdır".

K3: "Gastronomi turizminin gelişmesi için, turizm işletmelerinin yöresel yiyecek ve içecek ürünlerini menülere dâhil ederek, sunum çeşitleriyle zenginleştirerek, turistleri bu bölgeye çekecek yöntemler geliştirmesi gerekiyor."

7. "Kadın girişimci olarak herhangi bir sorunla karşılaştınız mı"?

Katılımcılar, kadın girişimci olarak pazarda faaliyet göstermeye başladıkları zaman çok fazla bir zorlukla karşılaşmadıklarını, bunun nedeninin ise pazarın kuruluş amacının kadınların istihdam edilmesi için projelendirilmesi olduğunu ifade etmektedirler. Bu soru ile ilgili olarak bazı katılımcıların görüşleri şöyledir:

K3: "Akçakocalı olmadığım için ilk etapta kabul görmedim. Sonrasında gelen kişilerin işletmemden memnun olmasından dolayı kabul gördüm. Tek zorluk kabul görmemdeki zorluk oldu."

K6: "Pazarın büyük bir çoğunluğunu kadınlar işletiyor ve büyük bir istihdam sağlandı. İyi ki yapmışım dedim. Gelecek kuşaklara aktarılması lazım yemekler kayboluyor. Bunlar bizim miraslarımız, kültürümüz bu pazar sayesinde yaşıyoruz ve yaşatmaya devam ediyoruz. Hobi ile başlattık keyifle devam ettiriyoruz. Bir zorluk ile karşılaşmadım. Biz Akçakoca'nın tanıtımı için ön planda tutuluyoruz."

SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Yöresel lezzetler gastronomi turizmi açısından önemli bir değer oluşturmuş durumdadır. Yöresel lezzetlerin üretiminin sürdürülebilirliği, yöre halkına ekonomik ve sosyo-kültürel açıdan katkıda bulunmaktadır. Bu sayede hem yöresel lezzetlerin tanıtımı gerçekleştirilmiş olacak, hem de girişimcilere nakit kazanç sağlamış olacaktır. Bu doğrultuda yöre halkının görüşlerinin belirlenmesi, yörenin mutfak kültürü açısından önem teşkil etmektedir.

Araştırmadan elde edilen sonuçlara göre; Akçakoca için ön plana çıkmış olan yöresel lezzetler melengüceği tatlısı, mancarlı pide, keş peyniri, keşli erişte, hamsinin yanı sıra, dağ çileği reçeli, incirli sütlaç, Akçakoca helvası, balkabağı tatlısı ve hurma kurusu şeklindedir. Bu lezzetlerin hazırlanmasında yörede yetişen ürünlerin kullanım durumu ön plandadır. Coğrafi işareti alınmış lezzetlerin bulunması ve menülerde yer verilmesi, gastronomi turizminin sürdürülebilirliğine önem verildiğini göstermektedir.

Birçok etnik kökenli insanların yörede yaşamakta olmaları da, Akçakoca mutfak kültürünün zenginleşmesinde önemli bir unsur oluşturmaktadır. Ancak lezzetlerin oluşturulmasında gerekli olan gıda maddelerinin üretimi açısından potansiyele sahip olmasına rağmen yeterli teşvik görülmediği için kısıtlı kalmış durumdadır.

Katılımcılar tarafından Yukarı Mahalle pazarında bulunan yiyecek-içecek işletmelerinin yeterli sayıda olduğu bildirilmiştir. Bu düşüncenin ortaya çıkmasında girişimcilerin beklentilerinin karşılanma durumlarının ön planda olduğu düşünülmektedir. Müşteri beklentilerinin araştırılıp, bu doğrultuda yapılacak çalışmalar sonucunda, Yukarı Mahalle pazarının durumu daha da geliştirilebilecektir.

Araştırmadan elde edilen verilere göre, Yukarı Mahalle pazarını ziyaret eden kişilerin mutfak kültürünün yanı sıra doğal güzellikleri, kültür ve tarihinin de ön plana çıkabileceği bildirilmiştir. Yöresel yemek sunumlarının, yöre tarihi ve güzelliği ile birleştirilmesine yönelik çalışmalar, yörenin turist çekme özelliğini artırabilecektir. Ziyaret edilmesi için cazibesini artırıcı duruma getirebilecektir. Kültürel olarak yapılabilecek çalışmalarla etkinliklere zenginlik katılabilecektir.

Gastronomi turizminin geliştirilmesi boyutunda, yöreye daha fazla ziyaretçi çekebilmek için rehber rotalarına eklenmek yönünde talepleri bulunmaktadır. Bu sayede daha fazla turist bölgeyi ziyaret edebilecektir. Ürün kalitesinin artırılması durumunda, gastronomi turizmine katkıda bulunacağı düşünülmektedir. Bu doğrultuda öncelikle yörede yetişen ürünler kullanarak yemekler hazırlanması önerilmektedir. Yemeklerde standardı sağlayabilmek adına, yemek

reçeteleri ile yemeklerin hazırlanması gerektiği düşünülmektedir. Bu uygulama ile yemek kalitesi ve lezzeti açısından standardizasyon sağlanabilecektir.

Yukarı Mahalle pazarında çalışmakta olan kadınların karşılaştıkları zorluklar incelendiğinde, pazarın çoğunluğunda kadınların çalışmakta olduğundan dolayı bir zorlukla karşılaşmadıkları bildirilmiştir. Yalnız bu yöreye dışarıdan gelmiş olmaktan kaynaklı, ilk dönemlerde dışlanma sorununun yaşandığı bildirilmiştir. Bu durumun ortaya çıkma nedeninin yöresel düzeyde Gastro Milliyetçilik düşüncesinden ortaya çıktığı düşünülmektedir.

Bu çalışma sonunda elde edilen veriler ışığında; yerel yöneticilere ve bölgedeki diğer paydaşlara, gastronomi turizminin gelişmesi ve sürdürülmesi için şu önerilerde bulunulabilir:

- Yöresel lezzetin oluşturulmasında öncelikle yörede yetişmekte olan gıdalar kullanılmalıdır.
- Coğrafi ve iklim koşulları çerçevesinde, yetiştirilen ürün miktarı ve çeşitliliğini artırmaya yönelik çalışmalar gerçekleştirilmelidir.
- Müşterilerin beklentisi doğrultusunda, yemeklerin cazibesini artırabilmek adına sunum çalışmaları yapılmalıdır.
- Yemeklerin hazırlanmasında tat farklılıklarının önüne geçebilmek için, yemeklere ilişkin reçeteler hazırlanarak, standardizasyon sağlanmalıdır.
- Yöreye daha fazla turist çekebilmek için tur operatörleri ile işbirliği yapılmalıdır. Bunun dışında reklam çalışmaları ile yöreye turist çekebilme çalışmaları desteklenmelidir.
- Girişimcileri desteklemek ve sürdürülebilirlik için kolaylıklar (vergi muafiyeti, elektrik, su ısınma, teşvik ödeneği vb.) sağlanmalıdır.

Bu çalışmanın bazı kısıtları bulunmaktadır. Bu çalışma küçük bir bölge ile sınırlı kaldığından benzer amaca hizmet edecek çeşitli bölgelerde yapılacak farklı çalışmalara ihtiyaç bulunmaktadır. Akçakoca'yla ilgili yapılacak gelecek çalışmalarda ise Akçakoca Yukarı Mahalle pazarını ziyaret eden turistlerin gastronomik ürün deneyimlerinden beklentileri ve pazar alanında faaliyet gösteren işletmelerden memnun kalma durumları konuları üzerine odaklanılabilir.

KAYNAKÇA

Akdağ, G. ve Üzülmöz, M. (2017). Sürdürülebilir gastronomi turizmi kapsamında otantik yiyeceklere yönelik bir inceleme, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*. 5/Special issue 2, 301-309.

Akdağ, G., Özata, E., Sormaz, Ü.ve Çetinöz, B.C. (2016). Sürdürülebilir gastronomi turizmi için yeni bir alternatif: surf&turf. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 4 (1): 270- 281.

Akgül Özdemir S. (2020). Turizmde toplumsal cinsiyet eşitliği ve kadınların güçlendirilmesi ile mutluluk endeksi arasındaki ilişki. *Turizm ve Araştırma Dergisi*. 9(2):160-178.

Aslan, Z., Güneren, E. ve Çoban, G. (2014). Destinasyon markalaşma sürecinde yöresel mutfağın rolü: Nevşehir örneği, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2 (4), 3-13.

Başaran, H. & Irmak, E. (2022). Devrek'te yerel ürün üretimi ve yerelde kadın girişimciliğinde kooperatiflerin yeri. *Ahi Evran Akademi* , 3 (1) , 19-31 .

Boyacıoğlu, E. Z. (2019). Kırsal turizmde kadın girişimciliği: Edirne örneği. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 4(2), 82–90.

Brink, P. J. (1991). Issues of reliability and validity. In J. M. Morse (Ed.), *Qualitative nursing research: A contemporary dialogue* (pp. 164-186). Newbury Park, CA: Sage.

Büyüköztürk, Ş., Kılıç-Çakmak, E., Akgün, Ö., Karadeniz, Ş., & Demirel, F. (2008). Bilimsel araştırma yöntemleri.

Cejudo, A., Patterson, I. ve Leeson, G.W. (2019). Senio foodies: a developing niche market in gastronomic tourism. *International Journal of Gastronomy and Food Science*. 16: 100152

Dağlı, Z. (2018). Sürdürülebilir turizmin gelişimine yönelik yerel halkın tutumlarını incelemeye ilişkin bir araştırma: Akçakoca destinasyonu. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 15 (3) , 603-619.

- Durlu-Özkaya, F., Sünnetçioğlu, S. ve Can, A. (2013). Sürdürülebilir gastronomi turizmi hareketliliğinde coğrafi işletmelerin rolü. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1(1), 13-20.
- Düzce İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, <https://duzce.ktb.gov.tr/TR-283477/akcakoca-yukari-mahalle-yoresel-pazari.html> (10.05.2021).
- Fidan F. ve Nam D, (2012), Kırsal turizmde yeni dinamikler: kadın girişimciliği Taraklı örneği, KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 14 (23): 51-57.
- Gillespie, C. ve J. A. Cousins (2001), *European Gastronomy into the 21st Century*, Routledge.
- Işıldar, P. (2016). Sürdürülebilirlik ve Gastronomi, içinde H. Kurgun, ve D. B. Özşeker (ed.) *Gastronomi ve Turizm*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Karasar, N. (2005). *Bilimsel Araştırma Yöntemi* (15. Bs.). Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Kazançoğlu, İ. ve Dirsehan, T. (2016). Sosyal inovasyon ile sakin şehirlerarasındaki ilişkinin sosyal girişimciler açısından incelenmesi. *Ege Stratejik Araştırmalar Dergisi, Özel sayı*, 135-161.
- Kozak, M. (2015). *Bilimsel Araştırma: Tasarım, Yayım ve Teknikleri*. 2. Baskı, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Lang, M., Stanton, J., & Qu, Y., (2014). Consumers' evolving definition and expectations for local foods. *British Food Journal*, 116 (11), 1808-1820.
- McKrecher, B. (2008). The implicit effect of distance on tourist behavior: a comparison of short and long haul pleasure tourists to Hong Kong. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 25(4), 367-381.
- Mesci, Z. , Mesci, M., Karagöz, A. ve Özgenç, C. (2018). Kadın girişimcilerin bölgesel kalkınmada rolü: Akçakoca ilçesi örneği. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21 (39) , 387-412.
- Özen, İ. A., Karadeniz, G. ve Zaro, E., (2022). Kadın girişimci restoranlar ve turist tercihlerinin belirlenmesi: Kapadokya örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 10(3), 2314-2326.
- Rand, G. D. ve Heath, E. (2006). Towards a framework for food tourism as an element of destination marketing. *Current Issues in Tourism*, 9(3), 206-234.
- Scarpato, R. (2002). Sustainable gastronomy as a tourist products. A. Hjalager ve G. Richards (ed.) *Tourism and Gastronomy içinde* (ss.51-70). London and NewYork: Routledge.
- Serinikli, N. (2019). Kırsal alandaki mikro kadın girişimcilerin kooperatifleşmeye karşı tutumları: Agro-Turizm Kadın Kooperatifleri. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 14 (1) , 45-57.
- Swarbrooke, J. (1999), *Sustainable Tourism Management*, UK: CABI Publishing.
- Şimşek, A. ve Yıldız, S. (2020). Türklere özgü içkilerin gastronomi turizmi açısından incelenmesi, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(1), 684- 699.
- Tamer, M. ve Alaeddinoğlu, F. (2022). Cittaslow hareketinde kadın girişimciler: Seferihisar örneği. *Coğrafi Bilimler Dergisi*, 20(2), 500-527.
- Yılmaz, İ ve Akay, E. (2020). Gastronomi Sektöründe Kadınların Durumunu Değerlendirilmesi. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 10(2), 81–86.
- Yurtseven, H. R. (2011). Sustainable gastronomic tourism in Gökçeada (Imbros): Localand authentic perspectives, *International Journal of Humanities and Social Science*, 1(18), 17-26.
- Zağralı, E. ve Akbaba, A. (2015). Turistlerin destinasyon seçiminde yöresel yemeklerin rolü: İzmir yarımadası'nı ziyaret eden turistlerin görüşleri üzerine bir araştırma, *Journal of Yaşar University*, 10(40), 6633-6644.
- Zengin B. ve Şeyhanlıoğlu H. (2019). Destinasyon pazarlamasının yerel kalkınmaya etkileri: Şanlıurfa örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(4), 2977- 2992.