

Yapay Zekâ Teknolojilerinin Gastronomi Turizminde Kullanımı: ChatGPT Örneği

Salim İbiş^{1**} 

¹ İstanbul Galata Üniversitesi, Sanat ve Sosyal Bilimler Fakültesi, İstanbul, Türkiye, salim.ibis@galata.edu.tr, ORCID: 0000-0002-2404-9218

Öz

Yapay zekâ araçları neredeyse her sektörde kabul görmeye ve kullanılmaya başlanmıştır. ChatGPT ortaya çıktığından bu yana pek çok alanda önemli değişimlere ve dönüşümlere yol açan her geçen gün gelişmeye devam eden bir yapay zekâ teknolojisidir. Yapay zekâ teknolojisinin gastronomi turizminde de önemli ölçüde değişimlere neden olma potansiyeline sahip bir teknoloji olduğu düşünülmektedir. Bu kapsamda araştırmanın amacı, ChatGPT gibi yapay zekâ teknolojilerinin gastronomi turizminde olası kullanım alanlarını keşfetmek, sunduğu fırsatları tespit etmek, yol açabileceği sorunları ve potansiyel hataları ortaya koymak, sektörün dijital dönüşümünde bu teknolojilerin rolünü değerlendirmektir. Bu çerçevede araştırmada öncelikle yapay zekâ, turizm ve gastronomi turizmi ilişkisine değinilmiş, ardından sektördeki güncel gelişmeler ve bilimsel alandaki yeni araştırmalar ile uyumlu olarak ChatGPT'ye gastronomi turizmine ilişkin sorular yöneltilmiştir. Araştırmanın gastronomi turizminde ChatGPT kullanımı konusunu ele alan öncü bir çalışma olması açısından önem taşıdığı söylenebilir. Çalışmada nitel araştırma yönteminden faydalanılarak ChatGPT'ye sekiz soru yöneltilmiş, alınan cevaplar literatürdeki bilgiler ile sentezlenerek açıklanmıştır. Araştırma sonucunda; yapay zekâ araçlarının, destinasyon yöneticilerinin güçlü ve zayıf yanlarını öğrenme, fırsatları keşfetme, kişiselleştirilmiş ürün ve hizmet sunumuna gitme, trendleri yakalamak ve destinasyonlarda sürdürülebilirliği sağlamak için fırsatlar sunarken, gastronomi turistleri için seyahat öncesinde ve seyahat esnasında yemek ve restoran önerileri, gezi planlamaları, etkinlik önerileri, dil tercümeleme, yöresel ürün bilgisi gibi pek çok konuda bilgi ve fikir sunduğu, ancak bazı konularda ChatGPT'nin hatalı bilgiler ürettiği görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Yapay Zekâ, ChatGPT, Gastronomi Turizmi

The Use of Artificial Intelligence Technologies in Gastronomy Tourism: The ChatGPT Example

Abstract

Artificial intelligence tools have begun to be accepted and used in almost every sector. ChatGPT is an artificial intelligence technology that has been developing day by day, causing significant changes and transformations in many areas since its emergence. It is thought that artificial intelligence technology has the potential to cause significant changes in gastronomy tourism. In this context, the aim of the research is to discover the possible areas of use of artificial intelligence technologies such as ChatGPT in gastronomy tourism, to identify the opportunities it offers, to reveal the problems and potential errors it may cause, and to evaluate the role of these technologies in the digital transformation of the sector. In this context, the research first touches on the relationship between artificial intelligence, tourism and gastronomy tourism, and then, in line with current developments in the sector and new scientific research, questions regarding gastronomy tourism were directed to ChatGPT. It can be said that the research is important in terms of being a pioneering study addressing the use of ChatGPT in gastronomy tourism. In the study, eight questions were asked to ChatGPT using the qualitative research method, and the answers received were explained by synthesizing them with information in the literature. As a result of the research; while artificial intelligence tools provide opportunities to learn the strengths and weaknesses of destination managers, discover opportunities, offer personalized products and services, catch up with trends and ensure sustainability in destinations, it was seen that they provide information and ideas on many subjects such as food and restaurant recommendations, trip planning, event suggestions, language translations, and local product information for gastronomy tourists before and during their travels, and it was also seen that ChatGPT produced incorrect information on some subjects.

Keywords: Artificial Intelligence, ChatGPT, Gastronomy Tourism

önerilen atf/cite this article as

İbiş, S. (2025). Yapay Zekâ Teknolojilerinin Gastronomi Turizminde Kullanımı: ChatGPT Örneği. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 9(1), 109-131.

**Sorumlu yazar e-posta/ Corresponding author e-mail: salim.ibis@galata.edu.tr

Araştırma Makalesi

Cilt 9, Sayı 1, 2025
ss. 109-131

Gönderim : 18.07.2024
1. Düzeltme: 13.09.2024
Kabul Tarihi: 12.10.2024

Research Article

Vol 9, No 1, 2025
pp. 10-131

Received : 18.07.2024
Revision1: 13.09.2024
Accepted: 12.10.2024

GİRİŞ

Yapay zekâ, ekonomik büyümeyi yönlendirme ve endüstrileri dönüştürme gücü nedeniyle tüm dünyada neredeyse her sektörde oldukça fazla ilgi görmektedir. Turizm endüstrisi açısından bakıldığında da yapay zekâ teknolojileri hem tedarikçilere hem de tüketicilere çeşitli avantajlar sunabilmektedir (Huang, Chao, Velasco, Bilgihan & Wei, 2022). Son yıllarda teknolojiye gelişmeler turizm endüstrisinde devrim niteliğinde yenilikler ortaya çıkarmaktadır. Gelişen teknoloji, tüketiciler için daha etkili bir tatil planlaması yapmak, daha iyi deneyimler yaşamak, üreticiler için ise daha etkili hizmetler planlamak ve sunmak için çeşitli olanaklar sağlamaktadır (Calvaresi, Ibrahim, Calbimonte, Schegg, Fragniere & Schumacher, 2021). Günümüzde hızla yaşanan dijital dönüşümü artık bir lüks olarak görmek mümkün değildir. Bu dönüşüm kurumların, kuruluşların, işletmelerin son trendleri ve müşteri taleplerini takip edebilmek için bir zorunluluk olduğu bir gerçektir.

Yapay zekâ denildiğinde ilk akla gelen uygulamalardan birisi de Chat Generative Pre-trained Transformer (ChatGPT)'dir. ChatGPT San Francisco merkezli bir teknoloji ve araştırma şirketi olan OpenAI tarafından geliştirilmiş ve Kasım 2022'de kullanıma sunulmuştur (Vanian, 2022). İnsan benzeri metin üretmek için büyük miktarda metin verisi üzerinde geliştirilen GPT (Generative Pre-trained Transformer) yapay zekâ modellerinden birisidir. Dil çevirisi, metin özetleme, soru cevaplama ve ayrıca sohbet robotu uygulamaları gibi çeşitli doğal dil işleme görevleri için kullanılabilir. OpenAI, kitaplar, haber makaleleri, web siteleri dahil olmak üzere büyük miktarda metin ve veri üzerinden makine öğrenimi algoritmalarını kullanarak bilgi üreten bir teknoloji modelidir (Cooper, 2023).

ChatGPT, anlama, konuşma, etkileşime girme, soruları yanıtlayabilme, geçmiş bilgileri hatırlayabilme gibi yeteneklerle donatılmış bir yapay zekâ teknolojisidir (Sökmen, Arıcı & Çalışkan, 2024). ChatGPT gibi yapay zekâ temelli uygulamalar düşünme, davranma ve yaşam biçimine yönelik devrim niteliğinde değişimler ortaya çıkarmıştır. ChatGPT, müşteri ilişkilerinin geliştirmesini, müşteri hizmetlerinin etkin yönetilmesini, müşteri isteklerini kişiselleştirmesini, maliyet etkinliğini, tüketici davranışlarına ilişkin gelecek öngörülerini ve pazarlama çabalarını etkilemektedir (Paul, Ueno & Dennis, 2023). Konu ile ilgili yapılmış araştırmalar ChatGPT'nin turizm endüstrisine fayda sağlayabileceğini göstermektedir (Carvalho & Ivanov, 2023). ChatGPT doğru şekilde kullanıldığında, doğru sorular yöneltildiğinde, hızlı çözümler sunabilmekte, turizm deneyiminin kalitesini artırabilmektedir. Turistlerin seyahat planları oluşturmalarına, ulaşım seçeneklerinin belirlenmesine ve fiyat konusunda ön bilgi edinilmesine yardımcı olabilmektedir (Dwivedi, Pandey, Currie & Micu, 2024; Wong, Lian & Sun, 2023).

Gastronomi turizminde deneyim, giderek daha önemli bir unsur haline gelmektedir (Richards, 2021). Artan bu deneyim arayışı sürecinde yapay zekâ teknolojileri de tüketicileri yönlendirmekte, ya da tüketiciler bu teknolojik olanaklardan faydalanmakta ve tüketicilerin daha rasyonel kararlar almaları söz konusu olabilmektedir. Bu noktada ChatGPT tüketiciler için son derece kullanışlı bir araç

olmaya başlamıştır. Turizm faaliyetlerinde turistler seyahat öncesi, seyahat esnası ve seyahat sonrasında bu teknolojiye yararlanabilmektedir. Destinasyonda ziyaret edilecek yerlerin yapısı, tarihi, kültürü, dokusu ve yerel yemekleri konusunda kolaylıkla bilgi edinebilmektedir (Gursoy, Li & Song, 2023). Turistler destinasyon seçiminde, güzergâh planlamasında, otel ve restoran seçiminde, destinasyonlardaki özgün lezzetleri keşfetmede kolaylıkla ChatGPT'den faydalanabilmektedir. Bundan önce yapılmış bazı araştırmalar gastronomi turizminin geleceğinde teknolojinin rolüne vurgu yapılmaktadır (Fusté-Forné & Jamal, 2020; Okumus, 2021). Turizm ve gastronomide artan teknoloji odaklı yaklaşımlar bu alanda yeni araştırmalara da zemin hazırlamaktadır. Gastronomi turizminin geleceği bu teknolojiler ışığında şekilleneceği düşünüldüğünde destinasyonların tanıtım ve pazarlama stratejilerini de bu yönde güncellemeleri gerekecektir.

Son zamanlarda yapay zekâ ile ilgili araştırmalar artış gösterse de Türkiye'de gastronomi turizmine ilişkin çalışmalar sınırlıdır. Carvalho & Ivanov'un (2023) yaptıkları araştırma ChatGPT'nin turizm endüstrisindeki etkisini inceleyen ilk çalışmalardan biridir. Çalışmada yapay zekâ araçlarının dil konusunda kolaylıklar sağladığına, ön büro operasyonlarında müşteri hizmetlerini kolaylaştırdığına ve diğer operasyonlarda üretkenliği verimliliği artırmaya katkıda bulunduğuna vurgu yapılmıştır. Ivanov & Soliman (2023) farklı disiplinlerde ChatGPT kullanımının yaygın bir şekilde kullanıldığına, turizm alanında ise henüz sınırlı kullanıldığına vurgu yapılmaktadır. Ulusal literatürde yapay zekâ turizm ve yapay zekâ gastronomi eğitimi gibi konularda çeşitli çalışmalar bulunmakla birlikte (Akpur, 2023; Çiçekdağı, 2024; Çolak, 2023a; Çolak, 2023b; Değerli & Tatlısu, 2023; Erul & Işın, 2023; Genç, 2023; Göktaş, 2023; Türkoğlu & Yılmaz 2022; Yiğit, 2023) yapay zekâ ve gastronomi turizmi konusunu ele alan çalışmalara rastlanmamıştır. Buradan yola çıkarak bu çalışmada öncelikle turizm endüstrisinde yapay zekâ kullanımına değinilmiş, ardından gastronomi turizmi çerçevesinde yapay zekâ kullanımı ele alınmıştır. Daha sonra ChatGPT'ye Türkiye'nin gastronomi turizmine ilişkin bazı sorular yöneltilmiş alınan cevaplar gastronomi turizmi literatürü ile sentezlenerek açıklanmıştır. Bunun sonucu ortaya çıkan bulgulardan yola çıkarak değerlendirmeler yapılmış ve bazı öneriler sunulmuştur. Bu yaklaşımla ortaya çıkan bulgular ile hem sektörel hem de akademik anlamda yenilikçi ve güncel bir bakış açısının kazandırılması amaçlanmıştır. Çalışmada, günümüzde en çok öne çıkan yapay zekâ teknolojilerinden biri olarak kabul edilen ChatGPT üzerinden yapay zekânın gastronomi turizmi konusunda potansiyel yeteneklerinin incelenmesi, kullanım alanlarının tespit edilmesi, ilgili alana yönelik ortaya çıkan fırsatların belirlenmesi ve bu teknolojinin beraberinde getirdiği risklerin tartışılması amaçlanmıştır.

Kavramsal Çerçeve

Yapay Zekâ, Turizm ve Gastronomi Turizmi

Yapay zekâ kavramı ilk kez 1956 yılında McCarthy tarafından kullanıldığı bilinmektedir (Özgen & Tiryaki, 2024; Yılmaz, 2023). McCarthy (2004), yapay zekâyı akıllı makineler, akıllı bilgisayar programları yapmak için kullanılan bilim ve

mühendislik dalı olarak açıklamaktadır. Yapay zekâ doğal yollarla değil, insanlar tarafından belli bir şekilde tasarlanması üretilmesi sonucu ortaya çıkan durumu ifade etmektedir (Fetzer, 1990). Yapay zekâ bilgisayar sistemlerinin karmaşık problemleri çözmeye, öğrenme, karar verme ve insan benzeri yetenekleri sergileyebilme yeteneğini ifade eder (Hassabis, Kumaran, Summerfield & Botvinick, 2017). Akıl yürütme (bilgiden yeni bilgi çıkarma), öğrenme (deneyimlerden bilgi edinme) ve eylem (çevre üzerinde bir etki yaratma) yapay zekâyı oluşturan temel kavramlardır (Kılınç, 2023).

Chat Generative Pre-Trained Transformer (ChatGPT), OpenAI tarafından geliştirilen, 30 Kasım 2022 tarihinde kullanıma açılan ve kullanıma açılmasından beş gün sonra yaklaşık bir milyon kullanıcıya, iki ay sonra ise yaklaşık yüz milyon kullanıcıya ulaşan bir yapay zekâ aracıdır (Eriç, Özgür, Asker & Bekiroğlu, 2024). ChatGPT bu alanda öne çıkan ve en yaygın yapay zekâ aracıdır.

ChatGPT'nin yetenekleri hukuktan tıba, matematikten finansa, akademik makale yazımından dil çevirisine kadar uzanmaktadır (Kabak & Kırbaş, 2023). Jeblick vd. (2022) tarafından yapılan çalışmada ChatGPT gibi yapay zekâ teknolojilerinin sağlık alanında tıbbi konularda, klinik ortamlarında, hasta iyileştirme süreçlerinde önemli bir potansiyele sahip olduğu ifade edilmiştir. Eriç, vd. (2024), sağlık alanında; tıp eğitimi, onkoloji, radyoloji, patoloji, anestezi, cerrahi, tıbbi araştırmalar gibi pek çok konuda ChatGPT'nin kullanıldığına değinmişlerdir. Bir diğer araştırma ChatGPT'nin kişiselleştirilmiş geri bildirim sunduğu, özelleştirilmiş ders planlamasını kolaylaştırdığını ve bireyselleştirilmiş öğrenme deneyimleri aracılığıyla dil yeterliliğini artırdığını ortaya koymaktadır (İnci Kavak, Evis & Ekinci, 2024). Aktay, Gök & Uzunoglu (2023) tarafından eğitimde ChatGPT kullanımına ilişkin yapılan araştırmada öğrencilerin ChatGPT'yi öğrenimde kullanmayı ilgi çekici ve eğlenceli buldukları görülmüştür. Yine kütüphanelerde ChatGPT uygulamaları konusunda yapılan çalışmada kütüphane ve bilgi yönetimi performansı hakkında altı açık uçlu soru yöneltilmiş, ChatGPT'nin kütüphaneler ve kullanıcıları için yararlı bir araç olduğu bulgusuna ulaşmıştır (Ali, 2024). Yapay zekâ, birçok alanda verimliliği, üretkenliği, etkinliği büyük ölçüde artırma, yeni keşiflere ve iç görümlere yol açma ve geleceği şekillendirme potansiyeline sahip olduğu görülmektedir (Alshater, 2022).

ChatGpt, turizm sektörünü yakından etkileyen en son teknolojik gelişmelerden birisi olarak da değerlendirilmektedir. ChatGPT, turizm faaliyetlerinin yönetiminde çok yönlü faydalar sağlama potansiyeline sahip bir teknolojidir (Sigala, vd., 2024). Turizm endüstrisi içerisinde hangi noktalarda yapay zekanın kullanıldığına ilişkin literatürde yapılan araştırmalar incelendiğinde; konaklama işletmelerinin başta operasyon olmak üzere ön büro ve diğer farklı departmanlarında (Carvalho & Ivanov, 2023), seyahat planlarının, ürün ve hizmetlerin kişiselleştirilmesinde (Gursoy, Li & Song, 2023), bilet rezervasyon işlemlerinde (Gupta, Mufti, Sohail & Madsen, 2023), rekreasyonel faaliyetlerde (Çolak, 2023a), seyahat danışmanlığında (Akpur, 2023), mutfakta ve sağlıklı beslenmede (Türkoğlu & Yılmaz, 2022), vejetaryen beslenmede (Göktaş, 2023), tatil rotası belirlemede (Çiçekdağı, 2024), gastronomi eğitiminde (Yiğit, 2023), yemek yapımında (Değerli & Tatlısu, 2023) kullanıldığına ilişkin çalışmalara rastlanmaktadır.

Çolak (2023b) yapay zekanın turizm endüstrisinin istihdam yapısı üzerindeki etkisini incelemek için ChatGPT'yi görüşmeci olarak kullandığı çalışmada, yapay zekanın turizm sektörüne entegre edilmesi ile birlikte iş memnuniyetini ve bağlılığı artırma, daha bilinçli kararlar alma, iş yükünü azaltma, daha etkili iş stratejileri ve hizmet teklifleri formüle etme gibi avantajları yansira iş kaybı, iş uyumsuzluğu, beceri açığı, yeniden beceri edinme zorlukları ve kimlik kaybı gibi konularda potansiyel olumsuz etkilerinin olabileceğini belirlenmiştir. Akpur (2023) yaptığı araştırmada ChatGPT'nin farklı bütçelerde tatil önerileri sunma potansiyelini ve kalıplarını incelemiş, ChatGPT'nin seyahat, konaklama ve yeme içme konusunda farklı bütçelere uygun kişiselleştirilmiş yanıtlar sunma yeteneğine sahip olduğu görülmüştür. Benzer şekilde Göktaş (2023) ChatGPT'nin vejetaryen diyetlere uygun menüler oluşturma yeteneğini test etmiştir. Araştırma sonucunda ChatGPT'nin bazı yanıtlarda hata yapmış olsa da bu alanda önemli bir potansiyeli olduğu kanısına varılmıştır.

Özer & Bayram (2024) ChatGPT ve turizm konulu araştırmalarında ChatGPT'nin operasyonlarda, pazarlama faaliyetlerinde ve sürdürülebilirlikte olumlu etkiler oluştururken, etik, mahremiyet ve güvenlik gibi konularda olumsuz etkilere neden olduğunu ortaya koymuşlardır. Erul & Işın (2023) ChatGPT'nin turizm alanına; tüketici deneyimini artırma, hizmet kalitesini geliştirme, verimliliği artırma, bilgi sağlama, veri analizi yapma, önerilerde bulunma, yaşanan sorunlara çözüm bulma gibi pratik katkıları olabileceğini ileri sürmektedir. Bunun yanında destinasyon pazarlamasında yeni bilgiler ve yeni fikirler edinme gibi amaçlarla da kullanılabilir.

Yapay zekanın turizmdeki en yaygın kullanımlarından biri, müşteri hizmetleri ve etkileşimi alanındadır. Sohbet robotları ve sanal asistanlar, turistlerin sıkça karşılaştığı soruları yanıtlayarak ve rezervasyon işlemlerini kolaylaştırarak hizmet sunmaktadır. Örneğin, yapay zekâ destekli sohbet robotları, otel rezervasyonları, uçuş bilgileri ve turistik mekanlar hakkında misafirlere anında bilgi sağlayabilmektedir (Ivanov & Webster, 2017). Bu teknolojiler, günün her saati hizmet sunarak müşteri memnuniyetini artırmakta ve insan çalışanların yükünü hafifletmektedir.

Yapay zekâ, turizm sektöründe büyük veri analitiği yoluyla müşteri davranışlarını ve tercihlerini analiz ederek daha kişiselleştirilmiş hizmetler sunma yeteneğine sahiptir. Özellikle, yapay zekâ algoritmaları turistlerin geçmiş seyahat verilerini analiz ederek, gelecekteki seyahatleri için önerilerde bulunabilir ve pazarlama stratejilerini optimize edebilir (Liu, Mehraliyev, Liu & Schuckert, 2018). Casidy, Wymer & O'Cass (2018) tarafından yapılan çalışmada, yapay zekâ algoritmalarının turistlerin seyahat alışkanlıklarını tahmin ederek bir destinasyonun yeni pazarlama kampanyaları geliştirmesine ve yeni ürünler sunmasına yardımcı olduğunu göstermiştir. Bu durum, destinasyonlarda turistlerin ihtiyaçlarına daha uygun teklifler sunulmasını onların deneyimlerinin zenginleştirilmesini sağlamaktadır. Bu noktada yapay zekâ, destinasyon yöneticileri ve pazarlamacıları için çeşitli fırsatlar sunduğu söylenebilir.

Yapay zekanın tahmin ve öngörü yetenekleri, turizm talebini ve müşteri trafiğini önceden tahmin etmeye yardımcı olarak işletmelerin ve destinasyonların stratejik kararlar almasına olanak tanımaktadır. Yapay zekâ tabanlı tahmin modelleri, otel

doluluk oranlarını, uçuş taleplerini ve sezonluk turizm trendlerini öngörerek kaynakların daha verimli kullanılmasını ve doğru stratejilerin uygulanmasını sağlamaktadır (Huang, 2014). Lithgow, Martínez, Gallego-Fernández, Silva & Ramírez-Vargas (2019) tarafından yapılan araştırmada, yapay zekâ algoritmalarının uçak bileti fiyatlarını talep ve rekabete göre optimize ederek bir havayolu şirketinin gelirlerini önemli ölçüde artırdığını göstermiştir. Bu yönü ile yapay zekâ turizm destinasyonlarındaki politika planlayıcılarına ve işletmecilere yol gösterebilir niteliktedir. Ivanov & Soliman'a (2023) göre ChatGPT önümüzdeki on yılda turizm eğitimi ve araştırmalarını derinden etkileyecek olan yapay zekâ tsunamisinin öncüsü niteliğindedir. Bugüne kadarki hiçbir sanal asistan ve sohbet robotunun hiçbiri ChatGPT kadar verimli ve kullanıcı olamamıştır.

Turizmde gastronomik varlıklar, turistler için en önemli cazibe unsurlarından birini temsil eder (Ellis, Park, Kim & Yeoman, 2018; Fusté-Forné & Jamal, 2020). Gastronomik deneyimler turizm için motivasyon, deneyim ve memnuniyet kaynağıdır (Richards, 2021). Ayrıca destinasyonların rekabet gücünü artırır (Knollenberg, Duffy, Kline & Kim, 2020). Gastronomi turizmi, ekonomik kalkınmaya, kültürel mirasın yaşatılmasına, yerel ve otantik lezzetlerin sürdürülebilirliğine katkı sağlar. Tüm bunların yapay zekâ alanındaki gelişmelerden etkilenmemesi kaçınılmaz görünmektedir. Diğer yandan yapay zekâ temelinde geliştirilen teknolojiler ile turistlerin buldukları yerden dünyanın farklı yerlerindeki mutfak kültürlerini tanımalarına olanak sağlayan uygulamalar da bulunmaktadır. Kullanıcıların 360 derecelik panoramik görüntüler ve interaktif öğeler sayesinde farklı ülkelerdeki restoran atmosferlerini deneyimleyebilmekte ve mutfak kültürlerini öğrenebilmektedir.

YÖNTEM

Araştırmanın temel amacı, gastronomi turizmi açısından yapay zekanın rolünü ortaya koymak hem destinasyonlardaki yönetici ve işletmeciler hem de gastronomi turistlerinin bu araçlardan yararlanabileceğini göstermek, yapay zekâ ile birlikte bu alanda ortaya çıkan değişim ve dönüşümleri ele almaktır. Bu amaç doğrultusunda araştırmada sosyal olguları gerçekçi ve kapsamlı bir çerçevede incelemeye ve anlamaya öncelik veren bir yaklaşım olan nitel araştırma yönteminden faydalanılmıştır. Araştırmada yarı yapılandırılmış görüşme tekniğine benzer bir yaklaşım benimsenerek ChatGPT'ye sorular yöneltilmiştir. ChatGPT, kullanıcıların sorularını ve gelen yanıtları sohbet yoluyla etkileşim kurmayı amaçlamaktadır (Rospigliosi, 2023). ChatGPT'ye Türkiye'nin gastronomi turizmine ilişkin yöneltilen sorular hazırlanırken Fusté-Forné & Orea-Giner (2023) tarafından yapılmış olan çalışmadan faydalanılmıştır. Sorular çalışmanın amacı ve sınırlılıkları göz önünde bulundurularak uzman görüşü de alınarak çalışmaya uyarlanmıştır. Bu kapsamda araştırmanın amacına uygun olarak ChatGPT'nin gastronomi turizmine yönelik bilgisi, Türkiye'nin gastronomi turizmine ilişkin çıkarımları, gastronomi turistleri üzerindeki rolü, gastronomi turizmi pazarlamasındaki yeri hakkında fikir toplamak için görüşmeci olarak ChatGPT kullanılmıştır. Bu tür bir araştırma yöntemi, yeni

teknoloji ve olguların keşfedilmesinde ve konu hakkında bilgi eksikliği olduğu durumlarda kullanılır (Creswell, 2003). Benzer yöntem Chen (2023) ve Kirtania & Patra (2023) tarafından da kullanıldığı gibi turizm alanında benzer konuları ele alan pek çok çalışmada da kullanılmıştır (Carvalho & Ivanov, 2023; Çolak, 2023a; Çolak, 2023b; Erul & Işın, 2023; Fusté-Forné & Jamal, 2020; Genç, 2023). Literatüre dayalı bir çalışma olması ve verilerin interaktif bir biçimde elde edilmiş olmasından dolayı etik kurul onayı gerektiren bir çalışma değildir.

Araştırma kapsamında <https://chatgpt.com/> sorgu ekranına girilerek ChatGPT'ye sekiz soru yöneltilmiştir. Alınan cevaplar tablolaştırılmıştır. Bu doğrultuda elde edilen bulgular literatürdeki bilgiler ile karşılaştırılarak açıklanmıştır. Yöneltilen sorular aşağıda yer almaktadır:

- Türkiye'nin gastronomi turizmi açısından güçlü ve zayıf yanları nelerdir?
- Farklı bir ülkeden Türkiye'ye seyahat edecek bir turist için Türkiye'de ziyaret etmesi gereken ilk on destinasyon ve bu destinasyonların sahip oldukları gastronomi ürünleri nelerdir?
- Gastronomi turizminde ChatGPT kullanım fırsatları nelerdir?
- ChatGPT'yi gastronomi turizminde kullanmanın fırsatlarından birinin kişiselleştirilmiş öneriler sunmak olduğunu düşünürsek, İstanbul'da ziyaret edebileceğim vegan restoranların kişiselleştirilmiş önerilerinin bulunduğu bir tablo oluşturabilir misin?
- ChatGPT'yi gastronomi turizminde kullanmanın fırsatlarından birinin menüler oluşturmak olduğunu göz önünde bulundurarak; beş başlangıç, beş ana yemek, beş garnitür, beş vejetaryen seçenek ve beş tatlı içeren Türk yemeklerine dayalı bir restoran menüsü oluştur.
- Gastronomi turizminde ChatGPT kullanılmasının zorlukları nelerdir?
- ChatGPT gastronomi turistlerini etkileyebilir mi?
- ChatGPT gastronomi turizmi pazarlamasına nasıl katkıda bulunabilir?

ChatGPT'den alınan yanıtlar tablolaştırılarak betimsel olarak sunulmuştur. Ardından verilen cevaplardan çıkarımlar yapılmış ve öneriler sunulmuştur. Araştırma ChatGPT'ye sorulan sekiz soru ve ilgili tarihte alınan yanıtlar ile sınırlıdır.

BULGULAR

ChatGPT'ye Türkiye'nin gastronomi turizmi açısından güçlü ve zayıf yanları nelerdir sorusu yöneltilmiştir. ChatCPT'nin bu soruya vermiş olduğu yanıtlara bakıldığında zengin mutfak kültürü, tarihsel ve kültürel zenginlik, misafirperverlik, hizmet kalitesi, uluslararası tanınırlık, düzenlenen festival ve etkinlikler, organik gıdalar, gelenekselliğini koruyan mutfak, coğrafi çeşitlilik ve gastronomi turistlerine hitap edebilecek yiyecek içecek işletmelerinin varlığı olarak sıralamaktadır. Zayıf yanlarında ise tanıtım ve pazarlama eksikliği, altyapı sorunları, standartlaşmalardaki eksiklikler, sektörde çalışanların eğitim eksiklikleri, dil sorunları, mevsimsellik sorunu, dijital platformlarda yeterince yer alamama, turizm sezonundaki yüksek fiyatlar, yatırım süreçlerinde bürokratik engeller ve çevresel sorunlara vurgu yapılmıştır.

Tablo 1. Türkiye'nin Gastronomi Turizmi Açısından Güçlü ve Zayıf Yanları

S1-Türkiye'nin gastronomi turizmi açısından güçlü ve zayıf yanları nelerdir?	
Güçlü Yanlar	Zayıf Yanlar
Zengin ve Çeşitli Mutfak Kültürü: Farklı coğrafi bölgelerden gelen geniş ve çeşitli lezzetler.	Tanıtım ve Pazarlama Eksiklikleri: Uluslararası alanda yetersiz tanıtım ve pazarlama.
Tarihsel ve Kültürel Zenginlik: Osmanlı İmparatorluğu'ndan miras kalan tarifler ve gelenekler.	Altyapı ve Ulaşım Sorunları: Kırsal ve küçük yerleşim bölgelerinde yetersiz ulaşım ve altyapı.
Yöresel Ürünler ve Coğrafi İşaretler: Coğrafi işaret tescilli ürünler ve yerel tatlar.	Standartların Eksikliği: Yemek kalitesi ve hijyen standartlarındaki tutarsızlıklar.
Misafirperverlik ve Hizmet Kalitesi: Yüksek hizmet kalitesi ve Türk misafirperverliği.	Eğitim ve Farkındalık: Turizm çalışanlarının gastronomi turizmi konusunda yeterli eğitime sahip olmaması.
Uluslararası Tanınırlık: Dünyada giderek artan Türk mutfağına ilgi.	Dil Bariyerleri: Yabancı turistlerle iletişimde dil sorunları.
Çeşitli Festivaller ve Etkinlikler: Yöresel festivaller ve gastronomi etkinlikleri.	Mevsimsellik: Turistik bölgelerin ve festivallerin mevsimsel yoğunluğu.
Sağlıklı ve Doğal Beslenme: Organik ve taze malzemelerle hazırlanan geleneksel yemekler.	Gelişmiş Dijital Pazarlama Eksikliği: Dijital platformlarda yeterli varlık göstermeme.
Yerel Mutfağın Otantikliği: Yüzyıllardır değişmeden gelen geleneksel tarifler ve pişirme teknikleri.	Yüksek Sezon Fiyat Artışı: Turizm sezonunda yüksek fiyatlar turistleri olumsuz etkileyebilir.
Coğrafi Çeşitlilik: Her bölgenin kendine has mutfağı ve yemek kültürü.	Bürokratik Engeller: Yatırım ve işletme açma süreçlerindeki bürokratik zorluklar.
Gastronomi Turizmi İlgisine Sahip Girişimciler: Yeni restoran ve otel konseptlerine yatırım yapan girişimciler.	Çevresel Etkiler: Turizmin artmasıyla ortaya çıkan çevresel sorunlar.

Kaynak: OpenAI (2024).

Farklı bir ülkeden Türkiye'ye seyahat edecek bir turist için Türkiye'de ziyaret edilmesi gereken ilk on destinasyon ve bu destinasyonlarda öne çıkan gastronomi ürünlerinin neler olduğu sorusu yöneltilmiştir. Burada alınan yanıtlar literatürdeki bilgiler ile örtüştüğü görülmüştür (Ballı, 2016; Bulut Solak & Eken, 2021; Cömert, 2014; Çakmak, 2022; Çelik & Aksoy, 2017; Deniz & Atışman, 2017; Fidan & Özcan, 2019; Armutcu, Giritlioğlu & Düzgün, 2016; Güzel Şahin & Ünver, 2015; Kara & Türkay, 2024; Mol & Varlık, 2019; Onur, 2021; Şen, 2020; Yılmaz & Doğan, 2023;). ChatGPT'ye yöneltilen soruya alınan cevaplar Tablo 2'de yer almaktadır.

Tablo 2. Destinasyonlar ve Destinasyonlarda Öne Çıkan Gastronomi Ürünleri

Destinasyon	Öne Çıkan Gastronomi Ürünleri
İstanbul	Döner, Balık Ekmek, Lahmacun, Boza, Baklava, Simit, Lokum
Gaziantep	Baklava, Antep Fıstığı, Ali Nazik Kebabı, Katmer, Beyran Çorbası
Hatay	Humus, Künefe, Zahter Salatası, Oruk, Katıklı Ekmek
Adana	Adana Kebabı, Şalgam, İçli Köfte, Bici Bici
İzmir	Boyoz, Kumru, Zeytinyağlı Enginar, Çeşme Kumrusu, Lokma
Bursa	İskender Kebabı, Kestane Şekeri, Cantık, Pideli Köfte
Kayseri	Mantı, Pastırma, Sucuk, Yağlama
Konya	Etlı Ekmek, Fırın Kebabı, Tirit, Mevlâna Şekeri
Trabzon	Hamsi, Akçaabat Köftesi, Kuymak, Mısır Ekmeği
Şanlıurfa	Çiğ Köfte, Şanlıurfa Kebabı, Lahmacun, İsoT Biberi, Patlıcan Kebabı

Kaynak: OpenAI (2024).

Gastronomi turizminde ChatGPT kullanımının ne tür fırsatlar oluşturduğuna yönelik yöneltilen soruya verilen cevaplar Tablo3'te yer almaktadır. Buna göre yapay zekâ araçlarının gastronomi turizmi için pek çok fırsat barındırdığı açıktır. Bunların birçoğu turizm işletme yöneticileri ve çalışanlar tarafından kullanılmaktadır.

Tablo 3. Gastronomi Turizminde ChatGPT Kullanımında Fırsatlar

S3-Gastronomi turizminde ChatGPT kullanım fırsatları nelerdir?	
Kişiselleştirilmiş Öneriler	Yemek ve Restoran Önerileri: GPT modelleri, turistlerin damak zevkine, diyet tercihlerine ve önceki yemek deneyimlerine dayanarak kişiselleştirilmiş restoran ve yemek önerileri sunabilir. Gezi Planları: Turistlerin gastronomi turu rotalarını, ilgi alanlarına ve bütçelerine göre optimize edebilir.
Dijital İçerik Üretimi	Blog ve Makale Yazımı: GPT, gastronomi turizmi hakkında blog yazıları, makaleler ve restoran incelemeleri yazmak için kullanılabilir. Sosyal Medya İçeriği: Restoranlar ve turizm acenteleri için sosyal medya gönderileri ve reklam metinleri oluşturabilir.
Sanal Asistanlar ve Sohbet Botları	Turist Rehberliği: GPT tabanlı sanal asistanlar, turistlerin sorularını yanıtlayabilir, yemek tarifleri verebilir ve restoran rezervasyonları yapabilir. Müşteri Hizmetleri: Restoranlar için 7/24 müşteri hizmetleri sağlayarak rezervasyonlar, menü bilgileri ve diğer hizmetler hakkında bilgi sunabilir.
Yemek Tarifleri ve Menü Planlama	Tarif Önerileri: Kullanıcının elindeki malzemelere göre yemek tarifleri önerilebilir.

	Menü Oluşturma: Restoranlar için mevsimsel ve bölgesel malzemeleri dikkate alarak yaratıcı menüler oluşturabilir.
Çeviri ve Dil Hizmetleri	Menü Çevirisi: Restoran menülerini farklı dillere çevirerek turistlerin rahatça sipariş vermesini sağlar
	Dil Engellerini Aşma: Turistlerin yerel halkla ve restoran personeliyle daha iyi iletişim kurmasına yardımcı olabilir.
Eğitim ve Bilgilendirme	Aşçılık Eğitimi: Aşçılar ve mutfak personeli için çevrimiçi eğitim materyalleri ve videolar oluşturabilir.
	Bilgi Paylaşımı: Gastronomi turizmi hakkında detaylı bilgiler sunarak turistlerin bilgi düzeyini artırabilir.
Müşteri Geri Bildirimi ve Analiz	Geri Bildirim Analizi: Restoranların ve turizm işletmelerinin müşteri geri bildirimlerini analiz ederek hizmet kalitesini artırmalarına yardımcı olabilir.
	Trendlere Uyum: Popüler gastronomi trendlerini ve müşteri tercihlerini takip ederek restoranların bu trendlere uyum sağlamasına yardımcı olabilir.
Etkinlik ve Festival Planlama	Etkinlik Önerileri: Bölgedeki gastronomi etkinlikleri ve festivaller hakkında bilgi vererek turistlerin katılımını teşvik edebilir.
	Etkinlik Organizatörlüğü: Etkinlikler için içerik oluşturma, program planlama ve tanıtım stratejileri geliştirebilir.
Sağlık ve Diyet Tavsiyeleri	Sağlıklı Beslenme Önerileri: Turistlerin sağlıklı beslenme ihtiyaçlarına yönelik özel yemek önerileri sunabilir.
	Diyet Planlama: Belirli diyet kısıtlamaları olan turistler için uygun restoranlar ve yemekler hakkında bilgi verebilir
Coğrafi İşaretli Ürünlerin Tanıtımı	Yerel Ürün Bilgisi: Turistlere coğrafi işaretli ürünler hakkında bilgi vererek yerel gastronomi kültürünü tanıtır.
	Satın Alma Rehberi: Turistlerin bu ürünleri nereden satın alabilecekleri konusunda rehberlik edebilir.

Kaynak: OpenAI (2024).

ChatGPT'nin gastronomi turizminde kullanmanın fırsatlarından birisi kişiselleştirilmiş öneriler sunmak olduğu düşünülerek, İstanbul'da ziyaret edilebilecek vegan restoranlar, restoranların konumları ve bu restoranlarda öne çıkan yemeklerin listelenmesi istenmiştir. Alınan yanıtlar Tablo4'teki gibi olmuştur. Burada alınan yanıtlar farklı kaynaklardan da araştırılarak teyit edilme yoluna gidilmiştir. Önerilen mekanların bazılarının adres ve konumlarında hata yapıldığı tespit edilmiştir.

Tablo 4. Vegan Restoranlar ve Öne Çıkan Yemekleri

S4-ChatGPT'yi gastronomi turizminde kullanmanın fırsatlarından birinin kişiselleştirilmiş öneriler sunmak olduğunu düşünürsek, İstanbul'da ziyaret edebileceğim vegan restoranların kişiselleştirilmiş önerilerinin bulunduğu bir tablo oluşturabilir misin?		
Restoran Adı	Konum	Öne Çıkan Yemekler
Bi Nevi Deli	Cihangir, Beyoğlu*	Vegan burger, falafel tabağı, smoothie bowls
Community Kitchen	Kadıköy*	Vegan kebab, raw tatlılar, vegan pizza

Healin Foods	Nişantaşı, Şişli	Vegan sushi, detoks salatalar, vegan tatlılar
Vegisso	Kadıköy*	Vegan döner, vegan mantı, çeşitli vegan mezeler
Muhtelif Mekân	Galata, Beyoğlu*	Vegan kahvaltı tabağı, sebzeli bowl, vegan çikolatalı kek
Vegan İstanbul	Beşiktaş*	Vegan dürüm, vegan baklava, çeşitli smoothie'ler
Parantez Deli	Moda, Kadıköy*	Vegan burger, vegan cheesecake, farklı vegan içecekler
Avocado Mafia	Bebek, Beşiktaş*	Avokado tost, vegan salatalar, smoothie bowl
Safa Meze Evi	Moda, Kadıköy*	Vegan mezeler, vegan dolma, vegan tatlılar
Voi Cadde	Bağdat Caddesi, Kadıköy	Vegan wrap, vegan pizza, detoks içecekleri

* ChatGPT tarafından hatalı bilgi üretilmiştir.

Kaynak: OpenAI (2024).

ChatGPT'yi gastronomi turizminde kullanmanın fırsatlarından birinin menüler oluşturmak olduğu göz önünde bulundurularak, beş başlangıç, beş ana yemek, beş garnitür, beş vejetaryen seçenek ve beş tatlı içeren Türk mutfak kültürüne yönelik bir restoran menüsü oluşturması istenmiştir. ChatGPT'nin oluşturduğu menü Tablo 5'teki gibi olmuştur.

Tablo 5. Türk Mutfağına Dayalı Restoran Menüsü

S5-ChatGPT'yi gastronomi turizminde kullanmanın fırsatlarından birinin menüler oluşturmak olduğunu göz önünde bulundurarak, beş başlangıç, beş ana yemek, beş garnitür, beş vejetaryen seçenek ve beş tatlı içeren Türk yemeklerine dayalı bir restoran menüsü oluştur.

Başlangıçlar	Ezogelin Çorbası	Mercimek, bulgur ve pirinç ile hazırlanan, kırmızı biber ve nane ile lezzetlendirilmiş geleneksel bir çorba.
	Cacık	Yoğurt, salatalık, sarımsak ve nane ile hazırlanan serinletici bir meze.
	İmam Bayıldı	Zeytinyağlı patlıcan dolması, domates, soğan ve sarımsak ile doldurulmuş.
	Fava	Zeytinyağlı bakla ezmesi, dereotu ile süslenmiş.
	Humus	Nohut, tahin, limon suyu ve sarımsak ile yapılan lezzetli bir dip sos, zeytinyağı ve kırmızı biber ile servis edilir.
Ana Yemekler	İskender Kebap	İnce dilimlenmiş döner eti, yoğurt, domates sosu ve tereyağı ile servis edilir, altına pide yerleştirilir.
	Adana Kebap	Baharatlı kıyma ile yapılan şiş kebabı, sumaklı soğan ve lavaş ile servis edilir.
	Kuzu İncik	Yavaş pişirilmiş kuzu incik, sebzeler ve baharatlar ile zenginleştirilmiş bir yemek.
	Hünkâr Beğendi	Patlıcan püresi üzerine kuşbaşı etlerin konulduğu Osmanlı mutfağından bir klasik.

	Manti		Yoğurt ve sarımsak sosu ile servis edilen, tereyağı ve kırmızı biber ile süslenen küçük etli mantılar.
	Pilav		Basmati veya baldo pirinci ile yapılan klasik Türk pilavı, tereyağı ile lezzetlendirilmiş.
Garnitürler	Kısır		İnce bulgur, domates, biber salçası ve taze otlar ile hazırlanan soğuk salata.
	Taze Fasulye		Zeytinyağlı taze fasulye, soğan ve domates ile pişirilmiş.
	Patates Salatası		Haşlanmış patates, taze soğan, maydanoz ve zeytinyağı ile hazırlanmış.
	Biber Dolması		Pirinç, kıyma ve baharatlar ile doldurulmuş yeşil biberler, domates sosu ile pişirilmiş.
	Zeytinyağlı Enginar		Limon, zeytinyağı ve taze otlar ile pişirilmiş enginar kalbi.
Vejetaryen Seçenekler	Mücver		Kabak ve dereotu ile hazırlanan kızartılmış köfteler, yoğurt ile servis edilir.
	Fırında Güveç	Sebzeli	Patlıcan, kabak, biber ve domates gibi sebzelerin fırında pişirilmiş karışımı.
	Patlıcanlı Bayıldı	İmam	Zeytinyağlı patlıcan yemeği, domates ve soğan ile doldurulmuş.
	Nohutlu Pilav		Nohut ile zenginleştirilmiş tereyağlı pilav.
	Tatlılar	Baklava	
Künefe			İnce tel kadayıf ile yapılan, içi peynir dolu ve şerbetli bir tatlı, üzerine Antep fıstığı serpilmiş.
Sütlaç			Fırında pişirilmiş, tarçın ile süslenmiş sütlü pirinç tatlısı.
Aşure			Nohut, kuru fasulye, buğday, kuru meyveler ve fındık ile yapılan geleneksel tatlı.
Revani			İrmik ile yapılan şerbetli tatlı, üzerine hindistancevizi serpilmiş.

Kaynak: OpenAI (2024).

Gastronomi turizminde ChatGPT kullanılmasının bazı zorlukları olabileceği düşünülerek bu zorlukların neler olabileceği sorulmuştur. Alınan yanıtlar Tablo 6'daki gibi olmuştur. Burada özellikle güvenlik, gizlilik, bilginin güncelliği, dil, din ve kültürel kaynaklı farklılıklar öne çıktığı görülmektedir.

Tablo 6. ChatGPT Kullanımın Zorlukları

S6-Gastronomi turizminde ChatGPT kullanılmasının zorlukları nelerdir?	
Dil ve Kültürel Farklılıklar	<p>Dil Çeşitliliği: GPT, birçok dili desteklese de bazı dil ve lehçelerde yeterince güçlü performans gösteremeyebilir. Yerel tarifler ve gastronomik terimler doğru şekilde çevrelemeyebilir.</p> <p>Kültürel Hassasiyetler: Farklı kültürlerin yemek alışkanlıkları ve gelenekleri hakkında bilgi verirken kültürel hassasiyetleri göz önünde bulundurmak gerekir. Yanlış veya hassas bilgiler kültürel çatışmalara yol açabilir.</p>
Bilgi Güncelliği ve Doğruluk	<p>Güncel Bilgi: GPT, eğitim verilerinin tarihine kadar bilgi içerir. Yemek tarifleri, restoran bilgileri veya turistik etkinlikler gibi alanlarda bilgi hızla değişebilir.</p> <p>Yanlış Bilgi Riski: GPT, internetten alınan büyük miktarda veri ile eğitildiği için bazı yanlış bilgiler içerebilir. Yanlış tarifler veya sağlık açısından tehlikeli bilgiler verebilir.</p>
Yerelleştirilmiş İçerik Üretimi	<p>Yerel Tatlar ve Malzemeler: Her bölgenin kendine özgü malzemeleri ve pişirme teknikleri vardır. GPT, belirli bir bölgeye özgü malzemeleri veya tarifleri tam olarak yansıtamayabilir.</p> <p>Özgünlük: Geleneksel tariflerin özgünlüğünü korumak önemli. GPT, orijinal tarifleri modernize ederken veya uyarlarken geleneksel lezzetlerin kaybolmasına neden olabilir.</p>
Kullanıcı Deneyimi	<p>Kullanıcı İhtiyaçları: Her kullanıcının beklentileri ve ihtiyaçları farklıdır. GPT, kişiselleştirilmiş deneyimler sunarken bu farklılıkları tam olarak yakalayamayabilir.</p> <p>Etkileşim: GPT tabanlı sistemler, kullanıcılarla birebir etkileşim kurma konusunda bazı sınırlamalara sahiptir. Kullanıcı soruları veya taleplerine anında ve doğru şekilde yanıt vermek her zaman mümkün olmayabilir.</p>
Teknolojik Sınırlamalar	<p>Veri İşleme Kapasitesi: Büyük veri setleri ile çalışmak yüksek hesaplama gücü gerektirir. Bu, özellikle büyük ölçekli gastronomi turizmi projelerinde maliyetli ve zaman alıcı olabilir.</p> <p>Entegrasyon Zorlukları: GPT tabanlı çözümleri mevcut sistemlere entegre etmek teknik bilgi ve beceri gerektirir. Bu süreç zaman alıcı ve karmaşık olabilir.</p>
Güvenlik ve Gizlilik	<p>Kullanıcı Verilerinin Korunması: Kullanıcıların kişisel ve hassas bilgilerinin korunması önemlidir. GPT tabanlı uygulamaların veri güvenliği ve gizliliği sağlama konusunda dikkatli olması gerekir.</p> <p>Veri Kaynağı Güvenilirliği: GPT'nin eğitildiği veri kaynaklarının güvenilirliği de bir diğer önemli faktördür. Güvenilir olmayan kaynaklardan alınan bilgiler yanıltıcı olabilir.</p>

Kaynak: OpenAI (2024).

ChatGPT'nin gastronomi turistlerini ne şekilde etkileyebileceğine yönelik yöneltilen soruya alınan cevaplar Tablo 7'de yer almaktadır. Turistlerin seyahat öncesinde bir bilgi edinme kaynağı olabileceği, öğrenme konusunda önemli fırsatlar sunduğu görülmektedir.

Tablo 7. ChatGPT'nin Gastronomi Turistleri Üzerine Etkileri

S7- ChatGPT gastronomi turistlerini etkileyebilir mi?	
Bilgi ve Keşif	Yemek Tarifleri: GPT, turistlere ziyaret ettikleri yerlerin geleneksel yemek tariflerini sunabilir. Bu, turistlerin yerel mutfağı daha iyi anlamalarına ve hatta evde denemelerine olanak tanır.
	Restoran ve Kafe Önerileri: GPT, turistlerin damak zevkine göre restoran ve kafe önerilerinde bulunabilir. Kullanıcı geri bildirimlerine dayanarak en popüler ve kaliteli yerleri önerir.
	Yemek Kültürü Hakkında Bilgi: GPT, turistlere ziyaret ettikleri bölgenin yemek kültürü, tarihçesi ve mutfak gelenekleri hakkında bilgi sağlayabilir.
Kişiselleştirilmiş Deneyimler	Diyet ve Alerji Uyumluluğu: GPT, turistlerin diyet tercihlerini veya alerjilerini dikkate alarak yemek önerilerinde bulunabilir. Bu, turistlerin güvenli ve keyifli bir yeme deneyimi yaşamasını sağlar.
	Lezzet Tercihleri: Turistlerin kişisel lezzet tercihlerini öğrenerek, onlara en uygun yemek ve içecek seçeneklerini sunabilir.
Eğitim ve Öğrenme	Yemek Atölyeleri ve Kurslar: GPT, turistlere katılabilecekleri yemek atölyeleri ve kurslar hakkında bilgi verebilir. Bu, turistlerin yerel yemekleri yapmayı öğrenmelerine ve gastronomi deneyimlerini derinleştirmelerine yardımcı olur.
	Mutfak Teknikleri: Turistlere çeşitli mutfak teknikleri ve pişirme yöntemleri hakkında bilgi sağlayabilir, böylece gastronomi deneyimlerini zenginleştirebilirler.
Etkileşim ve Paylaşım	Sosyal Medya İçeriği: GPT, turistlerin yemek deneyimlerini sosyal medyada paylaşımlarına yardımcı olacak içerik ve öneriler sunabilir. Bu, gastronomi turizminin tanıtımına katkı sağlar.
	İnteraktif Rehberler: GPT tabanlı chatbotlar, turistlere gerçek zamanlı rehberlik sunabilir. Turistlerin sorularını yanıtlayabilir ve yönlendirebilir.
Planlama ve Organizasyon	Yemek Turları: GPT, turistlerin katılabilecekleri yemek turları hakkında bilgi verip, rezervasyon yapmalarına yardımcı olabilir. Bu, turistlerin planlamasını kolaylaştırır ve deneyimlerini daha verimli hale getirir.
	Etkinlikler ve Festivaller: Yerel yemek festivalleri ve gastronomi etkinlikleri hakkında bilgi sağlayarak, turistlerin bu tür etkinliklere katılımını teşvik edebilir.
Yerel İşletmelere Destek	Küçük İşletmelerin Tanıtımı: Yerel restoranlar, kafeler ve üreticiler hakkında bilgi vererek, küçük işletmelerin tanıtımına katkıda bulunabilir. Bu, yerel ekonomiyi destekler ve turistlerin otantik deneyimler yaşamasını sağlar.
	Coğrafi İşaretleli Ürünler: Yerel, coğrafi işaretleli ürünler hakkında bilgi vererek turistlerin bu ürünleri tanımalarına ve denemesine olanak tanır.

Kaynak: OpenAI (2024).

ChatGPT'nin gastronomi turizmi pazarlamasında nasıl ve ne şekilde kullanılabileceğine yönelik yöneltilen soruya verilen cevap Tablo 8'de ki gibi olmuştur. Günümüzde pazarlama faaliyetlerinin teknolojiden bağımsız sürdürülmesi düşünülemez. Yapay zekâ, içerik üretimi konusunda, ürün ve hizmetlerin kişiselleştirilmesi noktasında, tüketiciler ile daha yakın ve sürdürülebilir bir iletişimin kurulmasında, hızlı geri bildirimlerin sağlanmasında, kişiye özel kampanyaların oluşturulmasında ve yerel iş birliklerinin sağlanması konusunda katkılar sağlayabileceği anlaşılmaktadır.

Tablo 8. ChatGPT'nin Gastronomi Turizmi Pazarlamasına Katkıları

S8- ChatGPT gastronomi turizmi pazarlamasına nasıl katkıda bulunabilir?	
İçerik Üretimi	Blog Yazıları ve Makaleler: GPT, gastronomi turizmi destinasyonları, yerel yemekler, şefler ve restoranlar hakkında bilgilendirici ve ilgi çekici blog yazıları ve makaleler oluşturabilir.
	Sosyal Medya Gönderileri: Sosyal medya platformları için düzenli ve çekici içerik üretir. Bu içerikler, turistlerin ilgisini çekmek ve onları destinasyonlara yönlendirmek için kullanılabilir.
Kişiselleştirilmiş Pazarlama	Özelleştirilmiş E-postalar: GPT, turistlerin ilgi alanlarına ve önceki davranışlarına dayalı olarak kişiselleştirilmiş e-posta kampanyaları oluşturabilir. Bu, turistlerin ilgisini çeken içerikleri doğrudan sunarak daha yüksek etkileşim sağlar.
	Hedefli Reklamlar: GPT, turistlerin demografik bilgilerini ve ilgi alanlarını analiz ederek, hedefli reklam kampanyaları oluşturabilir. Bu, doğru kitleye ulaşmayı ve pazarlama çabalarının etkinliğini artırır.
SEO ve SEM Stratejileri	Anahtar Kelime Analizi: GPT, ilgili anahtar kelimeleri analiz ederek SEO stratejileri oluşturabilir. Bu, gastronomi turizmi ile ilgili web sitelerinin arama motorlarında daha üst sıralarda yer almasını sağlar.
	Reklam Metinleri: GPT, arama motoru reklamları için etkili ve çekici reklam metinleri oluşturabilir. Bu, tıklama oranlarını artırabilir ve daha fazla turisti çekebilir.
Etkileşimli ve Dinamik İçerik	Chat bot Entegrasyonu: GPT tabanlı Chat botlar, turistlere gerçek zamanlı bilgi sağlayabilir ve sorularını yanıtlayabilir. Bu, turistlerin anında destek almasını ve karar verme süreçlerini hızlandırır.
	Sanal Asistanlar: GPT, sanal asistanlar oluşturarak turistlerin seyahatlerini planlamalarına yardımcı olabilir. Bu asistanlar, turistlere restoran rezervasyonları yapma, etkinlikler hakkında bilgi verme ve yerel önerilerde bulunma gibi konularda destek sağlar.
Geri Bildirim ve İnceleme Analizi	Müşteri Geri Bildirimleri: GPT, turistlerin geri bildirimlerini ve incelemelerini analiz ederek işletmelerin güçlü ve zayıf yönlerini belirleyebilir. Bu, hizmet kalitesini artırmak için stratejik değişiklikler yapılmasına yardımcı olur.

	<p>Sentiment (Duygu) Analizi: Turistlerin sosyal medyada ve diğer platformlarda paylaştıkları yorumları analiz ederek genel memnuniyet seviyesini ve yaygın sorunları belirler. Bu, pazarlama stratejilerini optimize etmek için kullanılabilir</p>
Kampanya Planlama ve Yönetimi	<p>Pazarlama Kampanyaları: GPT, özel günler, festivaller veya sezonlara göre pazarlama kampanyaları planlayabilir ve yönetebilir. Bu, turistlerin ilgisini çekmek için zamanlaması ve içeriği doğru olan kampanyaların oluşturulmasını sağlar.</p> <p>İçerik Takvimi: GPT, sosyal medya ve bloglar için içerik takvimleri oluşturabilir, böylece düzenli ve tutarlı içerik paylaşımı sağlanır.</p>
Yerel İş Birlikleri ve Tanıtım	<p>Yerel Ürün ve Hizmetlerin Tanıtımı: GPT, yerel üreticiler, şefler ve işletmeler hakkında bilgi vererek, turistlerin bu yerel deneyimlere yönlendirilmesini sağlar. Bu, yerel ekonomiyi destekler ve turistlere otantik deneyimler sunar.</p> <p>Etkinlik ve Festival Tanıtımı: Yerel gastronomi etkinlikleri ve festivaller hakkında bilgi vererek turistlerin bu etkinliklere katılımını teşvik eder. Bu, turistlerin seyahatlerini planlarken etkinliklerden haberdar olmalarını sağlar.</p>
Görsel ve Video İçerik Üretimi	<p>Görsel İçerik: GPT, yemek fotoğrafları, restoran iç mekân görüntüleri ve diğer görsel içeriklerin nasıl sunulacağına dair önerilerde bulunabilir. Bu, görsel çekiciliği artırarak daha fazla turist çekebilir.</p> <p>Video Senaryoları: Tanıtım videoları ve yemek tarifleri videoları için senaryolar oluşturabilir. Bu videolar, turistlerin ilgisini çekmek ve onları destinasyonlara yönlendirmek için kullanılabilir.</p>

Kaynak: OpenAI (2024).

SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Bu çalışmada yapay zekanın gastronomi turizmi çerçevesinde hem destinasyonlar için hem işletmeler için hem de turistler için potansiyel faydaları, barındırdığı fırsatlar, bu tür teknolojilerin kullanımında ortaya çıkabilecek zorluklar ve riskler incelenmiştir. Yapay zekanın gastronomi turizmi çerçevesinde mevcut kullanımı ve gelecekteki fırsatları ele alan bu çalışma hem literatüre hem de uygulamacılara katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

ChatGPT'nin olumlu yönleri ve barındırdığı fırsatlar açısından değerlendirildiğinde, ChatGPT'nin gastronomi turizmi konusunda bilgi toplama ve sunma konusunda oldukça yetenekli olduğu söylenebilir. ChatGPT, gastronomi turizmi alanında özellikle kişiselleştirilmiş öneriler sunabilme yeteneği ile öne çıkmaktadır. ChatGPT kullanıcılara damak zevklerine uygun, diyet tercihlerine ve bütçelerine göre gezi planları yapabilir, restoran ve etkinlik önerilerinde bulunabilir. Aynı zamanda, turizm işletmeleri için sosyal medya içerik üretimi, müşteri geri bildirimlerinin analizi ve pazarlama stratejilerinin optimize edilmesi gibi alanlarda katkılar sağlayarak sektörde dijital dönüşümü hızlandırabilir.

Yapay zekâ teknolojileri, gastronomi turistlerine seyahat öncesi ve seyahat esnasında kişiselleştirilmiş yemek ve restoran önerileri, etkinlik bilgileri, dil tercümeleri ve yerel

ürünler hakkında bilgiler sunarak onların deneyimlerini zenginleştirebileceği düşünülmektedir. Diğer yandan destinasyon yöneticileri için de destinasyonların güçlü ve zayıf yanlarını öğrenmek, fırsatları keşfetmek, kişiselleştirilmiş ürün ve hizmet sunumuna gitmek, trendleri yakalamak ve destinasyonlarda sürdürülebilirliği sağlamak için fırsatlar da sunmaktadır.

ChatGPT, restoran işletmelerinin müşteri ilişkileri yönetimi süreçlerinde kullanılabilir. Müşterilere yönelik özelleştirilmiş ürünler sunulmasında ChatGPT'den yararlanılabilir. Menü tasarım ve planlama aşamalarında ChatGPT kullanılabilir. Çalışanların vardiyalarının düzenlenmesinde, envanter takibinde, veri analizi ve raporlama aşamalarında ChatGPT'den yararlanılabilir. Daha etkin ve hedefe yönelik pazarlama stratejilerinin belirlenmesi ve uygulanması söz konusu olabilir.

Yapay zekâ araçları, pazarlama araçlarının ve kampanyaların etkinliğini artırarak (Çolak, 2023a) gelecekte gastronomi turizminde de önemli etkiler oluşturma potansiyeline sahip olduğu söylenebilir. Yapay zekâ araçlarından faydalanılarak turist ile yerel halk arasındaki ilişkilerin güçlendirilmesine katkı sağlanabilir. Misafir beklentilerinin daha iyi anlaşılması ile pazara yönelik daha özel ürün ve hizmetler sunulabilir. Destinasyonlar sahip oldukları gastronomik unsurların tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinde bu teknolojiye yararlanılabilir. Gelecekte gastronomi turizminde plan ve politikaların oluşturulmasında, tanıtım faaliyetlerinde, pazarlama süreçlerinde, yönetsel konularda yapay zekanın etkileri daha fazla ortaya çıkacağı öngörüldüğünden bu konularda derinlemesine çok yönlü araştırmaların da yapılması gerekecektir.

Müslüman turistler uluslararası turizmin önemli bir kısmını oluşturmaktadır. Bu nedenle pek çok destinasyon Müslüman turistlerin beklentilerini karşılamak, daha fazla ziyaretçi çekebilmek için pazarlama stratejileri geliştirmektedir. Battour, Mady, Salaheldeen, Ratnasari, Sallem & Sinawi, (2024) yaptıkları araştırmada helal turizmde ChatGPT den yararlanılmasındaki fırsatları ve zorlukları ele almışlardır. Çalışmada ChatGPT'nin helal turizme ve helal turizm literatürünün gelişmesine çeşitli çözümler ortaya koyduğu görülmüştür. Gerek dini gereksinimler gerek sağlık gereksinimleri gerekse kültürel unsurlardan kaynaklı olarak turistlerin seyahat edecekleri destinasyonlardaki yiyecek içecek olanaklarını önceden öğrenmek istemektedir. Bu noktada ChatGPT seyahat öncesi turistlere bu konularda bilgi sağlayabilmektedir.

Yapay zekâ farklı kanallardan veri elde edilmesine imkân tanımaktadır. Bu nedenle destinasyonlara ilişkin ziyaretçiler tarafından sanal ortamlarda yapılan yorumlar ve sosyal medya paylaşımları gibi veriler analiz edilerek destinasyonda öne çıkan lezzetlerin belirlenmesi ve trendlerin anlaşılması konusunda bulgular elde edilebilir. Bu sayede destinasyonlar ve işletmeler uygun ürün ve hizmet geliştirebilirler.

ChatGPT ve diğer yapay zekâ teknolojileri bir yandan gastronomi turizmi açısından önemli fırsatlar sunarken diğer yandan bazı riskler ve olumsuz etkiler de getirebilmektedir. Nitekim bu araştırmada ChatGPT'den alınan bazı yanıtlarda bazı hatalı bilgiler tespit edilmiştir. Bu nedenle ChatGPT'nin gastronomi turizmi bağlamında riskleri ve olumsuz yönleri de göz ardı edilmemelidir.

Yapay zekâ teknolojilerinin en önemli risklerinden biri bilgi doğruluğu ve güncelliği ile ilgilidir. ChatGPT, bazı durumlarda yanlış, eksik veya eski bilgiler üretebilir. Bu durum, özellikle turistlere yanlış yönlendirmelerde bulunma veya eksik bilgi sunma riski taşımaktadır. Ayrıca, kültürel farklılıklar ve yerel tariflerin özgünlüğünün kaybolması gibi sorunlar da ChatGPT'nin gastronomi turizminde kullanımında ortaya çıkabilecek olumsuz etkiler arasında gösterilebilir.

Yapay zekâ araçlarının pek çok alanda olduğu gibi turizm ve gastronomi alanında da çok değerli içerikler ürettiği anlaşılmaktadır. Konu gastronomi turizmi açısından değerlendirildiğinde destinasyonlarda turist yorumları ve sosyal medya paylaşımları önemli bir veri oluşturmaktadır. Bu verilerin analizi ile destinasyonların güçlü yanları, zayıf yanları tespit edilebilir ve destinasyonlarda ortaya çıkabilecek fırsatlar belirlenerek uygun pazarlama ve tanıtım stratejileri geliştirilebilir.

Destinasyonlarda planlama, yönetim ve pazarlama süreçleri oldukça karmaşıktır. Bu süreçler hem destinasyon tarafından hem de tüketici tarafından çok çeşitli bilgilerin elde edilmesini ve bu bilgilerin analiz edilip değerlendirilmesini gerekli kılar (Liu, vd., 2020; Shcherbina & Shembeleva, 2014). Bu noktada yapay zeka araçlarının hem destinasyon ve işletme yöneticilerine hem de tüketicilere değerli bilgiler ve fikirler sunduğu görülmektedir. Ancak yapay zeka araçlarından faydalanılarak elde edilen bilgiler her ne kadar fikir sunsa da pek çok bilginin farklı kaynaklardan da teyit edilmesine ihtiyaç olduğu söylenebilir.

ChatGPT ve diğer yapay zekâ araçları gastronomi turizminde kritik bir rol oynamaya başladığı ve gelecekte daha fazla rol oynayacağı söylenebilir. Bu teknoloji büyük miktarda veriyi işleme ve analiz etme, senaryolar oluşturma ve turizm destinasyonlarının performansını değerlendirme yeteneğine sahip olup diğer taraftan araştırmacı ve politika planlayıcılarına da değerli bilgiler sunabilir. Başta ChatGPT olmak üzere yapay zekâ temelinde ortaya çıkan teknolojiler hem destinasyonlar hem işletmeler hem de tüketiciler tarafından çok yönlü olarak kullanılmaktadır. Gastronomi turizmi açısından bakıldığında destinasyonlardaki sürdürülebilirliğin sağlanması için yapay zekâ araçlarından mutlaka faydalanılması gerektiği söylenebilir. Ancak bu teknolojinin geleneksel yöntemlerle birlikte kullanılması, sonuçlarının karşılaştırılmasını ve dikkatli bir şekilde yorumlanmasını gerektirir. Özellikle etik ve yasal konularda da bazı sorunların ortaya çıkması kaçınılmaz görünmektedir.

Sonuç olarak ChatGPT, gastronomi turizmi açısından hem turistler hem de işletmeler için değerli fırsatlar sunan bir teknolojidir. Ancak, bu teknolojinin sunduğu verilerin doğruluğu ve güvenilirliği dikkatlice incelenmeli ve geleneksel yöntemlerle birlikte kullanılması gerekmektedir. Gelecekte gastronomi turizminde yapay zekânın etkilerinin daha da artacağı öngörülmekte, bu nedenle teknolojinin faydalarını maksimize ederken riskleri minimize etmek için dikkatli ve stratejik adımlar atılmalıdır.

Bu çalışma gastronomi turizmi kapsamında ChatGPT'ye yöneltilen sekiz soru ve ilgili tarihlerde bu sorulara alınan yanıtlar ile sınırlıdır. Gelecekte ChatGPT tarafından

oluşturulan içeriklerin, tüketicilere ve yöneticilere sunduğu bilgilerin karar alma süreçlerinde ne derece etkili olduğu hem yöneticiler üzerinde hem de tüketiciler üzerinde incelenip araştırılması gereken konular olduğu düşünülmektedir.

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.

Teşekkür: Katkılarından dolayı hakemlere teşekkür ederim.

Destek Bilgisi: Herhangi bir kurum ve/veya kuruluştan destek alınmamıştır.

Etik Onayı: Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Güncel Turizm Araştırmaları

Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazar(lar)ına aittir.

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

Etik Kurul Onayı: Çalışma kamuya açık ikincil verilerin kullanılmasıyla oluşturulmuştur.

Veri Kullanılabilirlik Beyanı: Araştırma verileri paylaşılmamıştır.

KAYNAKÇA

- Akpur, A. (2023). Seyahat danışmanı olarak ChatGPT'nin yeteneklerini keşfetmek: Turizm pazarlamasında üretken yapay zekâ üzerine bir araştırma. *International Journal of Contemporary Tourism Research*, 7(2), 93-105. <https://doi.org/10.30625/ijctr.1325428>
- Aktay, S., Gök, S., & Uzunoğlu, D. (2023). ChatGPT in education. *Türk Akademik Yayınlar Dergisi*, 7(2), 378-406.
- Ali, M. Y. (2024). AI ChatGPT Applications in Libraries-Challenges and Opportunities. *Bilgi ve Belge Araştırmaları*, 20, 18-26. <https://doi.org/10.26650/bba.2023.20.1364582>
- Alshater, M. (2022). Exploring the role of Artificial Intelligence in enhancing academic performance: A case study of ChatGPT. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.4312358>
- Armutcu, B., Giritlioğlu, İ., & Düzgün, M. (2016). Geleneksel Gaziantep mutfağının kuşaklararası bilinirliğine yönelik bir araştırma. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(17), 126-138.
- Ballı, E. (2016). Gastronomi turizmi açısından Adana sokak lezzetleri. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4, 3-17.
- Battour, M., Mady, K., Salaheldeen, M., Ratnasari, R. T., Sallem, R., & Sinawi, S. A. (2024). Halal tourism and ChatGPT: An overview of current trends and future research directions. *Journal of Islamic Marketing*. <https://doi.org/10.1108/JIMA-11-2023-0379>
- Bulut Solak, B., & Eken, V. (2021). Gastronomi turizminde Konya yöresel yemeklerinin tarihsel gelişim süreci. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 371-383.
- Calvaresi, D., Ibrahim, A., Calbimonte, J.-P., Schegg, R., Fragniere, E., & Schumacher, M. (2021). The evolution of chatbots in tourism: A systematic literature review. *Information and Communication Technologies in Tourism 2021: Proceedings of the ENTER 2021 eTourism Conference*. Springer International Publishing.
- Carvalho, I., & Ivanov, S. (2023). ChatGPT for tourism: applications, benefits and risks. *Tourism Review*, 79(2), 290-303. <https://doi.org/10.1108/TR-02-2023-0088>

- Casidy, R., Wymer, W., & O'Cass, A. (2018). Enhancing hotel brand performance through fostering brand relationship orientation in the minds of consumers. *Tourism Management*, 66, 72-84. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.11.008>
- Chen, X. (2023). ChatGPT and its possible impact on library reference services. *Internet Reference Services Quarterly*, 27(2), 121-129. <https://doi.org/10.1080/10875301.2023.2181262>
- Cooper, G. (2023). Examining science education in ChatGPT: An exploratory study of generative artificial intelligence. *Journal of Science Education and Technology*, 32(3), 444-452. <https://doi.org/10.1007/s10956-023-10039-y>
- Cömert, M. (2014). Turizm pazarlamasında yöresel mutfakların önemi ve Hatay mutfağı örneği, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(1), 64-70.
- Creswell, J. (2003). Research design, qualitative, quantitative and mixed methods (2 Ed.). Sage.
- Çakmak, M. (2022). İzmir mutfak kültürü üzerine bir değerlendirme. *Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi*, 5(7), 934-949. <https://doi.org/10.26677/TR1010.2022.1036>
- Çelik, M., & Aksoy, M. (2017). Yerli turistlerin gastronomi turizmine yönelik tutumları: Şanlıurfa örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(3), 422-434.
- Çiçekdağı, M. (2024). Yapay zekâ destekli sohbet robotları ile tatil rotası belirleme: Karşılaştırmalı bir analiz. *Çatalhöyük Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 12, 1-15. <https://doi.org/10.58455/cutsad.1470842>
- Çolak, O. (2023a). The role of Generative Pre-trained Transformers (GPT) in recreational tourism: An interview with ChatGPT. *Spor Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 8(3), 733-748. <https://doi.org/10.25307/jssr.1341967>
- Çolak, O. (2023b). The impact of artificial intelligence on the employment structure of the tourism industry: An interview with ChatGPT. *İktisadi İdari ve Siyasal Araştırmalar Dergisi*, 8(22), 919-939. <https://doi.org/10.25204/iktisad.1347642>
- Değerli, A. H., & Tatlısu, N. B. (2023). Cooking with ChatGPT and Bard: A study on competencies of AI tools on recipe correction, adaption, time management and presentation. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 11(4), 2658-2673. <https://doi.org/10.21325/jotags.2023.1312>
- Deniz, T., & Atışman, E. (2017). Kayseri ilinin gastronomi turizmine yönelik bir SWOT analizi çalışması. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(3), 56-65.
- Dwivedi, Y. K., Pandey, N., Currie, W., & Micu, A. (2024). Leveraging chatgpt and other Generative Artificial Intelligence (AI)-based applications in the hospitality and tourism industry: Practices, challenges, and research agenda. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 36(1), 1-12. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-05-2023-0686>.
- Ellis, A., Park, E., Kim, S., & Yeoman, I. (2018). What is food tourism? *Tourism Management*, 68, 250-263. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.03.025>
- Eriç, A., Özgür, E., Asker, Ö., & Bekiroğlu, N. (2024). ChatCPT ve sağlık bilimlerinde kullanımı. *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 11(1), 176-182.

- Erul, E., & Işın, A. (2023). ChatGPT ile sohbetler: Turizmde ChatGPT'nin önemi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 11(1), 780-793. <https://doi.org/10.21325/jotags.2023.1217>
- Fetzer, J. H. (1990). What is artificial intelligence?. *Artificial Intelligence: Its scope and limits*. 4.Baskı, (3-27) içinde. Springer.
- Fidan, S., & Özcan, F. (2019). Gastronomi kenti Gaziantep'te özel gün yemekleri üzerine bir araştırma. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 12(67), 65-80.
- Fusté-Forné, F., & Jamal, T. (2020). Slow food tourism: an ethical microtrend for the Anthropocene. *Journal of Tourism Futures*, 6(3), 303-310. <https://doi.org/10.1108/JTF-10-2019-0120>
- Fusté-Forné, F., & Orea-Giner, A. (2023). Gastronomy in tourism management and marketing: an interview with ChatGPT. *ROBONOMICS: The Journal of the Automated Economy*, 4, 42.
- Genç, N. (2023). Rekreasyon tutkunları için ChatGPT: Gelecekte ne bekleniyor? *Sportive*, 6(2), 67-83. <https://doi.org/10.53025/sportive.1309495>
- Göktaş, L. S. (2023). The role of ChatGPT in vegetarian menus. *Tourism and Recreation*, 5(2), 79-86. <https://doi.org/10.53601/tourismandrecreation.1343598>
- Gupta, B., Mufti, T., Sohail, S. S., & Madsen, D. (2023). ChatGPT: A brief narrative review. *Cogent Business & Management*, 10. <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2275851>
- Gursoy, D., Li, Y., & Song, H. (2023). ChatGPT and the hospitality and tourism industry: An overview of current trends and future research directions. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 32(5), 579-592.
- Güzel Şahin, G., & Ünver, G. (2015). Destinasyon pazarlama aracı olarak "gastronomi turizmi": İstanbul'un gastronomi turizmi potansiyeli üzerine bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(2), 63-73.
- Hassabis, D., Kumaran, D., Summerfield, C., & Botvinick, M. (2017). Neuroscience-inspired artificial intelligence. *Neuron*, 95(2), 245-258. <http://doi.org/10.1007/s11747-020-00749-9>
- Huang, A., Chao, Y., Velasco, E. d., Bilgihan, A., & Wei, W. (2022). When artificial intelligence meets the hospitality and tourism industry: an assessment framework to inform theory and management. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 5(5), 1080-1100. <https://doi.org/10.1108/JHTI-01-2021-0021>
- Huang, H. (2014). A study on artificial intelligence forecasting of resort demand. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*, 70(2), 265-272.
- Ivanov, S., & Soliman, M. (2023). Game of algorithms: ChatGPT implications for the future of tourism education and research. *Journal of Tourism Futures*, 9(2), 214-221. <https://doi.org/10.1108/JTF-02-2023-0038>
- Ivanov, S., & Webster, C. (2017). Adoption of robots, artificial intelligence and service automation by travel, tourism and hospitality companies – a cost-benefit analysis. *International Scientific Conference "Contemporary tourism – traditions and innovations"*. Sofia.
- İnci Kavak V., Evis D., & Ekinçi A. (2024). Dil eğitiminde ChatGPT kullanımı. *Experimental Applied Medical Science*, 5(2), 72-8.

- Jeblick, K., Schachtner, B., Dextl, J., Mittermeier, A., Stüber, A. T., Topalis, J., Weber, T., Wesp, P., Sabel, B., Rieke, J., & Ingrisch, M. (2022). ChatGPT makes medicine easy to swallow: An exploratory case study on simplified radiology reports. *European Radiology*, 34(5), 2817-2825.
- Kabak, T., & Kırbaşı, İ. (2023). Chatgpt with risks and opportunities. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 14(2), 365-376. <https://doi.org/10.29048/makufebed.1271477>
- Kara, C., & Türkay, O. (2024). İstanbul'un yöresel lezzetleri ve gastronomi kimliğine katkıları bakımından incelenmesi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 8(1), 108-133. <https://doi.org/10.32572/guntad.1333329>
- Kılıncı, E. (2023). İşletmelerde yapay zekâ alanında scopus veri tabanında yapılan çalışmaların bibliyometrik olarak analizi. *Uluslararası Yönetim Akademisi Dergisi*, 6(4), 1185-1198.
- Kirtania, D.K., & Patra, S.K., (2023). OpenAI ChatGPT generated content and similarity index: A study of selected terms from the library & information science. *Annals of Library and Information Studies*, 70. <https://doi.org/10.32388/FO1CP6.3>
- Knollenberg, W., Duffy, L. N., Kline, C., & Kim, G. (2020). Creating competitive advantage for food tourism destinations through food and beverage experiences. *Tourism Planning & Development*, 18(4), 379-397. <https://doi.org/10.1080/21568316.2020.1798687>
- Lithgow, D., Martínez, M. L., Gallego-Fernández, J. B., Silva, R., & Ramírez-Vargas, D. L. (2019). Exploring the co-occurrence between coastal squeeze and coastal tourism in a changing climate and its consequences. *Tourism Management*, 74, 43-54. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.02.005>
- Liu, X., Mehraliyev, F., Liu, C., & Schuckert, M. (2020). The role s of social media in tourists choices of travel components. *Tourist Studies*, 20(1), 27-48. <https://doi.org/10.1177/1468797619873107>
- McCarthy, J. (2004). What is Artificial Intelligence. <https://cse.unl.edu/~choueiry/S09-476-876/Documents/whatisai.pdf>.
- Mol, S., & Varlık, C. (2019). İstanbul'un gastronomi turizmi potansiyeli ve balığın rolü. *Aydın Gastronomy*, 3(2), 65-74.
- Okumus, B. (2021). Food tourism research: a perspective article. *Tourism Review*, 76(1), 38-42. <https://doi.org/10.1108/TR-11-2019-0450>
- Onur, N. (2021). Gastronomi turizmi ve Hatay lezzet rotası. *Turizm Ekonomi ve İşletme Araştırmaları Dergisi*, 3(2), 150-162.
- OpenAI. (2024). *ChatGPT* (Sürüm 3.5) [Yazılım]. <https://openai.com/> adresinden alındı.
- Özer, S., & Bayram, M. (2024). ChatGPT ve Turizm: Araştırmalar Ne Öngörüyor? *Journal of Global Tourism and Technology Research*, 5(1), 1-11. <https://doi.org/10.54493/jgtr.1384089>
- Özgen, E., & Tiryaki, E. (2024). Halkla ilişkiler alanında kullanılacak yapay zekâ destekli araçlar üzerine bir inceleme. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 12(1), 88-122.

- Paul, J., Ueno, A., & Dennis, C. (2023). ChatGPT and consumers: benefits, pitfalls and future research agenda. *International Journal of Consumer Studies*, 1213-1225. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12928>
- 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>
- Rospigliosi, P. (2023). Artificial intelligence in teaching and learning: What questions should we ask of ChatGPT. *Interactive Learning Environments*, 31(1), 823-843. <https://doi.org/10.1080/10494820.2023.2180191>
- Shcherbina, O., & Shembeleva, E. (2014). Modeling recreational systems using optimization techniques and information technologies. *Annals of Operations Research*, 221, 309-329. <https://doi.org/10.1007/s10479-011-1011-3>
- Sigala, M., Ooi, K. B., Tan, G. W. H., Aw, E. C. X., Buhalis, D., Cham, T. H., & Ye, I. H. (2024). Understanding the impact of ChatGPT on tourism and hospitality: Trends, prospects and research agenda. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 60, 384-390. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2024.08.004>
- Sökmen, A., Arıcı, H. E., & Çalışkan, G. (2024). Determinants of the usage of ChatGPT in the tourism and hospitality industry: A model proposal from the technology acceptance perspective. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 12(1), 626-644. <https://doi.org/10.21325/jotags.2024.1398>
- Şen, M. A. (2020). Gastronomi turizmi kapsamında Trabzon mutfağına özgü bir ürün "Kuymak". *Karadeniz İncelemeleri Dergisi*, 29, 251-268.
- Türkoğlu, H., & Yılmaz, G. (2022). The place and importance of artificial intelligence in the gastronomy sector. *Gazi University Journal of Science Part C: Design and Technology*, 10(4), 1070-1082. <https://doi.org/10.29109/gujsc.1199093>
- Vanian, J. (2022). Why tech insiders are so excited about ChatGPT, a chatbot that answers questions and writes essays. <https://www.cnbc.com/2022/12/13/chatgpt-is-a-new-ai-chatbot-that-can-answer-questions-and-write-essays.html>
- Wong, I. A., Lian, Q. L., & Sun, D. (2023). Autonomous travel decision-making: An early glimpse into ChatGPT and generative AI. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 56, 253-263.
- Yiğit, S. (2023). Yapay zekâ gastronomi eğitimine katkı sunabilir mi? ChatGPT örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 11(3), 1970-1982. <https://doi.org/10.21325/jotags.2023.1276>
- Yılmaz, A. (2023). *Yapay Zekâ Eğitim Kitabı* (12.baskı). Kodlab Yayınevi.
- Yılmaz, İ., & Doğan, S.N. (2023). Bursa yemek kültürü üzerine nitel bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 11(4), 2808-2829.