

Hakkari İlindeki Ev Kadınlarının Turizm Amaçlı Yöresel Yemek Üretimine Bakış Açıları

The Perspectives Housewives on the Production of Local Food for Tourism Purposes: The Case of Hakkari City

Şevval ERİK^a, Mesut GEÇGİN^b ve Erol GEÇGİN^c

^a Yüksek Lisans Öğrencisi, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları ABD., Van, Türkiye.

^b Bağımsız Araştırmacı, Van İl Milli Eğitim Müdürlüğü, Van, Türkiye.

^c Dr. Öğr. Üyesi, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Van, Türkiye.

Özet

Mutfak kültürü, bir destinasyonun ya da ülkenin en değerli miraslarından biridir. Son yıllarda, tüketim alışkanlıklarındaki ve beklentilerdeki değişimler, yöresel mutfakların önemini daha da artırmıştır. Bu bağlamda Gastronomi ve kültür turizmi açısından seyahat eden turistler, genellikle yerel yemekleri tatma arzusuyla yola çıkmaktadır. Ancak, birçok destinasyonda turistler, yöresel yemek deneyimlerinde gerçekleşen estetik, lezzet, kalite, hijyen ve fiyat gibi unsurların eksikliklerinde sorunlarla karşılaşmaktadırlar. Bu sorunların çözümü için yöresel yiyecek sunan işletmelerin hem sayısal hem de niteliksel olarak iyileştirilmesi gerekmektedir. Yöresel lezzetler, seyahat deneyimlerinin önemli bir parçasını oluşturur. Araştırmamızda, turistler için yöresel yemeklerin hazırlanmasına yönelik ev hanımlarının bakış açılarının anlaşılması ve bu mutfak kültürünün turizme kazandırılması hedeflenmektedir. Bu amaç doğrultusunda çalışma, yöresel yemekleriyle öne çıkan Hakkâri ilinde ikamet eden 395 ev kadını üzerinde anket tekniğinden yararlanılarak gerçekleştirilmiştir. Araştırmada, Ayaz ve Çobanoğlu'nun (2017) "Ev Kadınlarının Turizm Amaçlı Yöresel Yemek Üretimine Bakış Açıları: Bartın İli Örneği" adlı çalışmasında kullanılan ölçekten yararlanılmıştır. Veriler, ev kadınlarıyla yüz yüze anket yöntemiyle toplanmış ve SPSS programı ile analiz edilmiştir. Araştırma bulguları, katılımcıların yöresel yemeklere yönelik tutumlarının genel olarak olumlu olduğunu ortaya koymuştur. Analiz sonucunda "yöresel yemek" ve "girişimcilik" olmak üzere iki faktörlü bir yapı belirlenmiş, her iki boyutta da yüksek düzeyde güvenilirlik sağlanmıştır. Girişimcilik boyutu ile katılımcıların eğitim düzeyi ve yaş değişkenleri arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Çalışma, Hakkâri'de gastronomi turizmi potansiyelinin değerlendirilmesinde ev kadınlarının katkısını vurgulamakta; ayrıca geleneksel yemeklerin sürdürülebilirliğine ilişkin önemli veriler sunmaktadır. Bununla birlikte, Hakkâri iline özgü yöresel yemekler ev kadınlarının bakış açıları doğrultusunda sınıflandırılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Yöresel Yemek, Yöresel Yemek Üretimi, Ev Kadınları, Turizm, Hakkari

Abstract

Culinary culture is one of the most valuable heritages of a destination or country. In recent years, changes in consumption habits and expectations have further increased the importance of local cuisines. In this context, tourists traveling for gastronomy and cultural tourism often set out with the desire to taste local dishes. However, in many destinations, tourists encounter problems with the lack of elements such as aesthetics, taste, quality, hygiene and price in local food experiences. In order to solve these problems, businesses that offer local food need to be improved both numerically and qualitatively. Local flavors form an important part of travel experiences. In our research, it is aimed to understand the perspectives of housewives on the preparation of local dishes for tourists and to bring this culinary culture to tourism. For this purpose, the study was conducted with 395 people residing in Hakkari province, which stands out with its local dishes. In the study, the scale used in Ayaz and Çobanoğlu's (2017) study titled "Housewives' Perspectives on Local Food Production for Tourism Purposes: The Case of Bartın Province" was utilized in the study. The data were collected by face-to-face survey method and analyzed with SPSS program. The findings of the study revealed that the attitudes of the participants towards local food were generally positive. As a result of the analysis, a two-factor structure was determined as "local food" and "entrepreneurship", and a high level of reliability was achieved in both dimensions. Statistically significant differences were found between the entrepreneurship dimension and the participants' education level and age variables. The study emphasizes the contribution of housewives in the evaluation of the gastronomy tourism potential in Hakkâri and provides important data on the sustainability of traditional dishes. In addition, local dishes specific to Hakkâri province were categorized in line with the perspectives of housewives.

Keywords: Local Food, Local Food Production, Housewives, Tourism, Hakkari

Önerilen Atıf:

Erik, Ş., Geçgin, M. ve Geçgin, E. (2025). Hakkari İlindeki Ev Kadınlarının Turizm Amaçlı Yöresel Yemek Üretimine Bakış Açıları. *Journal of Academic Tourism Studies*, 6(1): 55-70.

Makale Bilgisi

Geliş Tarihi 27.03.2025
Kabul Tarihi 21.05.2025

Sayı Editörü

Songül DÜZ ÖZER

Sorumlu Yazar

Şevval ERİK
sevvalerik8@gmail.com

1. GİRİŞ

Bir bölgeye ait yöresel yiyecekler, turizm faaliyetlerini ön plana çıkarabilmek için turistlerin seyahat tercih deneyimlerinin temellerinden birini oluşturmaktadır (Ayaz ve Çobanoğlu, 2017: 413). Yemek ise bir ülkenin veya o bölge de yaşayan halkın kültürünü yansıtan bir ayna görevi görür. Bundan dolayı yemek, turizmin önemli bir koludur. Yöresel yemek ise ulusal ve bölgesel kimliği yansıtmakla beraber kırsal destinasyon ziyaretlerinde etkili bir çekim gücü oluşturabilir (Polat, 2020: 184). Yöresel mutfaklar, belirli bir bölgenin özgün yemek hazırlama, pişirme ve sunma alışkanlıklarını, tariflerini ve kullanılan yerel malzemeleri kapsayan önemli bir kültürel miras unsurudur. Bu mutfaklar, bölgenin coğrafi özellikleri, iklimi, yerel ürün çeşitliliği, tarım ve hayvancılık faaliyetleri ile tarihi ve kültürel etkileşimleri sonucu şekillenmekte ve zengin içerikleriyle turizm açısından önemli bir değer sunmaktadır (Cömert, 2014). Destinasyonların kendine özgü yemek kültürü, turistik anlamda bir farklılaşma aracı olarak öne çıkmakta, dikkat çekme, ziyaretçi sayısını artırma ve istihdamı destekleme gibi ekonomik katkılar sağlamaktadır. Günümüzde, gastronomi ve kültür turizmi bağlamında, turistlerin destinasyon seçiminde yöresel yemekler önemli bir kriter haline gelmiştir. Yöresel ürünlerin ve yemeklerin turizm amaçlı kullanımı hem destinasyonların cazibesini artırmakta hem de turistler için özgün ve otantik deneyimler sunarak ilgiyi artırmaktadır. Özellikle artan küresel rekabet ortamında, destinasyonların özgün gastronomik ürünleri ön plana çıkarmaları, turizm potansiyellerini geliştirmeleri açısından kritik bir öneme sahiptir (Ayaz ve Çobanoğlu, 2017). Bununla beraber Gıda güvenliğine ilişkin olumlu bir algının oluşturulması, yiyecek içecek işletmelerinin tüketici güvenini kazanmasında ve rekabetçi piyasa koşullarında ayakta kalmasında temel bir unsur olarak öne çıkmaktadır (Okat, 2019: 164). Turistlerin turistik faaliyetlerinde geleneksel ve kültürel değerlere yönelik ilgilerinin artması, yerel mutfak kültürünün korunması ve tanıtılmasını daha da önemli hale getirmiştir. Bu eğilim, turistlerin yerel lezzetlere sahip çıkan mekânlara ve ürünlere yönelmesine neden olmuş, böylece yöresel gastronomi, sürdürülebilir turizmin de destekleyici bir unsuru haline gelmiştir (Cömert, 2014). Bu bağlamda, yöresel mutfak kültürünün turizmde etkin bir şekilde değerlendirilmesi, hem kültürel mirasın korunmasına katkı sağlamakta hem de bölgesel ekonomik kalkınmaya ivme kazandırmaktadır. Hakkâri ilinde tarım ve ticaretin sınırlı gelişimi, göç hareketlerini kısıtlamış ve bu durum ilin geleneksel mutfak yapısının korunmasına katkı sağlamıştır (Yalçın, Kara, 2016: 154). İlin yüzölçümünün yalnızca %8'i tarıma elverişli olup, büyük bölümü çayır, mera, orman ve tarım dışı alanlardan oluşmaktadır. Dağlık ve taşlık arazi yapısı tarım faaliyetlerini sınırlandırmakta; mevcut tarım alanlarında ise genellikle tahıl üretimi yapılmaktadır. Zap Suyu çevresindeki sınırlı alanlarda iklimin daha elverişli olması sebze ve meyve üretimine olanak tanımakla birlikte, bölge mutfağında sebze kullanımı oldukça düşüktür. Hakkâri mutfağında kök sebzeler ile dağ otları yaygın olarak kullanılırken, yapraklı sebzelere nadiren rastlanmakta; beslenme yapısı ise ağırlıklı olarak et ve süt ürünlerine dayanmaktadır (Muslu ve Şensoy, 2022: 218). Farklı toplumlar farklı kültürel ürünlere, farklı geleneklere sahiptir. Türk toplumu da çeşitli yemekleriyle, zengin mutfak lezzetleriyle diğer topluluklardan farklı bir değere sahiptir (Güler, 2010: 24). Türk yemekleri ülkenin tarihinden, coğrafyasından ve kültürel çeşitliliğinden beslenen bir zenginlik ve çeşitlilik sunar. Bu çeşitlilikler lezzet aroma dengesi, çorba çeşitliliği, tatlılar, şerbetler, et yemekleri, hamur işlerine yansımıştır. Bu özellikler, Türk mutfağını sadece lezzetli değil, aynı zamanda kültürel anlamda da zengin bir miras haline getirmiştir. Bu açıdan Türk mutfağı en zengin mutfaklar arasında yer almaktadır. Türkiye bu avantajı çok fazla alanda değerlendirebileceği gibi geleneksel ürünlerimizde yapacağımız doğru bir konumlandırma ve markalaşma destinasyona büyük katkı sunacaktır (Cömert, 2014: 65). Çünkü Türkiye'de gastronomi turizmi pek çok destinasyon bakımından önem taşımaktadır. Gastronomi turizmi ile kültür turizmi paralel ilerlemektedir. Hatta kültür turizmi, en hızlı büyüyen pazar türü olduğu bilinmektedir. Kültür turizmi bir bölgenin soyut ve somut unsurların içinde barındırıp bir bütünlük oluşturup farklı olan yerleri görmek geçmiş kültürleri anlatan yerleri gezip görmek ve deneyimlemektir (Çelik ve Geçgin, 2021: 297). Kültürün en önemli bileşenlerinden biri yiyeceklerdir. Bir bölgeye ait özgün lezzetler, o bölgenin kendine has bir kimlik kazanmasını sağlar (Apak, Ünlü ve Kıvanç, 2022: 269). Toplumun sahip olduğu değerlerin bütünü,

yaşam tarzı, icatların ve geleneklerin bir araya gelerek oluşturduğu her şey bizim kültürel değerlerimizi yansıtır (Cömert, 2014: 65). Yöresel yemekler de bir kültürün ana bileşenidir. Yöresel yemekler, bir toplumun uzun yıllar boyunca birlikte yaşaması sonucu geleneksel hâle gelmiş, kültürel kimliğin bir parçası olarak benimsenmiş ve diğer yemeklere kıyasla daha fazla değer atfedilen tatlardır (Ayaz ve Çobanoğlu, 2017: 414). Türkiye'nin zengin mutfak kültürü, bu alanda önemli bir avantaj sunmakta olup, yöresel yemekler turistlerin destinasyona ilgisini artırmada etkili bir kültürel tanıtım aracı olarak kullanılabilir. Turistler, ziyaret ettikleri bölgelerde yerel halkın yaşam tarzı, yemek kültürü ve geleneksel değerleri hakkında bilgi edinme isteğiyle kırsal turizm alanlarına yönelmektedir (Ayaz ve Çobanoğlu, 2017: 414).

Hakkâri'nin doğal ve kültürel zenginlikleri, son yıllarda özellikle macera, doğa ve gastronomi turizmi alanlarında dikkat çekici bir gelişme göstermiştir. Kentte düzenlenen çeşitli tanıtım faaliyetleri sayesinde, dışardan gelen ziyaretçilerin yöresel yemeklere ilgisi artmıştır (Şahin, Kahraman, 2017: 6). Bu durum hem kültürel değerlerin yaşatılmasına hem de ekonomik katkı sağlanmasına olanak tanımıştır. Turistlere yönelik yemek üretimi geleneği, bölgedeki misafirperverlik kültürü ve ikram alışkanlığı gibi sosyo-kültürel unsurların birleşimiyle daha da güçlenmiştir (Top, 2011: 167). Turistlere sunulan misafirperverlik kültürü, yöresel yemeklerin tanıtımına olan ilgiyi artırmakta ve bu durum bölgenin gastronomi potansiyelini ön plana çıkarmaktadır. Hakkâri'ye gelen ziyaretçiler, doğal güzelliklerin yanı sıra yerel mutfak deneyimleme arzusuyla da hareket etmekte; bu da destinasyonun sadece doğa turizmiyle değil, aynı zamanda gastronomi turizmiyle de öne çıkmasını sağlamaktadır. Bu eğilim, özellikle ev kadınları ve küçük ölçekli yerel işletmeler için yeni ekonomik fırsatlar yaratarak bölgesel kalkınmaya katkıda bulunmaktadır. Turistlerin otantik lezzetlere yönelmesiyle birlikte, geleneksel mutfak özgünlüğünü koruyarak turizm taleplerine yanıt verebilmek için sürdürülebilir ve bilinçli bir yaklaşım gerekmektedir. Kırsal turizmin geliştiği bölgelerde toplumsal yapıda ve özellikle kadının ekonomik konumunda değişimler gözlemlenmekte; bu alan kadınların aile ve toplum yararına üretken faaliyetlere katılımını teşvik etmektedir. Kırsal turizm, kadınlarla uyumlu bir şekilde ilerleyerek bölgesel kalkınmaya katkı sağlamaktadır. Bununla birlikte, turistlerin yöresel yemekleri tanıma ve tatma eğilimi destinasyonun cazibesini artırsa da gastronomik ürünlerin ticari kullanımı, kalite, sunum, maliyet ve uygulama sorumluluğu gibi alanlarda çeşitli yapısal sorunlar ortaya çıkmaktadır (Ayaz ve Çobanoğlu, 2017: 414).

Bu araştırma, Doğu Anadolu Bölgesi'nde yer alan ve köklü bir tarihi geçmişe sahip olan Hakkâri ilinin mutfak kültürünü incelemeyi amaçlamaktadır. Hakkâri mutfak, yalnızca ilin sınırlarıyla sınırlı kalmayan, Van, Şırnak, Kuzey İran ve Kuzey Irak gibi komşu bölgelerle tarihsel, kültürel ve coğrafi etkileşimler sonucu şekillenmiş çok katmanlı bir yapıya sahiptir. Ortak malzemeler ve benzer pişirme yöntemleri nedeniyle bu bölgelerin yemek kültürlerini kesin çizgilerle ayırmak güçtür. Ayrıca bölge, Hurri, Urartu, Pers, Arap, Selçuklu ve Osmanlı gibi pek çok medeniyete ev sahipliği yapmış olup, bu tarihsel birikim mutfak alışkanlıklarına da yansımaktadır. Çalışmada, Hakkâri'nin beslenme kültürü ile yöresel lezzetlerinin gastronomi turizmi açısından taşıdığı potansiyel değerlendirilecektir (Elmas, 2021: 53). Bu çalışma, Hakkâri'de yaşayan ev kadınlarının turistlere yönelik yöresel yemek üretimine ilişkin bakış açılarını değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Ayrıca, geleneksel mutfakla yönelik tutumların güçlendirilmesi, yöresel ürün çeşitliliği konusunda farkındalık oluşturulması ve ev kadınlarının gastronomi alanında ekonomik faaliyetlere katılımının teşvik edilmesi hedeflenmektedir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Yöresel yemekler, bir bölgenin kültürel ve coğrafi özelliklerine bağlı olarak yerel ürünlerle ve geleneksel yöntemlerle hazırlanan besinlerdir. Hakkâri'de tarımsal üretimin sınırlı olması, hayvancılığı temel geçim kaynağı hâline getirmiş; bu durum mutfak kültüründe et ve süt ürünlerinin öne çıkmasına neden olmuştur. Et ürünleri kavurma ve kurutma, süt ürünleri ise yoğurt, peynir ve kaymak formlarında uzun süreli tüketime uygun hale getirilmektedir. Bölge florasında bulunan Siyabo, Mende, Sirik, Hengedan, Çiriş, Kenger gibi otlar ile Kivark mantarı ve

yerel ceviz gibi ürünler, Hakkâri mutfağının özgünlüğünü yansıtan önemli bileşenlerdir. Otlı Buğday Çorbası (Dewin), Keledoş, Doğaba, Alo Otu Yemeği, Etli Kiris, Doleme, Hakkâri Sarması ve Gulul gibi yemekler, bölgenin gastronomi turizmi potansiyelini ortaya koymaktadır (Top, 2011: 167).

2.1. Yöresel Yemek Kavramı

Yöresel yemekler, bir bölgenin kültürel ve coğrafi özelliklerine bağlı olarak, yerel ürünler ve geleneksel yöntemlerle hazırlanan yiyeceklerdir. Hakkâri’de tarım faaliyetlerinin sınırlı olması, hayvancılığı temel geçim kaynağı haline getirmiş; bu durum mutfak kültürünü doğrudan etkileyerek et ve süt ürünlerinin öne çıkmasına neden olmuştur (Şahin ve Kahraman, 2017: 16). Hayvansal ve bitkisel ürünler, uzun süre saklanabilecek biçimlerde işlenmekte; et kurutularak veya kavrularak, süt ise yoğurt, peynir ve kaymak gibi formlarda muhafaza edilmektedir (Muslu, Şensoy, 2022: 219). Ayrıca, bölgede yetişen şifalı otlar ve yabani bitkiler toplanarak hem beslenmede hem de geleneksel tedavide kullanılmak üzere kurutulmaktadır. Hakkâri mutfağının özgünlüğünü, Siyabo, Mende, Kenger ve Kivark Mantarı gibi yerel bitkiler ile cevizin yoğun kullanımı desteklemektedir. Otlı Buğday Çorbası (Dewin), Keledoş, Doğaba, Etli Kiris, Doleme ve Hakkâri Sarması gibi yemekler, bölgenin coğrafi ve kültürel yapısını yansıtan önemli lezzetler olup, Hakkâri’yi gastronomi turizmi açısından da cazip bir destinasyon haline getirmektedir. (Top, 2011: 167).

2.2. Yöresel Yemek Üretim Kavramı

Yöresel yemekler, bir bölgenin kültürel ve tarihi özelliklerini yansıtan, yerel tarım ve hayvancılıkla elde edilen ürünlerle hazırlanan özgün lezzetlerdir. Her bölge, kendine özgü pişirme teknikleri, baharat kullanımı ve lezzet anlayışı ile karakteristik bir mutfak kültürü oluşturur. Bu yönüyle yöresel yemekler, kültürel mirasın önemli bir parçası olarak öne çıkar. Turistler açısından ise bu yemekler, otantik ve geleneksel yaşantıyı deneyimleme fırsatı sunarak, duysal tatmin sağlamaktadır. Aynı zamanda, yöresel mutfakların destinasyon seçimleri üzerindeki etkisi de turizm açısından önemli bir avantajdır (Polat, 2020: 185).

Yöresel mutfaklar, bulundukları bölgenin kültürel kimliğinin bir yansıması olarak önemli bir rol oynamaktadır. Turistlerin bu lezzetleri deneyimlemeleri, destinasyonun cazibesini artırırken, yerel malzemelerin ve geleneksel tariflerin kullanımı, bölgenin tarihini ve yaşam biçimini gözler önüne serer. Bu bağlamda, ziyaretçiler sadece damak zevki açısından değil, aynı zamanda bölgenin kültürel yapısı hakkında derinlemesine bilgi edinme fırsatı bulurlar. Yöresel mutfaklar, turizm açısından önemli bir çekim noktası oluşturmakta ve aynı zamanda yerel ekonomiye katkı sağlamaktadır. Bu deneyim, turistlerin bölge kültürünü daha iyi anlamalarına olanak tanır (Ayaz ve Çobanoğlu, 2017: 415). Hakkâri ilinin geleneksel yemekleri, bölgenin kültürel kimliğini ve sosyal bağlarını pekiştiren önemli unsurlar arasında yer almaktadır. Özellikle düğünlerde düzenlenen Sağdıç Kahvaltısı, bu geleneklerin en belirgin örneklerinden biridir. Sağdıç tarafından davet edilen yakın dostlar ve akrabalar, bu özel kahvaltıda bir araya gelir. Aynı gün, düğün sahipleri ve misafirler, bölgeye özgü yemeklerden Haris (Qiris) ve Doğaba (Doxeba) gibi geleneksel tatları paylaşır. Hakkâri mutfağının zenginliği, Keledoş, Kiriş, Kavut, Doleme, Gulul, Tırşık, Devin Çorbası (Ayrıran Aşı), Koltildevk, Lalaped Tatlısı, Sengeser, Dewin gibi çeşitli yemeklerle kendini gösterir. Bu yemekler, düğünler, kutlamalar ve şenliklerde birlik ve beraberliği pekiştiren önemli unsurlar olarak kabul edilmektedir (Muslu ve Şensoy, 2022: 220).

2.3. Ev Kadınları

Sosyal bilimler literatüründe kadınlar üzerine yapılan araştırmalar, özellikle ev kadınlarının şehirlerin kalkınmasına sağladığı katkıları vurgulamaktadır yapılmıştır (Cihangir, Akmeşe, Akmeşe, 2023; Fidan, Nam, 2012; Karakaya, 2018). Günümüzde, kadınların ekonomik hayata katılımı hem ülke ekonomisinin gelişmesine hem de toplumsal kalkınmanın yaygınlaşmasına önemli ölçüde katkı sağlamaktadır (Boyacıoğlu, 2014: 84). Kadınların gelir getiren işlerde çalışması, toplumların gelişmişlik düzeyini artırmaktadır (Karakaya, 2018: 75). Ayrıca, kadınların turizm

sektöründe daha aktif bir rol oynaması, kırsal alanlarda yoksulluğun azalmasına ve ekonomik kalkınmanın hızlanmasına yardımcı olurken, aynı zamanda toplumsal konumlarını güçlendirmekte ve saygınlıklarını artırmaktadır (Alsawafi, 2016: 247). Kırsal alanlarda gerçekleştirilen gastronomi turizmi, kadınların istihdamını artırarak ve girişimciliklerini teşvik ederek sürdürülebilir kalkınmaya katkı sağlamaktadır. Yöresel yemek üretimi, kadınların toplumsal kalkınmaya katkıda bulunabileceği bir alan olarak öne çıkarken, gastronomi turizminin bir çekim noktası haline gelmesi, kadınları bu alanda girişimci olarak da ön plana çıkarmıştır. Kadınlar, ev yapımı ürünler ve yerel lezzetler sunarak turistlere özgün deneyimler sunmuşlardır. Yöresel yemek üretimi, o kültürün insanları tarafından gerçekleştirilen bir olgu olduğundan, yöresel mutfak kültürünü yaşatabilecek kadınlara duyulan ihtiyaç artmıştır. Başlangıçta aileleri için yemek hazırlayan kadınlar, mutfaktaki bilgi ve becerilerini geliştirerek yöresel gastronominin önemli bir parçası haline gelmiş, zamanla turizm sektöründe de hizmet vermeye başlamışlardır. Turistlerin yerel lezzetleri denemek istemesi, bu kadınların geleneksel tariflerini daha geniş bir kitleye sunmalarını sağlamış, bu değişim hem ekonomik fayda yaratmış hem de yerel kültürün devamına katkı sağlamıştır. Böylece, kadınlar, ailelerine destek olmanın yanı sıra turizm sektöründe de önemli bir rol üstlenmişlerdir (Cihangir, Akmeşe, Akmeşe, 2023: 206). Birleşmiş Milletler ve Dünya Turizm Örgütü, turizm sektörünün kadınların güçlenmesine önemli katkılarda bulunan bir iş alanı olduğunu vurgulamaktadır. Kadınların turizm sektöründe daha aktif bir rol almasının sağlanması, kırsal bölgelerde yoksulluğun azaltılması ve ekonomik büyümenin teşvik edilmesi açısından büyük bir fırsat sunmaktadır. Bu durum, aynı zamanda kadınların toplumsal farkındalıklarının ve saygınlıklarının artması bakımından da önemli bir etki yaratmaktadır (Ayaz ve Çobanoğlu, 2017: 416).

3. LİTERATÜR TARAMASI

Cömert (2024) tarafından gerçekleştirilen *Turizm Pazarlamasında Yöresel Mutfakların Önemi ve Hatay Mutfağı Örneği* adlı çalışmada, turistlerin ziyaret ettikleri şehirlerin mutfak mirasını tanımaya istekli oldukları belirlenmiştir. Bu durum, gastronomi turizmine verilen önemin artmasına neden olmuştur. Hatay mutfağının zengin içeriği ve mirası incelenerek, yöresel yemeklerin özgünlüğü bozulmadan sunulmasının destinasyon imajına olumlu katkı sağladığı vurgulanmıştır. Genel olarak, yöresel mutfak kültürünün turizm gelişimine etkisi ön plana çıkarılmıştır.

Peštek ve Činjurević (2014) tarafından gerçekleştirilen *Tourist Perceived Image of Local Cuisine: The Case of Bosnian Food Culture* başlıklı çalışmada, Bosna-Hersek'teki turistlerin yerel mutfak kültürüne ilişkin algıları incelenmektedir. Araştırma Sarajevo'da gerçekleştirilmiş olup 402 yabancı turistin katılımıyla anket yöntemi uygulanmıştır. Çalışmada, turistlerin yerel mutfakla ilgili algıları dört temel boyutta ele alınmıştır, yiyeceklerin benzersizliği ve kültürel miras, yiyeceklerin kalitesi ve fiyatı, yiyeceklerin besin değeri ve sağlıkla ilişkisi, yiyeceklerin duygusal imajı. Ayrıca yerel mutfak turistik memnuniyeti üzerindeki etkisini değerlendirerek, yerel yemeklerin bir destinasyonun imajını oluşturmadaki rolünü ortaya koymaktadır. Her iki çalışma da yerel yemeklerin turizmde bir cazibe unsuru olarak kullanılabileceğini, yerel mutfak kültürünün sürdürülebilirliği ve gelecek nesillere aktarılması gerektiği belirtilmiştir. Her iki çalışmanın bağlamları farklı olsa da çalışmalarda yöresel mutfak turizm açısından değerini ve ekonomik potansiyelini ortaya koymaktadır.

Kaur ve Kaur (2024) tarafından gerçekleştirilen *Image of Local Cuisine in Emerging Gastronomic Destinations: Scale Review, Development, and Validation* başlıklı çalışmada, gastronomi turizminin gelişmekte olan destinasyonlardaki artan popüleritesinden yola çıkılarak, yerel mutfak turistikler nezdindeki imajını ölçebilecek bir ölçeğin geliştirilmesi ve bu ölçeğin geçerliliğinin test edilmesi amaçlanmaktadır. Araştırma kapsamında hem yerli hem de yabancı turistlerin bakış açıları dikkate alınarak, yerel mutfak algısını şekillendiren temel boyutlar belirlenmeye çalışılmıştır. Bu doğrultuda, turistlerle gerçekleştirilen odak grup görüşmeleri sonucunda mutfak imajına ilişkin temel boyutlar ortaya konulmuş; elde edilen nitel veriler ışığında bir ölçek tasarlanmış ve çeşitli istatistiksel analizler aracılığıyla en güvenilir maddeler seçilmiştir. Geliştirilen ölçeğin geçerliliği ve güvenilirliği farklı örneklem grupları üzerinde test edilmiştir. Söz konusu ölçek, destinasyon

yöneticileri ve restoran işletmecileri açısından turistlerin yerel mutfak algılarını değerlendirme ve gastronomi turizmini geliştirme sürecinde önemli bir araç olarak sunulmaktadır.

Polat (2020) tarafından yapılan *Yöresel Yemek İmajının Destinasyon Tercihine Etkisi: Kahramanmaraş Örneği* adlı çalışmada elde edilen verilere göre, Kahramanmaraş'ın yöresel yemek konusunda insanların destinasyon seçimlerinde etkisi olup olmadığı araştırılmıştır. Bu çalışma sonucunda yöresel yemek ile destinasyon tercihi arasında ilişki saptanmıştır. Bunun yanında insanların gelir seviyesi ile turistlerin yöresel yemek algıları arasında farklılıklar olduğu belirlenmiştir.

Enes, Yavuz ve Ercik (2022) tarafından gerçekleştirilen *Yöresel Yemeklerin Standardize Edilmesi ve Kabul Edilebilirliğinin Ölçülmesi: Mersin Örneği* adlı çalışmada, Mersin iline özgü altı yemeğin reçeteleri standardize edilerek hazırlanmıştır. Mersin Üniversitesi Turizm Fakültesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü tarafından yürütülen bu çalışmada, Mersin ilinin yemek kültürüne hâkim dokuz yarı-eğitilmiş panelist, altı yöresel yemeği duyuşsal analiz yöntemiyle değerlendirmiştir. Tadım sonuçlarına göre, Yüksük çorbası, Eya dolması ve ıspanaklı içli köfte yüksek beğeni alırken, diğer üç yemek daha düşük beğeni düzeyine sahip olmuştur. Araştırma, Mersin'e özgü gastronomi ürünlerinin kayıt altına alınıp standartlaştırılmasının önemini vurgulamış ve yerel gastronomi kimliğinin oluşturulmasına katkı sağlayacak bir perspektif sunmuştur. Bu çalışma ile mevcut araştırmanın ortak amacı, yöresel mutfak kültürünün korunması, tanıtılması ve sürdürülebilirliğinin sağlanması gerekliliğidir. Enes, Yavuz ve Ercik (2022) çalışması, yemeklerin standardizasyonuna ve ticari kullanıma uygun hale getirilmesine odaklanırken, mevcut araştırma ev kadınlarının bu sürece ilişkin bakış açılarına ve üretim sürecine odaklanmaktadır. Her iki çalışma, yerel gastronominin farklı boyutlarını ele alarak birbirini tamamlayan niteliktedir.

Kalkan ve Küçükyaman (2020) tarafından gerçekleştirilen *Yöresel Yemeklerin Yiyecek İçecek İşletmelerinde Kullanım Durumu: Isparta İncelemesi* başlıklı çalışmada, yöresel yemeklerin yiyecek ve içecek işletmelerindeki kullanım düzeyi incelenmiştir. Araştırma, Isparta ilindeki yöresel yemek tariflerinin günümüze ulaşp ulaşmadığını ve turistlerin bu yemeklere erişim durumunu değerlendirmektedir. Çalışma sonucunda, yiyecek ve içecek işletmelerinin menülerinde yalnızca birkaç yöresel yemeğin yer aldığı tespit edilmiştir. İşletmelerin menülerinde daha fazla yöresel ürün yer vererek, şehrin kültürel mirasını sürdürebileceği ve destinasyon imajına katkı sağlayabileceği vurgulanmıştır. Bu çalışma ile mevcut araştırmanın bağlantısı, yöresel mutfak kültürünün turizme etkisi üzerinedir. Mevcut çalışmada, yöresel yemeklerin ev kadınları tarafından nasıl üretildiği ve turizme nasıl entegre edilebileceği incelenirken, Kalkan ve Küçükyaman'ın çalışması, yemeklerin işletmelerde nasıl temsil edildiğine odaklanmaktadır. Her iki çalışma da yöresel yemekleri kültürel miras olarak ele almakta ve sürdürülebilirliğini vurgulamaktadır.

Apak, Ünlü ve Kıvanç (2021) tarafından gerçekleştirilen *Unutulmaya Yüz Tutmuş Yöresel Yiyeceklerin Gün Yüzüne Çıkarılması: Bayburt İli Ev Kadınları Üzerine Bir Araştırma* başlıklı çalışmada, bireylerin tüketim alışkanlıklarındaki değişimlerin yöresel yiyeceklerle olan ilgiyi artırdığı tespit edilmiştir. Araştırma, özellikle ev kadınlarının geleneksel mutfak kültürünü yeniden canlandırmaya yönelik katkılarını incelemektedir. Bayburt ili, kültürel ve doğal zenginlikleriyle unutulmaya yüz tutmuş yöresel ürünlerin sürdürülebilirliğini sağlamak için çeşitli hedefler belirlemiştir. 10 ev kadınıyla yapılan görüşmelerde, kadınların %70'i yöresel yemeklerin unutulduğunu ve gençlerin bu yemekleri öğrenmeye istekli olmadığını ifade etmiştir. Bu çalışma, kadınların yöresel yemek üretiminde aktif rol alarak ekonomik özgürlük kazanmaları ve turizm sektörüne katkı sağlamalarını hedeflemektedir. Yöresel yemeklerin unutulmaması ve geleceğe taşınması için ev kadınlarının üretime dâhil edilmesinin önemini vurgulamaktadır.

Ayaz ve Çobanoğlu (2017) tarafından gerçekleştirilen *Ev Kadınlarının Turizm Amaçlı Yöresel Yemek Üretimine Bakış Açıları: Bartın İli Örneği* adlı çalışmada, gastronomi turizmi kapsamında turistlerin seyahat etmelerinde yöresel yemeklerin önemli bir rol oynadığı vurgulanmıştır. Araştırma, Bartın ilinde 420 ev kadınıyla yapılan anketle, ev kadınlarının turistlere yönelik yöresel yemek hazırlama konusundaki bakış açılarını incelemiştir. Çalışma, ilkokul mezunu ev

kadınlarının, ön lisans mezunlarına göre yöresel yemek üretiminde daha fazla istihdam fırsatı yaratabileceğini öne sürmüştür.

Boyacıoğlu (2014) tarafından gerçekleştirilen *Kırsal Turizmde Kadın Girişimciliği: Edirne Örneği* adlı çalışmada, Edirne il merkezindeki kırsal turizmde kadın girişimciliğinin mevcut durumu incelenmiştir. Araştırma, kadın girişimcilerin demografik özellikleri, faaliyet alanları, iş kapasiteleri ve kırsal kalkınmaya katkılarını ele almıştır. Sonuç olarak, kadın girişimcilerin daha etkin olabilmesi için finansal destek, kurumsal iş birlikleri, eğitim ve bilinçlendirme çalışmaları gibi çözüm önerileri sunulmuştur.

Fidan ve Nam (2012) tarafından gerçekleştirilen *Kırsal Turizmde Yeni Dinamikler: Kadın Girişimciler: Taraklı Örneği* başlıklı çalışmada, kırsal turizmin geniş kapsamı ve yerel özelliklerle bütünleşen tarihi, kültürel ve doğa temelli unsurların ayırt edici nitelikleri vurgulanmaktadır. Çalışma, Taraklı ilçesinde 50 kadın girişimcinin kırsal turizme katkılarını incelemiş, kadın iş gücünün artan önemi ve etkin kullanımı üzerinde durulmuştur. Ayrıca, kadınların daha etkili bir şekilde çalışma hayatında yer alabilmesi için mevcut sorunların belirlenip çözüm önerileri geliştirilmesi gerektiği ifade edilmiştir.

Güler (2010) tarafından gerçekleştirilen *Türk Mutfak Kültürü ve Yeme İçme Alışkanlıkları* başlıklı çalışmada, Türk mutfağının tarihsel gelişimi ve yeme içme alışkanlıklarındaki değişimler incelenmiştir. Çalışma, Türk mutfağının evrimini, toplumsal ve kültürel dinamiklerle şekillenen beslenme alışkanlıklarını analiz etmektedir. Osmanlı ve Selçuklu mutfağındaki çeşitlilik ile Asya ve Anadolu mutfaklarındaki ürün uyumu, günümüz Türk mutfağının şekillenmesinde önemli bir rol oynamıştır. Ayrıca, Türk mutfağındaki bölgesel farklılıklar ve kültürel etkileşimler sonucu oluşan zenginlik ele alınmıştır.

Gheorghe ve ark. (2014) tarafından gerçekleştirilen *Gastronomic Tourism, A New Trend for Contemporary Tourism* başlıklı çalışmada, gastronomi turizmi Avrupa bağlamında incelenmiş ve gastronominin kültürel, ekonomik ve sürdürülebilirlik açısından önemi vurgulanmıştır. Çalışma, gastronomi turizminin bölgesel kalkınma, kültürel etkileşim ve sürdürülebilir turizm üzerindeki etkilerini ele alırken, yöresel mutfağın turizmde önemli bir cazibe merkezi olduğunu belirtmektedir. Geleneksel yemeklerin turizmin bir parçası olarak değerlendirilmesi gerektiği ifade edilmiştir. Bu bulgular, gastronomi turizminin daha etkili bir şekilde geliştirilmesi için yerel ve küresel öneriler sunulmasına olanak tanımaktadır.

Buczowska ve Poznań (2014) tarafından gerçekleştirilen *Local Food and Beverage Products as Important Tourist Souvenirs* adlı çalışmada Turistik hediyelik eşyalar, özellikle kültür turistleri olmak üzere birçok turist için seyahatin vazgeçilmez bir unsuru olarak kabul edilmektedir. Çalışmanın amacı, hediyelik eşyaların turistik deneyim içindeki rolünü ve anlamını tartışmak ve mutfak temalı hediyelik eşyaları özel olarak ele almaktır. Ayrıca, turistlerin kendilerine ve sevdiklerine aldıkları hediyelerin çoğunlukla yerel yiyecek ve içeceklerden oluşmasının, yerel destinasyon faaliyetlerinin geliştirilmesinde önemli bir etken olduğu vurgulanmaktadır. Bu bağlamda, yerel gastronomi ürünlerinin turistik hediyelik olarak kullanımı, bölgesel turizmin teşvik edilmesine katkı sağlama potansiyeline sahiptir.

Karakaya (2020) tarafından gerçekleştirilen *Görünmez Emek ve Ev Kadınları* başlıklı çalışmada, ev içi işlerin toplumsal cinsiyet temelli bir sorumluluk olarak kadınlara atfedilmesi ve bu emeğin görünmez kılınması tartışılmaktadır. Ev kadınlarının bu emeği genellikle değer görmemekte ve işsiz olarak algılanmaktadır. Çalışma, ev kadınlarının ücretsiz emeğini ve bu emeğin toplumsal düzeydeki görünmezliğini ele alırken, yöresel yemek üretiminin kadınlar için ekonomik fayda sağlayabilecek bir alan olduğu değerlendirilmemektedir. Karakaya'nın çalışması, ev içi emeğin değerinin göz ardı edilmesine odaklanırken, bu çalışmada yöresel yemek üretiminin alternatif bir ekonomik faaliyet olarak değerlendirilmesi amaçlanmaktadır.

Sırrı ve Sırrı (2020) tarafından yapılan *Hakkâri İlinde Gıda Olarak Tüketilen Yabani Bitki ve Yabancı Ot Türlerinin Güncel Durumu* başlıklı çalışmada, Hakkâri'de halkın tıbbi ve gıda amaçlı topladığı

bitkiler incelenmiştir. Aşırı toplama nedeniyle bazı bitkiler nadiren bulunur hale gelmiş ve nesli tükenme tehlikesiyle karşı karşıya kalmıştır. Yöresel yemeklerde sıkça kullanılan siyabo, kengir, mende ve yabani mantar gibi bitkilerin azalması, toplayıcıların daha uzak mesafelere gitmelerine ve piyasa fiyatlarının artmasına yol açmıştır. Bu bitkilerin korunması için yöre halkına yönelik eğitim ve farkındalık artırıcı faaliyetler önerilmiştir.

Shenoy (2005) *Food tourism and the culinary tourist* adlı çalışmasında, yiyecek turizmi ve gastronomi turizminin temel bileşenlerini belirleyerek, gastronomi turizmine katılımı açıklayan bir kavramsal çerçeve geliştirmiştir. Çalışma, yöresel yemeklerin turizmdeki ekonomik değerini, yerel halk için gelir kaynağı oluşturduğunu ve bölgesel kültürel kimliği yansıttığını vurgulamaktadır. Ancak, yerel halkın gastronomi turizmine katılımı konusunda sınırlı bilgi sunulmuştur ve bu alanda daha kapsamlı ampirik araştırmalar yapılması önerilmektedir.

4. ARAŞTIRMANIN AMACI VE YÖNTEMİ

4.1. Araştırmanın Amacı

Destinasyonların rekabet avantajı elde etmesinde önemli bir faktör, yöresel yemeklerin değeri, çeşitliliği ve sunumunun giderek daha fazla ön plana çıkmasıdır. Yöresel yemeklerin turizme entegrasyonu, destinasyonların kimliğini güçlendirmek açısından büyük önem taşımaktadır (Ayaz ve Çobanoğlu, 2017: 418). Bu bağlamda, Kalkan ve Küçükyaman (2020), Polat (2020), Ayaz ve Çobanoğlu (2017), Apak, Ünlü ve Kıvanç (2021) gibi çalışmalar, yöresel yemeklerin benzersiz özelliklerini ve kültürel değerlerini nasıl vurgulayabileceğine odaklanmaktadır. Bu çalışmada ise Hakkarili ev kadınlarının yerel mutfağın gastronomi turizmi açısından değerlendirilmesine yönelik görüşlerini almak amacıyla saha çalışması yapılarak ev kadınlarının yöresel yemekleri tanıma düzeyleri ve turistler için bu yemekleri icra etme eğilimleri üzerinde durulmuştur.

4.2. Araştırmanın Yöntemi

Bu çalışmada, araştırma sorularını kapsamlı biçimde ele alarak çözüm üretmek amacıyla nicel araştırma yöntemi tercih edilmiştir. Nicel araştırma, olgu ve olayları nesnel biçimde gözlemleyip sayısal verilerle ölçmeyi amaçlayan bir yaklaşımdır (Garip, 2023). Veri toplama aracı olarak iki bölümden oluşan yapılandırılmış bir anket formu hazırlanmış ve gönüllülük esasına dayalı olarak yüz yüze görüşmeler yoluyla 395 ev kadınına uygulanmıştır. Anket yöntemi, katılımcıların düşünce ve deneyimlerini sistematik biçimde elde etmek açısından etkili bir veri toplama aracıdır (Duman, 2024: 79). Araştırmada kullanılan anket formu, Ayaz ve Çobanoğlu'nun (2017) "Ev Kadınlarının Turizm Amaçlı Yöresel Yemek Üretimine Bakış Açıları: Bartın İli Örneği" başlıklı çalışmasından uyarlanmıştır. Anketin birinci bölümünde katılımcıların sosyo-demografik özelliklerine (yaş, medeni durum, eğitim durumu, geleneksel yemek pişirme düzeyi, turistler için geleneksel yemek pişirme düşüncesi) ilişkin sorular yer almaktadır. İkinci bölümde ise ev kadınlarının yöresel yemeklere yönelik tutumlarını ölçmeye yönelik 11 maddelik bir ölçek kullanılmıştır. Ölçekte, katılımcıların görüşlerini beşli Likert tipi bir derecelendirme (1: Kesinlikle Katılmıyorum – 5: Kesinlikle Katılıyorum) üzerinden belirtmeleri istenmiştir. Bu bağlamda, ev kadınlarının yöresel yemeklere ilişkin tutumları bağımlı değişken olarak değerlendirilmiş; yaş, eğitim düzeyi gibi demografik özellikler ile yöresel yemek pişirme sıklığı ve turistler için yemek hazırlama düşüncesi gibi değişkenler ise bağımsız değişkenler olarak ele alınmıştır (Duman, 2024: 76). Araştırmada kullanılan ölçeklerin uygulanmasına ilişkin etik onay, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Etik Kurulu tarafından 23.12.2024 tarihinde, 2024/26 oturum ve 23 nolu karar sayısı ile alınmıştır. Literatür taraması sonucunda, ev kadınlarının geleneksel yemeklere yönelik tutumlarını etkileyebilecek çeşitli değişkenler belirlenmiş ve bu doğrultuda çalışmada test edilmek üzere hipotezler oluşturulmuştur (Ayaz & Çobanoğlu, 2017: 418).

H₁: Ev kadınlarının yöresel yemeklere yönelik tutumları, medeni durumlarına göre anlamlı düzeyde farklılık göstermektedir.

H₂: Ev kadınlarının geleneksel yemeklere ilişkin bakış açıları, yaş gruplarına göre anlamlı düzeyde farklılık göstermektedir.

H₃: Ev kadınlarının geleneksel yemeklere yönelik algıları, eğitim düzeylerine göre anlamlı düzeyde farklılık göstermektedir.

H₄: Ev kadınlarının geleneksel yemekleri pişirme sıklıklarına göre, geleneksel yemeklere yönelik tutumları anlamlı düzeyde farklılık göstermektedir.

H₅: Ev kadınlarının turistler için geleneksel yemek hazırlamaya yönelik düşünceleri ile geleneksel yemeklere ilişkin algıları arasında anlamlı düzeyde farklılık bulunmaktadır.

4.3. Evren ve Örneklem

Araştırmanın amacı ve yöntemi belirlendikten sonra, verilerin toplanacağı evren tanımlanmış ve uygun bir örneklem seçilmiştir. Evren, araştırmada incelenmesi amaçlanan bireylerin veya durumların tamamını ifade etmektedir (Özen ve Gül, 2007: 395). Bu çalışmanın evrenini, bekar, evli, boşanmış ya da eşi vefat etmiş tüm kadın bireyler oluşturmaktadır. Veri toplama sürecinde, kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Bu örnekleme tekniği, özellikle ulaşılması güç olan gruplarda, araştırmacının erişebileceği katılımcılar üzerinden veri toplamasını mümkün kılmakta ve sıklıkla tercih edilen bir yöntemdir. Bu yöntem kapsamında, araştırma örneklemini 395 kişiden oluşmaktadır. Bu örneklem büyüklüğü, benzer çalışmalarda uygulanan ve literatürde belirtilen ölçütler doğrultusunda araştırma için yeterli kabul edilmiştir (Duman, 2024: 79). Araştırmanın Hakkâri ilinde yürütülmesinin başlıca nedenleri arasında, bölgenin zengin ve özgün bir mutfak kültürüne sahip olması, gastronomi turizmi açısından önemli bir potansiyel barındırması ve kadınların ekonomik hayata katılım oranlarının görece düşük olması yer almaktadır.

4.4. Verilerin Toplanma Süreci ve Verilerin Analizi

Araştırma sürecinde, 25 Aralık 2024 ile 2 Şubat 2025 tarihleri arasında Hakkâri ilindeki ev kadınları ile 25 Aralık 2024 ile 2 Şubat 2025 tarihleri arasında Hakkâri ilinde ikamet eden ev kadınlarıyla yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilmiş ve toplam 395 anket formu elde edilmiştir. Anket formunun tüm hazırlık aşamaları tamamlanmış, ölçme aracı uygulamaya hazır hale getirilmiştir. Veri toplama sürecinin tamamlanmasının ardından elde edilen veriler SPSS yazılımı aracılığıyla analiz edilmiştir. Verilerin istatistiksel değerlendirilmesinde güvenilirlik ve normallik testlerinin yanı sıra, yüzde ve frekans dağılımları, faktör analizi, bağımsız örneklem t-testi ve tek yönlü varyans analizi (ANOVA) gibi analiz yöntemlerinden yararlanılmıştır.

4.5. Normallik ve Güvenirlik Testi

Faktör boyutlarında normal dağılım, çarpıklık ve basıklık değerleri hesaplanarak bulunmuş olup Tablo 1’de gösterilmiştir.

Tablo 1. Normallik Testi

Boyutlar	Skewness (Çarpıklık)	Kurtosis (Basıklık)
Yöresel Yemek Boyutu	-1,007	,880
Girişimcilik Boyutu	-,768	,249

George ve Mallery'ye (2012) göre, kurtosis değerinin +1 ile -1 aralığında bulunması psikometrik analizler açısından oldukça ideal kabul edilmektedir. Bununla birlikte, değerlerin +2 ile -2 aralığında olması durumunda çoğunlukla kabul edilebilir düzeyde sayılmaktadır. Yapılan değerlendirmelerde, tüm ölçek ve alt boyutların çarpıklık değerlerinin normal dağılım sınırları içinde yer aldığı belirlenmiştir.

Tablo 2. Ev Kadınlarının Turizm Amaçlı Yöresel Yemek Üretimine Bakış Açıları Düzeylerine Dair Güvenirlik Analizi

Reliability	Statistics
Cronbach's Alpha	N of Items
0.846	11

Tablo 2’de Hakkari ilindeki ev kadınlarının turizm amaçlı yöresel yemek üretimine bakış açıları düzeylerine dair güvenilirlik analizi sonuçları yer almaktadır. Yapılan test sonuçlarına göre α değeri (Cronbach’s Alpha) 0.846 olarak belirlenmiştir. Alfa değeri ‘ $0.7 \leq \alpha < 0.9$ ’ aralığında bulunması ölçeğin yüksek güvenirlikte olduğu sonucuna varılmıştır (Kılıç, 2016). Ölçeğin yapı geçerliliğini tespit etmek ve faktör yapısını belirtmek için Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA) kullanılmıştır. Burada Temel Bileşenler (Princibal Components) ve Doğrudan Eğik Döndürme (direct oblimin) yöntemlerinden yararlanılmıştır.

5. BULGULAR

Araştırma kapsamında ilk olarak Hakkari ilinde yaşayan ev kadınlarının sosyo-demografik ve diğer özelliklerine ilişkin açıklayıcı veri seti, yüzde ve sıklık düzeyi analizine dayalı olarak değerlendirilmiştir. Bu bilgiler, Tablo 3’de sunulan şekilde özetlenmiştir.

5.1. Ev Kadınlarına Sosyo-Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Tablo 3. Demografik Özellikler

Demografik Özellikler		Frekans (N)	Yüzde (%)
Medeni Durum	Bekar	200	50,6
	Evli	195	49,4
Yaşınız	19-25	121	30,6
	26-35	110	27,8
	33-39	94	23,8
	40 ve Üzeri	70	17,7
Öğrenim Durumunuz	İlkokul	38	9,6
	Ortaokul	78	19,7
	Lise	169	42,8
	Ön lisans	37	9,4
	Lisans	73	18,5
Yöresel Yemek Pişirme Sıklığınız Nedir	Haftada birkaç kez	141	35,7
	Ayda birkaç kez	172	43,5
	Özel günlerde	82	20,8
Yöresel Yemek Pişirme Düşüncesiniz Var mı	Evet	27	70,1
	Hayır	48	12,2
	Kararsızım	70	17,7

Katılımcı profiline ilişkin genel bir çerçeve sunmak gerekirse, araştırma örneklemi toplam 395 kadından oluşmaktadır. Tablo 3’te yer alan verilere göre, katılımcıların %50,6’sı (200) bekar, %49,4’ü (195) evlidir. Medeni duruma göre değerlendirildiğinde, bekar katılımcıların yöresel yemeklerin tanıtımına yönelik faaliyetlere daha olumlu yaklaştıkları gözlemlenmiştir. Yaş dağılımı incelendiğinde katılımcıların %30,6’sı (121) 19-25 yaş, %27,8’i (110) 26-35 yaş, %23,8’i (94) 33-39 yaş ve %17,7’si (70) 40 yaş ve üzerindedir. Özellikle 19-25 yaş aralığındaki katılımcıların turistlere yönelik yöresel yemek pişirme eğilimlerinin daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Eğitim durumu açısından katılımcıların %9,6’sı (38) ilkokul, %19,7’si (78) ortaokul, %42,8’i (169) lise, %9,4’ü (37) ön lisans ve %18,5’i (73) lisans mezunudur. Bu bağlamda, lise mezunu kadınların girişimciliğe yönelik eğilimlerinin daha olumlu olduğu belirlenmiştir. Yöresel yemek pişirme sıklığına ilişkin olarak katılımcıların %35,7’si (141) haftada birkaç kez, %43,5’i (172) ayda birkaç kez ve %20,8’i (82) ise sadece özel günlerde yemek pişirdiklerini ifade etmiştir. Turistlere

yönelik yöresel yemek pişirme düşüncesine yönelik olarak ise katılımcıların %70,1'i (277) olumlu yanıt verirken, %12,2'si (48) olumsuz ve %17,7'si (70) kararsız olduğunu belirtmiştir.

5.2. Faktör Analizi

Ölçeklerde bulunması gereken özelliklerden biri olan güvenirlik, bir ölçme aracının aynı koşullarda tekrarlanan ölçümlerinde tutarlı sonuçlar elde etme düzeyini ifade eder. Her bir madde için tek bir α değeri hesaplanabileceği gibi, ölçeğin tüm maddeleri için ortalama bir α değeri de belirlenebilir. Ölçeğin genel güvenirliğini temsil eden bu α değeri, genellikle 0.7 ve üzeri olduğunda kabul edilir. Kabul edilen yaklaşıma uygun tablo aşağıdaki gibidir. Güvenirlik katsayı değerinin, $0.81 < \alpha < 1.00$ aralığında olması ölçeğin yüksek güvenirlikte olduğunu, $0.61 < \alpha < 0.80$ aralığında olması orta güvenirlikte, $0.41 < \alpha < 0.60$ aralığında olması düşük güvenirlikte ve $0.00 < \alpha < 0.40$ aralığında olması ise ölçeğin güvenilir olmadığını göstermektedir (Kılıç, 2016, s48).

Tablo 4. Güvenirlik ve Faktör Analizi

	İfadeler	A. Vary.	Ort.	Alpha
Girişimcilik	1-2-3-4-5	12,559	4,0954	.775
Yöresel Yemek	6-7-8-9-10-11	39,929	4,0876	.803

Döndürme metodu: Varimax; Faktör çıkarma metodu: Temel bileşenler analizi
Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterliliği: 871; Bartlett's Küresellik Testi için Ki-Kare:1,331E3; sd:55,p<0,002 Genel ortalama: 4,09; Ölçeğin tamamı için güvenirlik katsayısı: 0.846 Açıklanan toplam varyans: %52,488 Cevap seçenekleri: 1: Hiç Katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 3: Kararsızım, 4: Katılıyorum, 5: Kesinlikle Katılıyorum

Yapılan faktör analizi sonucunda, 11 maddeden oluşan ölçeğin iki alt boyuttan oluştuğu belirlenmiştir. Birinci alt boyut 5, ikinci alt boyut ise 6 maddeden oluşmakta olup, faktör yüklerinin en düşüğü, 527'dir. Bu değer 0,40'ın üzerinde olduğu için maddelerin faktörlere anlamlı katkı sağladığı kabul edilmiştir. İki faktör toplam varyansın %52,488'ini açıklamaktadır ve bu durum ölçeğin geçerli olduğunu göstermektedir. Birinci alt boyut "Yöresel Yemek Boyutu" olarak adlandırılmış ve varyansın %39,92'sini açıklamıştır. Katılımcıların bu boyuta yönelik tutumları genel olarak olumlu bulunmuştur. İkinci alt boyut ise "Girişimcilik Boyutu" olarak tanımlanmış ve varyansın %12,55'ini açıklamaktadır. Ölçeğin genel ortalaması 4,09 olup, katılımcıların olumlu tutum sergilediğini göstermektedir. Ayrıca, Hakkâri ilindeki ev kadınlarının demografik özelliklerine göre turizm amaçlı yöresel yemek üretimine bakış açıları arasında anlamlı farklar olup olmadığı tespit etmek amacıyla t-testi ve ANOVA analizleri gerçekleştirilmiştir.

5.3. Fark Testleri

Bu bölümde, Hakkâri ilindeki ev kadınlarının demografik özelliklerine göre turizm amaçlı yöresel yemek üretimine ilişkin görüşleri arasındaki anlamlı farklar incelenmiştir. Bu kapsamda, medeni durumun yöresel yemeklere yönelik tutumlar üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla bağımsız örneklem t-testi uygulanmış, sonuçlar ilgili tabloda sunulmuştur. Ayrıca, katılımcıların yöresel yemek ve girişimcilik boyutlarındaki görüşlerinin yaş, eğitim durumu, geleneksel yemek pişirme sıklığı ve turistlere yönelik yemek pişirme düşüncesi gibi değişkenlere göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla tek yönlü varyans analizi (ANOVA) gerçekleştirilmiştir. Elde edilen bulgular ilgili tablolarda yer almaktadır.

Tablo 5. Ev Kadınlarının Medeni Durum Değişkenine Göre Yöresel Yemeklere Bakış Açısı (t-testi)

	Medeni Durum	N	Ortalama	t değeri	P değeri
Yöresel Yemek	Bekar	200	4,0920	,117	,907
	Evli	195	4,0831	,117	,907
Girişimcilik	Bekar	200	4,0725	-,631	,529
	Evli	195	4,1188	-,631	,529

Tablo 5 analiz edildiğinde yapılan bağımsız örneklem t testi sonuçlarında her iki değişken için de 'p değeri' > 0,05 olduğundan ev kadınlarının yöresel yemek boyutu ve girişimcilik boyutu ile medeni durum arasında anlamlı fark tespit edilmemiştir. Her iki değişken için de medeni durumun (bekar ya da evli olmanın) bireylerin yöresel yemek üretimine ve girişimcilik algısına etkisi istatistiksel olarak anlamlı değildir. Bu durumda H_1 hipotezi desteklenmemiş reddedilmiştir.

Tablo 6. Ev Kadınlarının Yöresel Yemek Üretimine Bakış Açılarının Yaş Değişkeni Açısından Değerlendirilmesi (Anova)

	Yaş	N	F	p	Varyans Homejenliği	Farklılıklar
Yöresel Yemek	19-25	121	1,120	,341	,881	-
	26-32	110				
	33-39	94				
	40 ve üzeri	70				
Girişimcilik	19-25	121	2,674	,047	,664	19-25 yaş* 49 ve üzeri*
	26-32	110				
	33-39	94				
	40 ve üzeri	70				

Tablo 6 incelendiğinde katılımcıların tek yönlü ANOVA analizi sonucunda yöresel yemek faktörlerini algılamada yaş durumuna göre istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p>0,5$). Fakat katılımcıların girişimcilik boyutu algılamada yaş değişkeni açısından istatistiksel bağlamda anlamlı fark bulunmuştur ($p<0,5$). Levene testi, varyansların homojenliğini doğrulamıştır ($p>0,050$). Farklılıkları Scheffe analiziyle incelenmiştir ($p>0,5$). Bu doğrultuda girişimcilik düzeyinde 19-25 yaş ve 40 ve üzeri yaştan bu boyuta farklı baktığı görülmüştür. Buna göre H_2 hipotezi kısmen kabul edilmiş ve yaş ile girişimcilik arasında fark olduğu ortaya konulmuştur.

Tablo 7. Ev Kadınlarının Yöresel Yemek Üretimine Bakış Açılarının Eğitim Durumu Değişkeni Açısından Değerlendirilmesi (Anova)

	Eğitim Durumu	N	F	p	Varyans Homejenliği	Farklılıklar
Yöresel Yemek	İlkokul	38	2,416	,048	,417	İlkokul*Ortaokul
	Ortaokul	78				Ortaokul*İlkokul
	Lise	169				Ortaokul*Lisans
	Ön lisans	37				Lise*Lisans
	Lisans	73				Lisans*Ortaokul Lisans*Lise
Girişimcilik	İlkokul	38	2,602	,036	,206	Ortaokul*Lise
	Ortaokul	78				Lise*Ortaokul
	Lise	169				Lise*Önlisans
	Ön lisans	37				Lise*Lisans
	Lisans	73				Önlisans*Lise Lisans*Lise

Tablo 7 incelendiğinde tek yönlü Anova analizi sonucunda katılımcıların eğitim durumu değişkeni ile yöresel yemek boyutu ve girişimcilik boyutu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farkın olduğu belirlenmiştir. Farklılıkları belirlemek amacıyla gerçekleştirilen Post Hoc testleri uygulanmıştır. Levene testi sonucunda varyansların homojen olduğu tespit edilmiştir ($p>0,050$). Bundan dolayı farklılıkların analizi için Scheffe yöntemi tercih edilmiştir. Analiz sonucunda yöresel yemek boyutunda ilkökul mezuniyete sahip katılımcıların, ortaokul mezuniyetine, ortaokul mezuniyete sahip kişilerin ilkökul, ortaokul mezuniyetine sahip kişilerin lisans mezunlarından, lise mezunlarının lisans mezunlarından, lisans mezunlarının ortaokul mezunlarından, lisans mezunlarının lise mezunlarından farklı bir bakış açısına sahip oldukları gözlemlenmiştir. Yapılan ANOVA analizinde, girişimcilik boyutunun eğitim değişkenine bağlı olarak farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Farklılıkları belirlemek için yapılan Post Hoc testleri, eğitim kategorileri arasındaki

kayda değer farkları değerlendirmek amacıyla uygulanmıştır. Levene testi sonuçları, varyansların homojen olduğunu ortaya koymuştur ($p>0,050$). Bu nedenle, farklılıkların değerlendirilmesinde Scheffe analizi kullanılmıştır. Analiz sonucunda ortaokul mezuniyetine sahip kişilerle ilköğretim mezuniyetine sahip kişiler, lise mezuniyetine sahip kişilerle ortaokul, lise mezuniyetine sahip kişilerle ön lisans, lise mezuniyetine sahip kişilerle lisans, ön lisans mezuniyetine sahip kişilerle lise ayrıca lisans mezuniyetine sahip kişilerle lise mezuniyetine sahip kişilerin farklı baktıkları görülmüştür. Buna bağlı olarak H_3 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 8. Ev Kadınlarının Yöresel Yemek Üretimine Bakış Açılarının Yöresel Yemek Pişirme Sıklığı Değişkeni Açısından Değerlendirilmesi (Anova)

	Yöresel Yemek Pişirme Sıklığı	N	F	p	Varyans Homejenliği	Farklılıklar
Yöresel Yemek	Haftada birkaç kez	141	3,655	,027	,257	Haftada birkaç kez*Özel günlerde
	Ayda birkaç kez	172				Özel Günlerde*Haftada birkaç kez
	Özel günlerde	82				Özel Günlerde*Haftada birkaç kez
Girişimcilik	Haftada birkaç kez	141	2,826	,060	,650	-
	Ayda birkaç kez	172				
	Özel günlerde	82				

Tablo 8 incelendiğinde katılımcıların tek yönlü ANOVA analizi sonucunda geleneksel yemek pişirme sıklığı değişkeni ile geleneksel yemek boyutu aralarında istatistiksel olarak kayda değer fark saptanmıştır ($p<0.050$). Farklılıkların belirlenmesi amacıyla yapılan Post Hoc testleri, yöresel yemek pişirme sıklığı ile yöresel yemek boyutu arasındaki belirgin farklılıklar incelemek için yapılmıştır. Analiz sonucunda haftada birkaç kez diyen katılımcılarla özel günlerde diyen katılımcılar; aynı şekilde özel günlerde diyen katılımcılarla haftada birkaç kez diyen katılımcıların ve de özel günlerde diyen katılımcılarla haftada birkaç kez diyen katılımcıların yöresel yemek boyutunu farklı algıladıkları görülmüştür. Yöresel yemek pişirme sıklığı değişkeni ile girişimcilik boyutu arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır ($p>0.050$).

Tablo 9. Yöresel Yemek ve Girişimcilik Boyutların Turistler İçin Yöresel Yemek Pişirme Düşüncesi Değişkeni Açısından Değerlendirilmesi (ANOVA)

	Yöresel Yemek Pişirme Düşüncesi	N	F	p	Varyans Homejenliği	Farklılıklar
Yöresel Yemek	Evet	277	4,999	,007	,487	Evet*Hayır Hayır*Evet
	Hayır	48				
	Kararsızım	70				
Girişimcilik	Evet	277	17,739	,000	,383	Evet*Kararsızım Evet*Hayır Hayır*Evet Kararsızım*Evet
	Hayır	48				
	Kararsızım	70				

Tablo 9 incelendiğinde katılımcıların tek yönlü ANOVA analizi sonucunda ev kadınlarının geleneksel yemek pişirme düşüncesi ile yöresel yemek boyutu arasında istatistiksel açıdan kayda değer bir fark belirlenmiştir ($p<0.050$). Farklılıkların belirlenmesi amacıyla yapılan Post Hoc testleri yapılmış ve Levene testi sonuçları varyansların homojen olduğunu ortaya tespit edilmiştir ($p>0,050$).

Dolayısıyla, gruplar arasındaki farkların daha ayrıntılı bir şekilde incelenmesi için Scheffe analizi kullanılmıştır. Bu analiz, farklılıkların hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek için uygulanmıştır. Analiz sonucunda evet diyenlerle hayır diyenler arasında ve aynı zamanda hayır diyenlerle evet diyenlerin farklı algıladıkları görülmüştür. Ev kadınların yöresel yemek pişirme düşüncesi ile girişimcilik boyutu arasında istatistiksel olarak fark tespit edilmiştir ($p < 0.050$). Levene Testi istatistiği göz önünde bulundurularak Post Hoc testleri uygulanmıştır. Homejenlik söz konusu olduğundan, bu nedenle farklılıklar Scheffe analizi ile yorumlanmıştır. Analizler sonucunda evet diyenlerle hayır diyenler; evet diyenlerle kararsızım diyenler, hayır diyenlerle evet diyenler, kararsızım diyenlerle evet diyenlerin bu boyuta farklı baktığı görülmüştür. Değişkenler arasında bir ilişki tespit edildiği için, H_5 hipotezi kabul edilmiştir.

6. SONUÇ VE ÖNERİLER

Kırsal alanlarda yerel yiyecek üretimi, kalkınma açısından önemli fırsatlar sunmakta; ancak bu süreç giderek daha fazla nitelikli iş gücüne ihtiyaç duymaktadır. Özellikle dezavantajlı gruplar arasında yer alan kadınlar, bu alandaki potansiyelin değerlendirilmesinde önemli bir kaynak oluşturmaktadır. Bu çalışmanın amacı, ev kadınlarının turizme bakış açılarının yöresel yemek üretimine etkisini incelemektir. Hakkâri mutfağı, coğrafi koşulların etkisiyle şekillenmiş olup, beslenme alışkanlıkları büyük ölçüde hayvancılığa ve doğal kaynaklara dayanmaktadır. Yörede hayvansal ürünler ile dağlık alanlardan toplanan bitkiler yaygın olarak kullanılmaktadır. Dogaba, Keledoş, Hakkâri Kebabı ve Aside gibi yerel yemekler, ilin gastronomi turizmi potansiyelini yansıtan başlıca ürünler arasında yer almaktadır. Bu ürünlerin tanıtımı ve turizme entegrasyonu hem bölge ekonomisine katkı sağlayacak hem de kadınlar için istihdam olanakları yaratacaktır. Bu bağlamda, Hakkâri'nin kültürel ve gastronomik değerlerinin ev kadınlarının perspektifinden değerlendirilmesi, alternatif turizm çeşitlerinin geliştirilmesine yönelik önemli bir veri sunmaktadır.

Literatür taraması ve mevcut bulgular bir arada değerlendirildiğinde, elde edilen sonuçlar önceki araştırmalarla örtüşmekle birlikte yeni açılımlar da sunmaktadır. Bu çalışmada elde edilen bulguların sonuçları ve literatürle karşılaştırmasını şu şekilde özetleyebiliriz; 395 ev kadınıyla yapılan anket çalışmasından elde edilen bulgular, kadınların yöresel yemek üretimi konusunda yüksek farkındalığa sahip olduklarını ve bu üretimi turistik bir değer olarak görmeye açık olduklarını göstermektedir. Medeni durumun (bekar ya da evli olmanın) bireylerin yöresel yemek üretimine ve girişimcilik algısına etkisi istatistiksel olarak anlamlı olmadığı, bulunan sonuç Ayaz ve Çobanoğlu (2017) çalışma tarafından desteklenmemiştir. Katılımcıların girişimcilik boyutu algılamının yaş değişkeni açısından istatistiksel bağlamda anlamlı fark bulunmuştur. Bu doğrultuda girişimcilik düzeyinde 19-25 yaş ve 40 ve üzeri yaşın bu boyuta farklı baktığı görülmüştür. Bu da gösteriyor ki gençlerin daha yüksek girişimcilik algısına sahip oldukları söylenebilir. Ayaz ve Çobanoğlu (2017) çalışmasında ev kadınlarının yaş değişkenine bağlı olarak yöresel yemek algısında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık saptanmamıştır. Ancak bu çalışma da Ayaz ve Çobanoğlu (2017) çalışmasından farklı sonuçlar bulunmuştur. Bu çalışmada özellikle düşük eğitim seviyeleri (ilkokul, ortaokul) ile yüksek eğitim seviyeleri (lisans) arasında önemli algı farklılıkları ortaya koyulmuştur. Bu da eğitim düzeyi arttıkça yöresel yemek üretimine bakış açısının değişebildiğini göstermektedir. Bu çalışmada, yöresel yemekleri daha sık pişiren bireylerin, sadece özel günlerde pişiren bireylere göre yöresel yemeklere daha farklı (muhtemelen daha olumlu) bir bakış açısına sahip olduğunu gösteriyor. Çalışmada geleneksel yemek pişirme sıklığı ile geleneksel yemek boyutu aralığında belirgin farklılıklar bulunduğu tespit edilmiştir. Bundan dolayı, Ayaz ve Çobanoğlu (2017) çalışmasından belirgin farklılıklar bulunduğu için farklı bakış açısı sunmaktadır.

Bu doğrultuda, yöresel yemek pişirme düşüncesine sahip bireylerin hem kültürel değerlere hem de girişimciliğe daha olumlu yaklaştığı görülmüş. Elde edilen bulgular, yöresel yemeklere yönelik olumlu algıların sadece kültürel miras bilincini artırmakla kalmayıp, bireylerin girişimcilik eğilimlerini de desteklediğini ortaya koymaktadır. Bu sonuçlar, Ayaz ve Çobanoğlu (2017), Apak, Ünlü ve Kıvanç (2022) ile Boyacıoğlu (2014) çalışmalarını desteklemektedir. Ancak bu çalışma, Hakkâri özelinde kadın emeğini gastronomi ve turizm sektörüyle buluşturarak literatüre bölgesel

katkıları sunmakta; Karakaya (2020) gibi feminist ekonomi odaklı yaklaşımlardan farklı olarak, kadın emeğini ekonomik çıktıya dönüştürmeye yönelik yapısal öneriler geliştirmektedir.

Bu çalışma genel hatlarıyla gastronomi turizmi; kültürel mirasın korunması, kırsal kalkınmanın desteklenmesi ve toplumsal cinsiyet eşitliğinin sağlanması gibi çok boyutlu sosyal faydalar üretme potansiyeline sahiptir. Bu bağlamda öneriler şunlardır: Kadın kooperatifleri desteklenmeli, “Yöresel Gastronomi Atölyeleri” kurulmalı; bakanlıklar iş birliğinde “Kadın Temelli Yöresel Üretim Hibe Programları” başlatılmalıdır. Kadınlara yönelik hijyen, sunum ve yöresel tarif eğitimleri İŞKUR ve Halk Eğitim Merkezleri tarafından sunulmalı; gastronomi liselerinde “Yöresel Mutfaklar” dersi seçmeli olmalıdır. Yerel gastronomi festivalleri düzenlenmeli, coğrafi işaret potansiyeli taşıyan ürünler tescil sürecine alınmalıdır. Ayrıca sürdürülebilir üretim rehberleri hazırlanmalı, eko-gastronomi bilinci yaygınlaştırılmalıdır. Mikro-kredi destekleriyle kadın girişimciliği teşvik edilmeli; yöresel tarifler dijital platformlarda pazarlanmalıdır.

Sonuç olarak, Hakkâri’nin mutfak mirası yalnızca turistik bir değer değil, aynı zamanda kadın emeğini görünür kılan, kırsal kalkınmayı destekleyen ve sürdürülebilir turizmi mümkün kılan çok yönlü bir kalkınma aracıdır. Çalışma, teorik literatüre katkı sunmakta ve politika yapıcılara uygulanabilir öneriler sunmaktadır.

Kaynakça

- Alsawafi, A. M. (2016). Exploring the challenges and perceptions of Al Rustaq College of Applied Sciences students towards Omani women's empowerment in the tourism sector. *Tourism Management Perspectives*, 20, 246-250.
- Apak, Ö. C., Ünlü, H., ve Kıvanç, M. İ. (2022). Unutulmaya yüz tutmuş yöresel yiyeceklerin gün yüzüne çıkarılması: Bayburt ili ev kadınları üzerine bir araştırma. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 10(1), 267-283.
- Ayaz, N., ve Çobanoğlu, S. (2017). Ev kadınlarının turizm amaçlı yöresel yemek üretimine bakış açıları: Bartın ili örneği. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(1), 413-427.
- Boyacıoğlu, E. Z. (2014). Kırsal turizmde kadın girişimciliği: Edirne örneği. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 4(2), 82-90.
- Buczkowska, K. (2014). Local food and beverage products as important tourist souvenirs. *Turystyka Kulturowa*, 1(1), 47-57.
- Cihangir, İ. S., Akmeşe, H., ve Akmeşe, K. A. (2023). Yöresel gastronomik ürünlerin gastronomi turizmine kazandırılması sürecinde kadın kooperatiflerinin tutumları: Deneş Kadın Kooperatifi üyeleri üzerine bir araştırma. *Necmettin Erbakan Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 5(2), 205-225.
- Cömert, M., ve Özkaya, F. D. (2014). Gastronomi turizminde Türk mutfağının önemi. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 2(2), 62-66.
- Çelik, K., ve Geçkin, E. (2021). Kars ilinin kültürel miras kaynakları ve SWOT analizi. *Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12(23), 295-321.
- Duman, H. (2024). Somut olmayan kültürel miras değeri olarak algılanan yöresel yiyeceklerle ilişkin satın alma davranışının benlik imajı uyumu teorisi ve planlı davranış teorisi kapsamında incelenmesi: Edremit Körfezi örneği [Yayımlanmamış makale].
- Elmas, B. (2021). Hakkâri ilinin beslenme ve mutfak kültürü. *Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi*, 4(1), 49-59.
- Enes, K., Yavuz, G., ve Ercik, C. (2022). Yöresel yemeklerin standardize edilmesi ve kabul edilebilirliğinin ölçülmesi; Mersin örneği. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 23(2), 249-263.
- Fidan, F., ve Nam, D. (2012). Kırsal turizmde yeni dinamikler: Kadın girişimciler-Taraklı örneği. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(2), 45-59.
- Garip, S. (2022). Sosyal bilimlerde nicel araştırma geleneği üzerine kuramsal bir inceleme. *Uluslararası Sosyal Alan Araştırmaları Dergisi*. Cilt: 12, Sayı:1, Yıl: 2023, Sayfa:1-19.

- George, D., ve Mallery, M. (2010). *SPSS for Windows Step by Step: A simple guide and reference, 17.0 update* (10th ed.) Boston: Pearson
- Gheorghe, G., Tudorache, P., ve Nistoreanu, P. (2014). Gastronomic tourism, a new trend for contemporary tourism? *Cactus Tourism Journal*, 9(1), 12-21.
- Güler, S. (2010). Türk mutfak kültürü ve yeme içme alışkanlıkları. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 26(1), 24-30.
- Kalkan, G., ve Küçükyaman, M. A. (2020). Yöresel yemeklerin yiyecek içecek işletmelerinde kullanım durumu: Isparta incelemesi. *Türkiye Mesleki ve Sosyal Bilimler Dergisi*, 4, 41-50.
- Karakaya, H. (2018). Görünmez emek ve ev kadınları. *Firat University International Journal of Economics and Administrative Sciences*, 2(1), 73-94.
- Kaur, S., ve Kaur, M. (2024). Image of local cuisine in emerging gastronomic destinations: Scale review, development, and validation. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 25(1), 153-201.
- Kılıç, S. (2016). Cronbach's alpha reliability coefficient. *Journal of Mood Disorders*, 6(1), 47-48.
- Muslu, Ö. G. M., ve Şensoy, D. F. (2022). Beslenme, çevre ve kültür çerçevesinde yerel mutfak incelemesi: Hakkâri ili örneği. *İzdas Kongre*, 217-219.
- Okat, Ç. (2019). Yiyecek içecek işletmelerinde algılanan gıda güvenliğini etkileyen faktörlerin belirlenmesine yönelik bir araştırma. *Uluslararası Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(2), 164-176.
- Özen, Y. ve Gül, A. (2007). Sosyal ve eğitim bilimleri araştırmalarında evren-örneklem sorunu. Atatürk Üniversitesi, *Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi* (15), 394-422.
- Peštek, A., ve Činjarević, M. (2014). Tourist perceived image of local cuisine: The case of Bosnian food culture. *British Food Journal*, 116(11), 1821-1838.
- Polat, M. (2020). Yöresel yemek imajının destinasyon tercihinine etkisi: Kahramanmaraş örneği. *Eastern Geographical Review/Doğu Coğrafya Dergisi*, 25(43).
- Shenoy, S. S. (2005). Food tourism and the culinary tourist. *Unpublished Doctoral Thesis*, The Graduate School of Clemson University, Recreation, and Tourism Management.
- Sırrı, M., ve Sırrı, G. (2020). Hakkâri ilinde gıda olarak tüketilen yabani bitki ve yabancı ot türlerinin güncel durumu. *Avrupa Bilim ve Teknoloji Dergisi*, (19), 393-409.
- Şahin, G., ve Kahraman, M. (2017). Hakkâri'nin turizme yönelik potansiyelleri hakkında bir değerlendirme. *Coğrafya Dergisi*, (34), 1-21.
- Top, M. (2010). *Hakkari*. T.C. Hakkari Valiliği, Ankara.
- Yalçın, G. E., ve Öcal Kara, F. (2016). Kırsal Göç ve Tarımsal Üretime Etkileri. *Harran Tarım ve Gıda Bilimleri Dergisi*, 20(2), 154-158. <https://doi.org/10.29050/harranziraat.259106>