

# TÜRKİYE’DE GASTRONOMİ TURİZMİ ÜZERİNE BİR LİTERATÜR İNCELEMESİ

Muhammed Yıldız<sup>8</sup>  
Meral Yılmaz<sup>9</sup>

## ÖZET

İnsan ihtiyaçları hiyerarşisinin en alt basamağında bulunan yeme-içme ihtiyacı, günümüzde “*gastronomi turizmi*” kavramının ortaya çıkması ile birlikte, turizm aktivitelerinin ayrılmaz bir parçası haline gelerek, hiyerarşinin üst basamaklarına kadar çıkmıştır. Herhangi bir turizm aktivitesi yapan turist, beslenme ihtiyacını bir şekilde gidermek durumundadır. Bu noktada kimi turistler belirli bir bölgeye, o bölgenin gastronomik özelliklerini deneyimlemek amacıyla seyahat ederken; kimi turistler ise başka bir amaçla belirli bir bölgeye seyahat etmekte ancak ihtiyaçları doğrultusunda yine o bölgenin gastronomik özelliklerini deneyimlemektedir. Nitekim turist, seyahatini gastronomik deneyim için yapıyor olsun veya olmasın o bölgenin gastronomik özelliklerini deneyimlemek durumundadır. Dolayısıyla “*gastronomik ürünlere*” duyulan ihtiyaç devamlı ve zorunlu bir ihtiyaç olmakla birlikte, işletmelere de önemli bir gelir sağlamaktadır. Aynı zamanda bir destinasyonun gastronomik özelliklerinin, turistlerin seyahat deneyimleri üzerinde önemli bir etkisi bulunmakta; o destinasyonun değerlendirilmesinde, hatırlanmasında ve tekrar ziyaret etme niyeti üzerinde önemli bir rol oynamaktadır. Bu bağlamda; gastronomik unsurların bu önemli potansiyel değerinden yola çıkılarak turizm ve gastronomi alanında yapılan çalışmaların değerlendirilmesi gerekmektedir. Bu çalışma, turizm ve gastronomi kavramlarının bileşkesi olan gastronomi turizmi hakkında bir literatür taraması ve değerlendirmesidir.

**Anahtar Kelimeler:** *Gastronomi, Turizm, Türkiye*

---

<sup>8</sup> Öğr. Gör., Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Turizm Fakültesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, muhammedyildiz@cumhuriyet.edu.tr

<sup>9</sup> Doç. Dr., Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Turizm Fakültesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, meralylmz@cumhuriyet.edu.tr

# A REVIEW OF THE LITERATURE ON GASTRONOMY TOURISM IN TURKEY

## ABSTRACT

The need for food and drink, which is at the bottom of the human needs hierarchy, has become an integral part of tourism activities with the emergence of gastronomy tourism. Tourists who are engaged in any tourism activity must meet their nutritional needs in some way. At this point, some tourists travel to a certain region to experience the gastronomic features of that region; some tourists travel to a specific region for another purpose but experience the gastronomic characteristics of that region in line with their needs. In fact, the tourist has to experience the gastronomic features of that region, whether or not they are traveling for gastronomic experience. Therefore, although the need for gastronomic products is a constant and compulsory requirement, it also provides significant income to the enterprises. At the same time, the gastronomic characteristics of a destination have a significant impact on the travel experience of tourists and play an important role in the evaluation, recall and intention of visiting that destination. In this context based on this important potential value of gastronomic elements, studies on tourism and gastronomy should be evaluated. This study is a literature review and assessment about gastronomy tourism studies done in Turkey.

**Keywords:** *Gastronomy, Tourism, Turkey*

## GİRİŞ

Gastronomi birçok bilim alanıyla ilişkili olması nedeniyle, yemek olgusunu çeşitli alanlarla birleştirerek yemek yeme olayını faklı boyutlara taşımaktadır. Ülkemizde son dönemlerde Fransızcadan dilimize geçmiş olan Gastronomi kelimesi, Türk Dil Kurumu tarafından "yemeği iyi yeme merakı" ve "sağlığa uygun, iyi düzenlenmiş, hoş ve lezzetli mutfak, yeme düzeni ve sistemi" olarak tanımlanmıştır. (Türk Dil Kurumu, 2016). Yemek ve kültür kavramını birleştiren gastronomi, turizm pazarlamasında avantaj sağlayan yeni bir turizm alanının gelişmesine katkı sağlamıştır (Aksoy ve Sezgi, 2015). Turistler artık ziyaret ettikleri bölgenin turistik destinasyonlarını değil aynı zamanda o bölgeye ait olan mutfak kültürünü de tanımak ve deneyimlemek istemektedir (Aslan ve Akay, 2017).

Turizm sektörü son yıllarda tüm dünyada hızlı bir gelişim göstererek beraberinde gastronomik ürün gibi turistik ürünlere verilen önemin artmasına yol açmıştır. Konaklama işletmelerinden bağımsız restoranlara kadar geniş bir alana yayılan gastronominin gerek turizm endüstrisi gerekse yiyecek – içecek endüstrisi açısından önemi oldukça artmıştır. Ayrıca turizm türleri arasında yer alan gastronomi turizminin oldukça hızlı bir gelişim göstermekte olduğu görülmektedir (Aslan ve Akay, 2017).

Bu çalışmada gastronomi ve gastronomi turizmi kavramları incelenerek; gastronomi turizmi konusunda Türkiye’de yapılmış çalışmalar değerlendirilecektir. Bu çalışma

dört bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde gastronomi kavramının tanımı yapılmış, ikinci bölümde gastronomi ve turizm arasındaki ilişki irdelenmiş; gastronomi turizminden bahsedilmiştir. Üçüncü bölümde ulusal literatürde, gastronomi turizmi konulu makaleler taranmış ve sunulmuş, dördüncü ve son bölümde ise ulaşılan çalışmalar kapsamında elde edilen sonuçlar sunulmuş ve önerilerde bulunulmuştur.

### **Gastronomi Kavramı**

Gastronomi kelime anlamı olarak bakıldığında birçok sözlükte “*iyi/lezzetli, yeme bilimi ve veya sanatı*” şeklinde yer almaktadır. Tüm tanımlar gastronomi kavramında odak noktalarda bilim ve sanatın, uygulamada ise bilgi ve becerinin etkin olduğu izlenimini uyandırmaktadır. Bu kavramın ilk olarak antik Yunanistan’da kullanılmaya başladığı ve “*gastros*” (mide) ve “*gnomos*” (yasa) kelimelerinin birleşmesinden oluştuğu bildirilmektedir. Gastronomi kavramının aynı zamanda mutfak kelimesinin karşılığı olan eski Roma’ya ait “*culinary*” ve Fransızca “*cuisine*” kelimelerinden türetildiği de ifade edilmektedir (Genç, 2014). Bunun yanı sıra gastronomi; sağlığa uygun, iyi düzenlenmiş, hoş ve lezzetli mutfak, yemek düzen ve sistemi ve yemeği iyi yeme merakı olarak da tanımlanabilmektedir.

Gastronomi tanımıyla bağlantılı olarak kullanılan diğer bir kavramı da mutfak sanatlarıdır. Bu kavram, yemek pişirme sanatı olarak tanımlanmaktadır. Mutfak sanatları yemeklerin hazırlanması ile ilgiliyken gastronomi daha geniş bir çerçevede pişirme ve sunumun yanı sıra pişirmenin sosyal, kültürel ve psikolojik yönlerini kapsamaktadır (Kurgun ve Özşeker, 2016).

Tüm bu tanımlar çerçevesinde çok sayıda kültürel bileşene sahip gastronomi kavramı, fen ve sosyal bilimleri kapsayan antropoloji, ekonomi, sosyoloji, ziraat, çevrebilim, tıp bilimleri, kimya, geleneksel bilgiler ve modern teknolojilerle ilişkiler kuran disiplinler arası bir faaliyet olarak dikkat çekmektedir (Gülen, 2017).

Ayrıca gastronomi, gıdaların fizyolojisi ve mikrobiyolojisi, bireylerin yeme-içme, beslenme alışkanlık ve eğilimlerini, yiyecek-içecek işletmelerinin yönetimini ve yiyecek-içecek hazırlama sürecinde oluşacak atıkların güvenli olarak yok edilmesini de kapsayan tüm süreçleri ve kuralları kapsamaktadır. Bu kavram, yiyecek ve içeceğin nerede, ne kadar, ne zaman, ne şekilde, hangi bileşimlerle ve nasıl yenilip içleneceğini inceleyen bir bilim dalı olarak rehberlik etmektedir (Sarıışık, 2017).

Turizm çerçevesinden bakıldığında ise gastronomi, hatırlanabilir turistik deneyimlerin oluşturulmasına destek veren, destinasyon kültürünün turistlere iletilmesinde önemli roller üstlenen ve çeşitlendirme fırsatı sunan turistik bir ürün olarak tanımlanmaktadır (Yıldız, 2016).

### **Gastronomi Turizmi**

Dünyadaki bütün toplumlar, kendilerine ait bir mutfak kültürüne ve beslenme biçimlerine sahiptir. Bu mutfak kültürü ve beslenme biçimleri, içinde bulunulan kültürel,

coğrafi, ekonomik, ekolojik yapıya ve tarihsel sürece göre şekillenmektedir (Çakıcı ve Eser, 2016). Gastronomi, coğrafi bir kimlik olup yerellik içermekte ve ihraç edilemez bir nitelik taşımaktadır (Çimen, 2016). Mutfaklar, toplumun yaşadığı coğrafyanın şekillendirdiği yiyecek-ıçeceklerin, iklimsel koşulların, yaşam tarzının ve toplumun beslenme şekillerinin ortaya çıkardığı kültürü yansıtan önemli bir değerdir. Bu özellikleri itibariyle mutfaklar, hem kültür turizmi hem de gastronomi turizmi için seyahat edenlerin ilgisini çekmekte ve turistler tarafından giderek artan bir oranda talep görmektedir (İnce ve Samatova, 2018). Destinasyonlar sadece tarih, deniz ve kumsalları ile değil, mutfak kültürleri ile de ön plana çıkmaktadır (Bekâr ve Belpınar, 2015).

Bir destinasyonda sunulan ve ziyaretçilerin deneyimlediği yiyecek-ıçecekler; seyahat memnuniyetinde önem arz etmekte, olumlu yiyecek-ıçecek deneyimi o destinasyonun tekrar ziyaret edilme ve başkalarına tavsiye davranışına etki etmektedir (Stone, Migacz & Wolf, 2019). Son dönemlerde sadece fizyolojik bir ihtiyaç olarak yeme-içme faaliyetinin gerçekleştirilmesinden ziyade, yeme ve içmekten zevk alma, tatmin olma ve öğrenme isteğiyle seyahat edilmektedir (Çavuş, Işık ve Yalçın, 2018). Ayrıca ziyaretçiler günümüzde bir bölgeye sadece bir takım turistik deneyimler için değil gastronomik deneyimler için de seyahat etmektedir (Aslan ve Akay, 2017).

Gastronominin turizm içerisinde çok önemli bir yeri söz konusudur. Hangi amaçla olursa olsun seyahat eden ve turizm faaliyetleri yapan ziyaretçilerin, varış noktalarında ya da yolculuk sırasında beslenmeleri gerekmekte; dolayısıyla yiyecek – içecek faktörü turizm içerisine dâhil olmaktadır. Yemek yemenin zorunlu bir ihtiyaç olmasından dolayı ve turistlerin seyahatlerinin her anından zevk alma isteği gastronomi değerlerini, turizm deneyiminin ayrılmaz bir parçası haline getirmiştir. Bu değerler bazı bireyler için öylesine önemli bir noktadadır ki seyahatlerinin temel motivasyonunu oluşturmakta ve bu durum gastronomi turizminin ortaya çıkmasına zemin hazırlamaktadır (Türkay ve Genç, 2017). Gastronomi ile turizmin bu ilişkisi sonucunda “*Gastronomi Turizmi*” kavramı ortaya çıkmıştır. Bu kavram, ilk defa 1998 yılında Lucy M. Long tarafından farklı kültürleri yiyecek yoluyla ifade eden, insanların yiyecekler ve bu yiyeceklerle ilgili deneyimlerini tanımlayan bir kavram olarak literatüre kazandırılmıştır (Aksoy ve Sezgi, 2015). Gastronomi turizmi, bilinenden farklı bir mutfak kültüründeki yiyeceklerin tüketilmesini, hazırlanmasını, sunulmasını ve mutfağını, öğün sistemlerini, yeme biçimlerini keşfetmek ve katılım sağlamak amacıyla gerçekleştirilen turizm türüdür (Long, 2003).

Gastronomi turizmi; temel motivasyon faktörü özel bir yemek türünü tatmak veya bir yemeğin üretilmesini görmek amacıyla, yiyecek üreticilerini, yemek festivallerini, restoranları ve özel alanları ziyaret etmektir (Hall ve Sharples, 2004). Bir yöreye özgü yiyecek ve içecekler, buldukları coğrafi koşullardan etkilenmeleri ve yerel yeme – içme kültürünü yansıtmaları ile gastronomi turizminin temel çekiciliklerini oluşturmaktadır (Çağlı, 2012). Bir yörenin yemekleri; o yörenin seçiminde ve oraya seyahat eden turistlerin yaşadığı deneyimler üzerinde önemli etkiye sahiptir ve o yöreye ait iklim, konaklama,

manzara gibi önemli çekicilik unsurları arasında yer almaktadır. Farklı yemekleri tatma ve deneme duygusu, seyahat deneyiminin temel motivasyon faktörü olabileceği gibi toplam deneyimin ikincil amacı olarak da görülebilmektedir (McKercher vd., 2008).

Yemek ile seyahat arasında dairesel bir bağlantı bulunmaktadır. Seyahat sırasında edinilen olumlu yemek deneyimleri, seyahatin olumlu olarak hatırlanmasına yol açmaktadır. Edinilen bu olumlu deneyimler, turisti evinde de benzer yiyecekleri satın almaya yöneltmekte; bu seyahati hatırlatarak gelecekte aynı destinasyonlara seyahatin önünü açmaktadır. Yiyecekler artık, sadece “seyahat sırasında insanların yaptığı bir şey” olmaktan çıkıp, seyahat deneyimlerini direkt etkileyen ve seyahati hatırlanabilir kılan bir etken haline gelmiştir (Stone, Migacz & Wolf, 2019).

Günümüzde gastronomi, toplumların kendi içlerinde yaşadıkları bir konu olmanın ötesinde, ülke pazarlamasında ve tanıtımında önemli pay sahibi bir olgu haline dönüşmüştür. Çeşitli festival ve sempozyumlar ile adı geçen kavramın değeri uluslararası boyut kazanmakta ve gastronomik aktivitelerin önemi her geçen gün daha da artmaktadır (Dilsiz, 2010).

### Literatür Taraması

Bu çalışma kapsamında ulusal literatür “gastronomi” ve “turizm” anahtar kelimeleri ile taranmış olup ulaşılan çalışmalar ulusal ve bölgesel olarak sınıflandırılmış ve incelenmiştir. Bölgesel tek ürün üzerine odaklı çalışmalar, tez ve bildiriler değerlendirme dışı bırakılmıştır. 2015 yılında, Sarıışık ve Özbay tarafından, bu çalışma ile benzer bir çalışma yapılmış; 2014 ve öncesindeki çalışmalar incelenmiştir. Dolayısıyla 2014 yılı öncesinde yapılmış çalışmalar, bu araştırmaya dâhil edilmemiştir. Ulusal kapsamda yapılmış çalışmalar Tablo 1’de sunulmuştur.

**Tablo 1.:** 2015–2019 yılları arasında yayınlanmış Gastronomi ve Turizm konulu çalışmalar

Yıl	Yazar	Dergi	Konu Başlığı	İçerik & Sonuç
2015	Birdir ve Akgöl	İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi	Gastronomi Turizmi ve Türkiye'yi Ziyaret Eden Yabancı Turistlerin Gastronomi Deneyimlerinin Değerlendirilmesi	Yabancı turistlerin gastronomi turizminin temel hareket noktalarının farkında olarak Türkiye'yi ziyaret ettikleri görülmektedir. Türk mutfağına özgü yiyecekler yağ şeker miktarı yönünden dengelenip; kalite, çeşit, görünüş, temizlik, besin değeri açısından geliştirilmeli ve lezzet ve porsiyon açısından beğenilen Türk yemeklerine bu özellikler konusunda standart kazandırılması gerekmektedir.
2015	Sarıışık ve Özbay	Turizm Araştırmaları Dergisi	Gastronomi Turizmi Üzerine Bir Literatür İncelemesi	Yapılan araştırmalar gastronomi turizmi açısından büyük ölçekli kitlelerin olmadığını ve ancak niş pazar niteliğinde bulunduğunu göstermektedir. Gastronomi turizmi kavramı literatürdeki yerini alırken bu alanda gelecekte yapılacak bilimsel çalışmalarda nitelik ve nicelik artışı olabileceği söylenebilir.

2016	Çapar ve Yenipinar	Journal of Tourism and Gastronomy Studies	Somut Olmayan Kültürel Miras Kaynağı Olarak Yöresel Yiyeceklerin Turizm Endüstrisinde Kullanılması	Yöresel yemekler, insanların destinasyon tercihinde önemli rol oynamaktadır. Turistlerin güzel bir tatil deneyimi kazanmalarına yardımcı olur ve daimi bir harcama yapmalarına olanak sağlayarak bölge ekonomisine de katkıda bulunur. Bunun yanında turistlerin destinasyonu tekrar ziyaret etmelerinde de etkili bir faktör olarak görülebilir.
2016	Karaca	Journal of Tourism and Gastronomy Studies	Geleneksel Peynirlerimizin Gastronomi Turizmindeki Önemi	Peynirlerimizin gastronomi turizmindeki etkisinin artırılması ile yerel marka kimliği ve yerel pazarlama ağları güçlendirilebilecektir. Ayrıca turizmin bölgelerin ya da illerin gastronomik özgünlüğüne olumlu etkisinin sağlanması mümkün olabilecektir. Sonuç olarak da; gastronomi turizminin destinasyonlara sağlayacağı ekonomik ve sosyo-kültürel katkılar artırılabilir.
2016	Üner ve Şahin	Journal of Tourism and Gastronomy Studies	Türkiye Gastronomi Turizmi Potansiyelinin Her Şey Dâhil Satış Sistemi İçinde Değerlendirilmesi	Türk mutfağının, yurt dışındaki potansiyel turistlere daha iyi tanıtılmasının ve daha fazla sayıda insanın Türk mutfağını denemesinin, Türkiye'yi tercih etme olasılığını artıracakı söylenebilir. Türkiye'de gastronomi turizminin gelişmesi için restoran işletmelerinin özellikle insan kaynakları konusunda eğitim, iletişim gibi konuların üzerinde durması, yiyecek içecek işletmeciliği ile ilgili hizmet kalitesini geliştirmesi, menü çeşitliliği ve menülerde Türk yemeklerine öncelik verilmesi, restoranların fiziksel şartlarının iyileştirilmesi ve geliştirilmesi sağlanmalıdır.
2017	Şengül	Balkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Detaylı	Türkiye'nin Gastronomi Turizmi Destinasyonlarının Belirlenmesi: Yerli Turistler Üzerine Bir Araştırma	Güney Doğu Anadolu Bölgesi ve Karadeniz Bölgesi'nin mutfak kültürü konusunda Türkiye'de öne çıkan bölgeler oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Gastronomi turizmi amacıyla ziyaret edilme isteği konusunda potansiyeli yüksek olan bu bölgelerin ve şehirlerin mutfak kültürü konusunda ön plana çıkartılması Türk turizmi için oldukça önem arz etmektedir.
2018	Akdu U. ve Akdu S.	Journal of Tourism and Gastronomy Studies	Turizm Tanıtımında Gastronomik Değer Vurgusu: Unesco Gastronomi Şehirleri Örneği	Unesco tarafından verilen Gastronomi Şehri unvanının özellikle gastronomi turistlerini kendilerine çekebilecek ve bu doğrultuda yapılan tanıtım ve pazarlama faaliyetlerini destekleyecek önemli bir unvan olduğu düşünülmektedir. Yapılan inceleme sonucunda gastronomi şehirlerinin çoğunluğunun web sitelerinde Unesco vurgusu yapılmadığı görülmüştür.
2018	Karsavuran	Journal of Tourism and Gastronomy Studies	Sokak Yemekleri: Farklı Disiplinlerin Yaklaşımı ve Gastronomi Turizmi Alanında Sokak Yemeklerinin Değerlendirilmesi	Sokaklarda sunulan geleneksel yemekler ve etnik mutfaklar şehrin dokusunu yansıtan kültürel bir olgu niteliğindedir. Bu haliyle sokak yemekleri hem kolay ulaşılabilir, ekonomik ve pratik bir alternatif hem de yerel mutfakların deneyimlenebileceği lezzet durakları olarak tüketicilerin ilgisini çekmektedir. Turistler için de yerel halkla ve sokaktaki hareketlilikle iç içe geçmiş bir atmosferde tüketilen yerel lezzetler otantik bir yemek deneyimi sunmaktadır.

2018	Oğuz ve Unur	Journal of Tourism and Gastronomy Studies	Gastronomi Turizmde Gelişmişlik Göstergeleri Ölçeği: Geliştirilmesi, Geçerliliği ve Güvenilirliği	Çalışmada literatürden elde edilmiş gastronomi turizmi gelişmişlik göstergeleri ölçeği geçerlilik ve güvenilirlik testine tabi tutulmuş olup 46 maddeli gastronomi turizmi gelişmişlik göstergeleri ölçeğinin geçerli ve güvenilir bir ölçek olduğu söylenebilir.
2019	Nebiöglü	Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi	Turizm ve Yiyecek Tüketimi: Uluslararası Alanyazın Üzerine Bibliyometrik Bir Analiz	Taranan 265 çalışma, turizm ve yiyecek tüketimi olgusunun geçmişten günümüze gelişimi ve gelecekteki olası eğilimleri konusunda bilgi sahibi olmaya imkân tanımaktadır. Turizm ve yiyecek tüketimi konusundaki çalışmaların özellikle 2010'lu yıllardan itibaren büyük bir artış sergilediği görülmektedir.
2019	Özdemir ve Altınar	Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi	Gastronomi Kavramları Ve Gastronomi Turizmi Üzerine Bir İnceleme	Yeme-içme kültürü bakımından zengin olan Türkiye'nin gastronomi turizmi bakımından tanınırlığını, seminerler, konferanslar, reklam çalışmaları, festival etkinlikleri ve kültürel etkinlikler gibi çeşitli tanıtım faaliyetleri düzenlenerek, gastronomik lezzetlerin tüm dünyaya tanıtımının sağlanması gerekmektedir. Bu tanıtımların sonucu olarak, gastronomi turizminin sağladığı yeni iş alanları ve yatırımlar ile ülke ekonomisine ve turizm gelirlerine katkı sağlanacaktır.

Yapılmış çalışmalar incelendiğinde; ulusal anlamda toplamda 11 adet çalışma yapıldığı görülmüştür. Bu çalışmaların sonuçlarına bakıldığında, genel olarak, yöresel ürünlerin gastronomi turizmi kapsamında büyük bir potansiyele sahip olduğu ancak tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinin eksik bırakıldığı belirtilmektedir (Başar vd. 2019; Çatır ve Ay, 2018; Çavuş vd. 2018; Çelik, 2018; Çetinsöz ve Polat, 2018; Erdoğan ve Özdemir, 2018; İnce ve Samatova, 2018). Yöresel yemeklerin, etkili tanıtım ve pazarlama faaliyetleri ile hem yerel hem de ulusal olarak turizm ve gastronomi turizmde önemli bir temel oluşturacağı ifade edilmektedir (Hazarhun ve Tepeci, 2018; Katlav vd. 2019; Mol ve Varlık, 2019; Sormaz vd. 2018; Toklu ve Pekerşen, 2019; Yurday ve Kingir, 2019; Zengin ve Gürkan, 2019).

## SONUÇ

Günümüzde ziyaretçiler, bir bölgeye seyahat ederken, o bölgeye ait yemek kültürünü de göz önünde bulundurmakta; seyahatlerini olumlu veya olumsuz değerlendirirken yemek faktörünü de hesaba katmaktadır. Dolayısıyla gastronomi ve turizm birbirinden ayrılamayan kavramlar olup; gastronominin gelişimi için etkili turizm faaliyetlerine, turizmin gelişimi için etkili gastronomi faaliyetlerine ihtiyaç bulunmaktadır. Bu bağlamda, zengin gastronomik çeşitliliğe sahip yöresel ve kültürel yemeklerimizin, yerel turizm işletmeleri ve yerel yönetimler tarafından, sahip oldukları potansiyelin farkına varılması gerekmekte; o bölgenin tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinde, yöresel yemeklere de yer verilerek, gastronomik zenginliğin kullanılması gerekmektedir. Nitekim yöresel yemek-

ler; insanların destinasyon tercihinde önemli rol oynamakta olup, turistlerin güzel bir tatil deneyimi kazanmalarında ve destinasyonu tekrar ziyaret etmelerinde de etkili bir faktör olarak görülebilir.

Arkeolojik ve tarihi araştırmalar ile ulaşılan Türk mutfak kültürüne ait yemeklerin, orijinal sunum araçlarına benzer araçlar ile sunumu gerçekleştirilebilir (yemeğin döneminde kullanılan bakır kaplarda servis edilmesi gibi). Türk kültüründe yaygın olarak bulunan geleneksel tören yemekleri ve ritüeller, temalı restoran ve yaşayan mutfak (Osmanlı temalı restoran gibi) uygulamaları kapsamında sunularak konuklara otantik bir deneyim yaşatılabilir. Özellikle turizm destinasyonlarında bulunan işletmelerde, Türk kültürüne ve o yöreye ait yemekler sunulmalıdır. Geleneksel Türk mutfağında bulunan, unutulmaya yüz tutmuş yemekler, gün ışığına çıkarılarak, günümüz şartları ve yemek tercihleri göz önünde bulundurularak revize edilerek sunulabilir. Yine geleneksel Türk mutfağındaki yemeklerin detaylı bir biçimde araştırılarak, standart reçeteleri oluşturulup kayıt altına alınmalıdır.

## KAYNAKLAR

- Akdu, U. ve Akdu S. (2018). Turizm tanıtımında gastronomik değer vurgusu: Unesco gastronomi şehirleri örneği. *Journal of tourism and gastronomy studies*, 6(4), 933–952.
- Aksoy, M. ve Sezgi, G. (2015). Gastronomi turizmi ve Güneydoğu Anadolu bölgesi gastronomik unsurları. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(3), 79–89.
- Aslan, Z. ve Akay, N. S. (2017). Ege bölgesi mutfak kültürünün gastronomi turizmi açısından değerlendirilmesi. *Eurasian Academy of Sciences Social Science Journal*, UKTM, 446–464.
- Başar, F., Necibe, Ş., Silahşör, Y. ve Başar, B. (2019). Erzincan yöresel mutfak kültürü unsuru olan tarhananın gastronomi turizmi açısından değerlendirilmesi. *Journal of tourism and gastronomy studies*. 7(1). 328–339.
- Birdir, K. ve Akgöl, Y. (2015). Gastronomi Turizmi ve Türkiye'yi Ziyaret Eden Yabancı Turistlerin Gastronomi Deneyimlerinin Değerlendirilmesi. *İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi*. 3(2), 57–68.
- Çağlı, B. I. (2012). Türkiye'de yerel kültürün turizm odaklı kalkınmadaki rolü: Gastronomi turizmi örneği. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Çakıcı, C. A. ve Eser, S. (2016). Yabancı mutfak şefleri gözüyle Türk mutfağına ilişkin bir değerlendirme. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(1), 215–227.
- Çapar, G. ve Yenipınar, U. (2016). Somut Olmayan Kültürel Miras Kaynağı Olarak Yöresel Yiyeceklerin Turizm Endüstrisinde Kullanılması. *Journal of tourism and gastronomy studies*. 4(Special Issue 1), 100–115.
- Çatır, O. ve Ay, E. (2018). Ulubey (Uşak) yemeklerinin gastronomi turizmi açısından değerlendirilmesi. *Journal of tourism and gastronomy studies*. 6(2). 3–19.
- Çavuş, A., Işık, F. M. ve Yalçın, C., (2018). Gastronomi Turizmi Çekiciliği Açısından Zigana Yöresi. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22(Özel Sayı): 3043–3057.



- Çavuşoğlu, M. ve Çavuşoğlu, O. (2018). Gastronomi turizmi ve Gökçeada lezzet rotası. *Güncel turizm araştırmaları dergisi*. 2(1). 347–359.
- Çelik, S. (2018). Şırnak ilinin gastronomi turizmi potansiyeli. *International journal of contemporary tourism research*. 2(2). 41–51.
- Çetinsöz, B., C. ve Polat, A., S. (2018). Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi Bağlamında Yerel Yemeklerin Mikro Ölçekte Hazırlanış Farklılıkları: Batık Üzerine Bir Araştırma. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(Ek.1), 60–77.
- Çimen, H. (2016). Gastronomi turizmi açısından Ardahan mutfağının önemi. *Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi*, 32, 307–315.
- Dilsiz, B. (2010). Türkiye’de gastronomi ve turizm (İstanbul örneği). *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Erdoğan, S. ve Özdemir, G. (2018). İzmir Destinasyonu’nda Gastronomi Turizmi Üzerine Bir Araştırma, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(3),249–272.
- Genç, R. (2014). *Uluslararası Otel ve Restoran Yönetimi (İlkeler, Kavramlar, Uluslararası Kaide ve Kurallar)*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Gülen, M. (2017). Gastronomi Turizm Potansiyeli Ve Geliştirilmesi Kapsamında Afyonkarahisar İlinin Değerlendirilmesi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 31–42.
- Hazarhun, E. ve Tepeci, M. (2018). Coğrafi İşarete Sahip Olan Yöresel Ürün ve Yemeklerin Manisa’nın Gastronomi Turizminin Gelişimine Katkısı. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(Ek.1), 371–389.
- İnce, C. ve Samatova, G. (2018). Gastronomi turizmi kapsamında yaşayan Kırgız mutfağının farkındalık düzeyi: Üniversite öğrencileri örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*. 6(2). 369–386.
- Karaca, B. O. (2016). Geleneksel Peynirlerimizin Gastronomi Turizmindeki Önemi. *Journal of tourism and gastronomy studies*. 4(2). 17–39.
- Karsavuran, Z. (2018). Sokak yemekleri: Farklı disiplinlerin yaklaşımı ve gastronomi turizmi alanında sokak yemeklerinin değerlendirilmesi, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 6(1). 246–265.
- Katlav, Ö. E., Eren, Y. F. ve Tuna, M. (2019). Kapadokya’da Bağcılığın Gastronomi Turizmi Açısından Değerlendirilmesi, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7 (3), 2167–2186.
- Kurgun, H., Özşeker, D.B. (2016). *Gastronomi ve Turizm*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Long, L. M. (2004). *Culinary tourism*. Kentucky: The University Press of Kentucky. 20–21
- McKercher, B., Okumus, F. & Okumus, B. (2008). Food tourism as a viable market segment: It's all how you cook the numbers! *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 25: 2, 137–148.
- Mol, S. ve Varlık, C. (2019). İstanbul’un gastronomi turizmi potansiyeli ve balığın rolü. *Aydın Gastronomy*. 3(2), 65–74.
- Nebioğlu, O. (2019). Turizm ve yiyecek tüketimi: Uluslararası alanyazın üzerine bibliyometrik bir analiz. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*. 16(1), 71–88.
- Oğuz, S. ve Unur, K. (2018). Gastronomi turizminde gelişmişlik göstergeleri ölçeği: Geliştirilmesi, geçerliliği ve güvenilirliği, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 6 (1), 409–429.

- Ören, V. E. ve Ören, Ş. T. (2019). Gastronomi turizmi kapsamında sürdürülebilirlik: Ebem köftesi örneği. *Turkish studies social sciences*. 14(1). 151–162.
- Özdemir, G. ve Altın, D. D. (2019). Gastronomi Kavramları ve Gastronomi Turizmi Üzerine Bir İnceleme, *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(1). 1–14.
- Sarı, B. D. ve Tetik, N. G. (2019). Gastronomi turizmi kapsamında Bulgaristan göçmenlerinin yemek kültürü. *Anasay*, 3(8), 73–88.
- Sarıışık, M. (2017). *Tüm Yönleriyle Gastronomi Bilimi*. Ankara–Detay Yayıncılık.
- Sarıışık, ve Özbay, G. (2015). Gastronomi turizmi üzerine bir literatür incelemesi. *Anatolia: turizm araştırmaları dergisi*. 26(2), 264–278.
- Sharples, L. & Hall, C. M. (2004). The consumption of experiences or the experience of consumption? An introduction to the tourism of taste. Hall, C. M., Sharples, L., Mitchell, R., Macionis, N & Cambourne B. (Eds.), *Food Tourism Around The World* içinde (13–36), Elsevier.
- Sormaz, Ü., Yılmaz, M. ve Akdağ, G. (2018). Konya'yı ziyaret eden yabancı turistlerin perspektiflerinden gastronomi ve gastronomi turizmi. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*. 8(1). 40–45.
- Stone, M. J., Migacz, S. & Wolf, E. (2019). Beyond the journey: the lasting impact of culinary tourism activities, *Current Issues in Tourism*, 22(2), 147–152.
- Şen, N. ve Silahşör, Y. (2018). Gastronomi Turizmi Kapsamında Erzincan İli Yiyecek İçecek İşletmelerinde Sunulan Yöresel Yemekler Üzerine Bir Araştırma. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(Ek.1), 414–429.
- Şengül, S. (2017). Türkiye'nin gastronomi turizmi destinasyonlarının belirlenmesi: yerli turistler üzerine bir araştırma. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 20(37), 375–396.
- Toklu, S. & Pekerşen, Y. (2019). Coğrafi İşaretli Gastronomik Bir Değer Olan Karaman Divle Obruğu Tulum Peynirinin Bölge Halkı Tarafından Algılanması. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7 (3), 2251–2273.
- Türk Dil Kurumu (2016). [http://www.tdk.org.tr/index.php?option=com\\_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5766ee9cecd70.70981070](http://www.tdk.org.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5766ee9cecd70.70981070).
- Türkay, O. ve Genç, K. (2017). Gastronomi turizmi. Sarıışık, M. (Editör), *Tüm yönleriyle gastronomi bilimi* içinde (224). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Üner, H. E. ve Şahin, G. G. (2016). Türkiye Gastronomi Turizmi Potansiyelinin Her Şey Dâhil Satış Sistemi İçinde Değerlendirilmesi. *Journal of tourism and gastronomy studies*. 4(3), 76–100.
- Yıldız, Ö.E. (2016). Turistik ürün olarak gastronomi. *Gastronomi ve Turizm* (kitabı içinde bölüm). (Ed.: kurgun, H. Ve Özşeker D.B.). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yurday, Y. İ. ve Kınır, S. (2019). İstanbul'da bulunan birinci sınıf restoranların mönülerinin gastronomi turizmi kapsamında karşılaştırmalı analizi üzerine bir araştırma: Tripadvisor örneği. *Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*. 10(20). 2148–2497.
- Zengin, B. ve Gürkan, S. A. (2019). Afyonkarahisar mutfağının gastronomi turizmi açısından değerlendirilmesi. *Safran kültür ve turizm araştırmaları dergisi*, 2(2). 225–240.