

Gastronomi ve Turizm: Türkiye’den Bazı Örnek Turlar ve Destinasyonlar

Ebru Düşmezkalender¹

Günay Erol²

Özet

Gastronomi yemek, mutfak, tat, kültür, yiyecek ve içecek ürünleri ve yemek yemek gibi çok değişkenli bir kavram olarak tartışılmaktadır. Özellikle son yıllarda daha fazla dikkat çeken gastronomi kavramı, turizm ile birlikte ele alınmakta ve sadece seyahat ve yeme içme faaliyetinin çok ötesinde bir kapsamı işaret etmektedir. Gastronomi turizmi sanıldığı kadar aksine sadece yemek yemek için seyahat etmek ya da seyahat esnasında yeme içme faaliyetlerine katılmak anlamına gelmemeli, çok daha geniş bir kavram olarak değerlendirilmelidir. Bireyler seyahatlerinde gastronomik değişkenleri (deneyim, tat, merak, yerellik ve özellik arayışı gibi) bir motivasyon aracı olarak kullanabilmekte ya da bir destinasyonun gastronomik unsurları çekici bir güç olarak ele alınabilmektedir. Bu kapsamda farklı turizm hareketlilikleri görülebilmektedir. Bu çalışmada gastronomi, gastronomi ve turizm kavramlarına değinilmiş ve gastronomik deneyim turizm içerisinde değerlendirilmiştir. Ayrıca çalışmada Türkiye’de gastronomi turizmine yönelik yapılan turlardan ve Türkiye’deki gastronomi turizminde önemli olan destinasyonlardan bazıları ele alınmıştır. Çalışmada literatürde yer alan ikincil kaynaklar değerlendirilerek gastronomi turizmine, destinasyonlara ve diğer paydaşlara yönelik öneriler geliştirilmeye çalışılmıştır.

Giriş

Son yıllarda kitle turizminden farklı olarak yeni turistik ürün geliştirmek ve değişen tüketici tercihlerine cevap verebilmek için turizmi çeşitlendirme stratejileri önem kazanmıştır. Bu kapsamda öne çıkan ve son yıllarda oldukça

1 Doç. Dr., Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği, earslaner@ogu.edu.tr, ORCID: 0000-0001-6197-1394

2 Doç. Dr., Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları, gunayerol@nevsehir.edu.tr, ORCID: 0000-0001-8288-998X

popüler olan alternatif turizm türlerinden birisi gastronomi turizmidir. Gastronomi turizmi, yükselen turizm eğilimleri arasında yerine alan, kapsamı geniş ve farkındalık yaratma gücü yüksek olan ayrıca gerçekleştirildiği bölgenin kalkınmasına ve imajına da katkı sağlayan bir turizm türüdür (Bucak ve Aracı, 2013).

Gastronomi turizmine katılan turistlerin temel motivasyonu bir yemeği tatmak, yemeğin yapım sürecini görmek ve deneyimlemektir. Sadece bir yemek veya içecek bazı insanların ilgisini çekmekte ve bu kişiler sadece o yemeklerin-içeceklerin tadına bakmak için seyahat etmektedirler. Bu şekilde gastronomi turizmi kimileri için ana seyahat nedeni olabilmektedir. Diğer taraftan destinasyonun temsili olan yiyecekler, içecekler, restoranlar ve festivaller, seyahat ve turizm hareketinin ikincil nedeni de olabilmektedir. Örneğin klasik bir paket turun içinde bir destinasyona ait önemli bir yiyeceğin tadımı ve sunumu için özel bir restoran tercih edilebilir. Her iki neden de gastronomi turizmin yaygınlaşması ve önem kazanması bakımından oldukça önemlidir.

Gastronomi turizmi destinasyonlara birçok noktada fayda sağlamaktadır. Özellikle son dönemlerde oldukça popüler olan sürdürülebilir kalkınmaya katkısı tartışılmazdır. Bir destinasyona ait yerel gıdaların korunması ve gelecek nesillere aktarılması sürdürülebilirlik açısından önem taşımaktadır. Diğer taraftan yerel kültürün korunması ve bölgesel kalkınmanın sağlanması bakımından da gastronomi turizminin destinasyonlar için önemli faydaları vardır. Ayrıca doğal ve tarihi anlamda önemli kaynaklara sahip bir destinasyonun yemek kültürünün zenginliği o bölgenin daha fazla turist çekmesini de sağlamaktadır.

Gastronomi turizmine bağlı olarak bir bölgenin yemek kültürünün ön plana çıkması o bölgedeki turizmin alternatif bir şekilde biçimlenmesine katkı sağlamaktadır. Bazı destinasyonlar için gastronomi turizmi öncelikli turizm türü olabilmekte ve destinasyonun imajı yiyecek içecek kültürüyle şekillenmektedir. Dünyada ve Türkiye'de gastronomi turizmiyle ön plana çıkan birçok destinasyon bulunmaktadır. Bu çalışma kapsamında öncelikle gastronomi ve gastronomi turizm kavramları anlatılmış, Türkiye'de gastronomi turizm bağlamında öne çıkan bazı örnek turlar ve destinasyonlara ilişkin kavramsal bilgiler verilmiştir.

Gastronomi Kavramı

Gastronomi kavramının en erken kullanımı eski Yunan'da olmuştur (Santich, 2004). Kavram, Yunanca'da mide anlamına gelen gastros kelimesi ile yasa anlamına gelen nomos kelimelerinin birleşiminden oluşmaktadır.

Gastro kelimesi mideyle, dolayısıyla ağızdan başlayarak tüm sindirim sistemiyle ilgilidir. Nomos ise kural ve düzenleme anlamına gelmektedir. Böylelikle genel haliyle gastronomi kavramı; yeme içme ile ilgili kural ve yasaları ifade etmektedir. Gastronomi ne kadar, nerede, ne zaman, nasıl ve ne yenilip-içileceği ile ilgilidir. Bu haliyle kavram çağdaş gastronomi anlayışına göre, yeme içme ile ilgili bilgi ve becerilerin kazanılmasını kolaylaştırmaktadır (Santich, 2004).

Gastronomi; güzellik ve kaliteli olmanın yanında, yeme içmede estetiği de inceleyen bir bilim dalıdır (Batu ve Batu, 2018). Britannica Ansiklopedisi'ne (2023) göre gastronomi; kaliteli yiyecekleri seçme, hazırlama, sunma ve yiyeceklerin tadını çıkarma sanatıdır. Başka bir anlatımla gastronomi; yiyecek ve içeceklerin hijyen ve sanitasyon kurallarına göre, belirli bir düzen içinde hazırlanması, göze ve damağa hitap edecek şekilde sunulmasını ifade eden yemek kültürü veya yemek sanatıdır (Özdemir ve Altınel, 2019). Geniş perspektiften bakıldığında kavramın iki farklı anlam taşıdığı anlaşılmaktadır. İlk anlamıyla en iyi yiyecek ve içeceklerin tadını çıkartmak, diğer tanımla ise yenilen ve içilenler dâhil, gıdayı içeren her şeydir (Scarpato, 2003).

Gastronomi yemek, kültür ve gelenek arasında kurulan güçlü bağlara dayanmaktadır (Britannica Ansiklopedisi, 2023). Bu bağlamda gastronomi, kültür ve yemek arasındaki ilişkiyi inceleyen yeme içme sanatı ve bilimi olarak da tanımlanmaktadır (Batu ve Batu, 2018). Türk Dil Kurumu'na (2023) göre gastronomi; yemeği iyi yeme merakı ya da sağlığa uygun, iyi, düzenlenmiş, hoş ve lezzetli mutfak, yemek düzeni ve sistemidir. Bu tanımda ifade edildiği gibi, bazı kaynaklara göre gastronomi iyi yemek yeme sanatı olarak da anılmakta olsa da bu tanım bu disiplinin yalnızca bir parçası olarak görülmektedir. Gastronomiyle ileri düzeyde ilgilenen bir kişi genellikle yemek ve şarap tadımı, hazırlanması, deneyimlenmesi, denenmesi, araştırılması, anlaşılması ve yazılması konularıyla da ilgilenmektedir (Kivela ve Crotts, 2006).

Gastronominin tanımı son derece zordur ve tıpkı kültür kavramı gibi zamanla daha fazla anlam ifade eden bir kavram haline gelmiştir (Richards, 2001). Gastronomi terimi yalnızca yiyecek içeceklerle değil; üretim, kültürler, değerler, ekonomi, ulaşım, depolama, kimya, vücut gibi yiyecek ve içeceğin kesişim alanı olan her şeyle ilgilidir (De Jong vd., 2018). Bunun yanında yaşam tarzı, sağlık, alışkanlıklarla ilgili olduğu kadar, toprak, su, enerji, ulaşım, ekosistemle de alakalıdır. Gastronominin amacı; mümkün olan en iyi beslenme ile insan sağlığını korumak, yaşamdan ve yemekten zevk almasını sağlamaktır (Pavlidis ve Markantonatou, 2020). Bu noktada yerel ürünler, sağlıklı yaşam tarzı, sürdürülebilirlik, özgünlük gibi değerlerle de bir bağlam oluşturmaktadır (Küçükkömürler vd., 2018).

Gastronomi kavramının tarihine bakıldığında temelinin çok eskilere dayandığı görülmektedir. İnsanların temel ihtiyaçlarından biri olan beslenme, zamanla kültürel çeşitlilik ve birikimin de bir sonucu olarak estetiklik ile bütünleşmiş böylelikle gastronomi kavramı ortaya çıkmıştır (Yılmaz ve Yönet Eren, 2019). Gastronomi kelimesinin ortaya çıkışına ilişkin farklı yorumlar söz konusu olsa da Larousse Gastronomique'ye göre kavram ilk kez 1801'de Joseph Berchoux'un "Gastronomi ya da Tarladan Sofraya İnsan" kitabında kullanılmış, bir kelime olarak Fransızca diline yerleşmiştir (Sarışık ve Özbay, 2015). Gastronomi ile ilgili ilk çalışma ise Brillat-Savarin (1755-1826) tarafından yapılmıştır. Bu çalışma 1825'te La Physiologie du Goutin'de yayınlanmış ve The Physiology of Taste (Tadın Fizyolojisi) adıyla birçok kez İngilizceye çevrilmiştir. Yazar bu çalışmasında bir bilim olarak yiyecek içeceklerle duyular arasındaki ilişkiye dair bilgi sunarak, araştırmacılara yol göstermeye çalışmıştır (Kivela ve Crotts, 2006). Gastronomi kavramı, Berchoux tarafından La Gastronomi isimli şiirin başlığında görülene kadar, 15 yıl boyunca Avrupa sözlüklerinde kullanılmamıştır. 19. yüzyıl ise kavramın kullanımı için elverişli bir iklim sunmuştur. Diğer sosyal uygulamalar gibi gastronomi de bu dönemdeki sosyal, ekonomik ve kültürel koşullardan yararlanmıştır (Santich, 2004). Geçmişten günümüze gastronominin diğer bütün etkilerden daha çok daha güçlü kültürel bir güç aracı olduğu bilinmektedir. Başlangıçta soylulara hizmet eden gastronomi, zamanla değişerek bölgesel ve yerel mutfağı da içine alan bir konsept haline gelmiştir (Richards, 2001). Gastronomi o denli gelişmiştir ki günümüz çağdaş turizm yönetiminde pek çok strateji, politika ve gündemin de belirleyicisi konumundadır (De Jong vd., 2018).

Gastronomi Turizmi

Gıda kavramı insanoglu için temel ihtiyaçlardan biridir ve tüm canlıların yaşamlarını devam ettirebilmeleri için gereklidir. İnsanlar yaşadığı sürece bu ihtiyaç devam edecektir. Tarih boyunca insanlar, yiyeceklerini hazırlarken çevrelerinden ve diğer koşullardan etkilenmiş, hazırlanan yiyeceklerin tüketim konusu ise her daim medeniyetlerin ve günlük yaşantının temelinde yer almıştır (Mulcahy, 2019). Yemek günlük hayatın olduğu kadar seyahatin de önemli bir parçasıdır. Yemek ve turizm arasındaki bağlantı, gastronominin turizm üzerinde önemli etkisini gündeme getirmektedir. Geleneksel bakışla yemek, turizmde bir yan ürün olarak kabul edilse de yemek ve turizm arasındaki ilişkinin son yıllarda daha ayrıntılı incelendiği görülmektedir (Sio vd., 2021). Kodaş ve Özepe (2023) göre ise gastronomi deneyimi toplam turizm deneyiminin önemli bileşenlerinden biri olarak görülmekte, bu bağlamda gastronomi ve turizm literatüründe geniş bir yer bulmaktadır.

Gastronomi, tatil deneyiminin önemli bir parçasıdır. Özellikle seyahat modları değiştikçe normal çevrenin dışına seyahat etmek ve farklı deneyimler elde etmek önem kazanmıştır. Turistik destinasyonlar arasındaki rekabet arttıkça yerel kültürle ilgili ürün ve hizmetler turist çekmek için önemli bir kaynak haline gelmiştir. Gastronominin bu noktada önemli bir rolü vardır çünkü sadece yemek yeme eylemi bile turizmin deneyiminin merkezinde yer alabilmektedir. Ayrıca gastronomi post modern toplumlar için önemli bir kimlik oluşumu kaynağı haline de gelmiştir (Richards, 2002). Son dönemlerde ise sürdürülebilirlik anlayışının olmazsa olmaz niteliği, gastronomi turizminin kentsel ve kırsal alanlarda sürdürülebilirliğin sağlanmasında önemli olduğu düşüncesi kabul görmeye başlamış ve gastronomi turizmi daha fazla önem kazanmıştır.

Gastronomi turizmi, bireylerin farklı yiyecek ve içecekleri tatma, üretim sürecini görme, farklı kültürlerle ait mutfakların incelenerek öğrenilmesi, yeni üretim sistemleri ve yeme tarzlarını deneyimleme isteğiyle gerçekleştirdikleri, seyahati ve konaklamayı da kapsayan ilişkiler bütünüdür (Sarıışık ve Özbay, 2015). Başka bir tanımla ise, bir yemeğin tadımı ya da yapımını deneyimlemenin temel amaç olduğu, bunun yanında yiyecek içecek üreten işletmeleri, festivalleri, restoranları ziyaret etmektir (Zengin vd., 2015). Yeni ve eşsiz yemekleri, şarapları, diğer gastronomi varlıklarını deneyimlemek amacıyla seyahat etmek de gastronomi turizmi olarak tanımlanmaktadır (Sahin, 2015). UNWTO Turizm ve Rekabet Edebilirlik Komitesi, gastronomi turizmini gıdalar, gıdayla ilgili ürünler ve faaliyetlerle bağlantılı deneyimler olarak açıklamaktadır. Gastronomi turizmi otantik, geleneksel, yenilikçi mutfak deneyimlerinin yanı sıra, yemek festivallerine ve yemek kurslarına katılmak gibi etkinlikleri de kapsamaktadır (www.unwto.org).

Gastronomi turizmi kültür turizminin bir parçası olarak kabul edilir (Gheorghe vd., 2014) ve genellikle yemek turizmi ve mutfak turizmi terimleriyle eşanlamlı olarak kullanılır (Sio vd., 2021). Örneğin İngiliz akademisyenler genellikle “yemek turizmi”, Kuzey Amerikalı araştırmacılar ise “mutfak turizmi” kavramını daha sık kullanırlar (De Jong vd., 2018). Bunun yanında gastro turizm, şarap turizmi, gurme turizm gibi kullanımları olduğu da bilinmektedir. Ancak en yaygın kullanımı “gastronomi turizmi” olup, benzersiz bir yeme içme anlayışı anlamını taşımaktadır (Pavlidis ve Markantonatou, 2020).

Erken dönemden kalma seyahat anlatılarında ve çağdaş gelişmiş ekonomilerde yemek sadece hayatta kalmak için gerekli olan bir araç olarak görülürken, gastronomi turizmi deneyimi yaşamı zenginleştirme, kişisel kimliği ifade etme aracına dönüşmüştür (Mulcahy, 2019). Yemek kültürü

yaşam biçimleriyle oldukça ilişkilidir. Yeme alışkanlıkları kültürel bir unsur olarak kabul edilir ve her toplumun kültürüne göre farklılık gösterir (Batu ve Batu, 2018). Her ülkenin veya toplumun yemek hazırlama ve pişirme şekli, yemek yapımında kullanılan araç gereçler kendine hasdır ve büyük önem taşır (Sahin, 2015). Diğer taraftan yemek, kültürleri, farklı etnik kültüre sahip insanları coğrafi sınır tanımaksızın birbirine yaklaştırır. Başka destinasyonlara seyahat eden bir turist bu seyahat deneyiminin bir parçası olarak gittiği yerin yemek kültürüne de tanıklık etmektedir. Bu anlamda gastronomi deneyimi yeni deneyim arayışıyla seyahat etmek isteyen insanlar için farklılık yaratmaktadır. Farklı kültürleri tanımak veya yerel kültürü anlamak açısından gastronomi deneyimi oldukça önemlidir.

Gastronomi turizmi birçok farklı amaçla gerçekleştirilmektedir. Öncelikle bir seyahat hedefiyle gerçekleştirilmekte olup, bu seyahat bir yiyecek içecek işletmesine olabileceği gibi bir festival veya bir şefin yemeklerini deneyimleme üzerine de olabilmektedir (Sarışık ve Özbay, 2015). Restoran ve otellere yapılan klasik ziyaretlere ek olarak yerel yiyecek ve içeceklerde kişisel deneyim arayan turist gezilerini de kapsamaktadır. Aşçılık okulları, yemek kitapları, yemek turları düzenleyen seyahat acentaları, televizyon programları, dergiler, etkinlikler, şarap imalathaneleri, üzüm bağları, bira fabrikaları dâhil olmak üzere farklı mutfak deneyimlerini de içermektedir (Pavlidis ve Markantonatou, 2020).

Gastronomi turizminin sektör, ülke ve bölgeler için önemi büyüktür. Gastronomi genellikle destinasyonlarda turizmin canlandırılmasına yönelik itici bir güç olarak görülmektedir (Kivela ve Crotts, 2006). Turizmi çeşitlendirmek, yerel kalkınmayı teşvik etmek, farklı sektörleri bu pazara dahil etmek ve ana sektör için yenilikler getirmek gibi fırsatlar yaratır (Gheorghe vd., 2014). Gastronomi, kültürel bir kaynak olarak değerlendirilerek, kültür turizmi ürünlerinin tüm geleneksel gereksinimlerini de karşılamaktadır. Deniz, kum, güneş kaynağı olmayan veya doğal, tarihi kaynaklardan yoksun olan destinasyonlar için bir avantaj sağlamaktadır. Ayrıca turist deneyimini artırmakta, memnuniyet sağlamaktadır (Kivela ve Crotts, 2006). Gastronomi turizm ekonomik kalkınmanın da önemli bir aracı olarak görülmektedir. Bunun yanı sıra bölge halkının sosyal ve ekonomik yönden gelişmesini sağlar ve kırsal alanların gelişimi için önemli bir araç olarak görülür.

Gastronomi turizminin sağladığı faydalar şu şekilde sıralanabilir (www.e-unwto.org):

- Gastronomi turizmi bölgelerin farklılaşmasını ve özgün bir şekilde pazarda konumlanmasını sağlamaktadır.

- Gastronomi turizmi ziyaretçilere yeni deneyimler sağlamaktadır.
- Gastronomi turizmi az gelişmiş ya da turizm kaynağı olmayan küçük destinasyonlarda bile uygulanabilir.
- Gastronomi turizminin tanıtılması ve geliştirilmesi kolaydır.
- Gastronomi turizmi bölgeye yüksek gelir sağlamakta, ziyaretçilerde tekrar gelme isteği uyandırmaktadır.

Gastronomik Deneyim

Gastronomi kavramı özellikle son yıllarda insanları seyahate iten önemli nedenler arasında yer almakla birlikte, aynı zamanda destinasyonun çekici bir unsuru olduğu da düşünülmektedir. Çünkü insanlar destinasyonun mutfağının sunduğu ürünleri ve değerleri için ziyaret gerçekleştirirken aynı zamanda, yeni tat arayışı ve destinasyonun gastronomisini deneyimleme isteği gibi nedenlerle de ziyaretler gerçekleştirebilmektedir. Dolayısı ile gastronomik deneyim gastronomi turizmi içerisinde önemli ve geniş kapsamlı bir kavram olarak görülmektedir. Buna göre gastronomik deneyim destinasyonda yer alan yiyecekleri tatmanın yanında aynı zamanda gastronomi ile ilişkili hizmetlerin fiyatı, atmosferi ve alınan hizmetin kalitesi gibi değişkenlerle de ilişkilidir. Ayrıca gastronomik deneyim; turistleri belirli bir yere gastronomik unsurları deneyimlemek amacıyla seyahat etmeye motive etmektedir (Berbel-Pineda vd., 2019). Gastronomi de küresel seyahat endüstrisi içerisinde turistlere unutulmaz, yeni ve ilgi çekici deneyimler sunan bir değer olarak görülmektedir. Turizmin sunduğu klasik deneyimlerden daha öte ve farklı bir deneyim sunan gastronomi, turistlere içerisinde karmaşık deneyim değişkenleri sunan bir yapıya sahiptir. Örneğin gastronomik deneyim; sıradan bir yemek yeme anlayışının çok ötesinde, turistlerin yiyeceklerin üretim sürecinde yetenekleri ile birlikte yer aldığı, üretici ve tüketicilerin ortak bir değerle ürünleri oluşturduğu, yemeğin bir destinasyonla, kimlikle, kültürle ve turizmle bir bütün olarak bağlantı kurduğu bir yapı olarak değerlendirilmektedir (Richards, 2021).

Gastronomik deneyim sadece yemek yemekle ilgili olmamakta, toplumsal, duygusal, dönüştürücü, hayal gücünü içeren, uygulaması ayrıntılı teknik detayları içeren kavramlar gibi özellikleri de içerisinde barındırmaktadır. Özellikle son zamanlardaki çeşitli mutfak akımları ve davranışları ile birlikte, gastronomik deneyimin beslenmenin temel olgusunu aşan bir karmaşıklığı içerdiği ifade edilmektedir. Yeni nesil şefler, yemekler ve restoran anlayışı, yaratıcı ve teknik mutfak uygulamaları mutfağın geleneksel sınırlarını ortadan kaldırmıştır. Çünkü gastronomik unsurları bir üründen ziyade bir süreç

olarak sunmak, deneyim ekonomisi içerisinde daha fazla katkı sağlamaktadır (Martinez de Albeniz, 2018).

Gastronomik deneyim insanlar için farklı anlamlar taşımakta aynı zamanda sosyalleşmeyi de içermektedir. Bu durum kimi zaman bir yemeğin doğrudan tadımıyla ilgili olup sosyalleşmenin ikinci planda kalmasıyla sonuçlanabilirken, kimi zaman da sosyalleşmenin yemeğin tadına bakmak kadar önemli olarak görülmesi şeklinde olabilmektedir. Ancak bazı şefler ya da restoranların gastronomik deneyimde sosyalleşmeyi dikkate almadıkları da ifade edilmektedir. İnsanların yemek yemenin yanında yaratıcı yaklaşımlarla sürece katılması onların deneyimleri üzerinde önemli rol oynamaktadır. Bu yüzden restoranların ya da şeflerin yemek yemeye gelen insanlara daha özgür ve yemek sürecine dâhil edebilen bir ortam hazırlamaları ve böylece misafirlerin; yemek, şef, restoran ve diğer değişkenlerle interaktif bir etkileşimi sağlamaları gastronomi deneyimi üzerinde olumlu etki oluşturabilir (Bertran ve Wilde, 2018).

Gastronomik deneyimde turist sadece sürece dâhil olan pasif bir katılımcı değil aynı zamanda o süreci şekillendirebilen ve karşılıklı etkileşim sağlayan bir değişken olarak yer almaktadır. Örneğin zeytinyağı turizmine katılan bir turist sadece zeytinyağını tadıp, satın alma ile seyahatini sonlandırmak yerine deneyimi daha fazla içeren bir seyahat süreci geçirebilir. Bunlar arasında; zeytin dövme değirmenlerini ziyaret etmek, zeytinyağı ile ilgili yerel dükkânları, müzeleri ve özel dükkânları ziyaret etmek, zeytin ve zeytinyağı ile ilgili fuar ve festivallere katılmak, yerel gastronomiyi tatmak, kırsalı ve zeytin bahçelerini gezmek ve zeytin üretim çiftlikleri gibi yerel mekanlarda konaklamak yer alabilir. Böylece zeytin üretilen yerlerde zeytin üreticilerinin hayatına dâhil olarak bütün süreç içerisinde yer alabilir ve bütün paydaşlarla karşılıklı iletişim sağlayabilir. Bu durum turistin deneyimini zenginleştirmekle birlikte, hizmet sağlayıcılar da tüketicilerin tercihlerini daha iyi öğrenebilir ve hizmet süreçlerini buna göre gözden geçirebilir (Murgado, 2013).

Gastronomik deneyimde tat, koku gibi kavramlar elbette çok önemlidir ve bir destinasyona ait gastronomik deneyimlerin önemli bölümünü oluşturmaktadır. Yani destinasyonların sunduğu ürünlerin lezzetli olması ya da lezzetli bulunması son derece önemlidir. Çünkü destinasyona ait gastronomik deneyimler seyahatlerin motivasyon kaynağı olmakta ayrıca seyahatçilerin memnuniyeti üzerine etki ederek onların destinasyona olan sadakatlerini sağlayabilmektedir. Bir destinasyona olan sadakat ise gastronomik deneyim ve gastronomik tatmini pozitif bir şekilde etkilemektedir (Mora, Solano-Sanchez, Lopez-Guzman ve Moral-Cuadra, 2021)

Gastronomik deneyim çok geniş bir kapsamı olan kavram olarak genellikle; yemek deneyimleri, restoranlar ve gastronomik etkinliklerle ilişkili olarak açıklanmaya çalışılmaktadır. Deneyim kavramının kendi başına çok farklı değişkenleri içerdiğini belirten Sundqvist (2023), gastronomi deneyimi kavramının belirsizliğinden bahsetmekte ve gastronomi kavramını sadece ağırlama endüstrisiyle açıklamaya çalışmanın yetersiz olabileceğini savunmaktadır. Buna göre gastronomi deneyimi kavramı yemekle birlikte; insanların sürece dâhil edilmesiyle oluşan, toplumsal pratiklere katkı sağlayan ve yaşanmış katılımcı bir deneyimi içeren bir kavram olarak değerlendirilebilmektedir. Kısaca gastronomik deneyimin sadece gıdaya bağlı bir kavram olarak açıklanması yeterli değildir ve bu kavramın insanların gıdayı; katıldıkları etkinlikteki bir amaca, faydaya hizmet edecek şekilde yorumlamasıyla ilgilidir. Yani turizm etkinliğinin türüne bağlı olarak (yürüyüş, gezi, seyahat gibi), yiyecekler insanların bu seyahatinde toplumsal bir rol oynadığı sürece gastronomik deneyim gerçekleşmiş olabilecektir (Sundqvist, 2023).

Türkiye’de Gastronomi Turizmine Yönelik Turlar ve Bazı Örnek Destinasyonlar

Türkiye, gastronomi açısından dünyada sayılı ülkeler arasında yer almakta, coğrafi zenginliklerin ve kültürün yansımaları olarak gastronomik ürün çeşitliliğinde ön plana çıkmaktadır. Bu zenginliklerden yeterli ve verimli bir şekilde yararlanılması Türkiye’nin gastronomik değerleri ve çeşitliliğine yönelik tanıtım faaliyetlerinin önemini ortaya koymaktadır (Bucak ve Aracı, 2013). Dolayısıyla Türkiye’ye yönelik gastronomik değerlerin varlığı, gerek yurt içinde gerekse yurtdışında bilinirliğin artırılması ile daha da önem kazanacak ve gastronomi turizminin gelişmesine katkı sağlanabilecektir.

Türkiye’de gastronomi kapsamında yurt içinde yapılan turlar genellikle kültür turizmi ile birleştirilmekte ve gurme tadım turları gibi isimlerle ön plana çıkarılmaya çalışılmaktadır. Kızılırmak vd.,’nin (2016) belirttiği gibi gastronomi kavramı bu tarz turlarda kültür turizminin arkasında ve ikinci planda kalabilmektedir. Aynı çalışmada gastronomi turlarının genellikle birkaç şehirdeki kültür turlarının birleşmesiyle oluşturulduğu ve yoğun bir gezi programına sahip olduğu, ana amacın gastronomiden ziyade kültür gezisi olduğu belirlenmiştir. Dolayısıyla yemek, gastronomi, yemek kültürü ve gastronomik deneyimi içerecek ve buna odaklı turların planlanması etkili ve amaca uygun bir gastronomi turizmi hareketliliği için önemli olacaktır. Yine Türkiye’deki gastronomi turlarının büyük bölümünün Doğu Akdeniz (Adana, Kahramanmaraş, Hatay) ve Güney Doğu Bölgeleri’ne (Gaziantep, Şanlıurfa) yönelik olduğu bilinmektedir. Bunun yanında tur programlarının

birbirleriyle benzer olması ve daha fazla kişiye yönelik gerçekleştirilmesi kaygısı belirleyici olmaktadır (Kızılırmak vd., 2016).

Son yıllarda Türkiye'de yapılan gastronomi içerikli turlar incelendiğinde farklı destinasyonlarda farklı programlarla turların düzenlendiği görülmektedir. Bu turlar genellikle gurme, tadım, gastronomi gibi kavramlarla tüketicilere sunulmakta ve önemli bir bölümü kültür turları ile birlikte hazırlanmaktadır. Turların genel olarak çok az bir kısmının kişi sayısı ile sınırlandırıldığı, bazılarının ise butik gurme turları şeklinde pazarlandığı görülmektedir. Genel olarak gastronomi içerikli turların, bazı butik turlardan ayrı olarak, kültür turizmi içerisinde yer aldığı ve 45 kişiye kadar çıkabildiği söylenebilir. Türkiye'de farklı başlıklar altında ve farklı destinasyonları içeren gastronomi kapsamlı turlar bulunmaktadır. Örneğin "Kastronomi" isimli Kastamonu gastronomi gezisi olarak Kastamonu mutfağını tanımak, yemekleri yerinde görerek, tadarak deneyimlemek ve siyez hasadı etkinliğine katılmak gibi içeriklerle oluşturulmuş gezi programları yer almaktadır (Novitas Travel, 2022). "İzmir Lezzetleri ve Urla Bağ Yolu Kültür ve Lezzet Turu" , "Doya Doya Adana" gibi Adana ve Tarsus'u da kapsayan daha çok yöresel lezzetlere yönelik tadımları içeren turlar bulunmaktadır. Yine önemli bir destinasyon olan "Kapadokya Kültür ve Lezzet Turu" testi kebabı ve çömlerde kuru fasulye gibi yöreye özgü pişirme yöntemleri ile hazırlanan yöresel yemekleri içermektedir (gurmerturlar.com). Yine yöresel yemek ve lezzet festivalleri dönemlerinde yapılan ve gastronomi içerikli turlar da bulunmaktadır. Örneğin "Adana Lezzet Festivali Turu" (www.tatilbudur.com), "İzmir Pazar Yeri Gastro Festivali" içerikli tur (www.italtur.com), "Alaçatı Ot Festivali Turu" (tatilsepeti.com), "Isparta Gül Hasadı Şenlikleri Turu" (www.ankatravel.com) gibi örnekler bulunmaktadır. Yine Anadolu için önemli bir ürün olan bağcılık için de bağ bozumu dönemlerinde turlar düzenlenmektedir. Örneğin "Trakya Bağ Bozumu Turları" (www.festtravel.com), "Bozcaada Bağ Bozumu Turu" (www.hitittour.com) gibi turların yanında Kapadokya Bağ Bozumu turları da Kapadokya-Ürgüp Bağ Bozumu Festivali döneminde yapılmaktadır.

Gastronomi festivalleri; yöresel yemeklerin ve gastronomik ürünlerin sunulması, deneyimlenmesi ve tanıtılması açısından oldukça önemli olmakla birlikte, yerel mutfağın tanıtımı, gastronomik deneyim ve etkileşim açısından da önemli görülmektedir (Ekerim ve Tanrısever, 2020). Türkiye'de gastronomik etkinliklere yönelik yapılan turların bir kısmı 10-15 kişilik gruplarla "butik gezi" başlığı altında düzenlenebilmekte ve gezi programında genellikle gurme ve tadım etkinlikleri yer almaktadır. Kısaca Türkiye'de gastronomik deneyime yönelik yapılan turların önemli bir bölümü tadım turlarını içermekle birlikte, ek olarak hasatlara katılım, yemek yapımını izleme

ve deneyimleme gibi içerikleri olan turlar da yer almaktadır. Ayrıca başka ülkelere de gurme turları adı altında benzer turların yapıldığı görülmektedir.

Gastronomi açısından önemli bir belirleyici unsur olarak UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı, 2004'ten beri şehirlerin barındırdığı potansiyel yaratıcı özellikleri değerlendirerek, geliştirmeyi ve kültürel çeşitliliği sağlamayı amaçlamaktadır. Bu amaçla yaratıcı şehirler ağı; edebiyat, film, müzik, zanaat ve halk sanatları, tasarım, gastronomi ve medya sanatları olarak yedi temayı içermektedir. Bu kapsamda Türkiye'den Gaziantep (2015), Hatay (2017), Afyonkarahisar (2019), Adana, Balıkesir, Konya, Kayseri ve Diyarbakır (2021), UNESCO yaratıcı şehirler ağına gastronomi teması ile yer almaktadır. Bu şehirler özellikle gastronomi alanında barındırdığı potansiyeller açısından önemli görülmekte ve tüm dünyada gastronomi şehirleri arasında yer almaktadır (www.unesco.org.tr).

Gaziantep

Gaziantep, UNESCO'nun yaratıcı şehirler ağına gastronomi kategorisinde katılan ilk şehir olarak, mutfağını kültürlerarası bir boyuta taşımış, mutfak aracılığıyla kültürel etkileşim sağlamıştır. Yine yaratıcı şehirler ağı etkileşimi olarak diğer gastronomi yaratıcı şehirleriyle işbirliği ve araştırma yaparak, uluslararası gastronomi festivalleri aracılığıyla deneyimlerini paylaşma gibi sorumlulukları üstlenmiştir. Ayrıca şehirde 2018 yılında "Birinci Uluslararası Gastronomi Festivali" düzenlenmiş ve yine aynı yılda diğer yaratıcı şehirlerle birlikte öğrencilere mutfak eğitimleri verilmiştir (www.unesco.org).

Gaziantep, yemek çeşitliliği açısından oldukça zengin bir mutfak kültürüne sahiptir. Gaziantep Mutfağı, yaklaşık beş yüz çeşit yemek ile tüm dünyada bilinen mutfaklar arasında yerini almakla birlikte, Türk Mutfağı'nın da en güçlü temsilcileri arasındadır (Kılınç Şahin vd., 2018). Gaziantep'in bu zengin mutfak kültürüne sahip olması, aynı zamanda tarihte de zengin bir geçmişe ve tarihsel kültüre sahip olmasına bağlıdır. Ayrıca et yemekleri de Gaziantep mutfağı için oldukça önemlidir (Kaya ve Sormaz, 2019). Et kullanımının yanında bakliyat, sebze, meyve ve sür ürünleri de Gaziantep Mutfağı'nda sıklıkla kullanılmaktadır. Yine antepfıstığı, zeytin, üzüm ve buğday da önemli tarım ürünleri arasındadır. Yemeklerin pişirilmesinde ise bakır kapların ayrıca bir önemi bulunmaktadır (Yazgan Serinkaya, 2017). Baharatlar ve farklı lezzetlerin karışımı da bu mutfak için önemlidir. Özellikle meyvelerin kebablarda ve tencere yemeklerinde kullanılması, salça, ekşi, sarımsak ve sos kullanımı da yemeklerdeki lezzette önemli rol oynamaktadır. Yöresel bitkisel ve hayvansal ürünlerin de aroma ve tat üzerinde etkili olduğu ifade edilmektedir (Türkiye Kültür Portalı, 2023a). Gaziantep Mutfağı'na

ait en çok bilinen ve işletmeler tarafından da sunulan yemekler arasında; yuvalama, lebeniye, nohut dürüm, patlıcan kebabı, içli köfte, ali nazık, katmer, baklava, kuru patlıcan ve kuru biber dolması, turp ekşilemesi, soğan kebabı, Antep Lahmacunu, beyran, şiveydiz, altı ezmeli, simit, kıyma ve ciğer kebabı gibi yiyecekler bulunmaktadır (Kaya ve Sormaz, 2019; Kılınç Şahin vd., 2018; mutfaksanatlarimerkezi.com; Yazgan Serinkaya, 2017).

Gaziantep gastronomi turizminin önemli merkezleri arasında yer almakta ve birçok ziyaretçi yöresel lezzetleri deneyimlemek için Gaziantep'i ziyaret etmektedir. Koçoğlu (2019) Gaziantep'i ziyaret eden turistler üzerine yaptığı araştırmada; turistlerin Gaziantep'in yöresel yiyeceklerinin yerel kültür ile ilgili bilgi verdiği, Gaziantep'in tanıtımında yerel mutfağın öncelikli kullanılması gerektiği, sunulan yiyeceklerin lezzetli ve doyurucu olduğu, yemek kültürü açısından çekici bir şehir olduğu ve Gaziantep mutfağının yakınlarla tavsiye edildiğine dair sonuçlara ulaşmıştır. Şimşek ve Selçuk'un (2018) Gaziantep'i ziyaret eden turistler üzerine yaptığı çalışmada; yeni tat ve lezzet arayışında olan ve bunun için festival ve etkinliklere katılan, yöresel ve yerel ürünleri denemekten zevk alan, organik ürünlere ilgi duyan, yöresel lezzetleri ve lezzet mekânlarını önceden araştıran ve yemek kültürünü öğrenen, tatil memnuniyeti yemeğe odaklı olan gastro-turist tipolojileri olduğunu belirlemiştir. Bunlar arasında ise Gaziantep'i ziyaret eden turistler içinde en fazla yenilikçi gastro-turistlerin yer aldığı tespit edilmiştir.

Hatay

Hatay UNESCO Gastronomi şehri olarak, barındırdığı kültürel çeşitlilikle birlikte "Medeniyetler Sofrası" olarak da adlandırılmaktadır. Bu kültürel çeşitlilik gastronomik zenginliği de beraberinde getirmiştir. Çeşitli medeniyetlerin, dinlerin, yaşanmışlıkların her biri bu zenginliğe katkı sağlayarak geniş bir mutfak kültürünü çok lezzetli bir yapıya dönüştürmüştür. Hatay'ın mutfak kültürü nesilden nesile aktararak sürdürülebilir bir şekilde günümüze gelmiş ve Hatay'da yemek, beslenmekten çok öte bir yaşam biçimini ifade eder olmuştur. Bitki çeşitliliği, kültürel geçmiş, iklim gibi değişkenlerle birlikte zeytin ve zahter gibi ürünler Hatayla özdeşleşmiştir (Türkiye Kültür Portalı, 2023b). Bölgede üretilen ürünlerin çeşitliliği ve üretim kolaylığı ve maliyetinin düşük olması mutfak kültürünün çeşitliliğinde oldukça önemli bir etken olmuştur. Hatay mutfağı et yemekleri, dolmalar, sebze yemekleri ve aşları, pilavları, mezeleri, salataları, ot yemekleri ve tatlıları ile Anadolu'nun en önemli mutfakları arasındadır. Hatay'da öğünlerin zengin ve çeşitli menülere sahip olması halkın da bu özel ürünleri özenle hazırladığını göstermektedir. Özellikle Uzun Çarşı'da yöresel yiyecekler ve mutfak gereçleri ile birlikte, kasapların yanındaki fırınlar, künefeciler, kuru

sebzeçiler ve zeytinciler gibi birçok ürün hem halkın hem de ziyaretçilerin alışveriş yaptığı yerler arasındadır (Şahin, 2012). Hatay Mutfağı'na ait bilinen geleneksel ürünler arasında; zahter, zeytin ve zeytinyağı, nar ekşisi, salça, tuzlu yoğurt, çökelek peyniri, ceviz reçeli, künefe, kabak tatlısı (dışı çıtır içi yumuşak), kurutulmuş sebzeler yer almaktadır. Ayrıca tepsi kebabı, kağıt kebabı, Belen tavası, Hatay döneri, kıyma ve kuşbaşı kebabı, oruk, çiğ köfte, sarma içi kısır, sireysil, ekşi aşı, kuru patlıcan dolması, humus, abugannuş, acılı ezme, zahter, roka ve zeytin salatası, kerebiç ve köpük, kömbe, biberli ekmek, taş kadayıfı, şam tatlısı, haytali, künefe peyniri gibi ürünler en bilinenler arasındadır (Cömert, 2014; Şahin, 2012).

Hatay gastronomi amaçlı turizm hareketliliğinde oldukça önemli bir destinasyondur. Şehrin sahip olduğu gastronomik çekicilikler bu şehre yapılan ziyaretlerle doğrudan ilişkili olmaktadır. Aksoy ve Çekiç'in (2019) Hatay'ı ziyaret eden turistler üzerine yaptığı çalışmada; katılımcıların %85'inin gastronomi kavramının, yine %84'ünün şehrin UNESCO Gastronomi şehri olmasının destinasyon seçimi üzerinde etkili olduğunu belirtmişlerdir. Ayrıca çalışmada algılanan mutfak imajının boyutlarının (yiyecek ve restoranlara yönelik algı) davranışsal niyeti pozitif yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Buna göre Hatay'ın gastronomisine yönelik algıların Hatay'ı ziyaret etme üzerinde önemli düzeyde etkisi olduğu ortaya çıkmıştır. Bu durum Hatay'ın gastronomi şehri olması, UNESCO tarafından Gastronomi şehri olarak ilan edilmesi ve şehrin sunduğu tüm gastronomik değişkenlerin oluşturduğu etkiyle açıklanabilir. Dolayısıyla bu değişkenler Hatay'ı gastronomik amaçlı ziyaret etmek isteyen turistler için önemli bir çekicilik ve motivasyon kaynağı olabilmektedir.

Afyon

Afyonkarahisar gastronomi şehri olarak 2019 yılında UNESCO Yaratıcı Şehirler ağına dahil olmuştur. Bu kapsamda 2021 yılında 3. Uluslararası Gastro Afyon Turizm ve Lezzet Festivali'ne ev sahipliği yapmıştır. Aynı yıl yiyecek atıklarının azaltılması projesi başlatılarak gastronomide sürdürülebilirliğe ve sıfır atığa vurgu yapılmıştır (www.unesco.org). Afyonkarahisar gastronomi yaratıcı şehirler ağına birçok değer yaratarak önemli bir gastronomi destinasyonu olarak görülmektedir. Bunlar arasında sürdürülebilir gelişimi içeren aynı zamanda dijital uygulamaların bulunduğu projeler üretmek, bölgesel yaratıcılığı ve fırsatları ortaya çıkarmak, Gastronomi Müzesi gibi sergileme alanları oluşturmak, enerji ve gıda israfına dikkat çekmek gibi önlemler geliştirmek yer almaktadır (www.unesco.org).

Afyonkarahisar 8 bin yıllık lezzet mirası başlığı altında yöresel yemekleri ve yemek kültürünü tanıtmayı amaçlamaktadır. Bu amaçla gastroafyon.

org internet sitesi kurularak şehre yönelik gastronomik değerler, etkinlikler ve projeler duyurulmaya çalışılmaktadır. Yine bu mutfak kültürünün gelişiminde yörede yetiştirilen ürünlerin de katkısı oldukça fazladır. Özellikle lokum, sucuk, patates ve kaymak gibi yöresel ürünler başta olmak üzere Afyonkarahisar daha birçok gastronomik ürüne sahiptir. Bunların dışında özellikle coğrafi işaretli ürünler arasında; Afyon pastırması, kaymaklı ekmekek kadayıfı, Patatesli ev ekmeği, Çay İlçesi vişnesi ve Şuhut Keşkeği, Sultandağı Kirazı, Haşhaş tohumu gibi ürünler yer almaktadır. Özel günlerde (düğün, ölüm, sünnet gibi) yapılan yemekler oldukça çeşitlidir (Afyonkarahisar İl Kültür Ve Turizm Müdürlüğü, 2023; gastroafyon.org; Kızıldemir, 2019). Yine Afyonkarahisar mutfağına ait ürünler arasında; Afyon kebabı, ayva ve incir tatlısı, bamya, paça, çullama köfte, maydanoz musakka, biskevit, bükme, Afyon övmesi, haşhaşlı cızdırma, haşhaş helvası, haşhaş tatlısı, haşhaşlı börek, lokul, pide ve bulgur pilavı, hoşmerim, kaymaklı kabak tatlısı, kaymaklı vişneli ekmekek kadayıfı, sakala çarpan çorba, palize, sucuk döneri ve köftesi, tandır çorbası, Sultandağı Kirazı, Haşhaş tohumu, kaymaklı şeker gibi ürünler yer almaktadır (gastroafyon.org; Kızıldemir, 2019). Afyon mutfağında et kullanımı oldukça yaygın olmakla birlikte sebze ve meyvelerin kullanımı da az sayılmamaktadır. Bunun yanında haşhaş kullanımı yaygındır ve mutfağın önemli bir bölümünü oluşturur. Yine manda sütü ve kaymak gibi ürünleri de oldukça önemlidir (Kızıldemir, 2019).

Afyonkarahisar'ın sahip olduğu zengin mutfak kültürü, gastronomi turizmi açısından önemli bir potansiyele sahiptir ve bu durum giderek artan bir ilgiyi de beraberinde getirmektedir. Özellikle UNESCO gastronomi şehri olması, şehrin gastronomi turizmine yönelik bilinirliği üzerinde olumlu etkiye yol açmıştır. Buna rağmen şehrin gastronomi turizmi ve potansiyellerine ilişkin pazarlama ve tanıtım çalışmalarının geliştirilmesi, şehirdeki paydaşların bu gelişim sürecinde gerekli eğitimler alması ve hizmet kalitesini artırıcı faaliyetlere odaklanması faydalı olabilir. Şehri ziyaret edecek turistlere yönelik gastronomi planlamalarının yapılması ve gastronomi eğitimine önem verilmesi önerilebilir (Gülen, 2017). Ayrıca gastronomi şehri olarak slow food kavramına vurgu yapılması ve şehrin bu kapsamdaki potansiyellerinin projelerle açığa çıkarılması aynı zamanda mutfak kültürü mirası açısından önemli ve dikkat çekici olabilir (Güner ve Çılgınoğlu, 2023). Çünkü şehre gelen ziyaretçilerin gastronomik ürünlere olan ilgisi doğrudan gastronomik ürünleri satın alması ile de gözlemlenmektedir. Ziyaretçiler üzerine yaptığı çalışmada Aydın (2015); Afyonkarahisar ile özdeşleşen ürünlerin en çok kaymak, lokum ve sucuk olduğunu belirlenmiştir. Araştırmadan elde edilen bir başka sonuca göre, katılımcıların %46'sı şehrin yemek kültürünü az çekici, %41'i ise çok çekici bulmuştur. Yiyecek ürünlerine yönelik marka

farkındalığında festival ve fuarların önemli olduğu, şehrin mutfağına yönelik bilgilerde yazılı kaynaklar, medya ve yakınlardan alınan bilginin çoğunluğu oluşturduğu belirlenmiştir. Afyon'un geçiş güzergâhında olması ve farklı nedenlerden dolayı, Afyon'u ziyaret edenlerin yarısından fazlasının fast food yemek tercih ettiği, ancak büyük bir bölümünün ise eve dönerken yerel yiyecekleri satın aldığı belirlenmiştir (Aydın, 2015).

Yukarıdaki şehirlerin yanında UNESCO gastronomi şehirleri olarak Konya, Balıkesir, Adana, Kayseri, Diyarbakır da zengin mutfak kültürü ile gastronomi seyahatleri ve deneyimi açısından birçok potansiyeli barındırmaktadır. Ayrıca Türkiye'nin iklimi, coğrafyası ve kültürü, şehirlerin her birinin kendine has gastronomik zenginliklerinin oluşmasını sağlamıştır. Bu çalışmada sınırlı olarak bazı şehirlerin gastronomik ürünlerine yer verilmiştir. Bunun yanında neredeyse her şehrin ortak ve kendine özel, çeşitli gastronomik ürünleri de bulunmaktadır.

Sonuç

Son dönemlerde hem dünyada hem de Türkiye'de gastronomi turizmi bağlamında önemli gelişmeler olmuştur. Destinasyonlara özgü yiyecek ve içeceklerin üretimi ve sunumu bazı turist grupları için özel bir ilgi alanı haline gelmiştir. Buna bağlı olarak düzenlenen gastronomi turları ile yiyecek içecekler seyahatin ana amacı haline gelmiştir.

Gastronomi turizminin genel anlamda turizme ve destinasyonlara önemli katkıları söz konusudur. Kültürel değerlerin ve mirasın hızla kaybolduğu günümüz şartlarında, yiyecek içecek kültürünün ve bağlı değerlerin gelecek nesillere aktarılması noktasında gastronomi turizmi oldukça önemlidir. Bununla birlikte kitle turizmin mevsimsellik özelliğinin aksine gastronomi turizminin her mevsim yapılabilmesi destinasyonlarda turizmin her daim canlı tutulmasına teşvik etmektedir. Gastronomi turizmi hiç şüphesiz destinasyonların sahip olduğu gastronomi ürünlerinin çeşitliliği ile doğrudan ilişkili olabilmektedir. Dolayısı ile gastronomik zenginliğe sahip destinasyonlarda, bu değerleri belirleyerek ve gerek turizme gerekse doğrudan gastronomi turizmine dâhil ederek sürdürülebilir bir yaklaşımla planlama yapılmalıdır.

Gastronomi turlarını planlayan seyahat acentalarının ve bu turlarda yer alan turist rehberlerinin gastronomi, dünya, ülke, bölge ve yöre mutfağı ile ilgili bilgiye ve deneyime sahip olması hem tur planlaması hem de tur esnasında önemli olabilir. Gastronomi kapsamında pazarlanan turların gastronomi deneyimine yönelik daha detaylı ve küçük gruplara yönelik planlanması da uygulama açısından daha verimli olabilir. Gastronomi ile kültür ilişkisi

elbette oldukça önemlidir fakat gastro turların kültür turizminin küçük bir parçası şeklinde pazarlanmasından ve planlanmasından ziyade, doğrudan gastronomi deneyimine yönelik turların sadece gastronomik unsurları içerecek şekilde yapılması ülkedeki gastronomi turizmine fayda sağlayarak bölgelerin veya şehirlerin marka oluşumuna katkı sağlayabilir.

Türkiye'nin eşsiz doğası, iklim özellikleri, bitki örtüsü; diğer taraftan birçok uygarlığa ev sahipliği yapmış olmasından kaynaklı zengin bir yemek kültürü vardır. Genel olarak Türkiye'nin, özelde ise her bölgenin eşsiz yemekleri turistlerin destinasyona çekilmesi anlamında önem taşımaktadır. Bu konuda kitle turizmi dışında gastronomi turizmini öne çıkaracak tanıtımların yapılması da büyük önem taşımaktadır.

Kaynakça

- Aksoy, M. ve Çekiç, İ. (2019). Algılanan mutfak imajının davranışsal niyet üzerindeki etkisi: Hatay ili örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(4), 2839-2854.
- Aydın, E. (2015). Gastronomi turizminin şehir markalaşmasına etkisi: Afyonkarahisar ili örneği. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Afyonkocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Batu, A. ve Batu, H. S. (2018). Historical background of Turkish gastronomy from ancient times until today. *Journal of ethnic foods*, 5(2), 76-82.
- Berbel-Pineda, J. M., Palacios-Florencio, B. ve Ramirez-Hurtado, J. M. (2019). Gastronomic experience as a factor of motivation in the tourist movements. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 18, 1-10. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2019.100171>
- Bertran, F. A. B., ve Wilde, D. (2018). Playing with food: Reconfiguring the gastronomic experience through play, *Experiencing Food, Designing Dialogues* içinde (Editörler: Ricardo Bonacho, Alcinda de Sousa, Cláudia Viegas, João Martins, Maria Pires, Sara Estêvão), CRC Press, London.
- Britannica Ansiklopedisi (2023). <https://www.britannica.com/topic/gastronomy> (Erişim Tarihi: 26.05.2023).
- Bucak, T. ve Aracı, Ü. E. (2013). Türkiye’de gastronomi turizmi üzerine genel bir değerlendirme. *Balikesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(30), 203-216.
- Cömert, M. (2014). Turizm pazarlamasında yöresel mutfakların önemi ve Hatay mutfağı örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(1),64-70
- De Jong, A., Palladino, M., Puig, R. G., Romeo, G., Fava, N., Cafiero, C., ... ve Sjölander-Lindqvist, A. (2018). Gastronomy tourism: an interdisciplinary literature review of research areas, disciplines, and dynamics. *Journal of Gastronomy and Tourism*, 3(2), 131-146.
- Ekerim, F. ve Tanrısever, C. (2020). Türkiye gastronomi festivalleri ve haritalandırılması. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(3), 2277-2297.
- Gheorghe, G., Tudorache, P. ve Nistoreanu, P. (2014). Gastronomic tourism, a new trend for contemporary tourism. *Cactus Tourism Journal*, 9(1), 12-21.
- Gülen, M. (2017). Gastronomi turizm potansiyeli ve geliştirilmesi kapsamında Afyonkarahisar ilinin değerlendirilmesi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 31-42.
- Güner, D. ve Çılgınoğlu, H. (2023). Gastronomi şehri Afyonkarahisar ve slow food Nuh’un Ambarı Projesindeki yeri. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 7(1), 281-300.

- Kaya, Ş. ve Sormaz, Ü. (2019). Yiyecek içecek işletmelerinde yöresel mutfak uygulamaları: Gaziantep örneği. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 3(2), 304-323.
- Kılınc Şahin, S., İşlek, E. ve Bingöl, Z. (2018). Gaziantep mutfak kültüründe yer alan klasik lezzetlerden örnekler. II. *Uluslararası Turizm ve Kültürel Miras Kongresi*, Şanlıurfa, 53-59.
- Kızıldemir, Ö. (2019). Afyonkarahisar mutfak kültürü üzerine bir değerlendirme. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(1), 647-663.
- Kızıllırmak, İ., Ofluoğlu, M. ve Şişik, L. (2016). Türkiye'de uygulanan gastronomi turları rotalarının web tabanlı analizi ve değerlendirmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4/Special issue, 258-269.
- Kivela, J. ve Crofts, J. C. (2005) Gastronomy tourism. *Journal of Culinary Science & Technology*, 4(2-3), 39-55.
- Kivela, J. ve Crofts, J. C. (2006). Tourism and gastronomy: Gastronomy's influence on how tourists experience a destination. *Journal of hospitality & tourism research*, 30(3), 354-377.
- Koçoğlu, C. M. (2019). Yerli turistlerin gastronomi turizmine yönelik tutumlarının demografik özellikler açısından incelenmesi: Gaziantep örneği. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 3(2), 366-380.
- Kodaş, D. ve Özel, Ç. H. (2023). Antecedents of gastronomy destination brand equity: an examination of gastronomy experience, motivation, and destination satisfaction. *Advances in Hospitality and Tourism Research (AHTR)*, 11(1), 45-71.
- Küçükkömürler, S., Şirvan, N. B. ve Sezgin, A. C. (2018). Dünyada ve Türkiye'de gastronomi turizmi. *Uluslararası Turizm, İşletme, Ekonomi Dergisi*, 2(2), 78-85.
- Martinez de Albeniz, I. (2018). Foundations for an analysis of the gastronomic experience: From product to process. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 13, 108-116.
- Mora, D., Solano-Sanchez, M. A., Lopez-Guzman, T. ve Moral-Cuadra, S. (2021). Gastronomic experiences as a key element in the development of a tourist destination. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 25, 1-8.
- Mulcahy, J. D. (2019). Historical evolution of gastronomic tourism. İçinde S. K. Dixit (ed.), *The Routledge handbook of gastronomic tourism* (24-31). Routledge.
- Murgado, E. M. (2013). Turning food into a gastronomic experience: olive tourism. *Options Mediterraneennes*, 106, 97-109.
- Novitas Travel (2020). "Kastronomi"-Kastamonu'ya Gastronomik Bir Gezi. <https://novitasturizm.com/tur/kastronomi-kastamonuya-gastronomik-bir-gezi/>.

- Özdemir, G. ve Altınır, D. D. (2019). Gastronomi kavramları ve gastronomi turizmi üzerine bir inceleme. *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(1), 1-14.
- Pavlidis, G. ve Markantonatou, S. (2020). Gastronomic tourism in Greece and beyond: A thorough review. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 21.
- Richards, G. (2002). Gastronomy: an essential ingredient in tourism production and consumption?. İçinde Hjalager, A. ve Richards, G. (ed.), *Tourism and Gastronomy* (3-20). London: Routledge.
- Richards, G. (2021). Evolving research perspectives on food and gastronomic experiences in tourism. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 33(3), 1037-1058.
- Santich, B. (2004). The study of gastronomy and its relevance to hospitality education and training. *Hospitality Management*, 23,15-24.
- Sarıışık, M. ve Özbay, G. (2015). Gastronomi turizmi üzerine bir literatür incelemesi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 26(2), 264-278.
- Scarpato, R. (2002). Gastronomy as a tourist product: the perspective of gastronomy studies. İçinde Hjalager, A. M. ve Richards, G. (ed.), *Tourism and Gastronomy* (51-70). London: Routledge
- Sio, K. P., Fraser, B. ve Fredline, L. (2021). A contemporary systematic literature review of gastronomy tourism and destination image. *Tourism Recreation Research*, DOI: 10.1080/02508281.2021.1997491.
- Sundqvist, J. (2023). Gastronomic experiences: Motives, activities, and teleology. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 31, 1-8.
- Şahin, G. G. (2015). Gastronomy tourism as an alternative tourism: an assessment on the gastronomy tourism potential of Turkey. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 5(9), 79-105.
- Şahin, K. (2012). *Hatay mutfak kültürü ve yemekleri*. Hatay Valiliği Yayınları No:16, Hatay: Pozitif Matbaa.
- Şimşek, A. ve Selçuk, G. N. (2018). Gastro-turistlerin tipolojisinin belirlenmesi: Gaziantep ölçeğinde bir araştırma. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 28-43.
- Türk Dil Kurumu (2023). <https://sozluk.gov.tr/>
- Türkiye Kültür Portalı (2023a). Gaziantep Mutfağı. <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/gaziantep/neyenir/gaziantep-mutfagi>
- Türkiye Kültür Portalı (2023b). Medeniyetler Sofrası Hatay. <https://www.kulturportali.gov.tr/portal/medeniyetlersofrasahatay>
- Yazgan Serinkaya, E. (2017). Mutfak kültürünün Gaziantep'in geleneksel konutlarında incelenmesi. *Artium*, 5(1), 27-41.

Yılmaz, H. ve Yönet Eren, F. (2019). Gastronomi turizmi. İçinde Aydın, Ş. ve Eren, D. (ed.), *Alternatif turizm* (143-166). Ankara: Detay Yayıncılık.

Zengin, B., Uyar, H. ve Erkol, G. (2015). Gastronomi turizmi üzerine kavramsal bir inceleme. *15.Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı*, (511-524). Detay Yayıncılık, Ankara.

http://italtur.com.tr/tr/italtur_gastro/detay/11/gastronomi-noktalari-turu

<https://afyon.ktb.gov.tr/TR-63518/gastronomi-sehri-afyonkarahisar.html>

<https://en.unesco.org/creative-cities/afyonkarahisar>

<https://en.unesco.org/creative-cities/events/afyonkarahisar-conveys-its-cultural-richness-through-third-edition-gastroafyon>

<https://en.unesco.org/creative-cities/events/afyonkarahisar-launches-food-waste-reduction-project>

<https://en.unesco.org/creative-cities/events/first-international-gastronomy-festival-gaziantep>

<https://en.unesco.org/creative-cities/events/lab2030-youth-4-food-encouraging-new-generation-culinary-experts>

<https://en.unesco.org/creative-cities/gaziantep>

<https://gastroafyon.org/yemek-tariflerimiz/>

https://mutfaksanatlarimerkezi.com.tr/dishes_categories/herzaman/

<https://www.ankatravel.com.tr/isparta-gul-hasadi-senlikleri-salda-golu-pamuk-kale-cesme-alacati-turu>

<https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284420919>

<https://www.festtravel.com/bag-bozumu-turlari>

https://www.gurmeturlar.com/tour/doya_doya_adana_gurme_lezzet_turu/

https://www.gurmeturlar.com/tour/izmir_lezzetleri_ve_urla_bag_yolu_turu/

https://www.gurmeturlar.com/tour/kapadokya_gurme_turu/

<https://www.hitittour.com/bozcaada-bagbuzumu-turu>

<https://www.tatilbudur.com/adana-lezzet-festivali-turu-1-gece-otel-konaklamasi#>

<https://www.tatilsepeti.com/alacati-ot-turlari>

<https://www.unesco.org.tr/Pages/88/129/UNESCO-Yarat%C4%B1c%C4%B1-S%CC%A7ehirler-Ag%CC%86%C4%B1>

<https://www.unwto.org/gastronomy-wine-tourism>