

Gastronomi Turizmi Kapsamında Türkiye’de Yapılan Gastronomi Festivallerinin Değerlendirilmesi

Alparslan Mustafa Tuncer¹

Özet

Gastronomi Turizmi kapsamında değerlendirilen Gastronomi festivalleri yiyecek içecek tüketme faaliyetlerinden çok daha fazlasını ifade etmektedir. Birçok toplumun mutfak kültürlerini ve doğal zenginliklerini doğrudan yansıtan alternatif turizmi içerisinde Gastronomi turizmi önemli bir yere sahiptir. Destinasyonlara ait Yöresel yemekleri ve bölgeye ait içecekleri tanıtan etkinlikler ve ya festivaller düzenleyerek bölgeye gelen turistlere yerel ürünleri tatma imkanı sağlayabilmek gastronomi turizmi açısından önemlidir. Gastronomi festivalleri yöresel yemeklerin pazarlanması, tanıtılması ve bölge ekonomisinin sürdürülebilirliği için önemli faaliyetlerdir. Yöreye turistik amaçla gelen misafirlerin yöresel ürünleri ve yemekleri deneyimleyebilecek iyi bir ortam sağlar. Türkiye’de ki yöresel yemeklerdeki çeşitlilikler ve sahip olunan gastronomik zenginlikleri ile her yıl çok sayıda gastronomi festivali düzenlenmektedir. Son yıllarda Gastronomi temelli festivallerinin artması, destinasyonu ziyaret eden turistlerin bölgenin mutfak kültürünü tanımasına öncülük etmiştir. Böylece bir çok bölgede düzenlenen festivaller aracılığı ile destinasyonun mutfak kültüründeki zenginlikler gastronomi turizmi için çekim gücü olmuştur. Gastronomi Turizmine yönelik yapılan bu çalışmada gastronomi festivalleri kapsamında yöresel yemekler üzerine bir değerlendirme yapılmıştır.

1. Giriş

İnsanların dünya üzerinde bulunan farklı kültürleri tanıyarak, yeni lezzetler tatmak ve farklı mutfak kültürlerini tanımak ve görmek adına yaptıkları seyahatler gastronomi turizmi faaliyetlerindedir. Gastronomi adına yapılan sosyal ve kültürel etkinlikler turistik faaliyet ve gastronomi

1 Öğr. Gör., Yozgat Bozok Üniversitesi/Yozgat Meslek Yüksekokulu/ Otel Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, mustafa.tuncer@bozok.edu.tr, ORCID: 0000 0002 4436 0388

turizmi kapsamındadır. Dolayısıyla gastronomik unsurlar destinasyon imajı ve sürdürülebilirliğe oldukça fazla katkı sunmaktadır. Gastronomi Turizmi adı altında yapılan bütün faaliyetler, tanıtım faaliyetleri ve yerel düzeydeki etkinliklerin canlanmasını sağlamaktadır (Aymanıkuy ve Sarıoğlan, 2007).

Turistlerin destinasyon seçiminde yörenin doğal zenginliklerinin yanı sıra bölgede düzenlenen gastronomik faaliyetlerde etkilidir. Bu gastronomik faaliyetlerden biri olan festivaller, destinasyonu bir çekim merkezi haline getirerek bölgede gastronomi turizminin ve ekonominin canlanmasına katkıda bulunur. Bölgeyi turistik amaçlarla ziyaret eden turistler, aynı zamanda yörenin gastronomik unsurlarını da deneyimleme fırsatı bulur (Aslan vd., 2021). Dünyada ve Türkiye’de gastronomiye duyulan ilginin artış göstermesi buna paralel olarak gastronomi konulu düzenlenen festivallerin sayısının da arttığı bilinmektedir. Gastronomi turizmi kapsamında düzenlenen festivallerin Dünya üzerinde düzenlenen festivallerin neredeyse %30’unu oluşturmaktadır (Doğdubay vd. 2016; World Tourism Organization, 2012).

Yöre mutfağına ait gastronomi ürünleri, yöresel tarım ürünleri ve bu ürünlerle hazırlanan geleneksel yiyecekler, mutfakta kullanılan ekipmanlar, yemek tarifleri ve bunların tadımı ritüelleri, yemek yeme alışkanlıkları ve sofraya kültürleri yerel mutfak kültürüne özgü törenler olarak sıralanabilir (Cohen ve Avieli 2004). Bu yöresel unsurların tamamı Dünya ve Türkiye üzerinde düzenlenen gastronomi festivallerinin hepsine konu olur. Yöresel ürünler ile ilgili yapılan gastronomi festivalleri yöre halkının ekonomik kazanç elde etmesine, yerel işletmelerin güçlenmesine ve bölgesel kalkınmaya katkı sağlar. Bu durum gastronomik çeşitliliğın korunmasına bağlı olarak ta yerel kimliğin tanıtımı ve sürdürülebilirliğine etki eder (Akbaba ve Çetinkaya 2018).

Sonuç olarak, gastronomi festivalleri, bölgesel turizmin gelişimine katkı sağlayan bir etkinlik türüdür. Bu festivaller, destinasyona ve ya bölgeye ait her türlü gastronomik unsuru ulusal ve uluslararası düzeyde tanıtılmasını amaçlar. Gastronomi festivalleri, bir bölgenin yöresel yiyecek ve içecek ürünlerini ve mutfak kültürlerini tanıtmak amacıyla yerli ve yabancı ziyaretçiler için halka açık bir kutlama eşliğinde gerçekleştirilmektedir. Bu festivaller sosyal, kültürel, çevresel ve ekonomik boyutu olan sürdürülebilirlik arz eden küresel etkinliklerdir (Markovic vd. , 2015; Seçim, 2020).

2. Gastronomi Turizmi

Gastronomi turizmi, belirli bir destinasyona ait yiyecek, içecek ve diğer gastronomik ürünleri keşfetmek, deneyimlemek veya satın almak amacıyla gerçekleştirilen seyahatleri ifade etmektedir. Bu gastronomi seyahatleri

mutfak turizmi, yiyecek turizmi, yemek turizmi, gastro turizm veya gastronomi turizmi gibi farklı kavramlar ile de ifade edilir. Her ne kadar farklı kavramlar olsa da hepsi aynı anlamı taşır. Gastronomi turizmi, belli bir bölgeye ait yöresel yiyecekler ve içecekleri deneyimlemek amacıyla farklı kültür ve medeniyetleri keşfetmek için gerçekleştirilen bir turizm çeşidi olarak tanımlanır (Long, 2003; Kivela ve Crotts, 2005). Yöresel yiyecek ve içeceklerin yanı sıra bölgeye ait diğer gastronomik unsurlarda turizm ürünleri arasında yer alır. Genel olarak gastronomi turizmi yöresel ürün üreticilerini, yemek festivallerini, yiyecek içecek işletmelerini ve bölgede üretilen yiyecek ve içecekleri keşfetme veya deneyimleme amacıyla yapılan ve seyahat amacı yiyecek olan turizm çeşididir (Long, 1998; Hall ve Mitchell, 2001).

İnsanların yaşamı süresince yiyecek ve içecek faaliyetleri vazgeçilmez bir ihtiyacdır. Yiyecek içecek faaliyetlerinin yanında toplumun gastronomik kimliğini kültürel değerleri ve yerel zenginlikleri doğrudan yansıtmaktadır. Bu gastronomik değerlerin turizm faaliyetlerine yansması sonucunda alternatif turizm çeşitleri içerisinde Gastronomi turizminin önemi artmaktadır. Gastronomi turizmi, turizmde sürdürülebilirliğinin artması, bölgesel ekonominin kalkınması, bölge halkının istihdamı ve turizm gelirlerinin artması açısından ulusal ve bölgesel turizmin gelişmesine katkı sağlamaktadır. Gastronomi turizminin öneminin artması destinasyondaki yiyecek içecek işletmelerinin ve yerel üreticilerin gelişmesine etki etmektedir. Son yıllarda insanlar tarafından ilginin ve turizm tercihlerinin değişmesiyle birlikte gastronomi turizmüne olan yönelimler artmıştır. Böylece ülkemizde ve dünyada gastronomik değerlere ve yerel ürünlere karşı yoğun bir ilgi olduğu görülmektedir. Ülkemiz hem gastronomik ürünler hem de yerel lezzetler açısından büyük bir potansiyele sahiptir (Hall ve Mitchell, 2005; UNWTO, 2016).

Gastronomi turizminin önceliği destinasyonların tanıtılması ve pazarlanmasıdır. Gastronomi alanında Turizm faaliyetleri gerçekleştirilirken çeşitli paydaşlara ve aktörlere katkı sağlamaktadır. Gastronomi turizmüne katkı sağlayan paydaş ve aktörler;

- Destinasyon
- Turist
- Turizm Endüstrisi
- Üreticiler
- Yerel Halk
- Çevre (Okumuş ve Mc Kercher , 2007)

Gastronomi turizmi, içinde yapılan çalışmalarda destinasyonların tanıtılması ve farklılaştırılmasına katkı sağlar. Yapılan turizm faaliyetleri üretilen yerel yiyeceklerin pazarlanması ve yerel kültürlerin keşfedilmesini sağlar. Yerel kimliğin güçlenmesine ve yerel ekonominin güçlenmesine katkı sağlar. Bölgeye gelen turistler yöreye özgü yiyecek ve içecekler üzerinden yerel kültürü tanırlar ve keşfederler. Gastronomi Turizmi bölgedeki tarımsal faaliyetlerin artması, hayvancılığın gelişmesi, çevre dostu altyapı (ulaştırma, haberleşme, ve enerji hizmetleri vb.) ve üstyapının oluşması (restoranlar ve yiyecek- içecek İletmeleri vb.), yiyecek içecek müzelerinin artması gibi bir çok yönden katkı sağlar. Turizm faaliyetlerinin güncel ve yenilenebilir olması Gastronomi alanında yapılan birçok çalışmanın sürdürülebilirliğine katkı sağlar (Yılmaz ve Şahin, 2021).

2.1. Gastronomi Turizminin Türkiye’de ki Yeri ve Önemi

Gastronomi turizmi, farklı kültürler değerleri görmek , birbirinden farklı yöresel lezzetleri deneyimlemek amacıyla destinasyonlara turistik faaliyetler kapsamında düzenlenen seyahatlerdir (Harrington ve Ottenbacher, 2010). Gastronomi turizmi, Türkiye de turizm potansiyeli açısından, son derece zengin kültürel değerlere sahip bir turizm çeşididir. Türkiye de zengin mutfak kültürü ve yaşayan değerlere sahip olmasına rağmen, Gastronomi turizmi halen istenilen düzeyde bir yere sahip olamamıştır. Bunun en önemli nedenlerinden biri, Türk mutfacı ve gastronomik değerler ile ilgili yapılan tanıtım ve pazarlama çalışmalarının eksik olmasıdır. Türkiye de yapılan turizm tanıtımlarının daha çok plaj turizmine ağırlık verildiği bilinmektedir. Bakıldığında gastronomi turizminin plaj turizminden daha az tercih edildiği görülmektedir. Gastronomi turizmi kapsamında yapılan bölgesel etkinlikler ve gastronomi festivalleri turistlere eşsiz deneyimler kazandırmaktadır. Ülkemizi ziyaret eden turistlerin gastronomik değerlerimizi tanınmasına ve kültürel değerlere katkıda bulunurken, bölgenin kalkınmasında önemli katkı sağlamaktadır (Bilgili vd., 2012).

Türkiye’de gerçekleştirilen turizm çeşitleri arasında gastronomi turizmi kaliteli ve zengin kültürel değerlere sahip bir turizm çeşididir. Gastronomi turizmi, Türk turizminin mevsimselliğinin azaltılarak on iki aya yayılmasında önemli bir yere sahiptir. Türkiye’nin turizm pazarındaki payını artırılmasında ve turizminin sürdürülebilir hale getirerek etkili olabilecek potansiyele sahiptir (Şahin, 2009).Gastronomi turizminin en önemli unsurlarından biri olan kültürel zenginlikler ve yöresel ürünler bölgesel turizmin gelişmesine etki edecek güçlü bir potansiyele sahiptir. Türkiye’de Gastronomi turizmini tüm yönleriyle deneyimlemenin en iyi yolu destinasyonun yerel işletmeleri ile yöresel zenginliklerinin birlikte bütünleşmesidir. Destinasyonu turistik

amaçlı ziyaret eden misafirlere bölgedeki yiyecek içecek işletmelerinde ve konaklama işletmelerinin restoranlarında yöreye ait yemekleri ve yerel lezzetleri tatma imkanı sağlanmalıdır (Çevik ve Saçılık, 2011).

Türk Mutfak kültürü farklı bölgelerin değişik lezzetleri ve birbirinden farklı gastronomik değerleri içermesinden dolayı birçok çeşitte ürün sunabilme özelliğine sahiptir. Coğrafi bölgelerin de birbirinden farklı özelliğinin olması Türk Mutfağını da etkilemiştir (Dilsiz, 2010). Köklü bir mutfak kültürüne sahip olan ülkemiz, gerek zengin yemek kültürü gerekse turistik çekicilikleri ile gastronomi turizmi için ziyaret edilen ülkelerden birisidir. Adana, Mersin, Hatay, Şanlıurfa, Afyonkarahisar, Gaziantep, Mardin gibi Gastronomi turizmine önem veren ve yöresel lezzetleri ile öne çıkan gastronomi şehirlerimiz bulunmaktadır.

Turizm faaliyetleri kapsamında destinasyonları ziyaret eden turistlerin %20-25'i gastronomi turizmi amacıyla bu bölgeleri seçtiklerini belirtmişlerdir (Aslan, 2010). Türkiye'nin diğer turizm çeşitleri ile kıyaslandığı zaman Gastronomi turizmi birçok yemek çeşitliliğine sahip olan geleneksel yemek kültürü ile ön planda yer almaktadır., Gastronomi turizmi, gerek kurum ve kuruluşlar ile gerekse yiyecek içecek işletmeleri ve bu işletmelerde yetişen genç insan kaynağı ile Türkiye turizminin güçlü faktörleri arasında yer almaktadır (Şahin, 2014).

Turizm kültürü oturmuş olan dünya ülkelerinin bir çoğunda turizm gelirleri ile öne çıkan Gastronomi turizmi Türkiye'de bu ivmeyi daha yakalayamamıştır. Gastronomi değerleri açısından zengin bir potansiyele sahip olan ülkemiz, bu zenginliklerini turizm amaçlı değerlendirdiği zaman Ülkenin turizm gelirlerine önemli bir katkı sağlanacağı düşünülmektedir (Öney, 2013).

2.2. Gastronomi Turizminin Sosyo-Kültürel ve Ekonomik Etkileri

Dünya da ve ülkemizde turizmin gelişmesine katkı sağlayan birçok etken bulunmaktadır. Ülkelerin doğal güzellikleri, tarihi değerleri, kültürel zenginlikleri ve içinde bulunduğu coğrafyanın iklim çeşitliliği turizmin gelişmesini ve turistik değerlerin korunmasını etkilemiştir. Birbirinden farklı bölgelerin, turizm türlerine elverişli olması, bölge haklının misafirperverliği ve bölgedeki sivil toplum kuruluşlarının turizme olan yaklaşımı da gastronomi turizminin gelişmesine katkı sağlamaktadır. (Emekli, 2005). Dünya'da ve Türkiye'de Gastronomi turizminin ulusal ve bölgesel ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel etkileri vardır. İnsanların yeme içme alışkanlıkları; kültürel değerleri, yaşanılan coğrafya, ekolojik durumu ve içinde bulunduğu ekonomik yapıya göre şekillenmektedir. Bu durum gastronomi turizmi

açısından önemli bir yere sahiptir Gastronominin zenginlikleri kültürel deneyimi, kültürel kimliği, iletişimi ve paylaşımı temsil etmesi nedeniyle geniş bir turist kitlesine hitap eden bir turizm çeşididir. Bu zenginlikler, destinasyonların pazarlanmasında doğrudan yada dolaylı olarak karşımıza çıkmaktadır (Deveci vd., 2013; Kesici, 2012).

Gastronomi turizmi, yöresel ürünlerin ve yerel lezzetlerin kullanılmasında bölge ekonomisinin gelişmesine ve toplumsal kalkınmaya öncülük etmektedir. Bu durum yerel üreticilere destek sağlamak ve yöresel ürünlerin kaliteli bir şekilde üretilmesini desteklemektedir (Üzümcü, 2018). Turizm gelirleri içerisinde Gastronomi turizminden ekonomik kazanç elde edilebilmesi için bölgeye gelen turistlerin destinasyona karşı olumlu tutum sergilemesi gerekmektedir. Bu şekilde destinasyona turizm amacıyla gelen turistler ve yerel halk arasında etkileşim sağlamaktadır (Kalkstein Silkes, 2007). Bu durum bölgedeki turizm işletmeleri, konaklama ve yiyecek içecek işletmeleri arasında rekabeti artırmış, müşteri memnuniyetini yüksek tutmuş ve müşteri sürekliliğini sağlamış olur. Dolayısıyla gastronomi turizminde başarı elde edildiği zaman ülkeye ekonomik ve sosyo- kültürel katkı sağlamaktadır (Cömert ve Sökmen, 2017).

Gastronomi turizmi, bir bölgeye yeme içme amacıyla yapılan seyahatlerin dışında kültür turizmi kapsamında da değerlendirilmektedir. Geçmiş, günümüz ve gelecek arasında bağ kuran bölgenin gastronomik değerleri birer kültür mirası olarak ta anılmaktadır. Gastronomi turizmi amacıyla yapılan turizm faaliyetlerinde gerçekleştirildiği destinasyona ekonomik katkı ile birlikte bölge halkının sosyo- kültürel alışkanlıklarında da farklılıklar göstermektedir. Bunun yanı sıra turistler sürekli olarak destinasyonu ziyaret ederek kültürel gelişim sağlamak ve yöreye canlılık gelmektedir (Küçük, 2013). Bununla birlikte yöreye gastronomi amaçlı turizm faaliyetleri artar ve bölge ekonomisi canlanarak bölgedeki kişilerin ekonomik kazançlarında artış ve sosyal hayatlarında rahatlama görülür (Atak, 2009).

Destinasyonu ziyaret eden turistlerin tatilleri boyunca harcadıkları ortalama Doların % 24,48’ini yeme-içmeye ayırdıklarını belirtirken, diğer turistik faaliyetlerde bulunan turistler ise harcadıkları ortalama Dolar’ın %14,32’sini yeme-içme amacıyla harcadıklarını belirtmişlerdir. Gastronomi Turizmi amacıyla turistik faaliyette bulunan ziyaretçilerin, yeme içmeye, diğer turizm faaliyetlerinde bulunan ziyaretçilerden bir buçuk kat daha fazla para harcadıkları görülmektedir. Yabancı ve yerli turistlerden elde edilen bilgiler sonucu Gastronomi turizmi amacıyla gelen ziyaretçilerin daha fazla harcama yaptıklarını göstermektedir. Farklı turizm faaliyetleri amacıyla Türkiye’de tatil yapan turistler ortalama 9 gün tatil yaparken, Gastronomi ile ilgilenen

turistler ortalama 7 gün tatil yaptıkları bilgisine ulaşılmıştır (; Guzmanand Canizares, 2011; Türkiye’de Gastronomi turizmi, 2017).

3.Türkiyedeki Gastronomi Festivalleri

Gastronomi festivalleri, yiyecek ve içeceğin temel konu olduğu ve bölgenin çekicilik unsurunu oluşturduğu festivaller olarak ele alınmaktadır. Gastronomi festivalleri, yerel halk ile bölgeye gelen turistlerin bir araya gelerek yerel kültürü paylaşılabilmeleri ve yaşayabilmeleri açısından son derece önemli bir role sahiptir. Gastronominin en etkin ilkleri, turistlerin yerel ürünleri ve bölgesel lezzetleri deneyebilecekleri eşsiz ortamdır (Çağlı, 2012: Rusher, 2003).

Destinasyona özgü yiyecek ve içeceklerin yalnızca destinasyonda bulunan konaklama veya yiyecek içecek işletmelerinin menülerinde yer alması turistleri destinasyonlara çekmek için yeterli olmayabilir. Bu yüzden, destinasyona ait yöresel ürünleri kapsayan ve tanıtan etkinlikler düzenleyip, destinasyona gelen turistlere bölgeye özgü yöresel yemekleri ve içecekleri tatma imkânı sağlayabilmek gastronomi turizmi açısından önemlidir (Çevik ve Saçılık, 2011). Ülkemizin sahip olduğu gastronomik unsurlar değerlendirildiğinde, ortaya yiyecek festi- valleri, şarap festivalleri, ürün festivalleri gibi etkinliği yüksek zenginlikler ortaya çıkmaktadır (Bucak ve Aracı, 2013).

Yiyecek ve içecek temalı gastronomi festivalleri, gastronomi turizminin önemli bir parçasıdır. Bununla birlikte festivaller, destinasyonu ziyaret eden turistlerin yerel mutfak kültürünü deneyimleyecekleri ve tanıyabilecekleri bir pazarlama aracıdır (Rand vd., 2003). Gastronomi festivalleri, destinasyonda ki yerel halkın kimliğini geliştirmeye yardımcı olan ve bundan dolayı daha fazla ziyaretçinin destinasyona katılımını artıran etkinliklerdir. Bu festivaller yerel ürünler ve bölgenin yaşam kültürünün özelliklerini gösteren ve yörenin kültürel mirasını tanıtan etkinlikler olarak ifade edilmektedir (Quan ve Wang, 2004).

Gastronomi Festivallerinin Boyutları;

- Sosyal Etkileri
- Kültürel Etkileri
- Çevresel Etkileri
- Ekonomik Etkileri

Gastronomi festivalleri, yerel gastronomik ürünleri özgün ve otantik biçimde turistlere sunmak için iyi bir fırsattır. Bu bağlamda yerel yönetimler destinasyonu tanıtmak, pazarlamak ve kırsal turizmi canlandırmak amacıyla

gastronomi festivalleri düzenler. Söz konusu festivallerde turistlere sunulan yerel gastronomik ürünler aslında yerel halkın yaşam tarzı, gelenek ve görenekleri, destinasyonun coğrafi koşulları gibi yöre ile ilgili pek çok bilgi sunan güçlü bir iletişim aracıdır. Gastronomi festivalleri, yerel gastronomik kimliğin tanınması, korunması ve sürdürülebilirliği açısından da küresel bir görev üstlenir. Gastronomi festivallerinin arz ve talep yönünden bu denli geniş bir perspektife sahip olması onun sosyal, kültürel, çevresel ve ekonomik gibi birçok yönünün ele alınması gerektiğini ortaya koyar (Özdemir, Yılmaz, Ülker; 2016).

3.1.Festivallerin Çevresel, Sosyo-Kültürel ve Ekonomik Etkisi

Turizm hareketleri ve festivallerin yakın bir ilişkisi olduğu herkes tarafından bilinmektedir. Festivaller toplumlararası iletişimi sağlama ve kültürel zenginliklerin tanıtılması görevini de üstlenmektedir. Bu açıdan da sosyal ve psikolojik boyutlara sahip olmaktadır. Festivaller düzenlendiği destinasyonun kültürel zenginliğini artırmakta ve o bölgeye maddi destek sağlamaktadır. Kültürel zenginliğin artması maddi getiriden daha önemli olmakta ve daha ön plana çıkmaktadır. Bir bölgenin en önemli ürünlerinden olan kültürel ve tarihi değerler festivallerle birlikte kaynaştırıldığında, bu değerlerin tanıtımı da etkili bir şekilde gerçekleştirilebilmektedir. Böylece, hem festivalin hem de festivalin kutlandığı bölgenin reklâmı ve tanıtımı gerçekleştirilmiş olacaktır (EuropeanCommission, Directorate-General forEducationandCulture, 2009).

Ulusal ve bölgesel düzeyde düzenlenen festivaller ekonominin, kültürün ve toplumsal yapının değişmesi ve gelişmesine katkı yaratan etkinliklerdir. Günümüzde festivaller, hem ulusal ve uluslararası turizm hareketlerine hem de yerel turizm hareketlerine katkıda bulunmaktadır. Ziyaretçilerin hiç tanımadıkları yerleri görmesine, farklı bir kültürü öğrenmesine ve yaşam tarzları farklı olan insanlarla bir araya gelmesine olanak sağlamaktadır. Bölge halkının ekonomik ve sosyal kazanımlarını artırarak bölge halkı ile ziyaretçiler arasında kültürel bağ kurulmasına yardımcı olmaktadır. İster büyük çaplı ister küçük çaplı yapılsın festivallerin çeşitli yönlerden katkıları yadsınamayacak derecede fazladır. Bu faydaları bazı başlıklar altında topladığımızda festivallerin faydaları; yerel halka, yerel ekonomiye, yerel mutfığa, bölge imajına ve festival ziyaretçilerine olan faydalar şeklinde karşımıza çıkmaktadır (Yıldırım, 2010).

Festivaller, yerel kültürü korumak ve geliştirmek; rekreatif bir faaliyet yaratmak; yerel halka ekonomik gelir kazandırmak; kırsal turizmi geliştirmek gibi pek çok amaca hizmet edebilir. Bu etkinlikler, büyük küçük fark

etmeksizin planlaması uzun olup detaylı bir bakış açısı ve özen gerektirir. Festivaller organize edildiği bölgedeki yerel halkın kimliğinin korunmasını ve yaşatılmasını sağlar; yörenin gelişmesine ve cazibe kazanmasında rol oynar ve yöre halkının diğer kültürel çevreler ile bir bağ kurarak sosyalleşmesine olanak sağlar (Lopez Guzman vd., 2017).

Festivaller, genellikle bir bölgede yaşayan halkın kültürüyle ilişkilidir. Bu etkinlikler halkın etnik ve popüler kültürü, sanatı veya kültürel miraslarıyla ilgili olabilir. Bundan dolayı çoğu zaman yerel halkın yaşam tarzını yansıtır. Gastronomi festivalleri de bu bağlamda önem arz eder. Bu festivaller, dünya üzerindeki tüm ulusların kültürleri, iklim koşulları, coğrafi konum, ekonomik koşullar ve kültürler arası etkileşim ve daha birçok faktörden etkilenecek şekilde şekillenir. Herhangi bir etnik yapı ile sosyal diyalog kurulduğunda karşı karşıya kalınan ilk unsur kültürdür. Mutfak kültürü ve ritüelleri ise bir toplumun somut olmayan kültürel unsurları arasında yer alır. Bu kültürel unsurları keşfetmek de deneyimlemek ve tatmaktan geçer. Gastronomi festivalleri de bir yörenin mutfak kültürünü yerinde tanımaya, deneyimlemeye ve bilgi edinmeye olanak sağlar (Sandbybayev,A., 2018)

Yerel yiyecek ve içecekler, yerel ekonominin güçlendirilmesine ve doğa dostu bir alt yapının oluşmasına katkı sağlayarak sürdürülebilir bir turizm politikası geliştirilmesine yardımcı olur. Bundan dolayı yerel gastronomi festivalleri, gastronomi turizmi stratejileri için önemli bir unsur olarak kabul edilir (Kivela, J. ve Crotts, J. (2006). Gastronomi amaçlı seyahat eden turistleri yerel özgünlüğü düşük standartlaştırılmış ürünlere daha az para harcamaktansa, kültürel sermayelerini zenginleştiren yerel yiyecek-içeceklere daha fazla para harcama eğilimi sergiler. Bir destinasyonda gastronomi festivalinin düzenlenmesi vasıtasıyla bölgenin yerel ve özgün yöresel ürünleri, doğal güzellikleri, tarihi ve mimari dokusu kullanılarak bireyler için yeni bir turistik deneyim yaşama imkanı sunulabilir. Turistlere özgün gastronomik deneyimler yaşatılması, bölgesel markalaşmaya ve yerel destinasyonun sürdürülebilirliğine katkıda bulunur (Insun, L. ve Charles, A. 2011).

Yiyecek-içecek festivalleri bulunduğu yöreye ve destinasyona ciddi ekonomik faydalar sağlamaktadırlar. Özellikle de ciddi bir imaj oluşturmuş festivale çok fazla katılımcı gelebilmektedir. Bazı festivallerin süresi bir günden daha fazla olmakta ve bu durumda da bazı ziyaretçiler konaklamaktadırlar (Çela, A., Knowles, L. ve Lankford, S., 2010). Festival boyunca katılımcıların konaklama ve yeme-içme gibi temel ihtiyaçlarını festivalin bulunduğu bölgede karşılamaları, bölgeye ekonomik katkı sağlamaktadır. Festivalin düzenlendiği bölgede ve festivalin çevresinde yer alan bölgelerdeki otellerde konaklamanın yapılması festivalden ekonomik olarak yararlanmayı daha da büyütmektedir.

Festivale yakın bölgelerdeki konaklama, rekreasyon, ulaşım ve yiyecek içecek işletmelerinin festival boyunca yaratılan istihdamı desteklemeleri de bölge ekonomisinin canlanmasına katkı sağlar. İşletme sahiplerinin yöresel ürünlerini ve yerel lezzetlerini ürünlerini sergilemek için festivali kullanmaları gibi fırsatlar yaratılarak ekonomik etki artırılmaktadır (Küçük, 2013).

3.2. Türkiye’de Gastronomi Turizmi Açısından Gastronomi Festivalleri

Günümüzde ulusal ve bölgesel farklı temalarla ve değişik türde festivaller organize edilmektedir. Ülkemizde düzenlenen festivallerin birçoğu yöresel yemekler ve yerel lezzetler temalı festivallerdir. Gastronomi amaçlı düzenlenen yiyecek ve içecek temalı her festival gastronomi festivali kapsamında değerlendirilmez. Festivallerinin, gastronomi festivali olarak kabul görmesindeki belirleyici unsur, etkinliğin yöresel ürünler ve yerel lezzetler üzerine bir çalışma olmasıdır. Dolayısıyla gastronomi festivallerini, kültür yolu etkinlikleri ve yöresel mutfak günleri gibi yerel kutlama ve yemek tanıtımına odaklanan festivalleri kapsamaktadır.

Ulusal ve bölgesel gastronomi festivalleri, destinasyonun yöresel ürünleri ve kültürel zenginliklerinin birikimi ile ortaya çıkmıştır. Destinasyonda kökleşmiş birçok kültürün geçmişten günümüze kadar kendini koruyarak bölgenin tanıtılmasını sağlayan etkinliklerdir. (Şengül ve Türkay, 2015). Gastronomi festivallerin meydana gelmesine etki eden birçok faktör vardır. Bunlar;

- Bölgenin yiyecek içecek çeşitliliği
- Tarihi geçmişi
- Bölgenin mevsim özellikleri ,
- Yöre halkının yeme-içme alışkanlıkları,
- Dini faktörler,
- Milli değerler,
- Bölge halkının örf ve adetleri,
- Bölgenin coğrafi özellikleri.

Son dönemlerde gastronomi festivallerinde hem yerel hem de ulusal anlamda artış olmuştur. Gastronomi temalı bu festivaller kültürel olduğu kadar bölgeye ekonomik olarak ta katkı sağlamaktadır. Gerçekleştirilen etkinlikler ile destinasyonun ve bölgenin gastronomi turizmi açısından tanıtımı yapılmaktadır. (Erciyas, N., ve Yılmaz, İ. 2021)

Tablo 1'den görülebileceği üzere Türkiye'nin hemen her bölgede yöresel yemekler ve yerel lezzet ağırlıklı olmak üzere birçok gastronomi festivali düzenlenmektedir. Genel olarak incelendiğinde Festivallerin bahar ve yaz aylarında düzenlendiği görülmektedir. Gastronomi temalı festivallerin amacı, yerel lezzetlerin ve yöresel yemeklerin tanıtılmasıdır. Festivallerde yöresel ürünlerin ve yerel lezzetlerin yoğun olması yöre halkının misafirler ile kültürel etkileşimde bulunmasının istenmesi ve ürettikleri ürünleri satma amacına yönelik olmasıdır. Tabloda görüldüğü gibi yapılan araştırma yöresel yemekler ve yerel lezzetler üzerine yapılmıştır.

Tablo1: Türkiye'de ki Gastronomi (Yöresel Ürünler) Festivalleri

Festival Adı	Festivalin Teması	Festivalin Yapıldığı Şehir	Festival Tarihi
Gastro İzmir Yemek Festivali	Yöresel Yemekler	İzmir	Ekim
Bursa Gastronomi Festivali	Yöresel Ürünler	Bursa	Eylül
Samsun Yöresel Ot Yemekleri Festivalleri	Ot Yemekleri	Samsun	Haziran
Gastro Antep Kültüryolu Festivali	Yöresel Ürünler	Gaziantep	Eylül
Gastro Afyon Lezzet ve Turizm Festivali	Yöresel Ürünler	Afyonkarahisar	Ekim
Elazığ Salçalı Köfte ve Gastronomi Festivali	Yöresel Yemekler	Elazığ	Ekim
İzmir Gurme Fest	Yemek	İzmir	Ekim
Uluslararası Adana Lezzet Festivali	Yerel Lezzetler	Adana	Ekim
Niğde Gastronomi Festivali	Yöresel Ürünler	Niğde	Ekim
Mengen Uluslararası Aşçılık ve Turizm Festivali	Gastronomi-Turizm	Bolu	Ekim
Uluslararası İzmir GastroFest	Yöresel Ürünler	İzmir	Ekim
Uluslararası İstanbul Mutfak Günleri		İstanbul	Aralık
Efeleer Gastronomi Festivali	Yöresel Yemekler	Aydın	Nisan
GastroFest Çanakkale	Yöresel Ürünler	Çanakkale	Haziran
Uluslararası Gastronomi Festivali	Yöresel Lezzetler	Hatay	Eylül
Tarsus Gastronomi Günleri	Yöresel Lezzetler	Mersin	Kasım
Kültürel Festival Şöleni	Yöresel Ürünler	Kars	Ağustos
Tarımsal ve Yöresel Ürünler Festivali	Yöresel Ürünler	İzmir	Ekim
İzmir Lezzetleri Festivali	Yöresel Yemekler	İzmir	Ekim
Uluslararası Manisa Mesir Macunu Festivali	Yöresel Ürünler	Manisa	Nisan
Diyarbakır Gıda ve Yöresel Lezzetler Fuarı	Yöresel Lezzetler	Diyarbakır	Kasım
Uluslararası Midyad Kültür ve Sanat Festivali	Yöresel Ürünler	Mardin	Ekim

Uluslararası Mardin Gastronomi ve Mutfak Günleri	Yöresel Yemekler	Mardin	Eylül
Uluslararası Gastro Ankara Lezzet Şöleni	Yöresel Yemekler	Ankara	Eylül
Ankara Gurme Festivali	Yerel Lezzetler	Ankara	Mayıs
Kapadokya Geleneksel Yemek Festivali	Yöresel Yemekler	Nevşehir	Mayıs
Uluslararası Çorum Hitit kültür Festivali	Yöresel Lezzetler	Çorum	Haziran
Giresun Aksu Festivali	Yemek ve Yöresel Lezzetler	Giresun	Mayıs
Misi Yerel Lezzetler Şenliği	Yöresel Yemekler	Bursa	Eylül
Bozcaada Yerel Tatlar Festivali	Yöresel Lezzetler	Çanakkale	Eylül
Uluslararası Gastronomi Festivali	Yemek	İstanbul	Şubat
Gurme Fest –İstanbul Açık hava Gurme Lezzetleri	Yemek	İstanbul	Ekim
Uluslararası Sokak Lezzetleri Festivali	Yöresel Yemekler	İstanbul	Mart-Nisan
Beyoğlu Yerel Tatlar Festivali	Yerel Lezzetler	İstanbul	Mayıs
Alaçatı Ot Festivali	Ot- Yöresel Lezzetler	İzmir	Nisan
Tokat Gastronomi Festivali	Yöresel Lezzetler	Tokat	Ağustos
Konya Gastro Fest	Yöresel Lezzetler	Konya	Ağustos
Uluslararası Gastronomi Festivali	Yöresel lezzetler	Antalya	Eylül
Bahçesir Kahvaltı Festivali	Yöresel Ürünler	Bahçesir	Ekim
Gastro Rize Festivali	Yöresel Ürünler	Rize	Eylül
Gastro Antalya	Yöresel Ürünler	Antalya	Kasım

4.Sonuç

Gastronomi turizmi birçok ülkede ve bölgede yeni bir turizm pazarını temsil etmekte ve birbirinden farklı kültürlerin deneyimleri ile karşımıza çıkmaktadır. Destinasyonlardaki girişimciler için benzersiz bir rekabet avantajı sağlamaktadır. Gastronomi turizmi amacıyla seyahat eden turistler merak ettiği yöresel ürünleri ve yerel lezzetleri tatmak ve yemekleri bulunduğu bölgede deneyimlemek turizm açısından yeni bir rekabet ve yeni turizm gelirleri demektir. Bundan dolayı bölgedeki yerel yönetimler ve turizm işletmeleri kültürel zenginliklerine sahip çıkarak halkı bilinçlendirmesi ve kendi kültürlerinin tanıtımı için sürekli çalışmaları gerekmektedir.

Son yıllarda elde edilen bilgilere göre Gastronomi turizmine katılan turist sayısının arttığı gözlenmektedir. Gastronomi turizmi çok yönlü bir olgudur. Bu bağlamda Gastronomi turizmi destinasyonlara, turizm endüstrisine,

üreticilere, yerel halka ve çevreye hem ekonomik hem de kültürel bağlamda fayda sağlar. Destinasyonu ve bölgeyi pazarlamak için ulusal ve yerel düzeyde düzenlenen gastronomi festivalleri, lezzet festivalleri, kültürel etkinlikler ve yemek yarışmaları gibi etkinlikler bölge turizmi için önemli çalışmalardır. Gastronomi festivalleri, yerel destinasyonların kendi mutfak kültürlerini yerli ve yabancı farklı kültürden gelen insanlara tanıtmak ve öğretmek için fırsat sunar. Festival kapsamında destinasyonlar yerel ürünlerini, yiyecek ve içeceklerini, pişirme yöntemlerini, ekipmanlarını ve sahip olduğu diğer kültürel değerlerini turistlere aktarabilirler. Bu festivaller sayesinde yöre halkı sosyalleşme imkanı bulur ve aynı zamanda kültür alışverişinde bulunur. Böylece yerel gastronomik değerleri başka ülkelere aktararak gastronomi turizminin sürdürülebilirliği sağlar.

Gastronomi festivalleri düzenlendiği destinasyonlarda özgün gastronomik bir deneyim sunar. Bu şekilde bölge ve destinasyon ile özdeşleşmiş ürünlerin turistler tarafından tadılmasını, deneyimlemesini ve satın alınmasını sağlar. Gastronomi turizmi açısından bakıldığında yerel destinasyonun imajının artmasına, yöre halkında gastronomik kimlik bilincini oluşmasına ve bölge ekonomisinin gelişmesine katkı sağlar. Diğer taraftan gastronomi festivalleri hem bölge içinden hem de bölge dışından ziyaretçi çekeceği için tarımsal ve hayvansal ürünlerin üretiminde artış olacaktır. Bu durum bölgede yaşayan yöre halkı, yerel yiyecek içecek üreticileri ve diğer yerel işletmeciler için önemli bir gelir kaynağıdır. Dolayısıyla gastronomi festivalleri bölgede sürdürülebilir yerel üretimi teşvik ederek yerel ekonominin güçlenmesine de katkı sağlar.

Sonuç olarak, Gastronomi turizmi kapsamında yapılan bu festivallerin yerli ve yabancı turistleri kapsayacak şekilde düzenlenmesi, ulusal ve uluslararası tanıtımların yapılması gastronomi turizminin bölgedeki gelişimi açısından önem taşımaktadır. Gastronomi rotalarının çizilerek gastronomik turlarının başlatılması hem festivallerin daha fazla kişiye duyulmasına ve hem de bu destinasyonların ürünleri ile ön plana çıkmasına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bundan dolayı festivallere gereken önem verilmesi gerekmektedir. Bu anlamda festivale katkısı olan bütün paydaşların iş birliği içerisinde olması ve üzerine düşen sorumlulukları yerine getirmesi gerekmektedir.

Kaynakça

- Akbaba, A. ve Çetinkaya, N. (2018). *Gastronomi ve Yiyecek Tarihi*. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Aslan, H. (2010). *Gastronomi Turizminin Turizm Eğitimi Programlarındaki Yeri Ve Önemi-Bir Uygulama*. Yüksek Lisans Tezi.T.C. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Çocuk Gelişimi Ve Ev Yönetimi Anabilim Dalı Beslenme Eğitim Bilim Dalı.
- Aslan, E., Akoğlu, A. ve Şengül, S. (2021). *Gastronomi festivali tercihinde ziyaretçilerin memnuniyet ve bağlılık düzeylerini etkileyen faktörler: Ege bölgesi örneği*. Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi. 19(1): 77-94.
- Atak, O., (2009), *Türk Turizminin Tanıtımında Festivallerin Yeri Ve Önemi: Antalya Örneği*, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Aymankuy, Y. ve Sarıoğlu, M. (2007). *Yiyecek-içecek felsefesi ve beslenme alışkanlığının geliştirilmesine yönelik bir model önerisi*. 1. Ulusal Gastronomi Sempozyumu. Antalya, 31-33
- Bilgili, B., Ö. Yağmur, ve H. Yazarkan (2012), “Turistik Ürün Olarak Festivalerin Etkinlik ve Verimliliği Üzerine Bir Araştırma (Erzurum-Oltu Kırdag Festivali Örneği)”, *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 2(2), 117-124.
- Bucak, T. ve Aracı, Ü.E. (2013). *Türkiye’de Gastronomi Turizmi Üzerine Genel Bir Değerlendirme*, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 16(30), 203-216.
- Cohen, E. ve Avieli, N. (2004). *Food in tourism: Attractionandimpediment*. *Annals of TourismResearch*. 31(4): 755-778.
- Cömert, M ve Sökmen, A. (2017), *Türkiye’de Gastronomi Turizmi: Antalya’da Konaklayan Turistler Üzerine Bir Araştırma*, *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 14(3), 6-26.
- Çağlı, B. (2012) *Türkiye’de Yerel Kültürün Turizm Odaklı Kalkınmadaki Rolü: Gastronomi Turizmi Örneği – Yüksek Lisans Tezi- İstanbul Teknik Üniversitesi – Fen Bilimleri Enstitüsü - Şehir ve Bölge Planlama Anabilim Dalı - Bölge Planlama Programı*
- Çela, A., Knowles-Lankford, J. ve Lankford, S., (2007), “Localfoodfestivals in North- east Iowa communities: A visitorandeconomicimpactstudy”, *ManagingLeisure*, 12 (2-3), 171-186.
- Çela, A., Knowles, L. ve Lankford, S. (2010). *Localfoodfestivals in northeast Iowa communities: a visitorandeconomicImpactstudy*. *ManagingLeisure*. 12(2-3): 171-186.

- Çevik, S. ve M. Yıldırım Saçılık (2011). “Destinasyonun Rekabet Avantajı Elde Etmesinde Gastronomi Turizminin Rolü: Erdek Örneği”, 12. Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı, 12 Şubat Düzce 503-515.
- Deniz, T. ve Atışman, E. (2017). Kayseri İlinin Gastronomi Turizmine Yönelik Bir SWOT Analizi Çalışması. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(3):56-65.
- Deveci, B., Türkmen S. ve Avcıkurt, C. (2017), Kırsal Turizm İle Gastronomi Turizmi İlişkisi: Bigadiç Örneği, *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 3(2), 29-34.
- Doğdubay, M. ve İsay, S. (2016). Bir İletişim Biçimi Olarak Gastronomi Konulu Festivaller. H. Yılmaz (Editör). *Bir İletişim Biçimi Olarak Gastronomi* (ss. 169- 193). Detay Yayıncılık, Ankara.
- Emekli, G. (2005). Avrupa Birliği’nde Turizm Politikaları ve Türkiye’de Kültürel Turizm. *Ege Coğrafya Dergisi*, 14, 99-107.
- Erciyas, N., Yılmaz, İ. (2021) “Gastronomi Turizminin Gelişiminde Gastronomi Festivalleri ve Türkiye’deki Mevcut Durum”, *ART/icle: Sanat ve Tasarım Dergisi*, 1ss. 91-108.
- European Commission, Directorate-General for Education and Culture (2009) *The Impact of Culture on Creativity*. <https://europa.eu/capacity4de/file/18617/download?token=Fzta9pMB> (Erişim tarihi: 12.10.2021).
- Eren, D. (2012). “Alternatif Bir Turizm Çeşidi Olarak Mutfak Turizminin Değerlendirilmesine İlişkin Sektör Temsilcilerinin Görüşlerinin İncelenmesi Üzerine Bir Araştırma”. Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Guzman, L.T., Canizares, S.S. (2011). *Gastronomy Tourism and Destination Differentiation: A Case Study in Spain*. *Review of Economics & Finance*. September, 2011.
- Güzel-Şahin, G., Ünver, G. (2015). Destinasyon Pazarlama Aracı Olarak Gastronomi Turizmi: İstanbul’un Gastronomi Turizmi Potansiyeli Üzerine Bir Araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(2):63-73.
- Hall, C. M. ve Mitchell, R. (2001). *Wine and Food Tourism*. N. Douglas, N. Douglas ve R. Derrett (Editörler). *Special Interest Tourism: Context and Cases* (ss. 307- 329). John Wiley & Sons, Sidney.
- Hall, C. M. ve Mitchell, R. (2005). *Gastronomic Tourism: Comparing Food and Wine Tourism Experiences*. M. Novelli (Editör). *Niche Tourism: Contemporary Issues, Trends and Cases* (ss. 73-88). Butterworth-Heinemann, Wallington.
- Harrington, R. J., & Ottenbacher, M. C. (2010). *Culinary Tourism: A Case Study of the Gastronomic Capital*. *Journal of Culinary Science & Technology*, 8, 14-32.

- Insun, L. ve Charles, A. (2011). The role of regional food festivals for destination branding. *International Journal of Tourism Research*. 13(4): 355-367.
- Kalkstein- Silkes C. A. (2007), *Food and Food Related Festivals in Rural Destination Branding*, (Thesis of PhD). Purdue University West Lafayette, Indiana. United States.
- Kentucky. Kivela, J. ve Crofts, J. C. (2005). Gastronomy Tourism: A meaningful travel market segment. *Journal of Culinary Science & Technology*. 4(2-3): 39-55.
- Kesici, M. (2012), Kırsal Turizme Olan Talepte Yöresel Yiyecek ve İçecek Kültürünün Rolü, *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(23), 33-37.
- Kivela, J. ve Crofts, J. (2006). Tourism and gastronomy: Gastronomy’s influence on how tourists experience a destination. *Journal of Hospitality and Tourism Research*. 30(3): 354-377.
- Küçük, M., (2013), “Kültür Turizmi Kapsamında Yer Alan Festival Etkinliklerinin Yerel Kalkınmaya Katkısı: Uluslararası Beyşehir Göl Festivali Üzerine Bir Araştırma”, unikop.org/makale/ks13-4-02.pdf, 1-13.
- Long, L. M. (1998). Culinary Tourism: A Folkloristic perspective on eating and otherness. *Southern Folklore*. 55(3): 181-204.
- Long, L. M. (2003). *Culinary Tourism*. Kentucky: The University Press of
- López-Guzmán, T., Uribe Lotero, C. P., Pérez Gálvez, J. C. and Ríos Rivera, I. (2017)
- Markovic, S. S., Dorcic, J. ve Krnetic, M. (2015). Visitor satisfaction and loyalty measurement of a local food festival: Application of festperfscale, *Tourism in Southern and Eastern Europe*. 3: 183-196.
- Okumus, B., Okumus, F. ve Mc Kercher, B. (2007). Incorporating local and international cuisines in the marketing of tourism destinations: The cases of Hong Kong and Turkey. *Tourism Management*. 28(1): 253-261.
- Öney, H. (2013). *Gastronomi Turizmi*. Alternatif Turizm, Bahçe, S. (Ed.), Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları. Eskişehir, Web Ofset Tesisleri, 159-171.
- Özdemir, B., Yılmaz, G. ve Ülker, M. (2016). The relationships among sociodemographic characteristics, behaviours and motivations of festival attendees: A study in Urla international grape harvest festival. *Conference Proceedings of the International Conference on Tourism (ICOT 2016)*. 29 June-02 July 2016, Napoli, Italy, ss. 323-337.
- Rand, G. (2003). *The Role of Local and Regional Food in Destination Marketing: A South African Situation Analysis*. Haworth Yayınları.
- Sandybayev, A. (2018). The impact of street and food festivals in gastronomic tourism through visitor’s emotions and satisfaction. A case of Abu Dhabi-

- od festival. International Journal of Research in Tourism and Hospitality. 4(1): 27-32
- Seçim, Y. (2020). Gastronomy Festivals in Turkey. F. Türkmen (Editör). Selected Academic Studies from Turkish Tourism Sector (ss. 223-234). Peter Lang, Berlin.
- Şahin Güzel, G. (2009) Gastronomi ve İnovasyon. Atılım Üniversitesi, açık arşiv yayınları, Ankara.
- Şahin Güzel, G. (2014). Sürdürülebilir Kırsal Kalınlıkta Eko- Gastronominin Rolü Eko Gastronomi Kongresi. 24/25 Nisan 2014. Gökçeada.
- Türkiye’de Gastronomi Turizmi, <http://www.sozcu.com.tr/2017/ekonom-turkiyede-gastronomi-turizmi-2120620/> Erişim Tarihi: 10.11.2017
- Üzümcü, O. (2018), Gastronomi Kültürü ve Gastronomi Turizmi Açısından Likya Bölgesini Ziyaret Eden Turistler Üzerine Bir İnceleme, Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep.
- Quan, S. and Wang, N. (2004), “Towards a Structural Model of the Tourist Experience: An Illustration from Food Experiences in Tourism”, *Tourism Management*, 25, 297-305.
- World Tourism Organization. (2012). Global Report on Food Tourism: Madrid. <http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/amreports4foodtourism.pdf/> (Erişim tarihi: 14.10.2021).
- Yıldırım, F. (2010), Popüler Festival Örnekleri ile Türkiye Festivallerinin Karşılaştırılması ve Bu Örneklerin Türkiye’de Uygulanabilirliği, Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Yılmaz, G. ve Şahin, A. (2021) Gastronomi Turizminde Örnek Olaylar. Detay Yayıncılık, Ankara.

