



**GASTRONOMİ TURİZMİ ÜRÜNLERİNİN
GELİŞTİRİLMESİ VE ÇEŞİTLENDİRİLMESİ:
SAFRANBOLU ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**

**2023
YÜKSEK LİSANS TEZİ
GASTRONOMİ VE MUTFAK SANATLARI
ANABİLİM DALI**

Nurdan ÖZMEN

**Tez Danışmanı
Prof. Dr. Hüseyin Avni KIRMACI**

**GASTRONOMİ TURİZMİ ÜRÜNLERİNİN GELİŞTİRİLMESİ VE
ÇEŞİTLENDİRİLMESİ: SAFRANBOLU ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**

Nurdan ÖZMEN

Tez Danışmanı

Prof. Dr. Hüseyin Avni KIRMACI

T.C.

Karabük Üniversitesi

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü

Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalında

Yüksek Lisans Tezi

Olarak Hazırlanmıştır

KARABÜK

Eylül 2023

İÇİNDEKİLER

İÇİNDEKİLER	1
TEZ ONAY SAYFASI.....	4
DOĞRULUK BEYANI	5
ÖNSÖZ	6
ÖZ.....	7
ABSTRACT.....	8
ARŞİV KAYIT BİLGİLERİ.....	9
ARCHIVE RECORD INFORMATION	10
KISALTMALAR	11
ARAŞTIRMANIN KONUSU	12
ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ.....	12
ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ.....	12
ARAŞTIRMA PROBLEMLERİ.....	12
EVREN VE ÖRNEKLEM	13
KAPSAM VE SINIRLILIKLAR/KARŞILAŞILAN GÜÇLÜKLER	13
GİRİŞ	13
1. GASTRONOMİ	15
1.1. Gastronomi–Yemek ve Kültür İlişkisi	16
1.2. Türk Yemek Kültürü.....	18
1.3 Gastronomi Turizmi	20
1.4. Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi	22

1.5. Gastro Turistler.....	23
1.6. Gurme, Gastronom ve Degüstatör Kavramları	25
2. GASTRONOMİ TURİZMİ ÜRÜNLERİ.....	27
2.1. Yiyecek İçecek İşletmeleri	27
2.2. Yöresel Yiyecek-İçecekler	28
2.3. Coğrafi İşaretleri Ürünler	29
2.4. Gastronomi Festivalleri ve Ekinlikler	30
2.4.1. Türkiye’de Düzenlenen Festivaller	32
2.4.2. Dünya Genelinde Bilinen Festivaller	38
2.5. Gastronomi Turları ve Rotaları.....	39
2.6. Gastronomi Müzeleri	40
3. SAFRANBOLU’NUN GASTRONOMİ TURİZMİ ÜRÜNLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ	42
3.1. Safranbolu’nun Yöresel Yiyecek-İçecekleri	42
3.2. Safranbolu’nun Coğrafi İşaretleri Ürünleri.....	43
3.2.1. Başvuru Yapılan Coğrafi İşaret Ürünü.....	46
3.2.2. Olası Coğrafi İşaret Ürünü.....	46
3.3. Safranbolu’da Bulunan Gastronomi Müzeleri.....	48
3.3.1. Çikolata Müzesi	48
3.3.2. Kahve Müzesi.....	48
3.4. Gastronomi Etkinlikleri	48
3.5. Gastronomi Turizminin Yerel Kalkınmadaki Önemi	48
4. BULGULAR VE TARTIŞMA.....	50
4.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri	51
4.2. Gastronomi Turizmi Ürünleri Kavramının Bilinilirliği ve Tanımlanması	52
4.3. Safranbolu Özelinde Katılımcıların Akıllarına Gelen Gastronomi Turizmi Ürünleri.....	52
4.4 Safranbolu’nun Yöresel Yemekler / Yiyecekler Bakımından Zenginliği ...	55
4.5. Safranbolu’nun Coğrafi İşaretli Ürünleri	58
4.6. Safranbolu’da Gastronomi Alanında Düzenlenen Etkinlikler	60
4.7. Safranbolu Gastronomi Turizmi Ürünlerinin Geliştirilmesi.....	63
4.8. Safranbolu Gastronomi Turizmi Ürünlerinin Çeşitlendirilmesi.....	65

4.9. Safranbolu İçin Bir Gastronomi Rotası Oluşturulabilme Durumu ve Bunun İçin Yapılması Gereken Çalışmalar.....	67
4.10. Safranbolu'nun Gastro Turistlerin Tercih Ettiği Destinasyonlar Arasında Yer Alma Potansiyeli ve Güçlü. Zayıf, Fırsat ve Tehdit (Swot) Unsurlarınının Değerlendirilmesi	68
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	71
KAYNAKÇA.....	73
TABLolar LİSTESİ	79
ŞEKİLLER LİSTESİ	80
EKLER	81
ÖZGEÇMİŞ	82

TEZ ONAY SAYFASI

Nurdan ÖZMEN tarafından hazırlanan “GASTRONOMİ TURİZMİ ÜRÜNLERİNİN GELİŞTİRİLMESİ VE ÇEŞİTLENDİRİLMESİ: SAFRANBOLU ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA” başlıklı bu tezin Yüksek Lisans Tezi olarak uygun olduğunu onaylıyorum.

Prof. Dr. Hüseyin Avni KIRMACI

.....

Tez Danışmanı, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı

Bu çalışma, jürimiz tarafından Oy Birliği ile Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalında Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir. 22/09/2023

Ünvanı, Adı SOYADI (Kurumu)

İmzası

Başkan : Prof. Dr.Hüseyin Avni KIRMACI (KBÜ)

.....

Üye : Dr. Öğr. Üyesi İrfan YURT (KBÜ)

.....

Üye : Dr. Öğr. Üyesi Aslı ÇELİKEL GÜNGÖR (MAÜ)

.....

KBÜ Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Yönetim Kurulu, bu tez ile, Yüksek Lisans Tezi derecesini onamıştır.

Doç. Dr. Zeynep ÖZCAN

.....

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Müdürü

DOĞRULUK BEYANI

Yüksek lisans tezi olarak sunduğum bu çalışmayı bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı herhangi bir yola tevessül etmeden yazdığımı, araştırmamı yaparken hangi tür alıntıların intihal kusuru sayılacağını bildiğimi, intihal kusuru sayılabilecek herhangi bir bölüme araştırmamda yer vermediğimi, yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu ve bu eserlere metin içerisinde uygun şekilde atıf yapıldığını beyan ederim.

Enstitü tarafından belli bir zamana bağlı olmaksızın, tezimle ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda, ortaya çıkacak ahlaki ve hukuki tüm sonuçlara katlanmayı kabul ederim.

Adı Soyadı: Nurdan ÖZMEN

İmza:

ÖNSÖZ

Bu çalışmada, gastronomi turizmi ürünlerinin geliştirilmesi ve çeşitlendirilmesi üzerine Safranbolu özelinde bir araştırma yapılmıştır. Gastronomi ve turizm bileşenlerinin bir araya getirilmesi ile ortaya çıkan ürünlerin kültürel, sosyal ve ekonomik anlamda fayda sağlayacağı tespit edilmiştir. Bu araştırma sonuçlarının, Safranbolu şehrinin gastronomi ve turizm alanındaki gelişmelerine katkı sağlama gayesi hedeflenmiştir.

Eğitim hayatım boyunca desteklerini esirgemeyerek bu günlere gelmemde emek harcayan değerli ailem; Osman ÖZMEN, Hatice ÖZMEN, Orhan ÖZMEN'e, tezin hazırlanması aşamasında bana fikir veren, tezimle ilgili her aşamada yardımlarını esirgemeyen danışmanım Prof. Dr. Hüseyin Avni KIRMACI ile tez jüri üyeleri olan kıymetli hocalarım; Dr. Öğretim Üyesi İrfan YURT ve Dr. Öğretim Üyesi Aslı ÇELİKEL GÜNGÖR'e, araştırma sürecinde destek olan ve eğitim hayatına başladığım süreçten itibaren üzerimde emeği bulunana tüm hocalarıma teşekkürü bir borç bilirim.

ÖZ

Hem bir bilim hem de bir sanat dalı olarak kabul edilen gastronomi, birçok sektörü etkilediği gibi turizm sektörünü de pozitif yönde etkilemektedir. İnsanlar doğası gereği bulunduğu her yerde yemek yeme ihtiyacı içerisinde. Günümüz teknoloji ve modern gelişmeleri sonucunda ise; iyi yemek yeme, farklı tatlar keşfetme gibi ek ihtiyaçlar oluşmaya başlamıştır. Bu durumda, gastronomi alanındaki gelişmeleri desteklemektedir. Yemek için seyahat etme motivasyonu gelişen kişiler bu doğrultuda turizm faaliyetlerine katılmaktadırlar.

Bu nedenle çalışmada; Gastronomi turizmi ürünlerinin geliştirilmesi ve çeşitlendirilmesi Safranbolu konumu ölçeğinde değerlendirilmiştir. Safranbolu tarihi geçmişi nedeniyle yöresel bir yemek kültürüne sahiptir. Tıpkı tarihi yapılarının korunması faaliyetleri gibi yöresel yiyecek ürünlerini de koruma altına almak için coğrafi işaret belgesi alınması için gerekli çalışmalar sürdürülmektedir. Mimari dokusu ve yapısının yanı sıra yöresel yiyecek içecek ürünlerinin de daha fazla ön plana çıkarılmaya ihtiyacı vardır. Safranbolu isminde de yer alan safran bitkisi destinasyon imajına katkı sağlayan önemli bir figürdür. Ayrıca bu coğrafya da yöreye özgü yetişen ürünler ile bu ürünlerden yapılan yöresel yiyeceklerin daha fazla ön plana çıkartılıp değerlendirilmesi oldukça önemlidir.

Yapılan araştırma sonucunda ulaşılan verilerde; Safranbolu yöresine ait yemek ve yiyecek içeceklerin turizme kazandırılmaya çalışıldığı tespit edilmiştir. Fakat bu faaliyetlerin geliştirilip çeşitlendirilmeye ihtiyacı olduğu görülmüştür. Bu amaçla atılan adımlar olması, Safranbolu ilçesinde ki hem gastronomi hem de turizm faaliyetlerinin gelişimi için oldukça faydalı olacaktır. Bu alanda çeşitli öneriler sunulmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi; Turizm; Gastronomi Turizmi; Safranbolu

ABSTRACT

Gastronomy, which is accepted as both a science and an art branch, affects the tourism sector positively as it affects many sectors. People naturally need to eat wherever they are. As a result of today's technology and modern developments; Additional needs such as eating well and discovering different tastes have begun to emerge. In this case, it supports the developments in the field of gastronomy. People who have the motivation to travel for food participate in tourism activities in this direction.

Therefore, in the study; The development and diversification of gastronomic tourism products has been evaluated on the scale of Safranbolu location. Safranbolu has a local food culture due to its historical past. Just like the activities for the protection of historical buildings, the necessary studies are carried out to obtain a geographical indication certificate in order to protect local food products. In addition to its architectural texture and structure, local food and beverage products also need to be brought to the fore. The saffron plant, which is also named Safranbolu, is an important figure that contributes to the image of the destination. In addition, it is very important that the products grown in this geography and the local foods made from these products are more prominent and evaluated.

In the data obtained as a result of the research; It has been determined that the food and beverages of the Safranbolu region are tried to be brought into tourism. However, it has been seen that these activities need to be developed and diversified. Taking steps for this purpose will be very beneficial for the development of both gastronomy and tourism activities in Safranbolu district. Various recommendations are offered in this area.

Keywords: Gastronomy; Tourism; Gastronomic Tourism; Safranbolu

ARŞİV KAYIT BİLGİLERİ

Tezin Adı	Gastronomi Turizmi Ürünlerinin Geliştirilmesi ve Çeşitlendirilmesi: Safranbolu Üzerine Bir Araştırma
Tezin Yazarı	Nurdan ÖZMEN
Tezin Danışmanı	Prof. Dr. Hüseyin Avni KIRMACI
Tezin Derecesi	Yüksek Lisans
Tezin Tarihi	22/09/2023
Tezin Alanı	Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı
Tezin Yeri	KBÜ/LEE
Tezin Sayfa Sayısı	83
Anahtar Kelimeler	Gastronomi; Turizm; Gastronomi Turizmi; Safranbolu

ARCHIVE RECORD INFORMATION

Name of the Thesis	Developing and Diversifying Gastronomy Tourism Products: A Research on Safranbolu
Author of the Thesis	Nurdan ÖZMEN
Advisor of the Thesis	Prof. Dr. Hüseyin Avni KIRMACI
Status of the Thesis	Master's Degree
Date of the Thesis	22/09/2023
Field of the Thesis	Gastronomy and Culinary Arts Anabilim Dalı
Place of the Thesis	UNIKA/IGP
Total Page Number	83
Keywords	Gastronomy; Tourism; Gastronomic Tourism; Safranbolu

KISALTMALAR

Akt.	: Aktaran Yazar
K	: Katılımcı
OECD	:Organisation for Economic Co-operation and Development (Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü)
s.	: Sayfa
S	: Soru
SAKEM	: Safranbolu Kültür ve Eğitim Merkezi
TDK	: Türk Dil Kurumu
TÜBİTAK	: Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu
UNESCO	:United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü)
vb.	: Ve Benzeri

ARAŞTIRMANIN KONUSU

Safranbolu ilçesinin gastronomi turizmi ürünlerinin değerlendirilmesi ve geliştirilerek çeşitlendirilmesine yönelik çözüm önerileri sunulmasıdır. Bu bağlamda Safranbolu gastronomi ve turizm ürünlerinin bir arada değerlendirilmesi ile geliştirilip çeşitlendirilmesine katkı sağlamaktır.

ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Amaç: Var olan turizm faaliyetlerine gastronomi ürünlerinin dahil edilmesi, gastronomi turizmi ürünlerinin geliştirilmesi ve çeşitlendirilmesini sağlamaktır.

Hedef: Gastronomi turizmi ürünlerinin geliştirilmesi ve çeşitlendirilmesi ile var olan turizm potansiyelini arttırmaktır.

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Nitel araştırma yöntemlerinden biri olan yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşme sorularından oluşan araştırma formu konu ile ilgili soruların olduğu bölüm ve demografik bilgiler bölümü olmak üzere toplam iki bölümden oluşmaktadır. Bunun yanı sıra alan yazın taraması gözlem ve swot analizi yapılmıştır.

ARAŞTIRMA PROBLEMLERİ

Safranbolu gastronomi turizmi ürünlerinin geliştirilerek ve çeşitlendirilerek gastronomi turizmi alanındaki potansiyelini göstermesini sağlamak. Bu kapsamda yapılan araştırmada, problem ve alt problemler aşağıdaki gibi sıralanmaktadır:

Problemler:

1. Gastronomi turizmi ürünlerinin bilinilirlik durumu nedir?
2. Safranbolu gastronomi turizmi ürünleri nasıl geliştirilebilir?
3. Safranbolu gastronomi turizmi ürünlerini çeşitlendirmek için neler yapılabilir?

Alt Problemler:

- 1.1. Gastronomi turizmi ürünlerini nasıl tanımlanmaktadır?
- 1.2. Safranbolu özelinde aklınıza gelen gastronomi turizmi ürünleri nelerdir?
- 2.1. Safranbolu'nun coğrafi işaretli ürünleri nelerdir ve neler olabilir?
- 2.2. Safranbolu gastronomi turizmi ürünleri nasıl geliştirilebilir?
- 3.1. Safranbolu için bir gastronomi rotası oluşturulabilir mi? Bunun için ne tür çalışmalar yapılabilir?
- 3.2 Safranbolu'da gastronomi alanında düzenlenen etkinliklere neler eklenebilir?

EVREN VE ÖRNEKLEM

Araştırmanın evrenini turizm hakkında bilgi ve deneyim sahibi olan bireyler oluşturmaktadır. Örneklem olarak; Gastronomi ve Turizm İşletmeciliği alanlarında görev yapmakta olan öğretim üyeleri ile yüksek lisans/ doktora öğrencileri, yerel yönetimde ve turizm alanında çalışmalar yapmakta olan görevliler ile sivil toplum kuruluşları, dernekler yöneticileri olarak belirlenmiştir.

KAPSAM VE SINIRLILIKLAR/KARŞILAŞILAN GÜÇLÜKLER

Araştırmanın kapsamı Karabük'ün Safranbolu ilçesi ile sınırlıdır. Katılımcıların iş yoğunlukları sebebiyle araştırma bulgularını toplama konusunda kısıtlı zamanlarının olması araştırmada karşılaşılan güçlükler arasında sayılabilir.

GİRİŞ

Ateşin bulunması insanlık tarihi açısından önemli bir gelişme olması beraberinde yemek kültürünün gelişmesinde de önemli bir pay sahibidir. Çiğ tüketilen yiyecekler ateş ile birlikte pişirilerek tüketilmeye başlanmış olup, lezzet kazandırmak için farklı teknikler uygulanmaya başlamıştır. Yiyeceklerin gelişimini etkileyen bu buluş, yemek için kullanılan kaplarında gelişmesine zemin oluşturmaktadır. Hayvan kemiklerinden, taş, toprak, kil ve metal sıralaması ile mutfak araç gereçlerinde bir

gelişim söz konusu olmuştur. Tarihi yansıtan yöresel yemekler, bulunduğu dönemlere de katkı sağlamaktadırlar.

Geçmişten günümüze ve geleceğe yeme-içme faaliyetleri sürekli bir gelişim göstermektedir. Her dönemde yemeğe gösterilen ilgi üst seviyede olmaktadır. Antik çağlarda düzenlenen şöenler gibi gastronomi turizmi ürünlerinden biri olan gastronomi festivalleri de günümüz yemek şöenleri olarak değerlendirilebilir. Gastronominin gelişmesi turizm faaliyetlerine olumlu yansımaktadır. Bu bağlamda, gastronomi turizmi faaliyetlerinin geliştirilmesi gerekmektedir. Çünkü seyahat motivasyonları düşünüldüğünde yeme içme faktörünün seyahat motivasyonu oluşturmada önemli bir etken olduğu gözlemlenmektedir. Bu nedenle de gastronomi ve turizm faaliyetleri birbirini doğrudan etkilemekte olan iki ayrı alandır.

Gastronomi turizminin gelişmesinde, gastronomi turizmi ürünleri oldukça önemli bir yere sahiptir. Bu alanda yapılan her gelişme ve çeşitlendirme adımı, gastronomi ve turizm bağına daha da güçlendirmektedir. Birbirine yakın bu iki ayrı alanın bileşenlerinin birleşmesi sonucunda kültürel etkileşim olması ve ekonomiye katkı sağlaması beklenmektedir. Aynı zamanda bu alanlar birbirlerinin gelişimlerine olumlu şekilde destek olmaktadır. Yöresel ürün ve yöresel yemeklerin tanıtımı ile ilgi görmesi gastronomi ve turizm sektörlerine fayda sağlayacaktır. Bu nedenle de bu iki alandaki faaliyetlerin geliştirilmesi ve çeşitlendirilmesi oldukça önemlidir.

1. GASTRONOMİ

Fransızca dilinden Türkçe'ye geçmiş olan "gastronomi" kelimesi, Türk Dil Kurumu (TDK) sözlüğünde: "Sağlığa uygun bir şekilde iyi düzenlenmiş, lezzetli ve beğenilen mutfak, yemeği iyi yeme isteği, yemek sistemi ve düzeni." Şeklinde tabir edilmiştir (www.tdk.gov.tr).

Gastronomi insanın beslenmesi ile ilgili her şeyi kapsayan bir kavram olarak açıklanmaktadır (Savarin, 1994). Gastronomi terimi her ne kadar mide ile ilintili bir kavram olarak karşımıza çıksa da birçok disiplinle ilişkili bir alan olarak değerlendirilmektedir. Yeme - içme bilimi ve sanatı olarak kültür ve yemek arasındaki ilişkiyi ifade etmektedir (Çavuşoğlu 2011).

Yiyecek - içecek ve gastronomi - mutfak sanatları alanlarında ilginin artması ile önemli bir araştırma alanı oluşmaktadır. Aynı zamanda diğer bir çok alanı etkileyen bir araştırma dalı olarak da karşımıza çıkmaktadır (Mason ve Paggiaro, 2012).

Gastronomi iki boyutta ele alınıp incelenebilmektedir. Bu iki boyut üretim ve tüketim olarak değerlendirilebilmektedir (Hatipoğlu, 2010: 9).

Üretim boyutu aşamaları:

- Yemeğin ön hazırlığını (mice an place) iyi bir şekilde hazırlamakla başlayıp, pişirme ve servis etme aşamalarını kapsayan hem bir sanat hem de bilimsel bir aşamayı kapsamaktadır.
- Üretimi yapan kişilerin (aşçı) kendi yemek yeme deneyimlerini ve bilgi birikimlerini kullanmaları oldukça önemlidir.
- Mutfakta uygulanması ve uyulması gereken kuralların belirlenmesi ile aşçıların ilgili prensipleri ve uygulamalarını kapsamaktadır.
- Tüketim boyutu aşamaları:
- Fizyolojik açlık duygusunu bastırma isteğidir.
- Lezzetli ve farklı yiyecek içecekleri deneyimleme isteği ve tutkusudur.
- Abartılı ve lüks yiyeceklere olan düşkünlük ve gösteriş merakıdır (Göker, 2011: 27-28).

Üretim ve tüketim aşamalarını kapsayan bir şekilde gastronomiyi sınıflandırmak gerekirse, 4 aşamada açıklamak mümkündür (Hatipoğlu, 2014: 15-16).

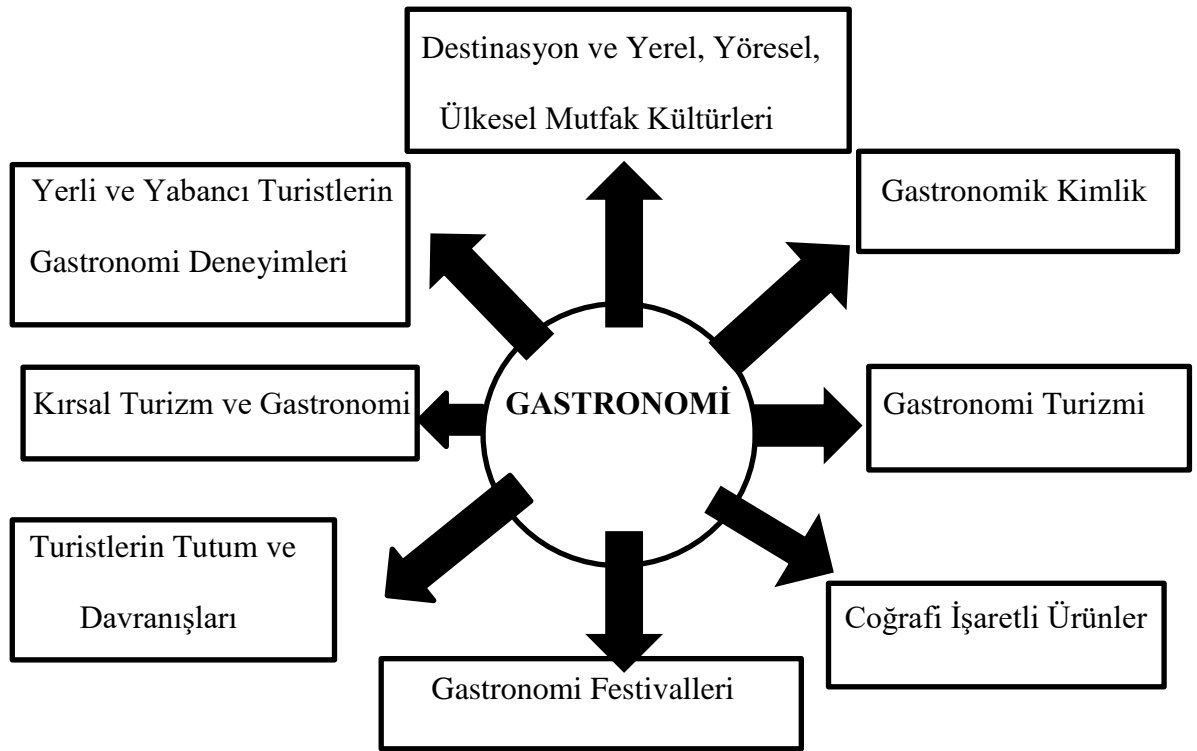
Teknik gastronomi: Mutfak araç gereçlerini kapsamaktadır.

Teorik gastronomi: Yemek reçetesi yazma ve düzeniyle ilgidir.

Uygulamalı gastronomi: Yemeklerin hazırlanması aşamasını açıklamaktadır.

Bilimsel gastronomi: Yiyeceklerin besin değerlerinin saptanması konusunda bilgi vermektedir.

Gastronomi alanında yapılan çalışmaların genel olarak ele aldığı temalar şekildeki gibidir (Özdemir ve Altın, 2019: 6):



Şekil 1: Gastronomi alanında yer alan çalışma konuları

Gastronomi, dünya çapında turizm bölgelerini geliştirme ve pazarlama aracı olarak önemli bir potansiyele sahip olarak görülmektedir.

1.1. Gastronomi–Yemek ve Kültür İlişkisi

Gastronomi bir nevi yemek bilimi olarak tanımlanabilir. Yemeği inceleyen bir bilim kültür olgusundan uzak olamaz. Medeniyetlerin kültürlerini oluşturan yemek,

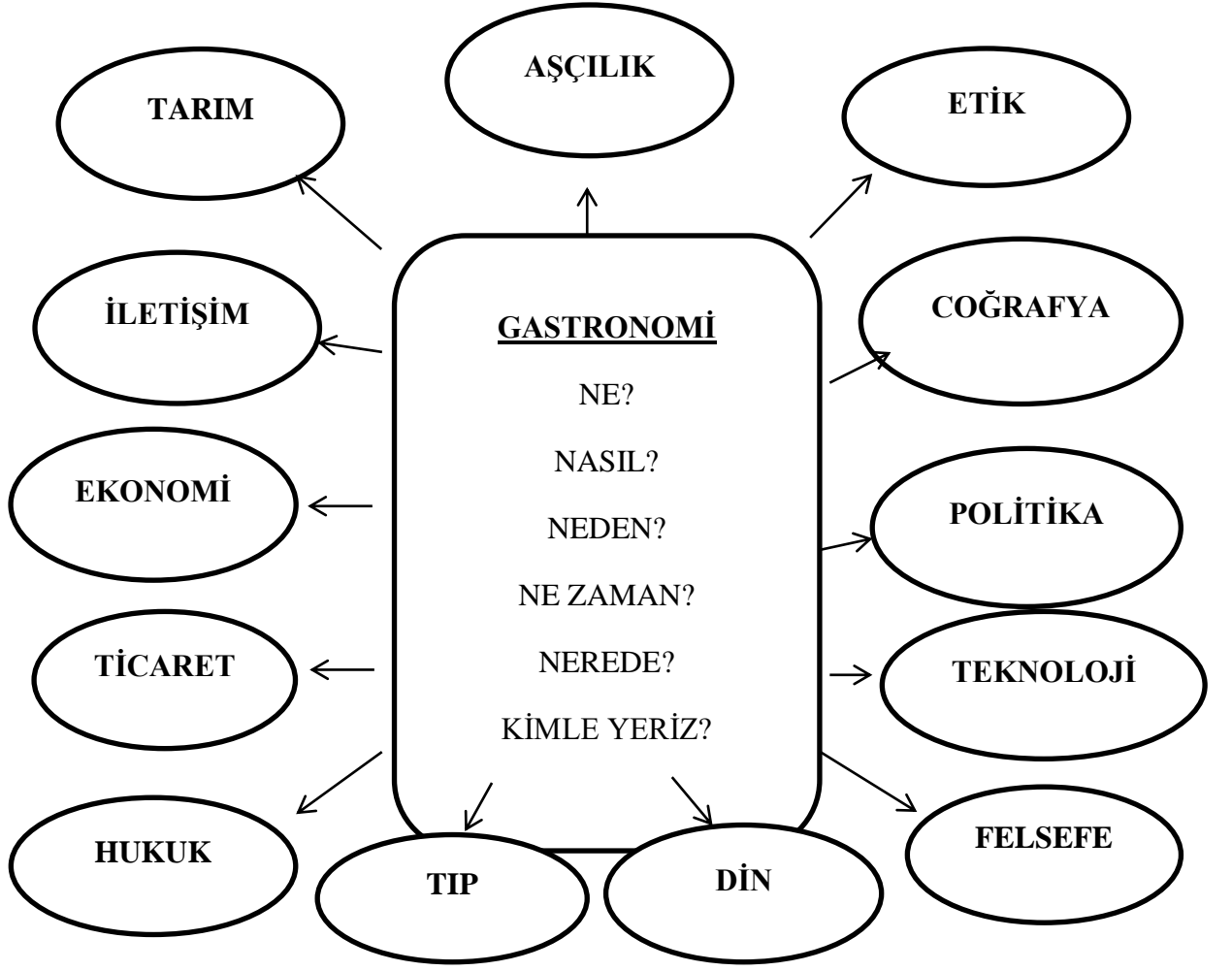
içinde bulunduğu coğrafyanın iklim şartlarını, konumunu, suya yakınlığını, ekilebilir alanın verimliliği ile hangi ürünün yetiştirilmesine elverişli olduğunu ve ticari faaliyetlerindeki gıda değiş-tokuşunu kapsayan süreçlerin tümünü kapsamaktadır.

Tezcan (2000), yemek ve kültür arasındaki ilişkiyi aşağıdaki şekilde açıklamaktadır:

- Kültür hangi yiyeceğin yenileceğini ve bu yiyeceğin nasıl yenileceğini belirleyen bir otoritedir.
- Yiyecek alışkanlıkları kültürel bir bağ ile oluştuğu için doğuştan itibaren öğrenilmekte ve daha sonradan değişimleri oldukça güç olmaktadır.
- Yemek, kültürün önemli bir unsuru ve tamamlayıcı bir öğesidir.

Yukarıda da bahsedildiği üzere yemekler kültüre özgü çeşitli ritüelleri barındırmaktadır. Gelenek ve görenek haline dönüşen yemeklerin sonraki zamanlarda yemek yeme alışkanlıklarının değiştirilmesi pek de mümkün olamamaktadır. Tüm bunların beraberinde yemek kültürünün bir tamamlayıcısı olarak görülmektedir.

Bazı kültürlerde yemeğin toplumsal statü açısından ayırım gösterdiği de görülmektedir. Örneğin; Hint yemek kültüründe toplumsal sınıflar açısından, üst kast grubu doğal ve kirlili olmayan besinleri tüketebilirken, alt kast grubu herhangi bir pişmiş besini tüketebilmektedir. Yemek kültürünün gelişimini birçok önemli etkinliklerde yemek şöleni şeklinde yapılan kutlamalarda etkilemiştir. Hasat zamanları, avlanma dönemleri, evlilikler, doğumlar, ölümler, dini törenler vb. diğer etkinlikler yemek kültürünün gelişimine katkı sağlamıştır. Sağlamaya da devam etmektedir (www.millifolklor.com).



Şekil 2: Gastronomi çalışmalarının disiplinler arası modeli

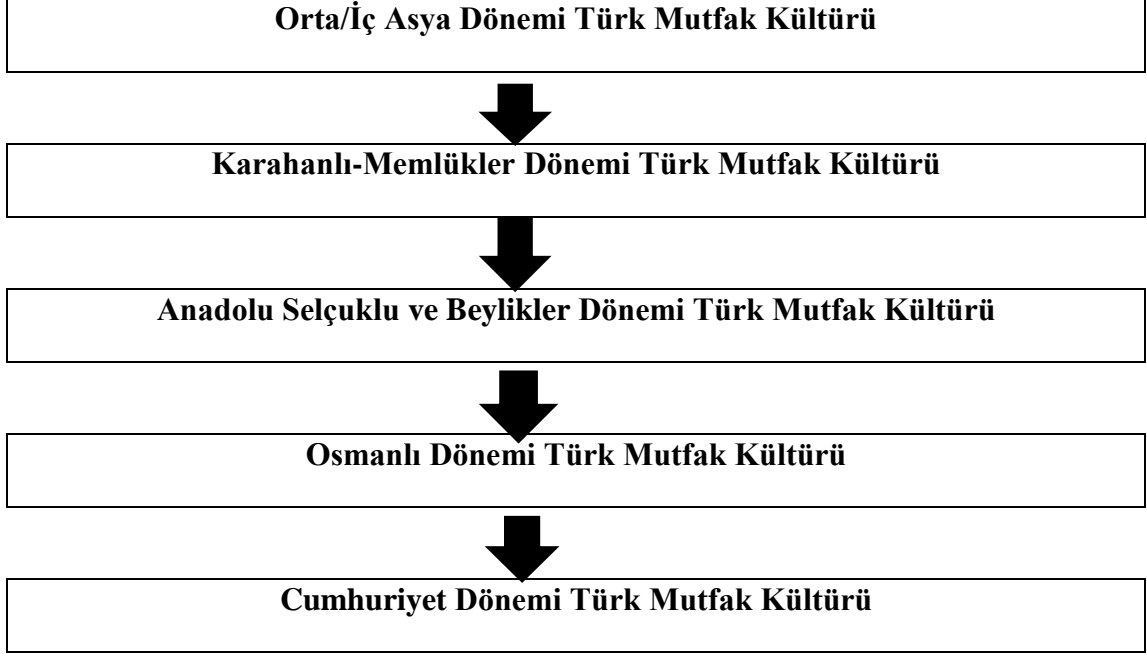
Kaynak: (Zahari vd. 2009: 71)'den uyarlanmıştır.

Yukarıdaki şekilde, gastronomi alanının ilişkili olduğu tüm disiplinlere yer verilmiştir.

1.2. Türk Yemek Kültürü

Türk mutfağında yemekler, yörenin örf – adet, gelenek – göreneklerini, kendilerine özgü yemek yapma şekillerini yansıtmaktadır. Bununla beraber ekonomik koşullarını da göstermektedir (Akman, 1998; Bozok ve Kahraman, 2015).

Türk mutfak kültürünün tarihsel gelişimini göstermek gerekirse aşağıdaki şekil ile gösterilebilmektedir (Bilgin ve Samancı, 2008):



Şekil 3: Türk mutfak kültürünün tarihsel gelişimi

Dünyanın geçirmiş olduğu değişim ve dönüşümler beraberinde mutfak kültürleri de değişime uğramıştır. Her bir dönem bir sonraki döneme katkı sağlamıştır. Her yeni dönemde yeni gelişmeler eklenmiştir. Her bir dönemde içerisinde bulunan coğrafyanın imkanları dahilinde bir mutfak kültürü oluşmuştur. Orta Asya’dan günümüze gelindiğinde Türk mutfak kültürünün şekillenmesinde bir çok tarihsel dönemin etkisi bulunmaktadır (Kurgun ve Özşeker, 2016: 122-124).

Orta Asya Türklerinin çadırlarının bir bölümünü mutfak şeklinde kullanması yemek kültürüne verilen önemi göstermektedir. Çadırın bir bölümünde yiyeceklerin saklandığı, hazırlandığı, kap-kacakların tutulduğu ayrı bölümlere yer verilmiştir. Bu dönemde mutfakta kullanılan araçlardan, Kaşgarlı Mahmud’un Divanı Lügati Türk isimli sözlüğünde bahsedilmektedir (Ligeti, 1986: 65).

Orta Asya Türklerinin en fazla yemeyi sevdiği yemek tutmaç olarak bilinmektedir. Tutmaç yoğurtlu kesme hamurdan hazırlanan bir çeşit çorbadır. 21. yüzyılda yazılmış olan Yusuf Has Hacıp’e ait “Kutadgu Bilig” ve Kaşgarlı Mahmud’un “Divanü Lügat-it Türk” isimli eserleri Türk yemek kültürü ile ilgili oldukça önemli bilgiler içermektedir. Kaşgarlı Mahmud: Tutmaç çorbasının insanların yüzüne canlılık ve renk verdiği, aynı zamanda Türklerin mitolojik bir yemeği olduğundan bahsetmiştir (Kaşgarlı Mahmud, 1986 ve Işın, 2020).

Türk yemek kültürüne ait bazı özellikler aşağıda sıralanmıştır (Önçel, 2015: 35-36):

- Temel besin maddesi olarak ekmek Türk mutfağında vazgeçilmez bir üründür.
- Yemeklerde gelenek - görenekler, alışkanlıklar etkilidir.
- Yemek çeşitleri bakımından hamur işleri ön plana çıkmaktadır.
- Sebzeler genellikle domatesli, salçalı, soğanlı pişirilerek içerisinde et kullanılmaktadır.
- Kırsal bölgelerde yetişen mantar ve otlardan Türk mutfağında yemek yapımı yaygındır.
- Türk mutfağında yağların önemi büyüktür. Batı'da; zeytinyağı, Doğu ve İç kesimlerde ise; tereyağı, kuyruk yağı, iç yağı her bölgeye ait usullerle kullanılmaktadır.
- Yoğurt hem sade olarak hem de sarımsaklı olarak yemeklerin üzerinde kullanılmaktadır. Ayrıca içecek olarak ayıranda Türk yemek kültüründe oldukça yaygındır.
- Baharat olarak; maydanoz, dereotu ve nane çeşitli yemekler, çorbalar ve salatalarda kullanılmaktadır.



Şekil 4: Günümüz Türk yemek kültürüne ilişkin yiyecekler

1.3. Gastronomi Turizmi

İnsanların, yaşam kaynakları arasında önemli bir yere sahip olan beslenme; lezzet faktörü işin içine katıldığında bir motivasyon kaynağı haline de gelmektedir.

Örneğin; yeni lezzetler tatma fikri ya da yöresel bir ürünü yerinde yeme isteği insanları seyahate yönlendiren önemli seyahat motivasyonları arasında yer alabilmektedir.

Aynı zamanda yeme-içme alışkanlıkları hayatımızın büyük bir kısmını da etkilemektedir. Seyahat tercihleri planlanırken düşünülen şeyler arasında yemek kültürünün kişilerin kendi kültürüne yakın olup olmadığıdır.

Gastronomi turizmi: Çoğu durumda, tatildeyken dışarıda yemek yemek, tarihi yerleri ve müzeleri ziyaret ederken, yerel bir mirasın bulunduğu yerdeki ürünlerin tüketimini içerir. Son yıllarda, turizm deneyimlerine ve yemekle alakalı olan cazibe merkezlerine artan bir ilgi olduğuna vurgu yapılmaktadır. Ancak bu artan ilgiye rağmen, konuyla ilgili sistematik araştırmalar neredeyse yok denecek kadar azdır. Turizm ve Gastronomi, turizmde gastronomi ve mutfak mirasının rolü, gelişimi ve geleceği hakkında daha iyi bir anlayış geliştirmek gerekmektedir. Bunun için bir grup uluslararası uzmanını bir araya getirerek bu konu ele alınmaktadır. Küreselleşme, yerelleşme ve gastronomi kullanımı güçleri ile bölgesel ve ulusal kimlik kaynağı ve ekonomik kalkınma kaynağı olarak gıda arasındaki ilişkiye özel dikkat gösterilmektedir.

Gastronomiye dair deneyimleri içeren faktörler; gastronomik bileşenler ve bu bileşenlerin etraflarındaki yaşam şekilleri, mekânın atmosferi, öyküleri, efsaneleri, peyzaj düzenlemeleri, düzenlenen etkinlikler, sosyal – kültürel destekleyici diğer unsurlarla birlikte turistik deneyimleri zenginleştirmektedir (Robinson & Clifford, 2012).

Gastronomi turizmi, destinasyonların pazarlanması açısından önemli bir yere sahiptir (Demir, 2011: 34). Çünkü küresel boyutta gastronomi turizmi unsurları ile ön plana çıkan destinasyonlar bulunmaktadır (Zağralı, 2014: 20).

Gastronomi turizminin temelini; tarım, kültür ve turizm oluşturmaktadır. Tarım ürünü yetiştirmekte, kültür bu ürünü çekici hale getirmekte, turizm ise en son ürünü ve hizmeti bir araya getirip sunmaktadır (Yüncü, 2010: 29).

Kivela ve Crotts (2006), gastronomi turizmine ilişkin bazı tespitlerini aşağıdaki şekilde sıralamaktadır:

- Turistler yemeklerini daima dışarıda yemektirler. Bu hem yöresel yiyecekleri hem de yeni insanları tanımak için önemli bir fırsat olarak görülmektedir.
- Gastronomi turizmi her zaman en popüler turizm çeşitleri arasında en başlarda yer almaktadır.
- Diğer bazı turizm çeşitlerinin tersine, gastronomi turizmi yılın her mevsimi ve her anı yapılmaya uygun bir turizm çeşididir.
- Gastronomi bilimi, yemek pişirme, tatma aşamaları beş duyu organını harekete geçiren bir sanattır.
- Müze, alışveriş, festival gibi kültürel alandaki unsurlara ilgi duyan turistler için bu alandaki gastronomik faaliyetler cezbedicidir.
- Belli bir gruba değil, yaş, cinsiyet, etnik kimlik vb. ayırt etmeden her kesimin ilgi duyabileceği bir alternatif turizm çeşididir.
- Gastronomi turistleri yeni yemekler keşfettiği için kimi zaman kendilerini bir kaşif olarak görebilmektedir.
- Turistin yemek ile etkileşimi; yerinde yapılışını görüp, tadarak tecrübe edinmesini sağlayan bir deneyimler bütünüdür (Kivela ve Crofts, 2006: 360).

Turistik bir bölgeyi ikinci defa ziyaret gerçekleştiren turistlerin, ilk ziyaretlerinden daha fazla yöresel ürünleri denemek için istekli oldukları ortaya konulmaktadır (Sengel vd., 2015).

Modern hayat beraberinde; yeme içme alışkanlıklarının değişmesi, genetiği değiştirilmiş besin maddelerinin tüketimi gibi etkenler sonucunda yanlış beslenme davranışları ortaya çıkmaktadır. Bunun gereği olarak tüketiciler de daha sağlıklı olduklarını düşündükleri yöresel ürünlere yönelmektedir (Üner, 2014).

1.4. Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi

İnsanlar, farklı yöresel yiyecekler yeme içme motivasyonuna sahip oldukları sürece gastronomi turizmine katılacaklardır. Bu nedenle gastronomi turizmi ürünlerinin korunması ve devamlılığının orijinal hali ile nesiller boyunca sunulması oldukça önem taşımaktadır.

Gastronomi mirası, sit alanlarının ve anıtların somut mirası ile aynı şey değildir. Gastronomi, tam da çevresindeki yaşam kültürü değiştiği için gelişir ve değişir. Bu nedenle, gastronomi turizminin sürdürülebilir gelişiminin sadece geçmişini korumakla ilgili olmadığını, aynı zamanda geleceği yaşatmakla da ilgili olduğunun farkına varmak önemlidir (Fields, 2003).

Sürdürülebilir gastronomi turizmini destekleyen faaliyetlere önem verilmelidir. Yöresel ürünlerin geliştirilmesi ve belli standarda bağlı kalınmaksızın üretilmesi gerekmektedir.

Giderek daha rekabetçi hale gelen turizm pazarında turistler için gastronomik deneyimler geliştirirken, ürünü sadece destinasyonun kültür ve geleneklerine dayandırmak değil, aynı zamanda turistin kültürüyle bir bağlantı sağlamak da önemlidir.

Gastronomi deneyimler, yalnızca kendi yerel veya ulusal kültürlerini yansıtmakla kalmayıp, aynı zamanda gastronomi turizm kültürünü oluşturmakla da ilgilidir. Bu nedenle de: Gelecekte gastronomi turizminin geliştiricileri, gastronomi için küresel pazar sağlayan akış alanları ile gastronominin üretildiği ve sürdürüldüğü yerlerin alanları arasında bağlantılar kurmak için daha fazla zaman harcamak zorunda kalacaklardır.

Gastronomi turizminin sürdürülebilir olması için turist-ürün ilişkisi sağlanmalı, gerekli tanıtım ve faaliyetler desteklenmelidir. Gastronomi turizmi ürünleri iyi değerlendirilmelidir ve turistlere ilgi çekici şekilde sunulmalıdır. Bu bağlamda; gastro turist kavramı ortaya çıkmakta ve bu turistler üzerine özel ilgi gösterilmelidir.

1.5. Gastro Turistler

Gastro turistlerin amacı, açlık duygusunu gidermek değil, farklı yemek kültürlerine dair lezzetlere ve yeni deneyimlere sahip olma isteğidir (Long, 2003: 21).

Aynı ürünün başka bir yerdeki tadı ile o yöredeki tadının farklılık gösterdiği çoğu gastro turist tarafından ifade edilmektedir (Sims, 2009: 331). Bu durumda gastronomi motivasyonu olan gastro turistler için ayrı bir deneyime sahip olma avantajı sunmaktadır.

Türkiye’yi ziyaret eden turistler, genel olarak Türk yemeklerinin lezzet ve çeşit yönünden zengin olduklarını belirtmiştir (Mankan, 2012).

Kutukiz ve Akyürek (2020), yapmış olduğu araştırma sonucunda: Gastro turistlerin deneyim bileşenlerinin 4 ana aşamasını ve bu dört aşamanın da alt bileşenlerini tespit etmiştir. Bu doğrultuda çalışma sonucunda elde edilen gastro turistlerin deneyim bileşenlerine aşağıda yer verilmektedir.

Ürüne dayalı deneyim:

- Ürünün servisi - sunumu,
- Ürünün kalitesi,
- Ürünün fiyatı / değeri,
- Ürünün temiz ve hijyenik olması,
- Ürünün bilinirliği,
- Ürünün farklı olması – özgünlüğü,
- Ürünün çeşitliliği,
- Ürünün doğallığı,
- Ürünün hikayesi.

Ortama dayalı deneyim:

- Yerel bir ortam olması,
- Tarihi bir ortam olması,
- Otantik bir ortam olması,
- Manzaralı bir ortam olması,
- Eğlenceli bir ortam olması,
- Nostaljik bir ortam olması.

İlişkiye dayalı deneyim:

- Yerel halk ile ilişkiler,
- Yerel yöneticiler ile ilişkiler,
- Personel ile ilişkiler,
- Rehberler ile ilişkiler,
- Diğer turistler ile ilişkiler

Faaliyete dayalı deneyim:

- Eğitici ve öğretici faaliyetler,
- Eğlendirici faaliyetler,
- Dinlendirici – huzur verici faaliyetler faaliyetler.,
- Sağlıklı

Yukarıda bahsedilen deneyim bileşenleri birlikte düşünüldüğünde, gastro turistleri seyahate yönelten motivasyonları ve gastronomik faaliyet ve deneyimlerin bazılarını aşağıdaki şekilde sıralamak mümkündür (Wolf, 2006):

- Yöresel restoranlarda yemek yeme istekleri.

- Sadece belirli bir bölgede bulunan veya üretilen yiyecek ve içecekleri tatma istekleri.
- Yiyecek içecek üretiminin gerçekleştiği alanları ziyaret etmek.
- Popüler olmuş belirli bir restoranda yemek yeme istekleri.
- Gastronomi alanında düzenlenen festival ve etkinliklere katılma istekleri.
- Yemek yarışmalarına yarışmacı olarak katılma istekleri.
- Yemek yarışmalarını seyirci olarak izleme istekleri.
- Restoran açılışlarına katılma istekleri.
- Yiyecek ve içeceklerle ilgili düzenlenen özel bir programa katılma istekleri.
- Yemek ile ilgili kurslara katılma istekleri.

Gastro turistleri seyahate yönelten motivasyon ve deneyim istekleri yukarıdaki şekilde derlenebilmektedir.

1.6. Gurme, Gastronom ve Degüstatör Kavramları

Gurme: Yemek tadımı alanında damak zevki gelişmesi sebebiyle bir karar otaritesi olarak algılanabilmektedir. Yemeğin lezzetli olup olmadığını deneyimlerine ve damak gelişmişliğine göre yorumlayabilen ve bundan zevk alan kişilerdir. Gurmeler belli bir alanda uzmanlık kazanabilmektedir. Örneğin; Restoran Gurmesi, Çikolata Gurmesi, Yöresel Yemekler Gurmesi vs. (Gillespie ve Cousins, 2001: 6).

Gastronom: Kelime anlamı olarak midesine düşkü, damak zevkine önem vere, iyi yemeği anlayabilen ve aynı zamanda iyi yemek pişirebilen usta kişilerdir.

Gastronom ile gurme arasındaki fark; gurme yemek tadımını severek ve gastronomi alanıyla bir alakası olmadan hobi olarak yapmasıdır. Gastronomlar ise aşçılıkla bir ilgisi bulunup da tadım yapan kişilerdir.

Degüstatör: Şarap tadımı yapan kişileri tanımlayan bir ifadedir. Şarap tadımcıları yalnızca tatma duyusu ile değil. Degüstasyon aşamasını görme ile başlatıp, koklama ile devam ettirip en son tatmaktadır. Bu aşamalarda duyuusal analiz yöntemi kullanılmaktadır (Hatipoğlu, 2010: 5).

Gurme, Gastronom ve Degüstatörleri seyahate yönlendiren motivasyonları sıralamak gerekirse, aşağıdaki gibidir (Sarışık ve Özbay, 2015: 267):

- Farklı yiyecek içecekleri tatmak.
- Yiyecek-içeceklerin üretim süreçlerini görmek.
- Farklı kültürlere ait mutfak geleneklerini bizzat yerinde deneyimlemek.
- Farklı yeme stillerini keşfetmek.

2. GASTRONOMİ TURİZMİ ÜRÜNLERİ

Gastronomi turizmi ürünleri, gastronomik faaliyetleri de içeren önemli bileşenlerin bir araya gelmesi ile oluşturulmuştur. Destinasyonlara özgü yiyecek ve içeceklerle bölgesel çekiciliği artırmakta ve kültürel kutlamaları ve etkinlikleri içerisinde barındırmaktadır (Getz, 2008).

2.1. Yiyecek İçecek İşletmeleri

Yiyecek ve içecek işletmeleri genellikle ürün ve hizmet üreterek sunmaktadır. Bu işletmeler, bireylerin yeme- içme ihtiyaçlarına en iyi şekilde cevap verebilme donanımlarına sahip olmalarıdır. Turizm alanının da bir parçası olarak değerlendirilmektedir.

Turizm sektörünün önemli bileşenlerinden biri olan yiyecek içecek işletmeleridir. Bölgeye gelen turistlerin fizyolojik bir ihtiyacı olarak, mutlaka ürün ve hizmet alma gereksinimi duyulan işletmelerdir.

Turistlerin yiyecek içecek işletmelerinden beklentilerini sıralamak gerekirse, aşağıdaki gibidir (Oğan ve Özkaya, 2019):

- Sunulan hizmetlerin kaliteli olması,
- İşletmenin ve sunulan hizmetlerin temizlik, hijyen ve sanitasyonuna dikkat edilmesi,
- İşletmenin fiziki yapısı ve estetik olması,
- İşletmenin güvenlik sorunun olmaması,
- İşletmenin bilinirliği, tanınmışlık ve marka değerinin olması,
- İşletme personelinin misafire olan tutum ve davranışları,
- Sunulan ürünler ve yemeklerin lezzetli ve taze olması,
- Sunulan ürünler ve hizmetlerde uygulanan fiyatın uygun olması,
- Bireysel özellikler ve isteklere bağlı olarak uygulanan farklı uygulamalar.

Yiyecek içecek işletmelerinde: Pazarlama felsefesinde ürün ya da hizmet odaklı eski yapı yerini deneyim pazarlamasına bırakmıştır. Schmitt (1999), kuruluşların pazarlama yönetimi süreçlerinde odaklanması gereken beş tür stratejik deneyimsel modülden bahseder. Bunlar;

- duyu deneyimi,
- hissetme deneyimi,
- düşünme deneyimi,
- eylem deneyimi
- ilişkilendirme deneyimidir.

Bu beş deneyim boyutu, işletmelerin müşterileri için unutulmaz deneyimler sunması, diğer bir deyişle müşterilere benzersiz deneyimsel ortamlar sunması için işletmelere ilgisini artırmaktadır. Pazarlama araştırmacıları, pazarlamada önemli bir yer tutan deneyim kavramını anlamak ve aydınlatmak için bu konu üzerinde çeşitli çalışmalar yapmışlardır. (Andersson, 2007; Berry, Seiders & Grewal, 2002; Gentile, Spiller & Noci, 2007; Günay, 2008; Hirschman & Holbrook, 1982; Pine & Gilmore, 1998; Schmitt, 1999; Sharma & Sharma, 2011; Torlak, Altunışık & Özdemir, 2007; Tsaur, Chiu & Wang, 2006). Söz konusu çalışmalar “deneyimsel pazarlama” kavramının sınırlarının çizilmesine ve işletme ile müşteri ilişkisinde yeni bir yaklaşımın belirlenmesine olanak sağladığı gibi literatüre de katkı sağlamaktadır. Çalışmalarda, deneyim yaratmak için deneyimsel pazarlama boyutlarının uygulanması gerekliliğine değinilmiş, rekabet avantajı elde etmek, marka sadakati oluşturmak, sadık ve karlı müşteriler ortaya çıkarmak, reklam giderlerini azaltmak ve işletmeleri ilgilendiren hususlara dikkat çekilmektedir. Yiyecek içecek işletmelerinde edinilen deneyimler sonucunda bireylerin kendilerini farklı ve mutlu hissetmeleri gibi müşterilere ait konulara dikkat çekilmektedir (Araci, vd., 2017).

2.2. Yöresel Yiyecek-İçecekler

Yöresel ürünler belli bir konumda yetişmesinin yanında, yöredeki kültürün de bir temsilcisi olarak görülmektedir (Demirer, 2010).

Yörenin bulunduğu konum itibari ile iklimi, doğası, suyu, toprağı orada yetişen ve yetiştirme potansiyeli bulunan yiyecekleri belirlemektedir. Bu da dolaylı olarak yöresel yemek kültürünü etkilemektedir. Bunun yanında bir çok kültürü içinde barındırması ve bu kültürlerle etkileşimi sonucu yöresel ürünlerin çeşitlenerek zenginleştiği görülmektedir (Gök vd., 2017).

Genetiği değiştirilmiş gıdaların inorganik olarak görölmesi gibi nedenlerle gıda güvenliği sebebiyle 'daha güvenli' gıdalara olan talep artmaktadır. Bunun da gıda ürünlerinin 'güvenli' olduğunu ve geleneksel üretim yöntemlerine dayandığını gösterebilen bölgelerde gastronomi turizmine olan talebi artırması muhtemel olarak değerlendirilebilmektedir. Başta modern üretim alanlarına göre dezavantajlı durumda gibi görünen çiftçilerin, aslında "eski moda" üretim yöntemlerini avantaja çevirebilecekleri çevre bölgelerde giderek daha önemli hale gelebilmesi öngörülmektedir.

Gıda risklerine ilişkin artan farkındalık, analiz edilen birçok bölgede hali hazırda pazarlama stratejilerinin önemli bir unsuru olarak görölmektedir. Gıdaların menşeyini ve üretim yöntemlerini gösteren etiketleme ile kalite garantisine yönelik güveni de güçlendirecektir.

Yöresel yiyecek ve içeceklerin marka değerini oluşturmak adına coğrafi işaret belgesi alınması oldukça önemlidir. Hem yöresel oluşunun tasdiklenmesi hem de bölgenin tanıtımı alanında bir marka haline gelmesine katkı sağlamaktadır.

Destinasyonda yiyecek ve içecek tüketimi önemli olmasının yanı sıra, sadece üretildiği yerde tüketilmekle kalmayıp aynı zamanda pek çok yiyecek ve içecek eve hatıra olarak da götürülebilir duruma getirilmesi de oldukça önemlidir. Yöresel gıda ürünleri, turistler içinde önemli bir turistik ürün olarak değerlendirilmekte, ekonomik gelişme ve büyümeye olumlu katkı sağlamaktadır (Boyne, Hall ve Williams, 2003; şengöl ve Türkay, 2016).

Yöresel ürünlerin turistik açıdan değerlendirilmesi, turizm gelirlerini olumlu yönde desteklediği için, yöresel ürünlerin korunmasına da dikkat edilmektedir. Bu nedenle yöresel ürünlerin; gelecek nesillere aktarılması için korunması ve yerelliğini koruyarak uluslararası alanda tanınması açısından coğrafi işaret uygulamasından yararlanılması oldukça önem taşımaktadır (Hazarhun ve Tepeci, 2018: 371).

2.3. Coğrafi İşaretleri Ürünler

Belirli bir bölge ya da çevre ile bütünleşmiş kökeninin bulunduğu yöreye ait olan; niteliği, özellikleri, tadı ve ünü bakımından benzer diğer ürünlerden ayrışan ürünlere coğrafi işaret belgesi verilmektedir (alışkan ve Koç, 2012: 196).

Yöresel ürünlerin korunması, geleceğe taşınması ve ekonomiye kazandırılma noktasında coğrafi işaretli ürünler önemli bir resmi haktır (Tanrıkulu, 2007).

Ürünlere coğrafi işaret alınmasında sağlanan faydalar aşağıda sıralanmaktadır (Kan, Gülçubuk ve Küçükçongar, 2012):

- Coğrafi işaret belgesi alındığında, ürünün nitelikleri ve üretim standartları koruma altına alınmaktadır.
- Coğrafi işaret belgesine sahip olduğunda o bölgede üretim yapan üreticiler, coğrafi işaret belgesinin getirdiği avantajlardan öncelikli olarak yararlanma hakkına sahip olacaklardır.
- Coğrafi işaret alındığında; sadece tek bir üreticiye değil, o bölge de üretim yapan tüm üreticilere ve bölgeye bir koruma sağlamaktadır.
- Ürünlerin nitelikleri bakımından bu belgeye sahip olması pozitif yönde bir ayırt edicilik sağlamaktadır.
- Coğrafi işaret belgesi, ürünün benzer diğer ürünlerle karıştırılmasına engel olmaktadır.
- Coğrafi işaret belgesine sahip olunması, ürünler için tanıtım ve pazarlama faaliyetlerine de olumlu yönde katkı sağlamaktadır.

Tüketicilerin katkısız, yöresel ürün tüketme talepleri sonucunda, yöresel ürünlerin koruma altına alınarak aynı özellikte sürdürülebilir olmaları sağlanmaktadır. Yetiştirildiği coğrafi bölgeye ait ürünlerin coğrafi işaret alınarak tescillenmesi bu bağlamda önem taşımaktadır (Önay, 2013).

Ayrıca coğrafi işaret ile tescillenen yöresel ürünler; yiyecek ve içecek işletmelerinde sunulduğunda, yörenin imajının oluşmasında katkı vermektedir. Aynı zamanda ekonomik kalkınmaya da destek sağlamaktadır (Işın ve Yalçın, 2020: 2507).

2.4. Gastronomi Festivalleri ve Ekinlikler

Yöresel yiyecek ve içecekler adına düzenlenen festivaller gastronomi turizmi açısından önemli ürünler arasındadır. Turistler açısından yeni lezzetler tatmak oldukça güçlü bir seyahat motivasyonu oluşturabilmektedir. Gastro turistler açısından ise, destinasyonda yiyecek festivali düzenleniyor olması tercih edilme sebebidir (Harrington ve Ottenbacher, 2010).

Gastronomi festivalleri düzenlendiği yöreyi, yörede yaşayan kişileri, festivale katılım sağlayan turist ve gezginleri doğrudan etkilediği gibi çeşitli yayınlar ve katılımcıların deneyimlerini paylaşmaları sonucunda bir çok kişiyi de dolaylı olarak etkilemektedir.

Genel olarak festivallerin etkileri aşağıda sıralandığı alanlarda olumlu bir etki bırakmaktadır (Sezen, 2021: 17).

- Kişisel (Bireysel)
- Sosyal
- Toplumsal
- Çevresel
- Kültürel
- Ekonomik
- Politik

Yiyecek içecek ürünlerini, festival kapsamında uluslararası boyutta tanıtma imkânı bulunmaktadır. Bu da ürünün marka haline dönüşmesine katkı sağlamaktadır. Sosyal etkileşimin yanında ekonomik olarak da destekleyici bir faktör haline gelmektedir (Büyükşalvarcı ve Akkaya, 2018).



Şekil 5: Gastronomi festivalinden bir kesit

Gastronomi festivalleri kentlerin yanı sıra kırsal yerleşim yerlerinin de gelişmesine olanak sağlamaktadır. Bu sayede gastronomi festivalleri üretici olan yerel halkın gelişmesine katkı sağlarken, turistlerinde farklı deneyimler edinmesi ve keyifli vakit geçirmeleri açısından da oldukça önemli bir yere sahiptir (Cömert ve Çetin, 2017).

2.4.1. Türkiye’de Düzenlenen Festivaller

Türkiye’de düzenlenen festivallerin; aylara göre kategorize edilmiş haline, aşağıda tablolar şeklinde yer verilmiştir (Seçim, 2020; Erciyas ve Yılmaz, 2021: 101-105):

Ocak Ayında Düzenlenen Festivaller;

Tablo 1: Türkiye’de ocak ayında düzenlenen festivaller

Festival Adı	İçeriği	Düzenlendiği Yer
İzmir Waffle Festivali	Yenilikçi	İzmir Konak
Burhaniye Zeytin & Zeytinyağı Festivali	Zeytin	Burhaniye
Dikmen Hamsi Festivali	Balık	Sakarya / Hendek

Şubat Ayında Düzenlenen Festivaller;

Tablo 2: Türkiye’de şubat ayında düzenlenen festivaller

Festival Adı	İçeriği	Düzenlendiği Yer
Sivrihisar Sosis Festivali	Sosis	Sivrihisar
Ankara Kahvaltı Festivali	Kahvaltı	Altındağ
Uluslararası İstanbul Mutfak Günleri	Genel	Beylikdüzü
Dalyan Kefal Festivali	Balık	Ortaca / Muğla
Bodrum Ot Festivali	Otlar	Bodrum

Mart Ayında Düzenlenen Festivaller;

Tablo 3: Türkiye’de mart ayında düzenlenen festivaller

Festival Adı	İçeriği	Düzenlendiği Yer
İrişkit Festivali	Yerel Ürün	Kahramanmaraş
Çağla ve Günlük Festivali	Yerel Ürün	Silifke/Muğla

Nisan Ayında Düzenlenen Festivaller;

Tablo 4: Türkiye’de nisan ayında düzenlenen festivaller

Festival Adı	İçeriği	Düzenlendiği Yer
Alaçatı Ot Festivali	Otlar	Çeşme / İzmir
Giritliler Ot Festivali	Otlar	Tire/ İzmir
Bodrum Uluslararası Peynir Festivali	Peynir	Bodrum
İzmir Çikolata ve Tatlı Festivali	Çikolata	Bayraklı / İzmir
İstanbul Peynir Festivali	Peynir	İstanbul
Mersin Limonata Festivali	Yerel ürün	Erdemli / Mersin
Halikarnas İki Yaka Kültür Festivali	Yerel ürün	Bodrum
Kapadokya Geleneksel Yemek Festivali	Yerel yemek	Nevşehir
Uluslararası Mesir Macunu Festivali	Yerel ürün	Manisa
Urla Enginar Festivali	Yerel ürün	Urla / İzmir
Elazığ Kahve ve Çikolata Festivali	Kahve	Elazığ
Antalya Kahve ve Çikolata Festivali	Kahve	Antalya

Mayıs Ayında Düzenlenen Festivaller;

Tablo 5: Türkiye’de mayıs ayında düzenlenen festivaller

Festival Adı	İçeriği	Düzenlendiği Yer
Uluslararası İstanbul Çay Festivali	Çay	İstanbul
Halfeti Meyve Yemekleri Festivali	Yerel yemek	Şanlıurfa
Uluslararası Cadde Yemekleri Festivali	Cadde yemekleri	Antalya

Haziran Ayında Düzenlenen Festivaller;

Tablo 6: Türkiye’de haziran ayında düzenlenen festivaller

Festival Adı	İçeriği	Düzenlendiği Yer
Bornova Kiraz Festivali	Yerel ürün	İzmir
Yeşili Kiraz Festivali	Yerel ürün	Mardin
Kemalpaşa Altın Kiraz Kültür Sanat Festivali	Yerel ürün	Kemalpaşa
Samsun Yerel Yemek Festivali	Yerel yemek	Atakum
Koçarlı Antepfıstığı Festivali	Yerel ürün	Aydın
Geleneksel Iğdır Kayısı Festivali	Yerel ürün	Iğdır
Yeşilhisar Kültür ve Kayısı Festivali	Yerel ürün	Kayseri

Temmuz Ayında Düzenlenen Festivaller;

Tablo 7: Türkiye’de temmuz ayında düzenlenen festivaller

Festival Adı	İçeriği	Düzenlendiği Yer
Serinhisar Nohut, Bıçak ve Kültür Festivali	Yerel ürün	Serinhisar
Çemişgezek Dut ve Pekmez Festivali	Yerel ürün	Tunceli
Mihalıççık Kiraz Festivali	Yerel ürün	Eskişehir
Hekimhan Maden Ceviz ve Kültür Festivali	Yerel ürün	Malatya
Cumalıkızık Ahududu Festivali	Yerel ürün	Bursa
Geleneksel Gravyer ve Kaşar Festivali	Peynir	Kars
Uluslararası Kültür ve Muz Festivali	Yerel ürün	Anamur
Sultandağı Kültür, Sanat ve Kiraz Festivali	Yerel ürün	Afyonkarahisar
Geleneksel Gediz Tarhana Festivali	Yerel ürün	Kütahya
Ulusal Gökçebey Tavukçuluk Festivali	Yerel ürün	Zonguldak
Manisa Adala Şeftali Festivali	Yerel ürün	Manisa
Silivri Yoğurt Festivali	Yerel ürün	İstanbul
Akseki Ayran Festivali	Yerel ürün	Antalya
Kestane Bal Festivali	Bal	Kastamonu

Ağustos Ayında Düzenlenen Festivaller;

Tablo 8: Türkiye’de ağustos ayında düzenlenen festivaller

Festival Adı	İçeriği	Düzenlendiği Yer
Çamoluk Bal Festivali	Bal	Giresun
İskilip Dolma Turşu ve Çilek Festivali	Yerel ürün	Çorum
Karacakılavuz Keşkek Festivali	Yerel ürün	Tekirdağ
Refahiye Kültür ve Bal Festivali	Bal	Refahiye
Zara Bal ve Kültür Festivali	Bal	Sivas
Çayralan Bal ve Kültür Festivali	Bal	Yozgat
Çadır Festivali	Yerel ürün	Nevşehir
Tonya Yağ ve Kültür Festivali	Yerel ürün	Trabzon
Umurbey Geleneksel Şeftali Festivali	Yerel ürün	Çanakkale
Peynir Festivali	Yerel ürün	Kahramanmaraş
Hayrabolu Ayçiçeği Festivali	Yerel ürün	Pazarcık
Üzüm ve Biber Festivali	Yerel ürün	Gaziantep
Bolvadin Festivali	Yerel ürün	Afyonkarahisar
Pülümür Bal Festivali	Yerel ürün	Pülümür
Dikili Bamya Festivali	Yerel ürün	İzmir
Gülнар Bal ve Yörük Festivali	Bal	Gülнар
Orhangazi Gedelek Turşu Festivali	Yerel ürün	Bursa
Ernez Bal Festivali	Bal	Finike

Eylül Ayında Düzenlenen Festivaller;

Tablo 9: Türkiye’de eylül ayında düzenlenen festivaller

Festival Adı	İçeriği	Düzenlendiği Yer
Gazyağcı Konya Yemekleri Festival	Yerel ürün	Konya
Germencik İncir Kültür ve Sanat Festivali	Yerel ürün	Aydın
Gaziantep Uluslararası Gastronomi Festivali	Yerel yemek	Gaziantep
Uluslararası Antepfıstığı Festivali	Yerel ürün	Gaziantep
Uluslararası Kalecik Karası Üzüm Festivali	Yerel ürün	Ankara
Kütahya Cimcik Festivali	Yerel ürün	Kütahya
Ağrı Bal Festivali	Bal	Ağrı

Ekim Ayında Düzenlenen Festivaller;

Tablo 10: Türkiye’de ekim ayında düzenlenen festivaller

Festival Adı	İçeriği	Düzenlendiği Yer
İzmir Boyoz Festivali	Yerel yemek	İzmir
Meze Festivali	Yerel yemek	Antalya
Akhisar Zeytini Hasat Festivali	Yerel ürün	Manisa
Yerel ürün Tanıtım Festivali	Yerel ürün	Bursa
Yalova Subaşı Kivi Festivali	Yerel ürün	Yalova
Pamukova Yerel Ürün ve Ayva Festivali	Yerel ürün	Sakarya
Yerel Ürün Festivali	Yerel ürün	Aksu / Antalya
Beydağ Kestane Festivali	Yerel ürün	Beydağ / İzmir
Pepeçura Festivali	Yerel ürün	Rize

Kasım Ayında Düzenlenen Festivaller;

Tablo 11: Türkiye’de kasım ayında düzenlenen festivaller

Festival Adı	İçeriği	Düzenlendiği Yer
Ödemiş Kestane Festivali	Yerel ürün	Ödemiş / İzmir
Antalya Kahve Festivali	Kahve	Kepez / Antalya
Seferihisar Mandalina Festivali	Yerel ürün	İzmir
Uluslararası Ekmek Festivali	Yerel ürün	Ankara

Aralık Ayında Düzenlenen Festivaller;

Tablo 12: Türkiye’de aralık ayında düzenlenen festivaller

Festival Adı	İçeriği	Düzenlendiği Yer
Bodrum Mandalina Hasat Festivali	Yerel ürün	Bodrum / Muğla
Çıntar Festivali	Yerel ürün	Muğla

2.4.2. Dünya Genelinde Bilinen Festivaller

Dünya genelinde en çok bilinen ve en iyi gastronomi festivalleri arasında yer alan ilk 10 festival aşağıdaki gibidir (İrigüler & Akkaya, 2017; Erciyas ve Yılmaz, 2021: 99):

Epcot Uluslararası Yemek ve Şarap Festivali: Amerika Birleşik Devletleri’nde yapılmaktadır ve festival 2 ay boyunca devam etmektedir.

İyi Yemek ve Şarap Şovu: Güney Afrika ülkesinde yapılmaktadır ve festival 3 gün boyunca sürmektedir.

Gurme Festivali: İngiltere’de yapılmaktadır ve 3 gün sürmektedir.

İspanya Deniz Ürünleri Festivali: İspanya’da yapılmakta olup, 10 gün boyunca sürmektedir.

Büyük Wisconsin Peynir Festivali: Amerika Birleşik Devletleri’nde yapılmaktadır ve festival 3 gün boyunca devam etmektedir.

Vejetaryen Festivali: Bangkok’da yapılmaktadır ve 9 gün sürmektedir.

Pastırma Festivali: Amerika Birleşik Devletleri'nde yapılmaktadır ve festival 1 hafta boyunca devam etmektedir.

Toronto Ribfest: Kanada'da yapılmaktadır ve 4 gün boyunca devam etmektedir.

Savour: Singapur'da yapılmakta olup, 4 gün sürmektedir.

Şikago Tadı: Amerika Birleşik Devletleri'nde yapılmaktadır ve festival 5 gün devam etmektedir.

2.5. Gastronomi Turları ve Rotaları

Genellikle gastronomi turlarına katılarak gastronomi rotalarını keşfetmek isteyen turist tipleri maceracı turistlerdir. Bu turistler bilindik yerlerde ya da lüks restoranlarda yemek yemeyi tercih etmek yerine, daha çok yöresel tatları yerinde deneyimlemeyi tercih etmektedirler.

Gastronomi rotası; bulunduğu alanın bitki örtüsünün korunmasına, yöresel gelenek göreneklerin ve kültürünün aktarılmasına, yerel ekonomik kalkınmaya katkı sağlamasına destek olan bir turistik ürün olarak nitelendirilmektedir (Jeambey, 2016; 187).

Dünyada bir çok farklı gastronomi rotası bulunmaktadır. Bu rotaların temasını genellikle; şarap, kahve, bira, peynir, zeytin, zeytinyağı gibi ürünler oluşturmaktadır.

Türkiye'de de 2023 yılı için hazırlanan Turizm Stratejisi Master Eylem Planı'nda yer alan zeytin koridoru gastronomi alanında bir rota olarak değerlendirilebilmektedir.

Zeytin koridoru: Güney Marmara olarak belirlenen rota, Marmara Denizi'nin güneyinde bulunan Bursa, Balıkesir, Çanakkale illerini kapsamaktadır. Zeytin ve üzüm yetiştiriciliği alanında önemli bir potansiyele sahip bölgenin; zeytin zeytinyağı, şarap üretimi alanında geliştirilmesinde ana tema olarak bu ürünler yer almaktadır.

2.6. Gastronomi Müzeleri

Gastronomi turizmi açısından önemli bir yere sahip olan gastronomi müzeleri; yöreye ait yiyecek-içecek ürünlerinin tanıtılması, korunarak gelecek nesillere aktarılması hususunda bir role sahiptir. Yöresel ürünün nasıl işlendiği yemeğe dönüştüğü, yöresel ürününün işlendiği araçların neler olduğunu turistler gözlemleyebilmektedir. Ayrıca yapılan çeşitli etkinliklerle bu deneyime katılma imkânı sunan müzelerde bulunmaktadır (Sormaz ve Güneş, 2016).



Şekil 6: Gastronomi müzelerine ait görseller

Gastronomi müzeleri, turizm endüstrisinin vazgeçilmez unsurları arasında yer almaktadır (Özdemir, 2008: 35-36).

Gastronomi turizmine karşı artan talebin sonucu olarak, gastronomi müzelerine de ilgi artmaktadır. Yiyecek ve içeceklerin kültürü, tarihçesi, yapıları ile tadım süreçleri önemli bir çekicilik unsuru oluşturmaktadır. Ayrıca nesiller arası bir aktarma yaparak, geçmişten günümüze aynı lezzetleri taşımak için, gastronomi müzeleri birer aracı konumundadır (Bekar vd., 2017: 475).

3. SAFRANBOLU'NUN GASTRONOMİ TURİZMİ

ÜRÜNLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

Bu bölümde Safranbolu ilçesi özelinde değerlendirilen gastronomi turizmi ürünleri şu şekilde sıralanmıştır:

- Yöresel yiyecek ve içecekler
- Coğrafi işaretli ürünler
- Gastronomi müzeleri
- Gastronomi etkinlikleri

3.1. Safranbolu'nun Yöresel Yiyecek-İçecekleri

Yöresel yemek kültürleri aynı zamanda yörenin kimliğini oluşturmaktadır. Çünkü ilk çağlardan itibaren yörenin bulunduğu coğrafya, yeme içme kültürünü oluşturmuş olup, yörenin kendine özgü yemek ve mutfak kültürünü ortaya çıkarmaktadır (Keskin, Örgün ve Akbulut, 2017).

Safranbolu'ya ait olan ve başlıca ön plana çıkan yemekler aşağıdaki şekilde açıklanabilmektedir (Özmen ve Eren, 2020: 153-153):

Lokum: Safranbolu denilince ilk akla gelen yöresel lezzetlerden biri lokumdur. Farklı çeşitlerde hazırlanmakta olup, tadanların beğenisine sunulmaktadır.

Safranlı Zerde: İlçeye ismini vermekte olan Safran bitkisi ilave edilerek yapılan Safranbolu'nun yöresel tatlısıdır.

Safranbolu Bükmesi: Gözleme usulünde hazırlanan ve açılan hamura iç harcı olarak kıymalı soğanlı kavrulmuş iç harcı ya da sağanla birlikte ıspanak veya pazı kavrulmuş bir iç harcı hazırlanmaktadır. Yanında yöresel yayık ayranı ve kiren (kızılıcak) şerbeti ile birlikte yenilmektedir.

Cevizli Yayım: Erişte şeklinde hazırlanan makarna hamuru yörede yayım olarak bilinmektedir. Pişirilen Yayımlar üzerine dövülmüş ceviz eklenerek tüketilmektedir.

Peruhi: Manti hamuru hazırlanarak normal mantıya göre daha büyük ölçekte çay bardağı ağzı ile kesilmekte ve iç harcı ise; yörede torba yoğurdu olarak bilinen süzme yoğurda nane ilave edilerek hazırlanmaktadır.

Yazıköy Keşkeği: Safranbolu'ya bağlı olan Yazıköy isimli köyde yöresel olarak her bayramda pişirilmekte olan bir yemektir. Keşkek, kemik suyu ile bakır kazanlarda ve özel fırınlarda pişirilmektedir.

Aşağıda yer alan Safranbolu'ya ait olan diğer yöresel yemekleri de içeren görsel, Safranbolu Turizm Danışma Bürosu'nun sitesinden elde edilmiştir (<http://www.safranboluturizmdanismaburosu.gov.tr/TR156253/yoresel-yemekler.html>).

Safranbolu'nun yöresel yemekleri:

Tarhana ve yayım çorbası	Etlı dolma ve Yaprak sarma	yeşil fasulye
Kuru bakla	bamya	ekşili köfte
Kuyu kebabı	peruhi	cevizli yayım
Safranbolu bükmesi	gözleme	cevizli çörek
Su böreği	ıspanaklı sini böreği	göbü
Safranbolu baklavası	Safranlı zerde	höşmerim

3.2. Safranbolu'nun Coğrafi İşaretleri Ürünleri

Safranbolu Lokumu

Tescil No: 183

Koruma Tarihi: 22.05.2006

Başvuru No: C2006/009

Başvuru Sahibi: Safranbolu Lati Gıda San. ve Tic. Ltd. Şti.

Başvuru Sahibinin Adresi: Kastamonu Karayolu 7. Km. Çevrikköprü Mevkii
Safranbolu/ KARABÜK

Coğrafi İşaretin Adı: Safranbolu Lokumu

Ürünün Adı: Lokum

Coğrafi İşaretin Türü: Mahreç İşareti

Coğrafi Sınırı: Türkiye

Coğrafi İşaretin Kaynaklandığı Alan: Safranbolu

Kullanım Biçimi: Markalama



Şekil 8: Safranbolu lokumu

Ürünün Tanımı ve Ayırt Edici Özellikleri:

Şeker, su, nişasta ve sitrik asit ile içine çeşitli malzemeler eklenerek de yapılan üründür. Safranbolu Lokumu geçmişten günümüze uzun yıllardır Safranbolu ile anılan ve Safranbolu'ya özgü bir lokumdur.

Safranbolu Safranı

Tescil No: 144

Koruma Tarihi: 21.05.2009

Başvuru No: C2009/009

Coğrafi İşaretin Türü: Menşe Adı

Başvuru Sahibi: Safranbolu Esnaf ve Sanatkârlar Odası

Ürünün Adı: Safran

Coğrafi İşaretin Adı: Safranbolu Safranı Kullanım Biçimi: Etiketleme

Coğrafi Sınırları: Karabük İli, Safranbolu ilçesi sınırları dâhilindedir. Koordinatları 41 derece 16 dakika kuzey enlemi ve 32 derece 41 dakika doğu boylamıdır.



Şekil 9: Safranbolu safranı

Ürünün ayırt edici özellikleri:

- Ağırlığının 100 bin katı kadar boyama özelliği vardır.
- Dünyada üretilen diğer safranlardan, renk, aroma ve renklendirme özelliği bakımından kalitesinin yüksek olduğu bilinmektedir.
- Tarihte yöredeki 40 kadar köyde yetiştiriciliğinin yapıldığı yazılı kaynaklarda belirtilmekte olup 1000 yıldır üretimi yapılmaktadır.
- İklim açısından Karadeniz iklimi ile Orta Anadolu iklimi arasında geçit özelliği göstermesi sebebiyle mikro klima iklim şartları görülmektedir (www.bakab.gov.tr).

3.2.1. Başvuru Yapılan Coğrafi İşaret Ürünü

“Safranbolu Çavuş Üzümü” ibareli ürün için Safranbolu Ticaret ve Sanayi Odası tarafından 27.11.2014 tarihinde başvurusu yapılmış olup ön inceleme aşaması devam etmektedir (www.kalkinmakutuphanesi.gov.tr).



Şekil 10: Safranbolu çavuş üzümü

3.2.2. Olası Coğrafi İşaret Ürünü

Maniye Domatesi: Safranbolu yöresine ait bu hoş kokulu doyulmaz lezzetli domates, pembe rengi ile de farkını ortaya koymaktadır. Lezzetli salataların vazgeçilmezi olan bu değerli sebze pazarda oldukça rağbet görmektedir (www.kalkinmakutuphanesi.gov.tr).



Şekil 11: Safranbolu maniye domatesi

Safranbolu Kıtır: Safranbolu Kültür ve Eğitim Merkezinde (SAKEM) hazırlanan Safranbolu kıtırının, Türk Patent ve Marka Kurumu Coğrafı İşaret ve Geleneksel rn Adı Bülteni'nde yayımlanarak tescile hak kazandığı belirtilmiştir (Safranbolu Belediyesi, 2021).



Şekil 12: Safranbolu kıtırı

3.3. Safranbolu’da Bulunan Gastronomi Müzeleri

Gastronomi müzeleri; yöresel yemek kültürünü yansıması açısından, gastronomi turizmi kapsamında değerlendirilse de aynı zamanda kültür turizmi kapsamına da girmektedir (Sezer, 2010).

Bulunduğu destinasyon için önemli bir çekicilik unsuru olarak değerlendirilen gastronomi müzeleri kültürlerin yeme – içme alışkanlıklarını aktarmaları yanı sıra turistik bir pazarlama avantajı olarak da değerlendirilmektedir. Aynı zamanda, somut olmayan yaşayan kültürel mirasın bir parçası olarak görülmektedir (Yılmaz ve Şenel, 2014).

3.3.1. Çikolata Müzesi

Safranbolu ilçesinde açılan Çikolata Müzesi gastronomik açıdan turizme olumlu bir katkı sağlamaktadır. Turistik turların uğradığı bir turistik alan olarak gastronomi alanında değerlendirilmiştir.

3.3.2. Kahve Müzesi

Safranbolu Eski Çarşı bölgesinde bulunan Kahve Müzesi bir çok ünlü isim ve turistler için uğrak noktası konumunda değerlendirilmekte olup, gastronomi turizmine katkı sağladığı gözlemlenmektedir.

3.4. Gastronomi Etkinlikleri

Safranbolu ilçesinde gastronomi etkinlikleri kapsamında her yıl geleneksel olarak Safranlı Lezzetler Yemek Yarışması düzenlenmektedir.

3.5. Gastronomi Turizminin Yerel Kalkınmadaki Önemi

Yemek yemek, günlük hayatı devam ettirebilmek için gerekli bir biyolojik etmen olarak görünse de aşağıda sıralanan aşamaları da kapsamaktadır:

- Gıdaların elde edilmesi.

- Gıdaların tüketime hazır hale getirilmesi.
- Gıdaların tüketime sunulması.

Bu sıralanan aşamalar değerlendirilmeye alındığında, yemek yemenin biyolojik bir etmen olmasının yanında; sosyal, kültürel ve ekonomik bir boyutunun da olduğu görülmektedir (Tezcan, 2000).

Gastronomi turizminin gelişmeye başlaması ve gelişmesi beraberinde, bulunduğu bölge ile yerelinde önemli ölçüde ekonomik kalkınmaya katkı sağlamaktadır. Nitekim gastronomi turizmine katılan turistlerin yerel ürünlere olan ilgisi diğer turizm çeşitlerine katılan turistlerden nispeten biraz daha fazladır. Bu nedenle; yerel sektörlerin gelişmesi ve yerel değerlerin sürdürülebilir olması için oldukça önemlidir (Üner ve Şahin, 2016).

4. BULGULAR VE TARTIŞMA

Bu bölümde, katılımcılarla yapılan mülakat sonucunda ulaşılan bulgulara yer verilmektedir. Mülakat formunda yer alan soruların katılımcılar tarafından en fazla tekrar edilen sözcük ve cümlelerin/ en fazla belirtilen fikir ve düşüncelerin kullanıldığı ve bulgu metinlerinin arasında düzenlenen mantık çerçevesine uygun olarak aktarılmaktadır.

Yapılan araştırmada Safranbolu gastronomi turizmi ürünlerinin geliştirilmesi ve çeşitlendirilmesi amacıyla aşağıdaki sorulara yer verilmektedir:

Tablo 13: Mülakat formunda yer alan sorular

S1: Gastronomi turizmi ürünleri kavramını daha önce duydunuz mu?

S2: Gastronomi turizmi ürünlerini nasıl tanımlarsınız/açıklarsınız?

S3: Safranbolu özelinde aklınıza gelen gastronomi turizmi ürünleri nelerdir?

S4: Safranbolu yöresel yemekler bakımından zengin midir?

S5: Safranbolu'nun coğrafi işaretli ürünleri hakkında bilgi sahibi misiniz?

S6: Safranbolu'da gastronomi alanında düzenlenen etkinlikler nelerdir?

S7: Safranbolu gastronomi turizmi ürünleri nasıl geliştirilebilir?

S8: Safranbolu gastronomi turizmi ürünlerini çeşitlendirmek için neler yapılabilir?

S10: Safranbolu'nun gastro turistlerin tercih ettiği destinasyonlar arasında yer alma potansiyeli nedir? Güçlü. Zayıf, Fırsat ve Tehdit (swot) unsurlarını nasıl değerlendirirsiniz?

4.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Katılımcıların demografik özelliklerine yönelik olarak yapılan betimsel analiz sonuçları aşağıdaki tabloda gösterilmiştir. Gastronomi ve Turizm İşletmeciliği alanlarında görev yapmakta olan öğretim üyeleri ile yüksek lisans/ doktora öğrencileri, yerel yönetimde ve turizm alanında çalışmalar yapmakta olan görevliler ile sivil toplum kuruluşları, dernekler yöneticileri olarak belirlenmiştir. Çalışmanın yapıldığı alan için katılımcı sayısı yeterli olarak görülmektedir. Katılımcı arttıkça verilen cevaplar benzerlik gösterdiği için 12 katılımcı yeterli görülmektedir.

Tablo 14: Katılımcılara ait demografik özellikleri

	Yaş	Cinsiyet	Öğrenim Durumu	Meslek
K1	32	Kadın	Yüksek Lisans	Öğretmen
K2	41	Erkek	Lisans	Turizm Danışma Görevlisi
K3	26	Kadın	Yüksek Lisans	Öğrenci
K4	35	Kadın	Doktora	Öğretim Görevlisi
K5	56	Erkek	Doktora	Öğretim Görevlisi
K6	48	Erkek	Doktora	Öğretim Görevlisi
K7	33	Erkek	Doktora	Öğrenci
K8	27	Kadın	Yüksek Lisans	Öğrenci
K9	30	Erkek	Doktora	Öğrenci
K10	29	Kadın	Yüksek Lisans	Öğretmen
K11	46	Kadın	Lisans	Turizm Danışma Görevlisi
K12	30	Erkek	Yüksek Lisans	Turizm Alanında Görevli

Tablo 14’te görüldüğü üzere katılımcıların tamamı turizm ve gastronomi alanında akademik olarak bilgi sahibidir.

4.2. Gastronomi Turizmi Ürünleri Kavramının Bilinilirliği ve Tanımlanması

Katılımcılara, gastronomi turizmi kavramını daha önce duyup duymadıkları ve hakkında bilgi sahibi olup olmadıkları sorulmuştur. Araştırma sonucunda ortaya çıkan veriler aşağıdaki tabloda yer almıştır.

Tablo 15: Gastronomi turizmi ürünleri kavram bilinilirliği

	Katılımcılar	Bulgular
Gastronomi Turizmi Ürünleri Kavram Bilinilirliği	K2, K3, K4, K5, K6, K7, K9, K12	Evet Duydum
	K1, K8	Kısmen Duydum
	K10, K11	Hayır Duymadım

Tablo 15'ten çıkan sonuca göre; katılımcıların : %66.6'sı kavramı daha önce duyduğunu ifade etmektedir. Geriye kalan %16.6 kısmen duyduğunu söylerken, diğer %16.6 ise hiç duymadığını belirtmiştir. Bu durumda gastronomi turizmi kavramlarının bilinilirliği yüksek bir orana sahip olsa da %80 ve üzeri gibi yeterli seviyede görülmemektedir.

4.3. Safranbolu Özelinde Katılımcıların Akıllarına Gelen Gastronomi Turizmi Ürünleri

Katılımcılara Safranbolu'da bulunan gastronomi turizmi ürünleri sorulmuştur. Katılımcılar birden fazla ürün sıralayarak Safranbolu'nun bu alanda zengin olduğunu belirtmişlerdir. Ortaya çıkan çeşitli bulgulara aşağıdaki tabloda yer verilmiştir.

Tablo 16: Safranbolu gastronomi turizmi ürünleri

	Katılımcılar / Bulgular
	K1, K2, K3, K4, K5, K6, K7, K8, K9, K10, K11, K12 Yöresel Yemekler
	K1, K4, K8, K10, K12 Yöresel Pazarlar
Gastronomi Turizmi Ürünleri	K2, K3, K11 Çikolata ve Kahve Müzesi
	K6, K11, K12 Safran ve Lavanta Bahçesi
	K5, K9 Yazıköy Keşkek Etkinliği
	K7 Yöresel Ürünler Maniye/ Çavuş Üzümü vb.

Katılımcıların Safranbolu özelinde gastronomi turizmi ürünleri denilince aklara gelen ürünleri sıraladıkları tabloda görülmektedir. Bazı katılımcıların birden fazla ürün söylediği görülmektedir. Buna göre; katılımcıların %100'ü Safranbolu “Yöresel Yemekleri’ni” söylemiştir. %41.6’sı “Yöresel Pazarlar” , %25’i yörede bulunan “Çikolata Müzesi ve Kahve Müzesi’ni”, yine katılımcıların %25’i yörede bulunan “Safran Bahçesi ve Lavanta Bahçesi’ni” %16.6 Yazıköy Keşkeği ve Etkinlikleri’ni”, %8.3 ise; yöresel ürünlerden olan “Safranbolu Maniye’si ve Çavuş Üzümü gibi yöreye özgü yiyecek ürünlerini Safranbolu’nun gastronomi turizmi ürünleri olarak

değerlendirilmesi gerektiğini vurgulamaktadır. Bulgular ile ilgili bazı ifadeler aşağıda yer verilmiştir:

Yöresel yemeklere yönelik bazı ifadeler:

K4: “İlk aklıma gelen her yörede olduğu gibi, Safranbolu’nun yöresel yemeklerinin gastronomi turizmi ürünü olduğudur.”

K6: “Peruhi, kırk kat ev baklavası, zerde tatlısı, yörenin asma yaprağından yapılan sarması, Safranbolu için gastronomi turizmi ürünleri arasındadır. Gelen turistler bu yemekleri yemeyi tercih etmektedirler.”

Yöresel pazarlar cevabına yönelik ifadeler:

K8: “Eski Çarşı bölgesinde bulunan pazarda yöresel ürünler satılmaktadır. Yazın; Maniye, kışın; ıhlamur, dağ kekiği, salep turistlerin ilgisini de çekmekte, pazarı gezmektedirler. Kızılcık şerbeti, reçelleri, marmelatlar turistik ürün olarak kısmen tercih edilmektedir.”

K10: “Yöresel Pazar olan eski çarşı bölgesi tarihi simitçi, lokum dükkanları turistlerin ilgisini çekmektedir.”

Çikolata ve Kahve Müzesi için ifadeler:

K3: “Turistik ürün olarak gastronomi severler için, son zamanlarda bölgede çikolata ve kahve müzesi ilgi görmektedir. Her şehirde olduğu gibi bu turistlerin ilgisini çekmektedir.”

Safran ve Lavanta Bahçesi hakkında ifade:

K11: “Safranbolu adı gibi safranla özdeşleşmektedir. Bu nedenle; kanyon, cam teras yakınında yapılan safran ve lavanta bahçesi projesi bu alanda oldukça faydalı olacaktır. Turistlerin vakit geçirme süresi artacak ve ilgi çekici olacaktır.”

Yazıköy Keşkek Etkinliği hakkında ifade:

K9: Yörede yapılan yemek etkinlikleri turistik alanda değerlendirip gastronomi turizmine katkı sağlayabilir. Örneğin; Yazıköy özelinde bayramlarda yapılan keşkek yemeği etkinliği gastronomi turizmi boyutuna taşınabilir.

Yöresel ürünler (Maniye ve Çavuş Üzümü) için ifade:

K7: “Safranbolu’nun coğrafi işarete de sahip olan bu bđlgeye 6zđđ Maniye domatesi gastronomik açıdan turistik bir değere sahip olabilir. Tıpkı avuş 6zümü gibi y6rede bu 6r6nler gastronomi turizmine katkı sağlayabilir.”

4.4 Safranbolu’nun Y6resel Yemekler / Yiyecekler Bakımından

Zenginliği

Safranbolu b6lgesinde yapılan y6resel yiyeceklere ve yine bu b6lgede bulunan y6resel yiyeceklere dair bulgulara aşağıdaki tabloda yer verilmiştir.

Tablo 17: Safranbolu yöresel yemekleri / yiyecekleri

	Katılımcılar / Bulgular
Yöresel Yemekler/Yiyecekler	K1. K2, K3, K4, K5, K6, K7, K8, K9, K10, K11, K12 Safranbolu Baklavası 40 katlı
	K1. K2, K3, K4, K5, K6, K7, K8, K9, K10, K11, K12 Safranbolu Etli Yaprak Sarması
	K1. K2, K3, K4, K5, K6, K7, K8, K9, K10, K11, K12 Safranbolu Lokumu
	K1. K2, K4, K7, K8, K9, K11, Safranbolu Bükmesi
	K3, K4, K5, K9, K10, K12 Peruhi
	K8, K9, K11, K12 Zerde
	K1. K9, K10, Safranbolu Cevizli Çöreği
	K7, K12 Safranbolu Yayımı/Eriştesi

Tablo 17’yi açıklamak gerekirse: Katılımcılar; ilk üçte yer alan; “Safranbolu Baklavası 40 katlı, Safranbolu Etli Yaprak Sarması, Safranbolu Lokumu” bulgularında

hem fikir olarak %100 bir sonuç göstermektedir. “Safranbolu Bükmesi” bulgusunu %58 oranında katılımcıların yarısından fazla duyulmuş olup, “Peruhi” ise, %50 oranında tam olarak katılımcıların yarısı tarafından söylenmiştir. Diğer bulgular ise; %33.3 ile “Zerde” tatlısı, %25 oranında “Safranbolu Cevizli Çöreği” ve %16.6’lık bir oranla “Safranbolu Yayımı/Eriştesi” tabloda yer almıştır. Bulgular ile ilgili bazı ifadeler aşağıda yer verilmiştir:

Safranbolu Baklavası 40 katlı için ifadeler:

K1: “Safranbolu’nun daha çok meşhur olması gereken, daha çok ön plana çıkması gereken ev baklavası lezzeti turistler tarafından beğenilmektedir.”

K5: “Tatlı herkesi cezbeder Safranbolu’nun 40 katlı cevizli ev baklavası yiyene bir daha yemeyi ister. Yöreye özgü tatlılar arasındadır”

K10: “Safranbolu baklavası yöresel yemeklerle birlikte güzel bir ivme ykalamaktadır.”

Safranbolu Etlü Yaprak Sarması hakkında ifadeler:

K7: “... şüphesiz herkesin sevdiği bir yemek olan yaprak sarması Safranbolu yöresine özgü olarak yapılmaktadır.”

K9: “Etlü yaprak sarması lezzeti yöresel yemekler arasında tercih edilmektedir.”

Safranbolu Lokumu ile ilgili bazı ifadeler:

K4: “Safranbolu denince akla hemen yiyecek olarak lokum gelir. Safranbolu lokumu bir marka olmuştur.”

K8: “Lokum Safranbolu’nun önemli gastronomik değeridir.”

K11: “... tabi ki lokum Safranbolu yöresel yiyeceğidir.”

Safranbolu Bükmesi hakkında ifadeler:

K1: “...Trabzon’da, Samsun’da, yumurtalı kuşbaşı pıde, Bursa’da Cantik, Eskişehir’de çiğ börek gibi ön plana çıkan hamur işi tarzı yiyecekler Safranbolu yöresinde bükme tarzında karşımıza çıkmaktadır.”

K8: “ ... günümüz fast food dünyası düşünüldüğünde bunun Safranbolu yöresindeki karşılığı Safranbolu’nun yöresel bükmesi olarak söylenebilir.”

K11: “ ... ıspanaklı, mancarlı, yörede torba yoğurdu olarak bilinen süzme yoğurtlu gibi çeşitli iç malzemesi ile hazırlanan bükme yörede bilinen aperatif hamur işleri arasında bir çeşittir.”

Peruhi ile ilgili ifadeler:

K5: “... Kayseri'nin mantısı gibi Safranbolu'nun da Peruhi'si meşhurdur. Hatta etsiz olduğu için vejetaryanlara da hitap etmektedir.”

K9: “Yöresel restoranlarda Peruhi yemeği sunulmaktadır. Oldukça da lezzetli bir hamur işi yemeği olarak beğeni kazanmaktadır.”

Zerde hakkındaki bulgulardan bazıları:

K8: “Yöresel yiyecek olarak zerde Safranbolu yöresinde bilinen bir tatlıdır. Çoğu kişi de bilmeyebilir ama yöresel olarak yapımı devam etmektedir.”

K12: “Safranbolu safranının renk verdiği safran sarısı zerde yöresel kıymete sahip bir yiyecekler arasında sayılmalı...”

Safranbolu Cevizli Çöreği hakkında bir ifade:

K9: “Safranbolu'da yetişen cevizden yöresel cevizli çörek yapılmaktadır.”

Safranbolu Yayımı/Eriştesi ile ilgili bir ifade:

K12: “Safranbolu geleneksel lezzetleri arasında yayım olarak bilinen erişte ev usulü açılarak kesilerek hazırlanır. Ceviz dökülerek servis edilir”

Yukarıdaki ifadelerden de anlaşıldığı üzere Safranbolu'nun bilinen gastronomi turizmi ürünleri çeşitlilik göstermektedir.

4.5. Safranbolu'nun Coğrafi İşaretli Ürünleri

Safranbolu yöresindeki tescillenen ya da potansiyel olarak görülen coğrafi işaret sahibi alan ve / veya alması beklenen muhtemel ürünlerin bulgusuna aşağıdaki tabloda yer verilmiştir.

Tablo 18: Safranbolu'daki coğrafi işaretli ürünler

	Katılımcılar / Bulgular
Coğrafi İşaretli Ürünler	K1, K2, K3, K4, K5, K6, K7, K8, K9, K10, K11, K12 Safranbolu Lokumu
	K1, K2, K3, K4, K5, K6, K7, K8, K9, K10, K11, K12 Safran
	K1, K3, K5, K6, K9, K10, K11, K12 Safranbolu Maniye Domatesi
	K3, K5, K6, K9, K10, K12 Çavuş Üzümü
	K1, K2, K4, K8, K10, Safranbolu Yöresel Yemekleri
	K2, K5, K7 Kızılıcak Şerbeti

Tablo 18'de görüldüğü üzere katılımcılar %100 bir oranla Safranbolu'nun coğrafi işaretli ürünlerine “Safranbolu Lokumu” ve “Safran” bulguları cevaplarını vermişlerdir. Ardından %66.6 oranla “Safranbolu Maniye Domatesi” bulgusu tabloda üçüncü sırada yer almaktadır. %50 katılımcının cevabı da “Çavuş üzümü” şeklinde olmuştur. %41,6 ise; “Safranbolu Yöresel Yemekleri” cevabını verirken, %25 oranla “Kızılıcak Şerbeti” cevabı da tablonun sonuncu bulgusu olarak tabloda yer almaktadır.

Safranbolu Lokumu bulgusuna dair katılımcılardan bazılarının ifadeleri şu şekildedir:

K3: “Safranbolu Lokumu dünya çapında bilinen bu coğrafyaya özgü bir yiyecektir.”

K7: “Lokum coğrafi işareti almıştır.”

Safran bulgusuna dair katılımcılardan bazılarının ifadeleri şu şekildedir:

K9: “Safranbolu isminde olduğu gibi safran”

K11: “Safranbolu safranı bu bölgeye özgü tescillidir.”

Safranbolu Maniye Domatesi bulgusuna dair katılımcılardan bazılarının ifadeleri şu şekildedir:

K5: “Safranbolu’ya özgü Maniye domatesi bu yöreye ait bir türdür. Belgelendirme çalışmaları vardır.”

Çavuş üzümü bulgusuna dair katılımcılardan bazılarının ifadeleri şu şekildedir:

K10: “Burada dolma / sarmanın yöresel olmasına da sağlayan Çavuş üzümü olarak bilinen üzümün yaprağı bu yöreye özgüdür.”

Safranbolu Yöresel Yemekleri bulgusuna dair katılımcılardan bazılarının ifadeleri şu şekildedir:

K4: “Safranbolu’da bulunan yöresel ürünlerin vurgulandığı yöresel yemekler korunmalıdır. Bu yemeklerin ana malzemesi safran ve yöredeki bitkilerden sebzelerden lezzetini almaktadır.

Kızılcık Şerbeti bulgusuna dair katılımcılardan bazılarının ifadeleri şu şekildedir:

K2: “Safranbolu’da yetişen “kiren” olarak bilinen kızılcık bitkisinin şerbeti içecek türüleri arasında yöresel olarak değerlendirilebilir.”

4.6. Safranbolu’da Gastronomi Alanında Düzenlenen Etkinlikler

Katılımcılara, Safranbolu özelinde düzenlenen gastronomi alanındaki etkinliklerinin neler olduğu sorusu yöneltilmiş olup, verilen cevaplar sonucunda aşağıdaki bulgulara ulaşılmıştır.

Tablo 19: Safranbolu'daki gastronomi etkinlikleri

	Katılımcılar / Bulgular
Gastronomi Etkinlikleri	K1, K2, K3, K4, K5, K6, K7, K8, K9, K10, K11, K12 Safranlı Yemekler / Yöresel Yemekler Yarışması
	K1, K3, K4, K6, K7, K8, K9, K10, Safran Hasadı
	K1, K3, K6, K7, K9, K10, Çavuş Üzümü Hasadı
	K2, K11, K12 Cinci Han Üzerinden Mesir Macunu Dağıtımı
	K2, K11, K12 Zerde İkramı
	K11, K12 KTD tarafından Safranbolu'da Düzenlenen Sıra Gecesi

Tablo 19'daki veriler değerlendirildiğinde: Katılımcıların %100'ü "Safranlı Yemekler Yarışması" adı altında düzenlenen yöresel yemek yarışmasını hemfikir bir şekilde söyledikleri görülmektedir. Ardından yöre ile özdeşleşen ve gastronomik bir değere sahip olduğu bilinen "Safran Hasadı" bulgusunu 66,6 oranında katılımcı söylemiştir. Ardından yine gastronomik değeri olan "Çavuş Üzümü" bulgusu gelerek %50 bir bilinirliğe sahip olduğu görülmüştür. "Cinci Han Üzerinden Mesir Macunu Dağıtımı" ve "Zerde İkramı" bulgularının ikisi de %25 bir oranda belirtilmiş olup; son olarak ise, "KTD (Kültür ve Turizm Derneği) tarafından düzenlenen Sıra Gecesi"

16,6'lık bir oranla katılımcı tarafından söylenmiştir. Bulgular ile ilgili bazı ifadelere aşağıda yer verilmiştir:

Safranlı Yemekler / Yöresel Yemekler Yarışması hakkındaki bazı ifadeler:

K3: “Safran baharatının yemeklerde kullanılmasının ön plana çıkarılmasına adına, yörede düzenlenen Safranlı Yemekler Yarışması oldukça ilgi görmüştür. Bu tarz etkinlikler yöresel yemeğe ve yöresel ürünlere karşı ilgiyi artıran güzel etkinliklerdir.”

K7: “Safranbolu Hilton otelinde safranlı yemekler yarışması düzenlenmiştir. Gastronomi adına olumlu bir gelişme olmuştur. Pozitif bir katılım gerçekleşmiştir.”

K9: “Yemek yarışmaları yöresel ürünlerin kullanılması ile çeşitlendirilmesi adına büyük etkinliklere dönüşmektedir.”

K10: “... yöresel yemek yarışmaları yörede bahar aylarında düzenlenmektedir.”

Safran Hasadı hakkında katılımcılardan bazı ifadeler:

K6: “... her yıl ekim ayında Safran hasadı etkinliği düzenlenmektedir. Safran tarlalarında buluşulup halk bu deneyimi yaşamaktadır. Turizm alanında değerlendirilmeye daha fazla ihtiyaç vardır.”

K8: “Safranbolu'nun sembol gastronomi ürünü olan Safran'nın hasadı önemli bir etkinliktir.”

K10: “Bölge'de düzenlenen Safran hasadı etkinliği gastronomi etkinliği olarak değerlendirilebilir.”

Çavuş Üzümü Hasadı hakkındaki bazı ifadeler:

K1: “Belediye ve Valilik ile Kaymakamlık katılımlıları ile yapılan Çavuş üzümü hasadı gastronomi etkinliği faaliyeti olarak değerlendirilebilir.”

K10: “Gastronomi değeri bulunan Çavuş Üzümü'nün hasat edilmesi bölgede gastronomik bir etkinliğe katkı sağlamıştır.”

Cinci Han Üzerinden Mesir Macunu Dağıtımı bulgusuna yönelik bir ifade:

K2: “Safran etkinlikleri kapsamında temsili olarak yöresel kıyafetle Cinci Han çatısına çıkan bir figür, mesir macunu dağıtımı yapmaktadır. Gastronomi turizmi faaliyetleri açısından bir renk oluşturabilir.”

Zerde İkrarı bulgusuna yönelik bir ifade:

K12: "... Safranbolu Safranının rengini verdiği Zerde tatlısı büyük kazanlarda pişirilip, katılımcılara ikram edilmektedir."

KTD tarafından Safranbolu'da Düzenlenen Sıra Gecesi bulgusuna yönelik bir ifade:

K11: " Safranbolu Kültür ve Turizm Derneği tarafından belli zamanlarda düzenlenen Sıra Gecesi etkinlikleri gastronomi etkinliği olarak düşünülebilir."

Tüm bulgular değerlendirildiğinde Safranbolu gastronomi etkinlikleri açısından çeşitliliklere sahiptir. Fakat geliştirilmeye ve turizm faaliyetlerine kazandırılmaya ihtiyaç duyulmaktadır.

4.7. Safranbolu Gastronomi Turizmi Ürünlerinin Geliştirilmesi

Katılımcılara, Safranbolu gastronomi turizmi ürünlerinin geliştirilmesi için neler yapılabileceği hakkında fikirleri sorulmuştur. Elde edilen bulgulara aşağıdaki tabloda yer verilmiştir:

Tablo 20: Gastronomi turizmi ürünlerinin geliştirilmesi

	Katılımcılar / Bulgular
	K1. K2, K3, K4, K5, K6, K7, K8, K9, K10, K12 Etkinlikleri yeniden, daha organize şekilde düzenleme
	K1. K2, K3, K4, K5, K7, K8, K9, , K11, K12 Reklam, tanıtım, sosyal medya alanındaki çalışmaların arttırılması
Gastronomi Turizmi Ürünlerinin Geliştirilmesi	K2, K3, K6, K7, K9, K10, K11, K12 Gastronomi etkinliklerinin turizm faaliyetlerine kazandırılması
	K2, K4, K7, K8, K9, K11, Var olan gastronomi ürünlerinin gastronomi turizmi ürünleri olarak geliştirilmesi

Tablo 20'deki veriler değerlendirildiğinde; katılımcıların % 91.6'sı var olan etkinliklerin devam etmesini ve daha organize bir şekilde devam ettirilmesi hususunda hemfikir bir görüşe sahiptir. % 83.3'ü gastronomi etkinliklerinin duyurulması çeşitli reklam, tanıtım ve sosyal medya mecralarında tanıtılması gerektiğini söylemişlerdir. %66.6 gastronomi alanında yapılan etkinliklerin turizm ile entegre şekilde sürdürülmesini beyan etmişlerdir. %50 oranda ise mevcutta var olan gastronomi ürünlerinin gastronomi turizmi ürünleri olarak geliştirilmesi bulgusunu belirtmişlerdir.

Etkinlikleri yeniden, daha organize şekilde düzenleme bulgusuna ait katılımcı düşüncesi:

K3: Etkinlikler devamlılık arz etmelidir. Geçmiş etkinlikten ders çıkarılıp, daha kapsamlı organizasyon yapılarak düzenlenmelidir.”

K7: “... yapılan etkinlikler daha da büyük çapta yapılırsa daha fazla kişinin ilgisini çekecektir.”

K9: “... koordinasyon önemli bu nedenle etkinlikler daha faydalı şekilde geri dönütler sağlayabilir.”

Reklam, tanıtım, sosyal medya alanındaki çalışmaların artırılması bulgusuna ait katılımcı görüşleri:

K8: “... her alanda olduğu gibi gastronomi ve turizm bileşenleri içinde pazarlama çok önemli. Bunun için tanıtılması gerekiyor.”

K12: “Sosyal medyanın gücü ile turizm ve gastronomi turizmi ürünleri daha fazla geliştirilebilir.”

Gastronomi etkinliklerinin turizm faaliyetlerine kazandırılması bulgusuna ait katılımcı görüşleri:

K10: “ ... gastronomi ve turizm birbirine entegre şekilde sürdürülmelidir.”

K12: “ turizm faaliyetleri içerisinde gastronomi ürünleri tanıtılmaktadır. Bu durumda iki ayrı disiplin birbirini kapsamaktadır”

Var olan gastronomi ürünlerinin gastronomi turizmi ürünleri olarak geliştirilmesi bulgusuna ait katılımcı görüşleri:

K4: “ Gastronomi ürünleri turizm alanında değerlendirilmeli ve gastronomi turizmi ürünleri geliştirilmelidir.”

4.8. Safranbolu Gastronomi Turizmi Ürünlerinin Çeşitlendirilmesi

Katılımcılara, Safranbolu gastronomi turizmi ürünlerinin çeşitlendirilmesi için neler yapılabileceği hakkında fikirleri sorulmuştur. Elde edilen bulgulara aşağıdaki tabloda yer verilmiştir:

Tablo 21: Gastronomi turizmi ürünlerinin çeşitlendirilmesi

	Katılımcılar / Bulgular
Gastronomi Turizmi Ürünlerinin Çeşitlendirilmesi	K1, K2, K3, K4, K5, K6, K7, K8, K9, K10, K12 Safranbolu'ya özgü yemeklerin coğrafi işaretinin alınması
	K2, K3, K4, K5, K7, K8, K9, K11, K12 Yöresel yemeklerin füzyon mutfakla çeşitlendirilmesi
	K1, K4, K5, K9, K10, K12 Gastronomi festivalleri düzenlenmesi
	K1, K2, K3, K5, K6, K8 Gastronomik ürünlerin hediyelik ürünlere dönüştürülmesi
	K1, K7, K12 Gastronomi ve turizm faaliyetlerinin bileşenlerini bir araya getirme

Tablo 21'deki veriler değerlendirildiğinde: Katılımcıların %91.66'sı “Safranbolu'ya özgü yemeklerin coğrafi işaretinin alınması” bulgusunu oluşturmuştur.

Katılımcıların, %75'i "Yöresel yemeklerin füzyon mutfakla çeşitlendirilmesi" bulgusunu söylemiştir. Katılımcıların %50'si "Yöresel yemeklerin füzyon mutfakla çeşitlendirilmesi" bulgusunu söylemiştir, %25 ise "Gastronomi ve turizm faaliyetlerinin bileşenlerini bir araya getirme" bulgusunu belirtmiştir.

Safranbolu'ya özgü yemeklerin coğrafi işaretinin alınması bulgusuna ait katılımcı görüşleri:

K5: "Yöreye özgü yemeklerin coğrafi işareti alınarak, yöreye özgü yemek çeşitleri korunmaya alınmalıdır."

K9: "Gastronomi turizmi ürünleri arasında önemli bir yeri olan yöresel yemekler, coğrafi işaret almalıdır."

K12: "... yeni ürünlerin tescillenmesi bu konuda önemli bir husustur."

Yöresel yemeklerin füzyon mutfakla çeşitlendirilmesi bulgusuna ait katılımcı görüşleri:

K3: "Turizm ürünlerinin çeşitlendirilmesi için yöresel yemeklerin gelen turist yapısına uygun olarak çeşitlendirilmesi gerekmektedir."

K5: "Yemekler füzyon mutfak kullanılarak çeşitlendirilebilir, yöresel yemekler Uzakdoğulu misafirlere için daha az baharat ve yağ kullanımı şeklinde uyarlanabilir ve bu sayede seçenek olarak çeşitlilik sağlanabilir."

K11: "Geçmişte kalan çeşitli yöresel yemekler günümüz gastronomi koşulları ile değerlendirilerek yeni çeşitler oluşturulabilir."

Gastronomi festivalleri düzenlenmesi bulgusuna ait katılımcı görüşleri:

K4: "Gastronomi turizmi ürünlerinin eğlenceli bir yanı olan festivaller ilgi çekici şekilde devam ettirilmeli yeni ilgi çekici gastronomi festivalleri düzenlenmelidir."

K10: "Bu alanda düzenlenen gastronomi festivalleri çeşitli etkinliklerle panayır alanı gibi düzenlenebilir."

Gastronomik Ürünlerin Hediye Ürünlerine Dönüştürülmesi bulgusuna ait katılımcı görüşleri:

K3: "Gastronomi alanında hediyelik ürünlerin oluşturulması turizm alanında güzel bir çeşitlilik sağlayabilir."

K8: “Yöresel ürünler; reçeller, konserveler, kurutulmuş meyveler ve benzer gıda ürünleri turistlerin satın alabileceği ürünlere dönüştürülebilir.”

Gastronomi ve turizm faaliyetlerinin bileşenlerini bir araya getirme bulgusuna ait katılımcı görüşleri:

K12: “Gastronomi ve turizm ürünleri birbirlerini tamamlayıcı ve destekleyici olarak bir bütün olmalıdır. Örneğin; gezdiğiniz bir safran tarlası turizm faaliyeti iken, bu ürünlerin turistlere toplatılması ve çayının yapılması gastronomi ile ilişkilendirilebilir.”

4.9. Safranbolu İçin Bir Gastronomi Rotası Oluşturulabilme Durumu ve Bunun İçin Yapılması Gereken Çalışmalar

Katılımcılara, Safranbolu gastronomi rotası oluşturulabilme durumu ve bunun için nasıl bir yol izlenmesi gerektiği hakkında fikirleri sorulmuştur. Elde edilen bulgulara aşağıdaki tabloda yer verilmiştir:

Tablo 22: Gastronomi rotası önerileri

	Katılımcılar / Bulgular
Gastronomi Rotası Önerileri	K6 Safranbolu Eski Çarşı'dan Safran Tarlasına rota oluşturma
	K4 Safranbolu Yazıköy'den Eski Çarşı'ya rota oluşturma
	K5 Safranbolu'da bulunan gastronomi müzeleri arasında bir rota oluşturma

Tablo 22'de yer alan bulgular değerlendirildiğinde; rota olarak düşünülen üç buluya ulaşılmaktadır. Bu rotalara ilişkin detaylar aşağıda yer almaktadır:

Safranbolu Eski Çarşı'dan Safran Tarlasına rota oluşturma bulgusuna ait katılımcı görüşleri:

K6: Safranbolu Eski Çarşı'dan Safran Tarlasına rota oluşturma: Eski Çarşı'daki yöresel ürünler üreten / satan dükkanların gezilmesi, yöresel ürünlerin satıldığı pazarın gezilmesi, ardından restoranlarda yöresel yemekler tadıldıktan sonra Safran Tarlası'nda Safran hasadı deneyimi sonrasında, Safranlı Zerde ikramı ile rota tamamlanabilir.

Safranbolu Yazıköy'den Eski Çarşı'ya rota oluşturma bulgusuna ait katılımcı görüşleri:

K4: Safranbolu Yazıköy'den Eski Çarşı'ya rota oluşturma: Yazıköy'de Çavuş üzümü Hasadı'na katılması ardından bu üzümlerin, sofralık ve sirke veya şarap yapımına uygun şekilde ayrılması bu aşamaların ve işlemlerin turistlere gösterilmesi. Turistlerin bu alanda deneyim sağlaması ilgi çekici olabilir. Daha sonra Yazıköy Keşkeği ikramı yapılarak rota Eski Çarşı'da yöresel ürünler alışverişi ile tamamlanabilir.

Safranbolu'da bulunan gastronomi müzeleri arasında bir rota oluşturma bulgusuna ait katılımcı görüşleri:

K5: Safranbolu'da bulunan gastronomi müzeleri arasında bir rota oluşturulabilir. Kahve müzesi ve çikolata müzesi gezilebilir. Bunlara ek olarak; lokum tesisinin müze olması, safran müzesi şeklinde yeni müzeler eklenebilir. Daha kapsamlı rotalar düzenlenebilir.

4.10. Safranbolu'nun Gastro Turistlerin Tercih Ettiği Destinasyonlar Arasında Yer Alma Potansiyeli ve Güçlü, Zayıf, Fırsat ve Tehdit (Swot) Unsurlarının Değerlendirilmesi

Araştırma sonucunda elde edilen veriler değerlendirildiğinde aşağıda yer alan SWOT Matrisi tablosuna ulaşılmıştır.

Tablo 23: SWOT matrisi

Güçlü Yönler-S (Strengths)

- Safranbolu'nun UNESCO listesinde yer alması.
 - Bir çok turistik değere ve alana sahip olması;
 - Tarihi Safranbolu evleri,
 - Kent müzeleri,
 - Tarihi camiler, Ulu Camii (St. Stefanos Kilisesi), Türbeler ve Tekkeler,
 - Hamamlar, hanlar (Cinci han),
 - Köprüler, su kemeri (İncekaya),
 - Mağaralar (Bulak Mencilis)
 - Yöresel yemeklerin inanç turizmi bağlamında, helal turizme uygun olması.
 - Safranbolu gibi Karabük'ün bir diğer ilçelerinin yöresel yemeklerinin bulunması. Örneğin;
 - Eflani ilçesine özgü Hindi Bandırması yemeği ve bu ilçenin Safranbolu'ya yakın olması.
 - Yenice Mancar Sarması vd.
-

Zayıf Yönler-W (Weaknesses)

- Alt ve üst yapı çalışmalarının yetersizliği;
 - Eski Çarşı bölgesi başta olmak üzere turistik noktalarda park sorunu yaşanması
 - Bazı yolların bozuk olması
 - Turizmin yoğun olduğu dönemlerde kaldırma kapasitesinin aşılabilmesi.
 - Yeterli tanıtım yapılmaması.
 - Ulaşım sorunları;
 - Havaalanı bulunmaması,
 - Çevre kirliliği (hava kirliliği).
 - Turizm çeşitliliği potansiyelinin değerlendirilememesi.
 - Konaklama ve yeme- içme mekânlarının küçük, butik talebe uygun olması beraberinde büyük çaplı turları karşılamada sorunlar oluşturabilmesi.
-

Fırsatlar-O (Opportunities)

- Yöresel yemeklerin sunulduğu yöresel yapıtların bulunması.
 - Gastronomi turizminin gelişmesiyle birlikte turizmden daha fazla ekonomik gelir elde edilmesi.
 - Buna bağlı olarak;
 - Turizm sektöründe istihdamın artması,
 - Yöresel ürünlerin üretiminin hız kazanması,
 - Ayrıca yerel halkın kalkınması.
-

-
- Alternatif turizm çeşitleri potansiyeline sahip olması;
 - Gastronomi turizmi,
 - Kültür turizmi,
 - İnanç turizmi,
 - Mağara turizmi,
 - Agro Turizm / Eko-turizm,
 - Kamp karavan turizmi vb.

Gastronomi turizmi amacı ile gelen turist aynı zamanda yukarıda sıralanan diğ r alternatif turizm çeşitlerini de deneyimleme imkânına sahip olacaktır.

Tehditler-T (Threats)

- Bilinçsiz turizm faaliyetleri.
 - Turizm faaliyetlerinde turizm eğitimi yetersiz kişilerin aktif rol alması.
 - Tarihi yapıların restorasyon çalışmalarının gerekli şekilde yapılmaması.
 - Tarihi alanların tahrip edilmesi.
 - Yatırım eksikliği.
 - Bazı dini yapıların orijinalliğinin bozulması.
-

SONUÇ VE ÖNERİLER

Turizm, yerel gıda üretimi ile yakından bağlantılıdır. Turistlerin de yerel halk gibi yemek yemesi beklenmektedir. Yiyecek içecek ürünlerinin talepleri yerel kaynaklardan karşılanabilirse, bu yerel ekonomiye önemli bir destek sağlayabilir. Aksi takdirde, turizm ithal gıdalara olan talebi artırabilir ve bu durumda yerel tarıma zarar verebilir, ithalatı artırabilir ve turizmin ekonomik faydasını azaltabilir.

Yerel gıda üretimi tarıma ve hayvancılığa bağlı olduğundan, turizm ile bağlantıların uygun şekilde geliştirilmesi, yerli girişimcilik faaliyetinin teşvik edilmesine yardımcı olabilir. Telfer (2000), Endonezya örneğinde gösterdiği gibi, turizm yalnızca nihai tarım ürünleri için bir pazar sağlamakla kalmaz, aynı zamanda turistler için 'tarım turizmi' şeklinde deneyimler geliştirerek daha fazla gelir yaratma potansiyeli sunmaktadır. Bu çıkarımla: Yerel tarımsal üretimin daha iyi geliştiği yerlerde turizm önemli bir pazar olarak görülmektedir (Fields, 2003). Bu çıkarımlarla gastronomi turizminin geliştirilmesi sonucunda iki alanında fayda göreceği söylenebilir. Bu nedenle Safranbolu özelinde yapılan bu araştırma sonucunda ulaşılan önerilere aşağıda yer verilmektedir.

Safranbolu gastronomi turizminin geliştirilmesi ve çeşitlendirilmesi üzerine bir takım öneriler:

- Lokum festivali / Çavuş Üzümü festivali düzenlenebilir.
- Safran konseptli gastronomi müzesi yapılabilir.
- Yöresel yiyecekler hediyelik ürün olarak değerlendirilmeli ve çeşitlendirilmelidir.
- Butik restoran ve kafelere alternatif olarak fine dining (modern restoran) restoran açılabilir.
- Yöresel yiyecek pazarları gastronomi turizmi ürünlerine dahil edilmelidir.
- Yöresel yemek hikayeleri gastronomi turizmi olarak değerlendirilebilir.
- Coğrafi işaretli ürünlerin artırılması gerekmektedir.
- Gastronomi rotaları oluşturulabilir.

Gastronomi festivallerinin en önemli hedefleri arasında yer alan yemek kültürünün tanıtılması yanı sıra; yöre kültürünün yaşatılması ve uluslararası alanda tanınırlığının sağlanması da hedeflenmelidir. Bu sayede, yöresel kültür kapsamında

yöresel yemeklere olan ilgi artmakta ve bu alanda canlılık sağlanacaktır. Yöresel gastronomi ürünlerinin unutulması mümkün iken tanıtımı yapılacaktır. Ayrıca yöresel halkı bir araya getirerek milli bilince katkı sağlayacaktır. Yerel kalkınma ve turizm sektörüne de sunacağı katkılar göz önünde bulundurularak; gastronomi festivallerinin desteklenmesi ve geliştirilmesi için çalışmalar yapılmalıdır.

Mevcut literatür, turizm ve gastronomi arasında bir bağlantı olduğu görüşünü desteklemektedir. Gastronominin, turistlerin destinasyonu deneyimleme biçiminde önemli bir rol oynadığını ortaya koyan çalışmalar bulunmaktadır ve bu araştırmalarda verilerinde gezginlerin aynı destinasyonun eşsiz gastronomisinin tadını çıkarmak için geri döndüğünü göstermektedir (Kivela ve Crotts, 2005). Bununla birlikte, örneğin bir gastronomi-turizm pazar bileşenlerinin olup olmadığını gösteren çok az ampirik kanıt vardır ya da destinasyonun gastronomisi turistlerin destinasyonu ziyaret ederken yaşadıkları deneyimlerin kalitesine katkıda bulunuyor mu? Ve turistler, bu destinasyonları yeniden ziyaret etme davranışı gösteriyor mu? gibi sorulara yanıt veren araştırmalar arttırılmalıdır.

Çalışmanın sonuçları değerlendirildiğinde, Safranbolu gastronomi turizmi ürünleri mevcutta olan durumdan daha fazla geliştirilip, çeşitlendirilmelidir. Bunun için gerekli çaba verildiği görülmektedir.

KAYNAKÇA

- Ağcakaya, H. ve Can, İ., I., (2019). Somut Olmayan Kültürel Miras Kapsamında Mutfak Kültürünün Sürdürülebilirliği: Türkiye'deki Gastronomi Müzeleri Örneği. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, Vol. 3, Issue 4 (Özel Sayı), 788-804, ISSN: 2602-4144.
- Akman, M. (1998). *Yabancı Turistlerin Türk Mutfağından Beklentileri, Yararlanma Durumları ve Türk Mutfağının Turizme Katkısı Üzerine Bir Araştırma*. Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Andersson, T. D. (2007). The tourist in the experience economy. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 7(1), 46–58.
- Araci, U. E., Bulut, Z. A., Kocak, N. (2017). The Relation Among Experiential Marketing, Customer Satisfaction, And Behavioral İntention: A Study On Food and Beverage Businesses. *Economic and Social Development: Book of Proceedings*, 361-371.
- Batı Karadeniz Bölgesi Coğrafi İşaretli Ürünler (2023). <https://www.bakab.gov.tr/kategori/cografi-isaretli-urunler/> (Erişim Tarihi: 25.01.2023)
- Bekar, A., Arman, M., S., Sürücü, Ç., (2017). Turizmde Çekicilik Unsuru Olarak Gastronomi Müzeleri: Marmaris Bal Evi Örneği. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Yıl: 5, Sayı: 42, 468-477.
- Berry, L.L., Seiders, K. & Grewal, D. (2002). Understanding Service Convenience. *Journal Of Marketing, Gastronomy Journal*, 66(3), 1-17.
- Boyne, S., Hall, D., Williams, F. (2003). Policy, Support And Promotion For Food-Related Tourism İnitatives: A Marketing Approach To Regional Development. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 14(3-4), 131-154.
- Bozok, D., Kahraman, K. (2015). Kırsal Turizmde Yöresel Yemek Kültürünün Rolü: Balıkesir. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 5(1), 85-90.
- Büyükşalvarcı A, Akkaya A (2018) The Evaluation Of Gastronomy Festivals As Events Tourism. *The Journal of Academic Social Science* 6(67): 452-467.
- Cömert, M., & Çetin, K. (2017). Gastronomi Temalı Yerel Festivaller Üzerine Bir Değerlendirme. *The Journal of International Social Research*, 10(54), 1092-1101.

- Çalışkan, V. ve Koç, H. (2012). Türkiye’de Coğrafi İşaretlerin Dağılım Özelliklerinin ve Coğrafi İşaret Potansiyelinin Değerlendirilmesi. *Doğu Coğrafya Dergisi*,17 (28), 193-214.
- Çavuşoğlu, M., (2011). Gastronomi Turizmi ve Kıbrıs Mutfak Kültürü Üzerine Bir Araştırma, 527-538, Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi Basımevi.
- Demir, C., (2011). *Mutfak Turizminin Destinasyon Pazarlamasındaki Önemi*, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Demirer, H.R. (2010). *Yöresel Ürün ve Coğrafi İşaretler; Fransa ve Türkiye Üzerine Bir İnceleme*. Doktora Tezi, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Erciyas, N. ve Yılmaz, İ. (2021). Gastronomi Turizminin Gelişiminde Gastronomi Festivalleri ve Türkiye’deki Mevcut Durum, *Sanat ve Tasarım Dergisi*, 1 (1), 91-108.
- Fields, K. (2003). Demand For The Gastronomy Tourism Product: Motivational Factors. *Tourism And Gastronomy*, 50-64.
- Gentile, C., Spiller, N. & Noci, G. (2007). How To Sustain The Customer Experience: An Overview Of Experience Components That Co-Create Value With The Customer. *European Management Journal*, 25(5), 395–410.
- Getz, D. (2008). Event Tourism: Definition, Evolution, And Research. *Tourism Management*, 29, 403–428.
- Gillespie, C. ve Cousins J. A. (2001). European Gastronomy Into The 21st Century. Butterworth- Heinemann.
- Gök, S. A., Ceyhan, A., Yıldırım, F. (2017). Gastronomi Alanında Maraş Tarhanasının Değerlendirilmesi. *Aydın Gastronomy Dergisi*, 1(1), 61-70.
- Göker, G. (2011). *Destinasyon Çekicilik Unsuru Olarak Gastronomi Turizmi (Balıkesir İli Örneği)*, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı, Balıkesir.
- Günay, N. (2008). Hizmet Pazarlamasından Deneyimsel Pazarlamaya: Bir Güzellik Merkezinde Uygulama. Sözel Bildiri, 13. *Pazarlama Kongresi*, Nevşehir, 64-72.
- Harrington RJ, Ottenbacher MC (2010) Culinary Tourism. A Case Study Of The Gastronomic Capital. *Journal of Culinary Science and Technology* 8(1): 14-32.

- Hatipoğlu, A. (2010). *İnançların Gastronomi Üzerindeki Etkileri: Bodrum'daki Beş Yıldızlı Otellerin Mutfak Yöneticilerinin Görüşlerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- 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.
- Hirschman, E. C. & Holbrook, M. B. (1982). Hedonic Consumption: Emerging Concepts, Methods And Propositions. *Journal of Marketing*, 46(3), 92-101.
- Işın, A. ve Yalçın, E. (2020). Coğrafi İşaretili Ürünlerin Gastronomi Turizmi Kapsamında Değerlendirilmesi, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(4): 2507-2522.
- Işın, M. P. (2020). *Avcılıktan Gurmeliğe Yemeğin Kültürel Tarihi*. (3. Basım). İstanbul: YKY.
- Kaşgarlı Mahmud, (1986). *Divânü Lugâti't-Türk tercümesi*, 4. Cilt, Atalay, B. (Çev.). Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.
- İrigüler, F., Özdoğan, O. N. (2017). Food Festivals As A Gastronomic Event And Attendees Motivations: The Case Of İnternational. *Urla Artichoke Festival*, İzmir.
- Jakša Kivela & John C. Crotts (2005) Gastronomy Tourism, *Journal of Culinary Science & Technology*, 4:2-3, 39-55.
- Kalkınma Kütüphanesi (2023). <https://www.kalkinmakutuphanesi.gov.tr/assets/upload/dosyalar/cografi-isaretli-urunler.pdf> (ErişimTarihi: 25.01.2023)
- Kan, M., Gülçubuk, B. ve Küçükçongar, M. (2012). Coğrafi İşaretlerin Kırsal Turizmde Kullanılma Olanakları. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2012 (1) , 93-101.
- Keskin, E., Örgün, E., Akbulut, B. A. (2017). Gastronomi Kavramının Kelime İlişkilendirme Testi Aracılığıyla Analizi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(3), 255-267
- Kivela, J. ve Crotts, John, C. (2006). Tourism And Gastronomy: Gastronomy's Influence on How Tourists Experience a Destination, *Journal of Hospitality and Tourism Research*. Vol. 30, No. 3, 354-377.
- Kurgun, H. ve Özşeker, Bağırın, D. (2016). *Gastronomi ve Turizm (Kavramlar-Uygulamalar-Uluslararası Mutfaklar-Reçeteler*. 1. Baskı, Detay Yayıncılık, Ankara.

- Kutukiz, D. ve Akyürek, S. (2020). Gastro Turistlerin Deneyimleri: Gastronomi Turları Kapsamında Nitel Bir Araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8 (4), 3319-3346.
- Ligeti, L. (1986). *Bilinmeyen iç Asya*. çev. Sadrettin Karatay, Ankara: Türk Dil Kurumu.
- Long, L. (2003). *Culinary Tourism*. Lexington. ABD: The University Press Of Kentucky.
- Mankan, E. (2012). *Yabancı Turistlerin Türk Mutfağına İlişkin Görüşleri*. 13. Ulusal Turizm Kongresi bildiriler içinde (883–898). Antalya: Kutlu&Avcı Ofset.
- Mason, M., C. ve Paggiaro, A. (2012). Investigating The Role Of Festivalscape İn Culinary Tourism: The Case Of Food and Wine Events. *Tourism Management*, 33, 1329-1336.
- Milli Folklor Dergisi (2022). <http://www.millifolklor.com> (Erişim Tarihi: 10.01.2022)
- Oğan Y. ve Özkaya, F. D. (2019). Üniversite Çalışanlarının Yiyecek İçecek Tercihleri ve Hijyen Sanitasyon Üzerine Bir Araştırma. *The Journal of Academic Social Science*, 7(93), 289-308.
- Önçel, S. (2015). Türk Mutfağı ve Geleceğine İlişkin Değerlendirmeler. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(4), 33–44.
- Öney, H. (2013). *Gastronomi Turizmi. Alternatif Turizm*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları. Eskişehir, Web Ofset Tesisleri, 159-171.
- Özdemir G. ve Altın D. (2019). Gastronomi Kavramları ve Gastronomi Turizmi Üzerine Bir İnceleme. *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt 12, Sayı 1, ss. 1-14.
- Özdemir, G. (2008), *Destinasyon Pazarlaması*. Detay Yayınları, Ankara.
- Özmen, N. ve Eren, M. (2020). Safranbolu’da Gastronomi Turizminin Geliştirilmesine Yönelik Bir Araştırma. *Econder International Academic Journal*, 4 (1).
- Pine, J. B. & Gilmore, J. H. (1998). Welcome To The Experience Economy. *Harvard Business Review*, 76(4), 97-105.
- Robinson, R. N. S., and Clifford, C. (2012). Authenticity and Festival Foodservice Experiences. *Annals of Tourism Research*, 39(2), 571–600.
- Sarıışık, M. ve Özbay, G. (2015). Gastronomi Turizmi Üzerine Bir Literatür İncelemesi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, Cilt 26, Sayı 2, Güz: 264 – 278.

- Schmitt, B. (1999). Experiential marketing. *Journal of Marketing Management* 15, 53–67.
- Seçim, Y. (2020). Gastronomy Festivals in Turkey. *Selected Academic Studies from Turkish Tourism Sector* (ss. 223-234). Berlin: Peter Lang.
- Sengel T., Karagöz, A., Cetin, G., Istanbulu Dinçer, F., Ertuğrul S.M., ve Balık, M. (2015). Tourists' Approach To Local Food. *Procedia Social and Behavioural Sciences*, 195, 429-437.
- Sezen N. (2021). *Gastronomi Festivalleri Ve Yiyecek İmajının Gastronomi Destinasyonu Oluşturmaya Etkisi: Hatay Örneği*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı, Nevşehir.
- Sezer, S. Mustafa, (2010), *Türkiye Turizm Sektöründe Müze Turizminin Payının Değerlendirilmesi*, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Üniversitesi, Ankara.
- Sharma, R. & Sharma, V. (2011). Experiential Marketing: A Contemporary Marketing Mix. *International Journal of Management and Strategy*, 2(3), 1-10.
- Sims, R. (2009). Food, Place And Authenticity: Local Food And Sustainable Tourism Experience. *Journal of sustainable Tourism*, 17(3), 321-336.
- Sormaz, Ü. and Güneş, E. (2016). Traditional Culinary Museums: Samples from Turkey. *International Journal of Humanities and Social Science Invention*, 5(6): 27-31.
- Şengül, S., Türkay, O. (2016). Akdeniz Mutfak Kültürünün Gastronomi Turizmi Bağlamında Değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(Special Issue 1), 86-99.
- Torlak, Ö., Altunışık, R. & Özdemir, Ş. (2007). *Yeni Tüketici*. Ö. Torlak, R. Altunışık ve Ş. Özdemir, (Ed.), Yeni Müşteri içinde (9-14). Ankara: Hayat Yayınları.
- TRT Haber (2023). <https://www.trthaber.com/foto-galeri/safranbolu-kitiri-cografisaret-tescil-belgesi-aldi/31952.html> (Erişim Tarihi: 20.01.2023)
- Tsaur, S. H., Chiu, Y. T. & Wang, C. H. (2006). The Visitors Behavioral Consequences Of Experiential Marketing: An Empirical Study On Taipei Zoo. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 21(1), 47-64.
- Türk Dil Kurumu (TDK) Sözlüğü (2022)., <https://sozluk.gov.tr/> (Erişim Tarihi: 18.10.2022)
- Üner, E. H. 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.

- Üner, E.H. (2014). *Her Şey Dahil Sistemde Türkiye Gastronomi Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Wolf, E. (2006). *Culinary Tourism The Hidden Harvest*. Abd- Iowa: Kendall/Hunt Publishing Company.
- Yeniçağ Gazetesi (2023). <https://www.yenicaggazetesi.com.tr/safranbolu-kitirite-scillendi-327029h.htm> (Erişim Tarihi: 20.01.2023)
- Yılmaz, H. ve Şenel ,P. (2014). Turistik Bir Çekicilik Olarak Gastronomi Müzeleri. 499-510. 15. *Ulusal Turizm Kongresi. Engelsiz Turizm Kongre Kitabı*. 1615 Ankara.
- Yüncü, H. R. (2010). Yerel Değerler ve Yayla Turizmi Sürdürülebilir Turizm Açısından Gastronomi Turizmi ve Perembe Yaylası, 10. *Aybastı-Kabata Kurultayı*, Ankara.
- Zağralı, E. (2014). *Destinasyon Çekicilik Unsuru Olarak Mutfak Turizmi (İzmir Yarımadası Örneği)*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, İzmir.
- Zahar, M.S.M, Jalis, M.H, Zulfifly, M.I, Radzi, S.M, Othman, Z (2009). Gastronomy: An Opportunity for Malaysian Culinary Educators, *International Education Studies*. Vol:2, no:2, 66-71.

TABLolar LİSTESİ

Tablo 1: Türkiye’de ocak ayında düzenlenen festivaller	32
Tablo 2: Türkiye’de şubat ayında düzenlenen festivaller	32
Tablo 3: Türkiye’de mart ayında düzenlenen festivaller	33
Tablo 4: Türkiye’de nisan ayında düzenlenen festivaller	33
Tablo 5: Türkiye’de mayıs ayında düzenlenen festivaller	34
Tablo 6: Türkiye’de haziran ayında düzenlenen festivaller.....	34
Tablo 7: Türkiye’de temmuz ayında düzenlenen festivaller.....	35
Tablo 8: Türkiye’de ağustos ayında düzenlenen festivaller	36
Tablo 9: Türkiye’de eylül ayında düzenlenen festivaller	37
Tablo 10: Türkiye’de ekim ayında düzenlenen festivaller	37
Tablo 11: Türkiye’de kasım ayında düzenlenen festivaller	38
Tablo 12: Türkiye’de aralık ayında düzenlenen festivaller	38
Tablo 13: Mülakat formunda yer alan sorular	50
Tablo 14: Katılımcılara ait demografik özellikleri	51
Tablo 15: Gastronomi turizmi ürünleri kavram bilinilirliği.....	52
Tablo 16: Safranbolu gastronomi turizmi ürünleri	53
Tablo 17: Safranbolu yöresel yemekleri / yiyecekleri	56
Tablo 18: Safranbolu’daki coğrafi işaretli ürünler.....	59
Tablo 19: Safranbolu’daki gastronomi etkinlikleri.....	61
Tablo 20: Gastronomi turizmi ürünlerinin geliştirilmesi	63
Tablo 21: Gastronomi turizmi ürünlerinin çeşitlendirilmesi	65
Tablo 22: Gastronomi rotası önerileri.....	67
Tablo 23: SWOT matrisi.....	69

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Gastronomi alanında yer alan çalışma konuları	16
Şekil 2: Gastronomi çalışmalarının disiplinler arası modeli	18
Şekil 3: Türk mutfak kültürünün tarihsel gelişimi	19
Şekil 4: Günümüz Türk yemek kültürüne ilişkin yiyecekler	20
Şekil 5: Gastronomi festivalinden bir kesit	31
Şekil 6: Gastronomi müzelerine ait görseller	40
Şekil 7: Gastronomi müzelerinde sergilenen figürler.....	41
Şekil 8: Safranbolu lokumu	44
Şekil 9: Safranbolu safranı	45
Şekil 10: Safranbolu çavuş üzümü	46
Şekil 11: Safranbolu maniye domatesi	47
Şekil 12: Safranbolu kıtırı	47

EKLER

EK 1:

MÜLAKAT FORMU

Sayın Katılımcı,

Bu mülakat formu “Gastronomi Turizmi Ürünlerinin Geliştirilmesi ve Çeşitlendirilmesi: Safranbolu Üzerine Bir Araştırma” adlı tez çalışmasına yönelik araştırma yapmak amacıyla hazırlanmıştır. Soruların cevaplanması en fazla 20-30 dakika sürmektedir. Soruları cevaplarken isim belirtmeniz kesinlikle istenmemektedir. Cevaplarınıza ilişkin gizlilik kesin bir şekilde sağlanacak ve toplanan veriler yalnızca bilimsel araştırma amacıyla kullanılacaktır. Soruları cevaplandırarak araştırmaya yapacağınız önemli katkıdan dolayı şimdiden çok teşekkür ederiz.

Prof. Dr. Hüseyin Avni KIRMACI

Nurdan ÖZMEN

Karabük Üniversitesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları ABD

SORULAR

- 1) Gastronomi turizmi ürünleri kavramını daha önce duydunuz mu?
- 2) Gastronomi turizmi ürünlerini nasıl tanımlarsınız/açıklarsınız?
- 3) Safranbolu özelinde aklınıza gelen gastronomi turizmi ürünleri nelerdir?
- 4) Safranbolu yöresel yemekler bakımından zengin midir?
- 5) Safranbolu'nun coğrafi işaretli ürünleri hakkında bilgi sahibi misiniz?
- 6) Safranbolu'da gastronomi alanında düzenlenen etkinlikler nelerdir?
- 7) Safranbolu gastronomi turizmi ürünleri nasıl geliştirilebilir?
- 8) Safranbolu gastronomi turizmi ürünlerini çeşitlendirmek için neler yapılabilir?
- 9) Safranbolu için bir gastronomi rotası oluşturulabilir mi? Bunun için ne tür çalışmalar yapılabilir?
- 10) Safranbolu'nun gastro turistlerin tercih ettiği destinasyonlar arasında yer alma potansiyeli nedir? Güçlü, Zayıf, Fırsat ve Tehdit (swot) unsurlarını nasıl değerlendirirsiniz?

Demografik Bilgiler

Yaş:

Cinsiyet:

Öğrenim Durumu:

Meslek:

ÖZGEÇMİŞ

2012-2017 yılları arasında ilk yılı yabancı dil eğitimi olmak üzere, lisans eğitimini Düzce Üniversitesi Akçakoca Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik bölümünden mezun olarak tamamladı. Lisans eğitiminin son yılı olan 2016-2017 yılları arasında Düzce Üniversitesi Eğitim Fakültesi'nde Pedagojik Formasyon eğitimini tamamladı. 2017-2018 güz döneminde başlamış olduğu Karabük Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı tezli yüksek lisans programından Ocak 2020'de mezun oldu. 2018-2019 eğitim-öğretim döneminde Yenice Anadolu Lisesi ve Halk Eğitim Merkezi'nde Almanca öğretmeni olarak görev yaptı. 2020-2021 eğitim-öğretim döneminde Karabük Necip Fazıl Kısakürek Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi'nde Ulaştırma Hizmetleri Alanı'nda öğretmen olarak görev yaptı. 2020-2021 Bahar Dönemi'nde Karabük Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı'nda tezli yüksek lisans eğitimine başladı. 2021-2022 eğitim-öğretim döneminde, Yortan Çok Programlı Anadolu Lisesi'nde Yiyecek İçecek Hizmetleri öğretmeni olarak görev yaptı. Aynı dönemde özel bir okulda Almanca dersleri vermiştir. 2023-2024 eğitim-öğretim döneminde, özel bir eğitim kurumunda yabancı dil öğretmeni olarak çalışmaya devam etmektedir. İngilizce ve Almanca dillerini bilmektedir. Akademik ve edebi alanda yayınlamış olduğu makaleleri bulunmaktadır.

Yayımlar

- Özmen N., (2022). Moleküler Gastronomi Yöntemi Kullanılarak Yapılan Yemek Fotoğraflarının Göstergebilim (Semi-yotik) Tekniği İle İncelenmesi. *Gastroia: Journal of Gastronomy And Travel Research*, 6 (2) , 421-430.
- Özmen N. ve Eren, M., (2020). Safranbolu'da Gastronomi Turizminin Geliştirilmesine Yönelik Bir Araştırma. *ECONDER Dergisi*, 4 (1): 142-168.
- Özmen N. ve Eren, M., (2021). Safranbolu Destinasyonunun İnanç Turizmi Potansiyeline Yönelik Swot Çalışması. *Ekonomi, İşletme ve Yönetim Dergisi*. Cilt/Vol:5,1,62-82
- Özmen N., (2021). Moleküler Gastronomi Yöntemi Kullanılarak Yapılan Yemek Fotoğraflarının Göstergebilim (Semi-yotik) Tekniği İle İncelenmesi. *Balikesir*

Üniversitesi 21. Ulusal 5. Uluslararası Turizm Kongresi.

Özmen N., (2020). *Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Turizm İşletmelerinin Çevre Duyarlılığının Belirlenmesi: Safranbolu Örneği*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Karabük Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Karabük.

Özmen N. (2020). (Bölüm Yazarı). *Salgın Günleri Hikayeleri*, İstanbul / Elma Yayınevi.

Karabük Üniversitesi SKS Yayınları. (2019). (Bölüm Yazarı) *Bizim Hikayemiz 1-3* Seri Kitapları