

Yöresel Mutfakların Gastronomi Turizmindeki Önemi: Kastamonu Mutfağı Örneği

Yüksek Lisans Öğrencisi Oğuz ÇAM
Kastamonu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
oguzcam911@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0003-3222-3367>

Dr. Öğr. Üyesi Hakkı ÇILGINOĞLU
Kastamonu Üniversitesi, Turizm Fakültesi
hcilginoglu@kastamonu.edu.tr
<https://orcid.org/0000-0002-6787-3397>

DOI: <https://doi.org/10.37847/tdad.885081>

Makale Türü: Derleme

Makale Gönderim Tarihi: 22.02.2021

Makale Kabul Tarihi: 27.02.2021

Özet

Bu çalışmanın problemi; yöresel mutfakların insanlar arasında yeterince tanınmaması, öneminin bilinmemesidir. Bu konuyla ilgili daha çok teorik ve pratik çalışmaların sağlanması gerektiğinin altı ısrarla çizilmektedir. Özellikle teorik çalışmaların da pratik çalışmalarla birlikte zenginleştirilmesi ve desteklenmesi önemli olarak görülmektedir. Yöresel mutfakların bilinirliğinin artması ve yöresel mutfakların gastronomi turizmindeki önemini vurgulanması amacıyla bu çalışma başlatılmaktadır. Çalışmanın diğer amaçları ise; Kastamonu destinasyonunun; bilinirliğini artırmak, yöresel lezzetlerine dikkat çekmek, gastronomi turizmi gelirlerinden yüksek bir pay elde edebilmesini sağlamak, şehir imajı ve kimliğine gastronomi açısından olumlu katkılar sağlamaktır. Gastronomi turizminde apayrı bir önem ifade eden yöresel mutfaklar, bir şehrin turizm imajına etki etmektedir. Yöresel mutfakların ulusal ve uluslararası platformlarda etkili ve verimli bir şekilde tanıtılmasıyla gastronomi destinasyonlarının gastronomi turizmi gelirlerinin ve gastro turist sayılarının artacağı tahmin edilmektedir. Sonuç olarak; Kastamonu yöresel mutfağı gastronomi turizmi açısından tartışmasız büyük bir öneme sahiptir. Bu şehre özgü yöresel lezzetler, çeşitli çalışmalar, etkinlikler, festivaller ve aktiviteler sayesinde insanlara aktarılmaya çalışılmaktadır. Kastamonu yöresel mutfağı, şehrin tarihi, kültürel ve turistik değerlerinden, yaşayış biçiminden çeşitli izler taşımaktadır. Bu izler de turistlerin Kastamonu'ya gastronomi amaçlı seyahat etmesinde etkili olmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Yöresel Mutfak, Yöresel Yiyecek ve İçecek, Gastronomi Turizmi, Kastamonu, Kastamonu Mutfağı.

The Importance of Local Kitchen in Gastronomy Tourism: The Case of Kastamonu Kitchen

Abstract

The problem of this study; The reason is that local cuisines are not known enough among people and their importance is not known. It is insistently underlined that more theoretical and practical studies on this subject should be provided. It is considered important to enrich and support theoretical studies together with practical studies. This study is started in order to increase the awareness of local cuisines and to emphasize the importance of local cuisines in gastronomy tourism. Other aims of the study are; Kastamonu destination; to increase awareness, to draw attention to local tastes, to ensure that it can obtain a high share of gastronomic tourism revenues, to make positive contributions to the city image and identity in terms of gastronomy. Local cuisines, which have a special importance in gastronomic tourism, affect the tourism image of a city. It is estimated that gastronomy tourism revenues and gastro-tourist numbers of gastronomy destinations will increase with the effective and efficient promotion of local cuisines in national and international platforms. As a result; Kastamonu local cuisine has an indisputable importance in terms of gastronomic tourism. Local flavors unique to this city are

tried to be conveyed to people through various studies, events, festivals and activities. Kastamonu local cuisine bears various traces from the city's historical, cultural and touristic values and lifestyle. These traces are also effective in the tourists' travel to Kastamonu for gastronomic purposes.

Keywords: Local Cuisine, Local Food and Drink, Gastronomy Tourism, Kastamonu, Kastamonu Cuisine.

Giriş

Rızaoğlu, Ayazlar ve Gençler (2013: 676), turistlerin yiyecek ve içecek tüketimine etki eden mühim bir ferdi eğilim olan türlülük arayışının, değişik varış yerlerindeki yemekleri merak etme, egzotik yiyecekler tatma gibi davranışları birlikteliğinde getirebildiğine değinmektedir. Bir yörenin veya bölgenin kültürünü tanımada o bölgenin yiyecekleri, pişirme yöntemleri, değerlendirilen yeme ve içme araçları gibi mutfak kültürünü aksettiren unsurların tecrübe edilmesi önemli olarak görülmektedir. Hâlihazırda turistler artık kitlesel turizm hareketlerinden daha çok gidilen varış yerlerinin tarihini, kültürünü, yaşam şekillerini tanımak, yöreye has olan durumları tecrübe etmek amacıyla yolculuk gerçekleştirme eğilimindedirler. Turizm hareketlerinde, geleneksel ve kültürel değerler önem kazanmakta ve turist tercihleri yöresel değerlerine sahip çıkan varış yerlerine doğru yönelmeye başlamaktadır (Sünnetçioğlu, Can ve Durlu Özkaya, 2012: 959; Bilgin, 2018: 1).

Hâlihazırda kişiler bir nesneyi tüketirken aynı zamanda o nesnenin nasıl var olduğunu sorgulamaya başlamaktadırlar. Bilgi çağının getirdiği farklılaşan tüketim kalıplarıyla beraber turistler, yolculuklarının daha çok keşfedici özelliğinin olmasına önem göstermektedirler. Bu tür eğilimlerde olan turistlerin yolculuklarında kültürel unsurlara çok önem gösterdikleri ve git gide bu tarz turistlerin sayılarının artış gösterdiği gerçekleştirilen araştırmalarla ortaya konmaktadır. Destinasyona has kültürel unsurlardan birisi olan yöresel yiyecekleri tecrübe etme arzusu da bu keşif unsurlarından birisi olmaktadır. Yöresel yiyecekler ile ilgili farkındalık hem yöresel halk hem de turist tarafından günden güne artmakta, bu hal destinasyonun potansiyel mutfak kültürünü turizme kazandırmasında önem arz etmektedir (Akdemir, 2018: 1).

Turizmde kültürel çekiciliklerden biri olan yeme - içme olgusu, destinasyonun kimliği ve kültürüyle yakından ilişkili olmaktadır. Destinasyona has yöresel yemekler bir bölgenin sahip olduğu kimliğin bir ifadesi olarak görülmektedir. Bu nedenle yöresel yemeklerin tüketilmesi bir manada yöresel kültürü tanıma, özdeşleştirme ve tecrübe etme anlamına gelmektedir. Ayrıyeten tarihi değerlerin geleneksel doku içerisinde ve yine geleneksel hayat şekli deforme olmadan turizme kazandırılması sürdürülebilirlik yönünden de önem belirtmektedir. Diğer yandan yerel mutfak kültürünün turizme kazandırılması bölgesel kalkınmanın belli başlı araçlarından bir tanesidir. Bölgesel kalkınma aynı zamanda yörede bulunan kaynakların etkili bir biçimde değerlendirilmesiyle doğru orantılı olmaktadır. Bu doğrultuda yöresel yiyeceklerin yörede bulunan yiyecek ve içecek işletmelerinin menülerinde yer alması ile hem yöresel halkın hem de turistlerin bu ürünlere ulaşımı sağlanacaktır. Varış yerleri yerel mutfak kültürünü turizme kazandırarak, yöreye has olan yiyecekleri ve içecekleri turistlerin hem tatildeyken deneyimleyebilmesine hem de yöresel pazarlardan satın almasına ve evlerine giderlerken de götürebilmelerine imkân tanıyacaktır. Bu sayede yöresel mutfak, yöresel halkın kendi kültürlerini sergilemesi, tanıtması ve paylaşması ile iktisadi boyutta; gurur kaynağı olarak görmesiyle de sosyo - kültürel boyutta yöreye destek sağlamaktadır (Akdemir, 2018: 1-2).

Bu araştırmanın problemi; yöresel mutfakların insanlar arasında yeterince tanınmaması, öneminin bilinmemesidir. Bu konuyla ilgili daha çok teorik ve pratik çalışmaların sağlanması gerektiğinin altı ısrarla çizilmektedir. Özellikle teorik çalışmaların da pratik çalışmalarla birlikte zenginleştirilmesi ve desteklenmesi önemli olarak görülmektedir.

Yöresel mutfakların bilinirliğinin artması ve yöresel mutfakların gastronomi turizmindeki öneminin vurgulanması amacıyla bu çalışma başlatılmaktadır. Çalışmanın diğer amaçları ise;

Kastamonu destinasyonunun; bilinirliğini artırmak, yöresel lezzetlerine dikkat çekmek, gastronomi turizmi gelirlerinden yüksek bir pay elde edebilmesini sağlamak, şehir imajı ve kimliğine gastronomi açısından olumlu katkılar sağlamaktır.

Turizm içerisinde oldukça önemli bir yere sahip olan gastronomi turizmi türünün daha geniş kitleler tarafından bilinmesi için bu alana ilişkin çeşitli özgün çalışmaların artırılması gerekmektedir. Bu durum, yerel ve ulusal açıdan göz önünde bulundurulduğunda yöre halkına, ülke vatandaşlarına sosyolojik ve ekonomik yönden bir katkı sağlayacaktır. Gastronomi turizminin gelişmesinde önemli bir faktör olduğu düşünülen tanıtım faktörünün etkin bir şekilde kullanılmasıyla gastro turistlerin ilgisi daha çok kazanılacak ve ilgili gastronomi destinasyonları bu anlamda ön plana çıkacaktır. Gastronomi turizminde apayrı bir önem ifade eden yöresel mutfaklar, bir şehrin turizm imajına etki etmektedir. Yöresel mutfakların ulusal ve uluslararası platformlarda etkili ve verimli bir şekilde tanıtılmasıyla gastronomi destinasyonlarının gastronomi turizmi gelirlerinin ve gastro turist sayılarının artacağı tahmin edilmektedir.

Çalışma kapsamında, Kastamonu ilinin dışındaki illerin yöresel mutfaklarına genel olarak ayrıntılı bir şekilde değinilmemektedir.

Mutfak Kavramı

Evlerde fiziksel bir alan olarak, yiyecek - içeceklerin temizlendiği, hazırlandığı ve kimi zaman yenildiği bir yer olarak belirtilen mutfak, sadece evlerin bir bölümünü meydana getiren fiziksel alan olmamakta, aynı sürede ise kültürün bir parçası olarak insanların karşısına çıkmaktadır (Aktaş ve Özdemir, 2007: 3). İşletme boyutunda mutfak, her çeşit yiyeceğin hazırlanma işleminin yapıldığı, pişirildiği ve kimi zaman da işletmenin bünyesi gereği tüketildiği yer biçiminde açıklanabilmektedir (Kaya, 2000: 52).

Gvion ve Trostler (2008: 950) ise mutfağı; bir halk ve bölgeyle bütünleşmiş olan yiyeceğin hazırlanışında değerlendirilen malzemeler, pişirme, sunum ve tüketim metotlarının bir bileşimi olarak ifade etmektedirler.

Yöresel Mutfak

Bölge ve toplulukları daha yakından tanıyabilmek için gıda ürünleri ve mutfak özellikleri bir araç haline gelmiştir. Bu hal de son senelerde yiyecekleri, seyahat tecrübesinin git gide merkezine oturtmaya başlamıştır (Lopez ve Martin, 2006). Pearce (2002), gerçekleştirdiği araştırmada yiyeceklere olan bu artış gösteren ilginin, turistler için bir varış yerinin çekiciliğinin önemli bir bölümü ve güdüleyici bir anahtar durumuna geldiğini ifade etmektedir.

Gastronomi turizmi kapsamında olabildiğince önemli yer tutan yöresel yiyecekler ve içecekler, ister gastronomi turizmi amaçlı olarak hareket etsin, isterse başka turizm çeşitleri kapsamında hareket etsin pek çok turistin dikkatini cezbetmekte ve turistlerin tercihlerine etki etmektedir. Bu tercihlerin yerel halk ve ekonomisi üstündeki etkileri bölgede mühim bir kazanç ögesi olabilmektedir (Şengül ve Türkay, 2016: 65).

Turizm pazarının git gide mühim bir kısmı haline gelen gastronomi turizmi içinde, yerel yiyecek - içeceklerin tüketilmesinin, turistleri ziyaret gerçekleştirdikleri yerlerin kültürüne yakınlaştırdığı bilinmektedir (Kim ve Eves, 2012). Bundan dolayı varış yerleri, yerel yiyecek-içecekleri turizm ürünlerinin içine dâhil etmeye çalışmaktadır (Plummer, Telfer, Hashimoto ve Summers, 2005).

Turizmde önemli bir yeri bulunan yiyecek ve içecek deneyiminin, en önemli ilkelerinden birisi yöresel mutfak kavramıdır (Şengül ve Türkay, 2016: 65). Yöresel mutfak; yöreye has olan ürünlerle yerel adetlerin birleştirilmesi neticesi meydana gelen, yöre halkı tarafından kendine has yöntemlerle pişirilerek sunumu yapılan ve dini veya milli duygular ile tasarımı yapılan yiyecek - içeceklerin tamamı olarak tanımlanabilmektedir (Şengül ve Türkay, 2015: 600).

Yerel yiyeceklerin gelişmesi ve yayılabilmesi için bir pazar ortaya çıkarabilen yöresel ürünler, turizm ürününü geliştirerek bu ürünlere güç kazandırmaktadır (Boyne, Hall ve Williams, 2003). Renko, Renko ve Polonijo (2010)'ya göre yöresel gıda hazırlama sürecine katılmak için turistler özendirilerek ürünlere değer katılabilir ve turistlerin deneyimi ortaya çıkarılabilir.

Yerel ürünlerin özgünlüğü, özel bir alanda, belirli bir kültürde köklenmesiyle ve çoğunlukla tarihi derinlik, bilgi, beceri, yeme alışkanlığı ve başka gelenekleri kapsamaktadır ki bu özellikler yerel ürünleri çekici yapan, onların satışlarına etki eden öğelerin başında gelmektedir (Şengül ve Türkay, 2016: 66).

Yöresel kültürün turistler tarafından algılanmasında yerel yiyecekler ve içecekler mühim bir öğe olarak düşünülmektedir (Kim ve Eves, 2012). Yerel mutfak öğelerinin kültürel unsurları varış yerleri için mühim çekicilik ve rekabet avantajları sağlayabilecektir. Turistlerin bu yerel yiyecek ve içeceklere tatil tecrübelerinin içinde yer vermesi varış yerlerinin gelecekte olumlu olarak anımsanabilmesinde önemli bir imaj avantajı oluşturabilecektir (Şengül ve Türkay, 2016: 66).

Alonso ve Liu (2011) yerel mutfakların, turizm varış yerlerinin sahip oldukları profilleri yükseltmekte, yeni fırsatlar ortaya çıkarmakta ve kalkınmalarına katkı sağlamak için fırsatlar sunmakta olduğunu ifade etmektedirler. Son senelerde yerel mutfakların destinasyon pazarlamasında kullanımı büyük önem arz etmektedir (Kivela ve Crotts, 2006; McKercher, Okumus ve Okumus, 2008; Henderson, 2009).

Varış yerleri, yöresel mutfakları değerlendirerek kendilerini potansiyel müşterilerinin gözünde farklılaştırabilmektedir. Fakat varış yerlerinin bunu gerçekleştirirken potansiyel müşterilerin gereksinimlerini ve beklentilerini göz önünde bulundurması gerekmektedir (Du Rand, Heath ve Alberts, 2003; Hashimoto ve Telfer, 2006). Özellikle yerel - doğal yiyeceklerden haz duyan turistlerin, yerel - ulusal mutfaklara dair bilgi sahibi olmak ilgi alanlarına girmektedir. Yerel yiyecek olarak isimlendirilen ürünlere daha çok ödeme yapmaya hazır olan turistler, bu ürünlere ilişkin sahip oldukları bilginin harcama seviyelerini etkilediklerini ifade etmektedirler (Everett ve Aitchison, 2008).

Kim ve Eves (2012) gerçekleştirdikleri çalışmada kişileri yöresel yiyeceklere yönlendiren güdülerini heyecan verici bir tecrübe, alışlagelenden kaçış, sağlık endişesi, kültürel deneyim, birliktelik, prestij ve duyulara hitap etmenleri altında toplamakta ve bu öğelerin yöresel yiyecek - içecekleri tercihte belirleyici öğeler olduğunu ifade etmektedirler.

Günden güne önemi artan ve turistlerin gelişen teknoloji sayesinde hakkında daha hızlı bilgiye erişebildiği yerel mutfak kültürleri, bölgeye seyahat gerçekleştirmek isteyen insanların ilgisini çekmektedir. Sosyal medya kanallarının artış göstermesi, paylaşımı yapılan yerel yemek fotoğrafları ve bunlara ilişkin gerçekleştirilen yorumlarda kişilerin bu hususta araştırma yapmasının ve bilgi edinmeye çalışmasının önemli nedenleri arasında bulunmaktadır (Şengül ve Türkay, 2016: 66).

Türk Mutfak Kültüründe Yöresel Mutfakların Önemi

Kültür ve yemek; beşeri bilimlerin belli başlı konseptleri olarak kabul edilmektedir. Kültürün, bulunduğu topluma biçim kazandıran bir unsur olduğu göz önünde bulundurulduğunda; yemek, kültürün özelliklerini ihtiva eden ve kültür ile doğrudan ilişkiye sahip olan bir konsepttir (Sağır, 2012: 2676).

Bir bölgede yaşamını sürdüren kişilerin yemek kültürüne bakıldığında; bu kişilerin yaşamlarını devam ettirdikleri coğrafya, dinsel inanışları, sosyal ve ekonomik halleri vb. gibi hususlarda bilgi sahibi olunabilir. Örneğin, tuzlu su ürünlerini sık sık tüketen bir topluluğun dağlık bir coğrafyada hayatını sürdürmediği anlaşılabilmektedir. Tekrar aynı biçimde, soğuk bölgelerde vücut ısını muhafaza etmek için bol yağlı - şekerli yiyecekler tercih edilirken, sıcak bölgelerde ise hafif yiyeceklerin tercih edildiği gözlemlenebilmektedir (Güler, 2007: 19-28). Türkiye'de

bugün genellikle Marmara Bölgesi'nde hayatını devam ettiren Kafkasya asıllı halkların yerel mutfaklarında yoğunlukla et ve hamur işleri bulunması, buldukları bölge şartlarıyla açıklanabilmektedir. Yiyecek - içecekler, üretimi yapıldıkları bölgenin kültürel özelliğine göre sembolik bir değer taşımaktadır. Bu durumdan hareket ile yemek, aynı zamanda hem kültürü etkilemekte, hem de kültürden etkilenmektedir (Sağır, 2012: 2679).

Yerel yemekler, yapıldıkları bölgenin kültürünün kimliği konumundadır. Yerel yemeklerin ana malzemesinin ne olduğu, söz konusu malzemenin hangi şartlarda sağlandığı, nasıl işlendiği, değerlendirilen pişirme yöntemleri, yemeğin hangi mevsim zamanında yendiği ve nasıl servisinin yapıldığı gibi pek çok etmen bölge bölge değişiklik gösterdiğinden dolayı özel olarak araştırılması zorunluluğunu doğurmaktadır (Halıcı, 2009; Kaya, 2016: 24).

Gastronomi

Gastronomi, içerisinde barındırdığı bütün bilimsel ve sanatsal öğelerle yiyecek - içeceklerin tarihi gelişim sürecinden başlayarak bütün özelliklerinin ayrıntılı bir şekilde anlaşılması, uygulanması ve geliştirilerek günümüz koşullarına uyarlanması faaliyetlerini kapsayan bir bilim dalı olmaktadır (Eren, 2007: 74).

Gastronomi; iyi düzenlenmiş, sağlığa uygun, hoş - lezzetli olan mutfak, yemek düzeni ve sistemidir (Ünlü ve Dönmez, 2008: 2). Santich (2004: 17)'e göre gastronomi, yalnızca yiyecek ve içecek temelli olmamakta, aynı zamanda da yiyecek - içeceğin ne zaman, nerede, nasıl, neden yenildiğine, içildiğine odaklanan bir bilim olmaktadır. Gastronomi, belli ülke ve bölgelere ilişkin, mutfak geleneklerini - göreneklerini de içeren, iyi yiyecek yeme bilim ve sanattır (Hatipoğlu, 2010: 6).

Gastronomide amaç, muhtemel olan en iyi beslenmeyle kişinin korunması ve yaşamdan haz duyulmasının sağlanmasıdır. Yenilebilir bütün maddelerin hijyenik olabilen lakin sağlığa uygun olması gerekmeyen biçimde, en fazla damak ve göz zevkini amaç edinerek, yemeye hazır bir halde sofraya getirilmesine değin geçen süreç gastronominin alanında bulunmaktadır (Akgöl, 2012: 21). Yiyecek - içeceklerin hazırlanarak sunulması, bilindiğin ötesinde bir sanatı belirtmekte ve bu hal de gastronominin sanat yönünü yansıtmaktadır. Burada en önemli konu, gastronomi sanatının insanın var olmasından hâlihazıra değin uzanan bir yolculuk olmasıdır. Diğer bir ifadeyle, insan gereksinimleri merdivenin en alt basamağında yer alan yeme - içme olayı, sanatsal (gastronomik) bir yaklaşımla merdivenin en üst basamağına kadar çıkabilmektedir. Kişinin tüm duyu organlarına hitap edebilen gastronomi, estetik değerlerin tümünü yapısında barındırmaktadır. Yiyecek - içecekler; işitsel, görsel, tatsal ve lezzet güzellikleriyle ortaya serilmektedir. Bu sebeple yapılan her yemeğin tabağı ve sunulan içkinin bardağı; hemen hemen estetik ve güzellik endişeleriyle ortaya konmaya gayret edilmiş bir sanat eseri kapsamını ifade etmektedir. Bu kapsamda, ışık, gölge, renkler doğal kompozisyonlarını bulurken; kıvam ve aromalar ise bu esere ayrı bir ambiyans katarak toplamda bir ruhun meydana gelmesine katkıda bulunmaktadır (Akgöl, 2012: 21-22).

Gastro Turist

Gastronomi turizminin gelişmesinde yöresel yiyecek - içecekler, söz konusu varış yeri için özgün bir çekim ögesi olmaktadır. Çoğunlukla gelir ve eğitim düzeyi yüksek olan grupların, yerel tatları ve kültürü tecrübe etme istekleri sayesinde gastronomi turizmi gelişme göstermekte ve yaygınlaşmaktadır (Bekar, Kılıç ve Şahin, 2011). Ayrıyeten toplumsal bir aktivite olarak nadir görülen yiyecek - içecekleri keşfetmek amacıyla çeşitli kültürlerle, yurt içi ve yurt dışı varış yerlerine seyahat gerçekleştiren bu gruplar gastro turizm ve gastro turist kavramlarının meydana gelmesini sağlamaktadır. Bu hususta gastro turist kavramı, yalnızca yemek yemek amacıyla buldukları ülkeden ya da ilden diğer bir ülkeye ya da ile gidebilecek boş zamana, yeterince maddi imkân ve arzuya sahip olan insanlar olarak belirtilmektedir (Hatipoğlu, 2010).

Long (2010)'a göre gastro turist, farklı sebeplerle seyahate çıkan turistlerin veya yalnızca çeşitli kültürlerin yiyecek - içeceklerini tadıp, bu yiyecek ve içeceklerin sunum ve servisini tecrübe etmek, bunu gerçekleştirirken yalnızca açlığını gidermek amacıyla değil de, aynı zamanda çeşitlilik yaşamak için yemek kültüründe değişiklik oluşturabilecek tecrübeler yaşayan turist olarak tanımlanmaktadır.

Diğer taraftan özel ilgi turizmi olarak belirtilen gastronomi turizmine katılan gastro turist; gastronomik faaliyetlere katılarak tecrübeler elde eden, gastronomik aktivitelere dâhil olarak yeni yiyecek - içecek merakını gideren özel ilgi turisti olarak tanımlanmaktadır (Üner, 2014; Gövce, 2016: 21).

Gastronomi Turizmi

Alanyazında ifade edilen gastronomi turizminin tanımları araştırıldığında birbirinden farklı çok sayıda tanımın gerçekleştirildiği görülmektedir. Gastronominin konusu, yiyecek ve içecek ilişkisi her şey, dolayısı ile de insandır (Üner, 2014: 15). Gastronomi turizminin kökenini tarım – kültür - turizm meydana getirmektedir. Bu üç unsurdan tarım, mahsulü yani yiyeceği sunmakta; kültür, tarihi ve orijinaliği sergilemekte ve turizm ise alt yapı ve hizmetleri sağlamaktadır. Bu üç bileşen gastronomi turizmi deneyimi olarak adlandırılmaktadır (Eren, 2011: 10; Cömert ve Özkaya, 2014: 63; Ardıç Yetiş, 2015: 13). Genel anlamda ise gastronomi turizmi, turistler tarafından tüketilen yöresel kültürün bir ögesi, bölgesel turizmin gelişiminde mühim bir unsur, yöresel tarım ve iktisadi gelişimin bir parçası ve rekabetçi bölgelerin pazarlanmasında mühim bir faktördür (Akgöl, 2012: 3). Gastronomi turizmi, daha evvel tecrübe edilmemiş bir yiyecek - içecek deneyimi sağlayabilmek için seyahat güdüsü meydana getiren ve yeme - içme temelli seyahat davranışlarının tetiklenmesine önemli derecede yardımcı olan bir turizm çeşididir (Güzel, 2016: 27). Gastronomi turizmi, gelir seviyesi yüksek, 35-55 yaş grubu aralığında, entelektüel, çeşitli mutfak kültürlerine sahip varış yerlerine yolculuk yapmaktan zevk alan ve ürünleri üretildikleri alanda tüketmeyi arzu eden, farklı tecrübelerle açık olan, deneyimlerini diğer kişilerle paylaşmayı isteyen turistlerin tercih ettiği bir turizm türüdür (Güzel Şahin ve Ünver, 2015: 70; Karaman, 2017: 43-44).

Gastronomi turizmi, turistlerin seyahatlerini gerçekleştirdikleri zaman zarfında yerel yiyecek - içecekleri tüketmesi, yiyecek üretim aşamalarına müdahil olmasına yönelik aktivite ve güdü olarak da tanımlanabilmektedir (Bezirgan ve Koç, 2014: 918).

Gastronomi turizmi, birçok farklı yerde gerçekleşebilmektedir. En fazla bilinen yerler arasında barlar, kahveler, restoranlar gibi çoğunlukla yeme - içme aktivitelerinin gerçekleştirildiği yerler sayılabilmektedir (Hamlacıbaşı, 2008: 9).

Gastronomi turizminin gelişmiş olması durumuyla ilgili çeşitli göstergeler bulunmaktadır. Bu göstergeleri, gastronomi destinasyonları asla göz ardı etmemelidir. Gastronomi destinasyonlarının bu göstergeler çerçevesinde gelişim ve değişimlerini sürdürmesi gerekmektedir.

Tablo 1. Gastronomi Turizmi Gelişmişlik Göstergeleri

Gastronomi Turizmi Gelişmişlik Göstergeleri - Dörtlü Hiyerarşi	
1. Derece Göstergeler	<ul style="list-style-type: none">* Web sitesi* Broşürler* Yerel ürünlerin tanıtılması / promosyonu* Yerel ürünlerin marka sayıları* Restoran sayıları* Restoranların meşhurluğu / imajı* Planlanan yeni restoranlar* Konaklama kuruluşları (kırsal ve kentsel)* Yöresel ürünlerin sunum tarzları (estetik, paketlenme)* Yöresel gastronomi aktivite ve faaliyetleri

	* Turistlere yöresel ürünleri tanıtmaya çalışması
2. Derece Göstergeler	* Yöresel ürünlerin sunum kalitesi * Restoran ve ürünlerin kalite standartlarını belirleyen ve denetleyen kurumların varlığı * Sertifikalı kaliteli ürünlerin turizm broşürlerinde bulunması * Broşürlerin bölgesel turizm sorumluları tarafından turistlere ulaştırılması (müdürlük, ajans) * Yöresel yiyeceklerin günümüz şartlarına ve taleplerine hitap edecek biçimde uyarlanmış olması
3. Derece Göstergeler	* Yemeğin, yöresel aktivite ve faaliyetlerle tanıtımı * Turistleri restoranlara çekecek yarışma, eğlence gibi çekiciliklerin varlığı * Gerçek doğal yemek - çiftlik konseptli tatili opsiyonlarının varlığı * Turistik gastronomi broşürlerinin, internet sitelerinin kaç sayıda yabancı dile çevrildiği * Gastronomi broşürlerinin görsel yönden zenginliği * Turistlere yönelik yerel yemekleri pişirme kurslarının varlığı * Tarımsal üretim yerlerinin turizme açılması * Şarap akıllarının yaratılmış olması * Gastronomi müzesi varlığı
4. Derece Göstergeler	* Turizm eğitim kurumları ve gastronomi hususunda AR-GE çalışmaları * Yöresel gastronomi ve gastronomi turizmi topluluklarının varlığı – örgütlenme * Yöresel gastronominin ulusal ve yerel medyada yer alması * Yöresel gastronomi üzerinde yazılan akademik çalışmalar ve tezlerin sayısı

Kaynak: Hjalager ve Richards, 2002; Çağlı, 2012: 29.

Gastronominin Yemek - Kültür İlişisine Etkisi

Topluluklar için bir kültür unsuru olarak algılanan yemek, kişilerin arzuları doğrultusunda gerçekleştirdikleri, insanlık tarihinin başlangıcından bu zamana kadar devam eden bir sanatsal nitelik taşımaktadır. Düğün, savaş, göç, sınır komşuluğu ve ticaret yollarının açılması ve geliştirilmesiyle çeşitli kültürler birbirinden etkilenmiş ve kendi mutfak kültürlerini meydana getirmişlerdir. Beslenme düzenindeki farklılık, kişileri fizyolojik gereksiniminin karın doyurma ve hayatını sürdürme maksadının ötesinde, tat ve zevk almaya yöneltmektedir. Bu sebeple çeşitli ülkelerden temin edilen farklı besin maddeleri ile yerli besin maddeleri bir araya getirilerek yeni pişirme metodu arayışı ortaya çıkmaktadır. Hazırlıkları bitirilen yemeklerin kimyasında coğrafi etmenler özel bir rol oynamakta, yerel ayrıca bölgesel mutfaklar ortaya çıkmaktadır (Deveci, Türkmen ve Avcıkurt, 2013: 30-31).

Turizmde Gastronominin Yeri ve Önemi

Gökdemir (2009)'e göre, turizm olgusu ülkeleri birbirine yakınlaştıran bir olay olmaktadır. Bu yakınlaşmada gastronomi kültürü de mühim bir araçtır. Yemekler, ülkelerin reklam aracı olarak dahi değerlendirilebilmektedir. Bugün, Amerika ve Avrupa'da kişilerin zevklerinden bir tanesi de hafta sonlarında, boş zamanlarında bu alanda etkili ülkelerin restoranlarına gidip farklı yemekler yemeleridir. Yemek kültürü olmayan Amerika'da ticari kurumlar, bu boşluğu doldurmak amacıyla ülke içerisinde çok farklı etnik restoranlar açmaktadır (Belpınar, 2014).

“Doğum”, “evlenme”, “ölüm” gibi insan yaşamının her aşaması yiyecek ve içeceklerle yoğrulmaktadır. Nerede iki veya üç kişi bir araya gelirse, orada kuşkusuz yiyecek - içecek olmaktadır. Biyolojik ve sosyal anlamda her çeşit kültürde yiyecekler, hayata renk katan bir unsurdur. Özellikle mutfak kültürleri zengin olan Çin, Fransa, Türkiye gibi ülkelerde yiyeceklerin işlevleri, başka ülkelere kıyasla daha da önem kazanmaktadır (Gökdemir, 2009).

Kesici (2012)'ye göre gastronomi, turizm sektöründe mühim bir konuma sahip olmaktadır. Yiyecek ve içecek, insanların belli başlı gereksinimleri olduğu sürece bu önem sürecektir. Bundan dolayı gastronomi aracılığıyla da ülkeler, turistler birbirlerine yakınlaşmaktadırlar. Örneğin, Akdeniz Mutfağı denildiğinde, o coğrafya ve bölgedeki yemek kültürü akıllara gelmektedir. Her ülkenin kendi kültürüne ait yeme ve içme alışkanlıkları bulunmaktadır. Bu

durumda, kültürün temel taşı yeme ve içme olmaktadır. Bu noktadan hareketle, yiyecek ve içecek turizmde vazgeçilmez öğelerdendir. Turizm, genel manada içerisinde pek çok faaliyeti barındırmaktadır. Turizm ve gastronomi yakından ilişkili olmaktadır. Turizm, içerisinde mutfak kültürünü kuşkusuz barındırmaktadır. Turistler gastronomi turizmi etkinliğine katılarak seyahat ettikleri ülkenin kültürünü tanıyabilmektedirler. Yöresel lezzetleri tatmaktadırlar. Turistler böylece o ülkeye ilişkin belirli bir düşünce sahibi olmaktadır (Belpınar, 2014).

Gastronomide yöresel yiyecek kadar yöresel içecek de önemli olmaktadır. Turistler seyahat gerçekleştirdikleri ülke veya bölgeye has yöresel içecekleri de tatmak istemektedirler. Bazı yöre veya bölgeler içecekleriyle ünlüdür. Örneğin; İtalya'nın Toscana Bölgesi şarabıyla ünlüdür. Seyahat sırasında şarap ile bütünleşmiş güzel bir akşam yemeği zevkli ve güzel bir hatıra olarak kalır. Tatildeyken akşam dışarıda yemek yeme duygusu çok özeldir. Zira çoğunlukla kişisel deneyimlerle yeme ve içme hususunda yer değişikliği istenilmektedir. Aynıyeten bu deneyimlerle damak tadının değişmesini, yeme ve içme alışkanlıklarının gelişmesini sağlamakta ve ziyaret edilen yerlerin kültürleriyle bütünleşmektedir. Çok fazla tatil deneyimi olan ziyaretçilerin deneyimlerini sık sık canlı bir biçimde yaşamış, sanki oraya gidip görmüş gibi olunmaktadır. Bu durumda yerin yiyecek sanayisi, bu deneyimlerle kişiler üzerinde bir düşünce oluşmasına ön ayak olmaktadır. Bu sebeple mutfak bilgisi ve gastronomi, turizmde hayati bir rol oynamaktadır. Örneğin, bazı seyahat organizasyonları düzenli bir biçimde Asya'ya, İtalya'ya, Fransa'ya gurme ya da mutfak tatilleri sunmaktadır (İnceöz, 2009).

Turizm yönünden yiyecek - içecek olarak tanımlanabilecek olan gastronomi, gerek iç turizm, gerekse de dış turizm açısından vazgeçilmez bir öğedir. Mutfak ve mutfak kültürü turist için varış yeri tercihi en çok ilgi duyulan çekicilik öğesi olmaktadır. Bir ülkedeki bir bölgenin ayrıca bir yörenin otantik yemeği, otantik lezzeti turizm gastronomisi için önem arz etmektedir. Bu hal, turistlerin tatil hazzını artırmada rol oynamaktadır. Zira her turist seyahat ettiği ülkenin mutfağını, lezzetlerini merak etmektedir. Seyahat edilen ülkede orada yaşamını sürdüren insanların neler yiyip içtiklerini keşfetmek turistin ilgisini çekmektedir (URL-1, 2014; Belpınar, 2014: 18).

Kastamonu Mutfağı

Zengin bir kültürel mirasa sahip olan Kastamonu ilinde kazı çalışmaları gerçekleştiren arkeologlar, Kastamonu'nun yemek kültürü temellerinin milattan önce 7.000'lerde atılmaya başladığını ifade etmektedirler. Arkeologlar antik kentte gerçekleştirdikleri çalışmalarda pişirme, servis ve saklama amaçlı olarak değerlendirilen yeme - içme araçlarını ortaya çıkarmışlar, Kastamonu Mutfağının köklerine ulaşmışlardır (Avcı ve Şahin, 2014: 34). Yöre mutfağının bilinen ilk temsilcileri olan Hititlerin birtakım geleneksel yemeklerine örnek olarak; Kraliçe Puduhepa Usulü Koyun Eti, Kızarmış Keçi Kulağı, Kizzuvatna Usulü Koyun Budu, Kraliyet Şarap Çorbası, Keşkeş (Keşkek), Arabaşı, Tugugal (Bakla Yemeği), Malhıta Çorbası, Tugutur (Bezelye Yemeği), Hurutel (Kurban Yemeği), Sar (Soğanlı Yemek), Gangati Çorbası (Sebze Çorbası) verilebilmektedir (Sandıkçıoğlu, 2009).

Günümüz Kastamonu Mutfağı, Ankara – Kocaeli - Trabzon üçgenindeki bölge sınırlarında kalan Bolu, Sinop, Çankırı, Zonguldak illerini içerisine alan coğrafyanın özeti denebilir. Yörenin yemek kültürü ağırlıklı olarak et ve hamur işi olmaktadır. Bunun yanı sıra yörede yetiştirilen tarım ürünleri de geleneksel lezzetlerin meydana gelmesinde rol oynamaktadır. Osmanlı İmparatorluğu'nun idari merkezi sayılan Topkapı Sarayı'nda çalışan aşçıların pek çoğunun Kastamonulu olduğu bilinmektedir. Kastamonu şehrinin yöresel yemek kültürünü saray mutfağıyla harmanlayan aşçıları, Kastamonu Mutfağını 15. ve 17. asırlar arasında etkili bir biçimde simgelemişlerdir (Avcı ve Şahin, 2014: 34).

Kastamonu yöresine has olan ve ziyaret gerçekleştirenlerin ilgisini çeken türlü lezzetler bulunmaktadır. Yöreye has pişirme metotları ve yetiştirme biçimleri olan ürünler aşağıdaki gibidir (Mızrak, 2018: 23-24; Aydoğdu, Yaşarsoy ve Mızrak, 2019; Büyükmehmetoğlu, 2020):

- Yaş Tarhana,
- Üryani Eriği- Üryani Eriği Pestili - Erik Pestili,
- Tosya Yapağı Sarma,
- Tosya Sarıkılıçık Pirinci – Pilavı,
- Tosya Keşkeği,
- Tatar Hamuru,
- Taşköprü Sarımsağı,
- Siyez Buğdayı ve Bulguru,
- Siyah Sarımsak,
- Simit Tiridi,
- Serme,
- Sarım Burması,
- Patatesli – Yoğurtlu – Mantarlı - Pastırmalı Ekmek - Etli Ekmek (Et Ekmeği),
- Paça-Patates Paçası,
- Oğmaç Çorbası,
- Küre Mantısı,
- Kül Çöreği - Köy Ekmeği - Siyez Ekmeği,
- Kuyu Kebabı,
- Köle Hamuru,
- Kızılıçık Tarhanası,
- Kestane Balı,
- Katmer,
- Kaşık Helva,
- Kastamonu Simidi (Kel Simit),
- Kastamonu Pastırması,
- Kastamonu Elması,
- Kara Çorba,
- Kanlıca Mantarı Turşusu,
- İnebolu Kestanesi,
- Ispıt Kavurması – Sarması,
- Hasude,
- Haluşka (Çene Çarpan),
- Elma Eğişisi,
- Eğişili Pilav,
- Ecevit Çorbası,
- Düğün Böreği,
- Çekme Helva,
- Çatalzeytin Fındık Şekeri,
- Çam Pekmezi,
- Cide Ceviz Helvası,
- Cırık Tatlısı,
- Cevizli Burmalı Çörek,
- Bazlamaç – Bazlama - Hamurlu Ekmeği,
- Banduma.

Kastamonu yerel lezzetlerinin sık sık yapılanları ve tercih edilenleri; tarhana çorbası, ecevit çorbası, pastırmalı ekme, etli ekme, kuyu kebabı, cırık tatlısı, kaşık helvası, eğşili pilav, simit tiridi, bandumadır İçecek olarak ise; elma eğşisi tüketilenler arasında yer almaktadır. Yerel lezzetleri tecrübe etmek amacıyla gelen turistlere ikramlar arasında öncelikli olarak bu yiyeceklerin sunumu yapılmaktadır. Fakat Kastamonu Mutfağı yalnızca bunlar ile sınırlı olmamaktadır. 20 ilçesi olan Kastamonu ilinde her ilçe - köy kendi ürettiği ürünlerinden farklı lezzetler meydana getirmekte ve birbirinden farklılık göstermektedir. Toplamda varlığı bilinen 812 tür Kastamonu yöresel yemeği belirlenmiştir (Büyükmehmetoğlu, 2020: 29-30).

Kastamonu Mutfağı, farklı medeniyetlere ev sahipliği yapması ve coğrafi konumu sebebiyle zengin bir kültürel yapıya sahip olmaktadır (Kocatepe ve Tırıl, 2017: 1180). İklimi, ormanları, endemik bitki çeşitlerine rastlanması ve coğrafi yapısından ötürü Kastamonu yöresi, farklı özelliklere sahip olmaktadır. Bütün bunlar da yörede yetişen ürünler üstünde etkili olmaktadır. Yöre halkı tarım ve hayvancılık yaparak geçimini sağlamaktadır. Kastamonu ilinin zengin bir mutfak kültürüne sahip olduğu bilinmektedir. Öyle ki Osmanlı Saraylarında çok sayıda Kastamonulu aşçı istihdam edilmiştir. Yöresel mutfağını kültürel özellikleriyle muhafaza ederek sunumunu yapan Kastamonu Mutfağı önemli bir çekicilik ögesidir (Mızrak, 2018: 22).

Kastamonu Mutfağının yemek gruplarının; çorbalar, sebze yemekleri, et ve tavuk yemekleri, pilavlar, hamurlar, tatlılar, reçeller biçiminde oluştuğu ifade edilebilir (Kastamonu Valiliği, 2009).

Tablo 2. Kastamonu Mutfağı Yemek Grupları

KASTAMONU MUTFAĞI ÇORBALARI		KASTAMONU MUTFAĞI SEBZE YEMEKLERİ	
Çorbalar	Yöresi	Sebze Yemekleri	Yöresi
Kızılçık (Kiren) Tarhana Çorbası	Küre	Pazı (Pezi) Kavurması	Çatalzeytin
Yaş Tarhana Çorbası	Kastamonu	Kabalak Sarması	Azdavay
Keşkek Çorbası	Araç	Dikenucu Kavurması (Diken Mancarı - Müzlümek)	Abana
Isırgan Çorbası	Azdavay	Mancar Kavurması	Azdavay
Bulamaç Çorbası	Daday	Kuyruklu Sarma	Cide
Kestane Çorbası	Bozkurt	Patates Mıklaması	İhsangazi
Mısır Bulguru Çorbası	Abana	Müzmüldek (Çoban Yemişi)	Çatalzeytin
Mısır Unu Çorbası	Şenpazar	Hodan Kavurması	Abana
Bulgurlu Pazı Çorbası	İnebolu	Mancar Sarması	Çatalzeytin
Yayım Çorbası	Tosya	Kabak Saçalaması	Tosya
Bakla Çorbası	Çatalzeytin	Çarşur Sarması	İhsangazi
Meyane Çorbası	Ağlı	Ispit Sarması	İhsangazi
Mangır Çorbası	İnebolu	Mantar Mıhlaması	İhsangazi
Tatar Çorbası	Kastamonu	Mantar Paçası	İhsangazi
Toyga Çorbası	Tosya	Dağ Yaprağı Sarması	Pınarbaşı
Ecevit Çorbası	Küre	Ebişke Mantarı Kavurması	Pınarbaşı
Oğmaç Çorbası	Daday	Diken İlmeği	Şenpazar
Karalahana Çorbası	Şenpazar	Ispit Kavurması	Şenpazar
Ana Kız Çorbası	Taşköprü	Mantar Kavurması	Şenpazar
Kara Çorba	Azdavay	Mancar (Pancar) Aşı	Şenpazar
İri Çorba	Şenpazar	Karalahana Kavurması	Şenpazar
Yumuşak Çorba	Şenpazar	Pazı Yaprağı Sarması	Şenpazar
Kara Pancar Çorbası	Küre	Pekmezli Fasulye	Şenpazar
		Soğan Kavurması	Şenpazar

		Turşu Kavurması	Şenpazar
		Etlı Yaprak Sarma (Tosya Yapağı Sarma)	Tosya
		Gavur Pancarı	Tosya
		Yer Yapağı Sarması	Küre
		Pancar Kavurması	İnebolu
		Pırasa Dolması	Cide
		Müsellim Sarma	Daday
		Toklu Mıhlaması	İhsangazi
KASTAMONU MUTFAğI ET VE TAVUK YEMEKLERİ		KASTAMONU MUTFAğI PİLAVLARI	
Et ve Tavuk Yemekleri	Yöresi	Pilavlar	Yöresi
Güveç	Abana	Keşkek	Tosya
Mıhlama (Mıklama)	Araç	Tosya Pilavı	Tosya
Tavuk Doldurması	Cide	Mercimekli Pilav	Daday
Banduma	Devrekani	Değmen Pilavı	İhsangazi
Islama	Şenpazar	Ekşili Pilav	İhsangazi
Tirit	Kastamonu	Ala Pilav	Azdavay
Ağlı Kebabı	Ağlı	Domatesli Bulgur Pilavı	Taşköprü
Bozkurt Cöbüsü	Bozkurt	Üçürdüm	Taşköprü
Patat Yahnisi	Tosya		
Haşlama Et	Tosya		
KASTAMONU MUTFAğI HAMURLAR		KASTAMONU MUTFAğI TATLILARI	
Hamurlar	Yöresi	Tathlar	Yöresi
Islama	Azdavay	Kaşık Helvası	İnebolu
Köy Böreği	Azdavay	Zarbana (Özlüce) Baklavası	İnebolu
Samsu	Azdavay	Miyane Helvası	Araç
İç	Bozkurt	Patates Tatlısı	Araç
Pırasalı Mısır Ekmeği	Bozkurt	Pestil Uyuşturmaı	Azdavay
Kulaklı Makarna	Abana	Ter Helva	Azdavay
Yumurtalı Börek	Cide	Deli Oğlan Sarığı	Azdavay
Kabak Böreği	Cide	Armut Ballandırması	Cide
Pirinçli Börek	Çatalzeytin	Zırva	Cide
Kulaklı	Çatalzeytin	Malak Tatlısı	Cide
Mısır Ekmeği	Araç	Ceviz Helvası	Cide
Çene Çarpan (Haluşka)	Daday	Kesnaş	Çatalzeytin
Cevizli Erişte	Daday	Mamalika	Çatalzeytin
Köle Hamuru	Daday	Top Helvası	Çatalzeytin
Serme	Daday	Fındık Şekeri	Çatalzeytin
Pişi Böreği	Daday	Sarım Burması	Çatalzeytin
Cevizli Burmalı Çörek	Daday	Cırık	Devrekani
Düğün Böreği	Devrekani	Hasude	Kastamonu
Kül Çöreği	Tosya	Avuz	Şenpazar
Tatar Hamuru	İhsangazi	Ayva Aşı	Şenpazar
Tarhanalı Çörek	İhsangazi	Köy Helvası	Şenpazar
Pıs	İnebolu	Tırtıl Baklava	Taşköprü
Samsı	İnebolu	Gıvrım Tatlısı	Taşköprü
Bulgurlu Mantı	Devrekani	Lop	Tosya
Cizleme	Seydiler	Pekmezli Helva	Tosya
Etlı Ekmek	Daday	Basma Helva	Tosya
Yoğurtlu Ekmek	Devrekani	Tepsi Helva (Çırpma Helva)	Tosya

Kabak Ekmeği	Şenpazar	Taş Kadayıfı	Tosya
Kâhâ	Tosya		
Kaşık Makarnası	Tosya		
Küre Mantısı	Küre		
KASTAMONU MUTFAĞI REÇELLERİ			
Alıç (Aluç) Marmelatı	Kiren Marmelatı	Kuşburnu Marmelatı	Üryani Eriği Marmelatı
Elma Pekmezi	Pancar Pekmezi	Üzüm Pekmezi	Ahlat Pekmezi
Dut Pekmezi	Çam Pekmezi	Acı-Tatlı Elma Ekşisi	Kiren (Kızılıcık) Ekşisi
Elma Eğişisi	Ayva Reçeli	Dağ Çileği Reçeli	Kızılıcık Reçeli
Gül Reçeli	Süt Reçeli	Kestane Balı	

Kaynak: Kastamonu Valiliği, 2009; Aydoğdu vd., 2019; Büyükmehmetoğlu, 2020: 31-36

Tablo 2'deki bilgiler Büyükmehmetoğlu (2020) tarafından parça parça alınmış olup, tek tablo halinde birleştirilmiştir.

Abdulkadiroğlu (1997; Yüce, 2018: 46), Kastamonu Mutfağına hâkim olan öğeleri şu şekilde tespit etmiştir:

- Yemekler ocak ya da maltızda tercihe göre odun ve kömürle hafif ateşte pişirilmektedir.
- Yemekler tarif edilirken kıyma doğranır ifadesiyle iç yağı ile kavrulularak dondurulmuş kuru kıyma kastedilmektedir.
- Yemeklerde kullanılan yağ; zeytinyağı, tereyağı ve kuyruk yağıdır.
- Bulgur, Kastamonu İhsangazi yöresine ait olan iri cins Siyez Bulguru'dur.
- Yemeklerde kullanılan süt, yoğurt ve sarımsaklı yoğurt oranı fazla olmaktadır. Özellikle dolmalar, oğmaç çorbası, patates paçası, tirit gibi yiyeceklerde bu durum söz konusudur.
- Mutfak eşyalarına yönelik bakırcılık sanatı olabildiğince gelişmiş olduğundan, yemek çeşitlerine göre özel imalat yapılmaktadır. Bunlara; cezveler, maşrapalar, mihlama sahanı, tirit sahanı, yağ tavaları gibi örnekler verilebilmektedir.

Kastamonu gastronomi turizminin gelişmesi ve bu alanda daha fazla ilerleme kaydedilebilmesi için birtakım çalışmaların yapılması gerektiği önemle ifade edilebilmektedir. Kastamonu yöresel mutfağı turistlere daha etkili ve cezbedici bir şekilde ifade edilirse, ildeki gastronomi turizminin de daha çok ön plana çıkacağı belirtilebilmektedir.

Kastamonu gastronomi turizminin geliştirilmesi için şu öneriler verilebilmektedir (Öner, 2018: 82-83):

- Kastamonu, turizm potansiyeliyle beraber yöreye has yemek ve ürün pazarlamasını ortak bir plan doğrultusunda gerçekleştirmelidir.
- Turizm sektöründeki insanların daha kalifiyeli elemanlar yetiştirmesi gerekmektedir beraber yöreye has olan yemek ve ürünlere hâkim olan insanların istihdam edilmesi gerekmektedir.
- Kastamonu halkının yöresine ait yemek ve ürünlere ilişkin yeterli seviyede bilgiye sahip olmadığı görülmektedir. Kastamonu yöresinin yemek ve ürünlerini yöresel halka öğretmek amacıyla ilde tanıtım ve bilgilendirme günlerinin yapılması gerekmektedir.
- Kastamonu halkının gastronomi turizmi farkındalığının düşük seviyede olduğu gözlemlenmiştir. Bu halin giderilmesi için gerekli kurumların, kuruluşların, paydaşların, gastronomi turizmi türünün bölgesel katkısını ve önemini ifade etmek için gereken konferans, kongre, seminer ve eğitimler düzenleyerek gerekli vurgulamaları gerçekleştirmeleri gerekmektedir.
- Gastronomi turizmine olan tutumun olumsuz bir yönde gelişmemesi için Kastamonu halkına turizm bilinci aşılanarak turizmin olumlu tarafları vurgulanmalıdır.

- Kastamonu gastronomi turizminin pazarlanmasında ve reklamının yapılmasında etkili olacak bir marka sloganının geliştirilmesi gerekmektedir.

Tartışma, Sonuç ve Öneriler

Yöresel mutfaklar bulunduğu bölge / yörenin kültürünü yansıtan en önemli öğelerden bir tanesidir. Kültürün turizm ögesi meydana getirdiği göz önünde bulundurulduğunda yöresel mutfağın turizme kazandırılması sayesinde turizm ürünü olarak değerlendirilmesi söz konusu olacaktır. Kültürel bir tecrübe sunan yöresel yiyecekler çekim ögesi yaratarak, temelinde mevsim özelliği olmaması dolayısı ile yörede turizmin senenin tamamına yayılmasına imkân tanımaktadır. Ayrıyeten varış yerinin tanıtımında önem arz eden yöresel mutfaklar, kendine has yiyecekleri ve diğer bir yerde tecrübe edilememe özelliğiyle turistin yeniden ziyaretinde de etkili olmaktadır (Akdemir, 2018: 78).

Yerel yiyeceklerin yöredeki yiyecek ve içecek işletmelerinin menülerinde bulunması, yörenin ekonomisine ve yöresel halka sosyo-kültürel yönden bir katkı sağlayabilir. Unutulmaya yüz tutmuş yiyeceklerin öne çıkarılarak yöredeki yiyecek ve içecek işletmelerinin menülerine kazandırılması, bu değerlerin kaybolarak gitmesinin önüne geçmek amacıyla gerçekleştirilebilecek çalışmalardan bir tanesidir. Bu sayede yöresel mutfak kültürünün sürdürülebilirliği, jenerasyondan jenerasyona aktarılmasıyla sağlanabilecektir (Akdemir, 2018: 78). Trichopoulou, Soukara ve Vasilopoulou (2007) geleneksel yiyeceklerin kültürel mirası yansıttığını ve gelecek jenerasyonlara bu mirası bıraktığını, Sims (2009) ise, yerel yiyecek ve yer arasındaki bağlantının kuvvetli olması nedeniyle ziyaretçilere yiyecek aracılığı ile bir tür özgünlük yaşatmanın, sürdürülebilir turizmin gelişmesine katkı sağlayabileceğini belirtmektedir.

Yöresel mutfaklar yörelerin kültürlerinden çeşitli izler taşımaktadır. Yöresel mutfakların daha fazla tanınması, gastronomi turizminin yaygınlaşmasında önem arz etmektedir. Gastronomik etkinlik ve aktiviteler sayesinde bir yöreye ya da bölgeye özgü farklı lezzet grupları daha çok tanınma fırsatı yakalamaktadır. Söz konusu fırsatın iyi bir şekilde değerlendirilebilmesi için de turizm paydaşlarının etkili ve koordinasyonlu bir şekilde hareket etmesi gerektiği ifade edilebilmektedir. Kastamonu şehri, gastronomi açısından çok zengin içerikli kaynaklara sahip olmaktadır. Bu şehir oldukça fazla olan yöresel ürün çeşitleriyle dikkat çekmekte, hem yöresel hem ulusal hem de uluslararası anlamda gastronomi turizmi için önemli bir potansiyel kaynak teşkil etmektedir. Gastronomi turizmi etkinliklerinin artırılması ve niteliklerinin geliştirilmesi de yöresel mutfakların daha geniş kitleler tarafından tanınmasına olanak tanıyacaktır. Kastamonu Mutfağının geniş ürün yelpazesi Kastamonu'ya birçok açıdan katkı sağlamaktadır. Ürün çeşitliliği fazla olan bir yörenin gastronomi açısından önemli avantajlarının olduğu ifade edilebilmektedir. Gastronomi turizmine ilgi duyan turistlerin ilgisinin çekilebilmesi için söz konusu gastronomi destinasyonuna ilişkin teorik ve pratik çalışmaların yapılması ve bunların da yaygınlaştırılması gerekmektedir. Yöresel mutfakların iyi bir şekilde tanıtılabilmesi gastronomi açısından olumlu, iyi bir şekilde tanıtılmaması ise gastronomi turizmi açısından olumsuz bir gelişme olarak değerlendirilebilmektedir. Turistlerin gözünde iyi bir imaja sahip olan gastronomi destinasyonlarının pek çok farklı yönden analiz edilmesi, gastronomi destinasyonu olma yolunda emin adımlarla ilerleyen ülke, bölge ya da yörelerin gelişmesi açısından önemli avantajlar sağlayacaktır. Kastamonu yöresel mutfağı, gastronomi turizmi açısından tartışmasız büyük bir öneme sahiptir. Bu şehre özgü yöresel lezzetler, çeşitli çalışmalar, etkinlikler, festivaller ve aktiviteler sayesinde insanlara aktarılmaya çalışılmaktadır. Kastamonu yöresel mutfağı, şehrin tarihi, kültürel ve turistik değerlerinden, yaşayış biçiminden çeşitli izler taşımaktadır. Bu izler de turistlerin Kastamonu'ya gastronomi amaçlı seyahat etmesinde etkili olmaktadır. Yöresel mutfakların potansiyelinin iyi ve etkili bir şekilde değerlendirilmesi gerektiği önemle vurgulanmaktadır.

Gastronomi turizmi etkinlikleri, gerçekleştirildiği alanlara iktisadi, kültürel, turistik ve sosyal açılardan önemli bir katkı yapmaktadır. Gastronomi turizmine katılım gösteren kişilerin çoğunluk olarak, bir yöreye özgü lezzetleri deneyimlemek amacıyla söz konusu gastronomi destinasyonlarına seyahat ettikleri tahmin edilmektedir. Bu noktada da yöresel mutfakların önemi bir kez daha açığa çıkmaktadır. Yöresel mutfakların dijital dünyada daha etkin bir şekilde tanıtılmasıyla gastronomi turizmine katılan turistlerin sayısında önemli bir artış yaşanacaktır. Bu durum sonucunda ise gastronomi turizminden elde edilen gelir artacaktır. Turizm, odak noktasında insanların bulunduğu bir sektördür. O yüzden dolayı da insanların duygu, tutum ve davranışları turizmi direkt olarak olumlu / olumsuz olarak etkilemektedir. Gastronomi turizmi etkinliklerine katılan gastro turistlerin zihinlerinde gastronomi destinasyonu ile ilgili olumsuz bir algı oluşursa, gastro turistler yöresel halkla ilgili herhangi bir sorun yaşarlarsa, gastro turistler ilgili destinasyonun etkinlikleriyle ilgili bir memnuniyetsizlik yaşarlarsa bu durum gastronomi turizmi talebini olumsuz yönde etkileyecektir. Zengin bir içeriğe sahip olan yöresel mutfaklar, gastronomi turizmi açısından önemli bir çekicilik unsurudur. Bir yöre mutfağının insanların zihinlerde yer etmesi, unutulmaması amacıyla belirli zaman aralıklarında çeşitli tanıtım ve pazarlama çalışmalarının çok etkin bir şekilde yapılması gerektiği ifade edilebilmektedir.

Bu çalışmadan hareketle şu öneriler ifade edilmektedir:

- Gastronomi açısından önemli olarak görülen destinasyonlarla ilgili SWOT analizi yöntemiyle farklı çalışmalar yürütülebilir. Bu tür çalışmalar gerçekleştirilirken de birçok gastronomi destinasyonu ele alınarak (yerli – yabancı gastronomi destinasyonlarının olması ve bunların bir arada değerlendirilmesi suretiyle) çeşitli çalışmalarda bulunulabilir.
- Yöresel mutfaklara ilişkin aşırı kapsamlı farklı çalışmalar ortaya konabilir. Örneğin; bir gastronomi destinasyonun yöresel lezzetleri hakkında, yöresel halkın görüşleri (yöresel lezzetlerin bilinirliği, tatları, turistik ve kültürel etkinlikler kapsamında etkili bir şekilde değerlendirilip değerlendirilemediği, bu alanla ilgili etkili bir pazarlama stratejisi ya da stratejilerinin bulunup bulunmadığı, bulunmakta ise bunların neler olduğu, yöresel lezzetler ve gastronomiyle ilgili önemli bir girişimcilik fikirlerinin olup olmadığı vb. gibi konularda) alınabilir. Bu çalışmanın da görüşme formu tekniğiyle değerlendirilmesinin uygun olabileceği ifade edilebilmektedir.
- Herhangi bir gastronomi destinasyonunda turistlerin yoğun olarak bulunduğu yeme – içme işletmelerinde turistlerin ağırlıklı olarak hangi gastronomik ürünleri tercih ettikleri gözlem yapma yoluyla ortaya konabilir. Bu gözlem yapma işlemi; araştırmacının direkt olarak kendisi tarafından yapılabileceği gibi ilgili işletmelerdeki personel veya yöneticilerin konuyla ilgili görüşlerinin alınması şeklinde de yapılabilir.
- Gastro turistlerin gastronomi destinasyonlarına ilişkin görüşlerini olumsuz etkileyen faktörlerin tespit edilmesi ve bu konuda çözüm önerilerinin getirilmesi hususunda çeşitli projeler ortaya konabilir. Bu projelerin ise ulusal ve küresel ölçekte olabildiğince önemli bir etkiye sahip olması için gerekli özveri ve çabanın en üst düzeyde gösterilmesi gerekmektedir.

Kaynaklar

- Abdulkadiroğlu, A. (1997). *Türk Halk Edebiyatı ve Folklor Yazıları*. Ankara: Akademi Kitapevi.
- Akdemir, N. (2018). *Yöresel Mutfağın Turizm Ürünü Olarak Kullanımı ve Bölgesel Kalkınmaya Katkısı*. (Doktora Tezi). Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- Akgöl, Y. (2012). *Gastronomi Turizmi ve Türkiye'yi Ziyaret Eden Yabancı Turistlerin Gastronomi Deneyimlerinin Değerlendirilmesi*. (Yüksek Lisans Tezi). Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.

- Aktaş, A. ve Özdemir, B. (2007). *Otel İşletmelerinde Mutfak Yönetimi*. (2. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Alonso, A. D. ve Liu, Y. (2011). The Potential for Marrying Local Gastronomy and Wine: The Case of the 'Fortunate Islands'. *International Journal of Hospitality Management*, 30, 974-981
- Ardıç Yetiş, Ş. (2015). Kapadokya Yemek Kültürü ve Mustafapaşa Beldesi (Sinassos) Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, (3)2, 12-19.
- Avcı, M. ve Şahin, İ. (2014). Geleneksel Kastamonu Mutfağı ve Yemek Kültürü. *KSBD, Karadeniz Özel Sayısı*, (6), 31-56.
- Aydoğdu, A., Yaşarsoy, E. ve Mızrak, M. (2019). *Kastamonu'nun Somut Olmayan Kültürel Mirası-Kastamonu Yemekleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Bekar, A., Kılıç, B. ve Şahin, Ö. (2011). Gastro Turizm ve Turistik Tüketicilerin Gastro Turizme Yönelik Görüşleri. *12. Ulusal Turizm Kongresi*, 30 Kasım-4 Aralık, Akçakoca: 516-524.
- Belpınar, A. (2014). *Gastronomi Turizmine Yönelik Turist Görüşlerinin Kültürlerarası Karşılaştırılması: Kapadokya Örneği*. (Yüksek Lisans Tezi). Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla.
- Bezirgan, M. ve Koç, F. (2014). Yerel Mutfakların Destinasyona Yönelik Aidiyet Oluşumuna Etkisi: Cunda Adası Örneği. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7 (34), 917-928.
- Bilgin, S. (2018). *Yiyecek İçecek İşletmelerinde Yerel Mutfak Öğelerinin Kullanımı ve Sürdürülebilirlik Açısından İncelenmesi: İzmir Örneği*. (Yüksek Lisans Tezi). Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bolu.
- Boyne, S., Hall, D. ve Williams, F. (2003). Policy, Support and Promotion for Foodrelated Tourism Initiatives: A Marketing Approach to Regional Development. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 14(3-4), 131-154.
- Büyükmehmetoğlu, N. (2020). *Yöresel Mutfak ve Gıdaların Turistik Ürün Olarak Pazarlanması: Kastamonu Örneği* (Yüksek Lisans Tezi). Kastamonu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kastamonu.
- Cömert, M. ve Özkaya, F. (2014). Gastronomi Turizminde Türk Mutfağının Önemi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(2), 62-66.
- Çağlı, I. B. (2012). *Türkiye'de Yerel Kültürün Turizm Odaklı Kalkınmadaki Rolü: Gastronomi Turizmi Örneği*. (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Deveci, B., Türkmen, S. ve Avcıkurt, C. (2013). Kırsal Turizm ile Gastronomi Turizmi İlişkisi: Bigadiç Örneği. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 3(2), 29-34.
- Du Rand, G., Heath, E. ve Alberts, N. (2003). The Role of Local and Regional Food in Destination Marketing: A South African Situation Analysis. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 14(3-4), 97-112.
- Eren, D. (2011). *Alternatif Bir Turizm Çeşidi Olarak Mutfak Turizminin Değerlendirilmesine İlişkin Sektör Temsilcilerinin Görüşlerinin İncelenmesi Üzerine Bir Araştırma*. (Yüksek Lisans Tezi). Düzce Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Düzce.
- Eren, S. (2007). Türk Mutfağı ve HACCP Sistemi; Mutfak Profesyonellerinin HACCP Bilgilerinin Ölçülmesi. (ss. 73-83). *I. Ulusal Gastronomi Sempozyumu*, Antalya.
- Everett, S. ve Aitchison, C. (2008). The Role of Food Tourism in Sustaining Regional Identity: A Case Study of Cornwall, South West England. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(2), 150-167.
- Gökdemir, A. (2009). *Mutfak Hizmetleri Yönetimi*. Ankara: Detay yayıncılık.
- Gövcü, A. M. (2016). *Gastronomi Turizmi ve Gastronomik Etkinliklere Katılımın Yaşam Tarzları Açısından İncelenmesi*. (Yüksek Lisans Tezi). Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla.

- Güler, S. (2007). Türk Mutfağının Değişim Nedenleri Üzerine Genel Bir Değerlendirme. *I. Ulusal Gastronomi Sempozyumu ve Sanatsal Etkinlikler*, Antalya.
- Güzel Şahin, G. ve Ünver, G. (2015). Destinasyon Pazarlama Aracı Olarak Gastronomi Turizmi: İstanbul'un Gastronomi Turizmi Potansiyeli Üzerine Bir Araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(2), 63-73.
- Güzel, M.O. (2016). *Şehir Turizmine Hizmet Veren Otel İşletmelerinin Yeşil Yıldız Kriterlerini Uygulama Düzeyi: Gaziantep ve Hatay İllerinde Bir Araştırma*. (Yüksek Lisans Tezi). Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep.
- Gvion, L. ve Trostler, N. (2008). From Spaghetti and Meatballs Through Hawaiian Pizza to Sushi: The Changing Nature of Ethnicity in American Restaurants. *The Journal of Popular Culture*, 41(6); 950-974.
- Halıcı, N. (2009). *Türk Mutfağı*. (İkinci Baskı). İstanbul: Oğlak Yayıncılık.
- Hamlacıbaşı, F. Ü. (2008). *Yiyecek Turizmi ve Yiyecek Turizmi Açısından Bozcaada'nın Kaynakları*. (Yüksek Lisans Tezi). Çanakkale 18 Mart Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çanakkale.
- Hashimoto, A. ve Telfer, D. (2006). Selling Canadian Culinary Tourism: Branding the Global and Regional Product. *Tourism Geographies*, 8(1), 31–55.
- Hatipoğlu, A. (2010). *İnançların Gastronomi Üzerine Etkileri: Bodrum'daki Beş Yıldızlı Otellerin Mutfak Yöneticilerinin Görüşlerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma*. (Yüksek Lisans Tezi). Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Henderson, J. (2009). Food Tourism Reviewed. *British Food Journal*, 111(4), 317–326.
- Hjalager, A. M. ve Richards, G. (Eds.). (2002). *Tourism and Gastronomy*. Routledge.
- İnceöz, S. (2009). Turistlerin Seyahat Motivasyonunun Belirlenmesinde Türk Mutfağına Yönelik Durum Değerlendirmesi. *III. Ulusal Gastronomi Sempozyumu*, Antalya.
- Karaman, M. (2017). *Yerli Turistlerin Gaziantep Mutfağına Bakış Açılarının Tespit Edilmesine Yönelik Bir Araştırma*. (Yüksek Lisans Tezi). Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep.
- Kastamonu Valiliği. (2009). Ağız Tadıyla Kastamonu Mutfağı, Kastamonu Valiliği Yayınları, Özeller Medya Tanıtım Matbaacılık, Kastamonu.
- Kaya, A. (2000). *Misafirperverlik Endüstrisinde Temel Mutfak Bilgisi*. Antalya: Güneş Ofset.
- Kaya, Ş. (2016). *Yiyecek İçecek İşletmelerinde Yöresel Mutfak Uygulamaları: Gaziantep Örneği*. (Yüksek Lisans Tezi). Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Kesici, M. (2012). Kırsal Turizme Olan Talepte Yöresel Yiyecek ve İçecek Kültürünün Rolü. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14 (23), 33-37.
- Kim, Y. G. ve Eves, A. (2012). Construction and Validation of a Scale to Measure Tourist Motivation to Consume Local Food. *Tourism Management*, 33(6), 1458-1467.
- Kivela, J., ve Crofts, J. (2006). Tourism and Gastronomy: Gastronomy's Influence on How Tourists Experience a Destination. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 30(3), 354–377
- Kocatepe, D. ve Tırlı, A. (2017). Kastamonu Mutfağının Gastronomi Turizmi Bağlamında Değerlendirilmesi. *Uluslararası Taşköprü Pompeipolis Bilim Kültür Sanat Araştırmaları Sempozyumu*, Kastamonu.
- Long, M. L. (2010). *Culinary Tourism*. (Last Edition). USA: The University Press of Kentucky.
- Lopez, X. A. A. ve Martin, B. G. (2006). Tourism and Quality Agrofood Products: An Opportunity for the Spanish Countryside. *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, 97(2), 166-177.
- McKercher, B., Okumus, F. ve Okumus, B. (2008). Food Tourism as a Viable Market Segment: It Is All How You Cook the Numbers!. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 25(2), 137–148.

- Mızrak, M. (2018). *Yöresel Yemekler Ne Kadar Yöresel? Kastamonu Mutfağı İçin Bir Sorgulama*. (Yüksek Lisans Tezi). Kastamonu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kastamonu.
- Öner, S. (2018). *Yerel Halkın Gastronomi Turizmine Karşı Farkındalık ve Tutumu: Kastamonu Örneği*. (Yüksek Lisans Tezi). Kastamonu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kastamonu.
- Pearce, D. G. (2002). New Zealand Holiday Travel to Samoa: A Distribution Channels Approach. *Journal of Travel Research*, 41(2), 197-205.
- Plummer, R., Telfer, D., Hashimoto, A., ve Summers, R. (2005) Beer Tourism in Canada Along the Waterloo - Wellington Ale Trail. *Tourism Management*, 26(3), 447-458.
- Renko, S., Renko, N. ve Polonijo, T. (2010). Understanding the Role of Food in Rural Tourism Development in a Recovering Economy. *Journal of Food Products Marketing*, 16(3), 309-324.
- Rızaoğlu, B., Ayazlar, R. A. ve Gençer, K. (2013). Yiyecek Deneyimiyle İlgili Bireysel Eğilimlerin Sosyo Demografik Özellikler Açısından Değerlendirilmesi: Kuşadası'na Gelen Yabancı Turistler Örneği. *14. Ulusal Turizm Kongresi Bildiri Kitabı*, 669-687.
- Sağır, A. (2012). Bir Yemek Sosyolojisi Denemesi Olarak Tokat Mutfağı. *Turkish Studies International Periodical for the Languages, Literature, and History of Turkish*, Fall. 2012, 7/4, 2675-2695, Ankara.
- Sandıkçıoğlu, T. (2009). Hititlerde Yemek Kültürü. *Yemek ve Kültür Dergisi*, 15, 48- 65.
- Santich, B. (2004). The Study of Gastronomy and Its Relevance to Hospitality Education and Training. *Hospitality Management*, 23, 15-24.
- Sims, R. (2009). Food, Place and Authenticity: Local Food and the Sustainable Tourism Experience. *Journal of Sustainable Tourism*, 17 (3), 321-336.
- Sünnetçioğlu, S., Can, A. ve Durlu Özkaya, F.(2012). Yavaş Turizmde Coğrafi İşaretlemenin Önemi. *13. Ulusal Turizm Kongresi*, 6-9 Aralık 2012, Antalya, 953-962.
- Şengül, S. ve Türkay, O. (2015). Doğu Karadeniz Mutfak Kültürünün Sürdürülebilirliği Sorunlar ve Çözüm Önerileri. *Doğu Karadeniz Bölgesi Sürdürülebilir Turizm Kongresi Bildiri Kitabı*, 599-606.
- Şengül, S. ve Türkay, O. (2016). Yöresel Mutfak Unsurlarının Turizm Destinasyonu Seçimindeki Rolü (Mudurnu Örneği). *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 12(29), 63-87.
- Trichopoulou, A., Soukara, S. ve Vasilopoulou, E. (2007). Traditional Foods: A Science and Society Perspective. *Trends in Food Science & Technology*, 18 (8), 420-427.
- Üner, E. H. (2014). *Her Şey Dahil Sistemde Türkiye Gastronomi Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesi*. (Yüksek Lisans Tezi). Atılım Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Ünlü, D. ve Dönmez, D. (2008). Mutfakta Yenilik: Moleküler Gastronomi. *II. Ulusal Gastronomi Sempozyumu*, Antalya.
- Yüce, N. (2018). *Destinasyon İmajında Yerel Mutfağın Önemi: Kastamonu İli Örneği*. (Yüksek Lisans Tezi). Kastamonu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kastamonu.

İnternet Kaynakçası

URL-1, 2014: <http://www.neu.edu.tr/tr/node/5551>, Erişim Tarihi:15.05.2014.