



Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi/
Journal of Travel and Hospitality Business
Cilt/Vol:20(3),Yıl/ Year:2023, ss/pp:368-388
Gönderim Tarihi/ Received: 07.06.2023
Kabul Tarihi /Accepted: 14.08.2023
DOI: 10.24010/soid.1310836

Türkiye'deki Şeflerin Bakış Açısıyla Gastronomi Etkinliklerinin Değerlendirilmesi*

Evaluation of Gastronomy Events from the Perspectives of Chefs in Turkey

Samet Ziya AKÇAY 
Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Turizm Araştırmaları Enstitüsü
Nevşehir, Türkiye
E-posta: szakcay1984@hotmail.com

Dr. Öğr. Üyesi Gülser YAVUZ 
Mersin Üniversitesi
Turizm Fakültesi,
Mersin, Türkiye
E-posta: gulser@mersin.edu.tr

Öz

Bu araştırmanın amacı Türkiye'de gastronomi etkinliklerinin mevcut durumunu şeflerin görüşlerine dayalı olarak tespit ederek, Türk gastronomisini geliştirebilecek ve etkin tanıtım sağlayabilecek düzeyde nitelikli gastronomi etkinliklerinin planlanması, yönetimi ve sürdürülebilirliği konusunda profesyonel bir bakış açısı sunmaktır. Bu amaçla gastronominin önemli bir paydaşı olan, ulusal ve uluslararası gastronomi etkinliklerine yarışmacı, jüri, organizatör gibi çeşitli şekillerde katılımları ve deneyimleri olan 17 şef ile görüşme tekniği ile veri toplanmıştır. İçerik analizi sonucu elde edilen bulgular, Türkiye'de yapılan etkinliklerin planlanması ve yönetiminde eksiklikler ve yanlışlıklar olduğunu göstermektedir. Türkiye'nin zengin gastronomik unsurlarının doğru yansıtılarak gerçekleştirileceği etkinliklerin, etkin tanıtılması ve tüm süreçlerde bütüncül ve profesyonel bir bakış açısıyla yönetilmesi gerektiği ortaya konmuştur.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi Etkinlikleri, Gastronomi Festivalleri, Yemek Yarışmaları, Şefler.

Abstract

The purpose of this study is to determine the current situation of gastronomy events in Turkey and provide a professional perspective on the planning, management and sustainability of qualified gastronomy events that can contribute to the development and effective promotion of Turkish gastronomy. To achieve this goal, data was collected through interviews with 17 chefs who have participated in and experienced various national and international gastronomy events, as important stakeholders of gastronomy. The findings obtained from content analysis indicate that there are deficiencies and inaccuracies in the planning and management of events held in Turkey. It has been revealed that events that will accurately reflect Turkey's rich gastronomic elements need to be effectively promoted and managed with a comprehensive and professional perspective throughout all processes.

Key Words: Gastronomy Events, Gastronomy Festivals, Cooking Competitions, Chefs.

*Bu makale "Gastronomi etkinlikleri ve şeflerin bakış açısıyla Türkiye'de gastronomi etkinlikleri yönetimi" başlıklı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

Extended Summary

Purpose

The purpose of this study is to determine the current situation of gastronomy events in Turkey and provide a professional perspective on the planning, management and sustainability of qualified gastronomy events that can contribute to the development and effective promotion of Turkish gastronomy.

Background

In the development and management of gastronomy tourism in a region, gastronomy events hold a significant place and destinations utilize these events to promote gastronomy tourism (UNWTO, 2019). Gastronomy tourism is largely conducted in the form of events. Although Turkey has one of the richest cuisines in the world, it has not yet been able to promote these rich gastronomic values sufficiently and cannot get the share it deserves from gastronomy tourism. Many gastronomy events are organized in Turkey, but apart from a few of these events, events that attract a large number of foreign tourists cannot be held. From this point of view, it is necessary to create a qualified gastronomy event planning and management process from the perspective of experienced professionals.

Method

The study utilized the qualitative research method of interview as one of the methods. Chefs who have participated in gastronomy events in Turkey and other countries, either as contestants, jury members, spectators, etc. and are believed to have deep knowledge and experience regarding these events, were selected. Thus, the purposive sampling method of criterion sampling technique was applied.

Findings

In the study, 16 of the participating chefs are male and 1 chef is female. The chefs' industry experience ranges from 17 to 40 years. It has been determined that Turkish chefs have participated in numerous international gastronomy events and have received numerous awards. Regarding gastronomy events in Turkey, negative opinions highlighting deficiencies or inadequacies were expressed more frequently (68%), while positive opinions emphasizing the benefits and contributions of the events were expressed to a lesser extent (32%). The chefs emphasized "incorrect organization" and "lack of planning and supervision" as the most common issues. The majority of chefs stated that festivals aimed at developing Turkish gastronomy should be organized inclusively, involving all stakeholders in unity and harmony. Some chefs emphasized the need to showcase the traditional flavors of Turkish cuisine and reflect the culture of the hosting region, while others emphasized the importance of fair and merit-based events. As for who should be involved in the festivals, the most frequently mentioned individuals were chefs, devoted professionals, academics, instructors, masters, students, press, celebrities, sponsors, managers, industry representatives. The most commonly mentioned aspects for a quality cooking competition were "providing equal materials and equipment to all participants," "good presentation," "impartiality," "hygiene" and "experienced jury." Regarding their experiences in renowned international events, they highlighted the importance of "large budgets," "effective advertising and promotion," "active use of social media" and "participation of popular jury members". When comparing these events to those in Turkey, notable

differentiating factors were event budgets, quality of equipment and materials used, equality and merit, discipline, jury quality, and well-executed advertising and promotion. The importance of organizing these events with the support and approval of government-backed institutions and organizations was also emphasized.

Results

The findings obtained from the overall opinions of the chefs in the study indicate that there are deficiencies and inaccuracies in the events held in Turkey. Based on the opinions of the chefs, events should be organized in a comprehensive and professional manner, starting from the planning stage to the evaluation at the end, with accurate representation of the unique gastronomic cultural elements specific to the region and effective promotion. To achieve this, event committees comprising experts and involving stakeholders (chefs, academicians, enthusiasts, industry representatives, ministry officials, etc.) must be established. Government support and effective sponsorship are necessary to secure the required substantial budget.

1. Giriş

Festivaller, toplantılar, konferanslar, fuarlar vb. etkinlikleri içeren etkinlik endüstrisi hızla gelişmekte, iş ve eğlenceye yönelik turizme önemli katkı sağlamaktadır (Tum ve Norton, 2006:18). Etkinliğin türü ve kapsamına göre değişmekle birlikte bu etkinliklere aktif olarak katılan kişilerin sayısı milyonları bulabilmektedir. Örneğin dünyanın en büyük karnavalı olarak görülen Rio Karnavalını izlemek için gelen en az bir milyon yabancı turist ve yaratılan dolaylı işler ile birlikte multi-milyon dolarlık bir endüstri oluşmaktadır (Rio Carnaval, t.y.). Bu katkıların bilinciyle dünya şehirleri en büyük ve en prestijli etkinliklere ev sahipliği yapmak, markalaşma ve yer pazarlaması yapmak için agresif bir şekilde rekabet etmektedir (Antchak ve diğ., 2019:177). Aynı zamanda küresel dünya, turizmde rekabet eden destinasyonları hizmetlerini farklılaştırma baskısı altına almakta ve destinasyonlara özgü gastronomik unsurlar ve deneyimler bu farklılaşmayı yaratmada giderek daha önemli bir hale gelmektedir (Maurer, 2019:27).

Etkinlikler içerisinde gastronomi etkinliklerinin özel bir yeri ve önemi bulunmaktadır. Gastronomi, yiyecek ve içecekte en iyinin tadını çıkarmakla ilgili olup, yenilip içilen ve yiyeceklerin girdiği her şeyi kapsayan geniş kapsamlı bir disiplindir (Scarpato, 2002: 52). Gastronomi turizmi ise Dünya Turizm Örgütü'ne göre (UNWTO, 2019); ziyaretçilerin seyahat ederken yiyecek ve ilgili ürünler ve faaliyetlerle bağlantılı deneyimleri ile karakterize edilen, otantik, geleneksel ve/veya yenilikçi mutfak deneyimlerinin yanı sıra yerel üreticileri ziyaret etme, yemek festivallerine, yemek pişirme kurslarına katılma gibi ilgili diğer faaliyetleri de içerebilen bir turizm türüdür. Gastronomi turizmi; yerel, bölgesel ve ulusal ekonomileri canlandırma ve sürdürülebilirliği ve kapsayıcılığı artırmada muazzam bir potansiyel ve destinasyonların yerel mutfakları ile geleneklerini tanıtmak için eşsiz bir fırsat sunmaktadır (UNWTO, 2017). Aynı zamanda destinasyonların turizm gelirlerinde gastronominin ağırlığının yaklaşık %30 oranında olduğu ve bu oranın destinasyonların bu doğrultuda çalışmaları için önemli olduğu belirtilmektedir (UNWTO, 2012).

Türkiye dünyanın en zengin mutfaklarından birine sahip olduğu halde, bu zengin gastronomik değerlerini henüz yeterince tanıtamamakta ve gastronomi turizminden hak ettiği payı alamamaktadır. Türkiye'de birçok gastronomi etkinliği düzenlenmekte ancak bu etkinliklerden birkaçı dışında çok sayıda yabancı turist çeken etkinlik gerçekleştirilememektedir. Oysa gastronomi turizmiyle ilgili faaliyetlerin başında yeme-içme etkinlikleri gelmekte ve dünyada bu alanda faaliyette bulunan kuruluşların

yaklaşık yüzde 90'ı yemek etkinliklerine yönelik ürün ürettiklerini belirtmektedir (TURSAB, 2015). Gastronomi turizminin büyük oranda etkinlikler şeklinde yürütülmesi, bu etkinliklerin etkin planlanması ve yönetimini zorunlu kılmaktadır. Bu, organizasyona katılanların memnuniyeti, bölgenin ve ülkenin gastronomik ürünlerinin ve kültürünün tanıtımı ile sürdürülebilirliğinin sağlanması açısından oldukça önemlidir. Bu bağlamda deneyimli profesyonellerin bakış açısıyla nitelikli bir gastronomi etkinliği planlama ve yönetim süreci oluşturmak gerekmektedir. Bir şef, bir gastronomi etkinliğinin en önemli parçalarından birisidir (Collier, 2018). Araştırmada Türk gastronomisini geliştirebilecek ve etkin tanıtım sağlayabilecek düzeyde nitelikli etkinliklerin planlanması, yönetimi ve sürdürülebilirliği konusunda şeflerin görüşlerini belirlemek amaçlanmıştır. Bu doğrultuda Türkiye'de gastronomi alanının önemli bir paydaşı olan ve uluslararası gastronomi etkinliklerinin başlıcaları olan festivaller, yarışmalar ve fuarlara çeşitli şekillerde katılımları ve deneyimleri olan şeflerin görüşlerine başvurularak bir alan araştırması yürütülmüştür.

2. Kavramsal Çerçeve

2.1. Etkinlik ve Etkinlik Yönetimi Kavramları

Ritüel bir uygulama ve bir topluluğun yaşamının belirteçleri olarak etkinlikler insanlık tarihinin antik dönemlerine kadar uzanmaktadır (Antchak ve diğ., 2019: 9). Geçmişten itibaren çok önem verilen bu organizasyonlar zaman içerisinde evrilerek, günümüzde büyük bir endüstriye dönüşmüş ve önemli bir turizm türü haline gelen etkinlik turizmi de oluşmuştur. Getz'e göre (2008: 403) etkinlikler, turizmde önemli bir motive edici unsurdur ve birçok turistik destinasyonun gelişiminin anahtarıdır. Antchak ve diğ.'e göre (2019: 5) etkinlik turizmi, etkinliklerin turizm ve ekonomik kalkınmada oynadığı rollerle tanımlanan bir alandır. Her ne kadar etkinlikler şehirler ve ülkeler için giderek daha çeşitli hedeflere ulaşsa da, birincil düşünce her zaman ekonomik olmuştur. Ancak günümüz etkinlik planlamalarında, etkinlikler ve etkinlik paydaşları ve özellikle ev sahibi topluluklar arasında olumlu ilişkiler sağlayacak bir denge kurulmasına ve bunu yaparken sürdürülebilirliğe ve miras kavramına önem verilmesi gerektiği ifade edilmektedir (Lockstone Binney ve Ong, 2019: 43). Miras, bir etkinlik için oluşturulan, etkinliğin kendisinden daha uzun süre kalan, planlanmış ve planlanmamış, olumlu ve olumsuz, somut ve somut olmayan tüm yapılar olarak tanımlanabilmekte ve yeni altyapı, kentsel canlanma, artan turizm, iş fırsatları gibi miraslar olumlu, hizmet ve konut fiyatlarının artması, yüksek maliyetler, aşırı enerji ve su kullanımı gibi miraslar ise olumsuz olarak değerlendirilmektedir (Antchak ve diğ., 2019: 29).

Etkinlik yönetimi kavramı ise; sosyo-kültürel ya da kurum amaçlarına yönelik bütün detayları önceden planlanarak gerçekleştirilen geleneksel ritüelleri, gösteri, performans veya kutlamaları ifade etmektedir (Peltekoğlu, 2014: 321). Etkinliklere hükümetlerin ve kurumsal katılımın büyümesiyle, sektör çok daha karmaşık hale geldiği için, etkinlik yöneticilerinin artık çok çeşitli paydaşları belirlemesi ve onlara hizmet ederken onların ihtiyaç ve hedeflerini dengelemesi gerekmektedir (Tum ve Norton 2006: 18). Etkinliklerdeki küresel büyümenin ışığında ve rekabet ortamında etkinlik yöneticileri her zamankinden daha cazip deneyimler yaratmak zorunda kalmaktadır (Lockstone Binney ve Ong, 2019: 43).

2.2. Gastronomi Etkinlikleri

Bir bölgede gastronomi turizminin gelişimi ve yönetiminde gastronomi mirası, gastronomik ürünler ve üreticiler, konaklama sektörü, gastronomi eğitimi veren kuruluşlar gibi unsurlar ile birlikte gastronomi etkinliklerinin önemli bir yeri

bulunmaktadır ve destinasyonlar gastronomi turizmini teşvik etmede etkinliklerden yararlanmaktadır (UNWTO, 2019:16-17). Gastronomi etkinlikleri mevcut işletmelere can vermekte ve yeni iş alanları yaratmaktadır (Campoverde-Aguirre ve diğ., 2022). Turistler, seyahat ettikleri bölgelerde yiyecek içecek işletmelerinden yöresel yemekler yiyerek ve çeşitli gastronomi etkinliklerine katılarak yerel yemek kültürüyle yakın bağ kurmakta, onu sağlayan tabiatı tanımakta ve kırsal ekonomiyi doğrudan desteklemektedir (Hall ve diğ., 2003: 31-32).

Yeme-içme faaliyetleri zaten etkinliklerin önemli bir gelir sağlayıcısı olarak etkinliklere katılan ziyaretçilerin destinasyonda olumlu bir ekonomik etki yaratmasını sağlamaktadır (Raj ve Musgrave, 2009: 59). Hem yeme içme tüketimi sayesinde gelir elde etme hem de yeme içme alanı ile ilgili meslek sahibi olanların istihdam edilmesi bu ekonomik katkıyı sağlamaktadır. Dolayısıyla birçok etkinlikte yiyecek ve içecek hizmeti ana tema ve programa göre ikincildir, ancak doğal olarak gastronomi etkinliklerinde deneyimsel olarak en üst düzeydedir (Getz, 2007: 230).

Gastronomi etkinlikleri, ürün (tek ürün, çoklu temalı ürünler), yerel, bölgesel, ulusal ve uluslararası şekillerde sınıflandırılabilir (Hall ve Sharples, 2008: 14). Ayrıca, etkinlikler ayrı ayrı düzenlenebildiği gibi festivaller içerisinde work shoplar, fuarlarda çeşitli yemek yarışmaları vb. bütünleşik etkinlikler de organize edilebilmektedir. Bu çalışmada gastronomi etkinlikleri kapsamında en sık gerçekleştirilen festival, fuar ve yarışma etkinlikleri üzerinde durulmaktadır.

2.2.1. Gastronomi Festivalleri

Gastronomi festivalleri, belirli yiyeceklere veya yiyeceklerle ilgili öğelere veya davranışlara odaklanan festivallerdir. Genellikle ev sahibi toplumun paylaşmak istediği yerel yemeklerin, yemekle ilgili gururun, geleneklerin veya kendilerine özgü niteliklerin bir kutlaması olmakla birlikte, özellikle yabancı turistlere yerel turizm ve/veya mutfakları tanıtmak amacıyla yaratılan veya canlandırılan bir turistik cazibe merkezi de olabilmektedir (Hu, 2010: 8-9). Katılımcılara benzersiz deneyimler sunabilen ve bu özelliği ile önemli bir seyahat motivasyonu olabilen festivaller, turizm hareketliliği içerisinde son yıllarda en hızlı büyüyen sektörlerden biridir (Krajičková, ve Šauer, 2018: 189). Bugünün festivalleri ve fuarları geçmişten daha çeşitli, çok yönlü ve gelişmiştir (Hoyle, 2002: 152). Yemek yarışmaları, gösterileri ve tadımı gibi çeşitli etkinlikleri içeren gastronomi festivalleri, yemek ve insanların günlük yaşamı arasındaki yakın bağlar nedeniyle her yaşta ziyaretçiye eğlendirmenin kolay bir yolu olarak görülmektedir (Hu, 2010: 28).

Dünyada geçmişi oldukça eskilere dayanan, her yıl düzenlenen, çok çeşitli temalarda ve çok sayıda yabancı turist çeken popüler gastronomi festivalleri arasında İtalya Portakal Savaşları, Fransa Limon Bayramı, Kanada Mantar, Amerika Rockland İstakoz, İspanya Domates Festivalleri sayılabilmektedir. Türkiye'de de yiyecek içecek festivalleri çok eski zamanlardan beri düzenlenmekte, özellikle tarımsal üretime bağlı hasat şenlikleri ve kutlamaları açısından oldukça geniş bir çeşitlilik bulunmaktadır. Lale, çilek, gül, çay gibi çok sayıda yöresel ürün için festival ve şenlikler düzenlenmektedir (Yolal, 2017: 43). Türkiye'de yapılan çok sayıda gastronomi etkinliklerinden öne çıkanlar; uluslararası düzeyde çekicilik oluşturan Alaçatı Ot Festivali, 400 yıllık tarihi ve geleneği ile Mesir Macunu Festivali ve GastroAntep olarak sıralanabilir.

2.2.2. Gastronomi Fuarları

Turizm fuarları turizm talebi olan tüketiciler ile turistik işletmeleri bir araya getiren bir pazar olarak nitelendirildiğinden (Şengel ve diğ., 2018: 8), gastronomi fuarları da gastronomi alanı ile ilişkili ürünler bakımından arz ve talebi sunan kişi ve örgütlerin bir araya geldiği pazarlar olarak ifade edilebilir. Ayrıca tüketiciler fuarlarda üreticilerin ürünlerini tadabilme şansına sahip olmakta, deneyimleyerek satın almada büyük bir fırsat oluşturmaktadır (Torri ve Salini, 2016: 91). Gastronomi fuarları sayesinde öğrenmenin önemli bir aracı olan ağ oluşturma (network) geliştirilebilmektedir (UNWTO, 2019: 28).

Fuarların destinasyon pazarlama stratejilerinde önemli bir yeri bulunmaktadır. Örneğin, son yıllarda gastronomi turizminde önemli bir ilerleme kaydeden Peru'nun ünlü şefi tarafından Gastronomi Derneği'nin kurulması ve çalışmalarıyla ülkede gastronomi geliştirdiği ve büyüdüğü belirtilmektedir. Dernek daha sonra Peru'da Latin Amerika'nın en büyük gastronomi fuarını yaratarak, her yıl ziyaretçilere Peru'nun her bölgesine ait yemeklerini tadabilecekleri bir fuar düzenlemektedir (Morales ve Cordova, 2019: 167).

Dünyada öne çıkan gastronomi fuarlarında farklı etkinliklerin bir araya getirildiği kapsamlı fuarlar düzenlenmektedir. Örneğin, FIBEGA İbero-Amerikan Uluslararası Gastronomi Fuarı'nda üye ülkelerin katılımıyla; gastronomi kongresi, şefler toplantısı, yeme içme gösterileri ve tadımları gerçekleştirilmektedir (PRNewswire, 2019). Ayrıca SIAL Paris, Dubai Gulfood, World Food Moscow, Köln Anuga, İtalya Terra Madre dünyada öne çıkan uluslararası gıda ve içecek odaklı fuarlar arasında sayılabilmektedir.

Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği raporuna göre (2022), Türkiye'de 286 ulusal, 127 uluslararası olmak üzere 413 fuar gerçekleştirilmiştir. Bunlar içerisinde 22 adet ile "Gıda, gıda işleme, içecek, teknoloji ve endüstrileri" fuarları en yüksek sayıdaki ve katılımın en çok olduğu fuarlar arasındadır. Ayrıca gastronominin tarımdan başladığı düşünüldüğünde en çok gerçekleştirilen fuar türü olan "Tarım, seracılık, hayvancılık ve teknolojileri" de bu kapsamda değerlendirilebilmektedir. Bu fuarların 3.725.946 yerli 51 bini aşkın yabancı katılımcı ile en dikkat çeken fuarlardan birisi olduğu söylenebilmektedir. Türkiye'de öne çıkan gastronomi fuarlarına Anfaş Food Product, WorldFood İstanbul, Helal Expo örnek olarak verilebilir. Ayrıca 2022'de Diyarbakır'da ilk kez Mezopotamya Turizm ve Gastronomi Fuarı düzenlenmesi önemli bir gelişmedir.

2.2.3. Yemek Yarışmaları

Yarışma genellikle sonucunda ödüllerin verildiği, diğer katılımcılardan daha iyisini yapmak için rekabet edilen bir etkinliktir (Cambridge, t.y.). Yemek yarışmaları ise belirli kurallar dahilinde kişilerin yemek yapımında yetenek, bilgi ve becerilerini sergileyerek sonuçta bir ödül ve kazanım elde etmek üzere rekabet ettikleri planlanmış etkinlikler olarak ifade edilebilmektedir.

Türkiye'de yemek yarışmalarının iki şekilde düzenlendiği görülmektedir. Bunlar, aşçılık federasyonlarının önderliğinde düzenlenen, profesyonel aşçıların ya da aşçılık öğrencilerinin yarıştığı, aşçıbaşlarının ya da ünlü gurmelerin jüri olarak görev yaptığı yarışmalar ve yerel yönetimler tarafından ev hanımları gibi kişilerin katıldığı daha amatör düzeydeki yarışmalardır (Doğan, 2019: 1962). Türkiye'de yemek yarışmaları daha çok festivaller kapsamında ve yerel düzeyde düzenlenmektedir (Türk Aşçı Haberleri, t.y.).

Yemek yarışmalarına teorik bilgilerin uygulamalarla pekiştirilmesi, yeni şeyler öğrenmek, el becerisi kazanmak ve konuk şeflerle tanışmak gibi amaçlarla katılım sağlanabilmektedir (Boyras ve diğ., 2018: 473). Yöresel yemek yarışmalarının düzenleyicileri ise hem katılımcıların bu gelişimlerine destek olmak hem de yörenin gastronomi kültürünün öğretilmesini, korunmasını ve tanıtılmasını amaçlamaktadır (Doğan, 2019). Buradan hareketle, yarışmaların ulusal ve uluslararası düzeye taşınacak şekilde geliştirilmesinin bu tanınırlığı ve turist çekim gücünü arttıracığı söylenebilmektedir. Dünya çapında profesyonel şefleri, şef adaylarını ve ziyaretçileri çekebilen prestijli gastronomi/aşçılık yarışmaları bunu başarabilmiştir. Fransa Bocuse D'or, Almanya IKA Dünya Aşçılar Olimpiyatları, Dallas World Food Championships, Lüksemburg Dünya Aşçılık Kupası, International Food Contest, İtalya San Pellegrino Young Chef Academy bu yarışmalara örnek olarak verilebilmektedir.

Türkiye'de Aşçılar ve Şefler Federasyonu tarafından 19 yıldır düzenlenmekte olan İstanbul Mutfak Günleri, ülkenin önde gelen yemek yarışması aynı zamanda bir festivaldir. Dünya Aşçılar Birliği tarafından "Kıtalar Arası" unvanı verilen yarışma, ulusal ve uluslararası tanınmış birçok şef ve mesleğin önderleri ile aşçı ve aşçı adaylarını buluşturmaktadır (İstanbul Gastronomi Festivali, 2022). Ayrıca Türkiye'de yayınlanan çok sayıda TV yemek yarışmasına hem izleyiciler hem de yarışmacılar büyük ilgi göstermektedir. Bunlardan Master Chef Türkiye'nin bazı programları farklı yörelerde o yörenin yemeklerinin yapılması şeklinde de gerçekleştirilmekte ve destinasyonlar, gastronomik ürünlerini tanıtmaya imkânı nedeniyle ev sahipliği yapmak istemektedir.

2.3. Literatür Taraması

Literatürde şeflerin görüşlerini belirlemek üzere kısıtlı da olsa araştırmalar yapıldığı görülmektedir. Akoğlu ve diğ., (2017) Michelin yıldızlı şeflerin moleküler gastronomi eğilimine, Küçükyaman ve diğ. (2018) şeflerin yöresel ürünlere ilgisine, Fooladi ve diğ. (2018) şefler ve araştırmacılar arasındaki etkileşim/işbirliğine, Ekincek ve Aktaş (2020) şeflerin mutfak sanatı ve sanatçılarına, Kaleöz ve Duman (2020) neden bu kadar şef ve gastronomi etkinliği olduğuna, Aydın ve diğ. (2021) Türk mutfağının uluslararası bilinirliğindeki engellere yönelik görüşlerini belirlemek üzerine araştırmalar yapmışlardır. Genel olarak literatürde; katılımcıların gastronomi festivallerine (Chang, 2011, Krajíčková, ve Šauer, 2018) fuarlarına katılım motivasyonları (Cembalo ve diğ., 2015; Bi ve diğ., 2020), aşçılık yarışmasına katılan öğrencilerin kazanımları ve etkinliğin yeterliliğine ilişkin algıları, beklentileri (Gül ve diğ., 2017; Boyras ve diğ. 2018), yöresel yemek yarışmalarında bölgenin yemek kültürü ve gelişimi (Doğan, 2019), festivallerin hizmet kalitesi (Campoverde-Aguirre ve diğ. 2022), fuar tadımlarında algı (Torri ve Salini, 2016) üzerine araştırmalar yapıldığı görülmektedir.

Lee ve Arcodia (2011) gastronomi etkinliği organizatörleri ve destinasyon pazarlama uzmanlarının gastronomi festivallerinin destinasyon markalaşması konusundaki görüşleri üzerine, Kim ve diğ. (2001), etkinlik düzenleyicilerinin katılımcıların motivasyonlarına yönelik algılarını belirlemek üzere çalışmalar yapmışlardır. Görüldüğü üzere literatürde gastronomi etkinlikleri üzerine yapılan çalışmalar daha çok ziyaretçiler yönünden etkinliklerin değerlendirildiği araştırmalar olup, organizasyonda rol alan kişilerin görüşlerinin ele alındığı çalışmalar oldukça sınırlıdır. Buradan hareketle Türkiye'de düzenlenen gastronomi etkinliklerinin mevcut durumu ve etkin planlanması ve yönetimi üzerine deneyimli şeflerin görüşleri ve önerileri üzerine yürütülen bu araştırmanın sonuçlarının alan yazına ve uygulamaya katkı sağlayacak önemde olduğu söylenebilir.

3. Yöntem

Araştırmada nitel araştırma yöntemi uygulanmıştır. Veriler yarı yapılandırılmış görüşme tekniği ile elde edilmiştir. Araştırmacının önceden hazırlanan soruların beraberinde, aldığı cevaplara göre eşzamanlı ek sorular sorarak konuyu daha derinden inceleme ve ayrıntılı bilgilere ulaşabilme imkânı nedeniyle bu yöntem tercih edilmiştir (Yıldırım ve Şimşek, 2016). Mersin’de 2019 yılında düzenlenen Uluslararası Narenciye Festivali kapsamında farklı illerden gelen tanınmış şeflerle gastronomi etkinlikleri üzerine gerçekleştirilen bir bilgi alışverişi araştırma probleminin belirlenmesinde bir temel oluşturmuştur. Problemin belirlenmesinden sonra yapılan literatür araştırması sonucunda Gül ve diğ.’nin (2017) veri toplama aracının organizasyon yeterliliği ile ilgili bölümünden, Erim’in (2011) yarışmalar ile ilgili veri toplama aracının değerlendirme kriterleri ile ilgili bir sorusundan yararlanılmış aynı zamanda araştırmacının amacı ve mevcut durum kapsamında yanıt aranan sorular eklenerek araştırma soruları oluşturulmuştur. Araştırma soruları: “Katılımcıların demografik özellikleri nelerdir?”, “Katılımcıların aldığı herhangi bir ödül var mıdır?”, “Katılımcıların mesleki bir kuruluşa (STK) üyeliği var mıdır?”, “Gastronomi etkinliklerindeki rolleri açısından bu kuruluşlar ile ilgili değerlendirmeleri nelerdir?”, “Katılımcıların katıldığı yurtiçi ve yurtdışı gastronomi etkinliklerinin (festival, fuar ve yarışma) sayısı ve etkinliklerdeki rolü/görevleri nedir?”, “Katılımcıların, gastronomi gelişimi açısından Türkiye’de yapılan gastronomi etkinlikleri hakkındaki görüşleri nelerdir?”, “Katılımcılara göre Türkiye Gastronomisini geliştirmek için nitelikli bir gastronomi festivali nasıl düzenlenmeli, yönetilmeli ve kimler rol almalıdır?”, “Katılımcılara göre objektif, şeffaf ve etik niteliklere sahip bir yemek yarışması nasıl planlanmalı ve uygulanmalıdır?”, “Katılımcılara göre dünyada popüler gastronomi etkinliklerini öne çıkaran özellikleri nelerdir?”, “Katılımcıların katıldığı ya da uygulandığı ile ilgili bilgi sahibi olduğu yurtdışı gastronomi etkinlikleri ile Türkiye’dekilerin fark ya da benzerliği konusundaki görüşleri nelerdir?” ve “Katılımcıların Türkiye’deki şeflerin, şef adaylarının ya da takımların yurtdışındaki etkinliklere katılımları konusundaki görüşleri nelerdir?” şeklindedir. Geçerliliği sağlamak amacıyla, iki akademisyen şef ve sektörden iki deneyimli şef ile ön görüşme yapılarak sorular uygunluğu, anlaşılabilirliği ve katkıları açısından değerlendirilmiş, teyitleri alınmış ve görüşme formu son haline getirilmiştir. Araştırma için gerekli izin, Mersin Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu tarafından (21.06.2021/Karar No:31) verilmiştir.

Türkiye ve Türkiye dışındaki ülkelerdeki gastronomi etkinliklerine yarışmacı, jüri, izleyici vb. şekillerde katılmış ve bu doğrultuda etkinlikler ile ilgili derin bilgi ve deneyime sahip olduğu düşünülen şefler seçilmiş, böylece amaçsal örnekleme yöntemlerinden birisi olan ölçüt örnekleme tekniği uygulanmıştır. Ölçüt örnekleme; problemle ilgili olarak belirlenen niteliklere sahip kişiler, olaylar, nesnelere ya da durumlardan örneklemin seçilmesidir (Büyüköztürk ve diğ., 2012: 11). Araştırmaya katılmayı kabul eden 17 katılımcı ile 15 Temmuz 2021- 25 Haziran 2022 tarihleri arasında görüşmeler gerçekleştirilmiştir. COVID-19 pandemi koşulları ve önlemleri nedeniyle bazı görüşmeler yüz yüze gerçekleştirilememiş, görüntülü telefon görüşmesi yapılmıştır. Görüşmeler izinler doğrultusunda kayıt altına alınmış, katılımcılara numara verilerek veriler bilgisayar ortamında raporlanarak içerik analizi ve betimsel analiz ile test edilmiştir. İçerik analizi ile kodlama, kategorileri ve kategorilerde frekansları (sıklık) belirleme, değerlendirme, çıkarsama ve yorumlama aşamaları gerçekleştirilmiş (Bilgin, 2014: 11) ve betimsel analiz ile görüşülen bireylerin görüşlerini çarpıcı bir biçimde yansıtmak amacıyla doğrudan alıntılara yer verilmiştir (Yıldırım ve Şimşek, 2016: 239).

4. Bulgular

4.1. Katılımcıların Profili

Katılımcıların demografik ve sektörel deneyimlerine ilişkin bulgular Tablo 1'de sunulmaktadır. Tabloya yansıtıldığı üzere şefler oldukça deneyimlidir. İki dışında diğer tüm katılımcılar çok sayıda ödül, kupa ve plaket şeklinde ödül aldıklarını belirtmişlerdir. Çarpıcı bir bulgu olarak şefler arasında Dünya Master Şefler Olimpiyatı'nda altın madalya alan ilk Türk şef, Dünya Kupası ve Olimpiyat altın madalyası alan bir şef ve aşçılık alanında Uluslararası Şövalye unvanına sahip ilk Türk şef bulunmaktadır. Bu bulgulara göre Türk şeflerin uluslararası alanda büyük başarılar imza attıkları söylenebilmektedir. Dikkat çekici bir bulgu olarak Türk gastronomisinin tanıtıldığı ve temsil edildiğini belirterek yurtdışı etkinliklerde gösterdikleri üstün başarıların ülkede değer görmediğini vurgulayan şefler olmuştur (K4, K9).

Tablo 1: Katılımcıların Profili

Katılımcı Kodu	Cinsiyet	Yaş	Mesleki Deneyim	Sektörde Danışmanlık	Meslek	Ödüller (Kupa, madalya, plaket vb.)
K 1	E	40	20 yıl	Yok	Öğr. Görevlisi (Kamu)	10
K 2	E	42	27 Yıl	Var	Dr. Öğr. Üyesi (Vakıf)	50
K 3	K	34	17 Yıl	Var	Akademisyen (Vakıf)	10
K 4	E	44	28 Yıl	Var	Executive Şef	150
K 5	E	54	30 Yıl	Var	Culinary Exe. Director	100
K 6	E	31	21 Yıl	Yok	Executive Sous Şef	5
K 7	E	37	23 Yıl	Var	Dr. Öğr. Üyesi (Kamu)	25
K 8	E	69	40 Yıl	Var	Öğr. Görevlisi (Vakıf)	300
K 9	E	38	26 Yıl	Yok	Mutfak Şefi	-
K 10	E	42	26 Yıl	Yok	Öğr. Görevlisi (Kamu)	4
K 11	E	49	33 Yıl	Var	Mutfak Şefi	16
K 12	E	39	20 Yıl	Var	Öğr. Görevlisi (Vakıf)	-
K 13	E	39	23 Yıl	Yok	Executive Şef	20
K 14	E	42	26 Yıl	Var	Öğr. Görevlisi (Vakıf)	3
K 15	E	43	22 Yıl	Yok	Executive Şef	2
K 16	E	41	27 Yıl	Var	Eğitmen Şef	22
K 17	E	49	35 Yıl	Var	Eğitmen Şef	300

4.2. Katılımcıların STK Üyelikleri ile İlgili Bulgular

Katılımcı 1, 2, 3, 9, 10, 13, 14 ve 15 gastronomi alanında hiçbir STK'na bağlı olmadığını belirtmiştir. 4, 5, 6, 7, 8, 11, 12, 16 ve 17 numaralı katılımcıların ise çeşitli aşçılık ve gastronomi derneklerine üyelikleri bulunmaktadır. Şeflerden STK üyelikleri

bulunanlar incelendiğinde, Türkiye ve Mergen Aşçılar Federasyonları, Avrasya Gastronomi ve Aşçılar, Güney Anadolu Aşçılar Dernekleri ve Dünya Master Şefler ve Dünya Şefler Birliği Kültürel Miras Komisyonu gibi birçok ulusal ve uluslararası kuruluştaki, kurucu üye, başkan, başkan yardımcısı veya yönetim kurulu üyeliği gibi üst düzey görevlerde buldukları belirlenmiştir. Bazı şefler, geçmişte aktif olarak üyelikler ve görevler üstlendiklerini ancak zamanla bu örgütlerin etkinliklerdeki rolleri, amaç ve vizyonları ile ilgili olumsuzluklar nedeniyle ayrıldıklarını belirtmiştir. Örneğin K9, ulusal aşçılık takımının kaptanlığını, direktörlüğünü yaptığı süreçte 50'den fazla kupa 15'den fazla dünya çapındaki etkinlikteki başarılarına rağmen, yurda dönüşte hiçbir ilgi, tebrik vb. görmemesi nedeniyle bu görevi bıraktığını ifade etmiştir.

Bu örgütlerin gastronomi etkinliklerindeki rollerini değerlendirmelerinde ise şefler (K4, K10, K14), genel olarak çok sayıda federasyon ve dernek bulunduğunu ve bunların devlet kontrolünde tek bir çatı altında toplanmasının daha uygun ve kontrol edilebilir olacağı görüşündedir. Çok sayıda kuruluş olmasının etkinlik sayısı ve çeşitliliği anlamında bir zenginlik olduğu da bir diğer bakış açıdır (K7, K12). Bir derneğin başkanlığını yürüttüğü halde K16, düzenlenen etkinliklerdeki STK'ların rollerinin etkin olmadığını şu sözlerle dile getirmiştir: *"Maalesef gastronomiye hizmet açısından oldukça zayıftır. Oradaki amaç her zaman bir araya toplanıp eğlenmek amaçlı kurulan etkinliklerden bir adım öteye gidememiştir. Türk mutfağını tanıtan, anlatan ve gelecek nesillere aktarabilecek bir çalışma maalesef ki yapılmamaktadır. Avrupa bu konuda daha etkilidir. Yapılan etkinliklerde yemeklerin kimyasından tarihine kadar her şey anlatılır. Bu açıdan Türkiye'de bu konu daha profesyonel ellerde yapılırsa ve kar amacı dışına çıkabilirse anlam kazanacaktır"* şeklinde ifade etmiştir. Ulusal bir STK başkanlığı görevini yürüten K5 ise *"...yeni mezunlara vizyon sağlamak, yarışmalar yapmak, tecrübe kazandırmak ve sponsorluk hizmetleri..."* gibi rolleri bulunduğunu belirtmiştir. Bir başka STK başkanlığını yürüten katılımcı şef ise (K7), *"...STK'lar etkinliklerin gerçekleştirilmesinde, duyurulmasında ve geliştirilmesinde oldukça önemli roller üstlenmekte. Örneğin bizim derneğimiz sektörel birçok festival ve yarışmanın düzenlenmesi ve gerçekleştirilmesinde görev alıyor. Yurtdışına yarışma turları düzenliyor. Sektörel ihtiyaçlara göre tecrübelerini ajans ve organizatörlerle paylaşıyor..."* sözleriyle görüşlerini aktarmıştır.

4.3. Katılımcıların Yurtiçi ve Yurtdışı Etkinliklere Katılım Bulguları

Katılımcıların yurtiçi ve yurtdışı etkinliklere katılım sayıları ile görevlerinin yansıtıldığı Tablo 2'ye göre; şefler katıldıkları etkinliklerde çok çeşitli görevlerde bulunmuştur. Yurtdışı gastronomi etkinliklerine katılım ise ülkede gerçekleştirilen etkinliklere göre oldukça azdır ve şefler yurtdışı etkinliklerde daha çok yarışmacı olarak katılmıştır. Şeflerin katıldıkları yurtdışı etkinliklerin, Rusya, İngiltere, Ukrayna, Portekiz ve Almanya gibi Avrupa ülkelerinin yanı sıra, Orta Doğu'da Kudüs, Uzak Doğu'da Kore'ye kadar uzanan geniş bir yelpazedeki nitelikli etkinlikler olduğu belirtilmiştir. K2 ve K8'in 25'er kez yurtdışı etkinliklere çeşitli görevlerde katılması ve K17'nin yurt dışında "Türk Yemekleri" temalı 5 adet festival düzenlemiş olması dikkat çeken bulgulardır.

Tablo 2: Katılımcıların Yurtiçi ve Yurtdışı Etkinliklere Katılımları ve Görevleri

Katılımcı	Yurtiçi Etkinlik Sayısı	Etkinlikteki Görevi	Yurtdışı Etkinlik Sayısı	Etkinlikteki Görevi
K1	50	Yarışmacı, Jüri, Takım Kaptanlığı, Org. Komitesi Üyesi	20	Takım Kaptanlığı, Organizasyon Komitesi Üyesi
K2	100	Yarışmacı, Jüri, Konuşmacı, Milli Takım Aşçısı	25	Yarışmacı, Milli Takım Aşçısı
K3	200	Stant Sahibi, Jüri, Yarışmacı	5	Katılımcı, Jüri, Stant Görevlisi
K4	20	Direktör, Yarışmacı, Jüri, Milli Takım Direktörü, Jüri Bşk., Salon Bşk.	10	Direktör, Yarışmacı, Workshop, Milli Takım Direktörü
K5	30	Org. Bşk., Konuşmacı, Milli Takım Bşk., Jüri Bşk., Jüri, Workshop	12	Başkanlık, Jüri
K6	65	Yarışmacı, Jüri	2	Jüri
K7	25	Organizatör, Jüri, Katılımcı, Danışman	10	Davetli, Katılımcı
K8	300	Konuşmacı, Moderatör, Jüri, Jüri Başkanlığı	25	Konuşmacı, Jüri, Katılımcı
K9	15	Yarışmacı, Jüri	2	Yarışmacı, Jüri
K10	12	Yarışmacı, Jüri, Katılımcı	3	Yarışmacı, Katılımcı
K11	50	Organizatör, Jüri, Konuşmacı, Workshop	3	Yarışmacı
K12	45	Organizatör, Yarışmacı, Konuşmacı, Workshop	5	Katılımcı
K13	20	Yarışmacı, Jüri	5	Yarışmacı
K14	30	Jüri, Konuşmacı	20	Jüri, Katılımcı
K15	20	Yarışmacı, Jüri	5	Yarışmacı
K16	100	Jüri, Jüri Başkanlığı	6	Yarışmacı, Jüri
K17	500	Organizatör, Festival Başkanı, Jüri, Organizasyon Başkanlığı	15	Yarışmacı, Jüri, Organizatör

4.4. Türkiye'de Gerçekleştirilen Gastronomi Etkinliklerine Yönelik Bulgular

Şeflerin, Türkiye'de yapılan gastronomi etkinliklerini gastronomi gelişimi açısından değerlendirmelerinden elde edilen 80 ifade olumlu ve olumsuz görüşler şeklinde kategorilendirilerek Tablo 3'e yansıtılmıştır. Etkinlikler ile ilgili yetersizlik ya da eksikliğin belirtildiği olumsuzluk bildiren görüşlerin daha sıklıkla ifade edildiği (%68) ve fayda/katkı ifadelerinin yer aldığı olumlu görüşlerin ise daha az oranda olduğu (%32) anlaşılmaktadır. Şeflerin en sık dile getirdiği ifadenin "yanlış organizasyon" ile "planlama ve denetim eksikliği" olduğu görülmektedir. K7, "etkinlikler nicelik olarak artıyor ancak nitelik açısından geliştirilerek daha geniş kitlelere ulaşması sağlanmalıdır" derken, K16 "...Bir etkinlik düzenleniyorsa hangi şehirde ise o bölgenin gastronomisinin işlenmesi gerekiyor. Konu ile ilgili profesyonellerin de bu konuyu panelde insanlara tüm detayları ile anlatmaları gerekiyor. Ayrıca düzenlenecek olan gastronomi etkinliğinden sonra bölgede bulunan kafelerin ve restoranların menülerini buna göre güncelleyecek boyutta etki sağlanmamışsa eğer başarısız olmuş demektir" sözleriyle görüşlerini aktarmıştır. K17, "...Türkiye'de gastronomi festivaline yarışma

yapıyoruz. 10 tane yabancı mutfak jürisi geliyor, 3-5 yabancı ülkenin yemeğini yapıyorlar yarışmacılar ve değerlendiriliyor. Bu mudur? Dünyadaki öne çıkan ülkeler etkinliklerini kendi mutfaklarını, kendi kültürünü yaşatarak yapıyorlar...Türkiye’de bana göre bu işin ehli odun ateşinde yemek yapan insanlar, yemeğin rengini şimdiki gıda boyasıyla değil de otuyla yeşiliyle verebilen, bir tatlıyı tadını doğadaki sebze meyveyle tatlandıran kişiler Türk gastronomisinin temelindedir...Bizim mutfak kültürümüzü yansıtmıyoruz.” diyerek bölge gastronomik unsurlarının etkinliklerde yetersiz ve yanlış yansıtılmasını eleştirmektedir. Benzer şekilde K12, “Yapılan etkinliklerin gastronomi değerlerimizi yansıttığını düşünmüyorum. Elbette yapılan her etkinliğin faydası olur ancak daha sistemli ve düzgün bir zemine oturtulmuş, hedefini iyi belirlemiş ve bu çerçevede planı programını hazırlamış ekipler tarafından gerçekleştirilmelidir. Bazı organizasyonları tekelleşmiş olarak görüyoruz ve aynı yüzleri her yerde görmekten de sıkılıyoruz.” K13 ise “Tamamıyla kar amacıyla yapılıyor. Türk mutfağına bir katkısının olduğunu düşünmüyorum. Çok fazla niteliksiz madalya vb. dağıtıldığı için de yetişen nesle olumsuz etkisi oluyor.” diyerek görüşlerini aktarmıştır.

Tablo 3: Türkiye’de Gerçekleştirilen Gastronomi Etkinliklerine Yönelik Bulgular

Kategoriler	İfadeler	Σ _i	Σ _i (80)	%	%
1.Olumsuz Görüşler	1.1. Yanlış organizasyon	9	55	11	68
	1.2. Planlama ve denetim eksikliği	8		10	
	1.3. Etkinlik kalitesinin düşüklüğü	7		8,5	
	1.4. Türk mutfağına katkı sağlayamama	7		8,5	
	1.5. Yetersiz jüriler	5		6	
	1.6. Malzeme ve ekipman eksikliği	5		6	
	1.7. Çekicilik sağlanamaması	4		5	
	1.8. Etik değerlendirme eksikliği	4		5	
	1.9. Niteliksiz ödüller	3		4	
	1.10. Tanıtım eksikliği (sosyal medyanın etkin kullanılamaması vb.)	2		3	
	1.11. Tekelleşme	1		1	
(2) Olumlu Görüşler	2.1. Etkinlik sayısının yüksekliği ve çeşitliliği	5	25	6	32
	2.2. Yerel etkinliklerin artışı	4		5	
	2.3. Sürdürülebilirlik	4		5	
	2.4. Ülke gastronomi gelişimine fayda	3		4	
	2.5. Özgüven ve tecrübe sağlaması	3		4	
	2.6. Katılımcılara sosyal imkânlar	3		4	
	2.7. Kişisel gelişime katkı	2		3	
	2.8. Ulusal pazarda gelişim	1		1	

4.5. Nitelikli Bir Gastronomi Festivali Düzenlenmesine Yönelik Bulgular

Katılımcıların çoğunluğu, Türkiye gastronomisini geliştirmek için festivallerin birlik ve beraberlik içerisinde tüm paydaşlara yer verecek şekilde yapılması gerektiğini belirtmiştir. Katılımcılardan 5, 6, 8, 11, 16, 17 Türk mutfağının geleneksel lezzetlerinin ön plana çıktığı ve düzenlendiği bölgenin kültürünü yansıtan etkinlikler olması gerektiği

fikrinde birleşirken, katılımcı 3, 4, 9, 10, 12, 16 ve 17 adil ve liyakat kurallarına uygun, kimsenin kayırılmadığı veya kişisel, kurumsal menfaatinin olmadığı etkinlikler düzenlenmesi gerektiğini vurgulamışlardır. K1, *“Festival amacına uygun olarak düzenlenmeli, mesela; yerel bazda düzenlenen bir festival ise o yöreye özgü ürünlerin ön plana çıkması farklı bölgelerden veya ithal ürünlerin yer almaması gerekmektedir.”* şeklinde cevap vermiştir. K3, *“Fuarlar yeme içme alanlarından fazla yeni ürünlerin lansmanın olduğu yerler olmalı”* derken, K2, K7 ve K8 düzenlenen organizasyonlarda kullanılan malzeme, ekipman, etkinlik alanı gibi belirleyici unsurların Türkiye’de çok zayıf veya yetersiz olduğunu ve bunun etkinliklerin istenilen sonuçların elde edilememesine neden olan bir durum olarak değerlendirmiştir.

Festivallerde kimlerin rol alması gerektiği sorusuna verilen yanıtların analizi sonucunda ise 69 ifade elde edilmiş, bunlardan sıklığı en yüksek olan ifade şefler (14) olmuştur. Katılımcıların en sık belirttikleri kişiler sırasıyla mesleğe gönül verenler (8), akademisyenler (6), eğitimciler(6), üstatlar(5), öğrenciler(5), basın(4), ünlü kişiler/şefler (3), sponsorlar(3), işletmeciler(3), sektör temsilcileri(3), yerel yönetimler(2), bloggerlar/influencerlar (2), yerel üreticiler(2), Kültür ve Turizm Bakanlığı/müdürlükleri (2), yerli ev hanımları(1) şeklindedir. Örneğin, K17'nin görüşleri dikkat çekmektedir: *“Gastronomi festivali adı altında yüzlerce etkinlik düzenleniyor. Gastronominin ne olduğunu bile bilmiyor düzenleyenler. Maalesef amacına uygun yapılmıyor. Gastronomiyi yanlış yorumluyoruz, yanlış tanıtıyoruz. Bir şehirde festival yapacaksak, oralandaki kendi özleriyle yemekleri yapan aşçıyı, anneyi bulacaksınız, her ilçeden tarihi yemek bulup bu yemeği birlikte yapın denilmeli...74'te dünya birinciliği getirmiş duayen aşçı var mesela bugün onu hiçbir etkinliğe çağırıyorlar, üstat, gastronom onlar.”* Genel olarak katılımcılar, etkinlik planlamasının üzerinde durmuş, profesyonel ve eğer bölgesel bir festival ise bölgenin tüm paydaşlarının etkin bir şekilde yer aldığı bir ekip tarafından yönetilmesi gerektiğini belirtmiştir.

4.6. Nitelikli Bir Yemek Yarışması Planlama ve Uygulamaya Yönelik Bulgular

Türkiye’de objektif, şeffaf ve etik niteliklere sahip bir gastronomi yarışması planlama ve uygulamaya dair yanıtların analizi sonucu elde edilen 91 ifade doğrultusunda Tablo 4 oluşturulmuştur. Genel olarak etkinliğin organizasyon tarafında yoğunlaşan beklentilerin yanı sıra yarışmacıların da sunum, lezzet, hijyen ve kıyafet gibi konularda gerekli hassasiyet ve özeni göstermesi gerektiği vurgulanmıştır. Şeflerin üç kategoride değerlendirilen görüşlerinden en sık dile getirdikleri konuların; tüm yarışmacılara eşit malzeme ve donanım sağlanması, iyi sunum, tarafsızlık, hijyen ve tecrübeli jüri ifadeleri olduğu görülmüştür. K1, *“Kurallar çok net olmalı. Tanıdığının yakını gibi kayırma talepleri oluyor, olmamalı. Jüri olacak kişilere bu konuda eğitim verilmeli. Değerlendirme yapılacak kıstasları standart olmalı.”* şeklinde, K10 ise *“Jüri belirlenmeli bir eğitim ve tecrübe kriteriyle seçilmeli. Yarışmacı tabakları değerlendirilirken sahibi bilinmemeli. Hatır için veya nezaketen ödül dağıtılmamalı.”* sözleriyle görüşlerini detaylandırmıştır. Bir diğer şef ise, *“Yaşadığım bir olayla mevcut durumu anlatayım. Türkiye’de uluslararası düzeyde profesyonel bir yemek festivalinde görevimizi en iyi şekilde yaptık, 5 profesyonel şef jüriydik. Birincimizi seçtik, ödülü kariyeri için çok değerli olan bir yarışmaydı. Maalesef organizasyonda yetkili birisi kendi birincisini bizimkinin yerine seçti.”* diyerek çarpıcı bir deneyimini aktarmıştır. K3 de benzer şekilde: *“Amca oğlu, dayı kızı aman şu restoran veya firma sponsor oldu, şefi ödül almalı... Bizdeki en büyük sorun bu...”* demiş, K2, yurtdışında prestijli bir yarışmadaki adalet deneyimini: *“Katıldığım bir yarışmada yanımdaki yarışmacının dörtlü ocağının bir adedi bozuldu ve jüri eşit değerlendirme yapabilmek adına benim de bir ocağımı kapatarak adil bir yarış olmasını sağladı.”* sözleriyle aktarmıştır. Ayrıca şef; dünyadaki prestijli yarışmaların çok derin geçmişleri olması ve madalya veya belgelerin bu

etkinliklerde olduğu gibi tüm dünyada tanınır ve mesleğe katkı sağlar nitelikte olması gerektiğini belirtmiştir.

Tablo 4: Nitelikli Bir Yemek Yarışması Planlama ve Uygulamaya Yönelik Bulgular

Kategoriler	İfadeler	Σ_i	Σ_i (91)	%	100
1. Değerlendirme ile İlgili Gereklilikler	1.1. İyi sunum	8	53	8,8	58,2
	1.2. Tecrübeli jüri	8		8,8	
	1.3. Hijyen sağlanması	8		8,8	
	1.4. Doğru ve standart değerlendirme kriterleri	7		7,69	
	1.5. Lezzet	7		7,69	
	1.6. Yarışmanın türüne uygun puanlama sistemi	7		7,69	
	1.7. Eğitimli jüri	4		4,39	
	1.8. Kılık kıyafet uygunluğu	4		4,39	
2. Etik Gereklilikler	2.1. Tarafsızlık	8	22	8,8	24,2
	2.2. Dürüstlük	5		5,5	
	2.3. Şeffaf puanlama	5		5,5	
	2.4. Liyakat	4		4,39	
3. Sunulması Gereken İmkânlar	3.1. Eşit kaliteli malzeme ve ekipman sunulması	10	16	11	17,6
	3.2. Uygun altyapı ve tesis	4		4,39	
	3.3. Nitelikli ödül/belge	2		2,17	

4.7. Dünyada Popüler Gastronomi Etkinliklerinin Özellikleri Hakkındaki Bulgular

Şeflerin dünyada popüler hale gelmiş gastronomi etkinliklerinin hangi özellikleri ile öne çıktığı sorusundan elde edilen 77 ifade 3 kategori halinde Tablo 5'e yansıtılmıştır. Şeflere göre bu etkinlikleri öne çıkaran en önemli unsurların başında, büyük bütçeleri, etkin reklam ve tanıtımları, sosyal medyanın etkin kullanımı ve popüler jüri üyelerinin katılımı gelmektedir.

Tablo 5: Dünyada Popüler Gastronomi Etkinliklerinin Özellikleri

Kategoriler	İfadeler	Σ_i	Σ_i (77)	%	100
1. Destekleme ve Denetim ile İlgili Özellikler	1.1. Büyük bütçeler	8	14	10	18
	1.2. Devlet kontrolü	4		5	
	1.3. Siyasilerin desteği	2		3	
2. Planlama ve Organizasyon ile İlgili Özellikler	2.1. Etkin reklam ve tanıtım	8	38	10	49
	2.2. Popüler jüri üyelerinin katılımı	7		9	
	2.3. Sosyal medyanın etkin kullanımı	7		9	
	2.4. Uluslararası düzeyde geçerli ödül verme	5		6,5	
	2.5. Profesyonel organizatör	5		6,5	
	2.6. Katılımcı çeşitliliği sağlama	3		4	
	2.7. Yeni ürün tanıtımları	3		4	

Tablo 5'in devamı

3. İlkeler ile İlgili Özellikler	3.1. Tarafsızlık ilkesi	5	25	6,5	33
	3.2. Geleneksellik	5		6,5	
	3.3. Yüksek ekipman kalitesi	5		5	
	3.4. Tescilli ürün kullanımı	3		4	
	3.5. Yerel mutfağa özen	3		4	
	3.6. Uygulama disiplini	3		4	
	3.7. Kültürel açıklık	2		3	

Katılımcıların yurt dışında deneyimledikleri veya bilgi sahibi oldukları etkinlikler ile yurt içinde düzenlenen etkinlikleri karşılaştırmalarına yönelik görüşleri de dikkat çekmektedir. Katılımcılar tarafından, etkinlik bütçesi, kullanılan ekipman ve malzeme kalitesi, eşitlik ve liyakat, disiplin, jüri kalitesi ve iyi yapılan reklam ve tanıtımların en belirgin ayırt edici özellikler olduğu belirtilmiştir. Devlet destekli ve onaylı kurum ve kuruluşların bu etkinlikleri düzenlemesinin de önemine vurgu yapılmıştır. Örneğin K7, "sponsor ve destekçilerinin de çok önemli firmalar olması kaliteyi artırmaktadır." diyerek, K2 ise "Oralarda takımların ayırdığı bütçeleri, malzeme ve ekipmanları görünce inanamıyorsunuz. Bizde display eğitimi verecek seviyede eğitmen şef yok. Yurt dışından gelen şeflerden aldık bu eğitimleri hep. Çok çalışmak ve yaratıcılığı artırmak gerekiyor." şeklinde farklılıkları aktarmıştır. K5, "Her isteyen etkinlik yapamıyor onlarda, sadece bu işin profesyonelleri ve en önemlisi sadece devlet onaylı kurumlar yapıyor." diyerek farklılığı belirtmiştir. K16, "Avrupa'da jürilerin 48 saat önceden alkollü almaları yasaklanır" şeklinde kurallara vurgu yaparken, K17 "Almanya'ya git bir ucundan bir ucuna yemekler aynıdır. Ama bizde her yerde farklı yemekler var. Ama biz sahiplenmiyoruz. Bütün bu kültürü içine alacak şekilde hareket etmen lazım. Dünya'ya açılıyor diyoruz. Nasıl açılıyor? 2 sene önce Rusya'da yemek festivali vardı. Türkler Fransız balı, İtalya makarnası vs. ile yarışıyorlar. Sıfır sıfır sıfır. Fransız jüri geldi bize dedi ki ben Fransız'ım, bana Fransız yemeği yapıyorsunuz. Puan mı veririm ben? Ertesi gün fırın sütlaç, helva, tarhanalı et yemeği ile altın madalyalar gelmeye başladı." diyerek ulusal gastronomik unsurların etkinliklere yansıtılmasının önemine dikkat çekmektedir.

Ayrıca araştırmada tüm şefler yurtdışındaki öne çıkan etkinliklere şef ve şef adaylarının gerek takım gerekse bireysel olarak katılmalarını önermektedir. Kendilerinin bu tür katılımlar ile kişisel gelişim, özgüven, vizyon kazanımı ve tecrübe gibi konularda ciddi gelişimler sağladığını dile getiren şefler, bu alanda çalışan ve çalışmayı planlayan her şefin imkanları dahilinde bu etkinliklere katılması gerektiği görüşünde birleşmektedir.

5. Sonuç ve Öneriler

Araştırmada genel olarak şeflerin görüşlerinden elde edilen bulgular, Türkiye'de yapılan etkinliklerde eksiklikler ve yanlışlıklar olduğunu göstermektedir. Uluslararası düzeyde çekicilik oluşturabilecek nitelikli bir etkinlik gerçekleştirebilmek için bu eksiklikleri gidermek ve geliştirilmesi gereken noktaları göz önüne alarak etkin bir etkinlik yönetimi gerçekleştirmek gerekmektedir. Şeflerin görüş ve önerilerinden yola çıkarak mevcut etkinlikler iyileştirilebilir ve yeni nitelikli etkinlikler düzenlenebilir.

Türkiye'de düzenlenen etkinlikleri, öne çıkan yurt dışı etkinliklerle kıyaslayan şefler, öncelikle bu etkinliklerin devlet kontrolünde ve büyük bütçelerle yapıldığına dikkat çekmektedir. UNWTO de (2019: 53) devletlerin özel sektörle yakın işbirliği içinde çalışması ve gastronomi etkinliklerinde organizasyonu desteklemelerinin önemini vurgulamaktadır. Dolayısıyla devlet desteğinin ve etkili sponsorluğun nitelikli bir etkinlik

ve bütçe için zorunluluk olduğu söylenebilmektedir. Etkinlik uluslararası alanda dikkat çektiğçe ve talep gördükçe sponsorluk da çekici hale gelebilecektir.

Türkiye’de çok sayıda ve çeşitli temalarda etkinlikler düzenlense de bunların çoğunluğu küçük çapta ve yerel düzeyde kalmaktadır. Araştırma bulguları Kaleözü ve Duman’ın (2020) şeflerin Türkiye’de gastronomi etkinlikleri hakkındaki görüşleri üzerine yaptıkları araştırma sonuçlarıyla oldukça benzerlik göstermektedir. Söz konusu çalışmada da şefler, bu çalışmada da olduğu gibi gastronomi etkinliklerini yetersiz bulmakta ve yöresel ve geleneksel lezzetlerin yansıtılmadığını, toplum kültürü ilgili bilgi verilmediğini düşünmektedir. Şeflerin ve etkinliklerin sayıca fazla olduğu ancak nitelik olarak geliştirilmesi gerektiği, gastronomi bilgisinin yeterli olmadığı ve bu yüzden bu etkinliklerde istenilen başarının sağlanamadığı tespit edilmiştir. Ayrıca çalışmada şeflerin sıklıkla belirttiği yerel ürünlerin etkinliklerde yer almasının gastronomik kültürün tanıtımı ve etkinliğin başarısı açısından önemi Lee ve Arcodia’nın (2011) çalışmasında da ortaya konmuş ve yöresel ürünlerinin gastronomi etkinliklerinde kullanımının etkinliğin çekiciliğinin desteklendiği ve destinasyon markası oluşturmada belirgin bir rol oynadığı tespit edilmiştir.

Türkiye’nin zengin ve özgün gastronomik unsurlarının doğru yansıtılarak gerçekleştirileceği etkinliklerin, etkin tanıtımının yapılması ve planlamaların başından etkinliğin sonunda değerlendirilmesine kadar bütüncül ve profesyonel bir bakış açısıyla yönetilerek gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Bunu gerçekleştirebilmek için, uzman kişiler ve paydaşların mutlaka yer alması gereken etkinlik komiteleri (şefler, akademisyenler, mesleğe gönül verenler, sektör temsilcileri, bakanlık temsilcileri, vb.) oluşturulması önerilebilmektedir. Bu komiteler planlamalarda metinde de değinildiği gibi günümüz etkinliklerindeki tüketici davranışları, yenilikçilik anlayışı, sürdürülebilirlik, olumlu miras gibi konuları dikkate almalı ve dünyada öne çıkan popüler gastronomi etkinlikleri ile ilgili bilgi edinmelidir. Komite üyelerinden görevlendirilenler aktif olarak bu etkinliklere katılım sağlayabilir ve yerinde gözlemleyerek kıyaslama yapma şansı elde edilebilir.

Etkinlik hazırlık aşamasından bitimine kadar şeflerin önerdiği şekilde sosyal, yazılı medya vb. tanıtım araçları etkin olarak kullanılmalıdır. Nitekim etkinlik yerinin seçimi ve etkinliğin pazarlanması, katılım ve etkinliğin başarısı üzerinde önemli bir etkiye sahiptir (Hoyle, 2002: 152). Etkinliğin tüm süreçlerinde komite içi ve dış çevre ile etkin iletişim ve koordinasyon sağlamak, etkinlik bittikten sonra planlamaların ne ölçüde gerçekleştiği, ne gibi beklenmeyen durumlarla karşılaşıldığı gibi değerlendirmeler yapılarak yeni etkinlikler için yol haritaları oluşturulmalıdır. Özellikle gelişen teknoloji ile birlikte etkinliklerin planlama sürecinde oluşturulan sosyal medya hesapları sayesinde, ulusal ve uluslararası alanda milyonlarca insanla etkileşim sağlayabilme, etkinlik süresince ve sonunda değerlendirme imkânı elde edilebilmektedir (Yavuz ve Enes, 2021).

Şefler yarışmalarda sıklıkla malzeme ve ekipman eksikliğini ifade etmişlerdir. Aynı şekilde Gül ve diğ. de (2017) çalışmalarında yarışmalardaki bu sorunu tespit etmişlerdir. Şeflerin sıklıkla vurguladıkları yarışma etkinliklerindeki etik ve adil olmayan davranışlar ve kurallar ile hatalar ve yetersizlikler özellikle genç şeflerin gelişimleri ve mesleğe olan inançlarını olumsuz etkileyebilecektir. Yarışmalarda şeflerin önerilerinden elde edilen bulgular temelinde; doğru değerlendirme kriterleri ile standartlar oluşturma, popüler ve alanında uzman jüri üyeleri değerlendirmeleri, uluslararası düzeyde geçerli ve adil olarak dağıtılmış ödüller vb. düzenlemeler ile daha adil, tarafsız, etkin ve çekici yarışmalar düzenlenmelidir. Boyraz ve diğ. de (2018) aşçılık yarışmalarının şef adaylarına çok yönlü katkıları olduğunu tespit ettikleri çalışmalarında bu etkinliklerin

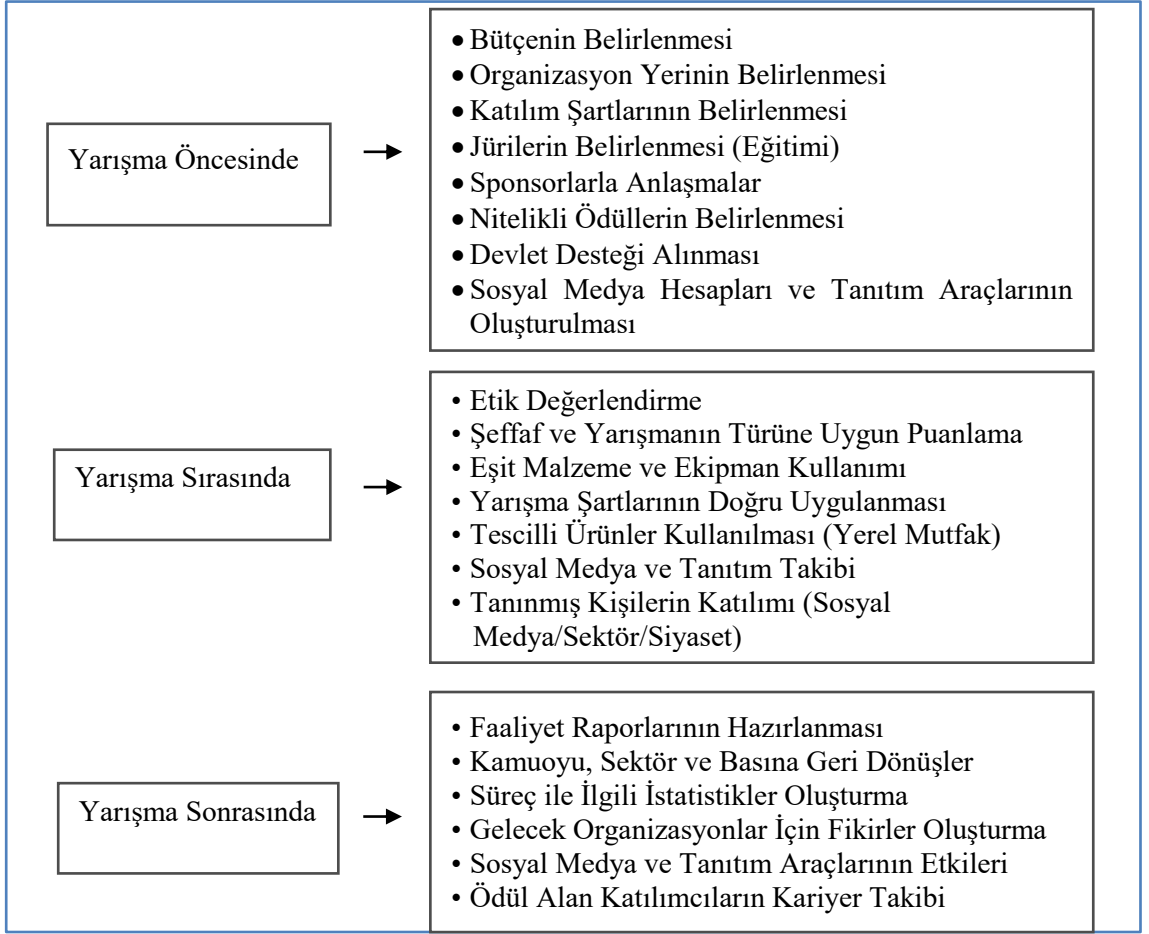
sürdürülebilir olarak devam ettirilmesinin gerekliliğini belirterek, yarışmaların gerek kamu gerek özel sektör tarafından kontrollü olarak desteklenmesi gerektiğini vurgulamışlardır.

Şeflerin tümü yurtdışındaki öne çıkan etkinliklere şef ve şef adaylarının gerek takım gerekse bireysel olarak katılmalarını önermektedir. Bu hususlar aynı zamanda Türk mutfağının tanıtılmasını da sağlayabilecektir. Aydın ve diğ. de (2021) şeflerin görüşleri üzerine yaptıkları araştırmalarında Türk mutfağının bilinirliğini artırabilmek için uluslararası alanlarda düzenlenen yemek yarışmaları ve fuarlar gibi etkinliklere katılım sağlanmasının gerekliliğini ortaya koymuşlardır. Ancak bir yandan da şeflerin yarışmalardan elde ettikleri önemli başarılarla rağmen, örneğin herhangi bir branşta bireysel ya da takım olarak madalya almış sporcular gibi, değer görmemeleri, gündemde yeterince yer almamaları ve takdir edilmemeleri nedeniyle ciddi kırılmalar yaşadıklarını belirtmeleri araştırmada elde edilen çarpıcı bir bulgudur. Şeflerin Türk gastronomisinin tanıtılmasındaki ve geliştirilmesindeki bu payı göz ardı edilmemelidir.

Araştırmada şeflerin öne çıkan yurtdışı etkinliklerini de göz önüne alarak belirttikleri görüşlerinden edilen bulgulara dayanarak Şekil 1'de yer alan ve yarışma öncesi, yarışma sırası ve yarışma sonrası olmak üzere ayrılan bir etkinlik süreci oluşturulmuştur. Sürecin her basamağı kendi içinde adım adım belirlenmeli ve yürütülmelidir. Etkinlik, yarışma öncesinde bütçe, jüri, organizasyon yeri, nitelikli ödüller belirlenmesi gibi faaliyetlerin yer aldığı planlama aşaması ile başlamaktadır. Şeflerin tanıtım konusunda sıklıkla üzerinde durdukları sosyal medya araçları başta olmak üzere diğer tanıtım hazırlıkları da bu aşamada yapılmalıdır. Şeflerin üzerinde önemle durduğu üzere özellikle genç yeteneklerin becerilerini gösterecekleri, yaratıcılıklarını geliştirebilecekleri yarışmalar düzenlemenin yanı sıra değerlendirmenin metinde belirtilen uzman kişiler ile etik bir şekilde yapılması da etkinliğin başarısında önemli bir husustur. Bu süreç içerisinde belirlenen kural ve kriterlerin aynı zamanda çok iyi bir şekilde denetlenmesi de başarı için önemli bir gereksinimdir. Aynı zamanda yarışma sonrasında, sosyal medya gibi kullanılan tanıtım araçlarının etkililiği, katılımcı sayıları vb. konular üzerine yapılacak bilimsel değerlendirmeler ve tespitler yeni düzenlenecek yarışmaların planlanmasında yardımcı olabilecektir. Yarışmada başarı elde eden kişilere uluslararası düzeyde geçerli olan, istihdam ve burs fırsatları sunan ödüllerin verilmesi, bu kişilerle iletişimi sürdürerek kariyerlerinin takip edilmesi, yeni yarışmacı adaylarını da çekici kılacak şekilde kullanılabilir.

Araştırmanın sonuçlarının literatüre ve şef adaylarına katkı sağlaması beklenmektedir. Aynı zamanda etkin gastronomi turizmi politikaları oluşturma, teşvik ve destekler, bütçe sağlama vb. konularda yasa yapıcılara, ülkenin ve bölgenin gastronomik unsurlarını tanıtmaya, etkin ve sürdürülebilir düzeyde etkinlikler gerçekleştirilebilmek için sektör temsilcileri, etkinlik organizatörleri, ulusal ve yerel düzeydeki yöneticiler ve STK'lara yardımcı olabileceği düşünülmektedir. Yeni araştırmalar için araştırmacılara, gastronomi etkinlikleri üzerine daha kapsamlı, çoklu paydaş görüşlerine dayalı ve etkinlik düzenleyicileri ile katılımcılarının görüşlerini ve beklentilerini karşılaştırarak ortaya koyabilecek araştırmalar yürütülmesi önerilebilir.

Şekil 1: Nitelikli Bir Yarışma Etkinliği Süreci



6. Kaynakça

- Akoğlu, A., Çavuş, O., ve Bayhan, İ. (2017). "Michelin Yıldızlı Restoran Şeflerinin Moleküler Gastronomi Algı ve Eğilimleri San Sebastián, İspanya Örneği", *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, ss. 43, 59.
- Antchak, V., Lück, M. ve Pernecky, T. (2021), "Understanding the Core Elements of Event Portfolio Strategy: Lessons From Auckland and Dunedin", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 33(7), ss. 2447-2464.
- Aydın, Ş., Keskin, E. ve Aydemir, D. A. (2021). "Türk Mutfağının Uluslararası Bilinirliğindeki Engeller ve Aşçıların Konu Hakkındaki Görüşleri", *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 9(1), ss. 470-487.
- Bi, Y., Choi, S. ve Kim, I. (2020). "Visitors' Motives for Attending a Healthy Food Exhibition", *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(8), ss. 2703.
- Bilgin, N. (2014). *Sosyal Bilimlerde İçerik Analizi Teknikler ve Örnek Çalışmalar*. İstanbul: Siyasal Kitabevi.
- Boyras, M., Mutlu, A. S. ve Mutlu, H. (2018). "Aşçılık Yarışması Katılımcılarının Tutumlarının Belirlenmesi, Ulusal Aşçılar ve Pastacılar Şampiyonası Örneği". *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6, 85, ss. 468-482.

- Büyüköztürk, Ş., Kılıç Çakmak, E., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş., ve Demirel, F. (2012). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri* (13. baskı). Ankara: Pegem Akademi.
- Cambridge Dictionary (t.y.). <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/contest>
- Campoverde-Aguirre, R., Carvache-Franco, M., Carvache-Franco, W., Almeida-Cabrera, M. (2022). "Analysis of the Quality of Service in Gastronomic Festivals. Sustainability", *Marketing Management in Hospitality and Tourism Industries* Volume II, 14, 14605.
- Cembalo, L., Migliore, G. ve Schifani, G. (2015). Local economies and consumer participation: the organic food fairs. Naples: University of Naples Federico II.
- Chang, W. (2011). "A Taste of Tourism: Visitors' Motivations to Attend a Food Festival, Source", *Event Management*, 15(2), ss. 151-161.
- Collier, (2018, 2 Ekim). "A Chef's Perspective on Events", <https://tripleseat.com/blog/a-chefs-perspective-on-events/> (17.05.2022).
- Doğan, S. (2019). "Turizm Haftası Etkinlikleri Kapsamında Yöresel Yemek Yarışmaları." *Studies*, 7(3), ss. 1958-1982.
- Ekincek, S., ve Aktaş, S. G. (2020). "An Evaluation of Chefs' Views on the Culinary Arts and Design Processes", *In Heritage Tourism Beyond Borders and Civilizations* (pp. 101-113). Springer, Singapore.
- Erim, A. (2011). "Gitar Yarışma Jürilerinin Performans Değerlendirmeye Yönelik Görüşleri", *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 19, 1, ss.73-84
- Fooladi, E., Hopia, A., Lasa, D. ve Arboleya, C. (2008). "Chefs and Researchers: Culinary Practitioners' Views on Interaction Between Gastronomy and Sciences", *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 15, ss. 6-14.
- Getz, D. (2007). *Event studies: Theory, research and policy for planned events*. London, UK: Elsevier Butterworth- Heinemann.
- Getz, D. (2008). "Event Tourism; Definition, Evolution and Research". *Tourism Management*, 29(3), ss. 403-428.
- Gül, K., Erdemir, B. ve Gül, M. (2017). "Aşçılık Yarışması Etkinliklerinde Organizasyon Yeterliliği ve Öğrenci Kazanımları Balıkesir Üniversitesi Örneği". *TurkishStudies*, 12/13, ss. 317-334
- Hall, M.C., Mitchell R. ve Sharples, L. (2003). "Consuming places: the role of food, wine and tourism in regional development", Hall, C. M., Sharples, L., Mitchell, R. Macionis, N. ve Cambourne, B. (Eds), *Food tourism around the world: development, management and markets* içinde (ss.25-59), Elsevier, Butterworth-Heinemann.
- Hall, C.M. ve Sharples, L. (Ed) (2008). *Food and Wine Festivals and Events Around the World: Development, Management and Markets*, Butterworth Heinemann, Oxford.
- Hu, Y. (2010). *An exploration of the relationships between festival expenditures, motivations, and food involvement among food festival visitors*, Unpublished thesis, University of Waterloo.
- Hoyle, L. H. (2002). *Event marketing: How to Successfully Promote Events, Festivals, Conventions, and Expositions* (Vol. 2). New York: John Wiley & Sons.
- İstanbul Gastronomi Festivali (2022). <https://istanbulgastronomifestival.com/genel-bilgi> (11.05.2022).
- Kaleözü, S. ve Duman, G. (2008). *Neden bu kadar şef gastronomi etkinliği var? İhtiyaç var mı?* International Travel and Tourism Dynamics: Ankara; 08-10/10/2020.
- Kim, K., Uysal, M. ve Chen, J.S. (2001). "Festival Visitor Motivation From The Organizers' Points of View", *Event Management*, 7(2), ss. 127-134.
- Krajíčková, A., ve Šauer, M. (2018). "Differences in motivation of food festivals visitors, s. A view from the Czech Republic". *Geographica Pannonica*, 22(3), 189-200.
- Küçükyaman, M. A., Demir, Ş. Ş., ve Bulgan, G. (2018). "Mutfak Şeflerinin Yöresel Ürünlere İlgisi; Isparta Örneği", *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2, 86-103.

- Lee I. ve Arcodia, C. (2011). "The Role of Regional Food Festivals for Destination Branding", *International Journal of Tourism Research*, 13, 355–367.
- Lockstone Binney, L. ve Ong, F. (2019). "Event Studies: Progression and Future İn The Field. S. Beeton & A. Morrison (Eds.)", *The Study of Food, Tourism, Hospitality, and Events* içinde (ss. 37-46). Springer.
- Maurer, O. (2019). Tourism and Food: Necessity or experience? Beeton & A. Morrison (Eds.), *The Study of Food, Tourism, Hospitality, and Events*. (ss. 27-36). Springer.
- Morales, O. ve Cordova, C. (2019). "Gastronomy as a National Identity Element: The Peruvian Case", *Diversity within Diversity Management*, 21, 57-174.
- Peltekoglu, F. B. (2014). Halkla İlişkiler Nedir? İstanbul; Beta.
- PRNewswire, (2019). "FIBEGA Announces First Annual Gastronomy Tourism Awards", <https://www.prnewswire.com/news-releases/fibega-announces-first-annual-gastronomy-tourism-awards-300780081.html> (18.04.2023).
- Raj. R. ve Musgrave, J. (2009). Event Management and Sustainability, CABI.
- Rio Carnaval (t.y.). <https://www.riocarnaval.org/> (11.06.2022).
- Scarpato, R. (2002). "Gastronomy as a tourist product, s. The perspective of gastronomy studies". A.M. Hjalager ve G. Richards (Eds.), *Tourism and gastronomy* içinde (ss. 51-70). London: Routledge.
- Şengel, Ü., Zengin, B., Şengel, T., ve Işkın, M. (2018). "Kongre ve fuar organizasyonlarının turizm sektörüne etkileri: EMİTT Örneği", *Turizm ve Araştırma Dergisi*, 7(1), 4-20.
- TOBB (2022). 2022 Fuar Takvimi. <https://www.tobb.org.tr/FuarlarMudurlugu/Documents/FUURLAR/2022fuartakvimi.xls>. (10.06.2022).
- Torri L. ve Salini S. (2016). "An Itinerant Sensory Approach to Investigate Consumers' Perception and Acceptability at a Food Exhibition", *Food Research International*, 90, 91-99
- TÜRSAB (2015). Gastronomi Turizmi Raporu, https://www.tursab.org.tr/e-dergi?pdf=apps/OldFiles/dosya/12302/tursab-gastronomi-turizmi-raporu_12302_3531549.pdf (12.04.2022).
- Türk Aşçı Haberleri (t.y.). <https://www.turkascihaberleri.com/Haberler/127/Yemek-Yarismalari.html> (14.06.2022).
- UNWTO (2012). Global Report on Food Tourism. https://www.worldgastronomy.org/_files/ugd/f16a60_c4d5268e34124ca29a77d0d13940df04.pdf. (14.06.2022).
- UNWTO (2017). Second Global Report on Gastronomy Tourism: Sustainability and Gastronomy, Madrid. <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284420384> (14.06.2022).
- UNWTO (2019). Guidelines for the Development of Gastronomy Tourism. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420957>. (12.05.2022).
- Yavuz, G. ve Enes, K. (2021). Social Media and Events: Before, During, and After. Birdir, K., Birdir, S. Dalgıç, A. ve Toksöz, D. (Eds). *Impact of ICTs on Event Management and Marketing* içinde, Igi Global.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2016). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, Ankara: Seçkin Yayınevi.
- Yolal, M. (2017). "Türkiye'nin Etkinlik Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesi", *Çatalhöyük Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2, 35-31.

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.	Bilgilendirilmiş Onam Formu: Tüm taraflar kendi rızaları ile çalışmaya dâhil olmuşlardır.
Teşekkür: Katkılarından dolayı hakemlere teşekkür ederiz.	Araştırmacıların Katkı Oranı: Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamıştır.
Destek Bilgisi: Herhangi bir kurum ve/veya kuruluşun destek alınmamıştır.	Etik Kurul Onayı: Mersin Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu, 21.06.2021/Karar No:31
Çıkar Çatışması: Yazarlar arasında çıkar çatışması yoktur.	



MERSİN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL VE BEŞERİ BİLİMLER ETİK KURULU
ONAY BELGESİ

Mersin Üniversitesi lisansüstü öğrencilerinden Samet Ziya AKÇAY'ın "Gastronomi Etkinlikleri ve Şeflerin Bakış Açısıyla Türkiye'de Gastronomi Etkinlikleri Yönetimi" adlı çalışması kurumumuz tarafından incelenmiş ve

Etik yönden uygun bulunmuştur.
Etik yönden geliştirilmesi gerekmektedir.
Etik yönden uygun bulunmamıştır.



Mersin Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu Kararı	
Başvuru Formunun Etik Kurula Ulaştığı Tarih	25/05/2021
Etik Kurul Karar Toplantı Tarihi ve Karar No	21/06/2021- 31
Yer	Mersin Üniversitesi, Uğur Oral Kültür Merkezi
Katılımcılar	Formda imzası bulunan üyelerimiz toplantıya katılmıştır.