

**T.C.
KASTAMONU ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ BİLİM DALI**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**YÖRESEL YEMEKLER NE KADAR YÖRESEL?
KASTAMONU MUTFAĞI İÇİN BİR SORGULAMA**

Metin MIZRAK

**Jüri Başkanı Prof. Dr. Kutay OKTAY
Danışman Dr. Öğretim Üyesi Aydoğan AYDOĞDU
Jüri Üyesi Dr. Öğretim Üyesi Cenk Murat KOÇOĞLU**

KASTAMONU-2018

TEZ ONAYI

Metin MIZRAK tarafından hazırlanan "**Yöresel Yemekler Ne Kadar Yöresel? Kastamonu Mutfağı İçin Bir Sorgulama** " adlı tez çalışması aşağıdaki jüri üyeleri önünde savunulmuş ve **oy birliği / oy çokluğu** ile Kastamonu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü **Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı**'nda **YÜKSEK LİSANS TEZİ** olarak kabul edilmiştir.

Jüri Başkanı

Prof. Dr. Kutay OKTAY
Kastamonu Üniversitesi



Danışman

Dr. Öğretim Üyesi Aydoğan AYDOĞDU
Kastamonu Üniversitesi



Jüri Üyesi

Dr. Öğretim Üyesi Cenk Murat KOÇOĞLU
Karabük Üniversitesi



05/10/2018

Enstitü Müdürü

Prof. Dr. Cevdet YAKUPOĞLU



TAAHHÜTNAME

Tez içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu, ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada bana ait olmayan her türlü ifade ve bilginin kaynağına eksiksiz atıf yaptığımı bildirir ve taahhüt ederim.


İmza
Metin MIZRAK

İÇİNDEKİLER

Sayfa

İÇİNDEKİLER	iv
ÖZET.....	vi
ABSTRACT.....	vii
ÖNSÖZ	viii
TABLolar DİZİNİ	ix
SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ	x
1. GİRİŞ	1
2. KURAMSAL ÇERÇEVE	7
2.1. Türk Mutfak Kültürü	12
2.2. Yöresel Mutfak	14
2.3. Yöresel Yemek	15
2.4. Yöresel Yiyecek / Ürün	16
2.5. Yöresel Yemek/ Yöresel Yiyeceklerin Gastronomi Turizmi Kapsamında Destinasyonlar İçin Önemi.....	17
2.5.1. Destinasyon Kavramı.....	17
2.5.2. Destinasyon Çekicilik Unsuru Olarak Yöresel Yemekler / Yerel Yiyecekler ...	19
2.6. Yöresel Mutfağa İlişkin Algılanan Engeller	20
2.7. Kastamonu Mutfağı	22
2.7.1. Kastamonu Mutfağının Başlıca Yöresel Ürünleri / Yiyecekleri	23
2.7.2. Kastamonu Mutfağı Yöresel Yemekleri	24
3. YÖNTEM.....	26

3.1. Araştırma Konusu, Amacı, Önemi ve Kapsamı.....	26
3.2. Araştırmanın Modeli ve Tasarım Türü	27
3.3. Araştırmanın Veri Toplama Kaynağı, Nüfusu ve Örneklemi	28
3.4. Veri Toplama Aracı	28
3.5. Verilerin Analizi	29
4. BULGULAR.....	30
5. SONUÇ VE ÖNERİLER	46
KAYNAKLAR	54
EKLER.....	68
ÖZGEÇMİŞ	70

ÖZET

Yüksek Lisans Tezi

YÖRESEL YEMEKLER NE KADAR YÖRESEL? KASTAMONU MUTFAĞI İÇİN BİR SORGULAMA

Metin MIZRAK
Kastamonu Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü
Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı

Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Aydoğan AYDOĞDU

Miras, kuşaklar arası aktarılan önemli ve değerli birikimdir. Bir ülkenin yeni nesillere aktaracağı kültürel miraslarından biri de şüphesiz mutfak kültürüdür. Turizmin çeşitlendirilmesinde ve tüm yıla yayılmasında yöresel ürünler ve yöresel yemekler, Gastronomi Turizmi'ne yönelik tercihli bir talep yaratılmasında büyük bir rol oynamaktadır. Yöresel Yemekler çekicilik unsuru olmasının yanı sıra günümüzde artan yaşam standartlarına, yükselen bilinç düzeyine, doğal ve sağlıklı olmasına bağlı olarak da talep görmektedir. Amacı sadece karın doyurmak olmayan, kültürü tanıma, deneyimleme, arzu ettiği ürüne ve yemeğe ulaşabilme olan misafirler, karşılığını da cömertçe vermeye hazırdır. Ülkelerin, bölgelerin, illerin hatta ilçelerin turizm pastası payını arttırabilmek için yoğun çaba sarf ettiği bu alanda, yöresel ürünlerin ve yöresel yemeklerin önemli bir fark yaratacağı aşikârdır. Gerçek anlamda yöresinde üretilen yöresel ürünler ve bu ürünlerle hazırlanan Yöresel Yemekler orijinal tatları oluşturmakta ve aranılan damak tadını yaşatılmasını olanaklı kılmaktadır. Bu durum aynı zamanda yöresel üreticileri ve yöresel yemek sunan işletmeleri, tanınırlılığın yanında ekonomik anlamda da pozitif etkilemektedir. Derin tarihi ve kültürel birikimi ile çok çeşitli sayıda yöresel ürün ve yöresel yemeğe sahip Kastamonu Mutfak Kültürü de bu alanda büyük bir potansiyele ve öneme sahiptir. Bu bağlamda çalışmanın amacı, Kastamonu Mutfağı'nı ve Mutfak Kültürü'nü oluşturan Yöresel Ürün ve Yöresel Yemeklerin neler olduğunun saptanması, bu ürün ve yemeklerin hangilerinde, ne oranda Yöresel Gıda kullanıldığının belirlenmesidir. Çalışma nitel araştırma yöntemlerinden faydalanılan tarama modelinde bir araştırmadır. Araştırma amaçlarına erişilebilmesi için öncelikle ilgili yazın derinlemesine taranmış, önceki çalışma deneyimlerinden faydalanılmıştır. Bunun yanı sıra yapılandırılmış görüşme formları ile yüz yüze görüşmeler yapılmış, elde edilen veriler betimleyici ve içerik analizi yöntemlerinin birlikte işe koşulduğu bir yaklaşımla çözümlenmiştir. Çalışma sonucunda, ilgili yazından elde edilen veriler ile bulgular uyumuş, yöresel ürünlerin ve yemeklerin büyük oranda korunduğu, tariflerde tartının çok kullanılmayıp göz kararı uygulama yapıldığı, tariflerin aile içi aktarımlarla korunduğu, Kastamonu Mutfağı'na ait birçok yöresel ürün ve Anadolu'nun birçok yerinde bilinmeyen Kastamonu Mutfağı'na ait yemekler olduğu bulgularına ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Yöresel Ürün, Yöresel Yemek, Kastamonu Mutfağı

2018, sayfa

ABSTRACT

Master's Thesis

**HOW LOCAL IS LOCAL FOOD?
A QUEST FOR THE KASTAMONU CUISINE**

Metin MIZRAK
Kastamonu University
Institute of Social Sciences
Department of Tourism Management

Supervisor: Dr. Faculty Member Aydoğan AYDOĞDU

Heritage is an important and invaluable richness that is transferred from generation to generation. One of the cultural heritages that a country transfers to future generations is culinary culture. In diversifying tourism and spreading it to the whole year, local products and local food play a significant role to create a preferred demand for Gastronomic Tourism. Besides being an attraction, local food is also demanded depending on today's increasing standards of living and rising level of consciousness as well as their being natural and healthy. Guests who not only aim to appease their hunger, but also intend to know and experience the culture and get the product and food they want are also ready to pay for them generously. It is evident that local products and local food will make a significant difference in this area in which countries, regions, cities and even districts are making great efforts to increase their share of the tourism pie. Local products actually produced in their region and local food prepared using these products create original tastes and allow people to experience the taste they are looking for. At the same time, it makes a positive economic impact for local producers and businesses offering local food, in addition to bringing recognition. In this respect, the Culinary Culture of Kastamonu that has a wide variety of local products and food with its deep historical and cultural richness has great potential and significance in this area. In this context, the aim of this study was to discover the local products and local food that forms the Kastamonu Cuisine and Culinary Culture, and to determine at what rates and in which products and dishes the local food is used. This is a survey type study using qualitative research methods. For the purposes of the study, the researcher first conducted an in-depth analysis of the relevant literature, drawing from the experiences of the previous studies. Then, face-to-face interviews were carried out using structured interview forms, and the data obtained was analyzed using a combination of descriptive and content analysis methods. At the end of the study, it was seen that the findings were consistent with the data obtained from the relevant literature. The study found that the local products and local food have been preserved in the region to a large extent, recipes often do not use scales and food is cooked by rule of thumb, recipes have been maintained with inter-family transfer, and there are many local products in the Kastamonu Cuisine while some of the dishes of this cuisine are unknown in many parts of Anatolia.

Key Words: Local Product, Local Food, Kastamonu Cuisine**2018, pages**

ÖNSÖZ

Ders aşamasında tanışmamızdan başlayarak farkını hissettiren, son derece nazik, bir o kadar işine önem veren, akademik bilgi birikimi, araştırma yöntemleri bilgisi, sektörel tecrübesi, insani ilişkileri ile daima örnek olan, tıkanığımız her noktada anahtar vazifesini üstlenmekten çekinmeyen, tez çalışmamdaki konu seçimi, planlama ve araştırma safhalarında daima yanımda olan, yoğun programı arasında, çok değerli zamanlarını araştırma ve çalışma için cömertçe sarf eden, elini, nefesini ve desteğini hep yanımda hissettiğim danışman hocam Kastamonu Üniversitesi Turizm Fakültesi Dr. Öğr. Üyesi Sn. Aydoğan AYDOĞDU hocama çok müteşekkirim. Arzu ettiği müddetçe hocamla çalışabilmek dileğiyle, şükran, saygı ve selamlarımı sunarım.

Çalışma sürecinde desteklerini esirgemeyen ağabeyim İK Uzmanı Murat MIZRAK'a ve kardeşim Akdeniz Üniversitesi Öğretim Görevlisi Özkan ERDEM'e teşekkür ederim.

Ayrıca bu süreçte manevi anlamda çok büyük fedakârlıklar gösteren kıymetli eşim Sevda MIZRAK, kızlarım Eylül ve Duru'ya zorlu tez dönemindeki anlayış ve desteklerinden ötürü sonsuz teşekkürlerimi sunarım. Son olarak, çocukları olarak bize en sık ve büyük öğüdü "okuyun" olan rahmetli babam Mete MIZRAK'a; merak etme baba, rahat uyu, hep daha ilerisini okuma konusundaki kararlılığım(ız) eksilmeden sürüyor.

Metin MIZRAK

Kastamonu, 10, 2018

TABLolar DİZİNİ

Sayfa

Tablo 4.1. Araştırma kapsamında incelenen ve analizi yapılan çalışmalar tablosu....	30
Tablo 4.2. Anadolu' nun 36 ilinde Kastamonu' da mevcut yemeklerin bilinen ve bilinmeyenlerin adedini gösterir liste.....	33
Tablo 4.3. Ağız Tadı İle Kastamonu Mutfağı kitabı analiz sonuçlarını gösterir tablo.....	35
Tablo 4.4. Kastamonu Yöresel Yemekleri	38
Tablo 4.5. Yöresel yemeklerde kullanılan yöresel ürünleri gösterir karşılaştırmalı tablo.....	41
Tablo 4.5.'in devamı Yöresel yemeklerde kullanılan yöresel ürünleri gösterir karşılaştırmalı tablo.....	42
Tablo 4.6. Katılımcılara yöneltilen sorulara verilen cevapların analizi tablosu.....	45

SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ

BM	Birleşmiş Milletler
Dk.	Dakika
GMSH	Gayri Safi Milli Hasıla
GOÜ	Gelişmekte olan ülkeler
Km.	Kilometre
KATSO	Kastamonu Ticaret ve Sanayi Odası
KUZKA	Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı
STK	Sivil Toplum Kuruluşları
TAŞPAKON	Tüm Aşçılar ve Pastacılar Konfederasyonu
TDK	Türk Dil Kurumu
TÜRSAB	Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği
UNWTO	United Nations World Tourism Organization (Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü)
Vb.	Ve benzeri

1. GİRİŞ

Turizm, bünyesinde bulundurduğu tüm çeşitliliğini, günümüz turist talebinin istek ve ihtiyaçlarını karşılama çabası ile ortaya sunmaktadır. Sadece taleplere arz yaratarak değil, aynı zamanda çekicilikler oluşturarak turistik hareketlere yön vermektedir (Lordkipanidze, Brezet ve Backman, 2005).

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (United Nations World Tourism Organization, [UNWTO])'nun üç ayda bir yayımladığı, "Dünya Turizm Barometresi" raporuna göre, Dünya Turizmi, turist sayıları bakımından, 2017'nin ilk yarısında, 2010 yılından beri kaydedilen en yüksek büyüme oranını göstermiştir (UNWTO, 2017). Dünya genelinde turist sayısı 1950'li yıllarda 25 milyon iken, 2012 yılında 1 milyar sınırını aşmış (Gönül, 2008), 2017 yılında ise bu sayı 1 milyar 322 milyona ulaşmıştır. Turizm gelirlerine bakıldığında ise 2017 yılında dünya genelinde %5 artarak 1,3 trilyon dolara ulaşmıştır (UNWTO, 2018).

Turizm etkinlikleri Dünya Ekonomisi'nde hızla yükselen bir grafik çizmektedir. Bu nedenle ülkelerin Gayri Safi Milli Hasıla (GSMH)'larında ve istihdam oranlarında önemli bir yer tutmaktadır. Ayrıca turizmden elde edilen döviz, girdileri ülkelerin bütçe açıklarını kapatmakta önemli katkı sağlamaktadır. Yerelde de büyük katkı sağlayan turizm faaliyetleri, işsizlik sorununa çözüm sağlarken göçlerin önüne geçmekte, böylelikle tarımsal faaliyetleri de desteklemektedir. Turizm aynı zamanda bölgelerin alt yapı ve üst yapı sorunlarının çözülmesinde de itici bir rol üstlenmekte, bölgeye yeni yatırımlar yapılmasını zorunlu kılmaktadır. Birçok sektör turizm faaliyetlerinden olumlu yönde etkilenmekte, bu durum bölgeler arası ekonomik farkların kapatılmasına, gelişme çabalarının olumlu yönde desteklenmesine olanak sağlamaktadır (Proença ve Soukiazı, 2008). Ekonomik kalkınma ve büyüme için, sağladığı istihdam, üretim ve ekonomik kazançlar sebebi ile turizm önemli bir faaliyet alanı olarak görülmektedir (Gökovalı ve Bahar, 2006).

Turizm, dünyada Gelişmekte Olan Ülkeler (GOÜ)'in %83'ünün başat ihracat kalemini oluşturmaktadır. Uluslararası ticarete Hizmetler Sektörü'nün ortalama %40'ını turizm tek başına oluşturarak ekonomik büyümeye destek sağlamaktadır.

Turizm işsizliğin önlenmesi ve ekonomik kazanç sağlanmasındaki katkıları ile hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkeler için vazgeçilemez bir sektör konumuna yükselmiştir (Bahar ve Bozkurt, 2010). Turizm, genel olarak 50'yi aşkın sektörü doğrudan ve olumlu etkilemektedir (Gönül, 2008). Yapılan incelemelerde turizmin Türkiye'nin ekonomik büyümesini yaklaşık son onbeş senedir desteklediği görülmüştür (Aslan, 2008).

Turizm hareketlerine katılan gruplara her yıl yeni nesiller eklenmekte, alışlagelmiş tercihlerin yanında yeni ve özel beklentiler de ortaya çıkmaktadır. Bu durum yenilikçi, farklılık uyandıran, albenisi yüksek turizm çeşitlerine ihtiyaç doğurmaktadır (Saatçi ve Demirbulat, 2016). Son yıllarda bu yönelişlerin başında şüphesiz Gastronomi Turizmi gelmektedir. İster arayışlara bir cevap olarak, ister her dönemde geçerli olan geçmişe özlem olarak bakalsın, Gastronomi Turizmi sadece yüzde hesabı ile çok küçük bir oranda kalan gurmelere değil, tüm potansiyel turistik talebe hitap etmektedir (Özer, 2013; Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği [TÜRSAB], 2015).

Türkiye İstatistik Kurumu (TUIK) harcama türlerine göre turizm gelirleri 2017 raporu incelendiğinde, Türkiye'nin 2016 yılı toplam turizm gelirleri içinde, yeme içme için ayrılan miktarın 5.108.647.000 dolar ile diğer tüm harcama kalemleri arasında birinci olduğu görülecektir. Bu meblağ 2017 yılında 5.860.227.000 dolar olarak belirlenmiş ve en yüksek harcama yapılan kalem yine yeme içme olmuştur (TUIK, 2017).

Son dönemde Gastronomi Turizmi üzerine yapılan araştırmalar, Gastronomi Turizmi'nin önemli bir niş pazar haline geldiğini göstermektedir (Billups, 2007'den aktaranlar Sarıışık ve Özbay, 2015). Kültürel birikimin önemli bir bölümünü oluşturan Gastronomik Miras'a gösterilen ilgi ve beğeni gün geçtikçe artmaktadır (Richards, 2001: 23; Cohen, 2004: 733).

Amerikalı Turistler üzerinde yapılan bir araştırmada, seyahat sebeplerinin merkezine eğlenceyi alan gezginlerin %60'ının Gastronomi Turizmi ile ilgilendikleri görülmüştür (Prezi, 2014). Gastronomi Turizmi'nin İngiltere'de yıllık yaklaşık 8

milyar dolarlık bir gelir yarattığı öngörülmektedir (Onecaribbean, 2014). Yerel Gastronomik Unsurlara ilginin arttığını gösteren bir diğer veri ise, Amerika Birleşik Devletleri (ABD)'nde 1994 yılında 1775 olan yöresel pazar sayısının 2010 yılında 6132'ye ulaşmış olmasıdır (Kesici, 2012: 33).

Gastronomi Kültürü'nün oluşturduğu turizm faaliyetlerinin önemini belirten bir araştırmada Gastronomi Sektörü'nün istihdam açısından ülke ekonomisine katkısı %70 iken, Konaklama Sektörü katkısının ise %30 dolayında olduğu belirtilmektedir (Avrupa Komisyonu-European Commission [EC], 2014).

UNWTO tarafından yayınlanan 'Yemek Turizmi Küresel Raporu'na göre, varış noktalarının gastronomiden elde ettikleri gelirin, toplam turizm gelirleri içindeki payının yaklaşık %30 olduğu tahmin edilmektedir (UNWTO, 2012: 14). Varış noktalarının artan rekabette başarılı olabilmeleri ve toplam gelirden daha fazla pay alabilmelerinin yolunun, kendilerine özgü ve taklit edilemeyen bir gastronomik kimlik oluşturmalarında gizli olduğuna inanılmaktadır. Yörenin coğrafi yapısı, iklimi ve tarihsel birikimi sonucu oluşan kültürün taklit edilmesi mümkün değildir (Kesici, 2012). Yerel halkın sahip olduğu kültürel miras, kendisine eşsiz ve rekabet edebilir farklılıkta bir değer sağlar (George, 2010, s.377).

Gastronomi Turizmi ülkelerin, bölgelerin hatta illerin turizm alanındaki rekabetinde büyük önem arz etmektedir (Ashwort ve Page, 2011; Bucak ve Ateş, 2014; Cohen ve Avieli, 2004; Du Rand, Heath ve Albert 2003; Giritlioğlu ve Avcıkurt, 2010; Göker, 2011; Karapınar, 2013; Tek, 2009). Bu düşünceyi destekleyen olgular ise son yıllarda başlı başına sadece gastronomi adına yapılan bildiri ve makaleler ile (Hegarty, 2009) sayısız çalıştay, sempozyum, kongre, kitap (Sarışık ve Özbay, 2015) ve kamplarla, belediye ve sivil toplum kuruluşlarının bu alandaki çaba ve çalışmaları biçiminde sıralanabilir (TÜRSAB, 2015). Gastronomi adına kurulan dernekler federasyonlara, federasyonlar konfederasyonlara kadar büyümüş ve büyüklüklerinin sağladığı güç ile tüm yurt sathında kamu, özel sektör ve sivil toplum kuruluşları (STK) ile işbirliği içinde festivaller ve yöresel yemek yarışmaları gibi çalışmalar yürütmektedirler. Dahası, bu etkinlikler her yıl tekrarlanarak

gelenekselleştirilmeye çalışılmaktadır (Türkiye Tüm Aşçılar ve Pastacılar Konfederasyonu [TAŞPAKON], 2017).

Tabi bu yönelişi sadece turistik bir tercih ve ortaya çıkan ürünü değerlendirmeye çalışan kurum ve kuruluşlar olarak görmek belki de sığ bir bakış açısı olacaktır. Gastronomi Turizmi'nin ana unsurunun yöresel gıdalar/ürünler ve yöresel yemekler olduğunun kabulünden yola çıkarak bu geleneksel ve sağlıklı gıdalara yönelişin küreselleşen dünya düzeninde sanayileşmiş ve şubeleşmiş hazır ve hızlı beslenmeye, uygun gıda aracılığıyla karşı bir arayış olarak da değerlendirilmesi gerektiği düşünülmektedir (Mızrak, Aydoğdu ve Yaşarsoy, 2017).

Belirli bir gelir, kültür ve bilinç seviyesine sahip, sağlığını ve geleceğini doğru beslenme ile koruyacağını düşünen büyüklüğü yadsınamaz bu topluluk Gastronomi Turizmi'nin dolayısı ile yöresel gıda/ürün ve yöresel yemeklerin taliplilerini oluşturmaktadır (Bessiere, 1998; Cohen ve Avieli, 2004; Hjalager ve Richards, 2002; Long, 2004).

Hiç şüphesiz bu topluluk arzu ettiği kalite ve doğallıkta ürünlere ulaşabildiğinde, sürece dâhil olmaktan ve karşılığını cömertçe vermekten imtina etmeyecektir (Giovannucci, Barham ve Pirog, 2014). İşte bu durumun sonucu olarak, doğal ve geleneksel üretim yöntemleriyle yöresinde üretilen, yöresel gıda/ürün ve bunlarla yapılan yöresel yemeklerin üreticisi ve işletmecilerinin beklentileri karşılanmakta, paydaşlar için geçim kaynağı yaratırken, üretimin korunarak sürdürülebilirliği de sağlanmaktadır (Çulha ve Kalkan, 2015). Ayrıca bu sürecin çarpan etkisi ile tüm bölgeye pozitif yansımaları da olmaktadır (Sandıkçı, Aydoğdu ve Pamukçu, 2015).

Bahse konu yöresel gıda/ürün ve yöresel yemekler çok derin kültürel birikime, tarihi bir geçmişe ve kuşaktan kuşağa aktarılan öğretilere sahiptirler. Ürünün ve yemeğin yöresel olarak kabul edilebilmesinde temel koşul o yörede yetişmesi ve yapılması gelse de tek başına yeterli olamamakta, hazırlanmasından pişirilmesine ve hatta sunumuna kadar yöresel araç-gereç, usul ve yöntemlerin kullanılmasına da bağlı olmaktadır (Erdem, Mızrak ve Kemer, 2017). Yöresel yemekler için, kuşaktan kuşağa aktarılan öğretiler, püf noktalar, araç, gereç, yöntem ve standart bir reçete ile

(Aydoğdu ve Mızrak, 2017) doğru bir şekilde, ehil ellerde uygulanırsa gerçek sonuca ulaşılabilmektedir. Değilse adına yöresel ürün, yöresel yemek dediğimiz, özgünlükten (orijinallikten) uzak, beklentiyi karşılamada yetersiz karışımlar ve sunumlar ortaya çıkacaktır. Bu durum misafir memnuniyetsizliğine ve olumsuz ağızdan ağıza propaganda ve tanıtıma yol açacaktır.

oka denenmesine rağmen, özgün yöresinden farklı yerde yetiştirilmeye çalışılan yöresel ürün aynı özellik ve nefaseti göstermediği gibi (Yüncü, 2010) bu ürünlerden yapılan yöresel yemeklerde istenilen lezzeti karşılayamayacak ve beklentilerin uzağında kalacaktır.

Anlatılanlar bağlamında çalışmanın amacı, Kastamonu Mutfağı'nı ve Mutfak Kültürü'n oluşturan yöresel ürün ve yöresel yemeklerin neler olduğunun saptanması, bu ürün ve yemeklerin hangilerinde, ne oranda yöresel gıda kullanıldığının belirlenmesidir. Böylelikle gerçek anlamda Kastamonu Yöresel rn ve Yemekleri'nin kayıt altına alınması ve bu kültürün korunarak kuşaktan kuşağa aktarılabilmesi çalışmanın önemini belirtmektedir. Çalışmanın bir diğer faydası da, bölge ve yöre halkına kültürel, sosyal ve mali anlam da olumlu etkileri olan Yöresel rn ve Yöresel Yemek'lerin Kastamonu'yu Gastronomi Turizmi anlamında marka bir varış noktası olması hususunda çekicilik oluşturmasıdır. Neticede çalışmanın, yöresel üretici ve yöresel yemek işletmelerine ekonomik katkı sağlayarak yöresel kalkınmaya ve ürünlerin sürdürülebilirliğine katkı sağlanacağı düşünülmektedir.

Bu bağlamda çalışmada aşağıda sıralanan soruların yanıtları aranmaktadır:

- Kastamonu'nun başlıca yöresel ürünleri nelerdir?
- Kastamonu'ya özgü yöresel yemekler nelerdir?
- Kastamonu Yöresel Yemekleri'nin yapımında yöresel ürünlerin kullanılma durumu nedir?

Çalışma, nitel araştırma yöntemlerinin işe koşulduğu tarama modeline sahip bir araştırmadır. Araştırmada yazın taramasının yanı sıra gözlem ve görüşme teknikleri

kullanılmıştır. Yanıtı aranan sorulara, geçerli ve güvenilir cevaplar alabilmek için iki aşamalı bir çaba benimsenmiştir. Öncelikle ilgili yazın derinlemesine taranmış, geçmiş dönemlerdeki doğrudan gözlemlerden ve önceki çalışma deneyimlerinden de faydalanılmıştır. Elde edilen veriler; birinci bölümde, Türk Mutfak Kültürü, yöresel mutfak, yöresel yemek, yöresel yiyecek, yöresel ürün, ikinci bölümde, yöresel yemeklerin Gastronomi Turizmi kapsamında destinasyon için önemi, üçüncü bölümde, yöresel mutfağa ilişkin algılanan engeller, dördüncü bölümde, Kastamonu Mutfağı başlıkları ve bu başlıkları açıklayarak destekleyen alt başlıklar şeklinde verilmiştir. Çalışmanın ikinci aşamasında ise; yöresel yeme içme işletmelerinin menüleri incelenmiş sunumu yapılan yöresel yemekler incelenerek kayıt altına alınmıştır. Elde edilen tüm veriler, bir tablo üzerinde karşılaştırmalı olarak değerlendirilmiştir. Ayrıca Kastamonu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü tarafından her yıl Turizm Haftası etkinlikleri kapsamında geleneksel olarak düzenlenen Yöresel Yemek Yarışmaları (2015, 2016, 2017, 2018) izlenmiş, katılan yarışmacıların başvurdukları yöresel yemekler incelenmiş ve kayıt altına alınmıştır. Önceki tümcede vurgulanan dört yılda yapılan Yöresel Yemek Yarışmaları sürecinde katılımcıların izinleri alınarak yapılandırılmış görüşme formları aracılığı ile yüz yüze görüşmeler yapılmıştır. İçerik analizine tabi tutulan veriler, bulgular kısmında paylaşılmış ve çalışma tartışma, sonuç ve öneriler yapılarak tamamlanmıştır.

2. KURAMSAL ÇERÇEVE

Yaşama gözünü açan tüm canlıların, varlıklarını devam ettirebilmesi için temel koşul beslenebilmeleridir. Yaşamın devamının kaliteli ve sağlıklı olması ise doğal, sağlıklı dengeli ve doğru bir beslenme alışkanlığına bağlıdır. Tarihsel süreçte oluşan beslenme alışkanlıkları ve mutfak kültürü, bilimsel verilerle de desteklenmektedir (Ciğerim, 2001). Nesilden nesile birikimli bir biçimde oluşan beslenme alışkanlıkları bu süreçte yer alan toplumların yaşam biçimleri ile de ilgilidir. Bu nedenle halklar arası ve bölgeler arası değişiklikler göstermektedir (Akan, 2007; Baysal, 1993; Oğuz, 1990; Şanlıer ve Arıkan, 2001; Şanlıer, Cömert ve Durlu-Özkaya, 2012; Tekgül ve Baykan, 1993). Bu farkların temelinde yörede yetişen ve beslenmede kullanımı kabul gören değişik ürünlerin yanında, coğrafi ve fiziki durum, toprak yapısı, iklim, sosyo-kültürel yapı, gelenekler, ritüeller ve dini inanışlar vb. gelmektedir (Abdüsselam ve Kaferstein, 1996; Baysal, 1997; Timby, 1996). Bireylerin ve toplumların alışkanlık halini alarak kalıplaşmış beslenme tutumlarını değiştirmek, düzeltmek, yeni ve kabul gören bir şekle sokmak büyük çaba ve uzun zaman gerektiren bir çalışmadır (Abdüsselam ve Kaferstein, 1996; Sürücüoğlu, 1999). Bu çalışmanın başarıya ulaşmasında temel sorumluluğu muhtemeldir ki kalkınma olacaktır. Kalkınma tek başına ekonomik düzeyi açıklamaz. Bunun yanında ülkenin, bölgenin toplumsal açıdan yaşadığı ilerleme ve toplumun genel olarak mutluluk, refah ve kültürel anlamda eriştiği seviyeyi de belirlemektedir. Sosyal kalkınma olarak ifade edeceğimiz bu durum bireysel anlamda yaşam standartlarının artması olarak karşımıza çıkmaktadır (Özbek, 2017). Sosyal kalkınma, beraberinde getirmiş olduğu bilinç ve kültür seviyesindeki yükseliş, refah seviyelerindeki artış bugünü ve sağlıklı geleceği doğru, doğal ve sağlıklı beslenmede arayan bireylerin, beklentilerini karşılayabileceğini düşündüğü yöresel gıda/ürün ve yöresel yemeklere tercihli talebin oluştuğu bir çevreyi de yaratacaktır (Bessiere, 1998; Cohen ve Avieli, 2004; Hjalager ve Richards, 2002; Long, 2004).

Turizm Sektörü'nün güncel gelişmelere paralel ilerleyerek büyümesi veya yaşanan olumsuz olaylardan ve dönemlerden en az şekilde etkilenecek geçebilmesi için yeni ürün sunumlarına, farklı türde turizm ürünlerine, talep oluşturacak yeni çekiciliklere ihtiyaç duyulmuştur (Saatçi ve Demirbulat, 2016). Hedeflenen ve beklentileri karşılayabilecek bir destinasyon oluşturabilmek hiçte kolay değildir (Özdemir, 2008). Yeni veya var olanlara alternatif turizm ürünleri yaratabilmek, turist sayısında artış yakalayabilmek, turizmden elde edilen gelir seviyesini yüksek tutabilmek, farklı varış noktaları arasındaki rekabette avantaj yakalayabilmek, bölgede yatırım, iş olanağı, sosyal paylaşım, tanıtımın arttırılabilmesi gibi birçok farklı gerekçe ile çalışmalar yürütülmektedir (Çulha, 2008; Timur, Çevik ve Kıcırcı, 2014; Giritlioğlu, Olcay ve Özekici, 2015; Şengül ve Genç, 2016).

Turizmde ürün çeşitlendirmesi çabalarında öne çıkan unsurlardan bir tanesi de Gastronomi Turizmi'dir. Gastronomi Turizmi yılın on iki ayı, mevsimsel farklılıklarla tüm ülke çapında bütün yöre ve bölgeleri kapsadığı için geniş bir kesime hitap etmektedir. Yerel işletmeler misafirler için ürün veya gıda çeşitliliği sunma çabasında iken tercihini Gastronomi Turizmi bünyesinde farklı lezzetler arayan misafirler ulaşabildikleri gıdanın sağlıklı, doğal ve sürdürülebilir olmasını beklemektedirler (Lang, Stanton ve Qu, 2014). Yaşadığımız dönemde tüketim, hayatın devamını sağlayacak ihtiyaçları giderme boyutunu aşmış, tüketim toplumlarında his, haz ve arzu odaklı bir boyut kazanmıştır. Kendini tatmin, sosyal statü belirleme, yaşam standartlarını şekillendirme, bireylerin bireylerle ve bireylerin kültürlerle etkileşimi odak noktası olmuştur (Torlak, vd., 2007). Güncel tercihlerde artık insanlar sadece karınlarını doyurmak için değil, aslında tercih ettiği ürünün/yemeğin hazırlanış, sunuş ve tüketim evrelerinin tümünü deneyimlemek arzusu ile ev dışı tüketim sürecine katılmaktadır (Yüncü, 2010).

Karar vericiler ve paydaşlar tarafından da Yöresel Ürün ve Yemek Kültürü'nün destinasyon için değeri anlaşılmaya başlandığından, Gastronomi Turizmi çalışmaların odak noktası olmuştur (Özdemir, Yılmaz, Çalışkan ve Aydın, 2015). Bu anlamda paydaşlar, Yöresel Ürün ve Yemekleri yani Yöresel Gastronomi Unsurları'nı diğer varış noktaları ile aralarındaki farkı ortaya koymak gayesi ile kullanmaktadır (Kercher, Okumus ve Okumus, 2008). Gastronomi Turizmi'nin

kökeninde yöreye ait ürünlerle hazırlanan yöresel yemeklerin bulunduğu hususunda geniş kabul görmüş bir uzlaşma vardır (Güneş, Ülker ve Karakoç, 2008; Hall ve Sharples, 2003; Küçükaltan, 2009; Serçeoğlu, 2014). Diğer taraftan tatil ve seyahat tercihini kültürel turlardan yöne kullananlar üzerine son dönemde yapılan birçok çalışmada, önemli unsurun yöresel ürünler ve yemekler olduğunu belirtmeleri de bu uzlaşmayı onaylar niteliktedir (du Rand ve Heath, 2006; Hall ve Sharples, 2003; Serçeoğlu, 2014). Dahası bir yöreye ait ürün ve yemekleri sürekli hale getirilen, gelenekselleştiren programlarla tanıtımı yapıldığında büyük kitleleri yöreye çekebilme kabiliyetine sahip olduğu hususu da geniş kabul görmüştür (Amira, 2009; Gökdeniz vd., 2015; Hjalager ve Corigliano, 2000; Hornig ve Tsai, 2010; TÜRSAB, 2015). Bu tür faaliyetlere katılım niyeti taşıyanlar, yapılan çalışmalar neticesinde niyeti eyleme dönüştürdüğünde arzu ettiği çeşitlilikte, yeni, farklı, kaliteli ve doğal ürünlere ulaşabildiğinde sürece katılmaktan ve karşılığı bedeli ödemekten çekinmeyecektir (Giovannucci, Barham ve Pirog, 2014). Günümüzde emek yoğun ve stresli çalışma hayatı içinde hizmet üreten insanlar, dinlenme zamanlarındaki yemek yeme anını hizmet aldıkları bir zaman dilimi olarak değerlendirmektedirler. Yemekler ile egolarını tatmin ettikleri, beş duyu organının algıları ile duyulan haz seviyesi yüksek, moral güdüsü sağladıkları bu durum varış noktası tercihini ve konaklama süresini pozitif yönde etkilemekte, ekonomik anlamda turizme olumlu katkı sağlamaktadır (Akkuş ve Erdem, 2013).

Ohio'da Amerika Tarım Ekonomisi Dergisi'nin yapmış olduğu bir çalışmada yöresel ürün ve yemekler için turistlerin %30 daha fazla ödemeye razı oldukları belirlenmiştir (Giovannucci vd., 2014). Dünyada turizm faaliyetlerinden elde edilen gelire yeme-içme harcamalarının katkısının %30 dolaylarında olduğu Birleşmiş Milletler Dünya Seyahat Örgütü (United Nations World Tourism Organization [UNWTO])'nce belirlenmiştir. Turistik seyahatlere katılanların %88,2'si "*gezi planında varış noktası belirleme hususunda yemek çok önemli*" diye belirtmiştir (TURSAB, 2015). Tefler ve Wall (2000) yapmış oldukları çalışmada, tatil süresince yemek tüketimi masraflarının tüm tatil ödemesinin yaklaşık üçte birine karşılık geldiğini belirtmişlerdir. Destinasyon tercihlerini İngiltere'den yana kullanan kişilerin %72'si konaklama süreleri zarfında yöresel yemeklere ilgi göstermektedir (Rızaoğlu, Ayazlar ve Gençler, 2013).

Gözde varış noktalarında daha hareketli ve öğretici turizm türleri talep edilmektedir (Güneş, 2013). Günümüz insanı elindeki kıt kaynakları tüketirken anlık hissedilecek bir olay veya ürün yerine, hazza ulaşacak, hafızada kalıcı yer edecek, hedeflerine ulaştıracak deneyimler satın almak isteğini ifade etmektedir (Aydoğdu ve Mızrak, 2017). Bir sofraya etrafında paylaşılan yöresel ürün ve yemekler, bizzat yaşanan yöresel kültür, o yöreyi ve yöre halkını daha kısa sürede daha derin tanıyabilme imkânı vermiş, böylelikle gastronomi son dönemde seyahat tercihlerinde lider konumda olmuştur (Lopez ve Martin, 2006). Yöreyle ait yerel lezzetin başka bir yörede aynı şekli ile tadım imkânı olmadığından tasarlanan turistik seyahatin en önemli amacı o tada ulaşmak ve yöreye ait kültürü tecrübe etmektir (Erdem, Mızrak ve Aydoğdu, 2017).

Yerel yiyeceklere ve yöresel yemeklere olan tüketici ilgisinin artmasına, üreticiler tarafından da olumlu karşılık verilmiş, böylece topyekûn olumlu bir etkilenme olmuştur (Thilmany, 2004). Yerel yiyeceklere ve bu malzemelerden yapılan yöresel yemeklere yönelik talebin artması, bu unsurların Gastronomi Turizmi'nde kullanımı ile yerel anlamda birçok alan olumlu yönde etkilenmektedir. Bu anlamda turizm en önde gelen hususlar arasında yer almaktadır. Tarım faaliyetleri ve turizm arasında güçlü bir birliktelik sağlayan yerel yiyecek talebinin üretim maliyetleri ve varış noktası rekabetinde de olumlu etkiler gösterdiği, yöresel kurum ve kuruluşları aktif hale getirdiği, yöreye bir kimlik kazandırdığı, yöresel yemek kültürünün korunarak sürdürülmesine ve yöresel kalkınmayı desteklediği yapılan birçok araştırma (Inwood ve diğerleri, 2009; Kang ve Rajagopal, 2014; Lillywhite ve Simonsen, 2014; Murphy ve Smith, 2009; Presenza ve Chiappa, 2013; Strohbehn ve Gregoire, 2003; Sharma, Moon ve Strohbehn, 2014; Telfer ve Wall, 1996; 2000) sonucu ortaya konmuştur.

Dünya ölçeğinde ilk üç mutfak arasında sayılan Türk Mutfağı (Ünver ve Şahin, 2015) derin kültüre ve zengin bir mutfak sentezine sahiptir. Türk Mutfağı dünya ölçeğinde almış olduğu 3. sıra ile hak edilmiş bir gururu vakarla taşımaktadır Bu durum tüm bölgeler ve yöreler için diğer çekicilik unsurları yanında Gastronomi Turizmi bağlamında da büyük bir potansiyel oluşturmaktadır (Kivela ve Crotts, 2005).

Sahip oldukları yöresel ürün ve yöresel yemek değerleri ile bölgelerini/yörelerini diğerlerinden farklılaştırmaya çalışan ve turizmde alabileceği payı arttırmaya çalışan bir ilimizde Kastamonu'dur. Kastamonu'nun geleceğini planlayan ve bu hususta söz sahibi olan valilik, belediye başkanlığı, sivil toplum kuruluşları gibi paydaşların ortak kararları ve çalışmalarından biri, Kastamonu'nun geleceğinin turizmde olduğu konusudur (Aydoğdu, Pamukçu ve Yaşarsoy, 2015). Kastamonu, tarihi ve turistik alanlarının yanı sıra yöresel ürünleri ve yöresel mutfağı ile de önemli kültürel hazineye sahip bir ilimizdir. Bu kültürel hazine yöresel ürün ve yemeklerin sayısı ve çeşitliliğinde vücut bulmuştur. Kastamonu Mutfağı'nı zengin kılan unsur sahip olduğu binlerce yıllık kültürel birikimi ve ilin coğrafi çeşitliliğidir (Kastamonu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2015). Bu zengin mutfağın temelinde kuşaktan kuşağa aktarılan derin bir kültürün kökleri varken, bu kültürü besleyen damarlar ise deniz kıyısından yüksek dağlara, milli parklara kadar olan geniş coğrafyası, farklı iklim yapısı değişik toprak yapıları ve bu çeşitliliği yansıtan tarımsal üretimidir (Kastamonu Valiliği, 2015). Bu önemli birikim Kastamonu'nun tarım alanındaki üretimine bağlı olarak yemek türü ve çeşitliliği, farklı ve yaygın yerleşim biçimi sebebi ile de yemeklerin farklı isimlendirilmesi olarak şekillenmiştir. Aynı zamanda Kastamonu sahip olduğu geniş ormanlar ve madenler ile de hazırlıktan pişirmeye ve sunuma kadar çok çeşitli mutfak araç ve gereçlerine sahip olmuştur (Kastamonu Valiliği, 2015).

Gökoğlu (1967) yaptığı derleme çalışmalarında Kastamonu'da 812 çeşit yemek belirlemiş ve bu yemeklerin yaklaşık 500 adedinin Anadolu'nun diğer yörelerinde tanınmadığını ortaya koymuştur. Yapılan bu çalışmada elde edilen verilerin tamamı yayınlanamamıştır (Kastamonu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2015). Yapılan derleme çalışmaları sonucunda Türk Etnografya Dergisi'nde Kastamonu Ekmekleri (Gökoğlu, 1967) ve Kastamonu Çorbaları (Gökoğlu, 1963) başlıkları ile yalnızca iki yayın gerçekleştirilebilmiştir. Ülke edebiyatına mal olmuş bir diğer önemli isim olan İhsan Ozanoğlu'da Kastamonu Mutfağı üzerine araştırmalar yapmış, risale şeklinde yazdığı eserlerinde Kastamonu Elması, Kastamonu yemekleri vb. konulara değinmiştir (İzbeli Çiftliği, 2017). Bu önemli kültürü ve zengin mutfağı oluşturan Kastamonu Yöresel Ürünleri'nin ve bu ürünler ile hazırlanan yöresel yemeklerin diğer tüm çekiciliklerinde katkısı ile önümüzdeki kısa süreçte Kastamonu'yu

Gastronomi Turizmi anlamında marka bir varış noktasına dönüştüreceği düşünülmektedir (Aydoğdu ve Mızrak, 2017).

Bu nedenle çalışmamızda zengin kültürü ve turizm açısından büyük önem taşıyan Kastamonu Yöresi'ne ait yerel ürünlerin ve bu ürünlerin kullanımı ile hazırlanan yöresel yemeklerin neler olduğu araştırılmıştır. Gastronomi Turizmi'nde ana unsurun yöreye ait ürünlerden yapılan yöresel yemekler olduğu olgusundan hareketle (Güneş, Ülker ve Karakoç, 2008; Hall ve Sharples, 2003; Küçükaltan, 2009; Serçeoğlu, 2014), Kastamonu Yöresel Yemekleri'nde yöresel ürünlerin kullanılma durumları incelenmiştir. Yapılan çalışma ile; yöresel ürünlerin ve yöresel yemeklerin envanterinin oluşturulması, korunarak gelecek nesillere aktarılması ve gerçek yöresel yemeklere dikkat çekerek Kastamonu'nun Gastronomi Turizmi kapsamında marka varış noktası olmasına katkı sağlamak amaçlanmıştır.

2.1. Türk Mutfak Kültürü

Türkiye beslenme açısından çok derin ve çeşitli bir kültürel mirasa sahiptir. Türk Mutfağı, Dünya Mutfakları arasındaki sıralamada en önemli ilk üç mutfak arasında gösterilmektedir (Çakıcı ve Eser, 2016; Ertaş ve Karadağ, 2013; Kızıldemir, Öztürk ve Sarıışık, 2014; Şanlıer, 2005). Mutfağımızı oluşturan kaynaklar hem su (deniz, göl, akarsu) ürünleri hem de karasal ürünlerden oluşmaktadır. Türkiye geniş olduğu kadar çeşitlilik açısından zengin bir hayvansal ve bitkisel gıda potansiyeline sahiptir (Aksu, 2015). Türk Mutfağı sadece sahip olduğu ürün potansiyeli ile değil, aynı zamanda pişirim tekniklerinden, işleme tekniklerine, hatta çok farklı saklama tekniklerine kadar çok yönlü bir birikime sahiptir (Baysal, 1990). Anadolu Toprakları anne edası ile yüzyıllar boyu değişen ve gelişen kültürü beslemiş ve korumuştur.

Türk Tarihi incelendiğinde önem verilen konuların başında beslenme gelmektedir. Günlük hayatın önemli bir kısmını yeme içme ve bunlar için yapılan hazırlıklar almaktadır. Tarih boyunca Türk İdarecileri halkını aç bırakmamayı düstur edinmiştir

(Talas, 2005). Türk Mutfağı'nın kökeni göçebe hayatın yaşandığı Orta Asya'ya kadar dayanırken, sınırları çok geniş bir alana yayılmış Osmanlı Dönemi'nde Mutfak Kültürü'nde zirve yapmıştır (Gürsoy, 2013). Zira göç yollarına sahip çok geniş bir coğrafyada olan Osmanlı Toprakları kervanlar ve göçler ile farklı kültürler ile etkileşim yaşamış, çok sayıda ve farklı yöresel ürünlere sahip olmuştur (Çakıcı ve Eser, 2016; Güler, 2010). Etkileşim, sadece ürün anlamında değil alışkanlıklar, örf ve ananeler, tarımsal ürünler, araç gereçler, dini ritüelleri gibi hayatın her alanında olduğundan yöreye ait Mutfak Kültürü'nü de etkilemiştir (Ciğerim, 2001). Sınırlarımızın üç tarafında deniz olması, Türkiye'nin çok farklı coğrafi bölgelere sahip olması, iklim yapısı, değişik yüzey şekilleri ve toprak yapısına sahip olması, zengin bir ürün yelpazesi oluşturmuştur. Verimli Mezopotamya ve eşsiz Anadolu Toprakları'nda sunmuş oldukları ürünlerle Türk Mutfağı'nı taçlandırmıştır (Güler, 2010). Yerleşik hayata geçilmesi ile birlikte Türkler için sofrada yemek kültürünün de gelişme kaydettiği ifade edilebilir (Gürsoy, 1995). Bir mutfağı değerli kılan önemli özellikler; mevsimine göre ürün tedarik edilebilmesi, ürün gamının geniş olması, kaliteyi ve lezzeti bir arada barındırması niteliklerine sahip olması gereksinimi, Türk Mutfağı'nın doğal, sağlıklı ve dengeli beslenme potansiyelini bünyesinde taşıdığını kanıtlamaktadır (Toprak vd. 2002; Artun 2005). Türk Mutfağı'nın kendine has özellikleri sınıflandırıldığında aşağıdaki nitelikler sıralanabilir (Çakıcı ve Eser, 2016);

- Türk Yemekleri'nde tarımsal ve hayvansal kaynaklar kullanılmaktadır,
- Türk Yemekleri ait olduğu coğrafi yöreye göre farklılık göstermektedir,
- Türk Yemekleri tarihsel süreçte içinde bulunduğu sosyo-kültürel yapıya göre farklılık göstermektedir,
- Türk Yemekleri önemli günler ve ritüellere göre farklılık göstermektedir,
- Dini inanışlar, örf ve ananeler de yemek çeşitliliğinin oluşmasına katkı sağlamıştır.

Türk Mutfak Kültürü'nün gelişmesine katkı sağlayan unsurlardan bir tanesi yedi farklı bölgenin ve kendi içlerindeki yöresel öğelerin birbirleriyle etkileşimi ve bu etkileşimin doğal bir sonucu ortaya çıkan paylaşım iken; bir diğer unsur ise tarih boyunca Türk Toprakları'na yerleşip yaşamış veya yaşamaya devam eden farklı dini, milli ve etnik grupların paylaşımıdır (Girgin, Demir ve Çetinkaya, 2017).

2.2. Yöresel Mutfak

Yöreye ait birikimi ve taşıdığı kıstasları diğer yörelerden ayıran en önemli unsurlardan biri de yöresel mutfaktır (Long, 2004). Mutfak, sadece fiziki bir alanı tanımlamamakta, hatta yöresel mutfak yemeklerin toplamı olarak da değerlendirilmemektedir. Özellikle yörenin sahip olduğu iklim, yürütülen tarımsal faaliyetler, o yörenin mutfak kültürünü ve yemek türlerini biçimlendirmektedir. Bu durum hem yöreye ait ürünlerden hem de yöreye has yemeklerden oluşan yöresel mutfak kavramını ortaya koymaktadır (Baran ve Batman, 2003). Her yörenin kendine has bir mutfak kültürü, yöre halkının özgün beslenme alışkanlıkları vardır. Bu durum yöreyi tercih eden misafirlerin dikkatini çekmektedir (Baytok, Ermen, Gürel, Dalkıranoglu, Güney ve Töre, 2001). Yöresel Mutfak, bir yöre ve yöre halkı ile bütünleşmiş olan yemeklerde kullanılan ürünün ekiminden hasadına, hazırlanmasında gerekli malzemelerden kullanılan araç gereç, pişirim, sunum ve tüketim yöntemlerinin tümüdür (Gvion ve Trostler, 2008). Yöresel Mutfak ve Yöresel Mutfak Kültürü varış noktası seçiminde turistler için talep sebebi olmaktadır (Aydoğdu, Özkaya Okay ve Köse, 2016). Turistlerin seyahatleri veya konaklamaları süresince hoşça vakit geçirmelerinde ve haz almalarında bu durum büyük paya sahiptir. Gidilen yörede yaşayan insanların beslenme alışkanlıklarına ortak olmak eğlenceli paylaşımlar sağlamaktadır (Küçükaltan, 2009). Yöresel Mutfak tarihsel süreçte biriken kültüre aittir ve kültürel farklılıkları yansıtmaktadır. Bu nedenle dünyada oluşan kültür sayısı kadar Yöresel Mutfak vardır denilebilir (Toksöz ve Aras, 2016).

2.3. Yöresel Yemek

Türk Mutfağı'nda çok farklı yemek türlerinin bulunmasına koşut sebeplerden bir tanesi de farklı bölgelere sahip olmasıdır. Yöreyi farklı kılan unsurlardan bir tanesi de bölgeye ait yöresel yemeklerdir (Yüncü, 2010). Bu bölgelerin sahip olduğu iklime koşut elde edilen yöresel tarımsal ürünlerle şekillenen yemek kültürü, yöreyi yansıtan ve yöreye ait yemeklerin bütünüdür (Baran ve Batman, 2013). Yöresel yemeklerin üretim aşamasında kullanılan ham maddelerin sadece o yöreye ya da bölgeye ait olması, aynı üretim şekilleri ile bu bölge dışında üretim yapılmaya çalışılsa dahi aynı lezzet ve nefaseti vermeyeceği bilgisi yöresel yemeklerin önemini vurgulamaktadır (Yüncü, 2010). Yöresel Yemek, ait olduğu yörenin ürünlerine, örf, anane ve yöresel uygulamalarına, maddi imkânlarına, kendine has hazırlık, pişirim ve sunum şekillerine sahiptir (Ciğerim, 2001). Hatta yöresel yemeğin yenilmesinde bile belirli ritüeller, kendine ait usuller vardır. Yöresel Yemekler taşıdığı kültürel özellikleri ile geleneklerin, törenlerin, düğünlerin, bayram ve cenaze gibi özel günlerin olmazsa olmazları olmuş, genellikle böyle özel anlara atfedilerek gelenekselleşmiş ve kültüre kabul edilmiştir (Hatipoğlu vd., 2013). Bu sebeple de yöre halkı tarafından bu anlarda diğer yemeklere göre efil görülen, yapılmazsa çevre tarafından ayıplanacağı hissi uyanan yemeklerdir.

Yemeklerin yöresel kıyafetler ile yöresel araç gereç kullanılarak yöresel sunum usulleri ile ikram edilmesi yöresel yemeklerin cazibesini yükseltmektedir. Bu durum bölgeler arası rekabette yörenin farkını göstermektedir (Güler, 2010). Gastronomi Turizmi'nin kökeninde yöreye ait ürünlerle hazırlanan yöresel yemeklerin bulunduğu hususunda geniş kabul görmüş bir kanı vardır (Güneş, Ülker ve Karakoç, 2008; Hall ve Sharples, 2003; Küçükaltan, 2009; Serçeoğlu, 2014). Varış noktasında ulaşılacak yöresel yemekler turistlerin seyahat arzusunu harekete geçiren bir çekicilik unsurudur (Hacıoğlu, Girgin ve Giritlioğlu, 2009). İnsanların kilometrelerce yol gitmesine yol açan davranışın odağına yöresel yemekleri koymaları bu durumu kanıtlar niteliktedir (Aslan, Günören ve Çoban, 2014). Turistik etkinliklerde yer alan kişiler yemeği, turistik faaliyetlerin içinde ilk üçte belirtmiştir (Durlu Özkaya ve Cömert, 2014). Yöresel yemeklerin merak uyandırıcı etkisinden de faydalanmak arzusu ile menülerinde yöresel yemeklere yer veren yöresel yeme içme işletmeleri

diğer işletmelere oranla daha fazla talep görmektedir. Bu noktada tercih sebebi yöresel yemeklerdir (Aslan vd., 2014).

2.4. Yöresel Yiyecek / Ürün

Wilkins, Bokaer-Smith ve Hilchey (1996) yöresel yiyeceği, yöreye yakın çevre içerisinde yetiştirilen ürün olarak nitelerken, Sharma, Gregoire ve Strohbahn (2009) yerel halkın kendi bölgesinde yetişen, doğrudan yetiştiricilerden veya bölge pazarından ulaşabilecekleri ürün olarak tanımlamıştır. İlgili yazında, yöresel yiyeceği yetiştirildiği yerle ulaşılabilen yer arasındaki uzaklık ile açıklayan çalışmalarda vardır. Onozaka, Nurse ve McFadden (2010), yapmış oldukları araştırma bulgularında yöresel yemeklerin yerel olarak kabul edilmesini yaklaşık 80 km. uzaklığa bağlayanların oranı katılımcıların %70' ini oluşturmaktadır. Kang ve Rajagopal (2014) ise uzaklığı 322 km. olarak değerlendirmektedir.

Yöresel Yiyecek belirli bir bölgede yetişen, yetiştirildiği bölgeye ait kültürel değerleri taşıyan yiyecek olarak tanımlanabilir (Çulha ve Kalkan, 2015). Bu nedenle yöresel yiyecekler ait olduğu yörenin kültürünü oluşturan en önemli yapı taşlarından olup bölgeyi farklı ve çekici kılmaktadır (Kaya, 2015). Yöresel yiyecek-içecekler bölgenin kültürel mirasının vücut bulmuş halidir (Sünnetçioğlu, Durlu-Özkaya ve Can, 2013). Kültürlerin kaynaşmasındaki en önemli unsurlardan biri olan yöresel yiyecekler, turistlerin tüm duyu organlarına hitap etmektedir (Kaya, 2015). Kültürel ve ekonomik seviyesi yüksek, bilinçli tüketicilerin, doğaya, geleceğe ve sürdürülebilirliğe gösterdikleri ilgiyi yöresel yiyeceklere de verdikleri görülmektedir (Lillywhite ve Simonsen, 2014)

2.5. Yöresel Yemek/ Yöresel Yiyeceklerin Gastronomi Turizmi Kapsamında Destinasyonlar İçin Önemi

Bir bölgenin Yerel Mutfak Kültürü'nü insanlara tanıtmamanın ve farklı bölgelerden insanlarla iletişim halinde olmanın günümüzde en etkili yollarından biri de Gastronomi Turizmi'dir (Kodaş ve Dikici, 2012: 55). Gastronomi Turizmi, son yıllarda dünyada gelişme gösteren önemli turizm türlerinden biridir. Kendilerini geliştirme çabası olan bölgeler yöresel ürünleri ile farkındalık yaratarak ön plana çıkma ve rekabet avantajı elde etme çabası içerisine girmektedirler (Yüncü, 2010: 28). Gastronomi Turizmi, dünyada bir çok destinasyon açısından önem taşımaya başlamıştır (Güzel, 2009: 28).

Bu bağlamda, Batı Avrupa'da ekonomik gücü yüksek olan kişilerin İtalya'nın Toscano bölgesine Keçi Peyniri yemek ve şarap tatmak için gitmeleri, yine İtalya'nın Portofino ve Cinque Terre Bölgeleri'ne yapılan şarap ve gurme turları, Tuscany Bölgesi'ndeki aşçılık tatilleri, "Şarap Turizmi" (ecotourism/ wine tourism) kapsamında Fransa'da düzenlenen ve turistlerin bir şarap bölgesini tanımakla birlikte üzüm ve şarapları tatmak, şarap festivallerine katılmak gibi nedenlerle seyahat etmeleri, insanların bir ülke ya da bölgenin yöresel ürünlerini / yöresel yiyeceklerini tadabilmeleri için kilometrelerce yolu göze alarak gitmeleri bunun en önemli kanıtlarından biridir (Aslan vd. 2014).

Özellikle günümüz turizm hareketleri incelendiğinde, turizm ürünü olarak gelenekler ve kültürel değerlerin önem kazanmasıyla birlikte turist tercihleri de yerel değerlere sahip çıkan ve pazarlayan destinasyonlara yönelmektedir (Sünnetçioğlu, Can, Özkaya, 2012). Bu bağlamda destinasyon kavramının öne çıktığı görülmektedir.

2.5.1. Destinasyon Kavramı

Destinasyonlar, seyahat ve turizm hareketlerinin merkezinde yer alan bir kavram olmasına rağmen (Fyall, Garrod ve Tosun, 2006), çok fazla terimin olmasından dolayı turizm literatüründe net bir yer edinmemiştir (Murphy, Pritchard ve Smith,

2000). Destinasyon kavramı, Türk Dil Kurumu'nun yayınlamış olduğu Güncel Türkçe Sözlük'te "varılacak yer" olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2018). Başka bir tanımlamaya göre destinasyon, "kişinin yerleşik olarak yaşadığı yerden seyahat ettiği diğer yerleri" ifade etmektedir (Öztürk, 2013). Coltman (1989)'a göre ise destinasyon "farklı doğal özellikleri veya çekicilikleri olan ve ziyaretçilerin ilgisini çeken yer" (Coltman, 1989: 48) olarak tanımlanmaktadır. Pike'de (2004) destinasyonları, "geçici konaklamalar için ziyaretçileri cezbeden yerler" olarak nitelendirmiştir. Buhalis (2000) destinasyonu oluşturan özellikleri "çekicilikler, ulaşılabilirlikler, tesisler, paket turlar, etkinlikler ve destekleyici hizmetler" olmak üzere altı ana kategoride toplamıştır.

Öztürk (2013) bir destinasyonda bulunması gereken en önemli özelliklerden olan çekiciliklerin, ziyaretçilerin ilgisini çekecek denizler, göller, manzaralar vb. gibi doğal ya da insan yapımı yerlere sahip olmasının yanı sıra, iklim tarihi eserler, kültürel miras gibi özelliklerin de çekiciliklere örnek olarak verilebileceğini ifade etmiştir. Bir destinasyon içerisinde yer alan yiyecekler de konaklama, ulaşım, çekicilik ve değişik aktiviteler gibi turistik ürünün bir parçasıdır (Hjalager ve Corigliano, 2000:201). Bir destinasyonun sahip olduğu yöresel yiyecekler de o bölgenin destinasyon olarak seçilmesi açısından önem taşımaktadır. Nitekim Hu ve Ritchie (1993) çalışmalarında bir destinasyonun sahip olduğu yemeklerin, o destinasyon açısından iklim, konaklama ve manzaradan sonra dördüncü önemli faktör olduğunu tespit etmişlerdir. Enright ve Newton (2005) ise turistler açısından yöresel yiyecek faktörünü Hong-Kong için ikinci, Bangkok için dördüncü, Singapur için ise beşinci çekicilik unsuruna sahip olduğu sonucunu ortaya koymuşlardır. Küçükaltan (2009) ise bir ülkenin ya da bölgenin mutfak ve yemek kültürünün, turist için destinasyon tercihinde en çok ilgi duyulan çekicilik unsurlarından biri olduğunu ifade etmiştir. Aynı şekilde Güzel'de (2009) dünyanın en zengin mutfakları arasında yer alan Türk Mutfağı'nın doğru bir konumlandırma ve oluşturulacak yeni ve çekici bir imaj ile destinasyonların markalaşmasına büyük katkı sağlayacağını ifade etmiştir. Yapılan çalışmalar yöresel yiyeceklerin/ yöresel yemeklerin destinasyonların tanıtımı, tercih edilmesi, rakiplerine göre avantaj elde etmesi gibi birçok bakımdan önemli bir çekim unsuru olduğunu belirtmektedir.

2.5.2. Destinasyon Çekicilik Unsuru Olarak Yöresel Yemekler / Yerel Yiyecekler

Günümüzde insanları seyahat etmeye teşvik eden en önemli etkenlerden biri de o ülkenin mutfak kültürünü tanımak ve deneyimleme istekleridir (Pekyaman, 2008; Aslan vd., 2014). Nitekim Pekyaman'da (2008) Türkiye'yi ziyaret eden turistlerin birçoğunun Türk Mutfak Kültürü'ne ait yiyecekleri tanımak ve denemek istediklerini ifade etmektedir. Soner (2013) ise ülkemizin yöresel yemek kültürünün bölgelere göre farklılık göstermesinin önemli bir zenginlik olduğunu ve bu otantik lezzetlerin de sadece yerli turistler için değil yabancı turistler için de önemli bir çekim noktası oluşturduğunu belirtmektedir. Üner vd., (2006) ise yurtdışındaki potansiyel hedef kitlelerin İstanbul'u bir destinasyon olarak değerlendirmelerine ilişkin yapmış oldukları çalışmalarında yöresel mutfağın beşinci önemli unsur olduğu sonucunu tespit etmişlerdir. Bir başka açıdan bakıldığında ise Durlu-Özkaya ve Cömert (2014) çalışmalarında yiyeceklerin, bir kişinin seyahati sırasında en neşeli aktivitelerinden biri olduğu, turistlerin tamamı için yemeğin en büyük üç favori turistik faaliyetten birisi olduğunu ifade ederken, turistlerin harcama oranında da en az kısıtlamaya gidebileceği hizmet olarak nitelendirmiştir. Yapılan çalışmalar incelendiğinde yöresel yemeklerin / yöresel yiyeceklerin destinasyonların tercih edilmesinde önemli bir çekicilik unsuru olduğu sonucuna varılmıştır (Özdemir, 2007; Güneş, 2008; Hacıoğlu vd., 2009; Çevik ve Saçılık, 2011; Soner, 2013; Altunsaban vd., 2017; Aydoğdu ve Duman, 2017). Hacıoğlu vd., (2009) bir destinasyonda kültür ile birlikte sunulan yöresel yemeklerin de turistlerin seyahat etmesinde önemli bir çekicilik unsuru olduğunu ifade ederken, Küçükaltan (2009) da mutfak ve mutfak kültürünü turistler için destinasyon seçiminde en çok dikkat edilen unsurlardan biri olarak ifade etmiştir, Cömert'te (2014) turizm pazarlamacılarının özellikle son yıllarda bir yöre ya da bölgenin mutfağını turistik bir ürün olarak kullanmaya başladıklarını belirtmektedir. Benzer şekilde Kivela ve Crofts (2009) ise yöresel yiyeceklerin turistlerin bir destinasyonu tekrar ziyaret etme niyetlerinde önemli bir motivasyon kaynağı olduğunu ifade etmiştir.

Diğer yandan Sormaz (2017), yöresel yemeklerin destinasyonlar için bir çekicilik kaynağı ve turistlerin bir destinasyonu tekrar ziyaret etmelerinde en önemli

nedenlerden biri olduğu hususundaki genel kabule karşın, Türk Mutfağı'nın ve yöresel mutfakların tanıtımında önemli rol alan ağırlama işletmelerinin, yöresel mutfak yemeklerini çeşitli nedenlerden dolayı menülerinde bulundur(a)madıklarını ifade etmiştir. Erdem vd., (2017) ise çalışmasında, bölgede faaliyet gösteren restoranların yöresel yemekleri menülerinde bulundurmamalarının/bulunduramamalarının nedenlerini;

- Yöresel yemeklerin birçoğunun anlık üretilememesi,
- Bekletildikleri zaman lezzet ve sunumda olumsuzlukların yaşanması,
- Dışarıdan gelen misafirler tarafından bilinmediği için tercih edilmemesi,
- Ön yargılı yaklaşılması gibi nedenlerden dolayı yöresel yemeklerin işletmelerde kısıtlı miktarda sunulduğunu ya da hiç sunulmadığını ifade etmektedir.

2.6. Yöresel Mutfağa İlişkin Algılanan Engeller

Yöresel yiyecekler / yöresel yemekler bir çekim gücü ya da motivasyon kaynağı olsa bile gerek işletme, gerek tanıtım, gerek şef ya da tedarikçilerden kaynaklanan nedenlerden dolayı, bazen de misafir tercihleri sebebi ile yöresel yemekler / yöresel yiyecekler işletmelerde yeteri kadar sunulamamaktadır.

Curtis ve Cowee (2009) şeflerin yerel yiyecek satın alma tutumlarını araştırmış olduğu çalışmasında, araştırmaya katılanların % 69'u asla yerel üreticilerden satın alma yapmadıklarını söylerken, % 31'i şu anda ya da geçmişte yerel alış veriş yaptığını söylemiştir. Aynı çalışma da yerel yiyecek satın alma yapmadıklarını söyleyen şeflerin % 75'inin yerel seçeneklerden habersiz olduğu ya da satın alma için gerekli bilgilerden yoksun olduğunu ifade etmiştir. Yine aynı çalışmada, çeşitlilik ve ulaşılabilirlik (bulunma – temin) konusundaki yetersizlikler, şeflerin bu konuda karar verici durumda olmaması yerel satın alma engelleri olarak ifade

edilmiştir. Buna rağmen algılanan en önemli engelin ise yerel üreticilerin ürünün gerekli olması halinde istenilen miktar ve hacimde sağlayamayacağı inancının olması, ürünlerin kalitesindeki tutarsızlıklar, yerel iklimlerin istenilen ürünlerin yetişmesini desteklememesi, bilgi ve dikkat eksikliği, maliyetlerin oldukça yüksek olması, teslimatla ilgili sorunlar olduğunu ifade etmiştir.

Aslan vd., (2014) ise işletmelerin, yöresel yemekleri maliyetlerin artması nedeniyle gerçeğine (orijinaline) uygun olarak hazırlanmadığı ve yöresel yemek sunan işletmelerin sayısının artması halinde fiyatların düşeceğinden endişe duyduklarını dile getirdiklerini ifade etmektedir. Yine aynı çalışmada yöresel yemeklerin sunumunun maliyetli olması ve saklanamaması gibi nedenlerden dolayı menülerde bulundurmanın risk taşıdığı ifade edilmiştir. Ayrıca yöresel yemeklerin yapımı ve sunumunun özel bilgi ve beceri gerektirmesi, deneyimli yetkin personel temini konusunda sorunlar yaşandığını ifade etmişlerdir.

Mil ve Denk (2015) yapmış oldukları çalışmada, Erzurum Palandöken İlçesi'nde yer alan işletmelerin menülerinde yöresel ürünlere kısmen yer vermelerine rağmen özellikle tedarik ve mali kaygılar nedeniyle daha çok ulusal ve uluslararası ürünleri tercih ettiklerini belirtmiştir.

Büyüksalvarcı ve arkadaşları (2016) yapmış oldukları çalışmalarında; bölgede faaliyet gösteren işletmelerin; ticari kaygı, yöresel ürünleri yapabilecek ustaların az olması, müşterilerin evlerinde yöresel yemekleri tükettikleri için bu ürünleri dışarıda tercih etmemesi gibi nedenlerden yöresel yemeklerin kısmen işletmelerde sunulabildiğini ifade etmiştir. Benzer şekilde Çapar ve Yenipınar'da (2016) yöresel yemeklerin kültürel kimliğin bir ifadesi ve çekicilik unsuru olmasına rağmen ticari kaygılar, ürünlerin aslına uygun yapılmaması gibi nedenlerden dolayı yöresel yiyeceklerin turizm endüstrisinde kullanımının sınırlı olduğunu ifade etmiştir.

2.7. Kastamonu Mutfağı

Tarihi süreçte birçok uygarlığa ev sahipliği yapmış olan Kastamonu, bir o kadar da farklı kültürel mirasa sahiptir. Aynı zamanda bu topraklar doğal ve kültürel açıdan çok çeşitli ve zengin kaynaklara sahiptir (Kocatepe ve Tırıl, 2017). Doğal ve uzun bir sahil şeridinden, yüksek rakımlı dağlara, endemik bitki türlerine ev sahipliği yapan ormanlara kadar farklı coğrafi yapı ve iklime sahiptir (Acar vd., 2015). Bu durum elbette yetişen ve yetiştirilebilen ürünlere etki etmektedir. Sanayi kuruluşları anlamında şanslı olmayan Kastamonu Halkı'nın geçimi büyük çoğunlukla tarımsal üretim ve hayvancılığa bağlıdır (Yıldız, 2013). Kastamonu gastronomi anlamında zengin bir tarih ve mutfak kültürüne sahiptir. Osmanlı Saray Mutfakları'nda çalıştırılmış çok sayıda Kastamonu'lu ustanın oluşu bu durumu kanıtlar niteliktedir (Avcı ve Şahin, 2014). Yöresel mutfağını koruyabilmiş ve hayat tarzı ile kültürel birikimini yansıtarak sunabiliyor olması Kastamonu açısından bir fark ve çekicilik unsuru oluşturmaktadır. Yeme içme faaliyetlerinden alınan hazzı tek başına yöresel mutfak veya yöresel yemekler sağlayamamakta bu durumu destekleyecek unsurlara ihtiyaç duyulmaktadır. Bu noktada kullanılan ürünün üretimi, hasadı, hazırlanışı, pişirim ve sunumunda kullanılan araç gereç kadar işinin ehli sunum yapacak personel hatta tüm bu değerleri kapsayacak yeme içme faaliyetlerinin yapılacağı alan da büyük önem arz etmektedir. Kastamonu bu açıdan da büyük bir şansa sahiptir zira Kastamonu'da bu anlamda halen kullanılan ve kullanım potansiyeli olan çok sayıda tarihi konak mevcuttur (Acar vd., 2015). Son dönemde Kastamonu Belediyesi birçok konağı restore edip konaklama ve yeme içme alanında kullanılmak üzere hizmete sokmuştur.

Kastamonu Mutfağı sınıflandırıldığında;

- Ekmek çeşitleri
- Çorbalar
- Et yemekleri

- Hamurlu yemekler
- Sebze yemekleri
- Tatlılar
- İçecekler

biçiminde sınıflandırıldıkları görülmektedir (Kastamonu Valiliği, 2015).

Yörede doğal olarak yetişen otlar ve mantarlarda yöre mutfağında önemli yer tutmaktadır. Sınırları içerisinde çok çeşitli yöresel ürünlere ve yemeklere sahip olan Kastamonu Mutfak Kültürü'nün korunması ve gelecek nesillere aktarılması çok önemlidir (Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, 2015).

2.7.1. Kastamonu Mutfağının Başlıca Yöresel Ürünleri / Yiyecekleri

Kastamonu Mutfağı'nda öne çıkan, yörede yöreye has yöntemlerle üretilen, yöresel yemeklerin yapımında kullanılan, yöreyi ziyaret edenlerin Kastamonu hatırası veya Kastamonu'yu hatırlatacak hediyelik olarak da değerlendirdikleri, Kastamonu Yöresel Ürünleri aşağıda sıralanmıştır (Kastamonu Valiliği, 2015; Kastamonu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2015);

- Üryani Eriği
- Kastamonu (Kel Simit) Simidi
- Kastamonu Pastırması
- Kastamonu Elması
- Azdavay Armudu
- Taşköprü Sarımsağı

- Taşköprü Keteni-Kenevir
- Siyez Buğdayı
- Yaş Tarhana
- Kanlıca Mantarı Turşusu
- İnebolu Kestanesi
- İnebolu Kirazı
- Çekme Helva
- Tosya Pirinci
- Tosya Üzümlü
- Araç Cevizi
- Araç Kızılıcığı
- Kuşburnu Pelverdesi
- Kestane Balı
- Siyah Sarımsak

2.7.2. Kastamonu Mutfağı Yöresel Yemekleri

Kastamonu Yöresel Yemekleri'nin neler olduğı ve menülerde bulunma düzeylerini belirlemek için ticari faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmeleri menülerinin incelendiğı bir araştırmada, yöresel yemeklerin menülerde farklı sebepler ile az yer

bulabildiği vurgulanmıştır. Söz konusu araştırmada sık yapılan yöresel yemeklerin ise; Etlı Ekmek, Pastırmalı Ekmek, Banduma, Tirit, Eğşili Pilav, Ecevit Çorbası, Etlı Yaprak Sarması, Kaşık Helva ve Cırık Tatlısı olduğu belirlenmiştir (Sandıkçı, Aydoğdu ve Pamukçu, 2015). Benzer amaçla yapılmış başka bir çalışmada, Ecevit Çorbası, Büryan Kebabı, Tarhana Çorbası, Banduma, Kastamonu Döneri, Tirit, Eriştelı Yeşil Mercimek Çorbası, Eğşili Pilav, Etlı Ekmek, Kastamonu Kır Pidesi, Kulaklı Manti, Cırık Tatlısı ve Kastamonu Eğşisi menülerde en sık yer verilen yöresel yiyecekler olarak görülmüştür (Avcı ve Şahin, 2014).

Acar vd. (2015, 26)'nin belirttiği üzere, “Tosya Pirinci, Taşköprü Sarımsağı, Siyez Bulguru, Çekme Helva, Kuyu Kebabı, Tirit ve Etlı Ekmek Kastamonu'da 2015 yılında yapılan Şehir Kimliği Çalıştayında, Kastamonu'nun başlıca mutfak ürünleri olarak anılmıştır”. Yöresel yemeklerin korunarak gelecek nesillere aktarılabilmesi ve sürdürülebilirliğinin sağlanması adına yapılan bir diğer çalışmada Kastamonu Mutfağına ait çok bilenen, önem verilen ve sık tekrarlanan yemeklerden, Kara Çorba, Ecevit Çorbası, Ana Kız Çorbası, Yaş Maya Tarhanası, Kastamonu Simit Tiridi, Banduma, Ekşili Pilav, Ala Pilav, Üçürdüm, Paça, Etlı Ekmek ve Kaşık Helvası'nın standart reçeteleri oluşturulmuştur (Aydoğdu ve Mızrak, 2017). Yapılan çalışmalar neticesinde yukarıda anılan yemeklerin Kastamonu'ya özgü yöresel yemeklerin başlıcalarını oluşturduğu söylenebilir.

3. YÖNTEM

Yöntem başlığı altında araştırma tasarımı ile ilgili konular bütüncül bir bakış açısıyla verilmektedir. Özlüce araştırmanın konusu, önemi ve kapsamı, tasarım türü, verilerin toplandığı kaynak, nüfus ve örneklem, verilerin toplanma biçimi ve çözümlenmesi, izleyen başlıklarda sıralanmıştır.

3.1. Araştırma Konusu, Amacı, Önemi ve Kapsamı

Çalışmanın amacı; Kastamonu Mutfağı'nı ve Mutfak Kültürü'nü oluşturan yöresel ürün ve yöresel yemeklerin neler olduğunun saptanması, bu ürün ve yemeklerin hangilerinde, ne oranda yöresel gıda kullanıldığının belirlenmesidir. Böylelikle gerçek anlamda Kastamonu Yöresel Ürün ve Yemekleri'nin belirlenmesi, kayıt altına alınması ve bu kültürün korunarak kuşaktan kuşağa aktarılabilmesi çalışmanın önemini belirtmektedir. Çalışmanın bir diğer faydasının da bölge ve yöre halkına kültürel, sosyal ve ekonomik anlamda olumlu etkileri olan yöresel ürün ve yöresel yemeklerin, Kastamonu'nun Gastronomi Turizmi anlamında marka bir varış noktası olması hususunda çekicilik oluşturmasıdır. Neticede yöresel üretici ve yöresel yemek işletmelerine ekonomik katkı sağlayarak yöresel kalkınmaya ve ürünlerin sürdürülebilirliğine katkı sağlanacağı düşünülmektedir. Yukarıda anlatılanlar bağlamında araştırma kapsamının Kastamonu Yöresel Yemekleri'nin ve Yöresel Ürünleri'nin neler olduğu, yöresel ürünlerin yemeklerde ne oranda kullanıldığı ve tarihsel mirasa ne derece bağlı kalınarak, üretimden, hazırlamaya, pişirimden sunuma kadar geçen süreci ve kullanılan araç gereçleri de içeren bir bakış açısı ile envanter oluşturulması olarak ifade edebiliriz.

3.2. Araştırmanın Modeli ve Tasarım Türü

Çalışma nitel araştırma yöntemlerinin işe koşulduğu tarama modeline sahip bir araştırmadır. Uçak (2000, s. 255-279)' a göre “nitel araştırma yöntemleri, özellikle keşfetmeye ve ortaya çıkarmaya yönelik, tümevarım yaklaşımına dayalı yöntemlerdir”. Arşiv tarama, gözlem ve görüşme tekniklerinden yararlanılmıştır. Nitel araştırmalar, “gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi nitel veri toplama yöntemlerinin kullanıldığı, algıların ve olayların doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül bir biçimde ortaya konmasına yönelik bir sürecin izlendiği” araştırmalardır (Yıldırım ve Şimşek, 2013: 45). Tarama modelinde, “bilimin gözleme, kaydetme, olaylar arasındaki ilişkileri saptama, kontrol edilen değişmez ilişkiler üzerinde genellemelere varma söz konusudur. Bir başka ifade ile bilimin tasvir işlevi ön plandadır” (Yıldırım, 1966: 67). “Nitел araştırma yaklaşımları arasında en sık kullanılan veri toplama tekniği görüşme tekniği olduğu bilinmektedir” (Yıldırım ve Şimşek, 2013: 147-150).

Giriş bölümünde yanıt aranan araştırma sorularına, geçerli ve güvenilir cevaplar alabilmek için iki aşamalı bir yaklaşım benimsenmiştir. Öncelikle ilgili yazın derinlemesine taranmış, geçmiş dönemlerdeki doğrudan gözlemlerden ve önceki çalışma deneyimlerinden de faydalanılmıştır. Burada elde edilen veriler; birinci bölümde, Türk Mutfak Kültürü, Yöresel Mutfak, Yöresel Yemek, Yöresel Yiyecek/Ürün, ikinci bölümde, yöresel yemeklerin Gastronomi Turizmi kapsamında destinasyon için önemi, üçüncü bölümde, yöresel mutfağa ilişkin algılanan engeller, dördüncü bölümde, Kastamonu Mutfağı başlıkları ve bu başlıkları açıklayarak destekleyen alt başlıklar şeklinde verilmiştir. Çalışmanın ikinci aşamasında ise, yöresel yeme içme işletmelerinin menüleri incelenmiş sunumu yapılan yöresel yemekler incelenerek kayıt altına alınmıştır ayrıca Kastamonu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü tarafından her yıl Turizm Haftası Etkinlikleri kapsamında geleneksel olarak düzenlenen Yöresel Yemek Yarışmaları (2015, 2016, 2017, 2018) gözlemlenmiş, katılan yarışmacıların başvurdukları yöresel yemeklerde incelenmiştir. Dört sene boyunca Yöresel Yemek Yarışmaları sonrası katılımcıların izinleri alınarak yapılandırılmış görüşme formları aracılığı ile yüz yüze görüşmeler yapılmıştır. İçerik analizine tabi tutulan veriler, bulgular kısmında paylaşılmış ve çalışma tartışma, sonuç ve öneriler yapılarak tamamlanmıştır.

3.3. Araştırmanın Veri Toplama Kaynağı, Nüfusu ve Örneklemi

Nitel araştırma yönteminin benimsendiği bu çalışmada, nitel çalışmanın doğası gereği örneklem sayısında öneri ya da sınır bulunmamaktadır. Bilgisine başvurulacak kaynakla ilgili iki aşamalı bir yol izlenmiştir. Birinci aşamada Kastamonu yöresel ürün ve yemeklerinin neler oldukları ilgili yazında birikmiş bilgiden yararlanmak suretiyle saptanmıştır. Sonrasında ise belge inceleme, görüşme ve doğrudan gözlem teknikleri ile yöresel ürünler ve yöresel yemekler tespit edilmiştir. Yöresel yeme içme işletmelerinin menüleri ile Kastamonu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü tarafından her yıl Turizm Haftası etkinlikleri kapsamında geleneksel olarak düzenlenen yöresel yemek yarışmalarına (2015, 2016, 2017, 2018) katılan yarışmacıların başvurdukları yöresel yemeklerde incelenmiştir.

Çalışmasının ikinci aşamasında ise, gönüllülük esasına göre ve görüşmenin başında çalışmanın amacı hakkında bilgi verilen 2015, 2016, 2017 ve 2018 Yöresel Yemek Yarışmasına katılan toplam 65 kaynak kişi ile Kastamonu yöresel ürünleri ve Kastamonu yöresel yemeklerinin neler olduğu, yöresel yemek tariflerini nereden öğrendikleri, yöresel ürünlerin yöresel yemek yapımında ne derece kullanıldığı, bu ürünlere her zaman ulaşılabilir mi, kullanılan araç-gereç, malzeme, pişirim ve sunum yöntemleri hakkında bilgi alınmıştır.

3.4. Veri Toplama Aracı

Bu çalışmada, belirlenen araştırma sorularına yanıt alabilmek amacıyla ilgili yazında birikmiş bilgiden yararlanmanın yanı sıra 2015 ila 2018 yılları arasında yapılan yöresel yemek yarışmaları katılımcılarından bilgi elde etme amacıyla yapılandırılmış görüşme formları kullanılmıştır. Yüz yüze yapılan görüşmeler esnasında katılımcıların izni ile ses kaydı da alınmıştır.

3.5. Verilerin Analizi

Çalışmada betimsel analiz ve içerik analizinden yararlanılmıştır. Görüşmeler sırasında ayrıca ses kayıtları da tutulmuştur. Analiz sürecinde eksik kalan notlar ses kayıtlarının dinlenmesi suretiyle giderilmiştir. Elde edilen veriler araştırma amaçlarımız doğrultusunda sınıflandırılarak açıklanması ve yorumlanması yoluna gidilmiştir.

4. BULGULAR

Bir yiyeceğin yöresel sayılabilmesi kıstaslarını, yörede yetiştirilmesi, yetiştiricilerden veya semt pazarlarından alınabilmesi ya da yetiştirilen yer ile tüketime sunulan yer arasındaki mesafenin belirli sınırları geçmemesi ve yörenin kültürünü yansıtmaması şeklinde açıklamak mümkündür (Özdemir, Yılmaz, Çalışkan ve Aydın, 2015). Araştırma kapsamında incelenen ve analizi yapılarak değerlendirilen çalışmalar ve çalışmalardan elde edilen temel bulgular aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

Tablo 4.1. Araştırma kapsamında incelenen ve analizi yapılan çalışmalar tablosu

İncelenen Çalışma	Yayın Yeri	Yılı	Bulguları
Kastamonu Çorbaları	Türk Tarih Kurumu	1963	Kastamonu'ya ait çorbalar
Kastamonu Yemekleri	Türk Tarih Kurumu	1967	Kastamonu'ya ait ekmek ve yemekler
Ağız Tadıyla Kastamonu Mutfağı	Kastamonu Valiliği	2009	Yöresel yemek ve ürünleri ile Kastamonu Mutfağı
Geçmişten Günümüze Kastamonu Mutfağı	Kastamonu Halk Eğitimi Merkezi ve ASO	2009	Kastamonu mutfak kültüründeki yöresel ürün ve yemekler
Yayınlanmamış Araştırma Raporu	KATSO (Baskıda)	2017	Yöresel ürünler, mutfak araç gereçleri, yöresel yemekler ve hikayeleri
Çatalzeytin Yemekleri	Çatalzeytin Mektubu Gazetesi	2009	Kastamonu sahil ilçeleri yöresel ürün ve yemekleri
Keşfetmeye Hazır mısınız Kastamonu	KUZKA	2017	Yöre kültüründe yöresel ürün ve yemeklerin yeri
Yöresel yemeklerin sürdürülebilirliğinde standart reçetelendirmenin önemi: Kastamonu Mutfağı Örneği	MAKUSOBED	2017	Yöresel yemeklerin standart tarifleri

Çalışmalardan elde edilen bulgular ile literatür taraması sonucu ulaşılan veriler ışığında aşağıda Kastamonu Yöresel Ürünleri, Kastamonu Mutfağı Yemekleri, yöresel yemeklerde yöresel ürünlerin kullanılma durumu ve ürünlerin bilinçli kullanılma durumu hakkında bilgi verilecektir.

Kastamonu Mutfağı üzerine yapılan derleme ve tespit çalışmaları 1950’li Yıllara kadar gitmektedir. O tarihlerde Arkeolog Ahmet Gökoğlu Kastamonu Yemekleri’nin etüdünü yapmıştır. Öncelikle yaptığı derleme çalışmasında Kastamonu merkez ve ilçelerindeki çorba çeşitlerini araştırma kapsamına almış, uyguladığı anket çalışmasında 361 kişiye ulaşmıştır. Analizler sonucunda çeşit ve isim olarak birbirinden tamamen ayrı 38 adet çorba çeşidine ulaşmıştır. Bu sayıya isim ayrılıkları ilave edilse sayı 88’e, farklı ilçelerdeki benzerler eklenirse 104’e çıkmaktadır. Araştırma kapsamına çorba yapımında kullanılan çorbalıklarda eklenmiş, tasnif edildiğinde; tarhana, bulgur, arpa yarması, keşkek, tatar, makarna, erişte, tutmaç gibi malzemeler listelenmiştir. Kastamonu Mutfağı hususunda bir ayrıntıya değinen Gökoğlu, Kastamonu Yemekleri için tartı ile ölçüm yapılmadığını, kadınların tecrübe ve göz kararı ile malzeme kullandıklarını belirtmiştir. Çorbalar arasında hem çeşit çokluğu hem yapılış sıklığı ile tarhana ön plana çıkmaktadır. Özellikle Kastamonu yöresine ait yaş tarhanaya ayrı bir önem verilmiştir. Araştırmanın sosyo-ekonomik açıdan da bulgular verdiği görülmekte buna örnek olarak o dönemde fakirlerin çorbalarına sade bayat eklemek doğradığını belirlemiştir. Çorbalara sahil kenarında Mısır Ekmeği, iç kesimlerde ise sırtıkara denilen Somun Ekmeek doğranmış. Tarhanadan sonra en fazla kullanılan bulgurda 4 çeşitte sınıflandırılmıştır. Bunlar: 1. Siyez, 2. Germik, 3. Buğday, 4. Mısırdır (Gökoğlu, 1963).

Yapılan araştırma, gözlem ve inceleme sonuçlarına göre, çok tercih edilen ve sık tekrarlanan çeşit ve isim olarak birbirinden tamamen farklı 21 adet çorba çeşidine ulaşılmıştır. Çorba isimleri ve çorba yapımında kullanılan malzemelerin büyük bir çoğunluğunun aynen korunduğu bulgulanmıştır. Kastamonu mutfağında yöresel yemek hazırlığı ve yapımında günümüzde de ölçü ve tartı kullanılmadığı, kadınların tarifi öğrendikleri malzemeler ve göz kararı ile hazırladıkları belirlenmiştir. Bu durum ananevi tariflerin geleneksel yöntemlerle anneden kıza öğretilegelen şekli ile yapıldığını, doğal ve yöresel ürünlerle yapılan çorbaların sürdürülebilirliğinin

sağlandığını kanıtlar niteliktedir. Ayrıca günümüzde Kastamonu yöresinde özellikle Ramazan ayı süresince iftarlarda ve kış aylarında Yaş Tarhana Çorbası neredeyse her gün yapılmaktadır. Gökoğlu'nun bulguları günümüzde de geçerliliğini korumakta Kastamonu'da yaş tarhanaya çok önem verilmektedir.

Bir diğer çalışmasında Gökoğlu (1967) öncelikle Kastamonu yöresi yemekleri envanteri çıkartmak üzere çalışırken, Kastamonu ve çevresinde 812 çeşit yemek kaydetmiştir. Sayının yüksekliği yörenin yemek kültürünün tespit edebilmesi için ulaşılan her yemeğin kayıt altına alınmasına bağlanmaktadır. Bu çalışmada yöresel yemekler ön plana çıkmış ve bu konuda bir derleme yapılarak yayınlanmıştır (Gökoğlu, 1967). Bu yayında belirlenen yemek isimleri ve çeşitlerin sayıları tablo halinde aşağıda verilmiştir.

Tablo 4.2. Anadolu'nun 36 ilinde Kastamonu' da mevcut yemeklerin bilinen ve bilinmeyenlerin adedini gösterir liste

Kastamonu'da mevcut yemek gruplarının adları	Kastamonu'da mevcut yemeklerin adedi	Kastamonu yemeklerinden Anadolu'nun 36 ilinde yalnız ismen tanınanların sayısı	Kastamonu yemeklerinden Anadolu'nun 36 ilinde hem isim hem yapılaş bakımından tanınanların sayısı	Kastamonu yemeklerinden Anadolu'nun 36 ilinde tanınmayan yemeklerin sayısı
Kış hazırlıkları	95	14	16	65
Ekmekler	51	4	5	42
Çorbalar	88	4	13	71
Et yemekleri	21	1	4	16
Balıklar	8	4	4
Kebaplar	10	4	6
Köfteler	21	3	18
Dolmalar	32	9	23
Sebzeler	150	1	16	133
Hamur işleri	56	3	3	50
Pilavlar	21	2	19
Börekler	38	2	8	28
Çörekler	16	16
Salatalar	26	3	23
Çeşitli yemekler	65	3	62
Tatlılar	60	3	8	49
Helvalar	12	3	9
Kompostolar	7	7
Paçalar	9	1	8
Tiritler	14	14
Mıklamalar	12	1	11
Toplam	812	32	106	674

Kaynak: Gökoğlu, A. (1967).

Anadolu'nun 36 ilinde Kastamonu'da mevcut 812 yemekten 32 tanesi yalnız isim, 106 tanesi hem isim hem yapılaş bakımından tanındığı halde 674 çeşit yemeğin hiç bilinmediği ortaya çıkmıştır. Bu durum hem yöresel çeşit zenginliğine işaret ederken hem de Kastamonu'nun yüksek sayıda özgün (orijinal) yöresel yemeği olduğunu kanıtlar niteliktedir

Bu derlemedeki kayıtlardan ulaşılan bilgiye göre Kastamonu'da 51 çeşit ekmeğin yapılmaktadır, bunların 42 çeşidi diğer 32 Anadolu ilinde bilinmemektedir. O tarihte her ailenin kendi buğdayını yöresinde yetiştirip kendi ununu elde ettiğinden dolayı bu 42 çeşit ekmeğin yöresel ürün olduğu kabul edilebilmektedir.

Yapılan görüşmelerden elde edilen verilere göre de 17 ekmeğin çeşidine ulaşılmış, bu ekmeğin çeşitlerinden bazıları içine konulan malzemeye göre değişik isimlerle adlandırılarak alt türlerinin oluşturulduğu, böylelikle ekmeğin çeşidi sayısının da arttığı bulgulanmıştır. Et Ekmeği, Patates Ekmeği, Pastırmalı Ekmeğin, Yoğurt Ekmeği, Kesik Ekmeği, Ispanaklı Ekmeğin, Şeker Ekmeği ve Mantar Ekmeği bu tarz ekmeklere örnek olarak verilmiştir. Tarihi değere sahip ekmeklere Kül Çöreği, Köy Somunu, Değirmen Çöreği, Hamurlu ve Serme örnek verilebilir.

Daha önceki çalışmalarda rastlanılmayan kıyma ile hazırlanan Et Ekmeği'nin bir bölgede Tavuk Eti ile de yapıldığı bilgisine bu çalışma ile ulaşılmıştır. Ekmekler hususunda ulaşılan en önemli unsurlardan biri ise yörede Ekşi Maya diye tabir edilen ve daha önceki ekmeğin yapımı sırasında hazırlanan hamurdan bir sonraki ekmeğin yapımı için maya ayırma yolunun izlenmesi ile sürdürülen yöntemdir. Bu şekilde yıllardır devam ettirilen ve kullanılagelen mayaların olduğu belirtilmiştir. Ekmeğin isimlerinde, kullanılan malzemelerde ve kullanılan mayada ki bu durum ekmekler alanında da yöreye özgü ürünlerin varlığına işaret etmektedir.

Kastamonu'nun elinde bulundurduğu kültürel değerlerin farkında olan, engin mutfak kültürünü ilin tanıtımı ve gelişimi için kullanmak arzusunda olan Kastamonu Valiliği yapmış olduğu çalışma ile 20 ilçede derleme ve tespitler yapmıştır. Çalışma sonucu ortaya çıkan kitap analiz edilmiş ve bulgular tablo halinde aşağıda verilmiştir.

Tablo.4.3. Ağız Tadı İle Kastamonu Mutfağı kitabı analiz sonuçlarını gösterir tablo

Belirlenen Yemek Grupları	Toplam Verilen Tarif Sayısı	Malzemelerinin Çoğunun Yöresel Olduğu Yemek Sayısı	Ana Malzemenin (Ham Madde) Yöresel Olduğu Yemek Sayısı
Çorbalar	26	19	7
Sebze Yemekleri	33	22	11
Et ve Tavuk Yemekleri	9	7	2
Pilavlar	7	7	***
Hamurlar	52	23	29
Tatlılar	25	12	13
Reçeller	19	14	5
Yöre Mutfağından	8	5	3

Kaynak: Kastamonu Valiliği, (2009). *Ağız Tadıyla Kastamonu Mutfağı*

Anadolu'nun önemli lezzet merkezi Kastamonu'nun yöresel yemeklerinin araştırıldığı bir çalışma sonucu ortaya çıkan kitap kitap taslağında (Aydoğdu, Yaşarsoy ve Mızrak 2018) toplam 187 adet yöresel yemeğe ve ürüne yer verilmiş, yapılan analiz sonucunda bu yemek ve ürünlerin 109 adet gibi büyük bir oranının yörede yetişen veya yetiştirilen yöresel ürünlerle yapıldığı geriye kalan 80 adet tarifin içeriğini oluşturan ham maddelerden en az birinin yöreye ait olduğu tespit edilmiştir.

Bu sınıflandırmanın yanında kitapta adı Kastamonu ile anılan ünü tüm yurda yayılmış 9 adet yöresel ürün ve yemeğe yer verilmiştir ki aşağıda verilen bu ürünler zaten Kastamonu ile özdeşleşmiş ürünlerdir.

- Üryani Eriği
- Kastamonu Döneri
- Taşköprü Sarımsağı
- Çekme Helva
- Siyez Buğdayı
- Tosya Pirinci
- Kastamonu Pastırması
- Kastamonu Simidi
- Yaş Tarhana (Maya)

Belirtilen yöresel ürünler arasında coğrafi işaret almış olması ile diğerlerinden ayrılan Taşköprü Sarımsağı, coğrafyası, iklimi ve toprak yapısı ile Taşköprü' de üretildiği için ayırt edici özelliklere sahip olmaktadır. Çokça denenmesine rağmen, aynı Taşköprü Sarımsağı tohumunu başka bir yörede yetiştirdiğinizde aynı üstün özelliklerde ürün almanız mümkün değildir (Aydoğdu ve Mızrak, 2017). Kastamonu'ya ait birçok yöresel yemekte kullanılan Taşköprü Sarımsağı bu isimle tüm yurtda pazarlanmakta ve talep görmektedir. Bu durumda yöresel bir ürünün yöresine ne denli tanınırlık, iş imkânı ve ekonomik kazanç sağlayabileceğini kanıtlar niteliktedir.

Buna benzer bir diğer çalışma da, Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı (KUZKA)'nın anı tarzı yazıları ile hazırlamış olduğu Keşfetmeye Hazır mısınız? adlı kitapta, Kastamonu'nun doğal, tarihi ve kültürel birikimini fotoğraflar eşliğinde paylaşılmıştır. Kitap incelendiğinde, içerisinde Kastamonu'yu tanımlayacak, sahip olduğu değerlerin markalaşmasını destekleyecek logo tarzı bir görsel olduğu görülmüştür. İçerisinde sekiz ana kategori bulunan bu görselin önemine binaen üçüncü sırasında "Tadına Var" başlığı ile Kastamonu Mutfağı simgesi yer almaktadır. Kitapta bu başlık altında Kastamonu'nun sahip olduğu toprak, iklim, doğa ve kültürün sentezi on iki adet yöresel ürün ve yemeğe yer verilmiştir. Bunlar;

- Siyez Bulguru
- Taşköprü Sarımsağı
- Kastamonu Pastırması
- Çekme Helva
- Kuyu Kebabı (Bryan)
- Tosya Pirinci
- Kanlıca Mantarı
- Etli Ekmek
- Banduma
- Ekşili Pilav
- Tirit
- Eğşi'den oluşmaktadır (KUZKA, 2017).

Bu alanda yapılan başka bir çalışmada; Kastamonu Mutfağı Yöresel Yemekleri'nin, sürdürülebilir turizmdeki etkisi ve önemini araştırma konusu olarak belirlenmiş, araştırmacılar kaynak kişilerle yüz yüze yaptıkları görüşmeler sonucunda elde ettikleri bulguları derlemişlerdir. Çok sayıda tarife ulaşılan bu çalışmaya göre, Kastamonu yöre halkı tarafından en çok bilinen, önem verilen ve sık tekrarlanan yemekler ayrıştırılmış, kullanılan ürünlerin yöreye ait olma özelliği göz önünde bulundurularak, Çorbalar, Sebzeler, Hamur İşleri / Ekmek, Et Yemekleri ve Tatlılar olmak üzere 5 ana kategoride tablo 4.4.' de gösterilmiştir.

Tablo 4.4. Kastamonu yöresel yemekleri

Çorbalar	Sebzeler	Hamur işi/Ekmek	Et yemekleri	Tatlılar
Yaş Tarhana	Patates Paça	Etlı Ekmek	Taşköprü Kuyu Kebabı	Cırık
Ecevit Çorba	Soğan Dolması	İnebolu Ekmeği	Cabada Güveç	Tepsi Helva
Erişteli Yeşil Mercimek	Yer yarpağı sarması	Kastamonu (Kel) Simidi	İnebolu Güveci	Ağ armudu tatlısı
Kara Çorba	Pancar Kavurması	Kül Çöreği	Banduma	Miyane helvası
Oğmaç Çorbası	Mantar mıhlaması	Serme	Tirit	Kaşık helva
Kızılıcık Tarhanası	Ispıt Kavurması	Köy Ekmeği (Somun)	Tosya Kebabı	Bakla tatlısı
Yayım Çorbası	Pırasa Dolması	Hamurlu (Bazlama)	Kavurma	Merdane baklavası
Kır Çorbası	Kuyruklu Dolma	Düğün Böreği	Mıhlama	Ev baklavası
Sütlü Siyez Bulguru Çorbası	Kabak Saçalama	Değirmen Çöreği	Tavuk Kebabı	Çekme Helva
Akdene (Göce) Çorbası	Mantar Turşusu	Pastırmalı Ekmek	Balık Çeşitleri(Kalkan, Mezgit, Barbun, Lüfer)	Hasude

Kaynak: Mızrak, M., Aydoğdu, A., Yaşarsoy, E. (2017).

Son dönemlerde Kastamonu Mutfağının ve yöresel yemeklerinin değerinin daha da iyi anlaşılmasına başlandığı kanısını uyandıran bir diğer veri ise; ulusal bir gazete için yapılan “Türkiye’nin gastronomi başkenti neresi?” adlı çalışma için ünlü gurme, gastronomi yazarı ve yemek araştırmacılarının verdiği cevaplarda bulunmaktadır. Türkiye çapında yapılan değerlendirmelerde Kastamonu Mutfağı 3. sırada ilan edilmiştir. Kastamonu Mutfağı’nı “gizli hazine” olarak tasvir eden Mehmet Yaşın, “Pek bilinmez ama Kastamonu Mutfağı Gaziantep ile yarışacak kadar lezzetlidir” diye belirtirken Kanlıca mantarı, Simit Tiridi, Banduma, Etlı Ekmek ve Kuyu Kebabı’na vurgu yapmış, Kastamonu Pastırması’nın da hak ettiği değeri yakalamaya başladığını belirtmiştir (Özbey, 2016). Yemek araştırmacısı Aylin Öney Tan’da bu çalışmada değerlendirmelerde bulunmuş; “Kastamonu şaşırtıcı bir mutfak, ürünleri müthiş; Siyez Bulguru, Pastırma, Kel Simit, Kestane Balı, Taşköprü Sarımsağı, Üryani Eriği, Çekme Helva, Mantar, Etlı Ekmek, Yaş Tarhana bu ürünlerden önemli olanlarıdır” demiştir. Çalışmadaki diğer katılımcılardan Vedat Milor, Kastamonu Tirit’ine, Deniz Alphan’da Kastamonu Pastırması’na vurgu yapmıştır (Hürriyet Gazetesi, 2016). Bu olaylardan sonra 2017 yılında Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği (TÜRSAB) Gastronomi Turizmi Komitesi’nce düzenlenen *Gurme Gezileri* kapsamında ilimizi ziyaret eden ülkemizin önde gelen gurmelerinden Mehmet Yaşın, bu kez Kastamonu Mutfağı’nı Türkiye’ nin en iyi mutfağı olarak değerlendirmiştir (Aydoğdu, Yaşarsoy ve Mızrak, 2018).

Ayrıca Vedat Milor; Türkiye’deki yerel mutfakların en iyileri hangisidir sorusu özelinde Karadeniz ve Doğu – Güneydoğu Bölgeleri mutfaklarının karşılaştırılmasının istendiği soruya, yaptığı araştırmalar ve gözlemleri ile incelediği kitaplar sonucunda Karadeniz ve Doğu – Güneydoğu özellikle Gaziantep Mutfağı’nın aralarında birbirine üstünlük sağlayacak büyüklükte farklılık olmadığını, kendi içinde eşit sayılabilecek zenginlikte ürün ve yemeğe sahip olduklarını belirtmiştir. Türkiye’nin en iyi mutfağı denilebilecek şehirleri hangileridir sorusuna ise, beni en çok şaşırtan il Gaziantep çünkü mutfağı iyi ama lokantaları olağan üstü değil, lokanta ve bulabilecekleriniz açısından Diyarbakır, Malatya ve Kastamonu’da daha iyi yiyecekler bulabildiğini belirtmiştir (Milor, 2018). Bu durum bir taraftan Kastamonu yöresel ürün ve yemeklerinin değerini vurgularken diğer bir taraftan da

Kastamonu’ da yöresel ürün ve yemek sunan yeme – içme işletmelerinin, istendik şekilde hizmet verdiklerini göstermesi açısından önem arz etmektedir.

Son zamanlarda Kastamonu Yöresel Ürünleri ve Yöresel Yemekleri üzerine yapılmış en geniş kapsamlı sayılabilecek çalışmalarından birinde ise araştırmacılar bir taraftan yöresel ürün ve yemeklerin neler olduğunu belirleyip envanterini oluştururken bir taraftan da bu sayede gelecek nesillerin eşsiz lezzetleri tatmalarına olanak sağlayacak tarifleri oluşturmuşlardır. 2017 yılı boyunca süren çalışma oldukça uzun süren ve derin bir araştırma gayretinin ürünü olarak karşımıza çıkmaktadır. Çalışmayı farklı kılan özelliklerin başında tariflerin büyük bölümünün uygulamalı olarak alınması gelmektedir. Bu imkânı sağlayan unsurlar ise ulaşılabilecek tüm paydaşlara ulaşılması, çalışmanın önemini aktarılması, katılımcıların gönüllü olarak çalışmaya destek vermeleri olarak belirtilmiştir. Çalışmanın bu kapsayıcılıkta olabilmesi için araştırmacılar, Kastamonu Merkez İlçe dâhil toplam 19 ilçe, 3 belde ve 1 ilçe tekrar ziyareti yapmışlardır. Bu ziyaretler için 2.989 km. yol kat eden araştırmacılar, tekrarlar hariç 102 kaynak kişi ile toplam 1839 dakika görüşme yapmış, 187 adet yöresel yemek tarifi kayıt altına alınmıştır. Yapılan yüz yüze görüşmeler görüşme formları aracılığı ile kayıt altına alınırken daha sonra analiz aşamasında eksiklerin giderilmesi ve hataya düşülmemesi için ayrıca ses kayıtlarının da dijital ortamda tutulduğu belirtilmiştir. Tariflerin yöresel ürünlerle yapıyor olmaları, genel kabul görmüş ve beğeniliyor olmaları, sık tekrar edilmeleri, önemli an ve günlerde muhakkak yapılmaları, yöre halkı için olduğu kadar Kastamonu mutfak kültürü içinde tariflerin değerini ve önemini vurgulamaktadır (Aydoğdu, Yaşarsoy ve Mızrak, 2018). Bu geniş kapsamlı çalışma sonucu elde edilen bulguların, Kastamonu’nun yöresel ürün ve bu ürünlerin kullanımı ile elde edilen yöresel yemekleri anlamında çok zengin ve önemli bir kültüre sahip olduğunu kanıtlar nitelikte olduğu düşünülmektedir.

Bu aşamaya kadar değerlendirilen üç ana kaynak ve araştırmaya eşlik eden diğer çalışmalarda rastlanılan tariflerde yöresel ürünlerle yapıyor olmaları, genel kabul görmüş ve beğeniliyor olmaları, sık tekrar edilmeleri, önemli an ve günlerde muhakkak yapılmasına göre belirlenen başlıca kırk adet yemekte kullanılan onbir yöresel ürünün karşılaştırmalı sonuçları aşağıda tablo 4.5. te gösterilmiştir.

Kastamonu Sanayi ve Ticaret Odası (KATSO), 28-29 Nisan 2017 tarihinde Ankara Ticaret Odası'nın düzenlediği "Coğrafi İşaretli Ürünler Zirvesi"ne katılarak geleneksel ürünlerin tanıtımını yapmıştır. KATSO başkanı yaptığı açıklamada coğrafi işaret tescili yapılmış ürünün ticaretinin arttığını ve bu sayede kırsal ekonominin canlandığını hem de kalite standartlarının belirlendiği için ürünün korunmuş olduğunu belirtmiştir (Arslan, 2017). Mutfak kültürünün daha tanınır hale gelmesi ve ürünlerin tescilinin alınması çalışmaları kapsamında KATSO'nun bu zirveye Taşköprü Sarımsağı, Taşköprü Kuyu Kebabı, Tosya Sarıkılçık Pirinci, Siyez Bulguru, Siyez Unu, Siyez Ekmeği, Kastamonu Pastırması, Kastamonu Çekme Helvası, Üryani Eriği ve Kastamonu Simidi ile katıldığı belirlenmiştir.

Çalışma çerçevesinde ayrıca araştırma sorularına cevap bulabilmek için uzun süreli inceleme ve gözlemler yapılmış, bu kapsamda Kastamonu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü tarafından geleneksel olarak düzenlenen Turizm Haftası Etkinlikleri Yöresel Yemek Yarışmaları dört yıl boyunca (2015, 2016, 2017, 2018) gözlemlenmiş, katılan yarışmacıların başvurdukları yöresel yemeklerde incelenmiştir. Yarışmalara 2015 yılında 20 yarışmacı, 2016 yılında 17 yarışmacı, 2017 yılında 15 yarışmacı ve 2018 yılında 13 yarışmacı başvurmuştur.

2015 yılında katılımcıların yarıştıkları yöresel yemekler;

- Ekşili Pilav,
- Katmer,
- Patates Paçası,
- Oğmaç Çorbası,
- Keşkek,
- Kaşık Helva,
- Burma Çörek,
- Anakız Çorbası,

- İnebolu Helvası,
- Kıymalı Paça,
- Köle Hamuru,
- Üçürdüm,
- Patates Oturtması'dır.

2016 ve 2017 yılı yarışmalarında da genellikle diğer senelerdeki yemekler tekrarlanmıştır. Bu durum halk tarafından sevilme oranı yüksek, çok bilinen ve sık tekrarlanan yöresel yemeklere rağbet gösterilmesi olarak değerlendirilmiştir. Farklı olarak 2016 senesinde Sarımsak Köfte, 2017 senesinde farklı hazırlanış ve sunumu ile Banduma diğer yöresel yemeklerin arasında ön planda yer almıştır.

Bu sene ki (2018) yöresel yemek yarışmasında Kıyıştırık Kavurması Yemeği'nin özgünlüğü (orijinalliği) ile öne çıktığı görülmüştür. Yarışmada yarışan diğer yöresel yemekler ise;

- Küre Mantısı,
- Kastamonu Mantısı,
- Simit Tiridi,
- Ispit Sarması,
- Soğan Dolması,
- Etli Ekmek,
- Banduma,
- Seydiler Mantısı,
- Pastırmalı Analıkızlı Pilav,
- Sütlü Kabalak Sarması,

- Ekşili Pilav
- Tirit'dir.

2015, 2016, 2017 ve 2018 yılları yöresel yemek yarışmasına katılan yarışmacılar ile görüşme formları aracılığı ile araştırma sorularına güvenilir ve geçerli yanıtlar bulma amacıyla yapılan görüşmeler sonucu elde edilen bulgular tablo 4.6. da verilmiştir.

Tablo 4.6. Katılımcılara yöneltilen sorulara verilen cevapların analizi tablosu

Soru 1	Bu yöresel ürünün kullanılabilir olduğunu nereden öğrendiniz?	2015		2016		2017		2018	
		Kaynak No	Toplam Katılım	Kaynak No	Toplam Katılım	Kaynak No	Toplam Katılım	Kaynak No	Toplam Katılım
	Annem	1,3,4,5,8,10,20	7	4,7,9,13,14	5	1,2,5,7,8,12,15	7	2,3,9,10	4
	Anneannem	2,6,7,11,13,14,19	7	1,2,3,7,8,11,12,16	8	3,4,9,10	4	1,6,7,8,12	5
	Babaannem	9,16,17	3	5,6,10,15,17	5	6,11	2	4,13	2
	Çocukluğumda görerek	12,15,18	3	13,14	2	5,11	2
Soru 2	Bu yöresel yemek tarifini nereden öğrendiniz?	Kaynak No	Toplam Katılım	Kaynak No	Toplam Katılım	Kaynak No	Toplam Katılım	Kaynak No	Toplam Katılım
	Annem	1,3,6,7,8,10,11,13,15,16,19,20	12	2,4,7,8,9,11,12,13,14	9	1,2,5,7,8,11,12,13,14,15	10	2,3,4,5,9,10,13	7
	Anneannem	2,4,5,9,12,14,17,18	8	1,3,5,6,10,15,16,17	8	3,4,6,9,10	5	1,6,7,8,12	5
	Ablam	11	1
Soru 3	Sizce bu yöresel yemekte, bu yöresel ürünler kullanılmazsa nasıl bir sonuç ortaya çıkar? (Bilinçli kullanıma durumu)	Kaynak No	Toplam Katılım	Kaynak No	Toplam Katılım	Kaynak No	Toplam Katılım	Kaynak No	Toplam Katılım
	İstenilen lezzet bulunamaz.	1,3,6,7,8,9,10,11,12,13,14,15,16,19,20	15	1,2,4,6,7,8,10,11,12,14	10	1,2,5,7,8,11,12,13,14,15	10	1,4,6,7,8,9,10,12,13	9
	Yemek olmaz.	2,4,5,17,18	5	3,5,9,13,15,16,17	7	3,4,6,9,10	5	2,3,5,11	4
Soru 4	Bu yöresel ürünlere her zaman ulaşabiliyor musunuz? (Ürünlerin kullanıma durumu)	Kaynak No	Toplam Katılım	Kaynak No	Toplam Katılım	Kaynak No	Toplam Katılım	Kaynak No	Toplam Katılım
	Mevsiminde bulabiliyoruz.	2,3,4,5,8,10,12,15	8	3,8,10,11,12,14,15	7	1,3,4,5,7,8,10,11,14,15	10	3,5,8,9,11	5
	Değişik saklama yolları ile saklayabildiklerimizi yıl boyunca kullanabiliyoruz.	1,6,9,11,13,18,20	7	1,2,4,5,7	5	2,6,12	3	1,2,4,6,10	5
	Hayır	7,14,16,17,19	5	6,9,13,16,17	5	9,13	2	7,12,13	3

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Kastamonu Mutfak Kültürü'nü oluşturan yöresel ürün ve yöresel yemeklerin neler olduğunun saptanması, bu ürün ve yemeklerin hangilerinde, ne oranda yöresel gıda kullanıldığının belirlenmesinin amaçlandığı bu çalışmanın, gerçek anlamda Kastamonu yöresel ürün ve yemeklerinin belirlenmesi, kayıt altına alınması ve bu kültürün korunarak kuşaktan kuşağa aktarılabilmesine katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Çalışmanın bölge ve yöre halkına kültürel, sosyal ve ekonomik anlamda olumlu etkileri olan yöresel ürün ve yöresel yemeklerin, Kastamonu'nun Gastronomi Turizmi anlamında marka bir varış noktası olması hususunda çekicilik oluşturacağına inanılmaktadır. Neticede yöresel üretici ve yöresel yemek işletmelerine ekonomik katkı sağlayarak yöresel kalkınmaya ve ürünlerin sürdürülebilirliğine katkı sağlanacağı düşünülmektedir. Yılın 12 ayı mevsimsel farklılıklarda bile uygulanabilen Gastronomi Turizmi, beş duyumuza hitap etmekte, somut mutlulukları soyut mutluluklarla taçlandırmaktadır. Yöresel yemekler Gastronomi Turizmi anlamında çekicilik unsuru iken gerçek anlamda yöresinde yetişen ürünlerle yapılan yöresel yemekler yöre halkının kazancına çarpan etkisi yapmakta, geniş bir alana pozitif katkı sağlamaktadır. Bu sayede Gastronomi Turizmi'nin varış noktalarına katkısı en üst seviyelere ulaştırılabilmektedir.

Bu denli zengin bir mutfak kültürü, yöresel ürün ve yemek çeşidinin, ait olduğu Kastamonu'ya bir çekim gücü oluşturacağı düşünülmektedir. Bulgular ve Kastamonu Mutfağı kısmında geniş yer verilen yöresel ürünlerin/yemeklerin en popüler olanları Siyez Buğdayı, Taşköprü Sarımsağı, Kastamonu Pastırması, Çekme Helva, Kuyu Kebabı, Tosya Pirinci, Kanlıca Mantarı Turşusu, Etli Ekmek, Pastırmalı Ekmek, Banduma, Ecevit Çorba, Kara Çorba, Patates Paça, Cırık, Tirit, Ekşili Pilav, Eğşi, Üryani Eriği, Kastamonu Döneri ve Yaş Tarhana'dır.

1950' li yıllarda Arkeolog Ahmet GÖKOĞLU'nun yaptığı çalışmada bulduğu birbirinden tamamen ayrı 38 adet çorba tarifine karşılık, son dönemde yapılan araştırma, gözlem ve inceleme sonuçlarına göre 21 adet çorba çeşidine ulaşılmıştır. Çorba çeşitlerinin çok büyük bir kısmının hala biliniyor ve sık yapılıyor olması

geleneksel yöresel ürünlere ulaşılabildiğini ve tariflerin korunarak yaşatıldığını göstermektedir. Ayrıca çorba isimleri ve çorbalık malzemelerinde büyük oranda korunduğu araştırma sonucunda bulgulanmıştır. Gökoğlu araştırmasında Kastamonu'da Yaş Tarhana Çorbası'na ayrı bir önem verildiğini belirtmiştir. Günümüzde de Kastamonu'da özellikle ramazan aylarında iftarlarda ve kış aylarında yaş tarhana çorbası her gün yapılmakta ve tüketilmektedir. Gökoğlu'nun bulguları geçerliliğini korumakta Kastamonu'da yaş tarhanaya çok önem verilmektedir.

Kastamonu Mutfağı hakkında bir detaya dikkat çeken Gökoğlu; Kastamonu Mutfağı'nda tartı ölçüm miktarlarının olmadığı kadınların tecrübe ve göz kararı ile malzemeleri kullandıklarını belirtmiştir. Bugünde yöresel yemek yapan özellikle yaşlı kişiler kesinlikle ölçü tartı kullanmamakta göz kararı ile malzemeleri belirlemektedir. Bu durum tariflerin anneden kıza geleneksel yöntemlerle geçtiğinin ve bu alışkanlıkların korunduğunun bir göstergesidir.

Bir diğer çalışmasında Gökoğlu, Kastamonu ve çevresinde 812 çeşit yemek kaydetmiştir. Bu yemeklerden 674 tanesinin o günün şartlarında Anadolu'nun 36 ilinde hiç bilinmediğinin belirtilmesi, Kastamonu Mutfağı'nın ne kadar özgün olduğunu kanıtlar niteliktedir. Bu durumun yöresel çeşitliliğe ve yüksek sayıda özgün yöresel yemeklere işaret ettiği düşünülmektedir. Bu derlemede ulaşılan bir diğer bulguya göre Kastamonu'da 51 ekmek çeşidi yapılmaktadır. Bunlardan 42 çeşidinin 32 Anadolu ilinde bilinmediği belirtilmektedir. O dönemde ailelerin kendi ürettiği buğdaydan yaptıkları unları kullandıkları da hesaba katıldığında bu 42 çeşit ekmeğin yöresel olduğu kabul edilmektedir. Günümüzde yapılan araştırmalarda da benzer bulgulara rastlanılmış, alt türler hariç 17 adet ayrı ekmek çeşidine ulaşılmıştır. Bu ekmeklerin çeşitli içlerle hazırlanan veya şekil değişikliğine gidilen türleri de eklenince sayı 35'e çıkmaktadır. Bu veriler ekmek çeşitliliğinin de korunduğunu ve yöreye has üretimin devam ettiğini bizlere göstermektedir. Bu alanda ulaşılan en önemli unsurlardan biri ise yörede ekşi maya diye tabir edilen, yapılan ekmek hamurundan bir sonraki ekmek yapımı için saklanan mayadır. Bu mayanın anneden kıza verilerek kuşaktan kuşağa aktarıldığı bulgulanmıştır. Ekmek çeşitleri, ekmek yapımında kullanılan malzemeler ve mayadaki bu durum ekmekler alanında da yöreye özgü ürünlerin varlığına işaret etmektedir.

Yayınlanmamış araştırma raporunun ekmekler hususunda bize kazandırdığı yeni bir bilgi ise Kastamonu merkeze bağlı köylerin oluşturduğu bir bölgede çok uzun zamandan beri etli ekmeğin beyaz et ile de yapılıyor olması olmuştur.

Anadolu'nun gastronomi anlamında zengin bir merkezi olan Kastamonu'nun yöresel ürün ve yemeklerinin sunulduğu Ağız Tadı İle Kastamonu Mutfağı Kitabı analiz edildiğinde 179 adet tarifin 109 adet gibi büyük bir oranında yörede yetişen veya yetiştirilen ürünlerin kullanıldığı görülmüştür. Ayrıca yöreye özgü adı Kastamonu ile anılan 9 adet yöresel üründe tanıtılmıştır. Bunlar, Üryani Eriği, Kastamonu Döneri, Taşköprü Sarımsağı, Çekme Helva, Siyez Buğdayı, Tosya Pirinci, Kastamonu Pastırması, Kastamonu Simidi, Yaş Tarhana (Maya)'dır.

Türkiye'deki yerel mutfakların en iyileri hangisidir? Sorusuna cevap veren Vedat Milor, "lokanta ve bulabilecekleriniz açısından Diyarbakır, Malatya ve Kastamonu'da daha iyi yiyecekler bulabildiğini" belirtmiştir. Bu değerlendirme bir taraftan Kastamonu yöresel ürün ve yemeklerinin önemini vurgularken diğer bir taraftan da Kastamonu'da yöresel ürün ve yemek sunan yeme – içme işletmelerinin, istedik şekilde hizmet verdiklerini göstermesi açısından önem arz etmektedir.

Turizm haftalarında geleneksel hale gelen Yöresel Yemek Yarışmaları incelendiğinde ilginin ve katılımın kabul edilebilir seviyede olduğu fakat her sene yarışmaya katılım aşamasında seçilen yöresel yemeklerin birbirini tekrarladığı gözlemlenmiştir. Bu durumu önlemek adına yarışmanın kategorilere ayrılması, belirli temalar seçilerek gruplar içinde yarışmalar düzenlenmesi tavsiye edilebilir. Bir yemeğin sadece bir kişi tarafından seçilebilmesi gibi bir kıstas yarışmaya daha fazla çeşit ile katılımı destekleyecektir. Yarışmacılarla yapılan görüşmeler sonucu, kullandıkları yöresel ürünlerin kullanılabilir olduklarını nasıl öğrendikleri sorusuna en çok anneannemden, yöresel yemeklerin tarifini nereden öğrendiniz sorusuna ise annemden cevabını vermişlerdir. Yöresel ürünler kullanılmadan yöresel yemeklerin yapılamayacağını belirten yarışmacılar ayrıca yöresel ürünlere büyük oranda sadece mevsiminde ulaşabildiklerini belirtmişlerdir. Bu verilerde yöresel ürün ve tariflerin evdeki uygulamalarla, aile büyüklerinden gözlem sonucu öğrenildiği ve aynı tarifler uygulanmaya çalışıldığını düşündürmektedir.

Araştırmada değerlendirilen üç ana kaynak ve araştırmaya eşlik eden diğer çalışmalarda rastlanılan tariflerde Tablo 4.5 te, yöresel ürünlerle yapılıyor olmaları, genel kabul görmüş ve beğeniliyor olmaları, sık tekrar edilmeleri, önemli an ve günlerde muhakkak yapılmalarına göre belirlenen başlıca kırk adet yemekle bu yemeklerde kullanılan onbir yöresel ürünün karşılaştırmalı değerlendirmesine göre; bir çoğunun ham maddesi tüm çalışmalarda ortak bulunmuş ve yöresel ürün olduğu dikkati çekmiştir. Diğer tariflerde karşılaşılan malzemelerden ana maddelerin de büyük oranda yöresel olduğu bulgulanmıştır. Günümüzde tariflerin çoğunda yer alan unun şehir merkezinde hazır sanayi ürünü olarak temin edilmesi dolayısı ile yöresel değil olarak değerlendirilmiş fakat yöresel yiyecek / yemek sunan işletmeler tariflerde kullandıkları unu yerel üreticilerden temin ettiklerini belirtirken, köylerde yaşayan halk da hala kullandığı unu kendi yetiştirdiği buğdaydan değirmende öğütmek sureti ile elde etmektedir. Bu durumda köylerde uygulanan tariflerde kullanılan unun da yöresel olduğu ve hamur işi ağırlıklı olan Kastamonu Mutfağı Yemekleri'nde yöresel ürün kullanılan yöresel yemek sayısında hatırı sayılır bir yükselişe sebep olmaktadır. Özellikle Siyez Unu'nun kullanıldığı ekmek, tatlı ve diğer tariflere olan ilgi daha da artmaktadır.

Yöresel ürün ve yöresel yemeklerimiz kültür hazinemizdir. Bu güne kadar bu bilgilerin korunması ve yeni nesillere aktarılmasında en büyük pay ev hanımlarına ve annelerimize düşmektedir. Evlerde çocukluğunda sık yapılan, alışkanlık haline gelen özel gün ve etkinliklerde yapılan, hastalanıldığında büyükler tarafından hazırlanan yöresel yemekler hafızalarda derin yere sahip olmaktadır. Yöresel yemeklerde yöresel ürünlerin bilinçli olarak kullanılma oranının yüksek olmadığı düşünülürken, bu denli yöresel ürün kullanılan yöresel yemeğe sahip olunmasının nedeninin çocukluktan beri alışılan, damaklara yerleşen tadın devamının arandığı düşünülmektedir. Yöresel ürünlerin yetiştirilmesinde atalardan gelen alışkanlıklar, kendiliğinden yetişen otlar, bitkiler, mantarlar ve meyvelerin yöresel yemeklerde bolca kullanımı bu kültürü koruyarak geliştirmekte ve gelecek nesillere aktarmaktadır.

Günümüzde turistler seyahat tercihlerini farklılaştırmakta, başat çekicilik unsurlarını farklı kültürler ve yerel kültürün parçası yöresel yemekler oluşturmaktadır. Seyahat süresince fizyolojik ihtiyaçları gereği beslenmek zorunda olan insanlar bu süreçte

yeme içme işlevini karın doyurmaktan öte sosyal hayatın parçası olmak, yerel kültürleri tanımak, insanlarla ortak sofraları paylaşmak, belki unuttukları belki de hiç yaşamadıkları gelenek görenek ve sofrada adaplarını tecrübe etmek istemektedir. Hem fiziken hem de ruhen doyuma ulaşan misafirlerin kalış süreleri, tekrar geliş niyetleri ve tavsiye etme potansiyelleri yükselmektedir. Turist ve yerel halk paylaşım ve etkileşimi karşılıklı olmakta, turist profili ve davranışları yereli etkilemekte, kültür ve bilinç seviyesi yüksek Gastronomi Turizmi'ni tercih eden kitle yöre halkı üzerinde pozitif etki etmekte, istendik davranış değişikliği oluşturmaktadır

Gerçek anlamda yöresel yemeğin kendi yöresinde yenilebileceği için, yöresel yemeği potansiyel müşterilerin ayağına götürmeye değil, bizzat müşterileri gerçek yöresel yemeğin yapıldığı bölgeye çekmek gerekir. Bunun için; sektör temsilcilerinin, şeflerin, gurmelerin, bilim insanlarının katılımları ile gerçekleştirilecek söyleşi, çalıştay, gastrofest, tadım turu, gastronomik rotalar, fotoğraf turları, ürün dikim ve hasat etkinlikleri gibi yapılabilecek çok çeşitli çalışmalar vardır. Kentin yönetimi ve geleceğinde söz sahibi olan karar alıcılar bu görevi üstlenmeli tanıtım ve geliştirme faaliyetlerinde üstün çaba, çeşitlilik ve kararlılık göstermelidir. Ayrıca yöredeki tüm paydaşlar çalışmalara dahil edildiğinde ortaya yüksek bir sinerji çıkacaktır. Aynı zamanda karar alma ve paydaş olmanın verdiği sorumluluk bilinci ile tüm paydaşlar çalışmalarda çok daha etkin rol alacaktır.

Yöresel yemek sunduğunu iddia eden işletmeler tanıtımlarında güncel ve popüler olduğundan yola çıkarak farklı hizmetler verdiklerini (brunch vb.) beyan eden cümleler kullanmakta, fakat evinin hemen yanında bile bu olanağı bulabilen turistlerin beklenti ve arayışlarını karşılamaktan uzak kalmaktadır. Yöresel olduğunu iddia eden işletmeler doğallıktan ve yöresellikten vazgeçmemeli, öz kültürünü yansıtmaya çalışmalıdır. İşletmeler veya destinasyon için sadece yöresel yemekleri tattırabilmek turist memnuniyeti sağlamakta yeterli olmuyor, üretim, hazırlık, pişirim, servis şekli, servis personeli, mekan ve kullanılan araç gereçlerde tüm süreci deneyimlemek isteyen turistler için önem arz ediyor. Destinasyonda var olan potansiyelden en iyi verimi alabilmek için bilimsel kurumlardan ve bilimsel verilerden destek alınmalı, profesyonellerle iş birliği içinde, potansiyel misafirlere

sadece ulaşacak değil karar almalarını da sağlayacak tanıtım ve pazarlama çalışmaları da yapılmalıdır.

Her yıl turizm hareketlerine katılan yeni nesillerin günümüz imkânlarında dikkatlerini çekmek için sosyal medyada etkin olunmalı, tanıtım için sık sık ve boğarak değil düzenli ve sistematik bir şekilde tüm sosyal mecradan faydalanılmalıdır. Farklı ve yeni arayışlarda olan turistlere hitap edebilecek çeşitlilik oluşturulmaya çalışılmalıdır. Yerel ürünlerin hediyelik ve hatıra olarak götürülebilecek formlarda hazırlanması ve satışı bölge ekonomisine katkı sağlayacağı gibi tanıtım, davet ve tekrar ziyaret niyetine de olumlu yansımaları olacaktır.

Yapılan Yöresel Yemek Yarışmaları'nın değerlendirme ölçütlerinden en önemlisi yöreye özgün olma olmalı, yöresel ürünlerle yapılan, değişik, az bilinen yöresel yemekler ortaya çıkartılmaya çalışılmalıdır.

Sonuç olarak öneriler ise;

- Yöresel yemekler orijinaline sadık kalınarak yapılmalıdır.
- İşletmeler kaliteli ve sürdürülebilir hizmet sunabilmeleri için müşteri memnuniyeti odaklı, yöresel yemek öncelikli, standart reçeteler kullanarak, personel ile çalışmalıdır.
- Yöresel özellikler, bilgi, tecrübe ve kültür transferinin sağlıklı bir şekilde devam edebilmesi için yöresel yemekler envanteri ve standart reçeteler oluşturulmalıdır.
- Nitelikli ve eğitimli personel ihtiyacını karşılamak adına kurslar tertip edilmeli, sertifikalı personel yetiştirilmelidir.
- Topluluklar, gruplar ve sivil toplum kuruluşları ile işbirliğine gidilmeli etkinliklerinin bölgede düzenlenmesi için öneriler getirilmelidir.

- İlin görsel bir gastronomi haritası çıkarılmalıdır.
- Gastronomi Rotaları belirlenip tavsiye edilmelidir.
- Bölgeyi tercih eden turistlerin, yerel halk tarafından üretilen hizmetlerden en üst seviyede yararlanabileceği politikalar belirlenmeli ve uygulanmalıdır.
- Yöreyle ait, yöreyle özdeşleşmiş ürünlerin coğrafi işaret, tescil ve patent işlemleri ivedilikle yapılmalıdır.
- Yöresel ürün ve yemeklerin doğal ortamında tüketimi ve kullanımı için kırsal alanlardaki konak, bağ evi vb. kaynaklar, misafirlerin konaklamaları açısından değerlendirilmelidir.
- Bölgede kamuyu temsil eden paydaşlar yerel üretici ve işletmeleri planlama, destekleme ve teşvik etmek açısından düzenlemeler getirmelidir.
- Üniversitelerin ilgili bölümlerinde yöresel mutfak ve yöresel yemek eğitimleri verilmelidir.
- Yöresel Yemekler ve ürünler üzerine bilimsel araştırma sayıları arttırılmalı, sonuçları karar aşamasında dikkate alınmalıdır.
- Profesyonel turist rehberlerine yöresel mutfak ve yemekler hakkında eğitim verilmeli, varış noktalarında misafirlere öneri getirebilmeleri sağlanmalıdır.
- Yöresel ürünler üzerine düzenlenen bilimsel etkinlik ve fuarlar gibi çalışmalara bölgeden üst düzey ve geniş katılım sağlanmalıdır.
- Bölgeye ünlü şefler ve tanınmış kişiler davet edilmelidir, geniş duyuru ve tanıtımlar gerçekleştirilmelidir.
- Daha profesyonel çalışmalar ortaya koyabilmek için ulusal ve uluslararası kurumlar ve ajanslar ile çalışılmalıdır.

- Yöresel ürünlerin satışa sunulduğu zincir marketlerde bu ürünler ile yapılan yöresel yemekleri tatmak üzere bölgeye davet reklamları yapılmalı.
- Yöresel ürünlerin hediyelik eşya formları yapılmalıdır ve satışa sunulmalıdır.

KAYNAKLAR

- Abdüsselam, M., ve Köferstein, F. (1996). Food beliefs and taboos. *World Health*. 49(2): 10-13.
- Acar, İ., Erdoğan, S., Gedikli, A., Ulusoy, T., Gümüş, N., Arslan, F. P., Namlı, Y. M., Sezer, O., Ateş, E., Türk, T., Gebeş, N. N., Kalaycı, M. ve Emekli, E. (2015). *Kastamonu şehir kimliği çalışmayı sonuç raporu*; T.C. Çevre ve Şehircilik Bakanlığı ve Kastamonu Belediyesi, Kastamonu, s. 154
- Akan, L.S. (2007). Safranbolu mutfak kültürü üzerine bir araştırma. *Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar, Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı*, Cilt:13-14, Ankara.
- Akkuş, G. ve Erdem, O. (2013). *Yemek turizmine katılma niyeti: Planlı davranış teorisi kapsamında bir uygulama*, 14. Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı, 05-08 Aralık. Kayseri: Erciyes Üniversitesi Turizm Fakültesi: 636-654.
- Aksu, H. (2015). Türkiye’de beslenme kültürü 1, 11.11.2016 tarihinde http://veteriner.istanbul.edu.tr/wp-content/uploads/2015/04/04-gıda-ve-beslenme-kültürü-Türkiyede_Beslenme_Kültürü1.pdf, adresinden erişim sağlanmıştır.
- Altusaban, S., Yay, Ö. ve Erdem, Ö. (2017). *Yöresel mutfak kavramına ilişkin şeflerin bakış açılarının değerlendirilmesi*, II. Rize Turizm Sempozyumu, Rize, Türkiye, 4-6 Kasım 2016, ss. 237-261.
- Amira, F. (2009), *The role of local food in maldives tourism: A focus on promotion and economic development*. Unpublished master thesis. Auckland University of Technology, New Zealand Tourism Research Institute, Auckland.
- Artun, E. (2005). *Türk Halk Bilimi*. İstanbul: Kitabevi Yayınları.
- Arslan, S. (2017). Coğrafi işaretli ürünler zirvesi. KATSO Dergisi (Editör: Mustafa Afacan). Kastamonu Ticaret ve Sanayi Odası, <http://www.kastamonutso.org.tr/wp-content/uploads/2017/07/Katso-Dergi-13.pdf> 12.05.2017
- Aslan, A. (2008). Türkiye’de ekonomik büyüme ve turizm ilişkisi üzerine ekonometrik analiz.

- Aslan, Z., Güneren, E. ve Çoban, G. (2014). Destinasyon markalaşma sürecinde yöresel mutfağın rolü: Nevşehir örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 2/4 (2014) 3-13
- Ashworth, G., Page, S. (2011), Urban tourism research: Recent progress and current paradoxes. *Tourism Management, Volume. 32(1)*, 1-15
- Avcı, M. ve Şahin, İ. (2014). Geleneksel Kastamonu mutfağı ve yemek kültürü; *Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi*, (6), 31-55.
- Aydoğdu, A., Okay, E. Ö. ve Köse, Z. C. (2016). Destinasyon tercihinde Gastronomi Turizmi'nin önemi: Bozcaada örneği. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1 (2), 120-132.
- Aydoğdu, A., Yaşarsoy, E. ve Mızrak, M. (2018). Kastamonu'nun somut olmayan kültürel mirasının araştırılması projesi, *Kastamonu Yöresel Yemekleri*, (Baskıda), Detay Yayıncılık, Ankara.
- Aydoğdu, A. ve Duman, S. (2017). Destinasyon çekicilik unsuru olarak Gastronomi Turizmi: Kastamonu örneği. *TURAR Turizm & Araştırma Dergisi*, 6(1), 4-23.
- Aydoğdu, A., Yaşarsoy, E. ve Mızrak, M. (2017). Kastamonu yöresel yemekleri araştırması. *Yayınlanmamış araştırma raporu*. Kastamonu
- Aydoğdu, A., ve Mızrak, M. (2017). Yöresel yemeklerin sürdürülebilirliğinde standart reçetelendirilmenin önemi: Kastamonu mutfağı Örneği, *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(20), 366-394.
- Aydoğdu, A., ve Mızrak, M. (2017). *Gastronomi turizmi ve bir çekim gücü olarak Taşköprü' nün simgesi sarımsağın kullanıldığı yemekler üzerine bir araştırma*. Uluslararası Taşköprü Pompeiopolis Bilim Kültür Sanat Araştırmaları Sempozyumu, 10-12 Nisan, Kastamonu.
- Aydoğdu, A., Pamukçu, H. ve Yaşarsoy, E. (2015). *Konaklama işletmelerinin engelli bireylere uygunluğu: Kastamonu örneği*, III. Rekreasyon Araştırmaları Kongresi, 5-7 Kasım, Eskişehir, 358-368.
- Bahar, O., ve Bozkurt, K. (2010). Gelişmekte olan ülkelerde turizm-ekonomik büyüme ilişkisi: dinamik panel veri analizi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 21(2), 255-265.
- Baran, Z., ve Batman, O. (2013). *Destinasyon pazarlamasında mutfak kültürünün rolü: Sakarya örneği*. 14. Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı, 05-08 Aralık. Kayseri, Erciyes Üniversitesi Turizm Fakültesi, 1355-1367

- Baysal, A. (1990). *Beslenme kültürümüz*. Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları, No: 16,
- Baysal, A. (1993). Türk yemek kültüründe değişimler, beslenme ve sağlık yönünden değişimler. *Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar*. Ankara: *Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı Yayınları* Yayın, (3), 12-20.
- Baysal, A. (1997). *Beslenme ilkeleri*. Ankara: Hatipoğlu Yayınevi. 919, i 05, 121-139.
- Baytok, A., Ermen, A., Gürel, N., Dalkıranoglu, A., Güney, H. ve Töre, H. (2001). *Afyonkarahisar mutfağı*. Ankara Uyum Ajans,
- Bessiere, J. (1998). Local development and heritage: Traditional food and cuisine as tourist attractions in rural areas. *Sociologia Ruralis, Volume: 38, Number:1*, 21-34.
- Billups, (2007). Aktaran, Saruışık, Özbay, (2015). *Gastronomi turizmi üzerine bir literatür incelemesi*. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 26(2).
- Bucak, T., Ateş, U. (2014). Gastronomi turizminin il turizmine etkisi: Çanakkale örneği, *The Journal of Academic Social Scinces, Cilt. 28, Sayı. 2*, (315-328).
- Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management, 21 (1)*: 97-116.
- Büyükşalvarcı, A., Şapcılar, M. C., ve Yılmaz, G. (2016). Yöresel yemeklerin turizm işletmelerinde kullanılma durumu: Konya örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 165-181.
- Çiğirim, N. (2001). Batı ve Türk mutfağının gelişimi, etkileşimi ve yiyecek-içecek hizmetlerinde Türk mutfağının yerine bir bakış, 2000. Türk mutfak kültürü üzerine araştırmalar. *Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı Yayınları, Yayın No:28* Ankara
- Cohen, E. (2004). Tourism and Gastronomy. *Annals of Tourism Research*, 31 (3): 731 – 733.
- Cohen, E., Avieli, N. (2004). Food in tourism: Attraction and impediment. *Annals of Tourism Research, Volume:31, Number: 4*, 755-778.
- Coltman, M. M. (1989). Introduction to travel & tourism: An international approach. *USA: Van Nostrand Reinhold*.

- Cömert, M. ve Durlu Ö. F. (2014). Gastronomi turizminde Türk mutfağının önemi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(2), 62-66.
- Curtis, K. ve Cowee, M. (2009). Direct marketing local foods to chefs: chef preferences and perceived obstacles. *Journal of Food Distribution Research*, 40 (2009), pp. 26-36.
- Çakıcı, N., Eser, S. (2016). Yabancı mutfak şefleri gözüyle Türk mutfağına ilişkin bir değerlendirme. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies 4/Special issue1*, 215-227.
- Çapar, G. ve Yenipınar, U. (2016). Somut olmayan kültürel miras kaynağı olarak yöresel yiyeceklerin turizm endüstrisinde kullanılması. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies. 4/ special Issue 1ss*,100-115.
- Çebi Öztürk, G. (2009). *Çatalzeytin yemekleri*, Çatalzeytin Mektubu Gazetesi, Kastamonu.
- Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, (2015). Tarihi ile Kastamonu. 12.12.2015 tarihinde <http://www.csb.gov.tr/db/kastamonu/webmenu/webmenu1163.pdf> adresinden erişim sağlanmıştır.
- Çevik, S. ve Saçılık, M. (2011). *Destinasyonun rekabet avantajı elde etmesinde gastronomi turizminin rolü: Erdek örneği*. 12. Ulusal Turizm Kongresi, Düzce, 30 Kasım-4 Aralık.
- Çulha, O. (2008), Kültür turizmi kapsamında destekleyici turistik ürün olarak deve güreşi festivalleri üzerine bir alan çalışması. *Journal of Yasar University*, 3(12), 1827-1852.
- Çulha, O., Kalkan, A. (2015). *Tanıtım broşürleri gözüyle anadolu yöresel mutfaklar*. I. Eurasia International Tourism Congress: Current Issues, Trends, and Indicators (EITOC-2015), 28-30 Mayıs 2015, Selçuk Üniversitesi, Konya.
- Du Rand, G., E-Heath, E., Alberts, N. (2003), The role of local and regional food in destination marketing: A South African situation analysis. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 14 (3-4), 97-112.
- Du Rand, G., E-Heath, E. (2006) Towards a framework for food tourism as an element of destination marketing. *Current Issues in Tourism*, Volume. 9, Number. 3, 206-234.
- Durlu Özkaya, F ve Cömert, M. (2014). Gastronomi turizminde Türk mutfağının önemi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies. 2/2* (2014) 62-66.

- Enright, M. ve J. Newton, (2005). Determinants of tourism destination competitiveness in Asia pasific: Comprehensiveness and universality. *Journal of Travel Research*, 43 (4), 339-350.
- Erdem,Ö., Mızrak, M. ve Aydoğdu, A. (2017). *Gastronomi turizminde bir çekim gücü olarak yöresel mutfaklar: Mengen örneği*. The Fist International Congress on Future of Tourism: Innovation, Entrepreneurship and Sustainability (Futurism 2017) Proceeding Book, 28-30 September 2017-Mersin/Türkiye
- Erdem, Ö., Mızrak, M., ve Kemer,A.K. (2017). *Yöresel yemeklerin bölge restoranlarında kullanılma durumu: Mengen örneği*. Proceedings Book, 18.
- Ertaş, Y., Karadağ, M. (2013) Sağlıklı beslenmede Türk mutfak kültürünün yeri. *Gümüşhane Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*: 2(1), 117-136.
- European Comission. (2014). *Ana sayfa/İşçi verimliliği, personel gideri*. Erişim: 24.08.2014.
- Fyall, A., Garrod, B., ve Tosun, C. (2006). Destination marketing: A framework for future research. In M. Kozak, & L. Andreu (Eds.), *Progress in Tourism Marketing* 75-86. The Netherlands: Elsevier
- George, E.W. (2010). Intangible cultural heritage, ownership, copyrights and tourism, *International Journal Of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 4(4), 376-388
- Giovannucci, D., Barham, E.ve Pirog, R. (2014). Defining and marketing local foods: geographical indications for US products. *The Journal of World Intellectual Property*, 13(2), 94-120.
- Girgin, K.G., Demir, Ö., ve Çetinkaya, V. (2017). Dünya'nın en iyi mutfakları ve Türk mutfağı. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 5/Special issue2, 219-229.
- Giritlioğlu, İ., ve Avcıkurt, C. (2010), Şehirlerin turistik bir ürün olarak pazarlanması, örnek şehirler ve Türkiye'deki şehirler üzerine öneriler (Derlemeden oluşmuş bir uygulama). *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt. 4, Sayı. 3*, 74-89.
- Giritlioğlu, İ., Olcay, A., ve Özekici, Y.K. (2015), Bir turizm çeşitliliği olarak festival etkinliklerinin sınıflandırılması: Türkiye üzerine bir değerlendirme. *Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, (13)

- Gökdeniz, A., Erdem, B., Dinç, Y., Uğuz, Ç.S. (2015), Gastronomi turizmi: Ayvalık'ta yerli turistler üzerinde görgül bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies Cilt. 3, Sayı. 1*, 14-29.
- Göker, G. (2011). *Destinasyon çekicilik unsuru olarak gastronomi turizmi (Balıkesir ili örneği)*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Gökoğlu, A. (1963), Kastamonu çorbalari, *Türk Etnografya Dergisi*, Sayı. V, 24-38. Türk Tarih Kurumu Basımevi, Ankara.
- Gökoğlu, A. (1967). Kastamonu yemekleri, *Türk Etnografya Dergisi*, Sayı. IX, 101-109, Türk Tarih Kurumu Basımevi, Ankara.
- Gökovalı, U. ve Bahar, O. (2006). Contribution of Tourism to Economic Growth in Mediterranean Countries: A Panel Data Approach, *Anatolia An International Journal of Tourism And Hospitality Research*, 17 (2): 155–168.
- Gönül, F. (2008). Dünyada ve Türkiye'de Turizm.
http://bakkaetkinlik.org/upload/etkinlik_dosya/fatih-gonul-sunum_1.pdf
- Güler, S. (2010). Türk mutfak kültürü ve yeme içme alışkanlıkları, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* (2)26, 182-196.
- Güneş, G.Ü., Halil, İ., Karakoç, G. (2008), *Sürdürülebilir turizmde yöresel yemek kültürünün önemi. II. Ulusal Gastronomi Sempozyumu ve Sanatsal Etkinlikler*. 10-11 Nisan, Akdeniz Üniversitesi Alanya İşletme Fakültesi, Antalya.
- Güneş, G. (2013). *Sürdürülebilir kırsal planlamada doğa turizmi ve yerellik. Türkiye'de Doğa Turizmi Master Planları Hazırlanması Sürecinde Alternatif Turizm Gelişimi İmkânlarının Batı Karadeniz Ve Zonguldak Özelinde Değerlendirilmesi Sempozyumu*, Zonguldak.
- Gürsoy, D. (2013). *Tarihin süzgecinde mutfak kültürümüz*. Oğlak Yayıncılık: 2. Baskı.
- Gürsoy, D. (1995). *Yemek ve yemekçiliğin evrimi*. İstanbul: Kurtiş Matbaacılık.
- 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.

- Güzel, G. (2009). Gastronomi ve inovasyon. *İz Dergisi, Atılım Üniversitesi, Sayı:8*, 28-29.
- Hacıoğlu, N., Girgin, G. K. ve Giritlioğlu, İ. (2009). *Yiyecek-İçecek işletmelerinin pazarlama faaliyetlerinde yöresel mutfağın kullanımı: Balıkesir örneği*. 3. Ulusal Gastronomi Sempozyumu Bildirileri, 17-18 Nisan. Antalya: Akdeniz Üniversitesi Alanya İşletme Fakültesi. Okulu <http://www.tgyd.net/Syf=5&Id=78129>> (22.08.2016).
- Hall, C.M., Sharples, L. (2003), The consumption of experiences or the experience of consumption? An introduction to the tourism of taste (Eds) C. Michael Hall, Liz Sharples, Richard Mitchell, Niki Macionis and Brock Cambourne. *Food tourism around the world: Development, management and markets, Butterworth&Heinemann, Rochester* 1-24.
- Hatipoğlu, A., Zengin, B., Batman, O., ve Şengül S. (2013). Yöresel yemeklerin, kırsal turizm işletmeleri menülerinde kullanılma düzeyleri: Gelveri örneği. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi, S: 69*, 1-21.
- Hegarty, J.A. (2009). How might gastronomy be a suitable discipline for testing the validity of different modern and postmodern claims about what may be called avant-garde? *Journal of Culinary Science & Technology*, 7, 1-18.
- Hjalager, A.M., Corigliano, M.A. (2000), Food for tourists--determinants of an image. *The International Journal of Tourism Research*, Volume. 2, Number. 4, 281-293.
- Hjalager, A. M., Richards, G. (Eds.). (2002). *Tourism and gastronomy*. London: Routledge
- Hong, J.S., Chen, T., Simon, T. (2010), Government websites for promoting east asian culinary tourism: A cross-national analysis. *Tourism Management*, Volume. 31, Number. 1, 74-85.
- Hu, M. ve J. R., Ritchie, B. (1993), Measuring destination attractiveness: A contextual approach. *Journal of Travel Research*, 32 (2), 25-34.
- Hürriyet Gazetesi. (2016). Türkiye'nin Gastronomi Başkenti Neresi? 15.03.2016 tarihinde <http://www.hurriyet.com.tr/turkiyenin-gastronomi-baskenti-neresi-40063697>, adresinden erişim sağlanmıştır.
- Inwood, S.M., Sharp, J.S., Moore, R.H. ve Stinner, D.H. (2009) Restaurants, chef and local foods: Insight drawn from application of a diffusion of innovation framework. *Agriculture and Human Value*, 26, 177-191.

- İzbeli Çiftliği, (2017). Kastamonu yemekleri, 22.02.2017 tarihinde <http://www.izbeliciftligi.com/bilgibankasi/kastamonu-yemekleri/> adresinden erişim sağlanmıştır.
- Kang, S. Ve Rajagopal, L. (2014). Perceptions of benefits and challenges of purchasing local foods among hotel industry decision makers. *Journal of Foodservice Business Research*, 17(4), 301-322.
- Karapınar, M. (2013). *Kuzeydoğu Anadolu turizm destinasyonu tanıtım markalaşma araştırması*. Kuzeydoğu Kalkınma Ajansı, Erzurum.
- Kastamonu Halk Eğitimi Merkezi ve ASO, (2009). *Geçmişten günümüze Kastamonu mutfağı*, Kastamonu Halk Eğitimi Merkezi ve ASO.
- Kastamonu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2015). Ne yenir? 15.12.2015 tarihinde <http://www.kastamonukultur.gov.tr/TR,63904/ne-yenir.html>, adresinden erişilmiştir.
- Kastamonu Valiliği (2015). Kastamonu mutfağı, 15.12.2015 tarihinde <http://www.kastamonu.gov.tr/sayfa.asp?id=15>, adresinden erişilmiştir.
- Kastamonu Valiliği (2009). *Ağız tadıyla Kastamonu mutfağı*. Kastamonu Valiliği İl Özel İdaresi.
- Kaya, O. (2015). *Yöresel yiyecekler, turizm ve sürdürülebilirlik*, Doğu Karadeniz Sürdürülebilir Turizm Kongresi, Gümüşhane Üniversitesi, 14-16.05.2015, Gümüşhane.
- Kercher, M.B., Okumuş, F., Okumuş, B. (2008), Food tourism as a viable market segment: All how you cook the numbers. *Journal Of Travel and Tourism Marketing, Volume: 25, Number: 2*, 137-146.
- Kesici, M. (2012). Kırsal turizme olan talepte yöresel yiyecek ve içecek kültürünün rolü. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi* 14 (23):33-37.
- Kızıldemir, Ö., Öztürk, E., Sarıışık, M. (2014). Türk mutfak kültürünün tarihsel gelişiminde yaşanan değişimler. *AİBÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14 (3) 191-210.
- Kivela, J. J. ve Crotts, J. C. (2009). Understanding travelers' experiences of gastronomy through etymology and narration. *Journal of Hospitality ve Tourism Research*, 33(2), 161-192.
- Kivela, J., Crotts, J. C. (2005). Gastronomy tourism: A meaningful travel market segment. *Journal of Culinary Science & Technology*, Vol. 4(2/3)

- Kocatepe, D., Tırıl, A. (2017). *Kastamonu mutfağının gastronomi turizmi bağlamında değerlendirilmesi*. Uluslararası Taşköprü Pompeipolis Bilim Kültür Sanat Araştırmaları Sempozyumu, Kastamonu.
- Kodaş, D. ve Dikici, E. (2012). Ahlat, kırsal bölgesinde gastronomi turizminin muhtemel toplumsal etkileri üzerine nitel bir çalışma. *Aksaray Üniversitesi İİBF Dergisi* 4(2): 51-69.
- Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı, (KUZKA) (2017). *Keşfetmeye hazır mısınız, Kastamonu bir gezginin hikayesi*. Kastamonu: KUZKA Basımı.
- Küçükaltan, G. (2009), *Küreselleşme sürecinde gastronomide yöresel tatların turistlerin destinasyon tercihlerine ve ülke ekonomilerine etkileri*, 3. Ulusal Gastronomi Sempozyumu, Antalya.
- Lang, M., Stanton, J. ve Qu, Y. (2014). Consumers' evolving definition and expectations for local foods. *British Food Journal*, 116 (11), 1808-1820.
- Lillywhite, J.M. ve Simonsen, J.E. (2014). Consumer preferences for locally produced food ingredient sourcing in restaurants. *Journal of Food Product Marketing*, 20, 308-324.
- Long, L.M. (2004). *Culinary tourism*. Kentucky: 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.
- Lordkipanidze, M., Brezet, H., Backman, M. (2005). The entrepreneurship factor in sustainable tourism development. *Journal Cleaner Production*, Volume: 23, Number: 3, 787-798.
- Mızrak, M., Aydoğdu, A., Yaşarsoy, E. (2017). *Sürdürülebilir turizmde yöresel yemeklerin rolü ve önemi; Kastamonu örneği*. 1st International Sustainable Tourism Congress, November 23-25, 2017, Kastamonu-Turkey.
- Mil, B. ve Denk, E. (2015). Erzurum yöresel ürünlerinin otel restoran menülerinde kullanım düzeyleri: Palandöken örneği. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*. 5(2):1-7.
- Milor, V. (2018). Türkiye'deki yerel mutfakların en iyileri. 19.06.2018 tarihinde <https://youtu.be/ys7XmDc4N1g> adresinden erişim sağlanmıştır.
- Murphy, J. ve Smith, S. (2009). Chefs and suppliers: An exploratory look at supply Chain issues in an upscale restaurant alliance. *International Journal of Hospitality Management*, 28 (2), 212-220.

- Murphy, P., Pritchard, M. P. ve Smith, B. (2000). The destination product and its impact on traveler perceptions. *Tourism Management*, 21 (1): 43-52.
- Oğuz, O. (1990). *Üçüncü milletlerarası yemek kongresi açılış konuşması*. Ankara: 1. Konya Kültür ve Turizm Vakfı Yayını Bildiri Kitabı, 7-12 Eylül
- Onecaribbean,(2014),CulinaryCaribbeanNicheMarkets, 23.12.2014 tarihinde <http://www.onecaribbean.org/content/files/CulinaryCaribbeanNicheMarkets.pdf>. adresinden erişim sağlanmıştır
- Onozaka, Y., Nurse, G. ve McFadden, D. T. (2010). Local food consumers: How motivations and perceptions translate to buying behavior. choices: The magazine of food. *Farm and Resource Issues*. 25(1).
- Özbek, A. (2017). Sosyal politika sosyal kalkınma ilişkisi. 28.11.2017 tarihinde, <http://www.investdiyarbakir.com/tr-tr/koseyazilari/sosyal-politika-sosyal-kalkinma-iliskisi-368>, sayfasından erişilmiştir
- Özbeý, S. (2016). Türkiye'nin gastronomi başkenti neresi? 15,12,2016 tarihinde <http://www.hurriyet.com.tr/turkiyenin-gastronomi-baskenti-neresi-40063697>, adresinden erişim sağlanmıştır.
- Özdemir, B., Yılmaz, G., Çalışkan, O., & Aydın, A. (2015). *Şeflerin yerel yiyeceğe ilişkin algılamaları ile yerel yiyecek satın alma niyetleri arasındaki ilişki*. 16. Ulusal Turizm Kongresi, 16, 12-15.
- Özdemir, G. (2008). *Destinasyon pazarlaması*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Özdemir, G. (2007). *Destinasyon yönetimi ve pazarlama temelleri İzmir için bir destinasyon model önerisi*. Doktora tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı. İzmir.
- Özer, Y. (2013). *Destinasyon Pazarlamasında Gastronominin Rolü*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. 02.05.2018 tarihinde <http://www.slideshare.net/yaseminozer45/doktora-tez> sayfasından erişilmiştir.
- Öztürk, Y. (2013). Destinasyon yönetimi, Mehmet Yeşiltaş (Ed.) içinde, *Anadolu Üniversitesi Yayınları*, 1. Baskı, Eskişehir.
- Pekyaman, A.(2008). *Turistik satın alma davranışında destinasyon imajının rolü Afyonkarahisar bölgesinde bir araştırma*. Yayımlanmamış doktora tezi. Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyonkarahisar.
- Pike, S. (2004). *Destination marketing organizations*, UK: Elsevier.

- Prezenza, A. ve Del Chiappa, G. (2013). Entrepreneurial strategies in leveraging food as a tourist resource: A cross-regional analysis in Italy. *Journal of Heritage Tourism*, 8 (2-3).
- Prezi, (2014), <https://prezi.com/oodssktaqitw/gastronomic-tourism-alba-feliz/> Erişim Tarihi: 23.12.2014
- Proença, S., ve Soukiazı, E. (2008). *Tourism as an economic growth factor: A case study for Southern European Countries*, *Tourism Economics*, 14 (4), 791-806.
- Rızaoğlu, B., Ayazlar, R.A. ve Gençer, K. (2013). *Yiyecek deneyimiyle ilgili bireysel eğilimlerin sosyo-demografik özellikler açısından değerlendirilmesi: Kuşadası'na gelen yabancı turistler örneği*. 14. Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı, 05-08 Aralık. Kayseri: Erciyes Üniversitesi Turizm Fakültesi, 669-687.
- Richards, G. (2001). *Cultural Attractions and European Tourism*. Wallingford Oxon, UK: CAB International Publishing.
- Saatçi, G., Demirbulat, Ö. (2016). Yöresel yemeklerin broşürlerde tanıtım unsuru olarak kullanılmasının analizine yönelik bir araştırma. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(42), 1999-2006.
- Sandıkçı, M., Aydoğdu, A., ve Pamukçu, H. (2015), *Yöresel yemeklerin menülerde yer alma düzeyi: Kastamonu konakları örneği*. 1. Uluslararası Türk Dünyası Turizm Sempozyumu, 19-21 Kasım, 773-785.
- Sarıışık, M., Özbay, G. (2015). Gastronomi turizmi üzerine bir literatür incelemesi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, Cilt 26, Sayı 2, Güz: 264 – 278.
- Serçoğlu, Nuran (2014), Yöre halkının mutfak kültürünü tanıma durumunun tespit edilmesi: Erzurum ili. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, Cilt. 2, Sayı. 4, 36-46.
- Sharma, A., Moon, J. ve Strohbehn, C. (2014). Restaurant's decision to purchase local foods: Influence of value Chain activities. *International Journal of Hospitality Management*, 29, 130-143.
- Sharma, A., Gregoire, M.B. ve Strohbehn, C. (2009). Assessing costs of using local foods in independent restaurants. *Journal of Foodservice Business Research*, 12 (1), 55- 71.
- Soner, F. (2013). *Gastronomy tourism: A solution for small cities marketing and regional development*. Yüksek lisans tezi. İstanbul: Yeditepe Üniversitesi.

- Sormaz, Ü. (2017). Yöresel mutfak tanıtımında yerel restoranların etkisi: Konya örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5/2 2017 160-173.
- Strohbehn, C.H. ve Gregoire, M.B. (2003). Case studies of local food purchasing by central Iowa restaurants and institutions. *Food service Research International*, 14 (1) , 53-64.
- Sünnetçioğlu, S., Durlu-Özkaya, F., Can, A. (2013). Sürdürülebilir gastronomi turizmi hareketliliğinde coğrafi işaretlerin öneminin rolü. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, Volume:1, Number: 1, 13-20.
- Sünnetçioğlu, S. Can, A. ve Durlu-Özkaya, F.(2012). *Yavaş turizmde coğrafi işaretlemenin önemi*. 13. Ulusal Turizm Kongresi, 6-9 Aralık 2012, Antalya, 953-962.
- Sürücüoğlu, M.S. (1999). Beslenme ve sağlığımız. *Standart Dergisi*. 38(448): 40-52.
- Şahin, G. 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.
- Şanlıer, N., Cömert, M. ve Durlu Özkaya, F. (2012). Gençlerin Türk mutfağına bakış açısı. *Milli folklor*, Yıl:24, Sayı:94, 152-161. 10.03.2014 tarihinde <http://www.antakyaturu.com/index.php?okod=104> sayfasından erişilmiştir.
- Şanlıer, N. (2005). Yerli ve yabancı turistlerin Türk mutfağı hakkındaki görüşleri. *Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, Cilt 25, Sayı 1, 213-227.
- Şanlıer, N. ve Arıkan, B. (2001). *Elazığ mutfağından unutulmak üzere olan birkaç yemek, Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar*, Türk Halk Kültürü Araştırma ve Tanıtma Vakfı Yayınları, Yayın No:29, 167-175.
- Şengül, S. ve Genç, K. (2016). Festival turizmi kapsamında yöresel mutfak kültürünün destekleyici ürün olarak kullanılması: Mudurnu ipek yolu kültür sanat ve turizm festivali örneği.” . *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 23, 79-89.
- Talas, M. (2005). Tarihi süreçte Türk beslenme kültürü ve Mehmet Eröz'e göre Türk yemekleri. *Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi* (1)18, 273-283.
- TAŞPAKON (2017). TAŞPAKON hakkında. 01.03.2018 tarihinde <http://www.taspakon.org.tr/> sayfasından erişilmiştir.

- TDK (Türk Dil Kurumu). (2018). Güncel Türkçe sözlük. 03.06.2018 tarihinde http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5b146dff65bd37.34016721 adresinden erişim sağlanmıştır.
- Telfer, D.J.ve Wall, G. (1996). Linkages between tourism and foof production. *Annals of Tourism Resarch*, 23 (3), 635-653.
- Telfer, D.J.ve Wall, G. (2000). Strengthening backward economic linkages: Local food purchasing by three Indonesian hotels. *Tourism Geographies*, Volume: 2, Number:4, 421-447.
- Tek, M. (2009). Kamu yatırımlarında turizmin yeri, Türkiye turizm stratejisi 2023'de marka kentler projesi: Eleştirel bir değerlendirme. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, Cilt. 20, Sayı. 2, 169-184.
- Tekgül, N., Baykan, S. (1993). *Evlerimiz de pişirilen pilav çeşitleri. Türk mutfak kültürü üzerine araştırmalar*. Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı Yayınları, No:3, 1-11, Ankara.
- Thilmany, D. (2004). Direct food marketing to restaurants through existing farmer's market alliances: The case of Colorado crop to cuisine. *Review of Agricultural Economics*, 26, 404-417.
- Timby, BK. (1996). Nutrition. eating habits.human nutritional needs. Fundamental skills and concepts in patient care. Sixth edition. *Lippincott Roven Publishers .Philadelphia Newyork*. 226-223.
- Timur, M. N., Çevik, S. ve Kıcıır, G.K. (2014). Etkinlik turizmi: kültür başkenti etkinliklerinin başarı unsurları üzerine bir değerlendirme. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Yıl: 2, Sayı: 2/1, 56-83.
- Toksöz, D. ve Aras, S. (2016). Turistlerin seyahat motivasyonlarında yöresel mutfagın rolü. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies 4/Special issue1* (2016). 174-189.
- Toprak, İ., Şentürk, Ş., Yüksel, B., Özer, H., Çakır, B., ve Bideci, A. E. (2002). *Saha personeli için toplum beslenmesi programı eğitim materyali*. Ankara: Sağlık Bakanlığı Temel Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü.
- Torlak, Ö., Altunışık, R., Özdemir, Ş. ve Sarıkaya N., (2007). *Yeni Müşteri*. Hayat Yayınları. İstanbul.
- TUIK (2017). TUIK harcama türlerine göre turizm gelirleri raporu, <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=27612>

- TÜRSAB (2015). Gastronomi turizmi raporu, 31.07.2016 tarihinde https://www.tursab.org.tr/dosya/12302/tursab-gastronomi-turizmi-raporu_12302_3531549.pdf adresinden ulaşılmıştır.
- Uçak, N.Ö. (2000). Sosyal bilimler ve kütüphanecilik alanında nitel araştırma yöntemlerinin kullanımı. *Bilgi Dünyası. Cilt. 1, Sayı. 2, 255-279.*
- Üner, M.M., Güçer, E. ve Aslı, T. (2006). Türkiye turizminde yükselen destinasyon olarak İstanbul şehrinin imajı. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi, 17(2), 189-201.*
- UNWTO, (2018).Tourism Highlights 2018 Edition, 28.08.2018 tarihinde <http://www.turizmdatabank.com/haber/dunya-turizmi-turkiye-ye-ekdeksli> adresinden ulaşılmıştır
- UNWTO, (2017), World tourism barometer, 26.09.2017 tarihinde <https://www.sabah.com.tr/turizm/2017/09/26/dunya-turizmi-son-7-yilin-en-yuksek-buyumesini-kaydetti>, adresinden ulaşılmıştır.
- UNWTO (2016), World tourism barometer, 10.07.2016 tarihinde http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto_barom16_03_may_excerpt_.pdf, adresinden ulaşılmıştır.
- Wilkins, J.L., Bokaer-Smith, J. ve Hilchey, D. (1996). Local foods and local agriculture: A survey of attitudes among northeastern consumers. *Northeast Regional Food Guide Project. Cornell University, Division of Nutritional Sciences.*
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2013), *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri.* (9. Baskı), Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yıldırım, C. (1966), *Eğitimde araştırma metotları.* Ankara : Akyıldız Matbaası.
- Yıldız, T. (2013). *Kastamonu merkez ilçe analizi.* T.C. Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı, Kastamonu.
- Yüncü, H. R. (2010). *Sürdürülebilir turizm açısından gastronomi turizmi ve perşembe yaylası.* 10. Aybastı-Kabataş kurultayı, Aybastı-Kabataş Kurultayı Yayınları No: 11 Detay Anatolia Akademik Yayıncılık Ltd. Şti.

EKLER**Ek-1. Görüşme Formu:**

Kaynak Kişi İsmi:		
Yöresel Yemek Adı:		
Yöresi:		
Kurumu (Varsa):		
Görüşme Tarih ve Süresi:		
Malzeme Sıra No	Kullanılan Malzeme	Yöresi
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
10		
11		

- Bu yöresel ürünlerin kullanılabilir olduğunu nereden öğrendiniz?
- Bu yöresel yemek tarifini nereden öğrendiniz?
- Sizce bu yöresel yemekte, bu yöresel ürünler kullanılmazsa nasıl bir sonuç ortaya çıkar?
- Bu ürünlere her zaman ulaşabiliyor musunuz?
- Ek:

ÖZGEÇMİŞ

Adı Soyadı : Metin MIZRAK

Doğum Yeri ve Yılı : KARABÜK – 21.04.1979

Medeni Hali : Evli

Yabancı Dili : İngilizce

E-posta : metinmizrak@hotmail.com – metinmizrak@gmail.com



Eğitim Durumu

Lise : Mengen Anadolu Aşçılık Meslek Lisesi - Mengen / Bolu

Lisans: :Selçuk Üniversitesi-Mesleki Eğitim Fakültesi – Aile Ekonomisi ve Beslenme Öğretmenliği - Konya

Lisans: :Anadolu Üniversitesi-İktisat Fakültesi – Kamu Yönetimi Eskişehir

Mesleki Deneyim

İş Yeri : Prof. Dr. Fahri Ecevit YİBO İş Eğitimi Öğr.– Teknoloji ve Tasarım Dersi Öğretmeni - Daday / Kastamonu 2002-2015

İş Yeri : Prof. Dr. Fahri Ecevit YİBO Müdür Yardımcısı 2008-2015

İş Yeri : Kastamonu Üniversitesi-Turizm Fakültesi-Misafir Öğretim Görevlisi 2015-2016—2016-2017 Akademik Yılları

İş Yeri : Karaş Ortaokulu Teknoloji ve Tasarım Dersi Öğretmeni Kastamonu 2015-2018 (Halen)

Yayımları

- Erdem, Ö., Mızrak, M., ve Aratoğlu, C. (2018). Festivallerin bölge turizmine katkıları ve sürdürülebilirliği: Uluslararası Mengen Aşçılık ve Turizm Festivali, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 228, 245.
- Aydoğdu, A., ve Mızrak, M. (2017). Yöresel yemeklerin sürdürülebilirliğinde standart reçetelendirmenin önemi: Kastamonu Mutfağı örneği-The importance of standardized recipes on sustainability of local foods: a case study from Kastamonu Cuisine. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9 (20), 366-394.
- Aydoğdu, A., ve MIZRAK, M. Azerbaycan ve Türkiye Mutfak Kültürünün Tarihi Birlikteliği ve Mevcut Durumunun Belirlenmesi. *Bahar-2017 Cilt:2 No:1 Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi* <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/327077>
- Erdem,Ö., Mızrak, M. Ve Aydoğdu, A. (2017). Gastronomi turizminde bir çekim gücü olarak yöresel mutfaklar: Mengen örneği, *The first international congress on future of tourism: Innovation, entrepreneurship and sustainability (Futurism 2017) Proceeding Book* 28-30 September 2017- Mersin/Türkiye
- Erdem, Ö. ve Mızrak, M. (2017). Festivallerin bölge turizmine katkıları ve sürdürülebilirliği: Uluslararası Mengen Aşçılık ve Turizm Festivali örneği. *Proceedings Book*, 100
- Erdem, Ö., Mızrak, M., ve Kemer, A. K. (2017). Yöresel yemeklerin bölge restoranlarında kullanılma durumu: Mengen örneği. *Proceedings Book*, 18.
- Aydoğdu, A., ve Mızrak, M. (2016). Azerbaycan ve Türkiye Mutfak Kültürünün Tarihi Birlikteliği ve Mevcut Durumunun Belirlenmesi, *Uluslararası Türk Dünyası Eğitim Bilimleri ve Sosyal Bilimler Kongresi*, 1-4.12.2016, Antalya
- Aydoğdu, A., ve Mızrak, M. (2017). Gastronomi Turizmi ve bir çekim gücü olarak Taşköprü'nün simgesi sarımsağın kullanıldığı yemekler üzerine bir araştırma, *Uluslararası Taşköprü Pompeipolis Bilim Kültür Sanat Araştırmaları Sempozyumu Tam Metin Kitabı*, Kastamonu