

T.C.
KASTAMONU ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GASTRONOMİ VE MUTFAK SANATLARI ANA BİLİM DALI



YÜKSEK LİSANS TEZİ

**GASTRONOMİ TURİZMİNİN MEVCUT DURUMUNUN
İNCELENMESİ: KASTAMONU İLİ ÖRNEĞİ**

YASİN ŞENER

Danışman : DR. ÖĞR. ÜYESİ SALİH YILDIZ

Jüri Üyesi : DOÇ. ÖĞR. ÜYESİ EMRE ÇİLESİZ

Jüri Üyesi : DR. ÖĞR. ÜYESİ AYKUT ŞİMŞEK

KASTAMONU-2024



TEZ ONAYI



Yasin ŞENER tarafından hazırlanan “**KASTAMONU TURİZMİNİN MEVCUT DURUMUNUN İNCELENMESİ: KASTAMONU İLİ ÖRNEĞİ**” adlı tez çalışmasının savunma sınavı **Tarih girmek için burayı tıklatın** tarihinde yapılmış olup aşağıda verilen jüri tarafından oy birliği / oy çokluğu ile Kastamonu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü **Gastronomi ve Mutfak Sanatları Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi** olarak kabul edilmiştir.

Danışman	Dr. Öğr. Üyesi Salih YILDIZ Kastamonu Üniversitesi
Jüri Üyesi	Doç. Dr. Emre ÇİLESİZ Sinop Üniversitesi
Jüri Üyesi	Dr. Öğr. Üyesi Aykut ŞİMŞEK Kastamonu Üniversitesi

Jüri üyeleri tarafından kabul edilmiş olan bu tez Kastamonu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulunca onanmıştır.

Enstitü Müdürü

Prof. Dr. Abdullah AYDIN

.....

TAAHHÜTNAME

Bu tezin tasarımı, hazırlanması, yürütülmesi, araştırmalarının yapılması ve bulgularının analizlerinde 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 yapıldığını, bilimsel etiğe uygun olarak kaynak gösterildiğini bildirir ve taahhüt ederim.



Yasin ŞENER

İmza

ÖZET

YÜKSEK LİSANS TEZİ

GASTRONOMİ TURİZMİNİN MEVCUT DURUMUNUN İNCELENMESİ: KASTAMONU İLİ ÖRNEĞİ

YASİN ŞENER

KASTAMONU ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

GASTRONOMİ VE MUTFAK SANATLARI ANA BİLİM DALI

DANIŞMAN: DR. ÖĞR. ÜYESİ SALİH YILDIZ

Geçmişten bugüne beslenme alışkanlıkları toplumların coğrafi, kültürel ve sosyolojik yönlerine göre farklılık göstermiş olup yeme-içme alışkanlıkları bölgesel olarak gelişmiş ve çeşitlilik kazanmıştır. Bu farklılığın getirmiş olduğu beslenme alışkanlıkları, yiyecek içecekler, yöresel tarifler, bölgesel faaliyetler veya zamanla kültürel açıdan oluşmuş ritüeller gastronominin oluşumunda büyük rol oynamaktadır. Gastronomi kavramlarını içinde barındıran bu yöresel normlar damak zevkine farklı kültürlerin mutfaklarına, tarihlerine ve beslenme alışkanlıklarına özen gösteren kitlelerin ilgisini çekerek gastronomi bütününe bir cazibe konusu haline getirmiştir. Bu bağlamda gastronomik değerler zamanla bir seyahat sebebi olmuş ve turizm çeşitliğinin önemli bir dalı haline gelmiştir. Gastronomi turizmi olarak nitelendirilen bu turizm alanı turistlerin bir başka şehre veya ülkeye o bölgeye has gastronomik değerler için seyahat etmeleri ile oluşan turizm faaliyetleri noktasında çok önemli bir yere sahip olmuştur. Farklı deneyimler kazanmak isteyen turistler şehirlere sırf bu nedenle seyahat ederek şehrin turizmüne, kalkınmasına ve bilinmesine katkı sağlar hale gelmiştir. Bu bağlamda yerel yönetimler gastronomi kavramları noktasında şehirlerini bilinir kılmak, turistik bir şehir haline getirmek ve şehrin mutfağını, kültürünü, ritüellerini tanıtmak amacıyla belli başlı projeler yürütmeye ve üstü tozlanmış geleneklerini gün yüzüne çıkarmaya başlamışlardır.

Bu çalışmada şehrin imajına olumlu katkılarının olduğu düşünülen gastronomi turizminin Kastamonu'daki mevcut durumu incelenmektedir. Nitel araştırma yöntemi kullanılan bu çalışma da tümevarım yaklaşımı benimsenmiştir. Yarı yapılandırılmış görüşme formu ile hazırlanan sorular, Kastamonu'da ki ilgili kamu kurum yetkililerine, özel sektör ve dernek temsilcilerine yöneltilerek mevcut durum hakkında ki görüşlerine 15.03.2024 - 15.05.2024 tarihleri aralığında başvurulmuştur. Elde edilen bulguların düzenli bir biçimde sunulması planlanarak betimsel analiz yöntemi kullanılmıştır. Veriler kapsamında Kastamonu'nun bir gastronomi turizmi faaliyetleri açısından eksiklerinin olduğu, işletmelerde yöresel lezzetlere yeterli seviyede yer verilmediği, reklam, tanıtım ve pazarlama açısından eksiklerinin olduğu ve UNESCO yaratıcı şehirler bağlamında bir gastronomi şehri olarak görülemediği şeklinde sonuçlar elde edilmiştir.

ANAHTAR KELİMELEER: Gastronomi, Gastronomi Turizmi, Yöresel Mutfak, Kastamonu.

Ekim 2024, 110 Sayfa

ABSTRACT

MSC THESIS

EXAMINING THE CURRENT SITUATION OF GASRONOMY TOURISM: THE EXMAPLE OF KASTAMONU PROVINCE

YASİN ŞENER

**KASTAMONU UNIVERSITY INSTITUTE OF SOCIAL SCIENCE
DEPARTMENT OF GASTRONOMY AND CULINARY ARTS**

SUPERVISOR: DR. ASS. SALİH YILDIZ

From past to present, eating habits have differed according to the geographical, cultural and sociological aspects of societies, and eating and drinking habits have developed and diversified regionally. The eating habits, food and beverages, regional recipes, regional activities or rituals that have been culturally formed over time play a major role in the formation of gastronomy. These regional norms, which include the concepts of gastronomy, have attracted the attention of the masses who pay attention to the cuisine, history and eating habits of different cultures, making the whole of gastronomy a subject of attraction. In this context, gastronomic values have become a reason to travel over time and have become an important branch of tourism diversity. This tourism field, which is described as gastronomy tourism, has a very important place in tourism activities that occur when tourists travel to another city or country for the gastronomic values specific to that region. Tourists who want to gain different experiences have traveled to cities just for this reason, contributing to the tourism, development and recognition of the city. In this context, local governments have started to carry out certain projects in order to make their cities known in terms of gastronomy concepts, to make them a touristic city and to promote the cuisine, culture and rituals of the city and to bring their traditions to the surface.

This study examines the current situation of gastronomy tourism in Kastamonu, which is thought to contribute positively to the image of the city. In this study, which uses qualitative research method, inductive approach was adopted. The questions prepared with a semi-structured interview form were directed to the relevant public institution officials, private sector and association representatives in Kastamonu and their opinions on the current situation were consulted between 15.03.2024 - 15.05.2024. Descriptive analysis method was used by planning to present the findings obtained in an organized manner. Within the scope of the data, it was concluded that Kastamonu has deficiencies in terms of gastronomy tourism activities, local flavors are not sufficiently included in the enterprises, there are deficiencies in terms of advertising, promotion and marketing, and it cannot be seen as a gastronomy city in the context of UNESCO creative cities.

KEYWORDS: Gastronomy, Gastronomy Touism, Local cuisine, Kastamonu.

October 2024, 110 Page

TEŞEKKÜR

Bu alıőmanın ortaya çıkması için gerekleőtirilen gürüőmeler de sorulan sorulara itenlikle cevap vererek katkıda bulunan ve Kartopu Örneklem yönteminin oluşmasında özellikle gürüőmecilerle irtibat kurma noktasında yönlendirme yaparak katkı sunan değerli katılımcılara, tez yazım süresi boyunca bilgi ve birikimini esirgemeyen, gerekli ilgi ve özveriği gösteren danışmanım Dr. Öğr. Üyesi Salih Yıldız (Kastamonu Üniversitesi, Turizm Fakültesi) hocama ve çalışma süresi boyunca motivasyon açısından her zaman yanımda olan ve desteğini esirgemeyen kıymetli anneme teőekkürlerimi sunuyorum.

Yasin ŞENER

Kastamonu, 2024

İÇİNDEKİLER

	<u>Sayfa</u>
TEZ ONAYI	ii
TAAHHÜTNAME	iii
ÖZET	iv
ABSTRACT	v
TEŞEKKÜR	vi
İÇİNDEKİLER	vii
ŞEKİLLER VE GÖRSELLER DİZİNİ	viii
TABLolar DİZİNİ	ix
SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ	x
1. GİRİŞ	1
2. TURİZM, GASTRONOMİ, GASTRONOMİ TURİZMİ	5
2.1 Turizm	5
2.2 Gastronomi.....	6
2.3 Gastronomi Turizmi.....	10
2.3.1 Gastronomi-Turizm İlişkisi.....	14
2.3.2 Gastronomi Turizmine Yönelik Faaliyetler.....	16
3. KASTAMONU HAKKINDA GENEL BİLGİLER	21
3.1 Coğrafya, Nüfus, Tarih, Ticaret.....	21
3.1.1 Coğrafya.....	21
3.1.2 Nüfus.....	22
3.1.3 Tarih.....	22
3.1.4 Ticaret.....	23
3.2 Kastamonu Turizmi	25
3.2.1 Kastamonu Mutfağı.....	27
3.2.2 Coğrafi İşaret ve Turizm İlişkisi.....	27
3.2.3 Kastamonu Coğrafi İşaretili Ürünleri.....	30
3.2.4 Gastronomi Turizmi Açısından Kastamonu Coğrafi İşaretili Ürünleri.....	31
3.3 Literatür Taraması.....	44
4. YÖNTEM	46
4.1 Araştırmanın Amacı ve Önemi.....	46
4.2 Araştırma Soruları.....	47
4.3 Evren ve Örneklem.....	48
4.4 Araştırmanın Veri Toplama Süreci.....	49
4.5 Araştırmanın Varsayımı ve Sınırlılıkları.....	50
4.6 Veri Analiz Yöntemi.....	51
5. ARAŞTIRMANIN BULGULARI VE YORUMLANMASI	52
5.1 Katılımcıların Demografik Bilgilerine Ait Bulgular.....	52
5.2 Gastronomi Turizminin Kastamonu'daki Mevcut Durumuna Yönelik Bulgular.....	53
6. SONUÇ VE ÖNERİLER	87
KAYNAKLAR	96

ŞEKİLLER VE GÖRSELLER DİZİNİ

	<u>Sayfa</u>
Şekil 2.1 Gastronomi'nin tarihte terim olarak kullanımının sıralaması.....	7
Şekil 3.1 Kastamonu'da bulunan bazı bedesten ve hanlar.....	24
Görsel 3.2 Taşköprü sarımsağı.....	32
Görsel 3.3 Taşköprü kuyu kebabı	33
Görsel 3.4 Tosya pirinci	34
Görsel 3.5 Pınarbaşı kara çorba	35
Görsel 3.6 Daday etli ekmeği.....	37
Görsel 3.7 Kastamonu çekme helva.....	38
Görsel 3.8 Kastamonu simidi.....	39
Görsel 3.9 Devrekani hindi banduması.....	40
Görsel 3.10 Kastamonu tiridi/astamonu Simit Tiridi.....	42
Görsel 3.11 Kastamonu pastırması	43
Görsel 3.12 İhsangazi ekşili pilavı.....	44

TABLolar DİZİNİ

	<u>Sayfa</u>
Tablo 3.1 Kastamonu turizm çeşitliliği	25
Tablo 3.2 Tescil türüne göre Kastamonu coğrafi işaretli ürün örnekleri	30
Tablo 5.1 Katılımcıların demografik özellikleri	52
Tablo 5.2 Mevcut durum ile ilgili 1. soru ve cevapları	53
Tablo 5.3 Görüşme formunda bulunan 2. soru ve cevapları	57
Tablo 5.4 Görüşme formunda bulunan 3. soru ve cevapları	62
Tablo 5.5 Görüşme formunda bulunan 4. soru ve cevapları	65
Tablo 5.6 Görüşme formunda bulunan 5. soru ve cevapları	67
Tablo 5.7 Görüşme formunda bulunan 6. soru ve cevapları	71
Tablo 5.8 Görüşme formunda bulunan 7. soru ve cevapları	74
Tablo 5.9 Görüşme formunda bulunan 8. soru ve cevapları	78
Tablo 5.10 Görüşme formunda bulunan 9. soru ve cevaplar	83

SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ

Kısaltmalar

ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
BM	: Birleşmiş Milletler
CTC	: Birleşmiş Milletler Turizm ve Rekabet Edebilirlik Komitesi
KUZKA	: Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı
STK	: Sivil Toplum Kuruluşları
TDK	: Türk Dil Kurumu
TURSAB	: Türkiye Seyahat Acentaları Birliği
UNESCO	: Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Kurumu
UNWTO	: Dünya Turizm Örgütü

1. GİRİŞ

İnsanlar yüzyıllardan beri sürekli olarak yer değiştirme eğilimindedirler. Yaşamış oldukları çağa ayak uydurmak, iş ve hayat şartlarına uyum sağlamak için buldukları yerden geçici süreliğine farklı şehir, ülke ve bölgelere seyahatler yapmaktadırlar. Bu seyahatler araçlığı ile insanlar farklı ulaşım imkanlarından istifade etmekte, gitmiş oldukları yerlerde konaklama, yeme içme ve eğlence gibi hizmetlerden yararlanmaktadırlar. Dolayısıyla farklı amaçlarla da olsa yapılan bu değişim ve seyahatler turizm kavramını önemli bir unsur haline getirmektedir. Turizm kavramını ve olayını anlamak ve belirlemek amacıyla yapılan çalışmaların geçmişi XIX. Yüzyılın sonlarına dayanmaktadır. Farklı kişiler tarafından değişik tanımlara da sahip olan turizmin ilk tanımı Guyer-Feuler tarafından 1905 senesinde yapılmıştır (Bezirgan, 2008). Bu bağlamda tanımı yapılarak zamanla gelişen ve yaygınlaşan turizm coğrafi, kültürel ve etnik sebepler ile çeşitlenmeye başladığını söylemek mümkündür. Geçmişten bugüne değişen ve gelişen insan ilgi alanları, beklentileri ve ihtiyaçları ile birlikte turizmde çeşitliliğin oluşmaya başladığı görülmektedir.

Türkiye’de turizm çeşitliliği Kültür ve Turizm Bakanlığı turizm çeşitlerini Sağlık Turizmi, Kış Turizmi, Yayla turizmi, Mağara Turizmi, Av turizmi, Kongre Turizmi, Golf Turizmi, Yat Turizmi, İpek Yolu, İnanç Turizmi, Hava sporları, Dağcılık, Akarsu-Rafting Turizmi, Su Altı Dalış ve Kuş Gözlemciliği şeklinde 15 çeşit olarak belirtmektedir (URL1, 2024). Dünya’da ve Türkiye’de turizm türleri bahsi geçen türlerle sınırlı olmadığı gibi adı konmamış ancak turizm faaliyetleri arasında çok büyük bir yere ve öneme sahip olan birden fazla turizm çeşidi olduğu söylenebilir. Örneğin; hoş ve lezzetli mutfak kültürünü olarak ifade eden gastronomi turizmi bunlardan bir tanesidir (Hatipoğlu, 2010, s.10). Yeme-içme faaliyetlerinin üretiminden sunumuna, kültüründen geleneksel faaliyetlerine kadar tüm kavramları içinde barındırdığı görülen gastronomi son dönemlerin en gözde bilim dallarından bir tanesi haline gelmiştir.

Gastronomi, yeme içme nedenleri, insanların tercihleri ve bu gibi nedenler üzerinde etkili olan birçok sebep açısından psikoloji, yiyeceklerin paylaşılması ve aktarılması, toplumsal iletişimde ki yeri ve dışarda yemek yeme kültürünün oluşmasında ki nedenler açısından sosyoloji ve ekonomi, Yeme-içme faaliyetlerinin gerçekleşmesinde kullanılan araç gereçler açısından tarih gibi birçok bilim dalı ile ilişkili olduğu söylenebilir (Akgöl, 2012, s. 22–23, akt. Özdemir ve Altın, 2019, s.3). Son dönemlerde yeme-içme faaliyetlerinin sosyal medya gibi dijital mecralarda çok fazla ilgi çektiği, insanların turizm kapsamında seyahatlerini bu gibi paylaşımlar ve merakları nedeni ile yeni lezzetleri tanımak ve yerinde, aşamalarını görebilmek gibi amaçlarla yeni seyahat rotaları oluşturduğunu söylemek mümkündür. Bu rotaların oluşması, insanların başka kültürlere ve lezzetlere olan ilgilerinin eylemlenmiş hale gelmesi ise gastronomi turizmi kapsamında gerçekleşmiştir.

Gastronomi turizmi açısından çok büyük bir zenginliğe ve potansiyele sahip olan Türkiye birçok ülkeye oranla çok daha geniş bir mutfak kültürüne ve zenginliğine sahip olsa da hala istenilen yerde değildir. Bu durumun sebebi olarak ise ülkede deniz, kum, güneş ekseninde yapılan turizm pazarlamaları ve tanıtım çalışmaları olduğu düşünülmektedir. Bu üçlü turizm çerçevesinin gölgesinde kaldığı düşünülen gastronomi turizmi özünde ziyaretçilere tarifsiz deneyimler kazandırarak şehirlerin markalaşması ve turizm şehri haline gelmesi açısından, Dünya’da kültür alışverişinin gerçekleşmesi açısından son derece önemli katkılar sağladığı söylenebilir (Bilgili vd.,2012, akt. Bucak ve Aracı, 2013). Turizm çeşitliliği kapsamında bir tür olan gastronomi turizmi ülkelerin, bölgelerin ve şehirlerin markalaşması ve turist çekme noktasında pazarlama ve tanıtım gerçekleştirmesini sağlayan önemli bir turizm dalıdır. Şehirlerin kültürlerini, geleneklerini, mutfaklarını, üstü tozlanmış veya tescillenmiş lezzetlerini bilinir ve tanınır hale getiren şehirlere turizm geliri açısından katkı sağlayan gastronomi turizmi son derece önemli bir turizm türü olarak gündeme gelmektedir. Şehirlere birçok alanda kazanımları olan gastronomi turizmi kendine has mutfak kültürüne ve tarihi dokuya sahip olan Kastamonu’da da gündeme gelmeye başladığını söylemek mümkündür. Kastamonu coğrafi konumu, tarihi, kültürel ve geleneksel değerleri ile turist çekme noktasında geniş bir potansiyele sahiptir. Birçok lezzete ev sahipliği yapan şehir hanları, bedestenleri ve kendine has yemekleri ile tarihi bir yapıya ve geleneksel dokuya sahiptir. 33 adet tescilli ürünü

bulunan Kastamonu, bu ürünleri ve şehirde gastronomik birer ürün olarak kabul edilen her bir örneği, tanıtmaya, pazarlama ve turistik birer ürün haline getirme noktasında daha etkili çalışmalar yapabilir ve şehir turizmine katkı sağlayabilir. Bahsi geçtiği üzere birçok özelliğe sahip olmasına rağmen Kastamonu bir turizm şehri olarak anılmamaktadır. Bu bağlamda ilgili çalışma, Kastamonu gastronomisinin bilinir halde olmaması, gastronomik ürünlerin standarda uygun hale getirilmemesi ve sunulmaması, gastronomi turizmini teşvik edici politikaların zayıflığı, şehrin hala gün yüzüne çıkarılmamış ürünlerinin olması, turizm şehri olarak bilinmemesi ve literatürde Kastamonu gastronomi turizmine ait kapsamlı çalışmaların eksikliğinden kaynaklı varsayımlardan hareketle hazırlanmıştır. İlgili alanda Kastamonu’da hazırlanan çalışmalara örnek olarak Büyükmehmetoğlu (2020), Kastamonu’da yöresel mutfak ve gıdaların turistik ürün olarak pazarlanması konusunu çalışmıştır. Büyükyılmaz (2024) ise gastronomi turizmi deneyiminin ziyaretçilerin davranışsal niyetlerine etkisi ve yerel yöneticilerin tutumları üzerine bir araştırma gerçekleştirmiştir.

Bu araştırma ise , gastronomi turizmi açısından Kastamonu’nun mevcut durumunun incelenmesi, gastronomi turizmi kapsamında yapılmış, yapılması hedeflenen projelerin tespit edilmesi ve nelerin yapılması gerektiği noktasında yetkililerin ve ilgililerin dikkatini çekmesi amacıyla yapılmıştır. Tez çalışması dört bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde giriş bulunmaktadır bu bölümde çalışmanın genelden özele olmak şartıyla amacı ve araştırmanın konusu belli bir sınırdan ifade edilmiştir. İkinci bölümde turizm, gastronomi ve gastronomi turizmi gibi kavramlar ele alınmış ve literatür araştırmaları ele alınmıştır. Üçüncü bölümde Kastamonu hakkında genel bilgiler verilerek Kastamonu’da turizm alanında yapılmış, yapılması planlanan projelere, festivallere ve gastronomi turizmi ile ilişkili tescilli ürünler hakkında bilgilere yer verilmiştir. Dördüncü bölümde araştırmanın yöntemi açıklanmıştır. Beşinci bölümde araştırmanın bulguları detaylı bir biçimde tablolar ile desteklenerek yorumlanmış ve görüşler açık ve orijinal hali ile eklenmiştir. Sonuç kısmında ise araştırma bulguları ilgili literatür göz önünde bulundurularak durum değerlendirilmesi yapılmıştır. Kastamonu’nun gastronomi turizmi açısından bulunduğu konum aydınlatılarak giderilmesi gereken eksikler tespit edilmiş

bulguların ışığında nasıl geliştirilebileceği ve neler kazandırılabilceğine yönelik öneriler sunulmuştur.



2. TURİZM, GASTRONOMİ, GASTRONOMİ TURİZMİ

2.1 Turizm

Turizm genel anlamda insanın boş zamanlarını geliştirme, rekreasyon aktivitelerini kapsamlı bir çerçevede çeşitli başlıklar ile hayata geçirebildiği geniş bir kavramdır. Tarihten bugüne kadar Turizm ile alakalı tam bir tanıma ulaşılmamıştır (Sarı, 2007). Turizm kelime anlamı olarak Latince kökenlidir, geri dönmek manasını taşıyan ‘tornus’ kökeninden türetilmiştir (Usta, 2009). Özellikle ikinci Dünya savaşı sonrasında bilinir hale gelen Turizm kavramı, gelişmeye müsait sosyal ve ekonomik açıdan devamlı yükselen bir kavram olarak karşımıza çıkmaya başlamıştır (Bayer, 1992). İnsanların devamlı yaşadıkları şehrin dışına çıkarak yapmış oldukları seyahat ve gitmiş oldukları yerlerde kalıcı olmayan konaklamalarının meydana getirdiği ihtiyaçların karşılanmasıyla meydana gelen, üretime ve tüketime dayalı faaliyetler bütünü olarak tanımlanabilir (Ünlüöner ve Tayfun, 2003). Bu tanımlar doğrultusunda turizm olayına katılan ve şekil veren, devamlı yaşadığını yeri iş seyahati dışı nedenlerle geçici süreliğine terk ederek konaklamalar yapan, psikolojik olarak tatmin olma amacı güden, zaman ve ekonomik açıdan bir sınırlılığa sahip olan kişi ise turisttir (Usta, 2009: 8, akt. Coşkun, 2022). İlk olarak 1937 yılında tanımlanan turizm ifadesi, Milletler Cemiyeti İstatistik Komitesi tarafından ilk tanımlamada, bir ülkeye seyahat ederek orada minimum 24 saat kalan kişi olarak bahsedilmiştir. Bu tanımlama kapsamında bir kişinin turist kabul edilebilmesi için aşağıda belirtilen amaçlar doğrultusunda seyahat gerçekleştirmesi gerekmektedir (Kozak vd.,2006:6, akt. Yakut, 2019):

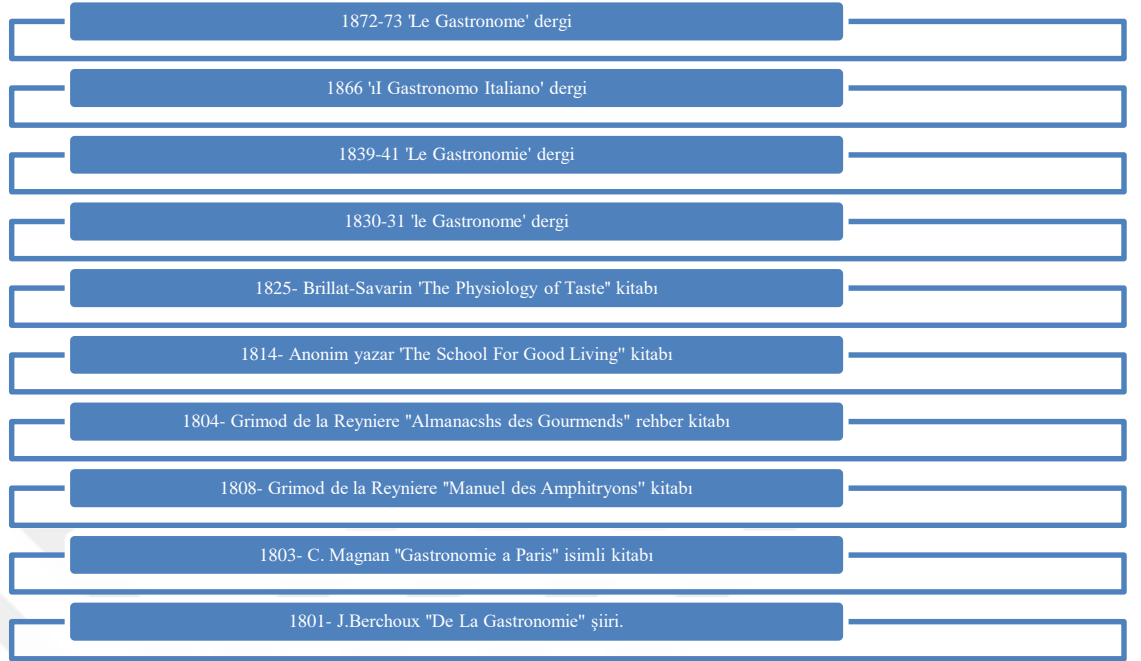
- Ailevi nedenler, sağlık ve zevk içerikli seyahat edilmesi
- İdari, dini, bilimsel ve spor içerikli seyahatler edilmesi
- Bir ticari amaç için seyahat edilmesi
- Deniz gezisi amacıyla seyahat edilmesi (Deniz gezileri 24 saatten az sürede olsa dahi bu kişiler turist olarak kabul edilmektedir).

Açıklamalar doğrultusunda turizm insanların belli amaçlar doğrultusunda kendi düzenlerini terk ederek farklı destinasyonlara seyahat etmesi olarak tanımlanabilir. En az 24 saat vakit geçiren ve bu seyahati gerçekleştiren turizmin uygulayıcı rolünü, turistin üstlendiğini söylemek de mümkündür.

2.2. Gastronomi

Gastronomi kavramı Yunanca ‘‘Gastro’’ ve ‘‘Nomos’’ kelimelerinden meydana gelmektedir (Katz, 2003, akt. Santich, 2004, akt. Yılmaz, 2017). Eski Yunan dilinde γαστήρ -τρός "mide" ve -νομία "-kural" sözcüklerinden türeyen bileşik bir kelime bütünüdür. Yeme içme ile kültür arasındaki bağlantıyı, gösterişli, hassas ve iştah kabartıcı yemeklerin hazırlanarak sunulması sanatı, belli başlı bölgelerin pişirme yöntemleri ve iyi yemek yemenin incelenmesi bilimidir (URL2, 2024).

Gastronomi kavramı Türk dil kurumu sözlüğünde ‘‘Sağlığa uygun, iyi düzenlenmiş, hoş, lezzetli, yemek düzeni ve sistemi’’ olarak tanımlanmıştır. Söz konusu gastronomi bir yemeğin içerisinde kullanılan besinlerin üretiminden, sofraya gelene kadar ki süreci kapsayan, gıdanın oluşumu, işlenişi, pişirilişi ve doğru yöntemlerle servis edilmesine kadar ki birden fazla ayrıntıyı içinde barındıran iyi yeme-içme faaliyeti olarak da tanımlanabilir. Gastronomi terimi ilk defa Fransız Şair ve Hukukçu Joseph de Berchoux’un ‘‘Gastronomie ou l’homme des champs a table (Gastronomi ya da Tarladan sofraya insan)’’adlı araştırmasında ifade edilmiş ve bu şekilde literatüre kazandırılmıştır (Özbay, 2019, s.5). Gastronomi ‘‘iyi yemek yeme sanatı’’ olarak 1835 yılında Fransız Mutfak Sözlüğüne dahil edilmiştir (Ab Karim 2006, s. 14-15, akt. Küçüktemel, 2022).



Şekil 2.1 Gastronomi kavramının tarihte terim olarak kullanımının sıralaması

Kaynak: Akbaba, A., & Çetinkaya, N. (2020). *Gastronomi ve yiyecek tarihi*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Gastronomi, günümüz şartlarında sadece yeme-içme tüketimi olarak düşünülmemesi gereken bir kavramdır. Son zamanlarda turizm açısından önemli bir noktaya ulaşarak ekonomik bir kaynağa sahip olmaya başladığı görülmektedir. Turizm denildiğinde akla ilk gelen deniz, kum, güneş çerçevesinde ve sadece belli bir dönemde sürdürülebilir faaliyetler dışında önemli bir turizm alanı olarak karşımıza çıkmaktadır (Kivela ve Crotts, 2005, akt. Bayram, 2021). Gastronomi pişirme teknikleri, beslenme alışkanlıkları, gıda bilimi, farklı lezzetler, koku, tadım yeme içme ile alakalı her kavramı içinde barındırmaktadır. Araştırmayı, tecrübe etmeyi, tadım yapmayı, anlamayı, yemek hazırlığına bir bütün olarak bakıldığında ortaya çıkan yemeği veya tadılan yemeğin duyuşsal niteliği hakkında düşüncelerin yazılmasını içermektedir. Özetle gastronomi; birden fazla bilim dalına (biyoloji, kimya, edebiyat, tarih vb.) hakim olmayı ve değerlendirmeyi kapsamaktadır (Kivela ve Crotts, 2006: 356, akt. Ateş, 2014:4, akt. Gülcan, 2022).

Gastronomi alan olarak ve bilimsel tarafı açısından yeniliğe açık ve birbirinden değişik pratiklerin ortaya çıkması ile devamlı olarak geliştiği görülen bir kavramdır.

Belli başlı kavramların dışına çıkarak farklı alanlarla ilişkili oluşu gün geçtikçe zenginleştiğini göstermektedir. Bu sebeple, zamanla fen ve sosyal bilimlerle arasında ki etkileşim artarak disiplinler arası çeşitli kavramlarında oluştuğunu ve bu oluşuma kaynak sağladığını söylemek mümkündür.

Gastronomiyi Akgöl Üretim, tüketim ve Üretim ve tüketimin beraber değerlendirilmesi şeklinde üç ayrı başlık altında sıralamıştır. Üretim bölümünde dikkate alınan yemeğin hazırlanması sürecidir. Kaliteli bir yemeğin hazırlanışı, pişirilişi, sunumu ve masa düzeni kurma gibi kavramlar, iyi yemek yeme bilgisi ve tecrübesi, yemeği pişirme gibi uygulamalar bu bölümde incelenir. Tüketim bölümünde, yemekle ilgili duygular, abartılan davranışlar ve şatafatlı tatlara düşkünlük gibi konular incelenmektedir. Üretim ile tüketimin birlikte incelendiği bölümde ise iyi yemeklerin sunulduğu zamana kadar bütün süreci, hazırlanışında kurallara uyulup uyulmaması ve doğru araç gereç ile sunulup tüketildiği gibi konular incelenmektedir (Akgöl, 2012, s. 18, akt. Özdemir ve Altınar 2019 s.3). Gastronomiyi pratik, teorik, teknik ve gıda olmak üzere dört alana ayıran Horison her alanla sorumlu kişileri de açıklamıştır (Gillespie, 2001, akt. Akbaba ve Çetinkaya 2020).

- Pratik gastronomi, dünya mutfaklarına ait farklı yemeklerin ve içeceklerin, hazırlanma, üretim aşamaları, uygulama biçimleri ve sunumlarını kapsamaktadır,
- Teorik gastronomi, pratik gastronomiyi içinde barındıran ve destekleyen işleyişi ve işleme sürecini kapsayan ve tarifler üzerinde çalışan bir bölümdür,
- Teknik gastronomi, pratik gastronominin temelini oluşturan ve sıkıntı yaratan süreçlerini kapsayan bir bölümdür bu bağlamda teknik gastronomi farklı ve daha önce hiç olmayan üretim alanları oluşturarak güvenli ve çeşitli alanlar yaratmaktadır,

- Gıda gastronomisi ise yiyecek içeceklerin genetik yapıları ile ilgilenen temelinde daha fazla haz almak veya doyuma ulaşmak için yapılan çalışmalardan oluşan bir bölümdür (Gillepsie, 2001, akt. Akbaba ve Çetinkaya, 2020).

Gastronomi turizminin oluşmasında en büyük payın bu alana ilgi duyan, zaman ayıran ziyaretçilerin olduğunu söylemek mümkündür. Sadece tadım yapmak amacıyla bulunmuş oldukları yerden başka bir lokasyona gidebilecek zamana, maddi duruma ve seyahat etme hevesine sahip olan ve gastronomi turizmine dahil olan kişiler gastro turist olarak adlandırılmaktadır (Hatipoğlu, 2010, s.6).

Başka bir tanımda ise Akgöl, gastro turisti; kendi alanında ünlenmiş veya yeni açılmış bir gastronomi işletmesini ziyaret amacıyla uzun yolculuklar yapabilecek, bitkileri, sebzeleri ve meyveleri yetiştirdiği mevsimi hesaba katarak, gastronomi ve yemek festivallerini takip ederek seyahat edebilecek turist tipi olarak tanımlamıştır (Akgöl, 2012, s.37-38, akt. Akçay, 2022).

Gastro turist denilince akla gelen ilk yorum ‘yemek için seyahat etmek’ olabilir. Yemek yemenin vermiş olduğu haz, farklı lezzetlere duyulan merak, maddi olanakların elverişli olmasıyla farklı alanlara duyulan ilgi, tadılmak istenen yemeğin hazırlanışını, pişirilişini, sunumunu yerinde ve ustasından gözlemlene, gastronomi açısından deneyim sahibi olma ve metinler kaleme alabilmek için tecrübe edinme gibi birçok başlık gastro turistin seyahat sebepleri arasında gösterilebilir. Gastronom ise gastronomi kavramı kapsamında çok fazla bilgi birikime sahip olan kişi olarak tanımlanır. Teorik ve pratik gastronomiyi bir araya getiren kişi ise gastronomist’tir (URL3, 2024).

Uygulama açısından kendini geliştirmiş işin mutfağına, üretimine, hazırlanışına, sunumuna hakim olan, pişirme yöntemlerini doğru uygulayabilen kişiler gastronomist olarak tanımlanabilir. Lezzet, damak tadı, hoş ve farklı tatların peşinde olan gastronomi açısından birçok alana, mutfağına ve yönteme teorik olarak da hakim ve ilgili olan kişi gastronom olarak açıklanabilir. Gastronominin sadece mutfak ve yemek kavramları ile ilişkili olmayıp tarihten bu zamana kadar gelen yemek

kültürleri, yöresel kavramlar, mekanlar, ritüeller ve özgün uygulamalarla da yakından ilişkili olduğu söylenebilir. Bir bölgede veya yörede düzenlenen gastronomi festivalleri, geleneksel hale gelmiş panayırlar, bir ürünün özel pişirme yöntemleri, kullanılan özel araç gereçler, saklama koşulları, özel fermente yöntemleri ve bu faaliyetlerin yapıldığı yerler de gastronominin içine dahil edilebilir örnekler olabilir ve bir gastronomun bu gibi kavramlara hakimiyeti alanında ki başarısını ortaya koyabilir.

Günümüzde gastronomi kavramı, bir bölgede yaşayan insanların içlerinde yaşadıkları bir konu olmaktan sıyrılıp Ülke turizminin tanıtılmasına, pazarlanmasında çok önemli bir yere sahip olmuştur (Bekar ve Belpınar, 2015; Bucak ve Aracı, 2013; du Rand, 2006; du Rand ve Heath, 2008). Farklı gastronomik faaliyetler, sempozyumlar. Festivaller ile gastronominin önemi ülkelerarası bir boyuta ulaşmakta ve gastronomi ile ilgili yapılan aktivitelerin turizm sektöründe ki yeri ve değeri her geçen gün artmaktadır. İnsanların yeme- içme alışkanlıkları ile fazla ilgileniyor olmaları bu değeri gün geçtikçe arttırmaktadır. Bu bağlamda bilgili ve bilinçli turist görüntüsünün oluşması ve yalnızca gastronomi ile ilgili faaliyetlere katılmak üzere seyahat ediyor olmaları, gasronomi turizmini rağbet gören alternatif bir turizm alanı haline getirmektedir (Dilsiz, 2010, akt. Bucak ve Aracı 2013, akt. Bekar ve Belpınar, 2015). Yapılmış olan tanımlamaların birleştiği nokta dikkate alınırsa, gastronomi, “temelini belli başlı kültürlerin oluşturduğu, yemeğin hazırlanmasından sunumuna, sunumundan yeme-içme tecrübesiyle ilgilenen bilim ve sanat dalı” olarak ifade edilebilir. gastronomi bir bilim dalı olarak kabul gördüğü için belirli kurallar çerçevesinde değerlendirilirken tanımında sıkça kullanılan “sanat” kavramı estetiği, hazzı, doyumunu ifade eden bir çağrışım yapmaktadır (Sarışık ve Özbay, 2015).

2.3. Gastronomi Turizmi

Gastronominin turizm üzerinde ki etkisinin son dönemlerde daha da arttığını yapılan çalışmalar, araştırmalar, festivaller, şehirlerin gastronomi açısından farkındalık oluşturmak amacıyla turistlerin ilgisini çekebilecek gastronomik değerlerini ortaya çıkarması ve pazarlaması gibi birçok başlık destekler niteliktedir. Turizmi genel olarak insanların farklı şehirlere, kültürlere olan ilgisinden doğan bir ihtiyaç olarak

değerlendirebilirsek kültür kavramının içinde büyük bir yere sahip olan yemek ve mutfak kültürü de turizme katkı açısından büyük bir etkiye sahip olduğu söylenebilir. Yemek ve mutfak kültürünü içinde barındıran gastronomi, turistlerin tek düze seyahat fikri dışında özgün bir seyahat kapısı olarak düşünülebilir. Yemeğin topraktan sofraya kadar ki serüvenine ilgi duyan, ekonomik refah seviyesi yüksek, bir yemeği tatmak için başka bir şehre gidecek kadar vakti olan kişiler gastronomiyi turizm açısından değerli hale getiren unsurlardan birkaçı olabilir. Gastronomi turizmi kavramı birbirinden farklı kültürleri yiyecekler açısından ifade etmek için literatüre kazandırılmıştır (Aksoy ve Sezgi, 2015, akt. Çolakoğlu, 2023).

Gastronomi turizmi, bir şehrin, bölgenin veya ülkenin kendine has özelliklerini içinde barındıran yiyecek ve içeceklerinin hazırlanışından sunumuna kadar ki süreci tadım yaparak tecrübe etmek, gastronomik açıdan deneyim kazanmak amacıyla destinasyon değiştiren kişilerin seyahat boyunca yapmış oldukları tüm aktiviteleri içinde barındıran faaliyetler bütünü olarak tanımlanabilir. Bu faaliyetler kapsamında gastronomik değere sahip olan, tarihi, kültürü ve bölgesel özellikleri ile birden fazla destinasyon ilgi görmekte ve ziyaret edilmektedir (Küçükkömürler vd., 2018, akt. Sancak, 2023).

BM Turizm ve Rekabet edebilirlik komitesi (CTC), gastronomi turizmi kavramını ziyaret edecek kişinin seyahati süresi boyunca yeme-içme ile ilgili bütün ürün ve faaliyetlerle ilişkili deneyimleriyle karakterize edilen bir turizm aktiviteleri alanı olarak tanımlamaktadır. Devamında ise gastronomi turizminin geleneksel veya yenilikçi, otantik mutfak deneyimlerinin dışında gitmiş oldukları şehirlerde veya ülkelerde yerel üreticileri ziyaret etme, festivaller ve panayırlara katılma, yemeklerin tekniklerine uygun şekilde pişirildiği kurslara katılma gibi faaliyetleri de kapsayabileceğini ifade etmiştir (URL4, 2019). Gastronomi turizmini Şengül ve Türkay (2016) ‘‘ Bir yörenin mutfağını tanımak o yöreye özgü özgün lezzetlerin tadımını yapmak o bölgede yetişen ürünlerin topraktan sofraya ulaştığı süreci gözlemlemek, yemeklerin yapıldığı yöreye özgü araç gereçleri tanımak ve kullanımlarını gözlemlemek yine o yörede bilinmiş ve ün almış restoranların yemeklerini tatmak için yapılan seyahatlerin bütünü ‘’olarak tanımlamışlardır (Şengül ve Türkay 2016, s. 89).

Gastronomi turizmini Demir (2011) sadece gazetecilerin önerdiği tatlar dışında kibirden, egodan uzak araştırmacı gastro turistlerin hissederek, yaşayarak tecrübe etmeleri gerektiğini belirterek hazırlanmış olan yemeklerin ziyaretçilere etkileyici bir biçimde servis edilmesi anlamına gelen bu turizm dalının ses ve görüntü dışında turizm açısından önemli bir yere sahip olduğunu ifade etmiştir. Farklı kültürlerin mutfak parantezinde birleşmesine katkı sağlayan bu turizm dalının sözü geçen ortamlarda gastro turistlere deneyimlerini, deneyimlerinden doğan tecrübelerini anlatma fırsatıyla ilgi ve çeşitlilik sağladığını söylemek mümkündür (Demir,2011:51, akt. Barışan, 2022). Başka bir tanımda ise Hall vd., (2003) gastronomi turizmini, sadece gelen turistlerin tktmış olduğu o yörenin kültürel mirasının belli bir kısmı, o bölgenin turizmine katkı sağlayan bir araç, yörenin tarımsal ve ekonomik faaliyetlerinin gelişmesine katkı sağlayan, rekabeti teşvik ederek hedef pazara ulaşma noktasında önemli bir yere ve öneme sahip, ziyaretçiler açısından servis ve bir ürün olarak ifade etmiştir (Hall vd., 2003, akt. Barışan, 2022).

Gastronomi turizmi faaliyetlerinin en etkili ve cazip özelliklerinden bir tanesi dnemsl olmayışıdır. Bir döneme ait olmayan bu turizm alanı hem turistler hem de şehirler için önemli bir nokta, istenilen her gün, her saat her mevsimde ziyaret edilen bölgenin restoranında yemek yiyerek, içeceklerini deneyimleyerek, üretimlerin gerçekleştirildiği işletmeleri, bahçeleri, bağları, yöresel pazarları ziyaret etmek, konferans ve uygulamalı çalışmalar gibi birçok faaliyete katılma imkanı sağlıyor. Bazen bu ziyaretler sadece belli başlı konular etrafında toplanıyor örneğin et, peynir, çay, mantar gibi spesifik alanlara ilgi duyuluyor bu minvalde gastronomi turizminin al başlıkları oluşarak mantar turizmi, çikolata turizmi, şarap turizmi veya bira turizmi gibi çeşitlilik kazanıyor (Küçükkömürler vd.,2018, akt. şapı,2023). Gastronomi turizmi motivasyon kapsamında Kültürel, fiziksel, sosyal ve prestij gibi dört ayrı kültüre bağlıdır. Ziyaretçilerin farklı kültürleri tanıma, bilme ve öğrenme isteği o destinasyonda bulunan restoranlara gitme, festivallere ve gastronomi faaliyetlerine katılma isteği Kültürel motivasyon olarak tanımlanabilir. Sırasıyla bakıldığında Fiziksel motivasyon, her insanın yaşaması için gerekli olan zorunlu beslenme zorunluluklarıdır. Sosyal motivasyon, kişilerin gastronomik faaliyetlere, festivallere ve birçok uygulamaya aktif olarak katılması olarak tanımlanabilir. Prestij ise, ziyaret edilen bölgelerde ziyareti prestij kazandırabilecek ortamları görerek tecrübe edilmesi

ve bu deneyimlerin yeri geldiğinde uygun ortamda paylaşılması olarak ifade edilebilir. Gastronomi turizmi kaynaklarının gastro turistler tarafından takip edildiği ve görüşlerinin bu kaynaklar aracılığı ile şekil aldığı birçok araştırmada ortaya konulmuştur. Gastronomi turizmine ilgili olan kişilerin yöresel lezzetleri tercih ettiği ve faaliyetlere katıldığı göz önünde bulundurularak yörenin ekonomisine katkı sağladığını söylemek mümkündür. Bu bağlamda bahsedilen konu başlıklarının gastronomi turizminin turizm genelinde önemli bir yerinin olduğu, yerel destinasyonların pazarlanmasında etkili bir rolünün olduğu söylenebilir (Akbaba ve Çetinkaya, 2020).

Gastronomi turizmi, uygulama alanlarının genişliği ve farklı işleyişi sayesinde sadece belli başlı yerlerin bilinmesi veya ziyaretçi kabul etmesi gibi kalıpların dışında her yörenin bilinir olması, ziyaret edilmesine öncülük eden kırsal kesimlerin tanıtımı ve gelişmesi açısından da etkili bir turizm alanı olduğunu söylemek mümkündür. Yöre halkının da bu pazarlamaya katkı sağlamaya çalışması farklı yerel ürünlerin gün yüzüne çıkarılarak tanıtımının yapılması gastronomi turizminin kapsamının büyüklüğünü göz önüne sermektedir (Quan ve Wang, 2004, Sancak, 2023).

Turizmin en etkili dalı olan gastronomi turizmi sadece belli bir kitleye sahip, lüks, şaşalı restoranlarda ve otellerde üretilen yemekleri kapsamıyor. Bir destinasyonun ilgi görebilecek, geçmişi, lezzeti, hazırlanışı ve sunumu açısından farklı olan her şeyin bu kapsamın içinde olduğunu söylemek mümkündür. Sokak lezzetleri olarak adlandırılan herkesin bilmediği ama lezzet açısından farklı bir yere sahip olan lezzetler, o yörede özgünlüğü ile bilinen bir pastane, dondurmacı, sadece yerel halkın bildiği butik mekanların da bu kapsama dahil olduğu söylenebilir (Çağlı, 2012).

Yukarıda belirtilen tanımlar ışığında, birden fazla kavramı içinde barındıran gastronomi zevk, tarih, emek, kültür, beğeni, ahenk gibi sanat ile yakın ilgisi olan kavramları da kapsamaktadır. Gastronomi kapsamında hazırlanan yemekler bu sanatsal kavramlardan biri olan estetik yönü ortaya çıkaran duygular çerçevesinde hazırlanmaktadır. Bu açıdan bakıldığında ise gastronomi büyüklüğü önem arz etmeksizin belli bir yörenin veya bölgenin gelenek ve göreneklerinin ışığında

üretilen mutfak ve yemek ile ilgili her şeyi ve insanların bu ürünleri hoş duygularla tatma sanatı ve bilimi olarak değerlendirilebilir (Erşen, 2017:5). Bu bağlamda gastronominin özünü oluşturan yöresel lezzetler ve kültürlerin özelliklerini ve en önde gelen noktalarının tanınması için gerçekleştirilen faaliyetlerinin tümü gastronomi turizmine dayanmaktadır. Mutfak ve yöresel lezzetlerin kültür ve turizmin birleşme noktasında büyük bir yere ve öneme sahip olduğunu söylemek de mümkündür, bu birleşim de iki ana temel unsur bulunmaktadır. Bunlardan ilki farklı bir turistik gezi amacıyla harekete geçip bu seyahatlerde yöresel lezzetleri de tatmaktır. İkincisi ise sadece o yöreye, bölgenin lezzetlerini tatmak amacıyla gitmektir bu seyahat biçiminin asıl motivasyonu gastronomi turizmidir (Zengin ve Işkın, 2017: 412). Özetle gastronomi turizmi için bir yörenin lezzetlerinin ve kültürünün birleşiminden doğan destinasyonlara turizm açısından farklı bir kaynak ve bakış açısı sunan önemli bir turizm alanı demek mümkündür. Bu bağlamda gastronomi turizminin destinasyon markalaşması noktasında büyük bir role sahip olduğu düşünülmektedir.

Son dönemlerde gastronomi turizmine olan ilginin arttığı düşünüldüğünde destinasyonlarda bulunan yerel işletmeler menülerinde yöresel lezzetlere daha çok yer vererek turistler açısından ilgi görecektir sunular gerçekleştirdikleri söylenebilir. Aynı şekilde kamu kurum ve kuruluşları, turizm paydaşları ‘‘Gastronomi Şehri’’ olma amacıyla şehirlerinin yemek tarihini, mutfakta kullanılan özel araç gereçlerini, özgün lezzetlerini, özel tarihi mekanlarını gün yüzüne çıkarmak ve pazarlamak için yeni projeler oluşturdukları gözlemlenmektedir.

2.3.1. Gastronomi-Turizm İlişkisi

Turizm, insanların buldukları, yaşadıkları şehirlerin dışında ki yerlere gitme hareketi ve her zaman motive oldukları faaliyetlerden keyif almaları ile ilişkili sosyal kültürel ve ekonomik bir olgu olarak tanımlanmaktadır (International Recommendations for Tourism Statistics [IRTS], 2010). Turizm, insanlara ilgi çekici, zamanlarını, maddi imkanlarını uğruna harcayabilecekleri, gezerek, görerek, tadarak öğrenebilecekleri, deneyim kazanabilecekleri birçok olanak sağlayabilir. Gün geçtikçe insanların seyahat etme amaçları farklılaşarak, çeşitli hale gelmekte ve

turizmi renkli hale getirecek alanlar oluşmaktadır. Bu bağlamda birçok yeni bilim dalı, sosyal, kültürel ve ekonomik kavramlar turizm ile ilişkili hale geldiğini söylemek mümkündür. Bu bilim dallarından turizme katkı noktasında en bilinen olanı ve en önemlisinin gastronomi olduğu söylenebilir. Gastronomi, yiyecek içeceklerin hijyen ve sanitasyon uygulamalarına dikkat edilerek belli bir sistemin ve düzenin ışığında hazırlanması, göze ve damak tadına hoş gelecek şekilde sunulması ile oluşan yemek kültürü ve sanatı olarak ifade edilebilir (Dilsiz, 2010, s.3, akt. Özdemir ve Altın, 2019).

Turizm için belli bir öneme sahip olan gastronominin zamanla insanların seyahat etme araçlarından ve amaçların biri haline geldiğini söylemek mümkündür. Long, gastronomi turizmi kavramını “*gastronomi ile ilgili faaliyetlere katılan turistlerin, kültür ve tarihi bir nevi yaşayarak akılda kalıcı tecrübeler yaşamının yolu*” olarak ifade etmiştir (Yarış, 2014, akt. Torunsağ vd., 2022).

Gastronomi ve yemek turizminin ülkelere büyük katkılarının olduğunu söylemek mümkündür. TURSAB (2024) gastronomi turizmi verilerine göre Türkiye’de turizm gelirlerinin içinde en büyük pay yeme içme sektörünün. Toplam harcamaların yüzde 20-25’ini yeme içme oluşturuyor. 2004 senesinde Türkiye’nin turizm geliri 17 milyar dolar düzeyinde iken o yılda yeme içme için yapılan harcama 3.1 milyar dolar düzeyindeydi. 11 sene sonra bu rakam iki katını aşarak 6 milyar 523 milyar dolar seviyesine yükseldi, toplam turizm geliri ise 34.3 milyar dolara ulaştı (URL5, 2024). Gastronomi ve yemek kültürünün diğer ülkelere oranla daha yüksek olduğunu söyleyebileceğimiz Türkiye’de gastronomi turizminin, keşfedilmeyi bekleyen birçok lezzeti ve kavramı gün yüzüne çıkaracağı, destinasyonlara turizm açısından katkı sağlayacağı öngörülebilir bir durumdur. Turizm sektörü açısından büyük önem arz ettiği düşünülen gastronomi ve yemek turizminin ekonomik açıdan payının yüksek olduğunu veriler onaylar niteliktedir.

TURSAB Gastronomi turizmi faaliyet raporunda dünya gastronomi turizmi verileri de göz önünde bulundurularak geliştirilebilir noktalara değinilmiştir; Zengin bir mutfak kültürüne sahip olan Türkiye’nin gastronomi haritasının olması gerektiği, gastronomi turlarının bütün ülkelere yapılması gerektiği, ABD’de devamlı gündemde

olan yemek festivallerinin Türkiye’de aktif şekilde rol alması ve devamlı gündemde olması gerektiği, il bazında yerel lezzetlerin gün yüzüne çıkarılması gerektiği, ilgili alanda aşçılık ve gastronomi alanına ağırlık verilen yüksek eğitim kurumlarının artırılması gerektiği ve her ülke kendine has marka ürünlerinin reklamını ve pazarlamasını yapıyorsa Türkiye’nin de kendi lezzetlerini ve kültürünü tanıtmaları gerektiği gibi turizm ve gastronomi turizmi açısından son derece önemli önerilerde bulunulmuştur (URL5, 2024).

2.3.2. Gastronomi Turizmine Yönelik Faaliyetler

Yukarıda bahsi geçen sebepler doğrultusunda gastronomi turizminin önemli uğraklarından biri olmaya aday Kastamonu ilinde turizm çalışmalarında mutfak kültürü ve yeme-içme olanaklarının pazarlanması noktasında önemli bir yerinin olduğu vurgulanarak gastronomi imajına destek sağlayacağı öngörülen ‘‘Acem Hanı Gastronomi Merkezi’’ oluşturma projesi hazırlanmıştır. Oluşturulması planlanan bu merkezde Kastamonu ilinde ki çeşitliliğin korunması, farklı çalışmaların yapılması, bilimsel çalışmalara ortam sağlaması, gastronomi alanından etkinliklerin düzenlenmesi, gastronomik çalışmalar ile temel bilgi ve becerilerin geliştirilebileceği bir mutfağa sahip olması, yöresel ürün tanıtımı, mutfak sanatlarını el iş işliğinin ve becerilerin kazandırılması, şehrin gastronomi tarihinin bilinirliği ile gelişimine katkı sağlaması ve bu başlıklar ile şehrin gastronomi imajına önemli katkılar sağlaması amaçlanmıştır. Bu merkez aracılığı ile;

- Nitelikli iş bulma imkanı amacıyla sertifikalı eğitim
- Kurumsal araştırmalara özel programlar ve eğitimler
- Lise ve üniversite sonrası kendini geliştirmek isteyenlere yeni eğitim programları
- Sosyal sorumluluk kapsamında gastronomik açıdan iyileştirme çalışmaları

- Yiyecek-içecek işletmelerinde kalitenin artması açısından standartlaştırmaya yönelik kurumsal akreditasyon çalışmaları planlamak
- Kastamonu yemek kültürünün kent hafızasında yer edinmesi ve bilinmesi için görsel ve işitsel yollarla destek vermek vb. gibi konular amaçlanmıştır. (URL6, 2024).

Bir diğer örnek ise tescilli UNESCO gastronomi şehri olan Afyonkarahisar’da yapımına başlanan ‘‘Gastronomi sokağı’’ projesi, yerli ve yabancı turistlerin yöresel lezzetlerin nasıl yapıldığını görebileceği tarihi dokuya uygun ürünlerin tanıtımının ve satışının gerçekleştirilebileceği bir sokak projesi. Türkiye’de ilk defa hayata geçeceği söylenen proje gastronomi sokağında 35’ten fazla tecilli lezzet ziyaretçilere sunularak, turistler için bir cazibe merkezi haline gelmesi planlanmaktadır (URL7, 2024).

Gastronomi turizmi kapsamında hayata geçen bir diğer önemli proje ise Gaziantep Büyükşehir Belediyesi iştiraki ile hayata geçen ‘Mutfak Sanatları Merkezi’ Gurme restoran olarak açılarak Gaziantep’e has yemeklerin ve tatlıların tanıtımı, pazarlanması amacı ile kurulmuş bir merkezdir. Kaybolmaya yüz tuttuğu ifade edilen lezzetlerin tariflerinin gün yüzüne çıkarılarak mutfak ve yemek meraklısı kişileri profesyonel mutfak ve kültürü ile kavuşturmak, bu alanda bilgi beceri ve tecrübeye sahip olmalarını sağlamak, hobi olarak görülen mutfak faaliyetlerinin şeflik ile talandırmayı düşünenleri workshop eğitimleri ile Gaziantep mutfak kültürüyle tanıştırmayı hedefleyen bir kuruluştur. Ve bu proje ile Dünya çapında bilinen gurme restoran, aşçı ve servis elemanı gibi alanlarda mesleki eğitim veren bir işletme haline gelmeyi hedeflendiklerini vizyonlarında belirtmişlerdir (URL8, 2024).

Bu gibi gastronomi şehirleri veya gastronomi şehri olmayı hedefleyen destinasyonların yapmış olduğu birçok çalışmaya literatür de ve kurumların resmi sayfalarında rastlamak mümkündür. Gastronomi turizminin gün geçtikçe destinasyonlar açısından önemi artmakta ve şehirlerde ki kurumların, özel sektör yetkililerinin, turizm kapsamına giren her türlü kurum ve kuruluşun üzerine düşen

görevin kalkınma açısından büyük sorumluluk gerektirdiğini söylemek mümkündür. Verilmiş olan örnekler baz alındığında şehirlerde bir gastronomi farkındalığının oluştuğunu gözlemlemek kaçınılmazdır bu bağlamda birçok şehir gastronomi başlığını artık projeleri arasına alarak, yatırımlarını o alana yönelttiği görülmektedir. Şehirler gastronomi turizminin gelişmesi ve yerel bazı değerlerin bilinir hale gelmesi için festival, program ve organizasyonlar planlamaktadır. Kastamonu ve ilçelerinde gerçekleştirilen gastronomi turizmine katkısının mümkün olabileceği, içeriğinde yöresel lezzetleri ve faaliyetleri barındıran bölgesel festivaller şu şekildedir;

Taşköprü Sarımsak Festivali; Kastamonu'nun sarımsağı ile ünlü olan ilçesi Taşköprü'de her yıl düzenlenen bir festivaldir. Yılın 15-19 Ağustos tarihleri arasında düzenlenen bu festival sarımsak hasadının kutlanması ve ilçe ekonomisine katkı sağlamak amacıyla yapılmaktadır. Milattan önce de yapıldığına dair bazı tarihi kalıntılara da rastlanılmıştır (URL9, 2024).

İhsangazi Siyez ve Sepetçioğlu Festivali; Siyez buğdayının tanıtımı amaçlanarak İhsangazi Belediyesinin düzenlemiş olduğu bir festivaldir. Siyezin bağ bozumunu yani sonuncu hasadını temsil eden festivalin bölgeye büyük katkılar sağladığını söylemek mümkündür. Organizasyonun ekonomik kapsamı 30.000 TL'dir. Ziraat Odası, Kaymakamlık ve İhsangazi Derneği sponsorluğun da faaliyetler gerçekleştirilmektedir (Ateş ve Oktay, 2019).

Doğanyurt Kestane Balı Festivali; Kastamonu'nun Doğanyurt ilçesinin liman içinde ağustosun ikinci haftası düzenlenmektedir. Doğanyurt Kestane Balının uluslararası çapta tanıtımının gerçekleştirilmesi ve daha geniş kitlelere ulaşılabilmesi için yapılan bir faaliyettir (Ateş ve Oktay, 2019).

Uluslararası Tosya Kültür ve Pirinç Festivali; Kastamonu'nun Tosya ilçesinde ağustos ayı içinde gerçekleştirilmektedir. Bu etkinliğin ilk defa yapıldığı tarih 1987'dir. Tanıtımlar, broşürler, ilanlar, davetiyeler, afişler, billboardlar ile yapılmaktadır. Faaliyete ortalama 10.000 kişi katılmaktadır. Etkinliğin ekonomik kapsamı 750-800 bin TL arasında değişmektedir (Ateş ve Oktay, 2019).

Bu gibi festivallerin bir destinasyona hem ekonomik hem de turistik açıdan büyük katkıların olduğunu söylemek mümkündür. Bölgesel festivallere yöre insanının ve çevre şehirlerden gelen insanların katılıyor olması şehrin tanıtımı açısından büyük önem taşımaktadır. Festivallerin düzenli olarak her yıl yapılması, geleneksel hale getirilmesi ve son dönemlerde reklam ve tanıtım noktasında büyük önem taşıyan sosyal medya gibi araçlarla tanıtım filmlerinin çekilmesi ilgiyi şehre çeken önemli bir unsur olarak belirtilebilir. Bu bağlamda yeme-içme faaliyetlerinin şehirlerin ve ülkelerin markalaşmasında önemli bir rolünün olduğu söylenebilir. Seyahat etme kriterlerinin güncellendiğini ve turistlerin ziyaret etmeyi düşündükleri destinasyonlarda aradığı kavramların geniş bir çerçeveye ulaştığını söylemek mümkündür. Son dönem faaliyet ve turizm raporları oluşan bu yenilikçi fikirleri doğrular niteliktedir örneğin; TURSAB gastronomi turizmi raporuna göre dünyada turistlerin yüzde 88.2'si destinasyonları seçerken yemeğin önemli olduğunu vurgulamaktadır. Gastronomi turizmini teşvik edici en önemli unsurların başında yemek etkinliklerinin geldiğini, dünyada yemek turizmiyle ilgilenen üreticilerin yüzde 80'e yakınının faaliyetlerini yemek etkinlikleri üzerine kurduğunu ve etkinliklere uygun ürün ürettiklerini ifade etmektedir. Kişi başı 828 dolar harcama yapan bir turist bu rakamın 157 dolarını yemek için kullanmaktadır. Türk vatandaşlarıysa yurt dışında yaptıkları kişi başı toplam 685 dolar harcamanın 194 dolarını yeme içmeye ayırıyor. (URL5, 2024).

Gastronomi turizminin ilgi çekici olması için veriler ve örnekler de göz önünde bulundurulduğunda etkinliklerin, gastronomik faaliyetlerin, eğitimlerin, uygulamaların ziyaretçilerin ilgisini çekebilecek organizasyonların gerçekleştirilmesi gerektiğini söylemek mümkündür. Merak etme, öğrenme, bilme ve deneyimleme eksenini etrafında dolaşan bu turizm faaliyeti için turizm şehirlerinin veya gastronomi şehri olma yolunda ilerleyen destinasyonların workshop uygulamaları, eğitim merkezleri, sertifikalı kurslar, yukarıda bahsi geçen gastronomi merkezleri, gastronomi ve yemek müzeleri, yeme-içme etkinlikleri düzenlemeleri gerekmektedir. Gastronomi turizmi, etkinlikler aracılığı ile destinasyonlara büyük oranda ziyaretçi kazandırabilir. Her mevsim ve dönemde belli kalıpların ve standartların içinde kalmamış olan gastronomi turizmi insanların ilgi duydukları, deneyimlemek istedikleri lezzetler için şehir dışı veya uluslararası seyahatler gerçekleştirdiği bu

deneyimleri ile kültürel açıdan donanıma sahip olarak toplum içinde bir farkındalık kazandıkları, bu tecrübelerini sosyal medya, dergi, makale, köşe yazısı vb. araçlarla takipçileri ve okurları ile paylaştıkları başlı başına özgün bir turizm dalı olarak karşımıza çıkmaktadır.



3. KASTAMONU HAKKINDA GENEL BİLGİLER

Bu bölümde Kastamonu hakkında genel bilgiler ile Kastamonu yemek kültürü, gastronomi adı altında yapılan çalışmalara yer verilmiştir. Bu kavramlar üzerinde literatür taraması yapılmıştır.

3.3. Coğrafya, Nüfus, Tarih, Ticaret

Bu bölümde çalışmanın gerçekleştirildiği Kastamonu ilinin coğrafi konumu, nüfus bilgisi, tarihi yapısı, ticari geçmişi ve turizm kapsamı gibi konular hakkında kısa ve öz bilgilere yer verilmiştir. Bu bölüm Kastamonu hakkında bir ön bilgi oluşturması amacıyla oluşturulmuştur.

3.3.1. Coğrafya

Kastamonu çoğunlukla engebeli arazilerden oluşan kuzeyinde Batı Karadeniz dağları, Karadeniz sahiline paralel olarak uzanan İsfendiyar (Küre) dağları, il merkezinin güneyinde ise doğu batı uzantılı ılgaz dağları ile çevrelenmiş bir batı karadeniz şehridir (Kastamonu.tarimorman.gov.tr, 2024). Genel yüz ölçümünü yüzde 61,5 oranında orman kaplamakta olan Kastamonu ilinin toprak açısından büyük bir bölümü tarıma elverişli olmayan arazilerden oluşmaktadır. Fakat coğrafi açıdan vadilerin ve küçük ovaların oluşu tarıma ve üretime destek açısından göze çarpar. Örneğin, Daday ve Taşköprü ovalarını içine alarak Gökırmak ve Tosya tarım arazilerini de kapsayan Devrez vadisi ve birkaç ilçesinde de tarıma, ekim dikime uygun arazileri bulunmaktadır. Doğası ve yeşili ile göz alıcı güzelliğe sahip olan Kastamonu'nun Ilgaz Dağı ve Küre Dağları Milli Parkı gibi coğrafi açıdan önemli 2 adet milli parkı mevcut olup yaban hayatı geliştirme ve tabiat parklarına da sahiptir (URL11, 2024).

3.3.2. Nüfus

Kastamonu'nun kültürel ve coğrafi özellikleri sayesinde tarihten bugüne farklı konumlarda yer aldığı ve her dönem adından söz ettirdiğini söylemek mümkündür. Bu yapısıyla içinde barındırdığı farklı kültürden ve konumdan insanlarda olmuştur. Bu kapsamda şehir nüfusunun tarihten bugüne toplam nüfusunda büyük bir paya sahip olduğu söylenebilir. Kastamonu kent nüfusunun 1927 senesinden bugüne kadar ki süreç içerisinde belli aralıklarla sürekli olarak artışta olduğu görülmektedir. 1927 senesinde ilin kent nüfusu 37684 kişi iken toplam nüfus içinde ki payı %11.2'dir. Kent nüfusu 1950 senesinde 45796 kişiye ulaşmıştır. 1950 senesinden itibaren Kastamonu'da göç hareketleri büyük bir ivme kazanarak kent nüfusu hızlı bir şekilde yükselmeye başlamıştır. O dönemlerde özellikle devlet eliyle bölge, il ve ilçe müdürlükleri gibi kamu kurum ve kuruluşları inşa edilmiştir bu durum kentin nüfus artışında büyük etki yaratmıştır. 1990 yılında 148710 kişiye ulaşan kent nüfusunun toplam nüfus içinde ki payı %35.1'e yükselmiştir. 2000 yılında gerçekleştirilen nüfus sayımı sonuçlarına göre toplam nüfusun %46.4'ü kentlerde geriye kalan 53.6'lık kesim ise kırsal kesimde yaşamaktadır. 2000 yılı verilerine göre Kastamonu şehrinin nüfusu 64606'dır (İbret, 2004. s. 171-172). Kastamonu nüfusu 2023 yılı itibariyle 388.990'dır. Bu nüfusu 192.048 erkek, 196.942 kadın oluşturmaktadır. Yüzde oranı ise %49,37 erkek, %50,63 kadın olarak belirtilebilir (URL12, 2024).

3.3.3. Tarih

Şehrin ismi çeşitli Arap coğrafyacıların eserlerinde Kastamüni, Tamuni; Batılı bazı eserlerde ise Contstammes, Casstimana, Castambul, Castemol, Kastamboli şeklinde yer almıştır. Kastamonu bölgesi Anadolu'nun büyük bir kısmı gibi 1071 Malazgirt Zaferinden sonra Türklerin boyunduruğu altına girmeye başlamıştır. 1084 yılında Sinop ilini ele geçiren Emir Karatekin, Kastamonu ve Çankırı'yı da içine alan bir beylik kurmuştur. Moğol istilası döneminde Türklerin yoğun olduğu bu bölge zamanla Danişmendliler, Selçuklular, ve Bizans arasında geçen mücadelelere şahitlik etmiştir. Sonrasında Çobanoğulları, Candaroğulları beyliği gibi beyliklerin

himayesinde kalmış hatta Candaroğulları beyliğinin başkentliğini yapmıştır. Fatih Sultan Mehmed zamanında candaroğullarından alınarak Osmanlı'ya katılan Kastamonu Amasra'nın fethiyle 1461 yılında Anadolu Eyaleti'ne bağlı bir sancak haline gelmiştir (Kankal, 2005).

3.3.4. Ticaret

XVII ve XVIII. yüzyıl şer'iyye sicillerinde ki tereke, narh, dava kayıtları ve diğer kaynakları incelendiğinde Kastamonu üç tip ticaret mekanizmasından bahsetmek mümkündür. Narh kayıtlarından ve dönem insanların giyim kuşam ve kullandıkları eşyalar göz önünde bulundurularak görülmektedir ki Güney-kuzey istikametinde bulunan Kastamonu'nun transit ticaret noktası olduğu uzak mesafeli yolculuklar yapan tüccarların şehre uğradığı gerek taşıdıkları ürünleri şehre kazandırdığı gerekse Kastamonu insanının ürettiği bazı ürünlerin başka ülkelere ihraç edildi tespit edilmiştir. İkinci ticari faaliyet alanı ise kısa mesafeli ticarettir. Anadolu içinde gerçekleşen ticari faaliyetler buna örnek olarak verilebilir. Kastamonulu tüccarların diğer şehirlere giderek ve Anadolu tüccarlarının da Kastamonu'yu ziyareti sonucunda gerçekleşen ticarettir. Üçünü ticari faaliyet ise Kastamonu halkının kendi içinde gerçekleştirdiği, kendi ürettiği ürünleri yine kendi halkına pazarlayarak oluşturduğu ticari faaliyetler bütünüdür.

Bu gibi tarihi kaynaklardan elde edilen faaliyet örneklerinden de görüldüğü üzere Kastamonu'nun her dönemde ziyaretçi kabul ettiği, transit ve şehirlerarası ticarete aktif rol aldığı söylemek mümkündür. Ticari faaliyetlerin altında şehre gelen tüccarların şehri tanınması, gezmesi ve görmesi kaçınılmaz bir sonuçtur. Özellikle uzun mesafeli ticari faaliyet gösteren tüccarların Kastamonu da konaklama yapmaları ve ziyaretlerini sağlıklı bir biçimde sürdürebilmeleri için onlara özel hem ticari hem sosyal alanlar inşa edilmesi gerektiği birçok dönemde düşünülerek ticari mekanlar oluşturulmuştur. Kastamonu kültüründe önemli bir yeri olan bedestenlerin ve hanların bunun en canlı ve somut örneği olduğunu söylemek mümkündür. Bahsi geçen hanlara örnek olarak günümüzde çeşitli gastronomik ve ticari faaliyetlerde bulunan ve tarihi dokusuna uygun şekilde korunmuş olan birkaç han ve bedesten şu şekildedir;



Şekil 3.1 Kastamonu’da bulunan bazı bedesten ve hanlar

Acem Hanı; Akmeşcit mahallesinde ve Arabapazarında Gökdere caddesine doğru açılan köşede bulunan bu han, Koca Sinan Paşanın Kastamonu Sancakbeyi olduğu dönemde yaptırılmış olup Sinan Bey Camii adıyla anılan bu hanın tahrir defteri kaynaklarında kervansaray olduğundan bahsedilmektedir. Kervansaray ifadesinin altında 17 dükkan ibaresi vardır. Toplam 37 dükkan olduğu bilinen bu han 1952 senesinde bir şahsa satılmıştır.

Cem Sultan Bedesteni; 1469 senesinde Kastamonu’ya sancakbeyi olarak görevlendirilen Şehzade Cem tarafından içinde 17 dükkan bulunan bu bedesteni inşa ettirdiği bilinmektedir.

Deve Hanı; Külliye içinde yer alan bu han hamam ile birlikte cami ve medreseye gelir desteği amacı ile inşa edilmiştir. İsmail Bey ve İmaret mahallesi olarak bilinen mahallede inşa edilmiş olan bu han Deve hanı olarak anılmaktadır. 1454-1460 yılları arasında inşa edildiği düşünülmektedir. Han’ın sonradan yetkili kişiler tarafından harap olan kısımlarının tamir edildiği görülmüştür.

Balkapanı /Kapan Hanı/ Penbe Hanı; İplikçiler çarşısında İsmail Bey Hanı’nın batı tarafından bitişik kısmında yer alan bu han Osmanlı padişahlarından II. Bayezid tarafından inşa edilmiştir. Cem Sultan medresesine karşılık olarak yaptırılmış olan bu

han zemin ve birinci kattan ibarettir ve 22 dükkandan oluştuğu kaynaklarda mevcuttur.

Kurşunlu Han/ İsmail Bey Hanı; Attarlar çarşısında bulunan bu han Candaroğlu İsmail Bey tarafından yaptırılmıştır. Üzeri kurşunla kaplı olduğu için ‘Kurşunlu Han’ olarak anılmaktadır. Yapılışında kaç odadan oluştuğu bilinmeyen bu hanın 1972 yılında yapılan restorasyon ile alt katında 14 üst katında ise 29 oda bulunmaktadır. Bu han Osmanlı hakimiyetinden önce şehirde ki en büyük ticari merkez olarak görülmektedir. Yapım tarihi net olmamakla birlikte 1460 yılından önce yapılmış olduğu düşünülmektedir (Kankal, 2005).

3.4. Kastamonu Turizmi

Kastamonu bölge olarak doğal güzellikleri, denize olan kıyısı ile mavi ve yeşilin birlikte olduğu doğal zenginliklere sahip önemli bir bölgede bulunmaktadır. Batı Karadeniz bölgesinde bulunan şehrin turizm açısından renkli bir konumda olduğunu söylemek mümkündür. Farklı alanlarında insanların ilgisini çekebilecek birçok turizm türüne ev sahipliği yaptığını söylemek mümkündür bunlara örnek olarak, İnanç turizmi, ekoturizm, kültür turizmi, kış turizmi, gastronomi ve tabiat turizmi gibi birçok başlık gösterilebilir (Akt., Özbey, 2023).

Turizm çeşitliliğinin geniş bir alana sahip olduğu görülen Kastamonu bölgesinde faaliyet gösteren URL13 (2024) Turizm eylem planında bu çeşitliliği Tablo 3.1’de ki gibi belirtmiştir.

Tablo 3.1 Kastamonu turizm çeşitliliği

Tabiat turizmi, Spor turizmi, Rekreasyonel Turizm, Su altı Dalış Turizmi, Yayla Turizmi

Botanik Turizmi, Mağara Turizmi, Termal Turizm, Kamp Turizmi-Karavan Turizmi

Doğa Sporları, Tarih ve Kültür Turizmi, İnanç Turizmi, Kış / Kayak Turizmi, Akarsu-Kanyon Turizmi

Deniz / Kıyı Turizmi, Golf Turizmi, Av Turizmi, Ekoturizm, Eski Eser Turizmi, Kırsal Turizm

Kaynak: Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı. (2011). Kuzey Anadolu Turizm’de Geleceğini Arıyor. Turizm Eylem Planı. Eylül 20, 2022.

Tabloda belirtilen turizm çeşitlerine bakıldığında Kastamonu’nun turizm açısından büyük bir potansiyelinin olduğunu söylemek mümkündür. Kastamonu’nun turizmine katkı noktasında büyük önem teşkil eden bazı özellikler Kastamonu Ticaret ve Sanayi Odası (2024) ’nın belirtmiş olduğu istatistiklere göre şu şekildedir;

- Şehirde 2 adet milli park bulunmaktadır bunlar: Ilgaz Milli Parkı ve Küre Dağları Milli parkıdır.
- Şehirde onaylanmış 6 adet turizm merkezi, 1 adet Kültür ve Turizm Koruma ve Geliştirme Bölgesi vardır.
- Ormanlık alanlar şehrin yüzde 50 sini oluşturmaktadır.
- Şehrin Karadeniz’de 345 km kıyı şeridi bulunmaktadır.
- Şehrin 6 adet ilçesi sahil şeridinde bulunmaktadır, bunlar: Cide, Doğanyurt, İnebolu, Abana, Bozkurt, Çatalzeytin’dir.

Diğer istatistiklere bakıldığında ise;

Büyük şehirlere yakınlık noktasında en büyük pazar payına sahip İstanbul, Ankara ve Samsun gibi şehirlere ulaşımının kolaylaştığı söylenebilir. Orta Doğu ve Avrupa’yı birbirine bağlayan D-100 karayoluna yakınlığı da şehre ulaşım konusunda bir sorun yaşanmayacağını belirten önemli bir göstergedir (URL14, 2024).

Bu bağlamda Kastamonu’nun ulaşım alt yapısı, turizm çeşitlilikleri, kültürü, tarihi ve coğrafi yapısı, kendine has yöresel lezzetleri ve ürünleri ile birçok turizm alanına ev sahipliği yapabileceğini söylemek mümkündür. Kastamonu’nun ürün çeşitliliği açısından da zengin olduğu söylenebilir. Buna örnek olarak 33 adet coğrafi işaret tesciline sahip olması ve bu ürünlerin şehrin tanıtımı ve bilinirliği üzerinde büyük etkisinin olması verilebilir. Tescillenmiş ve aslına uygun şekilde üretimi, tanıtımı ve

pazarlaması yapılan ürünlerin şehre gelen ziyaretçiler de güven ve ilgi uyandırması öngörülebilir.

3.4.1. Kastamonu Mutfağı

Kastamonu geçmişten bugüne kadar birden fazla medeniyete ev sahipliği yaparak kültürel açıdan kendisini kapsamlı bir tarihi geçmişin ve farklılık gösteren kültürel miras coğrafyasının içerisinde bulmuştur (Kocatepe ve Tırıl, 2017). İki ayrı iklim tipi görülen Kastamonu, Küre ve Ilgaz dağlarının eteğinde kış dönemini düşük sıcaklıklarla geçiren yıllık sıcaklık ortalaması çevre illere oranla düşük seyreden bir şehirdir. Oldukça zengin bir alana sahip olan bitki örtüsü, kayın, köknar ve çam ormanlarını içinde barındırarak endemik çeşitliliğe de ev sahipliği sahip yapmaktadır (Kastamonu Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2024). Bu çeşitliliğin Kastamonu'nun mutfağına da olumlu yönde etki gösterdiğini söylemek mümkündür. Gastronomi açısından zenginliğe sahip olan Kastamonu'nu aşçılarının Osmanlı Saray Mutfağında etkin oluşu da bu konuda önemli bir nokta olarak belirtilebilir. Günümüze bakıldığında ise Kastamonu Mutfağı Trabzon-Kocaeli-Ankara çehresinde bulunan Zonguldak, Bolu, Çankırı, Sinop illerini kapsayan coğrafi bölgenin özeti şeklinde ifade edilebilir. Kastamonu mutfağı çoğunlukla hamur işi ve et ağırlıklı bir mutfak olarak bilinmektedir bölgede yetişen tarımsal ürünlerin de yöresel mutfağa katkı sağladığını söylemek mümkündür. Tarihe bakıldığında Osmanlı İmparatorluğu'nun idari işlerinin merkezi olarak bilinen Topkapı Sarayı'nın çeşitli mutfaklarında çalışan aşçıların büyük bir kısmının Kastamonulu aşçılardan oluştuğu ve bu kişilerin Kastamonu merkez ve ilçelerinden özellikle getirildikleri bilinmektedir. İlin mutfak kültürü, yeme içme alışkanlıkları ve sofrada geleneksel Türk aile yapısıyla da benzerlikler taşımaktadırlar (Avcı ve Şahin, 2014).

3.4.2. Coğrafi İşaret ve Turizm İlişkisi

Coğrafi işaret kavramının tanımına bakıldığında, tüketiciler açısından ürünün, karakteristik tüm özelliklerini ve bu özellikler ile ürünün bulunduğu coğrafya arasında ki bağlantının göstergesi olan ve garantileyen kalite işareti olarak tanımlanabilmektedir. Coğrafi işaret tescilinin amacı olarak ise ürünün kalitesi, o

yöreden elde edilen hammaddesi, o yöreye ait geleneksel oluşu ve yerel özelliklerle bilinir hale gelen ürünlerin korunması söylenebilir (URL15, 2024).

Bir başka tanımda ise, belli bir kalitesi, bilinirliği, veya diğer özellikleri ile bulunduğu bölge, yöre, şehir veya ülke ile özdeşleşen ve bağdaşan bir ürünü gösteren işaret olarak ifade edilmektedir. Coğrafi işaretli ürünler diğer ürünlerden farklı, ayırt edici sayılabilen özgün özelliklere sahip olan, bulunduğu bölgede bilinir hale gelmiş doğal ürünlere, tarımsal, madeni, sanayi ürünlerine ve el sanatları gibi ürünlere verilen işaret olarak tanımlanabilir (URL16, 2024).

Coğrafi işaret, ürünlerin yanı sıra o yöredeki üreticileri, tüketicileri ve o bölgede bulunan doğal, kültürel, gelenekselleşmiş milli envanteri korumayı da amaçlayan bir sistem olduğu söylenebilir (Kezer, 2013, s.9, akt. Özbey 2023). Coğrafi işaret sistemi ile ürünlerin tescillenmesi sağlanarak her türlü yanlış bilgilendirme, tahşiş uygulamaları, sahtecilik ve ürünün özünü kaybetmesi sebepleriyle ürünün kaynağını, tarihini ve yapısını olumsuz etkileyen unsurlardan korunması sağlanmaktadır. Bu bilgiler ışığında gerçek ve doğru bilgiye ulaşmak isteyen, turist, ziyaretçi, misafir, araştırmacı ve tüketicilerin tescillenmiş ve standartlaştırılmış ürünlere ulaşmasını sağlayan coğrafi işaret güvenilir bilgiye ulaşma noktasında ürünleri yasal olarak da güvence altına aldığı söylenebilir (Gnagjee, 2015, s,2, akt. Özbey, 2023).

Coğrafi işaretler “menşe adı” ve “mahreç işareti” olarak iki ayrı başlıkta değerlendirilir. Bir coğrafi işaretli ürünün üretiminden işlenmesine kadar olan bütün sürecin sınırları belirlenmiş bir coğrafi bölgede gerçekleştirilmesi sadece o yörede üretiminin sağlanmasının zorunlu olduğu coğrafi işaretler “menşe adı” olarak adlandırılmaktadır. Menşe adına örnek olarak Malatya Kayısısı veya Finike Portakalı verilebilir. “Mahreç işareti” ise ürünün üretiminden, işlenmesine ve diğer işlemlerinin gerçekleştirilmesine kadar ki süreçlerin sadece bir tanesinin o bölgede gerçekleştirilmesine verilen isimdir. Mahreç İşaretine örnek olarak Antep Baklavası veya Hereke İpek Halısı gösterilebilir (URL15, 2024).

Güvence altına almak, korumak ve kaynak haline getirmenin tescillenmiş yönü olarak ifade edilebilecek coğrafi işaret kavramı birçok şehri, bölgeyi veya ülkeyi

kendine has ürünlerini korumak ve bilinir kılmak amacıyla harekete geçirdiği bu noktada çalışmalar yapmaya teşvik ettiğini söylemek mümkündür. Türk Patent ve Marka Kurumu 2023 yılı verilerine göre toplam tescil sayısının 1543 olduğu ve işlemlerine devam edilen başvuru sayısının ise 660 adet olduğu belirtilmiştir. Veriler göz önünde bulundurulduğunda bir şehrin, bölgenin veya yörenin yetkililerinin ve insanının kendine has ürünlerini hem tanıtımda hem pazarlama da hem turizm alanında doğru bilgi ve güvenilir ürün sağlamak amacıyla coğrafi İşarete başvurduğunu görmek mümkündür. Bu bağlamda araştırmaya konu olan Kastamonu'nun 2023 son verilerine göre 33 adet coğrafi işaretli ürünü bulunmaktadır (URL17, 2024).

Günümüzde turizm faaliyetlerinde kültürel ve geleneksel değerler son derece önem kazanmaya başlamıştır ve bu bağlamda turistlerin seyahat eğilimleri de yöresel değerlere sahip olan bu değerleri ile bilinen destinasyonlara doğru yönelmiştir. Turizmde ki hareketliliğinin sebebi olarak da yerel değerlerin koruma altında olması kavramı ön plana çıkmaktadır (Sünnetçioğlu vd., 2012: 959).

Bu doğrultuda bakıldığında Dünya'da ve Türkiye'de önem kazanan yerel değerler, lezzetler veya marka ürünler arasında ki karmaşık durumu önlemek amacıyla hazırlanan yasa ile turistik öneme ve değere sahip olan, bulunduğu bölgenin turizmine, kültürüne, ekonomisine katkı sağlayan ürünlere üzerinde coğrafi işaretleme yani tescilleme yapılmaktadır (Orhan, 2010: 243).

Türkiye'de bulunan tescillenmiş ürünlerin, gastronomi, el sanatları, kültürel faaliyetler, gelenek ve görenekler, yörede yaşayan insanların yaşam biçimleri, ritüelleri gibi yerel sembollerin birer turistik ürün haline getirilmesi yerli ve yabancı turistlerin ilgisini çekerek turistte Türkiye'nin farklı bölgelerine gitme isteği oluşturmaktadır. Bu durumlar coğrafi işaretli ürünleri bölgesel anlamda bir kalkınma aracına dönüştürmektedir. Bu dönüşüm sayesinde ulusal ve bölgesel turizm geliştirmek için oluşturulan projelerinin, politikalarının ve girişimcilerinin konuya ilgisinin son derece arttığını söylemek mümkündür (Çağlı, 2012: 57, akt. Mercan ve Üzülmöz, 2014).

Bu bağlamda coğrafi işaret tescili almış ürünlerin şehrin tanıtımı ve pazarlanması noktasında büyük önem arz ettiği düşünülmektedir. Gıda yönlü coğrafi işaretli ürünlerin gastronomi turizmine bilinirlik ve ziyaretçi sayısı açısından katkısının olacağı söylenebilir. Coğrafi işaret tescili ile gastronomik ürünlerin aslına uygun şekilde sunulması sağlanmaktadır. Yapılan bu standardizasyonun yemeğin aslına merak eden gastro turistte yöre mutfağına karşı bir ilgi uyandıracığı ve tescilli ürünlerin olmasından kaynaklı ziyaretçi ve destinasyon arasında bir güven atmosferi oluşturabileceğini söylemek mümkündür.

3.4.3. Kastamonu Coğrafi İşaretli Ürünleri

Kastamonu'nun coğrafi özellikleri ve konumu itibarıyla kendine özgü kültürel ürünlere sahip olduğunu söylenebilir. Tahıl ürünlerinden, el sanatlarına, yöresel aletlerden kıyafetlere, yörede yetişen meyve ve sebzelerden, birçok gıda ve yiyeceklere kadar birçok ürün coğrafi işaret kapsamında korunmuş ve tescil edilmiştir. Gastronomi turizmine katkısının olabileceği düşünülen birçok gıda ve yiyecek ürününü de içinde barındıran Kastamonu'nun tescillenmiş coğrafi işaretli ürünlerine Tablo 3.2' de yer verilmiştir;

Tablo 3.2 Tescil türüne göre Kastamonu coğrafi işaretli ürün örnekleri

Ürün Adı	Türü	Ürün Adı	Türü
Taşköprü Sarımsağı	Menşe Adı	Kastamonu Çekme Helvası	Mahreç İşareti
Taşköprü Kuyu Kebabı	Mahreç İşareti	Kastamonu Simidi	Mahreç İşareti
Tosya Pirinci	Menşe Adı	Devrekani Hindi Banduması	Mahreç İşareti
Pınarbaşı Kara Çorba	Mahreç İşareti	Kastamonu Tiridi/Kastamonu Simit Tiridi	Mahreç İşareti
Daday Etlı Ekmeğı	Mahreç İşareti	Kastamonu Pastırması	Mahreç İşareti
İhsangazi Ekşili Pilavı	Mahreç İşareti		

Kaynak: (URL17, 2024). <https://ci.turkpatent.gov.tr/veri-tabani> adresindeki veriler dikkate alınarak oluşturulmuştur.

3.4.4. Gastronomi Turizmi Açısından Kastamonu Coğrafi İşaretli Ürünleri

Taşköprü Sarımsağı; Diğer sarımsaklardan farklı olan özellikleri, baş kabuk renginin beyaz olması, başta dişlerin sıkı, diş kabuk renginin krem sarı olmasıdır. Dişlerde antosiyan şeritleri mevcut olup ortalama diş sayısı 10,17 arasındadır.

Dikimi başı oluşturan dişlerle yapılan bitki 10-20 cm olmaya başlayınca gövdesi kalınlık kazanır, kokusu keskindir. Dikimi Şubat sonu ve mart ayı içinde tarlaya elle serpme yöntemiyle yapılır. Dikim önce toprağı özellikli gübreler ile beslenir. Üretimin iyi olması açısından üretim aşamasında sulama, çapalama, gübreleme, yaprak kırma, ilaçlama ve kültürel diğer işlemler de uygulanabilir.

Sarımsağın hasadı Temmuz ayı içerisinde sökülme için özel yapılmış makine yardımı ile yapılır. Hasattan sonra sarımsaklar 8-12 gün arasında kurutmaya bırakılır sonrasında ise ayıklama ve sınıflandırma işlemi için uygun bölgeye taşınır. Yörede dekar başına verimlilik 700-1200 kg arasında değişmektedir.

Sarımsak üretimi ve sarımsaklar Taşköprü Belediyesinin koordinatörlüğünde ve Taşköprü Belediyesi, Taşköprü Ticaret ve Sanayi Odası, Taşköprü İlçe Tarım ve Orman Müdürlüğü, Taşköprü Ziraat Odası ile Sarımsak Üreticileri Birliğinden konunun uzmanı üreticilerden oluşan en az 3 kişilik ekip tarafından yılda düzenli iki defa ve şikayet üzerine denetlenmektedir (URL17, 2024).



Görsel 3.2 Taşköprü sarımsağı

Kaynak: URL17,2024.

Taşköprü Kuyu Kebabı; 160-170 yıllık bir tarihe sahip olan bu lezzet, 93 harbi olarak bilinen Osmanlı-Rus savaşının ardından Kırım-Bahçesaray bölgesinden Taşköprü'ye gelen ve yerleşen göçmenler aracılığıyla ilk kez yapıldığı, kuyu kebabı tekniğinin Anadolu'ya askerlik gelen ve giden kişiler tarafından yayıldığı bilinmektedir. Taşköprü kuyu kebabı yöresine Ün ile bağlı bir yemektir.

Taşköprü yöresi ormanları, bitki örtüsü ve coğrafi özellikleri bakımından birçok faaliyete ve üretime elverişli bir bölgedir. Bu bağlamda yetişen ürün ve beslenen hayvanların lezzetli olduğu söylenebilmektedir. Kuyu kebabının ayırt edici özelliklerine bakıldığında, kebabın yapımında kullanılan süt kuzusunun 6-10 aylık ve ortalama 25-35 kg civarında ağırlığı olan yörede kekik vb. gibi aromatik bitkilerle otlayan hayvanlardan seçiliyor olması en önemli noktalarındandır.

Kebabın başlıca özelliklerinden bir diğeri ise pişirme yöntemi olarak kullanılan kuyunun tasarımıdır. Bu özel tasarım sayesinde içine salınan kuzu çevresi ısı tutan tuğlalar ile çevrili halde homojen ısı dağılımına uygun olarak pişirilir. Kuyunun üzeri o yörede bulunan sarı toprak ile kapanarak izole edilir ve kendi ortamında pişirme uygulanır. Kuyuların istenilen ısıyı elde etmesi ve etin istenilen rayihaya ulaşabilmesi için kullanılan yakıt ise çam kökü çirasının sahip olduğu reçinedir.

Pişirilirken hiçbir baharat ve sebze kullanılmayan Taşköprü Kuyu kebabı diğer kebablardan bu özellikler ile ayrılmaktadır (URL17, 2024).

Kastamonu ve Denizli illerinde ‘‘Kuyu Kebabı’’ olarak bilinen bu lezzet, İzmir bölgesinde ‘‘Tak tak kebabı’’, Siirt ve Bitlis’te ise ‘‘Bryan’’ olarak bilinmektedir (Anonim 2, 2022, akt. Ayyıldız, Türker, Pınaroğlu, 2023).



Görsel 3.3 Taşköprü kuyu kebabı

Kaynak: URL19, 2024.

Tosya Pirinci; Bilinen tarihçesi Anadolu’ya 15. Yüzyılda Mısır’dan gelerek güney tarafından girdiği ve ilk ekimlerinin Kastamonu ilinin Tosya ilçesinde yapıldığı görüşü mevcuttur. Osmanlı dönemi kayıtlarına bakıldığında ise 16. Yüzyılda Tosya kazasında eltik ziraati uygulamalarının yapıldığı hatta 1719-1720 yıllarında Tosya’dan dış ülkelere pirinç ihraç edilmiştir. O dönem kayıtlarında Anadolu’nun pirinç merkezleri arasında Beypazarı, Niksar ve Boyabat ile Tosya kazasının da ismi geçmektedir.

Özellikle Devrez ayı boyunca uzanan vadi tabanında padişah sofrası olarak ayrılmış olan lezzetli ve özel pirinçlerin elde edilmesi için eltik üretiminin yapıldığı bilinmektedir, Türkiye’de bilinen ilk ilk eltik fabrikası 1926 senesinde Tosya’da kurulmuş, cumhuriyetin ilanından önce sadece Kastamonu, Maraş, Diyarbakır ve

Bursa illerinde üretim yapıldığı ve özel ailelerin tükettiği ifadeleri kaynaklarda yer almaktadır.

Türk Gıda Kodeksi Pirinç tebliğine göre orta taneli pirinç sınıfında yer alan Tosya pirinci, Sarıkılçık yerel çeşidini oluşturmaktadır. Yapı itibariyle kavuz ve kılçıkları kırmızımtırak koyu sarı renkte, kılçıklı ve uzun boylu, yatmaya dayanıklılığı iyi, verimliliği ise orta durumdadır. Ayırt edici özelliklerine bakıldığında, kar sularının erimesi ile oluşan Devrez çayının suyuyla sulanması, kar suyunun vermiş olduğu aroma olarak söylenebilir. Yetiştigi su minimum 12 maksimum 24 derece sıcaklıkta olan devrez suyudur. Tosya pirincinin başka yörede yetişmiyor olmasının en temel sebebi ise bölgede ki nispi nem değerinin düşük olmasının çeltikte fungal hastalıklar görülmesini engelliyor olmasıdır (URL17, 2024).



Görsel 3.4 Tosya pirinci

Kaynak: URL19, 2024.

Pınarbaşı Kara Çorba; Kastamonu iline bağlı Pınarbaşı ilçesinin genellikle köylerinde yapılan bir tavuk çorbasıdır. Çorbanın ismi ve kendine özgü rengi pişirme esnasında içine katılan o yörede geleneksel bir ürün olarak üretilen kızamik ekşisinden gelmektedir. Kızamik ekşisi sadece o yörede yetişen endemik bitkiler

sınıfında yer alan kızamık bitkisinin (*Berberis vulgaris*) meyvesinden üretilmektedir. Ayırt edici özelliği kızamık ekşisidir.

Pınarbaşı kara çorbasının yapımı (8 kişilik).

Bir bütün tavuk yaklaşık 100 gr olan bir adet soğan, 8 gr tuz, 2 litre su ve 5 gr karabiber ile haşlanır. Elde edilen tavuk suyu, kara çorbanın suyu olacak şekilde ayrılır. 2 litre tavuk suyuna 10-15 ml kızamık ekşisi eklenir. 20 gram un, 500 ml soğuk su ile karıştırılarak meyane yapılır ve kaynayan tavuk suyuna karıştırılarak eklenir. Çorba 5 dakika kaynatılır. Haşlanan tavuktan 100-150 gram tavuk eti ayrılır, 100 gr tereyağı 5 gram karabiber ve 8 gram tuz ile harmanlanarak kızartılır. Pişen çorbaya tavuk eti eklenerek servis edilir. Çorbanın yapımında kullanılan kızamık ekşisinin Pınarbaşı ilçesi ve köylerinde üretilmesi gerekmektedir (URL17, 2024).



Görsel 3.5 Pınarbaşı kara çorba

Kaynak: URL19, 2024.

Daday Etli Ekmeği; Ürünün ayırt edici özelliği, ince açılmış yufkanın içine kıyma, soğan ve baharatlı karışımın konulması, kapalı şekilde pişirilen pidenin odun ateşinde pişirilmesidir. Tarihi 1950’li yıllara dayanan pidenin yapımı için 1965 senesinde ilk Daday Etli Ekmeği fırını kurulmuştur. 1960’lı senelerden bu zamana

kadar çevre şehirlerden bu lezzeti tatmak için çokça insan gelmektedir. Bu bağlamda Daday Etli Ekmeğinin yörenin tanıtımı, bilinmesi ve turizmi açısından gelişmesinde büyük bir öneme sahiptir.

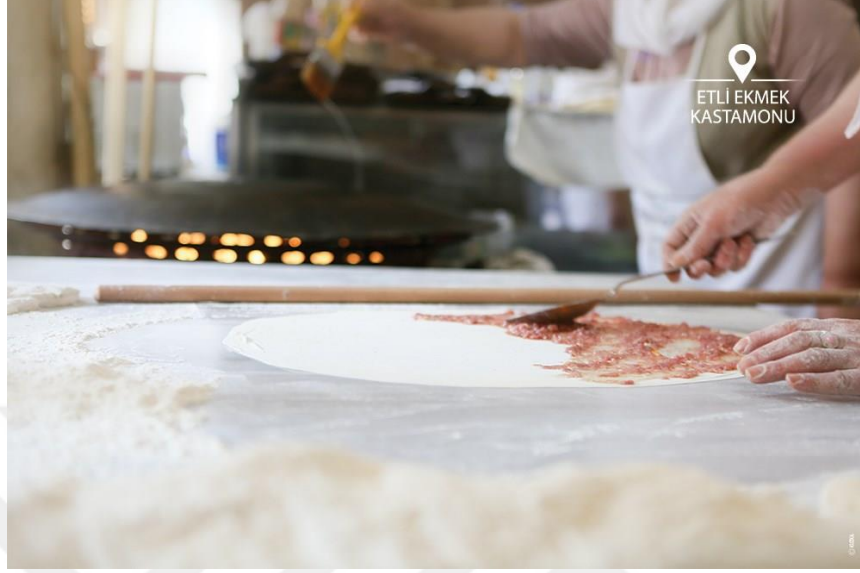
Daday Etli Ekmeğini farklı kılan nokta ise Kastamonu yaylalarında kekikle beslenen büyük baş hayvanlarının %10 gerdan, %10 döş, %20 kaburga, %60 but tan oluşan etlerinin yarım yağlı ve kalın kıymadan oluşmasıdır. Özel taş fırınların içinde odun ateşinde pişirilmesi ve ekmeğimde ekşi maya kullanılması da özgün kılan özellikleri arasındadır.

Daday Etli Ekmeği yörede uzun yıllardır bilinen o yöre ile özdeşleşmiş ve kültürel mirası olan bir üründür. Daday Etli Ekmeği yapımında ustanın bilgi, beceri ve tecrübesi çok önemlidir ve özellikle ustalık gerekmektedir. Ürünün üretiminde muhakkak Kastamonu yaylalarında kekikle beslenen hayvanların eti kullanması gerekmektedir.

Denetleme olarak ise;

- Meşe ateşi kullanılarak taş fırında pişirilmesi
- İç malzemesi olarak Kastamonu yaylalarında yetişen büyük baş hayvanın %10 gerdan, %10 döş, %20 kaburga, %60 but tan oluşan etlerinin yarım yağlı ve kalın kıymadan oluşmasıdır.
- Etin sinirlerinden arındırılmış olması
- Hamurunun ekşi maya ile mayalandırılması
- Üzerine sürülen yağın tereyağı olması
- Pişirildiği fırının taban ısısının 300 derece civarında olması (Fırının tavlı olması)

- Ürünün üretildiği an da sıcak bir şekilde tüketilmesi gibi kriterleri bulunmaktadır (URL17, 2024).



Görsel 3.6 Daday etli ekmeği

Kaynak: URL19, 2024.

Kastamonu Çekme Helvası; 1800'lü yıllarda doğumlar, evlilikler ve diğer önemli günleri kutlamak amacıyla üretilen bu helva Osmanlı Sarayına gönderilmiş ve zamanla geleneksel bir gıda ürünü olarak kültürün bir parçası haline gelmiştir. Geleneksel yöntemler kullanılarak küçük işletmeler tarafından üretilen Kastamonu Çekme Helvasına olan ilgi ve talep zamanla artmıştır bu bağlamda üretici ve üretim yapan firma sayısı gittikçe çoğalmıştır. Raf ömrü gibi birçok alanda çalışmalar yapılmış olup Kastamonu Çekme Helvası il dışı pazarlarda da yerini almıştır.

Kastamonu Çekme Helvası TS 13028 Çekme Helvası standardına uygun bir şekilde beyaz şeker, buğday unu, tereyağı ve/veya bitkisel margarin, su, sitrik asit, aroma verici ve aroma verme özelliği bulunan gıda bileşenlerinin gerektiğinde çeşni maddeleri ilave edilerek hazırlanan tekniğine uygun üretimi yapılan bir üründür.

Kastamonu Çekme Helvası üretiminde kullanılmakta olan ve kullanılmasına müsaade edilen maddelerin dışındaki çeşni maddelerine ait kabuk, çekirdek vs gibi maddeler yabancı madde olarak kabul edilmektedir ve ürünün içinde yabancı madde kullanılmamaktadır (URL17, 2024).



Görsel 3.7 Kastamonu çekme helva

Kaynak: URL19 , 2024.

Kastamonu Simidi; Buğday unu, su, tuz ve yaş ekmek mayasından oluşmaktadır. Hamur 20-25 dakika dinlendirildikten sonra fitil haline getirilip (sıkı bir bağlama yöntemi) bağlama yapılmaktadır. Bir kazan içinde kaynar vaziyette olan elma veya üzüm pekmezli su ile işlenip fırında pişirilmektedir.

Kastamonu Simidi, susamsız yapıldığından dolayı ‘‘kazan simidi’’, ‘‘sade simit’’, ‘‘susamsız simit’’ veya ‘‘kel simit’’ olarak da bilinmektedir.

Ürünün ayırt edici özelliğine bakıldığında ise; dayanma gücü olarak ifade edilen yani simidin sertliğinin sebebi olan fitil halinde ki bağlama yöntemi, ürünün susamsız olarak üretilmesi, yüzeyinin parlak bir yapıya sahip olması, kalın ve gevrek bir kabuğa sahip olması söylenebilir.

Kastamonu Simidi, Kastamonu’nun folklorik ürünleri arasında bulunmaktadır. Yörede yaşayan insanların tarihten bugüne aktarımı sayesinde yaşatılan önemli bir üründür. Ürüne özelliğini veren fitil bağlama yöntemi, susamsız oluşu ve gevrek yapılışı ustalık isteyen özel bir iştir. Bu bağlamda üretimin tüm aşamaları, Kastamonu’da gerçekleştirilmelidir (URL17,2024).



Görsel 3.8 Kastamonu simidi

Kaynak: URL19, 2024.

Devrekani Hindi Banduması, Devrekani ilçesinde yetiştirilen hindilerin pişirildikten sonra çıkan hindi eti ve suyu, kuru yufka ve ceviz ile hazırlanan, pişirilmesinden tüketilmesine kadar ki sürecin tüm aşamalarının yöreye has bilgi, beceri ve ustalık gerektiren bir yemektir. Banduma yemeği, Ramazan ayında bir sahur yemeği olarak tüketilmektedir.

Devrekani ilçesinde yarım asırdır siyah ırk olarak bilinen bir hindi türü yetiştirilmektedir. Devrekani Hindi Banduması, ilçede yetiştirilen siyah ırk hindilerin 8-12 aylık olanlarının etlerinden hazırlanmaktadır. Hindiler kesilmeden 1 ay önce serbest ortamdan kontrollü ortama alınarak beslenmelerine o ortamda devam edilir bu nedenle etlerin miktarı ve lezzeti artar. Hindiler uzun süre pişirildikleri için yağları erir ve suyuna karışır, yapımında kullanılan yufkalar bu su ile ıslatılır bu işlem ürüne karakteristik özelliğini kazandırır.

Devrekani Hindi Banduması'nın üretimi şu şekilde yapılmaktadır;

Hindi kesilerek tüylerinden arındırılır, temizlendikten sonra boyutuna uygun bir tencereye üzerine su çıkacak şekilde haşlanmaya bırakılır damak tadına göre suyun

içine tuz ilave edilebilir. İyi bir şekilde haşlanan hindinin etleri iri parçalar halinde kemiklerinden sıyrılır. Didiklenen hindi etleri karabiber ile harmanlanır. Banduma yapımında kullanılan yufkalar un, su ve tuz kullanılarak maya katılmadan hazırlanır. Elde edilen yufkalar sac üzerinde iki tarafı eşit şekilde pişirilir. Yufkalar pişirildikten sonra rulo şekli verilerek kesilir ve daha önce hazırlanan hindi suyuna bandırılarak tepsiye dizilir. Dizilmiş olan yufkaların üzerine didiklenmiş, harmanlanmış hindi etleri ve ufalanmış ceviz içi konulur biraz daha hindi suyu ilave edilir altı kızarana kadar pişirilir. Pişme işlemi bittikten sonra üzerine eritilmiş tereyağı dökülür ve servis edilir.

Devrekani Hindi Banduması; Devrekani ilçesinde yetişen hindilerin pişirilmesi ile elde edilen hindi eti ve suyu, kuru yufka ve ceviz ile hazırlanan; pişirilmesi ve servis edilmesi gibi aşamalarla yöre ile özdeşleşmiş, bilgi ve ustalık gerektiren bir yemektir. Bu bağlamda ürünün tüm üretim aşamaları, belirtilen coğrafi sınırın içinde gerçekleşmektedir (URL17, 2024).



Görsel 3.9 Devrekani hindi banduması

Kaynak: URL19, 2024.

Kastamonu Tiridi/Kastamonu Simit Tiridi; Kemik suyu ile ıslatılan simidin üzerine sarımsaklı yoğurt, kavrulmuş kıyma ve isteğe bağlı olarak tereyağı ile hazırlanan

Kastamonu yöresine has bir yemektir. Tat, malzeme ve sosları ile mantıya benzer bir yemektir.

Kastamonu'ya özgü olan bu ürünün yapımında susamsız sade simit 435 tescil numaralı coğrafi işaretli Kastamonu Simidi kullanılır. Bu simit yapı itibariyle tazeyken sert kabuklu, gevrek bir yapıya sahiptir. Zaman geçtikçe soğuyan ve bayatlamaya başlayan simitler Kastamonu Tiridi/Kastamonu Simit Tiridi yapılarak değerlendirilmiş ortaya bu ürün çıkmıştır. Ürünün hazırlanmasında geleneksel ürün bağlamında Kastamonu'da yetiştirilen büyükbaş hayvanların etinden çekilmiş kıyma, yörede beslenen hayvanların sütünden elde edilen tereyağı ve 135 tescil numaralı coğrafi işaret olan Taşköprü Sarımsağı kullanılmaktadır (URL17, 2024).

Ürünün yapım metodu; Kemikler bir gece suda bekletilir sonrasında suyu süzülür. 1 bütün soğan, 5 litre soğuk su, Defne Yaprağı ile birlikte iliğın çıkması için 4-5 saat orta ateşte kaynatılır. Simitler kemik suyu ile iyi ıslanabilmesi için elle parçalar haline getirilir. Diğer tarafta et karabiber ve tuz ile sıvıyağda kavrulur. Sarımsaklar doğranır ve yoğurda katılır. Aynı anda ise tereyağı bir tavada kızartılır. Parçalanmış simitler kepeğe konan kemik suyuna batırılıp çıkarılır tabağa ıslak bir şekilde konulur. Üzerine sarımsaklı yoğurt gezdirildikten sonra kıyma et konulur. Üzerine kızartılmış tereyağı dökülerek sıcak servis edilir (Mısırlı, 2019, s. 73-74).



Görsel 3.10 Kastamonu tiridi/Kastamonu simit tiridi

Kaynak:URL19,2024.

Kastamonu Pastırması; Çok eski bir ürün olan Kastamonu Pastırması; derin kesikler atılmış olan kemiksiz sırt etinden yapılır. Et kaya tuzu ile tuzlanarak 3 gün bekletilir sonrasında büyük ölçüde suyunu kaybeden etin baskı yapabilecek ağırlıklar aracılığı ile sıkılaştırılması yapılır ve daha sonra yıkanarak güneşte kurutulur. Coğrafi işaretli Taşköprü Sarımsağı ile yapılmış olan çemen ile kaplanmaktadır.

Lezzet olarak Kastamonu Pastırması; orta derecede tuzlu, hafif asidik bir lezzete, orta dereceli sığır eti, belirgin sarımsak aroması ve karakteristik denilebilecek pastırma lezzetine sahiptir. Kastamonu Pastırmasının üretiminde; Kastamonu yaylalarında yetişen 2-2,5 yaşlarında büyükbaş hayvanların etleri kullanılmaktadır. Kullanılan hayvanlar 3-6 ay boyunca besiye alınmaktadır. Kesim işleminden 1-2 ay önce ise buğday, arpa ve mısır verilerek beslenir. 600-800 kg kesim ağırlığına erişen hayvanların en değerli yeri olarak bilinen sırt, kontrfile, bonfile ve antrikot etleri kullanılmaktadır. Bu etlerden sırt, kuşgömü ve şekerpare gibi 1.sınıf pastırmalar üretilir.

Tarihi çok eskiye dayanan Kastamonu Pastırmasının üretimi, üretiminde kullanılan etlerin özellikleri, seçimi ve hazırlanması, geleneksel yöntemlerle ve Ilgaz Dağının esintileri ile kurutuluyor olması, Coğrafi işaretli Taşköprü Sarımsağının kullanılmasından doğan kendine has lezzeti, bloklar halinde üretilen pastırmanın

keskin bir bıçak yardımı ile elle ince kesilmesi işleminin ustalık gerektiren bir işlem oluşu gibi özellikler sayesinde Kastamonu ile ünlenmiştir. Bu bağlamda bahsi geçen tüm işlem basamaklarının belirtilen coğrafi sınır içinde gerçekleşmesi gerekmektedir (URL17, 2024).



Görsel 3.11 Kastamonu pastırması

Kaynak: URL19, 2024.

İhsangazi Ekşili Pilavı; 413 sayı ile coğrafi işaret olarak tescil edilmiş olan Kastamonu Siyez Bulguru, yeşilbiber, soğan, tuz, pul biber, nane, salça, tereyağı, maydanoz, dereotu, taze nane, ısırgan, yeşilbiber yaprağı, asma yaprağı ve ebe gümece kullanılarak pişirilen, ekşi yoğurt veya ayran katılarak üzerine tereyağlı sos gezdirilen yöresel bir pilavdır.

Kastamonu mutfağının en çok bilinen lezzetlerinden bir tanesi olan İhsangazi Ekşili Pilavı'nın tarihi çok eskiye dayanmaktadır. Yöre halkını bir araya getiren düğün, bayram gibi özel günlerle geleneksel olarak sunulan bir yemektir. Yörede buğday hasadından sonra siyez hasadını kutlamak için köy meydanında yöre halkının bir araya gelerek pişirdiği bu lezzet gelenek halini almıştır. Bu nedenle coğrafi sınır ile ün bağı bulunmaktadır. İhsangazi Ekşili Pilavının geçmişi eskiye dayanmakta ve coğrafi sınıra özgü üretim metodu bulunmaktadır. Üretiminde, aynı coğrafi sınırdaki yetişen 413 sayı ile tescillenmiş Kastamonu Siyez Bulguru kullanılmaktadır. Coğrafi sınır ile ün bağı olan İhsangazi Ekşili Pilavının tüm üretim aşamaları bu sebeplerle coğrafi sınırdaki gerçekleştirilmektedir (URL17,2024).



Görsel 3.12 İhsangazi ekşili pilavı

Kaynak: URL20, 2024.

Gastronomi açısından Kastamonu Coğrafi işaretli ürünleri özellikle Kastamonu’da yöresel lezzet sunan restoran, otel ve özel işletmelerin menülerinde kullanılan ürünlerden oluşmaktadır.

3.5. Literatür Taraması

Ünüvar (2020), ‘‘Türkiye’de gastronomi eğitiminin mevcut durumu, sorunları ve çözüm önerileri’’ adlı çalışmasında, Türkiye’de ki gastronomi eğitiminin mevcut durumunu ortaya koyarak eğitici ve eğitim alan her kademedeki kişilerin fikirleri incelenmiş ve yapılan incelemeler doğrultusunda Türkiye’de ki gastronomi eğitiminin problemlerine ve ortaya çıkan bu problemlerin çözüm önerilerine ulaşmak amaçlamıştır. Çalışma özelinde Türkiye’de ki gastronomi eğitiminin çok daha iyi bir pozisyona gelmesi için yol gösterici olacağı düşünülmüştür.

Karaman (2023), Türkiye’de sağlık turizminin mevcut durum analizi ve potansiyeli adlı çalışmasında Türkiye’de ki sağlık turizminin mevcut durumu, potansiyeli ve çeşitlerini anlatmak ve özellikle 2018 senesinden bugüne güncel gelişmeleri ve geleceğe yönelik varsayımları öngörerek değerlendirmeyi amaçlamıştır.

Siliv (2022), Sürdürülebilir turizm göstergeleri ve çerçevesinde Antalya Kaleiçi bölgesinin mevcut durum değerlendirmesi adlı çalışmasında Türkiye’de en fazla turistik ziyaret hareketliliğinin yaşadığı bilinen Antalya’nın merkezinde bulunan turistik noktası Kaleiçi’nde ki turizm hareketliliğinin sosyo kültürel, ekonomik ve çevresel sürdürülebilirlik durumunu UNWTO’nun belirlediği temel unsurlar baz alınarak paydaş bakışıyla değerlendirmeyi amaçlamıştır.

Aslan (2019), Türkiye’de sağlık turizminin mevcut durumu ve ülke ekonomisine katkıları adlı çalışmasında sağlık turizminin Türkiye’de ki tespitini odak alınmıştır. Mevcut durumuna yönelik turizm, sağlık turizmi, yapılanması, potansiyeli ve faaliyetleri gibi konu başlıkları çalışmanın ana hatlarını oluşturmaktadır. Literatür taraması şeklinde hazırlanan çalışmanın verileri tümevarım ile nesnel bir yaklaşım içinde değerlendirilmiştir.

Sezen (2018), Gastronomi eğitiminin mevcut durumunun analize yönelik bir araştırma adlı çalışmasında gastronomi ve mutfak sanatları lisans eğitimi süresinde verilen öğretim programlarının çeşitli açılardan incelenmesi amaçlanmıştır. Gastronomi ve mutfak sanatları lisans programlarında hangi derslerin yer aldığı, uygulama ve teorik derslerin bulunma oranları, üniversitelere göre benzerlik veya farklılıkların bulunup bulunmaması gibi farklı sorulara cevaplar aranmış ve elde edilen cevaplar sonucunda ortak bir müfredatın oluşturulması asıl amaçlanmıştır.

4. YÖNTEM

4.3. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Kastamonu'nun geniş bir turizm çeşitliliğine sahip olduğunu özellikle gastronomisi ve kendine has yemek kültürü ile kentin turizmde bir marka haline gelebileceğini söylemek mümkündür. Kastamonu gastronomik değerler açısından kapsamlı bir çerçeveye sahip olsa da bu değerleri tanıtmaya, pazarlama noktasında henüz istenilen konumda olmadığı düşünülmektedir. Bu düşüncenin nedenlerinin doğru bir biçimde gün yüzüne çıkarılabilmesi için Kastamonu'da gastronomi turizminin mevcut durumunun incelenmesi gerektiği düşünülmüş ve ilgili alanda bir çalışmanın olmadığı görülerek bu çalışmanın literatüre kazandırılması amaçlanmıştır.

Bu doğrultuda araştırmanın amacı; gastronomi turizminin Kastamonu'daki mevcut durumunun incelenmesi ve ilgili yazına katkı sağlanması olarak ifade edilebilir. Şehrin gastronomi turizmine katkı sağlayacak birçok coğrafi işaretli ürüne sahip oluşu, özel hazırlama ve pişirme tekniklerinin olması gibi konuların şehrin bu anlamda markalaşması ve gastronomi şehri olması noktasında önemli katkılar sağlayabileceği fikrini oluşturmaktadır.

Bu araştırma ile gastronomi turizmi açısından Kastamonu'da gastronomi turizminin mevcut durumunun ne durumda olduğu, hangi ürünlerin gastronomik ürün olarak kabul edildiği, nelerin yapılmadığını ve yapılması gerekenlerin neler olduğu hangi kurumlara ve işletmelere nasıl görevlerin düştüğüne ilişkin sorulara yanıtlar aranmış ve kapsamda mevcut durum belirlenmeye çalışılmıştır. Bu açıdan; yapılan araştırmanın ilgili yazına katkı sağlayacağı, gastronomik zenginliğe sahip olan destinasyonların mevcut durumlarının tespitinin yapılması ve yol haritası çizme noktasında paydaşlara yol göstermesi düşünülmektedir.

4.4. Araştırma Soruları;

Mülakat soruları, Ateş (2014)'in ‘‘Gastronomi Turizmin Çanakkale Turizmine Katkısı’’ adlı çalışma kapsamında aşağıda yer alan sorular katılımcılara yöneltilmiştir.

1. Kastamonu gastronomi turizminin genel durumu hakkında ne düşünüyorsunuz? Olması gerektiği yerde mi, yeteri kadar ilgi görüyor mu, potansiyeli nedir?
2. Gastronomi turizmi ile alakalı politikalarınız nelerdir? Kurumunuz bugüne ne yaptı ve gelecekteki planlarınız nelerdir?
3. Gastronomi turizminin Kastamonu turizmine katkısını nasıl değerlendirirsiniz?
4. Kastamonu’ya özgü Gastronomik ürün denilince aklınıza neler geliyor? (Bu bir faaliyet, kültürel bir aktivite veya yöresel bir lezzet olabilir)
5. Kastamonu’ya özgü yöresel yemeklere işletmelerin menülerinde yeteri kadar yer veriliyor mu? (Verilmesi için ne yapılabilir)
6. Gastronomi turizmini geliştirmek için hangi kurumlara görevler düşmektedir, hangi kurumlar arası iş birlikler gastronomi turizmine katkı sağlayabilir?
7. Kastamonu’da gastronomi turizminin geliştirilmesi için neler yapılabilir, sizin önerileriniz nelerdir?
8. Kastamonu şu an ki turizm politikaları ile UNESCO yaratıcı şehirler kapsamında bir gastronomi şehri olarak kabul edilebilir mi? Bu bağlamda Artıları ve eksileri nelerdir?

9. Bugüne kadar Kastamonu’da gastronomi adına yapılan faaliyetleri yeterli buluyor musunuz, neler yapıldığında gastronomi turizmi kapsamında Kastamonu bir marka haline gelebilir?

4.5. Evren ve Örneklem

Bilimsel araştırma yöntemlerinde iki çeşit evren vardır, tanımlama olarak kolay ancak ulaşma gücü olarak zor olan hatta çoğu zaman imkansız sayılabilen evren türü genel evrendir. Bu evren türünde genele işaret edildiği için kapsamı geniş tutulmaktadır. İkinci tür evren ise çalışma evrenidir bu evren araştırma evreninin tüm niteliklerini temsil eden, ulaşılabilirlik açısından elverişli genel evrenin küçük bir modelidir (Karasar,1998). Örneklem, araştırmanın evrenini temsil etmek üzere evren elemanlarından seçilen üzerine incelemeler yapılan gurubu ifade etmektedir. Örneklem yapılarak da çalışmada evreni temsil edecek olan katılımcılar belirlenmektedir. Örneklem seçimi iyi yapılmış ise çok fazla kaynak harcanmadan araştırma sonuçları, evrene göre genellenebilir hale gelecektir (Maxwell, 1996, akt. Özen ve Gül, 2007). Bu bağlam da araştırmanın evreni; Kastamonu ilinde turizm ve gastronomi turizmi ile ilgili çalışmalarda bulunan İl kültür ve turizm müdürlüğü yetkilileri, akademisyenler, özel sektör temsilcileri, belediyelerde bulunan turizm yetkilileri ve aşçılık derneği başkanından oluşmaktadır. Araştırma evreni olarak Kastamonu’nun tercih edilmesinin başlıca nedenleri arasında 2024 yılı itibariyle 33 adet coğrafi işaretli ürüne sahip olması, 2023 yılında UNESCO yaratıcı şehirler ağı kapsamına girmek için başvuruda bulunma süreci geçirmiş olması ve bu konuda ki mevcut durumu gibi sebeplerden oluşmaktadır.

İlgili çalışmada olasılıklı olmayan örneklem türlerinden kartopu örnekleme kullanılmıştır. Bir noktadan başlayan yeni bilgilere ulaşma amacı yeni kitlelere ulaşarak genişler ve kartopu şeklinde gittikçe artarak büyür. Araştırmanın başında çok da net olmayan örneklem ulaşılan bilgiler ışığında belirginleşir ve katılımcı sayısında artışa fayda sağlar. Araştırmada görüşülen kişilerin görüşleri, deneyimleri,

fikirleri ve tercihlerine bağılı olduğu için kartopu yaklaşımının yanlılık içerdiği söylenebilir. Çalışmanın sonuçlarının bu yanlılıktan etkilendiğini söylemek de mümkündür (Şimşek, 2012, s. 121). İlgili çalışmanın konusu yetkili ve ilgili kişiler ile görüşme gerektiren bireysel ve kurumsal yorumlamaya açıktır. Gastronomi ve turizm alanında söz sahibi olan kişilerin görüşlerine ihtiyaç duyulmuştur. İlgili kişilere gerekli kurum ve kuruluşlar aracılığı ile yönlendirme ve önerme şeklinde ulaşılmıştır. Çalışma kapsamında toplamda 13 katılımcı ile görüşme sağlanmıştır katılımcıların 7'sine bu yöntemle ulaşılmıştır.

4.6. Araştırmanın Veri Toplama Süreci

Araştırmada, insanların tecrübelerini olduğu gibi açıklamayı ve tanımlamayı amaçlayan nitel araştırma yöntemine başvurulmuştur. Nitel araştırmada araştırmacılar sürecin sonunda yorumlarının kanıtı olması bakımından veri toplamaktadırlar. Nitel araştırmalarda veriler sözlü ve yazılı metinlerden oluşturulmaktadır. Elde edilen veri kaynakları, katılımcılarla gerçekleştirilen görüşmeler, yapılan gözlemler ve belgelerden oluşmaktadır (Şimşek, 2012, s. 142). Araştırmanın sonucunda sağlıklı verilere ulaşmak için araştırma konusunun amacına uygun bir şekilde bilgi toplamaya gerek duyulmaktadır. İnsanlardan doğru bilgiyi, veriyi toplamak için onlarla iletişim kurmak, konuşmak, sohbet etmek gerekmektedir. Sohbet ederek gerçek düşüncelerinin, duygularının, değerlerinin ve tutumlarının öğrenilmesi araştırma hakkında doğru bilgiyi elde etmede yardımcı olacaktır. Bu bağlamda Nitel araştırmada veri toplama yöntemlerinin bir türü olan görüşme nitel araştırmalarda en çok kullanılan veri toplama araçlarından biridir (Şimşek, 2012, s. 142). Görüşme sürecinde verilerin elde edilmesi ve doğru veriye ulaşılması araştırmacı ve katılımcının arasında ki sosyal iletişime bağlıdır (Kvale, 2007, akt. Şimşek, 2012).

Araştırmada görüşme türlerinden olan yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşme türünde, araştırmayı yapan görüşmeci sorulacak soruları önceden hazırlar. Mülakat günü soruları sorar ve o esnada farklı sorular sorulması gerekirse ki bu yarı yapılandırılmış görüşme formunun bir parçasıdır, o soruları da sorar, kaydını gerçekleştirir ve değerlendirmesini yapar

(Erdoğan 2012; 221, akt. Ateş, 2014). Yarı yapılandırılmış görüşme formunun hazırlanmasında, literatür taramasına bağlı kalınarak, araştırmayı yapan kişi, danışman ve diğer konuda uzman kişilerin görüş ve önerileri ile tasarlanmıştır. Verilerin toplanması için yüz yüze görüşme yöntemi kullanılmıştır. Bu görüşme yöntemi ile katılımcılarla soru cevap şeklinde sözlü görüşmeler sağlanmış olup alınan cevaplar katılımcının izni ile ses kayıt cihazı kullanılarak kaydedilmiştir. Görüşme sonrasında katılımcıların direkt kendi ifadeleri araştırmacı tarafından eksiksiz bir biçimde not edilmiştir. Görüşme esnasında katılımcılara görüşleri etkilenmeyecek şekilde sorular iletilmiş fikir ve görüşlerini özgür bir biçimde ifade etmeleri konusunda hassas davranılmıştır. Görüşmeler 15.03.2024 ve 15.05.2024 tarihleri aralığında katılımcılara uygun gün, saat ve ortamda gerçekleştirilmiştir. Görüşme süreleri ortalama 25-35 dakika arasında olmuştur.

4.7. Araştırmanın Varsayımı ve Sınırlılıkları

Varsayım, Yazıcıoğlu ve Erdoğan (2014)'a göre genellikle birçok kişinin doğru olarak onayladığı konuları ifade etmekte olan denenmeyen yargı olarak da ifade edilmektedir (Karasar, 2020, s. 103). İlgili çalışmanın örnekleminin araştırma evrenini güç ve yeterlilik açısından temsil edebildiği varsayılmaktadır. Araştırmanın ölçeğinin genel amaca uygun olduğu varsayılmaktadır. Görüşme sorularını cevaplayacak olan katılımcıların yarı yapılandırılmış görüşme formunda ki soruları doğru bir biçimde yanıtlayacağı varsayılmaktadır. Araştırmacıların çalışmalarında idealleri gereği yapmak istedikleri ancak zaman ve ekonomik şartlar gibi sebepler nedeniyle vazgeçmek zorunda kaldıkları durumu ifade eden kavram sınırlılıktır (Karasar, 2020, s.104). Araştırma Kastamonu'da turizm ve gastronomi turizmi ile ilişkili yetkili kamu çalışanları ve yöresel lezzet sunumu yapan özel sektör temsilcilerinin yarı yapılandırılmış görüşme formunda yer alan sorular ve verilen cevaplar ile sınırlıdır. Araştırmanın sadece turizm ve gastronomi turizmini bağlayıcı kişilerle yapılmış olması şehirde gastronomi turizmi faaliyeti ile ilgilenen kişilerin az olması konusu da bir sınırlılık kabul edilebilir. Bu bağlamda araştırma birçok araştırmada olduğu üzere planlanan sürenin içinde kaynak kişilerden randevu alınamaması, kaynak kişilerden birkaçının konuya teorik açıdan olan yabancılığı ile ön hazırlık süreci talep etmeleri gibi nedenler açısından da sınırlıdır.

4.8. Veri Analiz Yöntemi

Nitel veri ve çözümleme tekniklerinden en sık kullanılan yöntem betimsel analiz ve içerik analizidir. Betimsel analiz araştırmacının kavramsal yapı açısından daha önceden açıkça belirlediği araştırmalarda kullanılmaktadır. İçerik analizi ise araştırma için toplanan verilerin daha kapsamlı şekilde çözümlenmesini gerektiren bir yöntemdir. Dört aşamadan oluşan betimsel analizde ilk aşama analiz için bir çerçeve oluşturma'dır. İkinci aşamada daha önceden hazırlanmış olan çerçeveye göre toplanan veriler okunur, düzenlenmesi yapılarak işlenir. Üçüncü aşamada çerçeveye göre düzenlenmiş olan bulgular, anlaşılır bir biçimde, kolay okunabilir dil kullanılarak tanımlanması yapılır, tanımlama yapılırken gerektiği ölçüde ilginç ve etkili alıntılarla desteklenebilir (Yıldırım ve şimşek, 2006, akt. şimşek, 2012, s. 186).

İçerik analizi, birbirine benzer bulguların belli başlı kavramlar ve temalar etrafında bir araya getirilerek anlaşılır bir biçimde düzenlenmesi durumudur. Bu tanım kapsamında tümevarımcı bir analiz yöntemi olarak bilinmektedir. Daha derinlemesine bir analiz, çözümleme gerektirir. Kategori ve boyut daha önceden belirlenmemişse içerik analizi devreye girer (şimşek, 2012, s.186). Nitel araştırma yöntemi kullanılan bu çalışmada tümevarım yaklaşımı benimsenmiştir, bulguların düzenli bir biçimde sunulması planlanarak betimsel analiz yöntemi kullanılmıştır. Bulgular sistematik bir biçimde düzenlenerek ayrı ayrı analizleri yapılmıştır. Örnek tezlerin yayımlandığı tarih, tür ve özet kısımlarına bakılarak analizleri yapılmıştır.

Çalışma kapsamında yapılan görüşmeler, kamu ve özel sektör temsilcilerinden oluşan 13 katılımcı ile gerçekleştirilmiştir. Görüşme formunda belirtilen soruların cevapları 9 ayrı soru ve tablo şeklinde analiz edilmiş olup, katılımcıların kendi kullandıkları ifadelerle açık bir şekilde çalışmaya eklenmiştir. Çalışma da katılımcılar K1,K2,K3...K13 şeklinde isimlendirilerek isimleri ve temsil ettikleri kurumların adları belirtilmemiştir.

5. ARAŞTIRMANIN BULGULARI VE YORUMLANMASI

5.3. Katılımcıların Demografik Bilgilerine Ait Bulgular

Katılımcıların cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi ve gelir seviyelerini kapsayan bilgiler Tablo 5.1.'de yer almaktadır.

Tablo 5.1 Katılımcıların demografik özellikleri

Katılımcı	Cinsiyet	Yaş	Eğitim Düzeyi	Çalıştığı Kurum
Katılımcı 1	Erkek	40-50	Lisans	Özel
Katılımcı 2	Erkek	40-50	Lise	Özel
Katılımcı 3	Erkek	40-50	Lisans	Kamu
Katılımcı 4	Erkek	40-50	Lisans	Özel
Katılımcı 5	Erkek	30-40	Ortaöğretim	Dernek
Katılımcı 6	Kadın	30-40	Önlisans	Özel
Katılımcı 7	Kadın	30-40	Lisans	Belediye
Katılımcı 8	Kadın	30-40	Lisans	Özel
Katılımcı 9	Erkek	30-40	Lisansüstü	Üniversite
Katılımcı 10	Kadın	30-40	Lisansüstü	Kamu
Katılımcı 11	Erkek	40-50	Lisans	Özel
Katılımcı 12	Erkek	30-40	Lisansüstü	Üniversite
Katılımcı 13	Erkek	30-40	Lisans	Belediye

Görüşmeye katılan katılımcıların 6'sı kamu çalışanı, 7'si özel sektör temsilcisidir. Katılımcılardan 5'i 40-50 yaş aralığında, 8'i ise 30-40 yaş aralığındadır. Katılımcıların eğitim düzeyleri, 7 lisans, 3 lisansüstü, 1 önlisans, 1 lise ve 1 ortaöğretim şeklindedir. Katılımcılardan 4'ü gelir seviyesini iyi, 9'u ise orta olarak belirtmiştir. Katılımcıların tümü turizmle ilişkili kültür müdürlükleri, turizmden sorumlu birimler ve özel sektör işletmecilerini kapsamaktadır.

5.4. Gastronomi Turizminin Kastamonu'daki Mevcut Durumuna Yönelik Bulgular

Katılımcılara Kastamonu gastronomi turizminin genel durumu hakkında ne düşündükleri sorulmuştur. Ayrıca olması gerektiği yerde mi, yeteri kadar ilgi görüyor mu, potansiyeli nedir, sorularına verilen yanıtlar Tablo 5.2'de yer almaktadır.

Tablo 5.2 Mevcut durum ile ilgili 1. soru ve cevapları

Katılımcılar	Cevaplar
K1	Hak ettiği yerde olduğunu düşünmüyorum.
K2	Olması gerektiği yerde değil.
K3	Olması gerektiği yerde değil, gerekli ilgiyi görmüyor.
K4	Olması gerektiği yerde değil
K5	Potansiyel zayıf, olması gerektiği yerde değil.
K6	Potansiyeli var ancak olması gerektiği yerde değil.
K7	Olması gerektiği yerde değil
K8	Olması gerektiği yerde değil.
K9	Olması gerektiği yerde değil, tanıtım açısından eksiklikleri var.
K10	Çeşitlilik çok olmasına rağmen gerekli yerde değil.
K11	Olması gerektiği yere emin adımlarla ilerliyor.
K12	Gastronomi açısından zayıf bir destinasyon.
K13	Gerekli tanıtımı ve ilgiyi görmediğini düşünüyorum.

Katılımcıların görüşme formunun ilk sorusuna vermiş oldukları yanıtlar direkt olarak kendi ifadeleri ile şu şekildedir;

K1: “Gastronomi kapsamında çok büyük bir çeşitliliğe sahip olmasına rağmen olması gerektiği yerde olduğunu düşünmüyorum. Hak ettiği değeri görmüyor. Yöresel gastronomik ürünlerin tanıtımı ve dışarıya aktarımı noktasında eksikliğimiz var”.

K2: ‘‘Kesinlikle olması gerektiği yerde değil. Yetkili birimlerin bir bu konuya ağırlık vermesi gerekiyor. Ben bir özel sektör işletmesi olarak yapılan plan, program ve etkinliğe gereken desteği vermeye hazırım’’.

K3: ‘‘Olmaması gerektiği yerde değil. Olabilmesi için özellikle Kastamonu merkezinde araç parkı olan büyük bir konaklama tesisi olması gerekir. Sadece gastronomi için gelen turistlerin ağırlandığı, yöresel lezzetlerin sunulduğu bir restoran ve otel işletmesi olmalı. Bu eksikler giderildiği takdirde en azından misafirler rahatlıkla davet edilebilirler’’.

K4: ‘‘Olmaması gerektiği yerde değil. İlgi görmüyor. Tanıtımı eksik yapılıyor. Bir plan ve proje olmadığı için ivme kazanamadı. Gastronomi sadece isim olarak akıllarda kaldı yapılması hedeflenen hiçbir faaliyet hayata maalesef geçirilmedi’’.

K5: ‘‘Potansiyel zayıf, olması gerektiği yerde değil. İlgili birimlerin harekete geçerek bu konuya eğilmesi gerekir. Kastamonu farklı turizm dallarını bir araya getiren kapsamlı değerli bir Şehir ancak gerekli adımların atılmadığını görüyorum. Diğer gastronomi Şehirleri örnek alınarak en azından belli bir standarda çıkartılabilir diye düşünüyorum’’.

K6: ‘‘Olmaması gerektiği yerde kesinlikle değil, potansiyeli var ancak bunu gün yüzüne çıkaracak bir ekip olmalı diye düşünüyorum. Şehrin dinamikleri ayağa kaldırılmalı’’.

K7: ‘‘ Olması gerektiği yerde değil. Yöre halkının turizme karşı ilgisizliği mi desem, tanıtımın yeteri kadar yapılmaması mı desem bilemiyorum ama Şu an ki durumuyla ilgi görmediği aşıkâr’’.

K8: ‘‘Olmaması gerektiği yerde değil. Gastronomi Şehirlerine oranla zayıf kaldığını söyleyebilirim. Kastamonu mutfağı hamur ve et ağırlıklı bir mutfak olduğu için genele hitap eden bir mutfak olmadığını düşünüyorum bu sebeple ne kadar ne tanıtım yapılırsa yapılsın gastronomi turizmine uygun bir Şehir olabileceğini düşünmüyorum’’.

K9: ‘‘Benzer ve rakip destinasyonlar açısından değerlendirildiğinde olması gerektiği yerde olduğunu söyleyebilirim. Ancak tanıtım açısından önemli eksiklikleri var’’.

K10: ‘‘812 çeşit yemeğe sahip olup büyük bir potansiyeli olmasına rağmen ilimizde ki gastronomi turizminin olması gerektiği yerde olmadığını düşünüyorum’’.

K11: ‘‘Bilindiği üzere gastronomi turizminde artık yardımcı unsurların çoğu tek başına bir turizm hareketi olma yolunda ilerlemektedir. Kastamonu turizmi gelişirken beraberinde yöresel lezzetlerinde ortaya çıkarılması, reçetelerin günümüze uyarlanması gerekmektedir. Kastamonu gastronomisi layık olduğu yere emin adımlarla ilerlerken yüzlerce ürünün içinde 20’ye yakın coğrafi işaret ve mahreç numarası almıştır. Bunları doğru bir şekilde misafirlere aktaracak müteşebbislere ihtiyacı vardır’’.

K12: ‘‘Genel olarak gastronomi açısından zayıf bir destinasyon olduğunu düşünüyorum. Bu konuda zayıf olmasının en büyük nedeni gastronomik öğelerin kısıtlı olmasıdır. Kastamonu özellikle yemek çeşitliliğinin az olması, yemeklerin daha çok hamur işi, et ve tereyağı içerikli olması nedeniyle gastronomi anlamında gelişmemiş bir bölgedir. Zayıf kültürel mirasa sahip olmanın yanında destinasyonda ki yöresel yemek sunan işletmelerin az olması, mevcut işletmelerdeki yöresel yemeklerin de sınırlı sayıda olması, yiyecek içecek sektör yapısının zayıf olması, yiyecek-içecek işletmelerine yönelik talebin kısıtlı olması, tarihi gastronomik mekan sayısının azlığını, bölgedeki kalifiye eleman eksikliği nedeniyle yiyecek-içecek işletmelerinin hizmet kalitesinin düşük olması gastronomi turizmindeki diğer yapısal problemlerin başında gelmektedir.

Her ne kadar gastronomi turizmi potansiyeli yüksek olmasa da turistik açıdan çok fazla ziyaretçi almayan bir il olarak Kastamonu’nun konuda yeterince ilgi gördüğünü söylemek mümkün değildir. En önemli turizm potansiyelinin doğa turizmi olduğu söylenebilir. Bunun dışındaki turizm türlerinde yeterince

çekiciliğe sahip olduğu söylenemez. İlin Türkiye haritasının kuzeyinde yer alması ve Türkiye'nin Ankara hariç büyük nüfuslu şehirlerine uzak olması da turistik olarak geri kalmasının sebepleri arasında belirtilebilir. Bu konuda yeteri kadar ilgi görmediğini söyleyebilirim.”

K13: “Kastamonu 812 çeşit yemeği olmasına karşın, gerekli tanıtımı ve ilgiyi görmediğini düşünüyorum. Öncelikle her ilçemize ait yemekler mevcut ancak ilçelerimizin tanıtımı sadece merkezden beklediği için tam anlamıyla bir bütün olarak sahiplenilmediğini düşünüyorum. Olması gerektiği yerden çok uzakta olduğunu düşünüyorum. Rakip illerimiz 1-2 çeşit yemeği çok iyi şekilde tanıtırken biz sayısız lezzetimizi duyuramıyoruz”.

Katılımcıların vermiş oldukları cevapların direkt olarak çalışmaya aktarılması ile çalışmanın görüşler kapsamında şeffaf bir biçimde yorumlanmasına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Katılımcılara sorulan, “*Kastamonu gastronomi turizminin genel durumu hakkında ne düşünüyorsunuz? Olması gerektiği yerde mi, yeteri kadar ilgi görüyor mu, potansiyeli nedir?*” sorusuna 13 katılımcıdan 11'i Kastamonu'nun gastronomi turizmi kapsamında olması gerektiği yerde olmadığını belirtmiştir. Diğer katılımcılardan, Katılımcı 11; olması gerektiği yere ulaşma yolunda olduğunu, Katılımcı 9 ise diğer destinasyonlara göre olması gerektiği yerde olduğunu ancak tanıtım açısından önemli eksikliklerinin olduğunu ifade etmiştir. Katılımcıların vermiş olduğu cevaplar ışığında, Kastamonu gastronomi turizminin şu an ki durumunun diğer destinasyonlara oranla zayıf olduğu, tanıtım, reklam ve pazarlama noktasında eksiklerinin olduğu ancak bu eksikler giderildiği takdirde bir gastronomi turizmi hareketliliğinin gerçekleşebileceğini söylemek mümkündür.

Genel durum açısından bakıldığında gastronomi turizmi ve faaliyetlerinin zayıf olduğu ve olması gerektiği yerde olmadığı ifade edilen Kastamonu'nun çeşitlilik ve kültürel zenginlik açısından potansiyele sahip olduğu da düşünülmektedir. Bu bağlamda çeşitlilik olarak ifade edilen yöresel lezzetlerin kültürel yönleri yeniden gözden geçirilerek gastronomik ürünlerin aslına uygun şekilde belirlenmesi ve gastronomi turizmine entegre edilerek bir farkındalık yaratmasını amaçlamak Kastamonu gastronomi turizmine fayda sağlayabilir.

Kastamonu’da bir gastronomi turizmi hareketliliğın olabilmesi için şehrin turizm dinamiklerine gastronomiyi dahil ederek kapsamlı bir çalışma programının düzenlenmesi, yapılacak faaliyetlerin tanıtımlarının profesyonel bir ekiple yapılması, yöresel lezzetlerin yapıldığı resmi ve özel işletmelerin artmasıyla ilginin Kastamonu mutfağına çekilmesi gibi adımların bu hareketliliğe katkı sağlayacağı söylenebilir.

Katılımcılara ikinci soru olarak gastronomi turizmi ile alakalı politikaları sorulmuştur. Bağlı oldukları kurum veya işlettikleri işletmelerin bugüne kadar konuyla alakalı neler yaptığını ve gelecekte ki planlarının neler olduğunu soruları yöneltmiştir. Katılımcıların vermiş olduğu cevapların özet kısımlarına tablo 5.3’de yer verilmiştir.

Tablo 5.3 Görüşme formunda bulunan 2. soru ve cevapları

Katılımcılar	Cevaplar
K1	İşletmemizin menüsünde yöresel lezzetlere oldukça yer vermeye çalışıyoruz.
K2	İşletmemizde yöresel ürünlerin orijinal haline yer vermeye çalışıyoruz.
K3	Gastronomi festivalinin hayata geçirilmesinde büyük bir rol oynadık. Birçok yetkili kişinin de içerisinde olduğu bir ekiple tarif ve lezzet kitabı oluşturduk.
K4	Belirli bir politikamız söz konusu değil.
K5	Dernek olarak Kastamonu mutfağını farklı şehirde yapılan organizasyon, festival ve yarışmalarda temsil etmeye çalışıyoruz. Gazetelere demeç vererek halkı turizme teşvik etme çabamız var.
K6	Belirli bir politikaya sahip değiliz ancak bir faaliyette bulunulursa elimizden geleni yapmaya hazırız.
K7	Profesyonel anlamda bir projemiz, sabit bir politikamız yok ancak her sene geleneksel olarak düzenlenen festivalimizi devam ettirmeye, yaşatmaya çalışıyoruz.
K8	Bir politikamız yok. Ancak gerekli ilgi olursa bizde işletme olarak yöresel ürünleri standarda uygun şekilde hazırlayıp sunmaya hazırız.
K9	Çalıştığım kurumda turizm paydaşlarıyla ortaklaşa projeler, çalışmalar, etkinlikler gerçekleştirilmektedir.

Tablo 5.3'ün devamı

K10	Paydaş kurum ve kuruluşlarla gastronomi masası kuruldu. Çalışmalara devam ediyoruz.
K11	Dünya lezzetlerini Kastamonululara, Kastamonu lezzetlerini de dünyaya tanıtmak amacıyla aktif çalışmalar yapıyoruz.
K12	Çalıştığım kurumun bugüne kadar yaptıkları arasında, kongre ve toplantılar düzenlemek, gastronomi festivallerinin düzenlenmesine ortak olmak, ormancılık, tabiat ve gastronomi alanında projeler üretmek olabilir. Kurumun gelecekte ki planları arasında; bölgenin gastronomi turizminde gelişme göstermesi konusunda çalışmak, Kastamonu'nun gastronomi yaratıcı şehirler ağına dahil olmasını sağlamaya yönelik yerel yönetimlerin çalışmalarına destek olmak vardır.
K13	Gastronomi ve turizm üzerine birçok fuara katılım sağladık. Ünlü şeflerle iletişim halindeyiz. Ve coğrafi işaret kazanımı noktasında somut çalışmalarımız oldu. Bundan sonra da olması için çalışmalar yapacağız.

Katılımcıların görüşme formunun ikinci sorusuna vermiş oldukları yanıtlar direkt olarak kendi ifadeleri ile şu şekildedir;

K1: “İşletme olarak bugüne kadar yöresel lezzetleri menümüzde çoğunlukla sunmaya çalıştık. Sosyal medya hesaplarımızdan tanıtımlar yapıyor ve Turizm fuarlarına katılarak şehrimizi anlatmaya çalışıyoruz”

K2: “Biz gastronomi turizmine katkı noktasında yöresel lezzetlerin orijinal halini hayata geçirerek doğru sunumu ve tanıtımı yapmak için elimizden geleni yapmaya çalışıyoruz”.

K3: “Kastrofest gibi yapılan bir faaliyetin destekçisi ve yürütücüsü olduk, maddi manevi oluşumu için büyük bir emek verdik diyebilirim. Kastamonu yemeklerini kapsayan birçok yetkili ile birlikte tarif ve lezzet kitabı oluşturuldu. Bugünden sonra da faaliyetlere ve projelere gereken desteği vermeye hazır olduğumuzu söyleyebilirim”.

K4: ‘‘Bir bütün olarak hareket edilmeli diye düşünüyorum, özel işletme olarak yapabileceğimiz şeyler sınırlı ancak bütün olarak hareket edilirse kazanım daha büyük olabilir. STK’ların, resmi kurumların ve özel sektör temsilcilerinin olduğu gerçek ve devamlılığı olan bir ekip kurulmalı. Belli bir düzende toplanılarak kararlar alınmalı ve uygulanması için teşvik edilmeli o zaman biz işletme olarak elimizden geleni yapmaya hazır oluruz’’.

K5: ‘‘Kurum olarak faaliyetler göstermekte ve Kastamonu mutfağını farklı şehirlerde düzenlenen, festival, yarışma, sempozyum gibi programlarda temsil etmekteyiz. Başta Bolu menden lezzet fuarı olmak üzere birçok ilde yerel mutfağın tanıtımı ve turist çekme anlamında çalışmalar yapmaktayız. Gazetelere demeçler vererek yerel halkın turizme ilgi duyması ve katılım sağlaması için elimizden geleni yapmaya çalışıyoruz’’.

K6: ‘‘Gastronomi turizmi alakalı bir politika şeklinde değil ama yöresel lezzetleri sunma ve menülere ekleme konusunda desteğimizin olduğunu düşünüyorum’’.

K7: ‘‘Profesyonel anlamda bir çalışmamız veya sabit bir turizm politikamız söz konusu değil ancak şehrimizde geleneksel hale gelen uluslararası sarımsak festivalimizi hayata geçiriyoruz. Her sene bu festivali en iyi şekilde yürütmeye çalışıyoruz. Festival kapsamında yemek yarışmaları yaparak mutfak ve gastronomi açısından farkındalık kazandırmaya çalışıyoruz’’.

K8: ‘‘Bu alanda bir faaliyetimiz bir politikamız söz konusu değil ancak işletme olarak yöresel lezzetleri standarda uygun bir biçimde sunmaya çalışıyoruz. şehrimize gelen misafir gruplarına yöresel tatların sunumu noktasında desteğimiz her zaman devam ediyor. İlerleyen dönemlerde de ilginin artması ile elimizi taşın altına muhakkak koyacağımızdan emin olunmasını isteriz’’.

K9: ‘‘alıştığım kurumda (niversite) turizm paydaşlarıyla ortaklaşa projeler, çalışmalar, etkinlikler gerçekleştirilmektedir. Bu kapsamda belediye, valilik, kaymakamlıklar, il kültür turizm müdürlüğü, sivil toplum kuruluşları

ve şehir esnafıyla proje, eğitim gibi faaliyetler yürütülmektedir/yürütülecektir”.

K10: “Paydaş kurum ve kuruluşlarla gastronomi masası oluşturuldu. Çalışmalar devam ediyor”.

K11: “Biz işletme olarak dünya lezzetlerini Kastamonululara, Kastamonu lezzetlerini de dünyaya tanıtmaya vizyonuyla hareket ederken, her yıl Kastamonu lezzetlerinden oluşan yemek yarışmaları düzenlemekte birçok TV, yemek programları çekimi yapmakta, ünlü şeflerle halka açık gastronomi atölyeleri düzenlemekteyiz”.

K12: “Çalışmış olduğum üniversitenin bölge turizminin gelişmesinde ki en önemli özelliği ormancılık ve tabiat turizmi alanında ihtisaslaşan üniversite olmasıdır. Kendi düşüncemin aksine yerel politika yapıcıların ve çalıştığım kurum yöneticilerinin de bu destinasyonun önemli bir gastronomi merkezi olduğuna yönelik düşüncelerine katılmıyorum. Bu konuda ki güçlü inancın doğrultusunda çalıştığım kurumun bu bölgenin gastronomi destinasyonu olmasını sağlayacak bazı politikaları bulunmaktadır. Bu konuda şehri gastronomi destinasyonu yapacak bütün kurum ve kuruluşlara fikri destek çıktığı söylenebilir. Bir diğer politika ise devletin üniversiteye vermiş olduğu rol gereği bu bölgeyi gastronomi şehri yapmaya yönelik çalışmalardır. Üniversitenin bugüne kadar yaptıkları arasında kongre ve toplantılar düzenlemek, gastronomi festivallerinin düzenlenmesine ortak olmak, ormancılık, tabiat turizmi ve gastronomi alanında projeler üretmek sayılabilir. Kurumun gelecekteki planları arasında; bölgenin gastronomi turizminde gelişme göstermesi konusunda çalışmak, Kastamonu'nun yaratıcı şehirler ağına dahil olmasını sağlamaya yönelik yerel yönetimlerin çalışmalarına destek olmak vardır”.

K13: “Kurumlar bazında kurumumuz gastronomi ve turizm üzerine birçok fuara katılım sağladı. Gastronomik değerlerimizi tanıtmak için ünlü şefler şehrimize davet edildi. Sosyal medya fenomenleri ilimizi anlattı ve tanıtıma

katkı sağlandı. 3 adet coğrafi işaret tescili gerçekleştirildi (Kastamonu eğşisi, Kastamonu simidi ve Kastamonu tiridi). Çalışmalar yapmaya devam edeceğiz.

Katılımcılara sorulan “*Gastronomi turizmi ile alakalı politikalarınız nelerdir? Kurumunuz bugüne ne yaptı ve gelecekteki planlarınız nelerdir?*” sorusuna katılımcılardan 6’sı çalıştıkları kurum bazında belli başlı politikalarının olduğu belirtmişlerdir. Gastronomi masasının kurulması, kongre ve toplantıların düzenlenmesi, yapılan gastronomi festivallerine katkıda bulunulması, yöresel ürünler tespit edilerek coğrafi işaret tescilinin gerçekleştirilmesi, destinasyonlar arası düzenlenen yarışmalara ve gastronomi programlarına katılmak kurumların politikaları kapsamında gerçekleştirdikleri etkinliklerdir. Bazı özel sektör işletmelerini temsil eden katılımcılar; yöresel mutfağın sunulmasını ve yaşatılmasını amaçlayarak gastronomi turizmi ile ilgili atılacak bir adımda tüm kaynaklarıyla destek olacaklarını ifade etmişlerdir.

Kurumlarının gelecekte yapmayı planladığı faaliyetleri ifade eden katılımcılardan Katılımcı 7; Her yıl düzenli olarak yaptıkları Uluslararası Taşköprü Sarımsak festivalini devam ettirmek olduğunu ifade etmiştir. Katılımcı 9; Belediye, valilik, kaymakamlıklar, il kültür turizm müdürlüğü, sivil toplum kuruluşları ve şehir esnafıyla proje, eğitim gibi faaliyetler yürütülmektedir/yürütülecektir şeklinde ifade etmiştir. Katılımcı 12; Bölgenin gastronomi turizminde gelişme göstermesi konusunda çalışmak, Kastamonu’nun yaratıcı şehirler ağına dahil olmasını sağlamaya yönelik yerel yönetimlerin çalışmalarına destek olmak biçiminde ifade etmiştir.

Katılımcılardan alınan cevaplar doğrultusunda Kastamonu’da turizm ve gastronomi turizmi ile ilişkili kurum ve kuruluşlar tarafından öncelikli olarak kısa, orta ve uzun vadeli gastronomi turizmi politikası oluşturmalıdır. Oluşturulacak olan gastronomi turizmi politikası kapsamında faaliyet raporu düzenlemeli ve işleme koyulması konusunda hassas davranılmalıdır. Tanıtım, reklam ve pazarlama açısından kapsamlı bir yatırım planı düzenlenerek şehrin lezzetlerin, faaliyetlerin ve düzenlenecek olan festival vb. etkinliklerin sosyal medya, televizyon programları ve afişlerle diğer şehir

ve ülke insanları tarafından bilinmesi sağlanmalıdır. Bu bağlamda yetkililerin bir bütün olarak hareket ederek gastronomi turizmi konusunu önemsemesi ve şehrin kalkınmasına sağlayacağı katkı göz önünde bulundurulmalıdır.

Katılımcılara üçüncü olarak Gastronomi turizminin Kastamonu turizmine olan katkısı hakkında ki görüşleri sorulmuştur. Katılımcıların vermiş olduğu cevaplara tablo 5.4’de yer verilmiştir.

Tablo 5.4 Görüşme formunda bulunan 3. soru ve cevapları

Katılımcılar	Cevaplar
K1	Katkısının olduğunu düşünüyorum. Sırf yöresel yemekler için işletmemize gelen misafirlerimiz var.
K2	Mevcut durumda katkısının olduğunu düşünmüyorum.
K3	Şu an ki durumda katkısının olduğunu düşünmüyorum. Sırf gastronomi turizmi kapsamında şehrimizi ziyaret eden ziyaretçilerin fazla olduğunu düşünmüyorum.
K4	Ziyaretçilerin gelememelerinin belli başlı sebepleri var, şu an ki durumda şehre katkısının olduğunu düşünmüyorum.
K5	Şu an katkısını göremiyoruz. Unutulmaya yüz tutmuş lezzetler gün yüzüne çıkarılır ve tanıtımı doğru yapılırsa muhakkak faydası olacaktır.
K6	Gastronominin turizme katkısı var ancak Kastamonu’ya katkısı daha tam olarak istenilen boyutta değil.
K7	Yemeğin turizme, gastronominin de Kastamonu’ya katkısının olacağını düşünüyorum.
K8	Gıda ve yemek sektörü her zaman turizme katkı sağlar. İlerleyen zamanlarda Kastamonu’ya da katkısının olacağını düşünüyorum.
K9	Önemli katkılarının olduğunu düşünüyorum.
K10	Hak ettiği yerde olmadığı için katkısının çok düşük olduğunu düşünüyorum.
K11	Yerel katkıları vardır, tarımla uğraşan kişilere ürünlerini rahatlıkla satma fırsatı tanımakta, kadınların bu alanda daha çok iş imkanı bulması gibi katkıları söz konusudur.
K12	Gastronomi turizminin Kastamonu turizmine katkısının kısıtlı olduğunu düşünüyorum
K13	Gastronomi şehri olmadığımız için bu şekilde anılmadığımız için bir katkı söz konusu değildir diye düşünüyorum.

Katılımcıların görüşme formunun üçüncü sorusuna vermiş oldukları yanıtlar direkt olarak kendi ifadeleri ile şu şekildedir;

K1: ‘‘İl dışından gelen misafirlerin yerel turizme katkısı açısından gastronomik ürünlere ilgisi oldukça fazla ‘‘Ben etliekmek yemeye geldim, pastırmalı ekmek yemeye geldim, banduma ve tirit yemeye geldim’ diyen misafirlerimiz var. Özellikle Kastamonu eğşisi sıkça sorulanlar arasında. Tanıtımı yapıldığında şehrin turizmine katkısının olacağını düşünüyorum’’.

K2: ‘‘Katkısının olduğunu düşünmüyorum. Şehrin dinamiklerinin ayağa kalkması lazım. Özel sektör temsilcileri olarak bir yol gösterildiğinde elimizden geleni yaparız.

K3: ‘‘Şu an ki durumda sırf Banduma yemek için İstanbul’dan veya başka şehirlerden gelen insan sayısı çok değil. Gelenlerle de kültür müdürlüğü ilgileniyor. Ancak gastronomi turizminin şehrin turizmine katkısının olduğunu düşünmüyorum’’.

K4: ‘‘Ziyaretçilerin gelememe sebeplerinin başlıca nedenleri olarak Kastamonu’ya ulaşmanın zorluğu diyebilirim. Gidiş dönüş tarifeli uçak seferi söz konusu değil. Bu büyük bir problem misafirin İstanbul’dan gün içinde Kastamonu’ya gelip aynı gün içinde dönebilmesi gerekir bu mümkün olmadığı için tek ulaşım ağı kara yolu ile sınırlı. Bu durumlar nedeniyle gastronomi turizminin şehir turizmine katkısının şu an da olduğunu düşünmüyorum’’.

K5: ‘‘Kastamonu’da 812 çeşit yemek var bunun ancak 500 ü bilinir halde. Kastamonu’nun unutulmaya yüz tutmuş lezzetleri gün yüzüne çıkarılabilirse gastronomi turizmi canlanır işte o zaman gastronomi turizmi Kastamonu turizmine katkı sağlar. Şu an ki durumda bir katkı göremiyorum’’.

K6: ‘‘Gastronomi önemli bir turizm yan dalı, şehirlere büyük katkıları var. Turizme katkısının olacağını düşünüyorum. Belli başlı kurumlardan destek verilirse katkısının olacağını öngörüyorum’’.

K7: ‘‘Yemeğin turizme, gastronomi turizminin de destinasyon turizmine katkısının olduğunu düşünüyorum. Çeşitlilik anlamında çok fazla bu oranlar turizme kazandırıldığında çok büyük katkısının olacağını düşünüyorum’’.

K8: ‘‘Katkısının olacağını düşünüyorum. Yiyecek içecek sektörü her zaman turizme katkı sağlar. Eskiden de böyle bir katkı vardı şimdi adı gastronomi turizmi oldu ve böyle bir isimde birleşmesi kapsamını artırdı’’.

K9: ‘‘Özellikle son yıllarda gastronomi turizmi Kastamonu için oldukça önemli hale gelmiştir. Turizm geliri, bilinirlik ve ziyaretçi sayısı açısından önemli katkılarının olduğunu söylemek mümkündür’’.

K10: ‘‘Hak ettiği yerde olmadığı için katkı yüzdesinin çok düşük olduğunu düşünüyorum’’.

K11: ‘‘Öncelikli olarak bölgemiz çiftçisine, köylüsüne doğal ürünlerini satma fırsatı vermektedir. Ev hanımlarına sektörde iş gücü sağlamaktadır. Bu bağlamda gastronomi turizminin bir alanda katkısının olduğunu söylemek mümkündür’’.

K12: ‘‘Öncelikle Kastamonu’nun Türkiye’nin en az turist çeken şehirlerinden biri olduğunu vurgulamak gerekir. Mevcut turistik ziyaretlerin ise daha çok Kastamonu’nun doğal ve tabiat güzelliklerini görme, tarihi ve kültürel gelişimini öğrenme merakıyla yapıldığını söylemek olanaklıdır. Daha sonra ise bölgenin gastronomi değerlerini deneyimlemek üzere gelen ziyaretçilerinin ilgilerinden kaynaklandığını düşünüyorum. Bu anlamda gastronomi turizminin Kastamonu turizmine faydasının kısıtlı olduğu söylenebilir’’.

K13: ‘‘Kastamonumuzun bir gastronomi şehri olarak anıldığını düşünmüyorum, dolayısıyla bir katkıdan bahsetmek doğru olmayacaktır. Ancak yapılacak büyük çalışmalarla o şekilde anılması gereken bir şehir olabileceğinin altını çizmek isterim’’.

Katılımcılara sorulan “*Gastronomi turizminin Kastamonu turizmine katkısını nasıl değerlendirirsiniz?*” sorusuna katılımcılardan 7’si şehrin turizm dinamikleri açısından zayıf olduğunu, belirtmişlerdir. Geriye kalan 6 katılımcı ise; yöresel ürün çeşitliliğın fazla oluşu ve gelen misafirlerin Kastamonu mutfağına olan ilgilerinden kaynaklı gastronomi turizminin şehir turizmine katkısının olabileceğini ifade etmiştir. Verilen cevaplar doğrultusunda, gastronomi turizminin geliştirilmesi için yapılan çalışmaların ivme kazanması ve gerekli projelerin hayata geçirilmesiyle şehrin turizmine katkı sağlayacağını ancak bu eksiklikler giderilmediği takdirde gerekli katkının olmayacağını söylemek mümkündür.

Katılımcılardan alınan cevaplar doğrultusunda gastronomi turizmi faaliyetleri Kastamonu genelinde artırılmalıdır. Gastronomi turizmi Kastamonu’da ilgi çeken diğer turizm çeşitlerine entegre edilerek turizm faaliyetleri arasına gastronomi aktiviteleri ve organizasyonları eklenmelidir. Gastronomi turizmi kapsamında şehrin fayda görebilmesi ve bilinir hale gelebilmesi için şehir içi gastronomi lezzet rotası belirlenmeli ve gastronomi turizm rehberliği hizmeti verilmelidir. Bu hizmetler kapsamında Kastamonu’ya gelen her turist veya turist grubuna gastronomi lezzet rotasını içeren, Kastamonu’nun yöresel yemek tariflerinin ve tarihinin anlatıldığı kitapçıklar verilmeli ve şehrin gastronomisinin tanıtıldığı bir gastronomi müzesi oluşturularak turistlerin gastronomi rotası kapsamında ziyaret etmeleri sağlanmalıdır. Bu başlıkların hayata geçirilmesiyle gastronomi turizmi hareketliliği artışa geçerek bilinirlik ve pazarlama konusunda Kastamonu turizmine katkı sunabilir.

Katılımcılara dördüncü olarak Kastamonu’ya özgü gastronomik ürün denilince aklınıza neler geliyor sorusu yöneltilmiştir (Bu bir faaliyet, kültürel bir aktivite veya yöresel bir lezzet olabilir). Soruya verilen cevaplar Tablo 5.5’te yer verilmiştir.

Tablo 5.5 Görüşme formunda bulunan 4. soru ve cevapları

Katılımcılar	Cevaplar
K1	Et Ekmeği, Banduma, Pastırma, Simit Tiridi, Siyez Bulguru
K2	Banduma, Simit Tiridi, Et ekmeği, Pastırma, Hasude Tatlısı
K3	Et Ekmeği, Banduma, Ecevit Çorbası, Üryani Erik Kompostosu, Simit Tiridi
K4	Et Ekmeği, Banduma, Simit Tiridi, Pastırma, Ecevit Çorbası

Tablo5.5'in devamı

K5	Banduma, Et Ekmeği, Simit Tiridi, Siyez Bulguru, Pastırma, Kastrofest
K6	Et Ekmeği, Pastırmalı Ekmek, Tarhana Çorbası, Ekşili Pilav, Banduma, Simit Tiridi
K7	Pastırma, Taşköprü Sarımsağı, Et Ekmeği, Kuyu Kebabı, Simit Tiridi, Banduma
K8	Et Ekmeği, Kuyu Kebabı, Banduma, Simit Tiridi, Taşköprü Sarımsağı, Küre Mantısı
K9	Taşköprü Sarımsağı, Tosya Pirinci, Banduma, Pastırma, Et Ekmeği
K10	Siyez Bulguru, Taşköprü Sarımsağı, Et Ekmeği, Çekme Helva, Kastrofest.
K11	Taşköprü Sarımsağı, Tosya Sarıkılçık Pirinci, İhsangazi Siyez Bulguru, Kuyu kebabı, Banduma, Simit Tiridi, Ekşili Pilav
K12	Taşköprü Sarımsağı, Et Ekmeği, Siyez Buğdayı, Kastamonu Simidi, Çekme Helva, Kuyu Kebabı, Ekşili Çorba
K13	Pastırma, Kastamonu Simidi, Taşköprü Sarımsağı, Et Ekmeği, Uluslararası Taşköprü Sarımsak Festivali.

Katılımcılara dördüncü olarak “*Kastamonu’ya özgü Gastronomik ürün denilince aklınıza neler geliyor? (Bu bir faaliyet, kültürel bir aktivite veya yöresel bir lezzet olabilir)*” sorusu sorulmuştur. Katılımcılardan 12’si gastronomik ürün olarak Kastamonu Etlı Ekmeği cevabını vermiştir. Sırasıyla; Banduma 10, Simit Tiridi 9, Sarımsak ve Pastırma 7, Siyez Bulguru 5, Kuyu Kebabı 4, Çekme Helva 2, Ecevit Çorbası 2 ve Ekşili Pilav 2 katılımcı tarafından gastronomik ürün olarak ifade edilmiştir. Bu 10 ürün haricinde katılımcılar; Hasude tatlısı, Ekşili Çorba, Tosya Pirinci, Tarhana Çorbası ve Üryani Erik Kompostosu gibi yöresel lezzetleri gastronomik ürün olarak gördüklerini belirtmişlerdir. Gastronomik faaliyetlerin ise “Kastrofest (Kastamonu Gastronomi Festivali) ve Uluslararası Taşköprü Sarımsak Festivali” olduğunu ifade etmişlerdir.

Gastronomik ürün ve faaliyetlere çeşitlilik içeren, farklı cevaplar veren katılımcılarda olmuştur. Örneğin Katılımcı 11; “*Tosya’da üretilen bir pirinç türü olan Sarıkılçık Pirincini, Endemik bitkiler olaraksa; Ispıt, Hodan ve Dikenucu Otu*” gibi ürünleri gastronomik ürün olarak belirtmiştir. Katılımcı 12 ise; “*Faaliyet olarak Mantar toplamak ve Taşköprü Sarımsak Festivali*” gibi faaliyetleri gastronomik değer olarak

belirtmiştir. Katılımcılardan alınan bu cevaplar ışığında Kastamonu’da gastronomik ürün denilince akla ilk etapta 10 adet ürün gelmektedir. Bu ürünler sırasıyla; Kastamonu Et Ekmeği, Devrekani Hindi Banduması, Kastamonu Simit Tiridi, Taşköprü Sarımsağı, Kastamonu Pastırması, Siyez Bulguru, Taşköprü Kuyu Kebabı, Kastamonu Çekme Helvası, Ecevit Çorbası, İhsangazi Ekşili Pilavı olarak belirtilebilir. Etkinlik ve faaliyetler noktasında üç adet başlık tespit edilmiştir; ‘‘Kastrofest, Uluslararası Taşköprü Sarımsak Festivali ve Mantar Toplama Etkinliği’’ akla ilk gelen faaliyetler olduğu söylenebilir. Katılımcıların belirtmiş olduğu yöresel lezzetlerin tamamı Coğrafi işaretli ürünlerden oluşmaktadır. Bu bağlamda tescilli ürünlerin de gastronomi turizmine katkı sağlayıcı ürünler olduğu kanısına varılabilir.

Katılımcılara beşinci soru olarak Kastamonu’ya özgü yöresel lezzetlere işletme menülerinde yeteri kadar yer verip verilmediği sorulmuştur. Katılımcıların vermiş olduğu cevapların özet kısımlarına tablo 5.6’da yer verilmiştir.

Tablo 5.6 Görüşme formunda bulunan 5. soru ve cevapları

Katılımcılar	Cevaplar
K1	Maalesef yeterli seviye de değil. Biz işletme olarak menümüzün %45’ini yöresel lezzetler oluşturuyoruz.
K2	Her işletme menüsüne koyarsa standarda uyma noktasında belli başlı sorunlar olabilir. Belli başlı yerlerin yöresel yemekleri yapmasında fayda var.
K3	Hayır, verilmiyor. Belli başlı yerler yapıyor ve yeterli değil.
K4	Belli başlı yerlerin yapıyor olması yeterli, her gıda işletmesinin yapmasını doğru bulmuyorum.
K5	Yeteri kadar yer verildiğini düşünmüyorum, sadece belli başlı mekanlar yöresel lezzet yapıyor daha yaygın olmalı.
K6	Yeteri kadar yer verildiğini düşünmüyorum. Ancak talep meselesi şu an ki mekanlar bir şekilde idare edebiliyor fakat talep arttıkça yeterli olacağını düşünmüyorum.
K7	Yeterli düzeyde olduğunu düşünmüyorum.
K8	Yeteri kadar yer verildiğini düşünmüyorum. Şu an ki işletmeler yükü kaldırmaya çalışıyor.
K9	Şu an ki bilindik işletmelerin menülerinde yeteri kadar yöresel lezzetler var ancak standarda uyumluluk noktasında dikkat ediliyor mu, bu konu daha önemli.
K10	Hayır yeterli seviyede değil, olan işletmelerde belli başlı lezzetlere yer veriyor çeşitlilik çok değil.

Tablo 5.6'nın devamı

K11	Maalesef yeteri kadar yer verilmiyor.
K12	Kastamonu'ya özgü lezzetleri sunan işletmelerin ve nüfusa oranla yiyecek-içecek işletmelerinin sayısının az olduğunu düşünüyorum.
K13	Yöresel lezzetler sunan işletmeler var ancak yeterli seviyede menüleri yöresel değil. Farklı mutfakların yemeklerini de sundukları için tam bir yeterlilikten bahsedemem.

Katılımcıların görüşme formunun beşinci sorusuna vermiş oldukları yanıtlar direkt olarak kendi ifadeleri ile şu şekildedir;

K1: “Biz işletme menümüzü %45 oranında yöresel lezzetlerden oluşturuyoruz. Ancak Kastamonu geneli işletme menülerinde bu durum yeterli seviyede değil. Geçiş güzergahında olan işletmelerde yöresel lezzetler yok”.

K2: “İşletme olarak en az 15 yöresel lezzet üretimi ve tanıtımı yapıyoruz. Bu şekilde olan belli başlı yerler var. Herkes yöresel lezzet yapmamalı diye düşünüyorum. Herkes yaparsa orijinale sadık kalınamaz diye düşünüyorum bu nedenle belli işletmelerin bunu yapması doğru olacaktır”.

K3: “Yeterli seviyede değil, yer verilmiyor. Belli başlı yerler haricinde menülerde yöresel lezzet yok. Ticari amaç güdüldüğü için standarda uygun olduklarını düşünmüyorum”.

K4: “İhtiyaca göre belirli işletmeler bu konuda şu anlık yeterli seviyede. Her işletme yapamaz, yapmamalı da. Sunum, tabaklama ve servis noktasında eksiklikler olduğunu düşünüyorum.

K5: “Yeterli seviyede olduğunu düşünmüyorum. Belli başlı yerler bu işi yapıyor sadece. Et yemekleri hariç yöresel lezzet anlamında çeşitlilik olmadığını düşünüyorum. İl kültür turizm müdürlüğü bu konuda öncü rol oynayıp sektöre yön vermeli yöreseli teşvik etmeli diye düşünüyorum”.

K6: ‘‘Yeteri kadar yer verildiğini düşünmüyorum. Ancak bunu talep meselesi olduğunu düşünüyorum. Demek ki şu anki talebi mevcut durum karşılıyor ancak şehir nüfusuna oranla işletme ve yöresel lezzet sunan işletmeler yeterli değil’’.

K7: ‘‘Yeterli seviyede olduğunu düşünmüyorum. Hem kaliteli ürün hem de standarda uygun lezzetler yapabilecek işletmelerin sayısı artmalı’’.

K8: ‘‘Yeteri kadar yer verildiğini düşünmüyorum belli başlı işletmeler var onların kendi imkanlarınca temsil ettiği kanaatindeyim ‘’.

K9: ‘‘Yöresel lezzetler işletme menülerinde olduğunca var ama bu yemeklerin aslına uygun hazırlanıp hazırlanmadığı önemli bir tartışma konusu bence. Örneğin şehre gelip etli ekmek yiyecek olan biri Nasrullah meydanındaki herhangi bir işletmede kolaylıkla ulaşabilecektir. Ancak söz konusu işletmelerde (aynı zamanda bilindik işletmeler) geleneksel etli ekmek yemek ya da banduma yemek çok zordur. Bu durum da bana göre önemli bir eksikliktir’’.

K10: ‘‘Hayır yeteri kadar yer verilmiyor, belli başı olan lezzetlere yer veriliyor’’.

K11: ‘‘ Maalesef verilmiyor, Kastamonu gastronomik lezzetlerinin reçetelendirilip günümüz damak zevkine aslını bozmadan yeniden yorumlanması gerekmektedir’’.

K12: ‘‘Kendi gözlemin olarak Kastamonu’daki yiyecek-içecek işletme sayısının nüfusa oranla oldukça az olduğunu düşünüyorum. Bu işletmeler içerisinde Kastamonu’ya özgü yöresel yemekler sunan işletme sayısının da az olması dikkat çekicidir. Özellikle kent merkezindeki birkaç işletme haricinde bölgedeki yiyecek işletmelerinin çok büyük bir kısmında yöresel lezzetleri bulmak mümkün değildir. Bu işletmelerin menülerinde yöresel lezzet sayısının da oldukça az olduğu söylenebilir. Bu konuda çok fazla bir şey yapılabileceği kanaatinde değilim. Yöresel yemeklerin işletme menülerinde

az olmasının en büyük sebebi bu yemeklere olan ilginin yani talebin olmasıdır. Özellikle yerel halkın bu yiyecekleri bulabilecekleri işletmeleri işaretlemek veya bu tür yiyecek sunan işletmelere yönelik rehberler oluşturmak bu işletmeleri özendirir”.

K13: “ Kastamonu’ya özgü yöresel yemeklerin olduğu işletmelerimiz bulunmakta ama çoğu işletmemiz yöresel lezzetlere yer vermek yerine diğer illere ait olan kebab, tantuni, çiğköfte gibi yemekleri sunmayı tercih ediyorlar. İşletmelerimiz yöresel ürünleri kurumlar kadar sahiplenmemekte”.

Katılımcılara beşinci sorulan “*Kastamonu’ya özgü yöresel yemeklere işletmelerin menülerinde yeteri kadar yer veriliyor mu? (Verilmesi için ne yapılabilir)*” sorusuna 13 katılımcıdan 11’i yeteri kadar yer verilmediğini ifade etmiştir. Katılımcı 4; Şu an ki talebe göre yeterli seviyede olduğunu ancak sunum, tabaklama ve servis noktasında eksiklikler olduğunu belirtmiştir. Katılımcı 9; İşletme menülerinde yeterli seviyede yöresel lezzetler olduğunu ancak aslına uygun yapıp yapılmadığının çok önemli bir tartışma konusu olduğunu vurgulamıştır.

Katılımcıların cevapları göz önünde bulundurulduğunda Kastamonu’da ki işletmelerin menülerinde yöresel lezzetlere yeterli seviyede yer verilmediği düşünülmektedir. Yeterli olduğunu düşünen katılımcılar her işletmenin yöresel lezzetleri yapmaması hususunda standart reçeteye uyumsuzluk olacağı konusunu öne sürerek bu nedenle her işletmenin yöresel yemekleri yapmamasının daha doğru olacağını vurgulamışlardır. Bu bağlamda Kastamonu’da ki işletmelerde yöresel lezzetlere yeterince yer verilmemesinin başlıca sebebi talebin fazla olmaması olabilir. Katılımcıların yöresel lezzet konusunda ki en önemli hassasiyet noktasıysa yapılan ürünlerin aslına uygun bir biçimde yapıp yapılmadığı, standart reçeteye uyulması gerektiği konusudur. Yöresel ürünlerin standartlaştırılması, ürünlerin tarihi dokusuna uygun bir biçimde servis edilmesi, yöresel lezzetleri teşvik edici ve özendirici rehberlik hizmetinin hayata geçirilmesi gibi başlıklar bu konunun çözümü için önem arz etmektedir.

Katılımcılara altıncı soru olarak Kastamonu’da gastronomi turizminin geliştirilmesi için hangi kurumlara görevler düştüğü, hangi kurumların iş birliği içinde olması gerektiği sorulmuştur. Katılımcıların vermiş olduğu cevaplara Tablo 5.7’de yer verilmiştir.

Tablo 5.7 Görüşme formunda bulunan 6. soru ve cevapları

Katılımcılar	Cevaplar
K1	İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Belediye, Ticaret Odası, Özel Sektör Temsilcileri, Üniversite
K2	Valilik, İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Belediye, Sivil Toplum Kuruluşları
K3	İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Kadın Kooperatifleri, Ticaret Odası, Esnaf ve Sanatkarlar Odaları Birliği
K4	Valilik, Belediye, Sivil Toplum Kuruluşları, Üniversite, İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü
K5	Valilik, İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Sivil Toplum Kuruluşları, Üniversite, Belediye
K6	İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Valilik, Üniversite, İl Özel İdare
K7	Valilik, Kaymakamlık, İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Sivil Toplum Kuruluşları, Kadın Kooperatifleri
K8	Valilik, İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, İl özel İdare, Belediye, Kadın Kooperatifleri
K9	Belediye, Sivil Toplum Kuruluşları, Üniversite
K10	Valilik, Belediye, İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı, Esnaf ve Sanatkarlar Odası Birliği, Sanayi ve Ticaret Odası, Sivil Toplum Kuruluşları
K11	Valilik, İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Belediye, Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı, Tarım Bakanlığı
K12	Belediye, İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı, Üniversite, Sivil Toplum Kuruluşları, Özel Sektör Temsilcileri
K13	Valilik, Belediye, Ticaret Odası, Esnaf ve Sanatkarlar Odası Birliği, İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Sivil Toplum Kuruluşları, Yerel Basın Yetkilileri

Bazı katılımcıların görüşme formunun altıncı sorusuna vermiş olduğu etkili ve yorumlayıcı yanıtlar direkt olarak kendi ifadeleri ile şu şekildedir;

K1: ‘‘Turizm Fakültesi ve İl Kültür Müdürlüğü gastronomi envanterini ortaya koyarak şehrin gastronomi mirasını gün yüzüne çıkarmalı. Kısa, orta ve uzun vadeli bir yol haritası oluşturularak şehrin turizmine yön verilmeli’’

K9: ‘‘Destinasyon paydaşlarına bu durumda önemli görevler ve sorumluluklar düşmektedir. Bu kapsamda yerel yönetimler, sivil örgütler, üniversite, yerel turist iş birliği halinde olmalıdır’’.

K12: ‘‘Öncelikle bu konuda gelişmiş destinasyonların da yaptığı gibi destinasyon yönetim örgütü kurmanın gerektiğini düşünüyorum. Bu destinasyon yönetim örgütü ise yerel yönetim olan belediyenin öncülüğünde kurulması gerekir. Çünkü belediye (dolayısıyla çalışanları) bir bölgenin kendi iç kaynaklarını, kültürünü ve geçmişini en iyi bilen ve yerel halkı yakından tanıyan bir kurumdur. Belediyeye birlikte bu konuda destinasyon yönetim örgütüne katılması gereken diğer kurumların ise İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Kuzey Anadolu Kalkınma, Üniversite Yetkilileri, Özel sektör temsilcileri, Sivil Toplum Kuruluşları ve gönüllü olarak gastronomi turizminin gelişmesini destekleyen herkesin bu örgütün faaliyetlerine destek olması gerekir. Dolayısıyla bu kurumların iş birliği içinde olması gastronomi turizminin gelişimine katkı sunabilir’’.

Katılımcılara sorulan ‘‘*Gastronomi turizmini geliştirmek için hangi kurumlara görevler düşmektedir, hangi kurumlar arası iş birlikler gastronomi turizmine katkı sağlayabilir?*’’ sorusuna katılımcılar; geliştirme ve iş birliği yapma konusunda üzerine görev ve sorumluluk düşen on beş ayrı kurum ve işletme belirtmişlerdir. Görev ve sorumluluk düştüğü düşünülen birimler en çok belirtilen kurum başta olmak üzere sırasıyla şu şekildedir;

- 12 Katılımcı; İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü
- 10 Katılımcı; Belediye
- 10 Katılımcı; Valilik/Kaymakamlık

- 8 Katılımcı; Sivil Toplum Kuruluşları
- 6 Katılımcı; Üniversite
- 5 Katılımcı; Ticaret Odası
- 3 Katılımcı; Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı
- 3 Katılımcı; Kadın Kooperatifleri
- 3 Katılımcı; Esnaf ve Sanatkarlar Odası Birliği
- 2 Katılımcı; Özel Sektör Temsilcileri
- 1 Katılımcı; Tarım Bakanlığı/Yerel Basın

Katılımcılardan alınan bilgiler doğrultusunda yukarıda belirtilen kurumların Gastronomi turizmini geliştirme amacıyla bir araya gelmesi, paydaşların düzenli aralıklarla toplanarak şehrin turizm dinamikleri rehberliğinde bir yol haritası hazırlaması ve bir bütün olarak hareket edilmesi gibi konu başlıkları ortaya çıkmıştır. İl Kültür Turizm Müdürlüğü başta olmak üzere yukarıda belirtilen kurum ve kuruluşların gastronomi turizmi ve dolayısıyla Kastamonu turizmine katkı sağlamak amacıyla iş birlikleri yaparak ortak kararlar alması ve kapsamlı projelerin hazırlanıp hayata geçirilmesi ile gastronomi turizmine gerekli olan katkı sağlanabilir.

Katılımcılara yedinci soru olarak Kastamonu'da gastronomi turizminin geliştirilmesi için neler yapılabilir, önerileriniz nedir sorusunu yöneltilmiştir. Katılımcılardan alınan cevapların özet kısımları tablo 5.8'de verilmiştir.

Tablo 5.8 Görüşme formunda bulunan 7. soru ve cevapları

Katılımcılar	Cevaplar
K1	Yetkili birimler yol haritası hazırlamalı, halk bu konuda bilinçlendirilmeli, şehrin gastronomik değerleri gün yüzüne çıkarılmalı
K2	Aşçılık ve gastronomi eğitim merkezlerinin Kastamonu merkezinde faaliyet göstermesi gerekiyor, Şehirde okuyan genç nüfusun göç ettiğini düşünüyorum kalmaları için teşvik edilmeleri gerekiyor.
K3	Köklü bir alt yapı çalışması gerekiyor, bu konuda bir araya gelen bir topluluk var. Devamlı olarak bir araya gelip harekete geçilmesi kazanım açısından iyi olacaktır.
K4	Yöresel lezzetlerin devamlılığı için işletme numarası verilmeli diye düşünüyorum. Bu hizmeti ehli olan ve resmiyette ruhsatı olan kişilerin üslenmesi gerektiğini düşünüyorum.
K5	Festivaller, TV Programları, Seminerler, Sunumlar yapılmalı.
K6	Turizm ile ilişkili kamu ve özel sektör temsilcileri bir araya gelip somut bir yol haritası çizmeli.
K7	Konaklama sorununun çözülmesi gerektiğini düşünüyorum. Şehirde gastronomi turizmi kapsamında gelen ziyaretçilerin veya turların misafir edilmesi için gereken ortamın hazırlanması gerekti düşüncesindeyim.
K8	Alanında başarılı bir sosyal medya ekibi kurulmalı, reklam ve tanıtımlar yapılmalı.
K9	Festivaller gerçekleştirilmeli, gastronomi faaliyetleri kültür turlarına entegre edilmeli.
K10	Bu alanda başarılı şehirler baz alınarak bir yol haritası çıkarılması gerekir.
K11	Her yıl düzenli festivaller gerçekleştirilmeli, bu kapsamda yöresel lezzet ve hijyen eğitimleri verilmeli.
K12	Kastamonu ilinin gastronomi turizminde gelişme göstermesi ve marka bir şehir olması için gerekli altyapı çalışmalarına ihtiyaç duyulmaktadır.
K13	Turizm altyapısı kuvvetlendirilerek, uluslararası çapta etkinlikler, festivaller düzenlenmeli.

Katılımcıların görüşme formunun yedinci sorusuna vermiş oldukları yanıtlar direkt olarak kendi ifadeleri ile şu şekildedir;

K1: ‘‘Geliştirilmesi için işletme olarak tüm imkanlarımızla elimizden geleni yapmaya hazırız. Halkın bilinçlendirilmesi gerekiyor. Yetkililerin çizdiği yol haritası ile birlikte şehrin gastronomik değerlerinin meydana çıkarılması, turizmin desteklenmesi, faaliyetlerin yapılması ve sosyal medyada gastro turisti çekme çalışmalarının yapılması gerekiyor. Bu kavramları sonucunda ortaya somut sonuçlar çıkacaktır.

K2: ‘‘Cide gibi ilçelerde bulunan gastronomi ve aşçılık eğitim merkezlerinin Kastamonu merkezinde artırılması gerekir diye düşünüyorum. Mezun öğrencilerin şehirde kalması ve istihdam sağlanması şarttır. Kalifiye dediğimiz, iş bilen yetenekli personelin eksikliği çok fazla bu konularda teşvik edici olunmalı’’.

K3: ‘‘Kuvvetli bir altyapı çalışması gerekli. Kurumların bir arda olması gerekiyor. Böyle bir topluluk var, çalışmalar devam ediyor. Kastamonu konaklarından bir tanesi bu konu için tahsis edilmeli. İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü ve altyapı ekibi birlikte hizmet vermeli’’.

K4: ‘‘Yöresel mutfağın devamlılığı için, işletme numarası verilmeli gerekir. coğrafi işarete uygundur, üretim yapabilir ruhsatı verilmeli ve standarda uygun işletmeler açılmalı. Herkes yöresel lezzetleri yapma konusuna girmemeli’’.

K5: ‘‘Festivaller, televizyon programları, seminerler ve sunumlar yapılmalı. Bu konunun tanıtımı ile ilgilenen bir ekip kurulmalı. Kale gibi herkesin uğrak yeri olan mekanlar tercih edilmeli oralarda tanıtım programları yapılmalı’’.

K6: ‘‘Turizm ile ilişkili kamu ve özel sektör temsilcileri bir araya gelip somut bir yol haritası çizilmeli. İşletmeler ve kurumlar bu haritaya göre yol almalı. Örnek şehirlerin artı yönleri alınmalı’’.

K7: ‘‘Konaklama sorununun özölmesi gerektiğini düşünüyorum. Misafirleri ağırlayabilecek konaklama tesislerinin hayata geçirilmesi gerekir. Tanıtım ve pazarlamanın artırılması gerekir. Bunun içinde belli bağlı kurumların bir araya gelip bir yol haritası çıkarılması iyi olacaktır’’.

K8: ‘‘Sosyal medya gibi güçlü tanıtım platformlarında bilgili ve yetkin bir ekiple tanıtım ve reklam politikası yürütölmeli. Reklam ve tanıtım için ayrı bir kaynak oluşturulmalı’’.

K9: ‘‘Yöre halkının katılımıyla sınırlandırılmış festivaller yerine başlangıçta bölgeye hitap eden, zamanla öлке geneline ulaşabilen festivallerin düzenlenmesi bu konuda oldukça önemlidir.

Kastamonu költür turizmi için önemli bir destinasyon sayılabilir. Gastronomi faaliyetleri költür turlarına entegre edilerek bilinirlik artırılabilir. Yöresel yemekler ve ürünlerin tanıtım çalışmaları üzerine düşünölerek farkındalık oluşturulabilir’’.

K10: ‘‘Bu turizm çeşidinde başarılı olan destinasyonlar ziyaret edilerek izledikleri yol örnek alınabilir. Bu kapsamda bir yol haritası çıkarılabilir’’.

K11: ‘‘Her yıl düzenli olarak gastronomi festivali düzenlenmeli, Kastamonu üniversitesi gastronomi bölümü çatısı altında yerel işletmelere mutfak sanatları ve yöresel lezzetler, hijyen eğitimleri verilmelidir’’.

K12: ‘‘Öncelikle Kastamonu’nun mevcut gastronomi turizmi potansiyelinin ne olduğunu belirlemek gerekir. Sonrasında gastronomi destinasyonu olabilmesi için sahip olunan költürel varlıkların en iyi şekilde kullanılması için çalışmalar yapılmalıdır. Yukarıda Kastamonu’ya özgü yöresel yemeklerin işletme menülerinde yeterince yer verilmediğine değinmişim. Bu işletmelerin neden bu yiyeceklere yer vermediklerinin de ayrıca araştırılması ve bu konuda işletmelere nasıl yardımcı olunacağı da düşünölmelidir. Yine yukarıda değinildiği üzere kurulması gereken destinasyon yönetim örgütünün bu anlamdaki ihtiyacı tespit etmek ve işletmelere bu konularda neler

yapılması gerektiğiyle ilgili teknik destek olması sağlanabilir. Bununla birlikte Kastamonu ilinin gastronomi turizminde gelişim göstermesi ve marka bir şehir olması için gerekli altyapı çalışmalarına ihtiyaç duyulmaktadır”.

K13: “Kastamonu’da gastronomi turizminin geliştirilmesi için öncelikle şehrimizin turizm alt yapısının tümüyle sağlanması yerli ve yabancı turisti şehrimizde ağırlayarak şehrimizi yerinde tanıtmak, ulusal çapta etkinlikler düzenleyerek ilgiyi şehrimize doğru çekmek gerekmektedir”.

Katılımcılara sorulan ‘‘Kastamonu’da gastronomi turizminin geliştirilmesi için neler yapılabilir, sizin öneriliriz nelerdir?’’ sorusuna katılımcılar; özellikle bir gastronomi turizmi altyapısının oluşturulması gerektiğini vurgulamışlardır. Katılımcıların cevapları doğrultusunda, ilgiyi şehre çekmek amacıyla reklam, tanıtım ve pazarlama noktasında profesyonel bir ekibin kurulması ve kapsamlı çalışmalar yapılması gerekmektedir. Gastronomi turizminin geliştirmesi amacıyla düzenli ve geleneksel hale gelen önce yörede sonra da ülke genelinde bilinir hale getirilmesi planlanan gastronomi festivallerinin düzenlenmesi, sempozyum, seminer ve kongre gibi kapsamlı faaliyetler gerçekleştirilmelidir.

Yöresel lezzetlerin standardizasyonu konusuna tekrar dikkat çeken katılımcıların görüşleri dikkate alınarak bilinen ve yöresel olarak sunulan ürünlerin aslına uygun şekilde servis edildiği, coğrafi işaretli ürünleri pazarlama noktasında coğrafi işaret işletme ruhsatı olan işletmelerin oluşturulması bilinirliğe katkı sağlayacaktır.

Şehrin turizm dinamiklerinin yeniden gözden geçirilmesi, yetkili kurum ve kuruluşların bir araya gelerek destinasyon yönetim örgütünün hayata geçirilmesi ve gastronomi turizminin geliştirilmesi için kamu ve özel sektöre yön verebilecek kapsamlı bir yol haritası beklentisinin olduğu gözlemlenmiştir. Bu bağlamda bahsi geçen konuların hayata geçirilmesinin gastronomi turizminin gelişime katkı sağlanması beklenmektedir.

Katılımcılara sekizinci soru olarak Kastamonu’nun şu an ki turizm politikaları ile UNESCO yaratıcı şehirler kapsamında bir gastronomi şehri olarak kabul edilebilir

mi, bu bağlamda artıları ve eksileri nelerdir sorusu yöneltilmiştir. Katılımcılardan alınan cevapların özet kısımlarına tablo 5.9’da yer verilmiştir.

Tablo 5.9 Görüşme formunda bulunan 8. soru ve cevapları

Katılımcılar	Cevaplar
K1	UNESCO’nun kriterleri yerine getirildiği zaman gastronomi şehri olarak seçilmesi mümkündür, ürün çeşitliliği var ancak tanıtım ve hazırlık yok.
K2	Şu an ki mevcut gastronomi şehirleri baz alındığında bir gastronomi şehri olarak kabul edilemeyiz.
K3	Kastamonu’nu gastronomik ürün açısından çeşitliliğe sahip olsa da tanıtım, pazarlama, reklam ve alt yapı olarak hazırlıklı değil. Kastamonu mutfağının diğer şehir mutfaklarıyla aynı kategoride olduğunu düşünmüyorum.
K4	Yöresel lezzetlerin standart reçeteleri bile hazır değilken şu an ki durumda gastronomi şehri olma olasılığı zayıf diyebilirim. Eksiklikler var.
K5	Potansiyel görüyorum. Ancak kriterler açısından yeterli olduğunu düşünmüyorum.
K6	Şu an ki durumda kabul edilemez. UNESCO’nun kriterleri ve örnek şehirler yakından takip edilmeli ona göre projeler üretilmeli.
K7	Kabul edilebilir. Konum ve çeşitlilik açısından gayet elverişli bir şehir. Kriterler yerine getirildiğinde UNESCO yaratıcı şehirler kapsamında bir gastronomi şehri olarak kabul edilebilir.
K8	Şu an ki durumda gastronomi şehri olma olasılığı düşük.
K9	Gastronomi şehri olarak kabul edilmesi için mevcut şartlar yeterli değil.
K10	Edilebilir, çeşitlilik çok. Eksikler giderilmeli.
K11	Aday adayı pozisyonundadır. Reçetelendirme yapılmalı ve bu konuyla ilgili mekanlar açılmalı.
K12	Kastamonu’nun gastronomi şehri olmasının önünde ki eksi yönlerin artı yönlerle oranla daha fazla olduğunu söylemek mümkündür.
K13	Eksikler giderildiğinde gastronomi şehri olarak kabul edilebileceğini düşünüyorum.

Katılımcıların görüşme formunun sekizinci sorusuna vermiş oldukları yanıtlar direkt olarak kendi ifadeleri ile şu şekildedir;

K1: “Gastronomi şehri olarak kabul edilebilir. Çok çeşitli ürünler ve lezzetler var. Ancak UNESCO şartlarını yerine getirmesi gerekir. Bahsetmiş olduğum çeşitlilik gün yüzüne çıkarılır ve kriterler yerine getirilirse bir gastronomi şehri olarak kabul edilebilir diye düşünüyorum”.

K2: “Önümüzde Gaziantep, Hatay gibi şehirler varken şu an ki ilgiyle bir gastronomi şehri olarak kabul edilebileceğimizi düşünmüyorum. Kapsamlı bir çalışma yapılmalı”.

K3: “Yeme-içme konusundaki çeşitliliğini yeterli seviyede görüyorum. Ancak tanıtım ve gastronomi şehri olma kriterleri açısından yeterli değil. Diğer UNESCO gastronomi şehirleri ile aynı kategoride olduğumuzu düşünmüyorum. Hamur ve et ağırlıklı bir mutfak kültürümüz var. Kebap ve türevi birçok lezzetle aynı sınıfta değil. Kendi alanında değerlendirilmesi gerektiğini düşünüyorum”.

K4: “Yolun daha başında olduğumuzu düşünüyorum. Ürünlerin daha standart reçeteleri bile hazır değilken, şehri hazırlamak gerekirken, toplum hazır değilken şu an ki durumda mümkün olduğunu düşünmüyorum. Eksikler giderilmeli. Kastamonu’nun turizme ihtiyacı var. Kastamonu denilince akla ilk gelen sunta fabrikası algısını değişmesi gerekiyor”.

K5: “Potansiyel görüyorum. İnanç turizmi ve gastronomi turizmi entegre edilerek tanıtım yapılabilir”. Eksiklikleri tanıtım, pazarlama ve turizm faaliyetlerinin yetersizliği. Gerekli kriterler yerine getirildiğinde potansiyel her daim var”.

K6: “Yeterli değil. Kabul edilebilir bir seviyede değil. UNESCO yaratıcı şehirler kapsamında gastronomi şehri olma kriterlerinin dikkate alınması ve örnek şehirlerin yakından takip edilmesi gerekmektedir”.

K7: “Kabul edilebilir. Konum ve çeşitlilik anlamında gayet yeterli görüyorum. Büyük şehirlere olan yakınlığı, kültürü bunun için müsait ancak

kriterleri yerine getirmek gerekir. İstenilen kriterler tamamlanırsa UNESCO gastronomi şehri olabilir”.

K8: “Şu an mevcut duruma bakıldığında bir UNESCO gastronomi şehri olabileceğini düşünmüyorum”.

K9: “ Gastronomi şehri olarak kabul edilmesi için mevcut şartları uygun değildir. Ancak mevcut durum değerlendirildiğinde Kastamonu mutfağı, Türkiye’de ki çoğu ilde olduğu gibi genel olarak UNESCO kriterlerine sahiptir. Ancak Adana, Mardin, Kilis, Şanlıurfa, Diyarbakır gibi iller düşünüldüğünde Kastamonu oldukça dezavantajlı durumdadır. Özellikle yiyecek içecek işletme sayısı (yöresel ürün/yemek sunan), hizmet kalitesi gibi konularda eksikler bulunmaktadır.

K10: “Kabul edilebilir. Yemek çeşitliliğinin çok olması artı yön. Ama sunum ve pazarlama tekniklerinin geliştirilmesi gerekmektedir”.

K11: “ Sadece aday adayı pozisyonundadır. Lezzetlerin ortaya çıkarılıp reçetelendirilmesi ve bu lezzetleri sunabilecek mekanlarda artış olması gerekmektedir”.

K12: “ Türkiye’de gastronomi şehri unvanını almış şehirler düşünüldüğünde mevcut politikalarıyla gastronomi kenti olması uzak görünüyor. Ancak iyi bir örgütlenme olması durumunda bu unvanı alabilmesi mümkündür. Bu konuda Kastamonu’nun artıları saymak gerekirse;

- Kastamonu doğası ve iklim koşulları açısından tarım ve hayvancılığa elverişli bir bölge olması
- Bozulmamış bir doğası ve zengin bir kültürel geçmişe sahip olması
- Gastronomi turizminde kullanılabilecek tarihi yapılara sahip olması

Kastamonu'nun gastronomi şehri olmasının önündeki eksi yönlerin ise daha fazla olduğunu söylemek mümkündür;

- Tarihi ve geleneksel olarak çok fazla yiyecek içecek mekanı yoktur. Bununla birlikte yöresel yemeklerin kesintisiz bir şekilde servis edildiği geniş bir aşçı topluluğu bulunmamaktadır.
- Kendine özgü yemek sayısı düşüktür. Bununla birlikte yöresel yemeklerin pişirilmesinde çok özgün teknikler kullanıldığı söylenemez.
- Gastronomik festivaller, ödülle ve yarışmalar gibi etkinlikler düzenlenmesi geleneğine sahip olduğu söylenemez.
- Sürdürülebilir gastronomi uygulamaları açısından bilinçli bir gastronomi topluluğuna sahip değildir.
- Halkın gastronomi turizmine yönelik ilgisi düşüktür. Gastronomi turizmi açısından şehrin gelişimine katkı sağlayabilecek bilinçli bir gastronomi topluluğu bulunmamaktadır.
- Kentin gastronomi imajını doğru şekilde yansıtabilecek ve tanıtacak örnek bir gastronomi merkezi barındırmıyor.
- Kastamonu'nun gastronomi kültürünü gelen ziyaretçilere gösterebilecek bir gastronomi müzesine ihtiyaç duyulmaktadır.

K13: ‘‘Tarihi ve yöresel çeşitliliği anlamında potansiyeli olan bir şehirdir. Belli başlı eksikler giderildiğinde şehrin gastronomi şehri kimliğini taşıyabilecek güçte olduğunu düşünüyorum’’.

Katılımcılara sorulan ‘‘*Kastamonu şu an ki turizm politikaları ile UNESCO Yaratıcı şehirler kapsamında bir Gastronomi şehri olarak kabul edilebilir mi? Bu bağlamda Artıları ve eksileri nelerdir?*’’ sorusuna katılımcılar; Kastamonu'nun bir gastronomi

şehri olması için gerekli UNESCO yaratıcı şehirler kapsamında bulunan kriterlerin yerine getirilmesi gerektiğini belirtmişlerdir. Katılımcılardan 6'sı Kastamonu'nun bir gastronomi şehri olarak kabul edilebileceğini belirtirken nedenlerine çeşitlilik, konum, coğrafi yapı gibi başlıkları örnek göstermişlerdir. Ancak bazı katılımcılar potansiyelinin olduğunu düşündükleri halde eksiklerin giderilmesi ve UNESCO kriterlerine uyulması halinde bir UNESCO gastronomi şehri unvanına sahip olabileceğini eklemişlerdir.

Diğer 7 katılımcı ise Kastamonu'nun bir gastronomi şehri olması hususunda

- Daha yolun başında olduğunu,
- Reçetelerin standartlaştırılması konusunda eksiklerinin olduğunu,
- İşletme ve yöresel lezzet kapsamında diğer gastronomi şehirlerine oranla zayıf kaldığını,
- Sunum, pazarlama ve tanıtım konusunda yeterli seviyede olmadığını,
- Festival ve organizasyonların gerektiği seviyede olmadığını,

gibi eksi yönlerini belirterek Kastamonu'nun UNESCO kapsamında bir gastronomi şehri olma olasılığının zayıf olduğunu ifade etmişlerdir.

Katılımcılardan alınan bu cevaplar doğrultusunda Kastamonu'nun bir gastronomi şehri olarak sayılabilmesi için öncelikli adımın, UNESCO'nun yaratıcı şehirler kapsamında gastronomi şehri olma kriterlerinin dikkate alınması ve başvuruda bulunacak ilgili kurum ve kuruluşların bu kriterlerin gidermesi konusunda gerekli özeni göstermesinin olması önerilebilir. Devamında ise şehrin gastronomi envanteri belirlenerek üzerine tanıtım, reklam ve pazarlama çalışmaları yapılmasının sürece büyük ölçüde katkı sağlayacağı söylenebilir. Kastamonu'nu da gastronomi turizmi ile ilgili faaliyet gösteren yetkili kurum ve kuruluşlar öncelikle şehir insanının konu hakkında bilinçlendirilmesi, konuya ilgisinin çekilmesi ve yerel halkın gastronomi turizmi faaliyetlerine katılım sağlamaları konusunda teşvik edici projeler üretmeleri

faydalı olabilir. Diğer UNESCO gastronomi şehirlerinin geçirmiş oldukları başvuru sürecinin öncesinde ve sonrasında sergilendikleri tutum, uyguladıkları proje ve faaliyetlerin yakından takip edilerek turizm politikası kapsamına alınması, kendine özgü bir biçimde Kastamonu'ya uyarlanarak yaratıcı fikirler ve organizasyonlarla desteklenmesi gastronomi şehri olma yolunda sürece katkı sunabilir.

Katılımcılara dokuzuncu soru olarak Kastamonu'da gastronomi adına yapılan faaliyetleri yeterli bulup bulmadıkları, neler yapıldığında gastronomi turizmi kapsamında Kastamonu bir marka haline gelebilir sorusu yöneltmiştir. Katılımcılardan alınan cevapların özet kısımlarına tablo 5.10'da yer verilmiştir.

Tablo 5.10 Görüşme formunda bulunan 9. soru ve cevaplar

Katılımcılar	Cevaplar
K1	Şu ana kadar yapılan faaliyetleri yetersiz ve verimsiz buluyorum.
K2	Türk dünyası günleri gibi faaliyetleri yeterli bulmuyorum.
K3	Yeterli bulmuyorum; daha da geliştirmesi gerekli.
K4	Yapılan faaliyetleri yeterli bulmuyorum yapılanlarda amacı dışında kaldı.
K5	Sadece ticari amaçlı faaliyetler var mevcut durumda yapılan bir faaliyet yok, yetersiz.
K6	Yeterli bulmuyorum, yapılan çok bir faaliyet yok.
K7	Faaliyetleri yeterli bulmuyorum. Gelenekselleşmesi gereken faaliyetler yapılmalı.
K8	Faaliyetler yeterli değil, gastronomi turizmi adına bir faaliyet hiç görmüyorum.
K9	Gastronomi adına yapılan etkinliklerde artış söz konusu ancak yerel nitelikte kalıyor. Kastamonu'nun bir marka olması çok zor görünüyor.
K10	Henüz yeterli değil. Gastronomi turizminde başarılı örnekler incelenerek bir yol haritası çizilebilir.
K11	Yapılan faaliyetler olsa da kısıtlı daha kapsamlı hale getirilmeli.
K12	Gastronomi turizmini geliştirmek üzere etkili bir çalışma yapıldığını hiç görmedim.
K13	Turizm değerleri fazlasıyla mevcut. Kapsamlı bir çalışma ile markalaşma yoluna girilebilir.

Katılımcıların görüşme formunun dokuzuncu sorusuna vermiş oldukları yanıtlar direkt olarak kendi ifadeleri ile şu şekildedir;

K1: ‘‘Faaliyetleri yeterli bulmuyorum. Yapılan faaliyetlerin amacının dışına çıktığını dışunuyorum. Sadece gastronomi temalı, yoresel faaliyetler ile lezzetlerin tanıtımları ve sunumları gerçekleştirilen organizasyonlar yapılmalı. şu ana kadar ki yapılan faaliyetleri yeterli bulmuyorum’’.

K2: ‘‘Türk Dünyası günleri gibi faaliyetleri yeterli bulmuyorum. Faaliyetler kesinlikle yeterli değil artırılmalı. Gastronomi turizmi desteklenerek turisti çekebilecek politikalar izlenmeli’’.

K3: ‘‘Yeterli bulmuyorum daha da geliştirilmeli. Belli bir program dahilinde faaliyetler yapılmalı geleneksel hale gelebilecek festivaller düzenlenmeli’’.

K4: ‘‘Faaliyet pek yok, yapılan organizasyonlar da amacının dışında kaldı. Yoresel lezzet temasından gastronomi turizmi gereği ayrılmadan uyumlu faaliyetler yapılmalı. Tanıtım için ortak kararlar alabilecek ilgili bir orgt olmalı’’.

K5: ‘‘Faaliyetleri yeterli bulmuyorum. Markalar ve önemli(bilindik) işletmeler sadece ticari amaç güdüyorlar. şehrin reklamı için gerekli adımlar atılmalı diye dışunuyorum’’.

K6: ‘‘Yeterli bulmuyorum. Mutfak kültürünü anlatmak ve tanıtılmak için bir çaba göremiyorum. Yapılan bir Kastrofest oldu o da amacının dışına ıktı. Gelenekselleşip devam ettirilmeliydi’’.

K7: ‘‘ Faaliyetler yeterli değil. Baştan başlanmalı yeni ve düzenli bir festival yapılabilir. Geleneksel hale getirilebilir. Sosyal medya platformlarında tanıtımlar yapılmayı bu şehre çekilmeli’’.

K8: ‘‘Faaliyetler yeterli değil. Kastamonu ve ilçelerinde hazırlıkları tam olan, içeriği dolu ve reklamı iyi yapılmış faaliyetler gerçekleştirilse bilinir hale gelir. Ancak şu anda gastronomi turizmi adına bir faaliyet göremiyorum’’.

K9: ‘‘Gastronomi adına yapılan etkinlik sayılarında artış söz konusu. Ancak bu etkinliklerin etkililiği önemli bir tartışma konusu. Yapılan faaliyetleri çoğunlukla yerel düzeyinde ve birbirlerinin tekrarı/benzeri mahiyetinde. Bu durumda da Kastamonu’nun marka olması oldukça görünüyor’’.

K10: ‘‘Henüz yeterli değil. Gastronomi turizminde başarılı örnekler incelenerek bir yol haritası çizilebilir’’.

K11: ‘‘Yapılan çalışmalar kendi çapında var ancak yeterli seviyede olduğu söylenemez. Kapsamlı çalışmalarla desteklenmeli’’.

K12: ‘‘Kastamonu’da 6 yıl yaşayan biri olarak gastronomi turizmini geliştirmek üzere bir olarak gastronomi turizmini geliştirmek üzere etkili bir çalışma yürütüldüğünü görmedim. Bu konuda en büyük bütçeli etkinliği bildiğim kadarıyla 2018 yılında düzenlenen Kastro-fest etkinliğiydi. Bu etkinliğin de çok başarısız ve şehrin gastronomisine yanlış bir imaj çizen bir etkinlik olduğunu düşünüyorum. Bunun dışında yapılan çalışmaları da yetersiz buluyorum. Kastamonu’nun gastronomi turizmi kapsamında marka olabilmesi için özüne dönerek yöreye özgü yemek kültürünün ön plana çıkarılması gerektiği kanaatindeyim. Bu konuda da yerel işletmecilerin bu ürünleri doğru şekilde üretip ilgililere sunması gereken çalışmaların yapılması gerektiğini düşünüyorum’’.

K13: ‘‘ Şehrimizde turizm değerleri fazlasıyla bulunmaktadır. Öncelikle şehrimizin stratejik planlar doğrultusunda tüm alanlara yönelmek yerine önümüzdeki 10 yıllık planlamada her yılı bir unsur üzerine yoğunlaştırmaktan yanayım. İstediğimiz seviyeye ulaştığımızda diğer unsuru tanıtmak için planlamaya başlanabilir’’.

Katılımcılara sorulan ‘‘Bugüne kadar Kastamonu da Gastronomi adına yapılan faaliyetleri yeterli buluyor musunuz, neler yapıldığında Gastronomi Turizmi kapsamında Kastamonu bir marka haline gelebilir?’’ sorusuna katılımcılardan 11’i Kastamonu da gastronomi turizmi adına yapılan faaliyetlerin yetersiz olduğunu ifade etmişlerdir. Etkinlik sayısında artış olduğunu belirten katılımcı 9; önemli olanın

yapılan faaliyetlerin çokluğu yerine etkililiğinin önemine vurgu yapmıştır. Katılımcılardan 5'i bugüne kadar ki faaliyetlerin yetersiz olduğunu yapılmış olan etkinliklerin de amacının dışında kaldığı görüşünü belirtmişlerdir. İçeriği genişletilmiş, reklamı ve tanıtımı iyi yapılmış festivallerin gerçekleştirilmesi, Kastamonu'nun gastronomi turizmi kapsamında özüne dönerek yöreye özgü yemek kültürünün ön plana çıkartılması gerektiği görüşleri etkin ve özgün görüş olarak düşünülebilir.

Katılımcılardan alınan cevaplar doğrultusunda Kastamonu'da gastronomi adına yapılan faaliyetler yetersiz bulunmuş, markalaşmanın gerçekleşmesiye gerekli çalışmaların yapılması ve adımların atılması ile ancak mümkün görünmektedir. Kastamonu'da turizm ve gastronomi turizmi ile ilişkili kurum ve kuruluşların faaliyetlerin yetersizliği nedeniyle bir gastronomi turizmi örgütü kurarak kapsamlı bir faaliyet raporu düzenlemeleri faydalı olacaktır. Kurulan bu gastronomi turizmi örgütü birçok yetkili kurumla iş birlikleri gerçekleştirerek faaliyetler düzenlenmeli ve yapılan bu faaliyetlerin tanıtım çalışmaları için ayrı kaynakların oluşturulması Kastamonu'ya gastronomi turizmi açısından katkı sağlayabilir.

Gerçekleştirilmesi planlanan faaliyetlerin gastronomi turizmi odaklı olması, davetlilerin ve katılımcıların konuya ilgi duymaları açısından önemli bir nokta olduğu söylenebilir. Yapılacak faaliyetlerin içeriklerinin ilgili kurum ve kuruluşların gastronomiden sorumlu yetkilileri tarafından hazırlanması farklı şehirlerde veya ülkelerde yapılmış ve yapılması planlanan organizasyonlardan esintiler taşıması destinasyonlar arası rekabeti artırması ve özgünlük açısından da büyük kazanımlar sağlayacaktır.

6. SONUÇ VE ÖNERİLER

Destinasyonların bilinir hale gelmesinde ve kalkınmasında turizm büyük rol oynamaktadır. Şehirlerin ve ülkelerin kendine has sayılabilecek coğrafi ve kültürel özelliklerini en iyi tanıtabilecekleri ve bu tanıtımı bir gelir kaynağına dönüştürebilecekleri sektörün turizm olduğunu söylemek mümkündür. Şehirlerin kültürleri, tarihi ve sosyal alanları, coğrafi yapıları gibi kendilerine ait yiyecek içecekleri de turizme katkı noktasında önem arz etmektedir. Yeme içme ile alakalı tüm kavramları kapsamı içinde barındıran gastronominin destinasyonların turizm kapsamında gelişmesine katkı sağlayan önemli bir turizm dalı olduğu söylemek mümkündür. Turizm çeşitliliğinin en büyük parçalarından biri olma yolunda ilerleyen gastronomi turizmi de ülkeleri ve şehirleri kendi kültürlerini ve lezzetlerini pazarlamak ve bilinir hale getirmek açısından önemli bir hareketliliğe yönelttiği söylenebilir. Bu bağlamda gastronomi turizmi yöresel mutfakların ve gastronomik değerlerin ön plana çıkarılmasıyla şehirlere ve ülkelere turizm açısından büyük katkı sağladığı düşünülmektedir. Araştırma da gastronomi turizminin Kastamonu’da ki mevcut durumunun incelenmesi amaçlanmıştır. Bu kapsamda Kastamonu’da turizm ve gastronomi turizmiyle doğrudan veya dolaylı şekilde ilişkisi bulunan turizm paydaşları ile yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilerek veriler toplanmıştır. Nitel araştırma yöntemi kullanılan çalışmada tümevarım yaklaşım benimsenmiş, bulguların düzenli şekilde sunulabilmesi için betimsel analiz yöntemi kullanılmıştır. Gerçekleştirilen görüşmeler ve analizler sonucunda bazı sonuçlar elde edilmiştir. Katılımcılardan elde edilen bulguların sonuç ve önerileri sırasıyla şu şekildedir;

- Katılımlardan elde edilen verilere göre, Kastamonu ilinin gastronomi turizmi açısından genel durumuna bakıldığında hak ettiği yerde olmadığı ve gastronomi açısından yeterli seviyede ilgi görmediği sonucuna varılmıştır. Katılımcıların büyük bir çoğunluğu hak ettiği yerde olmadığını diğer katılımcılarsa hak ettiği yere doğru ilerlediği ancak tanıtım noktasında eksiklerinin olduğunu ifade etmiştir. Kastamonu’da gastronomi turizminin diğer destinasyonlara oranla

zayıf bulunmasının başlıca sebepleri olarak tanıtım, reklam ve pazarlama noktasında ki eksikleri, şehirde bulunan gastronomik çeşitliliğin gün yüzüne çıkarılmaması ve gastronomi faaliyetlerinin gerçekleştirilmemesi sonucuna ulaşılmıştır.

- Kurum ve işletme bazında gastronomi turizmi politikaları değerlendirildiğinde 6 katılımcı belli başlı politikalarının olduğundan söz etmiştir bunlar; gastronomi masasının kurulması, kongre ve toplantıların düzenlenmesi, yapılan gastronomi festivallerine katkıda bulunulması, yöresel ürünler tespit edilerek coğrafi işaret tescilinin gerçekleştirilmesi, destinasyonlar arası düzenlenen yarışmalara ve gastronomi programlarına katılım sağlanması olmuştur. Bazı özel sektör işletmeleri ise yöresel mutfağın sunulmasını ve yaşatılmasını amaçlayarak gastronomi turizmi ile ilgili atılacak bir adımda tüm kaynaklarıyla destek olacaklarını ifade etmişlerdir. Bazı katılımcı ve kurumlar ise gastronomi turizmiyle ilgili bir politikalarının olmadığı bilgisine ulaşılmıştır.
- Gastronomi turizminin Kastamonu turizmine olan katkısı değerlendirildiğinde 7 katılımcı şehrin turizm dinamikleri açısından zayıf olduğunu, geriye kalan 6 katılımcı ise yöresel ürün çeşitliliğinin fazla olması ve gelen misafirlerin Kastamonu mutfağına olan ilgi ve meraklarından kaynaklı bir katkının olabileceği yönünde yorumlara ulaşılmıştır.
- Kastamonu da gastronomik ürün denilince akla gelen ürünler hakkında; Katılımcılardan çoğunlukla Et Ekmeği, Banduma, Simit Tiridi, Sarımsak, Pastırma ve Siyez Bulguru cevabı alınmıştır. Gastronomik faaliyet denildiğinde akla gelen faaliyetlerse; Kastofest (Kastamonu Gastronomi Festivali) ve Uluslararası Taşköprü Sarımsak Festivali olmuştur.

- Kastamonu'ya özgü yemeklere yörede bulunan işletmelerin menülerinde yeterli seviyede yer verilip verilmemesine katılımcıların büyük bir çoğunluğu yeteri kadar yer verilmediğini belirtmiştir. Yeterli seviyede olduğunu düşünen katılımcının şu an ki talebe göre yeterli gördüğü ancak sunum, tabaklama ve servis noktasında eksikliklerinin olduğunu belirtmiştir. Diğer bir katılımcı ise işletme menülerinde yeterli seviyede ürünün olduğu ancak aslında uygun şekilde yapılıp yapılmadığı konusunun çok daha önemli olduğu vurgusunu yapmıştır.
- Gastronomi turizminin geliştirilmesi için üzerine görev ve sorumluluk düşen ve işbirliği yapmalarının gastronomi turizmine fayda sağlayacağı düşünülen kurum ve kuruluşlar hakkında; katılımcılar tarafından 15 ayrı kurum belirtilmiştir. Katılımcılardan alınan bilgiler doğrultusunda katılımcıların büyük bir çoğunluğunun görev ve sorumluluklarının olduğunu düşündükleri kurum ve kuruluşlar olarak; İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Belediye, Valilik, Sivil Toplum Kuruluşları ve Üniversite sonucuna varılmıştır.
- Bu kurum ve kuruluşların iş birliği içerisinde olmasının Kastamonu'ya gastronomi turizmi kapsamında fayda sağlayacağını destekler yorumlar yapılmıştır.
- Kastamonu'da gastronomi turizminin geliştirilmesi için neler yapılabileceği ve konu ile ilgili öneriler hususunda; yetkili birimlerin yol haritası oluşturmaları; aşçılık ve gastronomi eğitimi veren kurumların şehir merkezine taşınarak eğitimli kitlenin şehirde kalmasının sağlanması, köklü bir turizm altyapısının oluşturulması, konaklama sorununun çözülmesi, festival ve televizyon programlarına katılımların sağlanması, alanında profesyonel sosyal medya ekibi kurularak tanıtım ve reklamların yapılması, gastronomi faaliyetlerinin kültür turlarına entegre edilmesi gibi sonuçlara ulaşılmıştır.

- Kastamonu'nun mevcut turizm politikaları ile UNESCO yaratıcı şehirler kapmasında bir gastronomi şehri olabilmesi ve bu bağlamda artı ve eksileri hakkında; 6 katılımcı Kastamonu'nun bir gastronomi şehri olarak kabul edilebileceğini belirtirken nedenlerine çeşitlilik, konum, coğrafi yapı gibi başlıkları örnek göstermişlerdir. Ancak bazı katılımcılar potansiyelinin olduğunu düşündükleri halde eksiklerin giderilmesi ve UNESCO kriterlerine uyulması halinde bir gastronomi şehri unvanına sahip olabileceğini belirtmişlerdir. Diğer 7 katılımcı ise Kastamonu'nun gastronomi şehri olması hususunda çoğunlukla reklam, tanıtım, festival ve organizasyon noktasında ki eksiklerine dair yorumlar yapmışlardır.
- Kastamonu'da bugüne kadar gastronomi adına yapılan faaliyetlerin yeterli olup olmadığı, neler yapıldığında bir marka şehir haline gelebileceği hakkında katılımcıların büyük bir çoğunluğu gastronomi turizmi adına yapılan faaliyetlerin yetersiz olduğunu belirtmiştir. Kastamonu'nun gastronomi turizmi kapsamında özüne dönmesi ve yöreye özgü lezzetleri içeren yemek kültürünün ön plana çıkarılmasının fayda sağlayacağını ifade eden değerlendirmeler yapılmıştır.

Yukarda belirtilen araştırma sonuçları doğrultusunda Kastamonu'da gastronomi turizmi paydaşlarına ve çalışmada tespit edilen kurum ve kuruluşlara öneriler sırasıyla şu şekilde sıralanabilir;

- Kastamonu'da gastronomi turizminin genel durumunun hareketlenmesi ve gelişmesi için, çeşitlilik ve zenginlik olarak ifade edilen yöresel lezzetlerin kültürel yönlerinin tekrardan gözden geçirilerek gastronomik ürünlerin aslına uygun şekilde belirlenmesi önemlidir. Belirlenen ürünlerin gastronomi turizmi faaliyetlerine entegre edilmesiyle bir farkındalık oluşturulabilir. Şehrin turizm dinamiklerine gastronomi dahil edilerek kapsamlı bir çalışma programı oluşturulabilir, yapılacak faaliyetlerin tanıtımlarının

profesyonel bir ekiple yapılması, yöresel lezzetlerin yapıldığı resmi ve özel işletmelerin artmasıyla ilginin Kastamonu mutfağına çekilmesi gibi adımlarla bu hareketliliğe katkı sağlanabilir.

- Kastamonu'da turizm ve gastronomi turizmi ile ilişkili kurum ve kuruluşlar tarafından öncelikli olarak kısa, orta ve uzun vadeli gastronomi turizmi politikası oluşturulabilir. Oluşturulan gastronomi turizmi politikası kapsamında faaliyet raporu düzenlenmeli ve faaliyetlerin hayata geçirilmesi konusunda ilgili kuruluşların hassas davranmaları önemlidir. Tanıtım, reklam ve pazarlama açısından kapsamlı bir yatırım planı düzenlenerek şehrin lezzetlerinin, faaliyetlerinin ve düzenlenecek olan festival vb. etkinliklerinin sosyal medya, televizyon programları ve afişlerle diğer şehir ve ülke insanları tarafından bilinmesi sağlanabilir. Bu bağlamda yetkililerin bir bütün olarak hareket ederek gastronomi turizmi konusunu önemsemesi ve şehrin kalkınmasına sağlayacağı katkı göz önünde bulundurularak hareket etmeleri önemlidir.
- Kastamonu'da gastronomi turizmi faaliyetleri artırılmalı ve bu faaliyetlerin düzenli bir şekilde hayata geçirilmesi önemlidir. Gastronomi turizmi kapsamında şehrin bilinir hale getirilmesi ve bir gastronomi şehri olarak anılması için şehir içi gastronomi lezzet rotası belirlenebilir ve misafirlere gastronomi turizm rehberliği hizmeti verilebilir. Kapsamlı bir çalışmayla Kastamonu'ya düzenlenen tur içeriklerine gastronomi turizmi eklenebilir. Gelen her turist ve turist kafilesine gastronomi lezzet rotasını içeren, Kastamonu'ya özgü yöresel lezzetlerin tarihi ve tariflerini kapsayan kitapçıklar verilerek, şehrin gastronomik değerlerinin tanıtımının yapıldığı bir gastronomi müzesi oluşturulabilir ve turistlerin ziyaret etmeleri sağlanabilir.
- Coğrafi işaret tescilli almış ürünlerin araştırma kapsamında gastronomik ürün olarak akla ilk gelen ürünlerle aynı olduğu gözlemlenmiştir. Ancak gastronomi şehri olma yolunda daha kapsamlı

bir çalışmayla bu ürün gamı genişletilerek gastronomi turizmine katkı sağlanabilir. Kastamonu halkının devamlı olarak tükettiği geleneksel tüm lezzetler gün yüzüne çıkarılarak ülke genelinde bilinir hale getirilebilir.

- Gastronomi turizminin gelişmesi için, şehirde bulunan işletmelerin menülerinde yöresel lezzetlere daha fazla yer vermesi sağlanabilir. Yöresel lezzetlerin standart reçeteleri oluşturularak, ürünler tarihi dokuya uygun bir biçimde servis edilmesi önemlidir. Bu kapsamda yöresel lezzetleri teşvik edici ve özendirici rehberlik hizmetleri verilebilir.
- Kastamonu'da turizm ve gastronomi turizmi ile ilişkili kurum ve kuruluşların gastronomi turizmini geliştirme amacıyla bir araya gelmeleri önem teşkil etmektedir. Düzenli aralıklarla konu hakkında toplantılar gerçekleştirilerek şehrin turizm dinamiklerini yeniden inşa edecek kapsamlı bir yol haritası oluşturulabilir. İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü başta olmak üzere şehirde turizm ve gastronomi turizmi ile ilişkili tüm kamu ve özel kurum işletmeleri gastronomi turizmine katkı sunmak amacıyla iş birlikleri yaparak şehrin kalkınmasına ve turizm açısından bilinir hale gelmesine katkı sağlanabilir.
- Kastamonu'da gastronomi turizminin geliştirilmesi, ilginin şehre çekilmesi amacıyla düzenli ve geleneksel hale gelmesi için çalışmalar yapılarak gastronomi festivalleri düzenlenerek, sempozyum, seminer ve kongrelere ev sahipliği yapılabilir. Yapılan tüm bu faaliyetlerin içeriğinin dolu ve amacına uygun olması konusunda hassas olunması önemlidir. Faaliyetlerin yeterli seviyede ilgi görmesi ve sektörde bilinir olması için reklam, tanıtım ve pazarlama noktasında geniş çalışmalar yapılabilir. Profesyonel bir sosyal medya ekibi kurularak yöresel lezzetleri ve tarihçelerini içeren reklam ve tanıtım filmleri çekilebilir. Destinasyonlar arası rekabete yön verilebilir. Bütün bu faaliyetleri yönetmek ve takibini yapmak için destinasyon yönetim

örgütü hayata geçirilerek tüm kurum ve kuruluşlarla eş zamanlı çalışmalar yürütülebilir.

- Kastamonu’da gastro turistlerin ağırlanabileceği, gastronomi turlarının misafir edilebileceği geniş bir otoparka ve yöresel mutfak hizmetine sahip konaklama hizmeti veren yapılar inşa edilebilir. Şehre günübirlik olarak gastronomi seyahati düzenlenebilmesi için hava yolu ulaşımında uçuş tarifeleri genişletilerek seyahat engelinin ortadan kaldırılması için gerekli çalışmaların yapılması gastronomi turizminin gelişimi için önemlidir.
- Kastamonu’nun uluslararası çapta bir gastronomi şehri olabilmesi için UNESCO yaratıcı şehirler ağı kapsamında gastronomi şehri olma kriterlerini yakından takip edilmesi önemlidir. Başvuru sürecini yönetecek olan ilgili kişiler veya kurumların bu kriterlerin tespiti ve hayata geçirilmesi konusunda hassas davranmaları ve bu unvana sahip diğer şehirlerde olan gelişmeler yetkililer tarafından yakından takip edilebilir. Bu süreci yakından takip edecek olan kişi ve kurumların yerel halkı konu hakkında bilinçlendirmeleri, konuya ilgilerinin çekilmesi ve faaliyetlere katılımlarının sağlanması konusunda teşvik edici projeleri hayata geçirmeleri sürece katkı sağlayabilir. Diğer gastronomi şehirlerinin başvuru süreci öncesi ve sonrası izlemiş oldukları politikalar gözlemlenerek Kastamonu’ya özgü bir biçimde uyarlamalar yapılabilir.
- Kastamonu’da gastronomi turizmi adına yapılan faaliyetler artırılabilir. Yapılması planlanan tüm faaliyetlerin amacı ve işleyiş programı önceden belirlenebilir. Ve yapılacak olan bu faaliyetlerin odağında Kastamonu gastronomisi olması önemlidir. Faaliyetlerin planlanma ve hayata geçirilme aşamalarında konuyla yakından ilgili ve tecrübeli kimselerden istifade edilebilir. Faaliyetler planlanmadan önce diğer şehir ve ülkelerde gerçekleştirilen gastronomi festival ve

organizasyonları örnek alınabilir. Örneklerin hayata geçirilmesinde özgün faaliyetler sağlanması önemlidir.

Genel olarak araştırma değerlendirildiğinde kültürel ve tarihi yapısı, farklı turizm çeşitleri ve kendine özgü yöresel lezzetleri açısından geniş bir yelpazeye sahip olduğu düşünülen Kastamonu'nun gastronomi turizmi bağlamında birtakım eksiklerinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu eksiklerin giderilmesi ve şehrin turizm dinamiklerinin ayağa kalkabilmesi için reklam, tanıtım ve pazarlama çalışmalarının gerekliliği öne çıkmıştır. Kastamonu'nun gastronomi turizmi açısından daha gelişmiş bir duruma gelebilmesi için yetkili kurum ve kuruluşların önderliğinde kapsamlı bir yol haritasına ihtiyacının olduğu söylenebilir ve bu yol haritası doğru uygulandığı takdirde büyük kitlelere ulaşması mümkün olabilir. Bu çalışmada alınan sonuç bazında bakıldığında farklı bir çalışma da ise Kıvanç (2024) Adıyaman şehir turizminin mevcut durumu ve geliştirme stratejileri üzerine bir araştırma gerçekleştirmiştir. Müze müdürlüğü, İl kültür ve turizm müdürlüğü, turizm akademisyenleri, otel yöneticileri, seyahat acenteleri ve yerel halk ile görüşmeler sağlanmıştır. Çalışmalar veri toplama ve görüşme formu açısından benzerlik taşımaktadır. Araştırma verileri ışığında Adıyaman'ın şehir turizmi potansiyelinin yüksek olduğu kanısı ortaya çıkmıştır. Bir çok açıdan benzerliğe rastlanan bu iki çalışmada sonuçların farklılık gösterdiği söylenebilir. Bu bağlamda şehirlerin mevcut durumlarının belirlendiği çalışmalar şehirlerin yapısına, tarihi dokusuna ve katılımcıların görüşlerine göre değişkenlik göstermektedir. Araştırma, Kastamonu'da gastronomi turizminin mevcut durumunun incelenerek turizm ve gastronomi turizmi ile ilişkili kurum ve kuruluşların şehrin turizm politikalarını ve gastronomi turizmi çalışmalarını planlama noktasında rehber olması amacıyla yapılmıştır. Araştırma literatürde ki boşluğa katkı sağlamak ve bu kapsamda yapılacak diğer çalışmalara kaynak oluşturmak amacıyla yapılmıştır.

Araştırma; Kastamonu'da turizm ve gastronomi turizmi ile ilişkili kurum ve kuruluşları kapsayan kamu ve özel sektör temsilcileri, akademisyenler ve yerel yönetim temsilcileri ile gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda gelecekte yapılacak yeni çalışmalar gastronomi eğitimi alan öğrencilerin Kastamonu'yu bir gastronomi şehri olarak görüp görmedikleri, mezuniyetleri sonrası eğitim aldıkları şehirde gastronomi

turizmине katkı sağlayıcı yatırım, proje ve planlarının olup olmadığı yönünde ki görüşleri ve Kastamonu'da görev yapan aşçıların gastronomi turizmине katkı sağlamak amacıyla yöresel mutfağa olan hakimiyet düzeyleri ve geliştirilmesi için nelere ihtiyaç olduğuna ilişkin görüşleri alınarak daha geniş bir kapsama ulaştırılabilir.



KAYNAKLAR

- Akbaba, A., & Çetinkaya, N. (2020). *Gastronomi ve yiyecek tarihi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Akçay, S. (2022). *Gastronomi etkinlikleri ve şeflerin bakış açısıyla Türkiye’de gastronomi etkinlikleri yönetimi*. [Yüksek Lisans Tezi]. Mersin Üniversitesi.
- Aslan, A. (2019). *Türkiye’de sağlık turizminin mevcut durumu ve ülke ekonomisine katkıları*. [Yüksek Lisans Tezi]. Yeni Yüzyıl Üniversitesi.
- Ateş, S., & Oktay, K. (2019). *Kastamonu festivalleri. Mısırlı (Ed)*. Ankara, Detay Yayıncılık.
- Ateş, U. (2014). *Gastronomi turizminin Çanakkale turizmine katkısı*. [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi.
- Avcı, M. ve Şahin, İ. (2014). Geleneksel Kastamonu mutfağı ve yemek kültürü; Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi, (6), 33-37.
- Ayyıldız, S., Türker, N.,& Pınaroglu, B. (2023). Safranbolu’dan Taşköprü’ye kuyu kebabı: bir gastronomi rotası önerisi. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 6(1), 365-376.
- Barışan, P. (2022). *Gastronomi turizminin gelişmesinde profesyonel turist rehberlerinin rol ve sorumluluklarına ilişkin görüşleri: Şanlıurfa örneği* [Yüksek Lisans Tezi]. Mardin Artuklu Üniversitesi.
- Bayer, M. Z. (1992). *Turizme giriş*. İstanbul : İşletme Fakültesi.
- Bayram, O. (2021). *Gastronomi destinasyonu seçiminde turist tercihlerini etkileyen faktörler ve gastronomi destinasyonlarının algılanan performansı: Gaziantep, Adana, Hatay, Şanlıurfa ve Mardin örnekleri*. [Yüksek Lisans Tezi]. Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi.
- Bekar, A., & Belpınar, A. (2015). Turistlerin gastronomi turizmine ilişkin görüşlerinin milliyetlerine göre değerlendirilmesi. *Jornal of Yaşar University*, 2015, 10(38) 6478-6554
- Bezirgan, M. (2008). *Türk turizminde itici bir güç olarak iç turizm ve altınoluk yöresinde iç turizme katılanlara yönelik bir uygulama*. [Yüksek Lisans Tezi]. Balıkesir Üniversitesi.
- Birdir, K., & Akgöl, Y. (2015). Gastronomi turizmi ve Türkiye’yi ziyaret eden yabancı turistlerin gastronomi deneyimlerinin değerlendirilmesi. *İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi*, 3(2), 57-68.

- Bucak, T., & Aracı, Ü. E. (2013). Türkiye’de gastronomi turizmi üzerine genel bir değerlendirme. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(30), 203-216.
- Büyükmehmetoğlu, N. (2020). *Yöresel mutfak ve gıdaların turistik ürün olarak pazarlanması: Kastamonu örneği*. [Yüksek Lisans Tezi]. Kastamonu Üniversitesi.
- Büyükyılmaz, S. (2024). Gastronomi turizmi deneyiminin ziyaretçilerin davranışsal niyetlerine etkisi ve yerel yöneticilerin tutumları üzerine bir araştırma: Kastamonu Örneği. [Doktora Tezi]. Kastamonu Üniversitesi.
- Coşkun, K. (2022). *İnanç turisti deneyiminin destinasyon marka değeri üzerindeki etkisi: inanç turizmi koridoru şehirleri üzerine bir araştırma*. [Yüksek Lisans Tezi]. Necmettin Erbakan Üniversitesi.
- Çağlı, I. B. (2012). *Türkiyede yerel kültürün turizm odaklı kalkınmadaki rolü: Gastronomi turizmi örneği*. [Yüksek Lisans Tezi]. İstanbul Teknik Üniversitesi.
- Çolakoğlu, N. (2023). *Gastronomi turizmi açısından yöresel ürünlerin bölgesel sınıflandırılması*. [Doktora Tezi]. Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi.
- Erkmen, M. (2023). *Türkiye’de sağlık turizminin ve mevcut durum analizi ve potansiyeli*. [Yüksek Lisans Tezi]. Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi.
- Gülcan, D., & Özgül Katlav, E. (2022). *Sürdürülebilir gastronomi turizmi kapsamında gastronomik miras unsuru tören yiyecek içeceklerinin rolü ve önemi: Çanakkale mutfağı üzerine bir araştırma*. [Yüksek Lisans Tezi]. Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi.
- Hatipoğlu, A. (2010). *İnançların gastronomi üzerine etkileri: Bodrum’daki beş yıldızlı otellerin mutfak yöneticilerinin görüşlerinin belirlenmesine yönelik bir araştırma*. [Doktora Tezi]. Sakarya Üniversitesi.
- IRTS. (2010). *International Recommendations for Tourism Statistics (Department)*. New York: United Nations Publication.
- İbret, B.Ü. (2004). Kastamonu nüfusunun gelişim, dağılım ve yoğunluk özellikleri. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 12(1), 157-178.
- Kankal, A. (2005). Türkmen’in kaidesi Kastamonu (XV-XVIII. yüzyıllar arası şehir hayatı). *Tarih İncelemeleri Dergisi*, 20(2), 181-183.
- Karasar, N. (1998). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*. 8. Basım. Ankara: Nobel Yayın Dağ. Ltd.Şt.
- Karasar, N. (2020). *Bilimsel araştırma yöntemleri: Kavramlar ilkeler teknikler*. Nobel Akademik Yayıncılık, Ankara.

- Kıvanç, H.A. (2023). *Adıyaman Şehir Turizminin Mevcut Durumu Ve Geliştirme Stratejileri Üzerine Bir Araştırma*. [Yüksek Lisans Tezi]. Gaziantep Üniversitesi.
- Kocatepe, D., Tırıl, A. (2017). *Kastamonu mutfağının gastronomi turizmi bağlamında değerlendirilmesi*. Uluslararası Taşköprü Pompeipolis Bilim Kültür Sanat Araştırmaları Sempozyumu, Kastamonu.
- Küçüktemel, H. (2022). *Hatırlanabilir Gastronomi turizmi deneyimi, deneyim memnuniyeti ve sadakat ilişkisi: Hatay ve Gaziantep Unesco gastronomi şehirleri örneği*. [Yüksek Lisans Tezi]. Mersin Üniversitesi.
- Mercan, Ş. O., & Üzülmöz, M. (2014). Coğrafi işaretlerin bölgesel turizm gelişimindeki önemi: Çanakkale ili örneği. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 29(2), 67-94.
- Mısırlı, İ. (2019). *Kastamonu yemekleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Orhan, A. (2010). Yerel değerlerin turizm ürününe dönüştürülmesinde" coğrafi işaretlerin" Kullanımı: İzmit pişmaniyesi örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 21(2), 243-254.
- Özbay, G. (2019). *Dünden bugüne gastronomi*. M. Saruşık (Ed). *Gastronomi bilimi içinde (ss.1-40)*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Özbeç, Z. (2023). *Coğrafi işaretli ürünlerin destinasyon markalaşma sürecindeki önemi: Kastamonu örneği*. [Yüksek Lisans Tezi]. Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi.
- Özdemir, G., & Altın, D. D. (2019). Gastronomi kavramları ve gastronomi turizmi üzerine bir inceleme. *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(1), 1-14.
- Özen, Y., & Gül, A. (2007). Sosyal ve eğitim bilimleri araştırmalarında evren-örneklem sorunu. *Atatürk Üniversitesi Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi*, (15), 394-422.
- Sancak, B. (2023). *Gastronomi turizmi kapsamında Didim Vegan Festivali etkilerinin incelenmesi: Katılımcıların algıları üzerine bir araştırma*. [Yüksek Lisans Tezi]. İzmir Katip Çelebi Üniversitesi.
- Sarı, F. (2007). *Türkiye'deki turizm eğitiminin turizm sektöründeki istihdama etkisi ve Anadolu otelcilik ve turizm meslek liseleri üzerine bir araştırma*. [Yüksek Lisans Tezi]. İstanbul Teknik Üniversitesi.
- Saruşık, M., & Özbay, G. (2015). Gastronomi turizmi üzerine bir literatür incelemesi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 26(2).
- Sezen, T.S. (2018). *Gastronomi eğitiminin mevcut durumunun analizine yönelik bir araştırma*. [Yüksek Lisans Tezi]. Balıkesir Üniversitesi.

Siliv, C. (2022). *Sürdürülebilir turizm göstergeleri ve çerçevesinde Antalya Kaleiçi bölgesinin mevcut durum değerlendirmesi*. [Yüksek Lisans Tezi]. Akdeniz Üniversitesi.

Sünnetçioğlu, S., Can, A., & Durlu-Özkaya, F. (2012). Yavaş turizmde coğrafi işaretlemenin önemi. *13. Ulusal Turizm Kongresi*, 6(9), 953-962.

Şapçı, F. B. (2023). *Gastronomi turizmi bağlamında Trakya bölgesi şarap turistlerinin motivasyon faktörlerinin belirlenmesi ve pazar segmentasyonu*. [Doktora Tezi]. Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi.

ŞENGÜL, S. (2017). Türkiye'nin gastronomi turizmi destinasyonlarının belirlenmesi: yerli turistler üzerine bir araştırma. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20(37), 375-396.

Şimşek, A. (2012), *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri*. T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını NO: 2653, Açıköğretim Fakültesi Yayını NO: 1619, s.97.

Torusdağ, G. B., Özkan Önem, E., Sami, F., & Kızıldemir, Ö. (2022). Yerel mutfakların gastronomi turizmi çerçevesinde değerlendirilmesi. *Journal of gastronomy, hospitality and travel*.

URL1. <https://www.ktb.gov.tr/TR-96269/turizm-cesitleri.html>, Erişim tarihi: 03.05.2024.

URL2. [Oxford İngilizce Sözlük \(oed.com\)](https://www.oed.com) Erişim tarihi: 03.10.2024

URL3. <https://tr.wikipedia.org/wiki/Gastronomi> , Erişim tarihi: 05.06.2024.

URL4. <https://www.unwto.org/gastronomy-wine-tourism>, Erişim tarihi: 27.04.2024.

URL5. https://www.tursab.org.tr/dosya/12302/Tursab-Gastronomi-Turizmi-Raporu_12302_3531549.Pdf, Erişim tarihi: 26.04.2024.

URL6. <https://www.kastamonu.bel.tr/v2/wp-content/uploads/2020/06/Teknikartnamekastamonubelediyefizibilite10032020.doc>, Erişim tarihi: 24.04.2024.

URL7. [Afyonkarahisar \(gastroafyon.org\)](http://gastroafyon.org) Erişim tarihi: 20.04.2024.

URL8. [Hakkımızda \(mutfaksanatlarimerkezi.com.tr\)](http://mutfaksanatlarimerkezi.com.tr) Erişim tarihi: 25.04.2024.

URL9. [Taşköprü Sarımzak Festivali - Vikipedi \(wikipedia.org\)](https://tr.wikipedia.org/wiki/Taşköprü_Sarımzak_Festivali) Erişim tarihi: 20.04.2024

URL10. <https://kastamonu.tarimorman.gov.tr/Menu/46/Cografi-Yapisi>, Erişim tarihi: 20.03.2024.

URL11. https://www.kuzka.gov.tr/Icerik/Dosya/www.kuzka.gov.tr_16_DY3Y51PJ_02-kastamonu.pdf , Erişim tarihi: 17.03.2024.

URL12. <https://www.nufusu.com/il/kastamonu-nufusu> , Erişim tarihi: 24.04.2024.

URL13. https://www.kuzka.gov.tr/dosya/2011_yillik_faaliyet_raporu.pdf,
ErişimTarihi:23.04.2024.

URL14. <https://www.kastamonutso.org.tr/wp-content/uploads/2021/01/TURIZM.pdf>
Erişim tarihi: 01.05.2024.

URL15. <https://ci.turkpatent.gov.tr/Statistics/RegistrationAndApplication> Erişim
tarihi: 07.04.2024.

URL16. [TESK | Türkiye Esnaf ve Sanatkârları Konfederasyonu](#). Erişim tarihi: 18.04.
2024.

URL17. <https://www.turkpatent.gov.tr/cograf-i-isaret/> , Erişim tarihi: 25.04.2024.

URL18. <https://sozluk.gov.tr/> Erişim tarihi: 28.04.2024.

URL19. <http://kastamonu.gov.tr/gastronomi> , Erişim tarihi: 05.04.2024.

URL20. <https://turizm.kastamonu.edu.tr/images/2018/KastamonuYemekleri.pdf>,
Erişim tarihi: 04.04.2024.

Usta, Ö. (2009). *Turizm: Genel ve yapısal yaklaşım*. Detay Yayıncılık.

Ünlüöner, K., & Tayfun, A. (2003). Turistlerin yerli halkın tüketim davranışlarına etkileri üzerine ampirik bir araştırma. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (10).

Ünüvar, R.T. (2020). *Türkiye’de gastronomi eğitiminin mevcut durumu, sorunları ve çözüm önerileri*. [Yüksek Lisans Tezi]. Necmettin Erbakan Üniversitesi.

Yakut, Ş. (2019). *Alternatif turizm kapsamında kongre turizminin turizm ekonomisine katkısı: Antalya ili örneği*. [Yüksek Lisans Tezi]. Selçuk Üniversitesi.

Yazıcıoğlu, Y., & Erdoğan, S. (2014). *SPSS uygulamalı bilimsel araştırma yöntemleri*. Detay Yayıncılık.

Yılmaz, G. (2017). Gastronomi ve turizm ilişkisi üzerine bir değerlendirme. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 14(2), 171-191.