

ULUSLARARASI SOSYAL ARAŞTIRMALAR DERGİSİ THE JOURNAL OF INTERNATIONAL SOCIAL RESEARCH

Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi / The Journal of International Social Research
Cilt: 13 Sayı: 73 Ekim 2020 & Volume: 13 Issue: 73 October 2020
www.sosyalarastirmalar.com Issn: 1307-9581

TURİZMDE KIRSAL KALKINMA ARACI OLARAK GASTRONOMİ TURİZMİ: SAMANDAĞ GASTRONOMİ KÖYÜ ÖRNEĞİ GASTRONOMY TOURISM AS A RURAL DEVELOPMENT TOOL: THE CASE OF SAMANDAG GASTRONOMY VILLAGE

Simge ŞALVARCI*
Hatice SARI GÖK**

Öz

20. yüzyılda sanayileşme, üreticileri tehdit etmeye başlamış ve üreticilerin birçoğu geleneksel teknikleri bırakarak yeni yöntemler kullanmaya başlamıştır. Ancak son yirmi yılda, geleneksel yöntemlerle yapılan kaliteli ürünlere olan talep yeniden canlanmıştır. Bu bağlamda yerel ürünler ve yerel gıdalar daha fazla dikkat çekmeye ve talep görmeye başlamıştır. Yöresel ürünler ve yemeklerin ilgi görmesi ile gastronomi turizmi faaliyetleri başlamıştır. Gastronomi; refah yaşam tarzı, özgünlük, çevreyi koruma ve yüksek kaliteli bir deneyime sahip olma ihtiyacının artan eğilimleri tarafından yönlendirilen yeni bir kültürel miras ve kültür turizmi konseptine dâhil edilen unsurlardan biri haline gelmiştir. Turistler, bir yerin mirasını ve kültürünü vurgulayan, geleneksel tarım ve kültürel miras biçimlerinin korunmasına yardımcı olan yiyecekleri giderek daha fazla tercih etmektedir.

Bir turistik kaynak olarak gastronomi aynı zamanda kırsal kalkınma yaratma kabiliyeti ile sektörde takdir görmektedir. Gastronomi turizmi, kırsal gelir kaynaklarını artırmaya, gelir düzeylerini ve yerel işgücü istihdamını (özellikle kadın istihdamı) iyileştirmeye yardımcı olmaktadır. Çalışmada kavramsal bir çerçeve sunularak turizmde kırsal kalkınma aracı olarak gastronomi turizmi ele alınmaktadır. Hatay ilinin Samandağ ilçesinde proje kapsamında kurulan Gastronomi Köyü kırsal kalkınma çalışmalarına bir örnektir. Gastronomi turizmi, bölgede turizm gelişiminin başarısını artırmak için tamamlayıcı bir hizmet olarak ortaya çıkmaktadır. Çalışmada örnek olay olarak ele alınan ve bölgenin gastronomik açıdan gelişimine katkıda bulunan yöresel yiyecek ve ürünler yerel kalkınmanın itici gücü olarak kullanılabilir. Hatay'da oldukça köklü bir gastronomi potansiyeli bulunması sebebiyle turizmde kalkınma amaçlı kullanımının hayata geçirilmesi üzerine yoğunlaşmaktadır. Hatay ili dini ve kültürel turizm dışında gastronomi turizmi ile daha farklı boyutlarda ziyaretçileri destinasyona çekebilecektir.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Kırsal Kalkınma, Gastronomi Turizmi, Samandağ Gastronomi Köyü.

Abstract

In the 20th century, industrialization began to threaten manufacturers, and many manufacturers abandon traditional techniques and use new methods. However, in the last two decades, the demand for quality products made by traditional methods has revived. In this context, local products and local foods have started to attract more attention and demand. Gastronomy tourism activities started with the interest of local products and meals. Gastronomy; The wellbeing lifestyle has become one of the elements incorporated into a new concept of cultural heritage and cultural tourism, driven by the growing trends of originality, environmental protection and the need to have a high quality experience. Increasingly, tourists opt for food that highlights the heritage and culture of a place, helping to preserve traditional forms of agriculture and cultural heritage.

As a tourist resource, gastronomy is also appreciated in the industry for its ability to create rural development. Gastronomic tourism helps to increase rural income sources, improve income levels and local workforce employment (especially female employment). In this study, gastronomy tourism is discussed as a rural development tool in tourism by presenting a conceptual framework. Gastronomy Village, established within the scope of the project in Samandağ district of Hatay province, is an example of rural development efforts. Gastronomic tourism is emerging as a complementary service to increase the success of tourism development in the region. Local foods and products, which are considered as a case study in the study and contribute to the gastronomic development of the region, can be used as the driving force of local development. Due to the deep-rooted gastronomy potential in

* Arş. Gör. Dr., Selçuk Üniversitesi, Beyşehir Ali Akkanat Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, ORCID: 0000-0003-0703-4126
** Öğr. Gör. Dr., Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Yalvaç Meslek Yüksekokulu, Seyahat, Turizm ve Eğlence Hizmetleri Bölümü, ORCID: 0000-0003-0949-2593



Hatay, tourism is focused on the use for development purposes. The province of Hatay will be able to attract visitors of different dimensions to the destination with gastronomic tourism other than religious and cultural tourism.

Keywords: Tourism, Rural Development, Gastronomy Tourism, Samandağ Gastronomy Village.

GİRİŞ

Ülkeler ekonomik ve toplumsal yapılarına uygun, bölgeler arası gelişmişlik farklarını azaltmaya veya en aza indirmeye yönelik bir takım politika ve uygulama araçlarına yönelmektedir. Bu bağlamda özellikle kırsal alanların iyileştirilmesi ve geliştirilmesi için kırsal kalkınma politikalarını uygulamaya koymaktadır. Böyle bir durumda hangi bölgede hangi sektörün uygun olduğunun tespit edilmesi gerekmektedir. Bu süreçte çeşitli turizm potansiyeline sahip kırsal bölgelerin planlı ve etkin turizm uygulamaları ile kalkındırılması ve turistik talebe göre kırsal bölgelerde tarımsal faaliyetlerinin yanı sıra eğer potansiyel değerlere sahip ise gastronomi turizmi gibi diğer sektörleri de kapsayacak çok yönlü yaklaşımlar planlanmalıdır.

Kırsal kalkınma, kırsal alanda yaşayanların ekonomik, toplumsal ve kültürel koşullarını iyileştirmek amacıyla giriştikleri çabalar ile devletin bu konudaki çabaları ile birleştirilmesi, kırsal alanlarda yaşayanların ülke geneliyle kaynaştırılması ve ulusal kalkınma çabalarına bir bütün olarak katkıda bulunmalarının sağlanması sürecidir (Ünal, 2014, 5). Kırsal kalkınmada kadın istihdamı, yerel halkın girişimci ruhunun teşvik edilmesi, yerel ekonomilere girdi ve dinamizm kazandırması, ekonomik sektörleri harekete geçirmesi, bölge ve ülke düzeyinde kırsal kalkınmaya destek vermesi açısından önemli bir yere sahiptir (Ünal, 2014, 16). Turizmin kırsal kalkınmaya sağlayabileceği katkılar şöyle sıralanabilir (Akova, 2010, 11-12);

- Yerel ekonomileri yeniden organize etme, yerel ekonomileri canlandırma ve yaşam kalitesini iyileştirmeye destek olma,
- Çiftliklere ve yöresel ürünlerden kazanç sağlayanlara ve hizmet sektörüne ek gelir oluşturma,
- Yeni sosyal etkileşimlere olanak sağlama,
- Kültürel miras ve kırsal yerlerin yerel kimliğini yeniden değerlendirmesini sağlama,
- Ekonomik, çevresel ve toplumsal sürdürülebilirlik politikalarına yardımcı olma,
- Yerel yiyecek ve ürünlerin, kullanılmayan, terk edilmiş yapıların, eşsiz manzara ve yerlerin ve yerel kültürün ekonomik değerinin anlaşılmasını sağlamasıdır.

Gastronomi turizmi, bölgesel kalkınma ve özellikle de kırsal bölgelerin gelişmesi yoluyla ekonomiye önemli katkılar sağlamaktadır. Ayrıca yerel ürünlere değer katarak çiftçi ve üreticilerin kalkınmasını da sağlamaktadır. Gastronomi turistlerinin katıldıkları gastronomi turlarında yerel ürünler satın almaları kırsal ekonomiyi katkılar sağlayarak yerel üretimi güçlendirmektedir. Ayrıca tedarik zincirlerinin birbirine bağlanması ve sürdürülebilir turizmin gelişmesi için önemli bir araçtır (Nebioğlu, 2016, 10). Özellikle kırsal alanlara ait gastronominin özgün bir mutfak kültürü olarak ortaya çıkması turizm faaliyetleri için bir gerekliliktir. Bir destinasyonun gastronomi turizmi açısından değerlendirilmesi için gerekli şartlar şunlardır (Başoda, Aylan, Kılıçhan, Acar, 2018, 1816);

- Yerelde bilinen yöresel değerlerin ön plana çıkarıldığı; müzeler, mekanlar, özel alanlar, araziler vb.,
- Basılı gereçler (medya, vb.),
- Tesisler, etkinlikler, üreticiler, yetiştirilen ürünler, kuruluşlar,
- Yaşam biçimleri, gelenekler, inançlar, vb.,
- Kültürel çekicilik unsurları,
- Coğrafik unsurlardır.

Çalışmada kırsal kalkınma aracı olarak gastronomi turizmi ele alınmıştır. Değişen turist taleplerine göre destinasyonlarda turizmin çeşitlendirilmesi ve tüketicilere ulaşılması son derece önemlidir. Çalışmada kırsal kalkınma, gastronomi turizm, kırsal kalkınma ve gastronomi turizmi ilişkisini incelenmek için geniş bir doküman analizi yapılmıştır. Ayrıca konu ile ilgili Samandağ gastronomi köyü örnek olayı aktarılmıştır.

1. Kırsal Kalkınma

Yüzyıllar boyunca, kırsal alanlar tarımsal faaliyetlerde önemli bir rol oynamıştır. Tarihsel bir perspektiften bakıldığında, geçmişte tarım sektörünün ekonomilerin merkezinde yer aldığı görülmektedir. Tarım devriminin getirdiği işgücündeki önemli artış ile birlikte tarım sektörü önemli ölçüde gelişmiştir (Chang, 2011, 22). Özellikle kırsal alanlarda yaşayanların temel geçim kaynakları olarak tarım sektörü birinci sıradadır. Kırsal alanlarda farklı sektörlerin ortaya çıkması için bu bölgede yaşayan yerel halkın çeşitli kalkınma programları ile teşvik edilmesi gerekmektedir.



Kırsal kalkınma, geleneksel olarak, bir dizi faaliyeti birleştiren modernleşme sürecidir. Kırsal alanlarda kalkınma; gelirlerin, konutların veya altyapının iyileştirilmesi anlamına gelmektedir. Avrupa Birliği'nin tanımına göre ise kırsal kalkınma; kırsal alanlarda yaşayan nüfusun daha iyi koşullarda yaşaması, varlığını devam ettirmesi gibi nüfusa yönelik çabalar ile birlikte kırsal yaşamın sürekliliğinin sağlanması, çevrenin korunması, doğal kaynakların sürdürülebilir bir biçimde kullanılması ve kırsal alanda yer alan mirasın korunmasıdır (Bakırcı, 2007). Kırsal kalkınma, farklı bireyler ve farklı ülkeler tarafından farklı şekilde tanımlansa da, tarımın iyileştirilmesi ve gelirlerin artması / yoksulluğun azaltılması kırsal kalkınmanın ana konuları olmuştur (Shepherd, 1998; Ashley, Maxwell, 2001, Heilig, 2003). Kırsal kalkınmanın en önemli unsurlarından birisini ekonomik kalkınma oluşturmaktadır. Ekonomik kalkınmada turizm sektörü oldukça etkilidir. Turizm bölgede iş imkânları oluşturmanın yanı sıra sosyal yapıda değişikliklerin meydana gelmesini sağlamaktadır (Kan, Gülçubuk, Küçükçongar, 2012, 97).

Kırsal kalkınmada turizm sektörünün önemi, ekonomik büyümenin yanı sıra doğal ve insan kaynaklarının da uygun şekilde kullanılmasına ve tarımsal ekonominin teşvik edilmesine yardımcı olmasından kaynaklanmaktadır. Bu anlamda sektörel ve yerel el sanatları üretimi, çevre koşullarının iyileştirilmesi, köylerde yerel kültürel mirasın ve yerel geleneklerin korunması için adımlar atmak gerekmektedir (Khosrowjerdi, Nooripoor, 2017). Turizmin, kırsal ekonomi ve o bölgedeki çevre üzerinde olumlu etkileri bulunmakla birlikte, köylerdeki ekonomik gelişme, birçok yüksek maliyetli yolun inşası nedeniyle oldukça önemlidir. Ayrıca, sosyal olarak sağlığın iyileştirilmesi, eğitim, komşu bölgelerle daha fazla etkileşim, bölgeden göçün azaltılması gibi olumlu etkilere sahiptir (Nooripoor, Khosrowjerdi, Rastegari, 2020).

Kırsal turizmin gelişmesine yönelik bir stratejik planın, turizmin çeşitli politikaları, eylemleri ve müdahaleleri ile diğer ilgili sektörler arasındaki etkileşimleri birleştirme ihtiyacına dayanmaktadır. Genel ve daha geniş bir gelişim çerçevesi içinde, aşağıda verilen maddeleri hedefleyen uzun vadeli bir perspektif geliştirilmelidir (Fotiadis, 2009, 46):

- Kırsal turizmin gelişmesi nedeniyle ayrışmaların önlenmesi,
- Gelişmekte olan stratejinin politikalarından elde edilen sonuçların daha genel ve daha kapsamlı bir şekilde incelenmesi için uygun araçların geliştirilmesi,
- Mümkün olan en iyi sonuçların elde edilmesi ve kırsal turizmin sürdürülebilir gelişimi.

Gelişim planı aşağıdaki eksenlere dayanmalıdır:

a) Alternatif kalkınma planlarını değerlendiren, turizmin kırsal kalkınması için bir modelin varlığı, geçerli arz ve talep analizine dayanmakta olup şu faktörlerden oluşmaktadır:

- Kırsal turizmin sürekli ve sürdürülebilir gelişimi için ilkeler, koşullar ve ön koşullar,
- Destinasyonların kırsal turizm bölgelerinin karşılaştırmalı analizi yoluyla turizmin kırsal kalkınmadaki rolü,
- Mevcut ürünler, pazar yapısı ve turizm endüstrisinin organizasyonu ile ilgili stratejik seçeneklerin temel hedefleri.

b) Kalkınma programları ağının bir parçası olarak turizm ile ilgili temel turizm politikası kılavuzlarının oluşturulması, politika önlemleri ve eylemler şunlardır:

- Turistik ürünün yapısı (kılavuzlar) ve çeşitliliği (aşamaları),
- Pazarın yapısı (çekilmek istenen turist pazarı),
- Bölgesel alan, yapı ve çeşitlendirme (ürün), turizmin gelişmesi ve kırsal turizmin diğer sektörlerle bağlantısı kurulmalıdır.

2. Gastronomi Turizmi

Gastronomi kelimesi 1800'lü yıllarda popüler hale gelmiş ve "iyi yemek yeme sanatı" anlamında kullanılmıştır (Scarpato, 2002, 52). Fransa'da bir gastronom olarak ün kazanan ve gastronomi söyleminin öncüsü olarak kabul edilen Brillat-Savarin gastronomiyi; "insan beslenmesi ile ilgili olan her şeye ilişkin anlaşılabilir bilgi" olarak tanımlamaktadır (Brillat-Savarin, 2009, 61). Yenilebilir her şey gastronominin konusu içinde yer almakta ve gastronomi aynı zamanda bir bakış açısı ve bir estetiği de ifade etmektedir (Freedman, 2007, 8). Gastronomi, toplumların yiyecek-içecek kültürlerini yansıtmakta ve dünyada hızla değişen ve gelişen turist talepleri arasında yer almaktadır. Bu sebeple yoğun rekabet ortamlarının yaşandığı destinasyonların mutfak kültürleri ile farklılıklarını ortaya koyabilmesi, destinasyonun daha güçlü temeller üzerinde pazarlanmasına yardımcı olabilmektedir (Kızırmak, Ofluoğlu, Şişik, 2016, 258). Bu nedenle



destinasyonların turistik ürün çeşitlendirmesi yapması potansiyel müşterilerine ulaşabilmelerinde ve rakiplerine göre daha etkin olabilmelerinde son derece önemlidir.

Genel hatları ile gastronomi; yerel ürün ve yiyecekler, kültür ve gelenekler, sürdürülebilir değerler ve yaşam tarzıdır (Küçükömrler, Şirvan, Sezgin, 2018, 79). Gastronomi turizmi ise, daha önce yaşanmamış bir yiyecek içecek deneyimi yaşamak isteyen kişileri motive eden ve seyahat davranışlarını şekillendiren bir turizm türüdür (Harring, Ottenbacher, 2010, 14). Daha kapsamlı bir tanımla gastronomi turizmi; "destinasyonların yiyecek ve içeceklerini keşfetmek, bunlardan keyif almak ve hatırlanabilir, özgün gastronomi deneyimleri yaşamak için yapılan seyahatlerdir" (Kyriakaki, Zagkotsi, Trihas, 2013, 2).

Gastronomi turizmi yiyecek içeceğin gıda sektöründeki yeri ve öneminden dolayı ekonomik ve toplumsal kalkınmaya katkı sağlayan bir turizm türü olmanın yanı sıra literatürde "culinary tourism", "gastronomi tourism", "food tourism", "gourmet tourism" gibi farklı ifadelerle kullanılmaktadır (Sormaz, Özata, Güneş, 2015, 69). Gastronomi turizmi, turizm ile yiyecek-içecek arasındaki bağlantıyı ifade etmekte ve daha çok yerel yiyecek ve içeceklerin bulunduğu yerlere gerçekleştirilen iç turizm seyahatlerini kapsamaktadır (Cömert, Sökmen, 2017, 8).

Gastronomi turizminde insanları seyahate iten üç ana unsur bulunmaktadır. Bu unsurlar;

- Farklı yiyecek ve içecekleri tatma ve üretim sürecini görme,
- Değişik kültürlerin mutfak geleneklerini bizzat gözlemleyerek öğrenme,
- Yeni öğün sistemleri ve yeme stillerini keşfetmedir.

Gastronomi turizminin kökeni kültür, tarım ve turizme dayanmaktadır. Bu üç faktör gastronomi turizminin bölgesel bir çekicilik ve deneyim olarak konumlandırılmasına ve pazarlanmasına imkân vermektedir. Kültür; gelenekleri, tarihi ve otantikliği, tarım; gıdayı yani ürünü sunmakta, turizm ise alt yapı ve hizmetleri sağlamaktadır. Tüm bu unsurlar gastronomi turizmi altında birleşmektedir. Kültür, gastronomi turizminin ayrılmaz bir parçasıdır (Du Rand, Heath, 2006, 208). Gastronomi turlarının büyük çoğunluğu kültür turları altında birleştirilmekte ve potansiyel turistlere ulaşılmaya çalışılmaktadır.

Kızılırmak, Ofluoğlu ve Şişik'e göre (2016, 264) Türkiye'de gerçekleştirilen gastronomi turlarının rotaları kültür odaklıdır ve yerel mutfağı yeterince ön plana çıkarmayan turlardır. Seyahat acentaları turun düzenlendiği yörenin veya bölgenin gastronomik değerleri ile kültürel değerlerini bir tur programında birleştirmelerinin temelinde turları daha fazla kişiye satma düşüncesi yatmaktadır. Böylece başlı başına bir gastronomi turu düzenleyerek daha az kişiye satmak yerine bu turlara kültürel çekicilikleri de ekleyerek karma bir tur programı düzenleyerek satışları artırmak amaçlanmaktadır.

Gastronomi turizmini turistler açısından ele alınacak olursa iki grup dikkat çekmektedir. Birinci grup belirli bir tur kapsamında bölgeyi ziyaret eden, yerel ürünleri tüketen ve orada satılan yöresel ürünleri ve yemek kitaplarını satın alırken ikinci grup gastronomi turizmi bilinci ile profesyonel olarak hareket eden turistlerdir (Bekar, Belpınar, 2015, 6519). Bu turistlerin gastronomi turlarına katılım amaçları arasında; yiyecek ve içeceklerin usta şefler eşliğinde hazırlık, pişirme, sunum ve eğitim yöntemlerini izleme ve hazırlanan ürünleri tatma, yöresel ürünlerin üretim aşamasını görme, tarımsal faaliyetleri izleme, bu faaliyetlere bağlı festival ve diğer etkinliklere (ör. eğitim) katılma vardır.

Ziyaretçiler için gastronomi turizminin temel motivasyon kaynağı, yöre veya bölgenin yemek kültürünü tanımak ve denemek istemeleridir. Yöre veya bölgeye gelen ziyaretçiler yani gastronomi turistleri yerel ürünlerle yapılan yemekleri yeme, yöresel olarak yetiştirilen veya yetişen besin maddelerini tatma ve tüketme konusunda hassasiyet göstermektedirler. Bunun sonucunda da yöre halkının sadece ev halkının ihtiyacını karşılamak için ürettiği ürünlerin üretiminde artış sağlanabilmektedir. Bu artış ile yerel üretim, yerel yatırım gerçekleşmekte ve yerel ekonomik teşekküller kalkınmaktadır (Deveci, Türkmen, Avcıkurt, 2013, 33). Gastronomi turlarının yerel halka sağladığı katkılar arasında (Sezer, 2017, 51-52);

- Yerel üretici alanlarının (çiftçi ve üretici pazarları) kurulmasını sağlar,
- Yerel üretimi güçlendirerek yerel ürünlerin değerlendirilmesini sağlar,
- Kırsal bölgelerin gelişmesini sağlar,
- İş olanakları sağlar,
- Direk tüketici ve restorana satış sağlar,
- Yol üstü satış tezgâhları, çiftlikten satışlar, mahzenden, fabrikadan direk satış sağlar,
- Bölgesel kültür farklılıklarını ortaya koyan organizasyonlar düzenlenmesine katkı sağlar,
- Müşteri memnuniyeti ve sadakati oluşturmayı sağlar,
- Bölgesel farklılıklara odaklanmayı sağlar,
- Yerel yiyecekler ile ilgili bir değer oluşturmaya katkı sağlar,
- Üreticiler ile müşteriler arasında kapıdan veya tarladan satış gibi birebir etkileşim sağlar.



Gastronomi turları yemeklerin usta şefler eşliğinde hazırlık ve üretim aşamaları, yerel pazarları ziyaret, zeytinyağı tadımı ve zeytinyağı üreticilerini ziyaret, yerel peynir üreticilerini ziyaret, atölyelerde peynir üretimine katılım, özel sürücü ile kırsal alanlarda yetişen ve yemeklerde kullanılacak olan yöresel ot, mantar, bölgesel yetişen veya yetiştirilen baharatları toplama etkinliklerini kapsamaktadır (Deveci vd., 2013, 31; Güzel Şahin, Ünver, 2015, 65). Ayrıca, küçükbaş, büyükbaş ve kümes hayvanlarının yetiştirilme alanlarının, üzüm bağları ve bağ bozum etkinlikleri, şarap üretim alanları ve şarap tadımı, yerel yiyecek içecek festivallerini ziyaretler ve evde mutfak dersleri gibi aktiviteleri kapsamaktadır (Karaca, 2016, 19).

3. Kırsal Kalkınma ve Gastronomi Turizmi İlişkisi

Kırsal turizmin sunduğu hizmetlerde ve turistik mekânlarda yemek ve gastronomi tüm bölgelerde odak noktasıdır; ancak, kırsal kalkınmadaki rolleri ve konumları çok farklıdır (Csurgó, Megyesi, 2015). Hall ve Sharples (2003), yerel gastronominin, yöresel gıda ürünleri ve işlenmiş gıda ürünlerinin turistlere satışının sağlanması ile turizm sektörüne iki şekilde değer kattığını savunmaktadır. Turizmin kırsal alanlara diğer etkileri ise, çevre düzenlemesi, çiftlikler ve üretim alanlarına yapılan turlar ve çiftlik tatilleri gibi tarımsal hizmetleri teşvik edebilmesidir (Telfer, Wall, 1996).

Post-modern toplumlarda gastronomi ekonomik yoksulluğu önlemenin hayati bir parçası haline gelmiştir. Gastronomi turizminin gelişimi, gıda üreten bölgeler ve yöreler için bir kalite rozeti işlevi görebilmektedir (Gratzer, 2010). Yerel zanaatkâr üretimi yerel istihdamı güvence altına almaya ve kırsal toplulukları canlı tutmaya katkıda bulunabilmekte ve doğası gereği turizm, ekonomik geçiş sürecinden geçen kırsal bir toplumun süregelen varlığının yaşamsal nitelikleri olabilecek dış sermayeyi yerel topluma getirebilmektedir (Hjalager, 2010). Petrini'ye (2003) göre, yeni bir tarım modeli aracılığıyla yoksul ve sorunlu bölgelere dahi kalkınma fırsatları sunulmaktadır. Küçük, yerel gıda üreticilerini desteklediği ve uluslararası ve endüstriyel gıda üreticilerinin aksine pazardaki konumlarını güçlendirdiği için eş zamanlı olarak gerçekleşmektedir (Hjalager, 2010). Çok sayıda ülkede, yiyecek ve içecek festivalleri ve farklı gıda maddelerine yönelik etkinlikler, belirli turist pazarları için turizm cazibe merkezleri haline getirilmektedir. Etkinlikler ve turistik yerler düzenli olarak yerel spesiyalite ve gelenekleri sergilemekte, ziyaretçileri eğlendirmekte, öğrenme deneyimlerine ve destinasyonun daha iyi tanınmasına katkıda bulunmaktadır. Bunun nedeni, yöresel lezzetlerin turistlerin sıklıkla aradığı bir deneyim hissine önemli oranda katkıda bulunuyor olmasından kaynaklanabilmektedir (van Westering, 1999 akt. Bonow, Rytkönen, 2012, 4).

Turizm ve tarımsal kırsal ekonomi arasında önemli bir bağlantı olarak gastronomi, turizm açısından uygun ve başarılı bir kırsal kalkınma aracıdır. Aşağıdaki yer alan tamamlayıcı faaliyetlerle ve kırsal kalkınmanın diğer yönleriyle bütünleştirilmesiyle daha avantajlı bir konum yaratılması sağlanabilir (Boyne, Williams, Hall, 2001):

- Yerel tarım ekonomisiyle yenilikçi geri bildirimleri teşvik etmek ve bu ekonominin yeniden yapılandırılmasını tamamlamak (örneğin, doğal ve organik özel yiyeceklerin üretim ve tanıtımını teşvik etmek) (Bowen, Cox, Fox, 1991);
- Gıda ile ilgili yerel olarak kök salmış KOBİ'lerin büyümesini ve işbirliğini teşvik etmek (Henderson, 2000);
- Üretim, işleme ve perakendeciliği yerel bağlamda elde tutarak katma değer yaratmak (Sylvander, 1993);
- Gastronomi turizminin hem üretim hem de tüketim zincirini kontrol altında tutarak gıda kalitesini yükseltmek ve kaliteyi iyileştirme ve sürdürülebilirlik konusunda bir farkındalık yaratmak (Gill, Battershill, 1998; Ilbery, Kneafsey, 1998, 2000a, b) ve
- Bölgeye özgü gıda markalarının geliştirilmesi ve bu markaların tanıtılması yoluyla yerel imajı ve bölgesel kimliği güçlendirmek. Böylece yerel kültür ve miras yönlerini (Bessière, 1998), -örneğin yiyecek ve şarap turları aracılığıyla- metalaştırmakla birlikte teşvik etmeye yardımcı olmaktadır.

Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü (UNESCO) kültürel birer miras olarak şehirlerin yaratıcı unsurlarının korunması gerektiği görüşü ile Yaratıcı Şehirler Ağı (Creative Cities Network) programını oluşturmuştur. Hatay ili 2017 yılında UNESCO tarafından yaratıcı gastronomi şehri ilan edilmiştir. Türkiye'nin mutfağı en ünlü kentlerinden biri Hatay'dır ve sahip olduğu yöresel mutfak kültürü sayesinde gastronomi turizmi açısından söz sahibi bir ildir.

Hatay ilinde yer alan Samandağ ilçesi belediyesinin öncülüğünde kurulan ve belediyenin ortak olduğu Kadın Girişimi Kooperatifi, Türkiye'nin ilk Gastronomi Köyü Projesi'ni hayata geçirmiştir. 2021 yılında Hatay Büyükşehir Belediyesi ev sahipliğinde kentte gerçekleştirilecek olan Botanik EXPO'su ile destinasyonun dünyaya tanıtılması amaçlanmaktadır. Aşağıda, Samandağ Gastronomi Köyü projesine



yönelik örnek olay çalışması yer almaktadır. Proje, yörenin gastronomi turizmi ile gastronomi ve gıdanın turizme dayalı kırsal kalkınma çalışmaları açısından değerlendirilmesi bağlamında önemli bir yere sahiptir.

Örnek Olay

SAMANDAĞ GASTRONOMİ KÖYÜ

Samandağ'da istihdam yaratarak üretime katkı sağlamak amacıyla Türkiye' de ilk kez kurulacak olan Gastronomi Köyü Projesi istihdam ve üretim odaklı bir projedir. Kadın Girişimi Kooperatifi ise Samandağ Belediyesi'nin önderliğinde kurulan ve belediyenin ortak olduğu bir kooperatiftir. Bu projede temel amaç; istihdam yaratmak, kadınlara sahip çıkmak ve üretime katkı sunmaktır. Proje, Samandağ'a yeni bir ivme kazandırarak, şehrin ekonomisine ciddi anlamda katkı sunacak ve Samandağ'ın turizminin önünü açacak bir proje olarak görülmektedir. Türkiye'de ilk Gastronomi Köyü Samandağ'da, belediye adına kayıtlı 24 dönüm arazi üzerinde, Vakıflı Köyü'nde, doğa manzaraya sahip, tabiatla iç içe güzel bir alanda oluşturulmaktadır. Bu projeye sadece Samandağ'a değil, Hatay'a hatta Türkiye'ye de hitap edilecek olup Samandağ'a gelen ziyaretçilerin mutlaka uğrayacakları bir yer olacaktır. Konaklama alanları, yerel ürünlerin üretme alanı gibi çeşitli alanlar oluşturulacaktır.

Proje kapsamında bulunacak her eleman, öncelikle Köy Akademisi'nde Mesleki Yeterlilik Eğitimine tabii tutulacaktır. Yöresel yemekler mutfacı - üretim- sunum-pazarlama faaliyetleri, Kurutulmuş Tıbbi Aromatik Bitkiler, Sebzeler, Meyveler gibi faaliyetler projede ana konular olup bu mekanların mutfakları şeffaf ve hijyenik olacaktır. Aşçılar, garsonlar, hizmet personeli tek tip giyimli ve özel eğitilmiş olacaktır. Mekanlarının konumu denize nazır olup U şeklinde dizilecektir. Her birimin Mutfak ve Vitrin olmak üzere iki bölümden oluşacak ve şeffaflık açısından cam ile bölünecektir. Restaurant, orta kısımda ortak kullanım mekânı olacaktır.

- İçli Köfte, Tepsi Kebap, Kağıt Kebap, Biberli ekmek gibi pazar payı fazla olan ürünler, vardiyalı şekilde 24 saat üretilecektir. Ambalajlanacak, dondurulacak, soğuk zincirle yurt içi ve yurt dışında açılacak olan şubelerle market ve restoranlara pazarlanacaktır.

- Ceviz, turuncu reçelleri, likörler, şaraplar, kurutulmuş sebze meyveler ve tıbbi aromatik bitkilerin üretimi 24 saat vardiyalı bir şekilde devam edecek, çalışanlara üretim miktarına göre ücret ödenecektir.

- Mutfak ünitelerinin mekânlarında gününbirlikçiler ağırlanacaktır. Büyük grup ve organizasyonlar için restoranlar kullanılacaktır.

1000 Kişilik Açılabilir Kapalı Restoran: (Açık ve kapalı kullanıma uygun kırma cam ile kapatılmış) Restoranlarda, yurt içi ve yurt dışından gelen turist grupları ağırlanacaktır. Ayrıca düğün organizasyonları yapılacaktır. Restoran U şeklinde ünitelerin ortasında denize nazır olacak şekilde inşa edilecektir.

Vip Konuk Evleri: (İç banyolu, teraslı, manzaralı 60-72 adet arası konukevi) Konuk evleri yer evi olarak tasarlanacaktır. Engellilerin de kullanımına uygun şekilde projelendirilecektir.

Çocuk Parkı (Oyun Parkı): Ebeveynler yemek yerken veya dinlenirken, çocuklar oyun parkında eğlenerek zaman geçireceklerdir.

Ambalajlama Tesisi: Üretilen ürünler, vakumlama yöntemiyle, kavanoz, şişe vs. gerektiği şekilde ambalajlanacaktır.

Soğuk Hava Deposu ve Soğuk Zincir: Ambalajlanmış ürünlerden dondurulması, şoklanması gerekenlerin işlemi yapılacak, pazarlanmak üzere soğuk zincire teslim edilinceye kadar soğuk hava deposunda muhafaza edilecektir.

Sebze Meyve Ve Tıbbi Aromatik Bitki Kurutma Makinası: (Fırınlı-İzalsasyonlu Tesis) Kurutulmuş tıbbi aromatik bitkilerin dünyadaki yıllık pazar payı 70 Milyar Euro'dur. Türkiye ve özellikle Hatay, bu bitkiler bakımından en zengin şehir olmasına rağmen, bu pazardan aldığı pay, sadece 100 milyon Eurodur. Hatay'ın 800 çeşit aromatik bitki örtüsü (defne yaprağı, zeytin yaprağı, nane, maydanoz gibi) bulunmaktadır. Kurutma tesisi ile ürünlerin katma değeri yüksek bir hale getirilip, döviz girdisiyle milli ekonomiye büyük katkı sağlanacaktır.

Tıbbi Aromatik Bitki Özü Yağı Üretim Makinası: İlaç sektöründe ve alternatif tıpta kullanılan onlarca bitkinin ana vatanı Hatay'dır. Kurutulan bitkilerin, tıpta kullanılmak üzere özü ortaya çıkarılacak, ambalajlanacak ve ihraç edilecektir.

Topraksız Cam Sera : (Çiçek Ve Tıbbi Aromatik Bitki Yetiştiriciliği İçin 1000 m²lik): Katma değeri yüksek tıbbi aromatik bitkilerin, iklimlendirilmiş, led ışıklarla aydınlatılmış sene boyunca ürün veren topraksız- sulu tarım serası üretime katkı sağlayacak ve halkın gezip görerek, örnek alarak üretime teşvik edilmesi noktasında faydalı olacaktır. Gelen gruplara çiçek sunumu ve satışı yapılacaktır.

İpek Köyü: Hatay'ın, özellikle Samandağ'ın tanıtımına katkı sunmak üzere İpek Festivalleri organize edilecektir. Ekonomiye ve istihdama katkı sağlamak üzere ipek üretimi yapılacaktır, İpek Festivalleri Gastronomi Festivaliyle bütünleştirilerek daha etkin olması sağlanacaktır.



Kaynak: http://www.samandaggazetesi.org/haber/haber_6044_gastronomikoyukurulacak:%E2%80%9Ckadin-girisimcileri-bekliyoruz%E2%80%9D.html

SONUÇ

Günümüzde birçok kırsal alanda birinci ekonomik sektörün tarımsal faaliyetler olması nedeniyle bölgede yaşayan insanlar ürettiği tarımsal ürünleri doğal, otantik ve yöresel ürün haline dönüştürerek bu ürünlerden elde ettikleri gelirleri arttırmaktadır. Turizmde artan hareketlilik ve gelişmiş ulaşım altyapısı sayesinde bir iç turizm endüstrisinin gelişimi yaşanmaktadır. Kırsal turizm, etnik festivallerle ilgili etkinlik turizmi, korunan alanlar ve yaban hayat rezervleri ile eko-turizm ve sanat ve zanaat köylerindeki turizm merkezleri gibi özelleşmiş kırsal turizm konseptleri ile kırsal kalkınma üzerindeki faydalı etkileri arttırabilmektedir.

Kırsal faaliyetlerin ekonomik etkisinin ölçülmesi, etkin ve verimli ekonomik değerlendirmelerin yürütülmesinde önemli bir engel olmuştur. İkincil işletmelerin değerini (örneğin seyahat acenteleri, oteller, restoranlar) mevcut verilere dayanarak tahmin etmek oldukça zordur, ancak yerel işletmelerinin çapı ve yerel istihdama katkıları, bölgesel ekonomi üzerindeki doğrudan etkilerini göstermede yardımcı olabilmektedir.

Türkiye’de örnek olay çalışmaları, gastronomi ve yöresel yiyeceklerin tek başına bir kırsal turizm profili oluşturmak için genellikle yeterli olamamaktadır. Gastronomi ve yöresel yiyeceklerin kırsal turizm ve kalkınmada çok farklı roller oynayabilmektedir. Hatay ilinin Samandağ ilçesi örneğinde, gastronomi en önemli kırsal turizm hizmetlerinden biridir ve burada turizmin gelişmesinin başlangıç noktası, sahip olduğu zengin gastronomik ürünlerden kaynaklanmaktadır. Gastronomi, bölgede turizm gelişiminin başarısını arttırmak için tamamlayıcı bir hizmet olarak ortaya çıkmaktadır. Çalışmada örnek olay olarak ele alınan ve bölgenin gastronomik açıdan gelişimine katkıda bulunan yöresel yiyecek ve ürünler olup temel amaç yerel kalkınmanın itici gücü olarak gastronomi turizminin geliştirilmesidir. Bununla birlikte, proje kapsamında gerçekleşen sürecin başarılı bir yerel kimlik ve topluluk inşası ile sonuçlanması muhtemeldir. Bununla birlikte, turistler destinasyona daha çok dini ve kültürel nedenlerle ziyaretlerde bulunmaktadır. Gastronomi turizmi ile daha farklı boyutlarda ziyaretçi çekimi gerçekleştirilebilecektir.

Yaratıcı gastronomi şehri olan Hatay ilinin gastronomi turizmüne verdiği önemi göstermesi açısından Samandağ Gastronomi Köyü projesi çok güzel bir örnektir. Samandağ Gastronomi Köyü projesi Samandağ’da istihdam oluşturması ve üretime katkı sağlaması açısından kırsal kalkınmayı destekleyici bir projedir. Toplumda istihdam konusunda dezavantajlı kesimde yer alan kadınlara istihdam yaratması, kadınlara sahip çıkma ve üretime katılmalarını desteklemek açısından da önemli bir çalışmadır. Samandağ Gastronomi Köyü’nde kurulacak olan yöresel yemekler mutfağında yöresel yemeklerin üretim, sunum ve pazarlama faaliyetleri gerçekleştirilecektir. Ayrıca yöresel yiyecek ve içeceklerle birlikte kurutulmuş tıbbi ve aromatik bitkiler, sebze ve meyvelerin satışı gerçekleştirilecektir. Proje kapsamında yapılacak olan restoran, konuk evi, çocuk parkı, soğuk hava deposu, tıbbi ve aromatik bitki özü yağı üretimi, topraksız tarım, ipek köyü kurulması vb. çalışmalar yöresinin kırsal kalkınması bakımından son derece önemli çalışmalardır.

Sonuç olarak, gastronomi turizmi yerel kültürel mirasın önemli bir parçası olması ve yerel bir kimlik duygusu oluşturmada merkezi bir rol oynamaktadır. Özellikle yöresel yemek kültür, çevresi ile ayrılmaz bir şekilde bağlantılı olan kırsal kalkınmada önemli bir rol üstlenmektedir. Bu durum, kentlerden gelen ziyaretçileri çekebilir ve destinasyonun tanıtımına katkıda bulunabilir. Genellikle ekonomik nedenlerle tükenen kırsal alanların değerlendirilmesi ve canlandırılması, kırsal kalkınmanın önemli bir parçasıdır. Buna ek olarak, yerel bir kimlik duygusuna ve topluluk inşasına katkıda bulunulması, gelecekte turistlerin çekiciliğini artırabilir. Gelecekte yapılacak araştırmalarda yurtdışında gerçekleştirilen projeler çalışmaya dâhil edilerek karşılaştırmalarda bulunulabilir. Ayrıca oluşturulan gastronomi köylerine yönelik ziyaretçi görüşleri değerlendirilerek literatürdeki boşluk doldurulabilir.

KAYNAKÇA

- Akova, İsmet (2010). *Kırsal Turizm*. http://auzefkitap.istanbul.edu.tr/kitap/kultureliras_ao/kirsalturizm.pdf, (Erişim tarihi: 25.09.2020).
- Ashley, Caroline, Maxwell, Simon (2001). Rethinking Rural Development. *Development Policy Review*, 19(4), 395-425.
- Bakırcı, Muzaffer (2007). *Türkiye’de Kırsal Kalkınma Kavramları- Politikalar-Uygulamalar*, 1. Baskı, Ankara: Nobel Yayınları.
- Başoda, Alaattin, Aylan, Serkan, Kılıçhan, Reha, Acar, Yusuf (2018). Gastronomi Uzmanlığı, Turları ve Rehberliği: Kavramsal Bir Çerçeve. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(3): 1809-1826.
- Bekar, Aydan, Belpınar, Ayşe (2015). Turistlerin Gastronomi Turizmüne İlişkin Görüşlerinin Milliyetlerine Göre Değerlendirilmesi. *Journal of Yasar University*, 10(38): 6519- 6530.



- Bessière, Jacinthe (1998). Local Development and Heritage: Traditional Food and Cuisine as Tourist Attractions in Rural Areas. *Sociologia Ruralis*, 38, 21-34.
- Bonow, Madeleine, Rytönen, Paulina (2012). Gastronomy and Tourism as a Regional Development Tool- The Case of Jämtland. *Advances in Food, Hospitality and Tourism*, 2(1): 2-10.
- Bowen, Richard L., Cox, Linda J., Fox, Morton (1991). The Interface between Tourism and Agriculture. *Journal of Rural Studies*, 2(2), 43-54.
- Boyne, Steven, Williams, Fiona, Hall, Derek (2001). *Gastronomic Tourism as a Vehicle for Rural Development*. In: Hjalager, A.-M. and Richards, G. (eds) *Moveable Feasts: Tourism and Gastronomy in a Globalising World*. Routledge, London.
- Brillat-Savarin, Jean Anthelme (2009). *The Physiology of Taste: or Meditations on Transcendental Gastronomy*, M. F. K. Fisher (Ed.). London: Everymans Library.
- Chang, Jung Chen (2011). *The Role of Tourism in Sustainable Rural Development: A Multiple Case Study in Rural Taiwan* (Doctoral dissertation, University of Birmingham).
- Cömert, Menekşe, Sökmen, Alev (2017). Türkiye’de Gastronomi Turizmi: Antalya’da Konaklayan Turistler Üzerine Bir Araştırma. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 14(3): 6-26.
- Csurgó, Bernadett, Megyesi, Gergely Boldizsár (2015). Local food production and local identity. *Socio. hu*, 2015(3), 167-182.
- Deveci, Bilal, Türkmen, Serkan, ve Avcı Kurt, Cevdet (2013). Kırsal Turizm ile Gastronomi Turizmi İlişkisi: Bigadiç Örneği. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 3(2): 29-34.
- Du Rand, Gerrie E., Heath, Ernie (2006). Towards a Framework for Food Tourism as an Element of Destination Marketing. *Current Issues in Tourism*, 9: 206-234.
- Fotiadis, Anestis (2009). *The Role of Tourism in Rural Development Through A Comparative Analysis of A Greek and A Hungarian Rural Tourism Area*. PhD Tesis, University of Pecs.
- Freedman, Paul (2007). *Yemek: Damak Tadının Tarihi*, Çev. Nurettin Elhuseyni, İstanbul: Oğlak Yayıncılık.
- Gilg, Andrew W., Battershill, Martin (1998). Quality Farm Food in Europe: A Possible Alternative to the Industrialised Food Market and to Current Agri-Environmental Policies: Lessons From France. *Food Policy*, 23, 25-40.
- Gratzer, Karl (2011). *Regional Development Through SUB Certification - The Case of Gailtaler Almkäse*, in (Bonow and Rytönen (eds) *Årsboken Ymer, Gastronomins (politiska) Geografi, Motala Grafiska*.
- Güzel Şahin, Gonca, Ünver, Gülçin (2015). Destinasyon Pazarlama Aracı Olarak “Gastronomi Turizmi”: İstanbul’un Gastronomi Turizmi Potansiyeli Üzerine Bir Araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(2): 63-73.
- Hall, C. Michael, Sharples, Liz (2003). *The Consumption of Experiences or the Experience of Consumption? An Introduction to the Tourism of Taste*. In C.M. Hall, L. Sharples, R. Mitchell, N. Macionis, & B. Cambourne (Eds.), *Food tourism around the world: Development, management, and markets* (pp. 1-24). Oxford
- Harrington, Robert J., Ottenbacher, Michael C. (2010). Culinary Tourism-A Case Study of The Gastronomic Capital. *Journal of Culinary Science and Technology*, (8): 14-32.
- Heilig, Gerhard K. (2003). *Rural Development or Sustainable Development in China: Is China's Rural Development Sustainable?*. Paper to be presented at the ECOLINK Workshop: Ecosites, EcoCenters and the Implementation of European Union Environment and Sustainable Development Policies. Montpellier, France, 18-19 September.
- Henderson, Marion (2000). *Scottish Cheese: It's a Brie-z. Scotland on line*. [Online] Available: <http://www.travelscotland.co.uk/features/cheese.htm>. (October 22, 2007).
- Hjalager, Anne Mette (2010). A Review of Innovation Research in Tourism. *Tourism Management*, 31 (2010) 1-12.
- Ilbery, Brian, Kneafsey, Moya (1998). Product and Place: Promoting Quality Products and Services in the Lagging Rural Regions of the European Union. *European Urban and Regional Studies*, 5(4), 329-341.
- Ilbery, Brian, Kneafsey, Moya (2000a). Producer Constructions of Quality in Regional Speciality Food Production: A Case Study from South West England. *Journal of Rural Studies*, 16, 217-230.
- Ilbery, Brian, Kneafsey, Moya (2000b). Registering Regional Speciality Food and Drink Products in the United Kingdom: The Case of PDOs and PGIs. *Area*, 32(3), 317-325.
- Kan, Mustafa, Gülçubuk, Bülent, Küçükçongar, Murat (2012). Coğrafi işaretlerin kırsal turizmde kullanıma olanakları. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2012(1), 93-101.
- Karaca, Oya Berkay (2016). Geleneksel Peynirlerimizin Gastronomi Turizmindeki Önemi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(2): 17-39.
- Karşowjerdi, Madineh, Nooripoor, Mehdi (2017). Analysis of Factors Affecting Rural People's Attitudes Towards Rural Tourism: The Case of Doroodzan District of the Marvdasht County. *Rural Development Strategies*, 3(3), 303-316.
- Kızırlırmak, İsmail, Ofluoğlu, Merve, Şişik, Leyla (2016). Türkiye’de Uygulanan Gastronomi Turları Rotalarının Web Tabanlı Analizi ve Değerlendirmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(1): 258-269.
- Küçükkömürler, Saime, Şirvan, Uzman Nağme Boran, Sezgin, Aybuke Ceyhun (2018). Dünyada ve Türkiye’de Gastronomi Turizmi. *Uluslararası Turizm, İşletme, Ekonomi Dergisi*, 2(2): 78-85.
- Kyriakaki, Anna, Zagkotsi, Smaragda, Trihas, Nikolaos (2013). Creating Authentic Gastronomic Experiences For Tourist Through Local Agricultural Products: The Greek Breakfast Project. *5th International Scientific Conference*, Rhodes: University Of The Aegean.
- Nebioglu, Oğuz (2016). *Yerel Gastronomik Ürünlerin Turizmde Kullanılmasını Etkileyen Faktörler*. Doktora Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Nooripoor, Mehdi, Khosrowjerdi, Madineh, Rastegari, Hamid, Sharifi, Zeinab, Bijani, Masoud (2020). The Role of Tourism in Rural Development: Evidence from Iran. *GeoJournal*, 1-15.
- Petrini, Carlo (2003). *Slow Food Collected Thoughts on Taste, Tradition and the Honest Pleasures of Food*. Chelsea Green Publishing, London.
- Scarpato, Rosario (2002). *Gastronomy as a Tourist Product: The Perspective of Gastronomy Studies*. Anne- Mette Hjalager and Greg Richards (Eds.), *Tourism and Gastronomy içinde* (s.51- 71), London and Newyork: Routledge.
- Sezer, Ece (2017). *Kültür Turizmi ve Gastronomi Turları Düzenleyen Seyahat Acentaları Üzerinde Tüketici Talep Boyutuyla İlgili Bir Araştırma*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Shepherd, Andrew (1998). *Sustainable Rural Development*. Macmillan International Higher Education.
- Sormaz, Ümit, Özata, Esat, Güneş, Eda (2015). Turizmde Gastronomi. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(2): 67-73.
- Sylvander, Bertil (1993). Specific quality products: an opportunity for rural areas. *LEADER Magazine*, 3, 8-21.
- Telfer, David J., Wall, Geoffrey (1996). Linkages Between Tourism and Food Production. *Annals of Tourism Research*, 23:635-653.
- Ünal, İpek (2014). *Isparta İli Sütçüler İlçesi Turizm Potansiyelinin Kırsal Kalkınma Açısından Değerlendirilmesi ve Yerel Halkın Rolü*. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Van Westering, Jetske (1999). Heritage and Gastronomy: The Pursuits of the 'New Tourist'. *International Journal of Heritage Studies*, Vol. 5, No. 2: 75 - 81.
- http://www.samandaggazetesi.org/haber/haber_6044_gastronomikoyukurulacak:%E2%80%9Ckadin-girisimcileri-bekliyoruz%E2%80%9D.html (Erişim tarihi: 08.10.2020).