



# Turizm ve İşletme Bilimleri Dergisi

www.turib.org



## Türkiye ve İtalya'da Gastronomi Turu Düzenleyen Seyahat İşletmelerinin Tur İçeriklerinin Karşılaştırılması \*

Mehtap YÜCEL GÜNGÖR<sup>a</sup>, Pınar ŞENEL<sup>b</sup>, Seden DOĞAN<sup>c\*\*</sup>

<sup>a</sup> Anadolu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları, Eskişehir, Türkiye, E-posta: mehtapyg@anadolu.edu.tr,

Orcid:0000-0001-5212-8610

<sup>b</sup> Anadolu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları, Eskişehir, Türkiye, E-posta: pinargoksu@anadolu.edu.tr, Orcid: 0000-0001-8437-1367

<sup>c</sup> Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği, E- posta: seden.dogan@omu.edu.tr, Orcid: 0000-0001-8547-7702

### Öz

Tarihin ilk dönemlerinden beri insanoğlu besine ve suya olan ihtiyacını karşılamak adına bir yerden başka bir yere seyahat etmiştir. Zaman içerisinde üretim yöntemlerini geliştirerek belli bir su kaynağı çevresinde kendi besinini üretebilecek konuma gelerek yerleşik hayata geçmiştir. Günümüzde yeme içme bireysel zorunluluktan öteye geçip insanların zevk için yaptığı bir etkinliğe dönüşmekte ve bireyler popüler bir restoranın sunduğu lezzetleri tatmak, ülkelerin yeme içme ve mutfak kültürleri hakkında fikir sahibi olmak veya gastronomik deneyimler edinmek amacıyla yapılan seyahat etme eğiliminde bulunmaktadır. Bu çalışmada, Türkiye ve İtalya'da faaliyet gösteren seyahat işletmelerinin gastronomi içerikli tur programlarını incelemek ve karşılaştırmak amacıyla internet tabanlı bir tarama yapılarak iki ülkedeki Gastronomi turu düzenleyen acentaların web sayfalarında vermiş oldukları tur programları içerik analizine tabi tutulmuştur. Farklı acentalara ait her ülkeden 21 tur programı incelenmiştir. Araştırma bulguları doğrultusunda Türkiye'de düzenlenen gastronomi turlarının daha çok kültürel ağırlıklı olduğu gastronomik olarak daha çok tadım etkinliklerine yöneldiği ve ziyaretçiye hasat etkinliği, pişirme etkinliği gibi deneyim sunan tur programlarının İtalya turlarına göre zayıf olduğu görülmektedir. Ayrıca tur süreleri açısından Türkiye'de düzenlenen turların 2-4 gün arasında olduğu belirlenmişken, İtalya'da düzenlenen gastronomi turlarının 3 ila 8 gün ve daha uzun zamanda daha fazla gastronomik deneyim sunduğu tespit edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Gastronomi Turizmi, Gastronomi Turu, Gurme Turu.

**Jel kodu:** Z330

## Comparison of The Tour Contents of Travel Agencies Organizing Gastronomy Tours in Turkey and Italy

### Abstract

Since the first periods of history, human beings have traveled from one place to another in order to meet their need for food and water. Over time, it developed its production methods and became settled in a position to produce its own food around a certain water source. Today, eating and drinking goes beyond individual necessity and turns into an activity that people do for pleasure, and individuals tend to travel in order to taste the flavors offered by a popular restaurant, to have an idea about the food and culinary cultures of the countries, or to have gastronomic experiences. In this study, in order to examine and compare the gastronomic tour programs of travel companies operating in Turkey and Italy, an internet-based search was made and the tour programs of the agencies that organize Gastronomy tours in the two countries were subjected to content analysis. 21 tour programs from each country belonging to different agencies were examined. In line with the research findings, it is seen that the gastronomic tours organized in Turkey are more culturally focused, more oriented towards gastronomic tasting events, and tour programs that offer the visitor experience such as harvesting and cooking activities are weaker than tours in Italy. In addition, in terms of tour duration, it can be said that the tours organized in Turkey are between 2-4 days, while the gastronomic tours organized in Italy offer more gastronomic experience in a longer period of 3 to 8 days.

**Keywords:** Gastronomy Tourism, Gastronomy Tour, Gourmet Tour.

**Jel code:** Z330

### Makalenin Geçmişi:

Gönderim Tarihi : 08.07.2021

Düzeltilme Tarihi : 20.07.2021

Kabul Tarihi : 29.07.2021

Makale Türü : Araştırma Makalesi

Yücel Güngör, M., Şenel, P. ve Doğan, S. (2021) Türkiye ve İtalya'da gastronomi turu düzenleyen seyahat işletmelerinin tur içeriklerinin karşılaştırılması. *Turizm ve İşletme Bilimleri Dergisi*, 1(2), 75-84

\* Bu çalışma, TR Dizin etik kurul izni gerektiren çalışma grubunda yer almamaktadır..

\*\* Sorumlu yazar e-posta: S. Doğan (seden.dogan@omu.edu.tr)

## 1. Giriş

Alternatif turizm çeşitlerinden biri olarak görülen Gastronomi turizmi, insanların çeşitli mutfak kültürlerini tanımak, yöresel lezzetleri tatmak ve yeme-içme ile ilgili çeşitli deneyimler kazanmak adına bir yerden başka bir yere seyahat etmesini içermektedir. TÜRSAB'ın (2017) yayınladığı Gastronomi Turizmi raporuna göre, tüm dünyada seyahat eden turistlerin %88,2'si destinasyon tercih ederken yemeğin çok önemli olduğu belirtmekte ve lezzet noktalarına göre seyahatini planlayan turist sayısı giderek artmaktadır. Adı geçen rapora göre gastronomi turizmi için çalışan toplulukların (restoran, aşçılık okulu, otel, seyahat acentası gibi) sayısı ABD'de 17.879 iken Türkiye'de bu topluluk sayısı 94 ile göze çarpmaktadır. Türkiye ise dünya sıralamasında 23. sıradadır. Türkiye'de turizmin, deniz-kum-güneş sunan sahil kesimlerinin dışında iç kesimlerde de canlanmasını ve 12 aya yayılmasını sağlamak adına düzenlenen kültür turlarının son dönemde büyük artış bir gösterdiği görülmektedir. Kültür turları içerisinde yemek kültürünü ön plana çıkaran Gastronomi turlarının günümüzde popüleritesinin arttığı bilinmektedir. Özellikle sosyal medyada sıklıkla paylaşılan yemek fotoğraflarından etkilenen insanlar yeni lezzetleri ve farklı tatları deneyimlemek adına bu turları tercih etmektedir.

Bu kapsamda araştırmanın amacı Türkiye ve İtalya'da faaliyet gösteren seyahat işletmelerinin gastronomi içerikli tur programlarını incelemek ve karşılaştırmaktır. Araştırmada Türkiye ile karşılaştırılmak istenen ülke olarak İtalya'nın tercih edilmesinin sebebi olarak, yeme içme kültürleri ve mutfak kültürlerindeki benzerlikler, Akdeniz ülkesi olması itibarıyla Türkiye'deki gastronomi turlarının içeriğine benzer (Zeytin hasadı, Şarap tadımı gibi) deneyimler sunması olarak söylenebilir.

## 2. Literatür Taraması

### 2.1. Gastronomi Turizmi

Gastronomi kavramı Yunanca *gastros* ve *nomos* kelimelerinden türetilmekle birlikte mide kanunları anlamına gelmektedir. Genel olarak iyi yemek pişirme ve yeme sanatı olarak tanımlanan kavram; araştırma, deneme, hazırlama, yazma, tatma ve deneyimleme gibi birçok süreci içermesi sebebiyle bilim olarak nitelendirilmektedir. 1825 yılında Jean Anthelme Brillat-Savarin tarafından *The Physiology of Taste* kitabında ilk defa yeme içme bilimi olarak tanımlanan kavram, sonraki yıllarda birçok araştırmaya konu olmuş ve farklı bilim dallarıyla ilişkilendirilmiştir. Yiyecek ve içeceklerin hammaddesinin üretilmesinden müşteri tarafından tüketilmesine kadar zirai, endüstriyel ve hizmete ilişkin birçok üretim ve tüketim sürecini içermesi sebebiyle kavram; biyoloji, kimya, psikoloji, sosyoloji, ekonomi gibi birçok bilimle yakından ilişkilidir (Kivela & Crotts, 2006).

Yiyecek içeceklerin hammaddelerinin bir bölgede yetişip, o bölgeye özgü hazırlanma ve yeme içme anlayışıyla tüketilmesi ise gastronominin turizmle olan ilişkisini açıklamaktadır. Gastronomi turizmi, bir destinasyona özgü yiyecek içeceklere ilişkin benzersiz deneyimler elde etme amacıyla gerçekleştirilen bir turizm türü olarak tanımlanmakla birlikte deneyimler yiyecek içeceklerin hammaddelerinin yetiştirilmesi, işlenmesi, hazırlanması ve tadılması süreçlerinin birini veya hepsini kapsayabilmektedir. Yiyecek içeceklerin bir turizm faaliyetinin konusu olabileceğine ilişkin ilk tanımlama ise literatürde Long (2004) tarafından mutfak turizmi terimiyle yapılmıştır. 2004 yılında yapılan tanımlamaya göre mutfak turizmi diğer kültürleri yemekleri üzerinden deneyimlemek olarak ifade edilmiştir. Yeme içmenin turizm faaliyetinden bağımsız olarak düşünülmemesi ve mutfağın, keşfedilecek destinasyonlarda en önemli kültür öğelerinden biri olması gast-

ronomi ve turizmi birbirinden ayırmanın mümkün olmadığını göstermekteyken gastronomi turizmi, turizmin öncül amacının bir destinasyona özgü yiyecek ve içecekler olmasını gerektirmektedir (Scarpato, 2002).

Gastronomi turizminin, bir destinasyondaki yiyecek içeceklerin yetişmesinden tadılmasına geçen süreçte gözlem amaçlı veya aktif katılımı gerçekleştirilmesi, literatürde farklı turizm türleriyle ilişkili olarak ele alınmasına sebep olmuştur. Gastronomi turizmi literatürde; mutfağın önemli bir kültür ürünü olmasıyla kültür turizmiyle, geleneksel yiyecek içeceklerin deneyimlenmesiyle sürdürülebilir ve alternatif turizmle, yiyecek içeceklerin ekim, hasat gibi süreçlerini içermesiyle kırsal ve eko turizmle, yiyecek içecek festival ve şenliklerine katılımı ilişkili olarak festival turizmi ve etkinlik turizmiyle ve bu turizm biçiminin bireylerin özel ilgi alanına girmesiyle özel ilgi turizmiyle ilişkilendirilmiştir (Reynolds, 1993; Soykan, 2003; Beşirli, 2010).

Gastronomi turizmi diğer turizm biçimleriyle ilişkilendirilmekle birlikte literatürde kendi içerisinde de sınıflandırılmıştır. Gastronomi turizmi, yeme içmeye verilen önem ve katılımcılar göz önünde bulundurularak mutfak turizmi ve gurme turizmi olarak da isimlendirilmiştir (Hall & Sharples, 2003). Bu bağlamda gastronomi turları başlığı altında tur sürecinde gerçekleştirilen etkinliklerle turlarda gastronominin deneyimlenen farklı boyutları detaylı olarak açıklanmalıdır.

### **a. Gastronomi Turları**

Gastronomi turları; gastronomi turizmi kapsamında, bir veya birden fazla destinasyona, gastronominin farklı boyutlarını deneyimlemek üzere bireysel olarak, grup olarak ya da seyahat acentası aracılığıyla profesyonel şekilde gerçekleştirilen turlardır. Katılımcılara benzersiz deneyimler sunmaktadır (Sezer, 2017). Gastronomi turları kapsamında gerçekleştirilen etkinlikler bireysel ve grup turlarında değişkenlik gösterebilmektedir. Paket turlarda zaman ve ekonomik maliyetler nedeniyle katılımcılara standartlaştırılmış içerikler sunulmasını gerektirmektedir. Dünyada yaklaşık son 30, Türkiye'de son 10 yılda yaygınlaşan paket olarak planlanmış gastronomi turlarının süreç içerisinde gastronomiye ilişkin işlevlerini arttırdığı gözlemlenmektedir. İlk olarak Fransa, İtalya, Hollanda gibi Avrupa ülkelerine şarap ve peynir tadımı üzerine odaklanan gastronomi turları son yıllarda dünyanın çeşitli destinasyonlarına tadım faaliyetlerine ek olarak gastronomiye ilişkin farklı deneyimler sunmaktadır (Horng & Chen-Tsang, 2012).

Bir destinasyona özgü mutfak kültürünü anlamak için geleneksel yiyecek içeceklerin üretim, işlenme, hazırlanma ve yerel pazarlarda satış süreçlerini gözlemlemek, üzüm, zeytin gibi yiyeceklerin genel olarak festival eşliğindeki hasat şenliklerine katılmak, yiyecek içeceklerin üretim ve işlenme tarihini öğrenmek üzere gastronomi müzelerini ziyaret etmek, gastronomi kongre, fuar ve yarışmalarına katılmak, dünyaca ünlü şeflerin hazırlama ve sunum şovlarını izlemek ve tüm etkinliklerden bağımsız olmayarak tadım gerçekleştirmek gastronomi turlarında elde edilen deneyimlere örnek verilebilecektir (Kargiglioğlu, Çetin, & Erkol Bayram, 2019; Ryu & Jang, 2006).

## **3. Yöntem**

Araştırma kapsamında gastronomi turu, gurme turu, gastronomy tour in Italy ve gourmet tour in Italy Türkçe ve İngilizce anahtar kelimeleri ile Google arama motorunda arama yapılmıştır. Çıkan sonuçlar içerisinde, zamansal kısıtlar nedeniyle ilk dört sayfada sıralanan seyahat acentası ve tur operatörlerinin web siteleri incelenmiştir. Yapılan araştırmalar Google arama motorunda yapılan arama sonucunda ilk sayfadaki sonuçların tıklanma oranının %28,5, ikinci sayfadaki sonuçların tıklanma oranının %15 ve üçüncü sayfadaki sonuçların tıklanma oranının %11 olduğu belirtmektedir. Dördüncü ve sonraki sayfalarda sonuçların

tıklanma oranı giderek düşmektedir (Demirayak, 2020). Tarayıcıda anahtar kelimelerle ilgili çıkan haber sayfaları, blog sayfaları, akademik sayfalar araştırma kapsamı dışında tutulmuştur. Türkiye'de faaliyet gösteren seyahat acentası ve tur operatörlerinin bazılarının web sitesinde incelenen turların tamamen kültür turu içerikli bir tur programına sahip olmasına rağmen gurme turu veya gastronomi turu başlığı altında listelendiği göze çarpmıştır ve bu turlar da kapsam dışında tutulmuştur.

Araştırma, amaca uygun olarak tarama modeli kullanılarak yapılmıştır. Tarama modeli var olan mevcut bir durumu değiştirmeye kalkışmadan var olduğu biçimiyle betimlemeyi amaçlamaktadır. Araştırmanın amacı mevcut durumu olabildiğince tam ve dikkatli bir şekilde ortaya koymak (Değirmenci & Doğru, 2017) ve belirlenen web sitelerinde yer alan bilgileri derlemek olduğu için araştırmanın yöntemi, nitel araştırma yöntemlerinden betimsel analiz olarak belirlenmiştir. Bu kapsamda Türkiye ve İtalya'da faaliyet gösteren seyahat acentası ve tur operatörlerinin web sitelerinde verilen tur programlarındaki turun süresi, konaklanan yer, turun gastronomik içeriği ve turun kültürel içeriği, araştırma neticesinde elde edilen bulguları oluşturmuştur.

#### 4. Bulgular

Bu araştırmada dikkate alınan sınırlılıklar doğrultusunda Türkiye'de 21 gastronomi içerikli tur incelenmiştir. Türkiye'de düzenlenen gastronomi turu sürelerinin iki ile dört gün arasında değiştiği görülmektedir. Gastronomi içerikli turların ağırlıklı olarak Birleşmiş Milletler Bilim ve Kültür Örgütü (UNESCO) tarafından Yaratıcı Şehirler ağına giren Gaziantep ve Hatay illerine doğrudan düzenlendiği veya tur rotası içerisinde yer verildiği görülmektedir. Aynı zamanda Türkiye'de düzenlenen turların neredeyse tamamının (Trakya Bağ Rotası turu hariç) kültürel ağırlıklı olduğu, tur esnasında öğle yemeklerinin gidilen yörenin lezzetlerini sunan (Gaziantep: Alınazik, Baklava, Menengiç kahvesi; Hatay: Tepsi kebabı, Humus, Künefe; Trabzon: Kuymak; Edirne, Tava Ciğer vb.) yöresel lezzetlerin sunulduğu restoranlarda alındığı, akşam yemeklerinin neredeyse tamamında tur ücretine dahil olarak konaklama yapılan otelde alındığı görülmektedir. Şanlıurfa ilinin gidilen yerlerden biri olduğu turlarda akşam Sıra Gecesi etkinliği ekstra ücrete tabi olarak sunulmaktadır. Ülkemizde düzenlenen gastronomi turlarında zeytinyağı fabrikası veya müzesi (Urla, Ayvalık, Bursa), çay fabrikası (Rize), şarap fabrikası (Nevşehir, Tekirdağ, Edirne, Kırklareli, Kalecik), peynir müzesi (Kars) gezileri ve gidilen yere göre lokum (Safranbolu), baharat (Şanlıurfa, Gaziantep, Hatay), peynir (Kars, Hatay), zeytinyağı (Hatay, Bursa, Ayvalık) alışverişi gibi gastronomi içerikli etkinlikler de göze çarpmaktadır. Nadiren de olsa Çıldır gölünde balık tutma, zeytin hasadı, üzüm hasadı, safran hasadı, humus yapımı gibi ziyaretçiyi etkinliğin içerisine dahil eden turlarda bulunmaktadır. Ayrıca Türkiye'de düzenlenen gastronomi turlarında turun niteliğine göre seminerler (Safran, Safranbolu lokumu, Şarap yapımı, Zeytinyağı yapımı) verildiği, Gastro şov (Adana) ve Gastronomi söyleşilerinin (Adana) yapıldığı görülmektedir.

İtalya'dan ise 20 gastronomi içerikli tur, araştırma kapsamına alınmıştır. Turların Amalfi sahili, Pompei, Floransa, Piemonte, Torino, Venedik, Sicilya ve Tuscany bölgesinde (Siena, Chianti, Cinque Terre, Volterra, San Gimignano, Monteriggioni) yoğunlaştığı görülmüştür. Tur sürelerinin üç ila sekiz gün arasında değiştiği ve gastronomi ile kültür odaklı planladığı tespit edilmiştir. Turların tamamında tadım etkinlikleri ve pişirme derslerinin olduğu belirlenmiştir. Tadım etkinlikleri içerisinde zeytinyağı, şarap, peynir ve pizza tadımı yer almaktadır. Pişirme dersleri içerisinde limonata, peynir, makarna ve pizza yapımı öne çıkmaktadır. Yedi günlük turlarda pişirme dersleri iki ila beş kez yapılmaktadır. Tur planı içinde üzüm bağları ve yerel çiftliklere ziyaretler, mantar toplama ve peynir üretim dersi gibi etkinlikler göze çarpmaktadır. Bu etkinliklerin yanı sıra tur destinasyonu içinde yer alan antik şehirlere, UNESCO kültürel miras alanlarına ve müzelere

geziler düzenlenmekte ve alışveriş imkanları sunulmaktadır. Tur kapsamında konaklamaların gidilen destinasyondaki tarihi bir butik villa veya çiftlikte yapıldığı ve pişirme derslerinin burada ev sahipleri tarafından verildiği tespit edilmiştir.

Literatürde İtalya'da düzenlenen gastronomi turlarının şarap, pizza ve makarna başta olmak üzere yerel lezzetleri içerdiğini, Türkiye'de düzenlenen gastronomi turlarının ise şarap, zeytin ve yerel lezzetleri içerdiğini göstermiştir (Köseler ve diğerleri, 2019).

## 5. Sonuç ve Öneriler

Bu araştırmada Türkiye'de ve İtalya'da faaliyet gösteren seyahat acentası ve tur operatörlerinin web sitelerinde yer alan gastronomi tur programları içerik açısından incelenmiştir. Başoda vd. (2018) ve Kızılırmak, Ofluoğlu ve Şişik'in (2016) belirttiği gibi Türkiye'de düzenlenen turların içerik ve organizasyon itibariyle gastronomi turizmi deneyimini tam manasıyla içermediği tespit edilmiştir.

Gastronomi turları; yiyecek içeceklerin üretim, işleme, hazırlanma süreçlerinin ve tarihçesinin yerinde öğrenilmesi, hasat etkinliklerine katılma gibi tadım dışında farklı etkinlikleri bünyesinde barındırmaktadır. Yapılan araştırma sonucunda Türkiye'de düzenlenen turlarda hasat etkinliklerinin nadiren programda yer aldığı görülmüştür. Öte yandan bazı turlarda yiyeceklerin üretimi hakkında seminerlerin programa dahil edildiği tespit edilmiştir. İtalya'da faaliyet gösteren seyahat işletmelerinin tur programlarında ise yerel çiftlik ve üretim ziyaretlerine her programda bir veya iki gün ayrıldığı, her tur programında en az bir pişirme dersi olduğu tespit edilmiştir. Bu noktada Türkiye'de düzenlenen turlarda gastronomik içeriğin gastronomi turu kapsamında İtalya'da düzenlenen turlara göre daha zayıf olduğu ifade edilebilir.

Elde edilen bulgular ışığında Türkiye'de gastronomi turu düzenleyen seyahat işletmelerinin, gastronomi turu nedir? sorusunun cevabını tam olarak veremedikleri varsayılabilir. Bu nedenle öncelikle gastronomi turizmi ve gastronomi turu konularında bilgilendirme seminerleri düzenlenebilir. Düzenlenecek tur programlarında gidilecek destinasyonun gastronomik ürünlerinin üretim tesislerine geziler düzenlenmesi, bu tesislerde ürünler ve tarihçeleri hakkında bilgiler verilmesi, o destinasyona özgü yemeklerin pişirilmesi ile ilgili bir eğitim verilmesi gibi faaliyetlerin alması, programın gastronomik içeriğini zenginleştirecektir. Zira Akyürek ve Kutukız (2020) araştırmalarında gastronomi turlarına katılanların sunulan gastronomik ürünlerin bölge muftağını yansıtan ve hikayesi olan yiyecekler olmasına, sunumun yapıldığı ortamın otantik, yerel ve tarihi bir yer olmasına, sunumla birlikte eğitici ve eğlendirici faaliyetlerin de olmasına önem verdiklerini belirlemiştir.

Bu araştırmanın en önemli kısıtlılığı, zamansal nedenlerle sadece Türkiye ve İtalya'dan 21 tur programının incelenmiş olmasıdır. Bundan sonra yapılacak araştırmalarda daha farklı ülkelerde düzenlenen daha fazla sayıda tur programı incelenerek genellenebilir sonuçlar elde edilebilir. Ayrıca Türkiye'deki tur programlarını hazırlayan seyahat işletmelerinin yetkilileriyle ve tur katılımcılarıyla derinlemesine görüşmeler ve anket çalışmalarını yapılarak daha detaylı veriler elde edilebilir.

## Kaynakça

- Akyürek, S., & Kutukız, D. (2020). Gastro turistlerin deneyimleri: Gastronomi turları kapsamında nitel bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(4), 3319-3346.
- Başoda, A., Aylan, S., Kılıçhan, R., & Acar, Y. (2018). Gastronomi uzmanlığı, turları ve rehberliği: Kavramsal bir çerçeve: *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(3), 1809-1826.
- Beşirli, H. (2010). Yemek, kültür ve kimlik. *Milli Folklor Dergisi*, 22(87), 159-169.
- Değirmenci, A., & Doğru, M. (2017). Türkiye'de sosyobilimsel konularla ilgili yapılan çalışmaların incelenmesi: Bir betimsel analiz çalışması. *Buca Eğitim Fakültesi Dergisi*, 44, 123-138.
- Demirayak, İ. E. (2020, 16 Temmuz). Google arama sonuçları tıklama oranları 2020. <https://www.aramamotoru.com/google-arama-sonuclari-tiklama-oranlari-2020/> adresinden erişilmiştir.
- Hall, M. C., & Sharples, L. (2003). The consumption of experiences or the experiences of consumption? An introduction to the tourism of taste. In M.C. Hall, L. Sharples, R. Mitchell, N. Macionis ve B. Cambourne (Eds.), *Tourism around the world* (ss.1-24). Burlington: Elsevier Butterworth Heinemann.
- Hornig, J. S., & T. Chen-Tsang (2012). Culinary Tourism Strategic Development:an Asia-Pacific Perspective, *International Tourism of Journal Research*, 14, 40-55.
- Kargiglioğlu, Ş., Çetin, Y., & Erkol Bayram, G. (2019). Gastronomi turlarının coğrafi işaretli ürünler aracılığı ile oluşturulması: Batı Karadeniz turları örneği. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 3(4), 624-639.
- Kızıllırmak, İ., Ofluoğlu, M., & Şişik, L. (2016). Türkiye'de uygulanan gastronomi turları rotalarının web tabanlı analizi ve değerlendirmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(Special Issue 1), 258-269.
- Kivela, J., & Crotts, J. C. (2006). Tourism and gastronomy: Gastronomy's influence on how tourists experience a destination. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 30(3), 354-377.
- Köseler, S., Koçhan, B., Atsız, N., & Sünnetçioğlu, S. (2019). Çanakkale'de alternatif gastronomi rotaları belirlemeye yönelik bir araştırma. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(4), 1533-1551.
- Long L. (2004). *Culinary tourism: Exploring the other through food*. Lexington: University of Kentucky Press.
- Reynolds, P. C. (1993). Food and tourism: Towards an understanding of sustainable culture. *Journal of Sustainable Tourism*, 1(1), 48-54.
- Ryu, K. & Jang, S. (2006). Intention to experience local cuisine in a travel destination: The modified theory of reasoned action. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 30(4), 507-516.
- Scarpato, R. (2002). Gastronomy as a tourist product: The perspective of gastronomy studies. In M. Hjalager ve G. Richards (Eds.), *Tourism and gastronomy* (ss. 51-70). London: Routledge.
- Sezer, E. (2017). Kültür turizmi ve gastronomi turları düzenleyen seyahat acentaları üzerinde tüketici talep boyutuyla ilgili bir araştırma. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir.
- Soykan, F. (2003). Kırsal turizm ve Türkiye turizmi için önemi. *Ege Coğrafya Dergisi*, 12, 1-11.
- TÜRSAB. (2017). Gastronomi Turizmi Raporu. [https://www.tursab.org.tr/dosya/12302/tursab-gastronomi-turizmi-raporu\\_12302\\_3531549.pdf](https://www.tursab.org.tr/dosya/12302/tursab-gastronomi-turizmi-raporu_12302_3531549.pdf) adresinden erişildi.

**Destek Bilgisi:** Herhangi bir kurumdan maddi destek alınmamıştır.

**Çıkar Çatışması:** Yazarlar arasında çıkar çatışması bulunmamaktadır.

**Etik Onayı:** Web sitelerinden veri toplanmış olması nedeniyle etik kurul onayı alınmamıştır.

**Bilgilendirilmiş Onam Formu:** Web sitelerinden veri toplanmış olması nedeniyle bilgilendirilmiş onam formu kullanılmamıştır

**Etik Kurul Onayı:** Web sitelerinden veri toplanmış olması nedeniyle etik kurul onayı alınmamıştır.

**Araştırmacıların Katkı Oranı:**

1. **Yazar:** %35

2. **Yazar:** %35

3. **Yazar:** %30

## Extended Summary

### Comparison of The Tour Contents of Travel Agencies Organizing Gastronomy Tours in Turkey and Italy

**Mehtap Yücel GÜNGÖR, Pınar ŞENEL, Seden DOĞAN\***

The concept of gastronomy is derived from the Greek words as gastros and nomos. It means the laws of the stomach. In literature, the concept defined as the art of good cooking and eating. Also, It is science because it includes many processes such as research, experimentation, preparation, writing, tasting and experiencing (Kivela & Crotts, 2006).

The fact that the raw materials of food and beverages are grown in a destination and consumed with the understanding of preparation and eating specific to that destination explains the relationship between gastronomy and tourism. While gastronomy tourism is defined as a type of tourism carried out with the aim of obtaining unique experiences about food and beverages specific to a destination, experiences can cover one or all of the processes of growing, processing, preparing and tasting the raw materials of food and beverages (Long, 2004)

Gastronomy tourism is defined as a type of tourism carried out with the aim of obtaining unique experiences about food and beverages and it can cover one or all of the processes of growing, preparing and tasting the food and beverages. Gastronomy tourism takes place with observation or active participation in that process also. In literature gastronomy tourism has been associated with cultural tourism, as cuisine is an important cultural product, with sustainable and alternative tourism with the experience of traditional food and beverages, with rural and eco tourism as it includes processes such as planting and harvesting of food. Gastronomy tourism has been classified within itself in the literature also. Culinary tourism and gourmet tourism are one of them and they have been termed considering the importance of eating and drinking in gastronomy tourism process (Reynolds,1993; Soykan, 2003; Beşirli, 2010).

Gastronomy tours are individual or package tours within the scope of gastronomy tourism. In the world, gastronomy tours have become widespread last 30 years. The tours provide gastronomy experiences for participants. Participants can experience different dimensions of gastronomy within one or more destinations. Observing the production and processing of food and beverages, visiting local markets and gastronomy museums, participating the harvest of foods such as grapes and olives, participating the gastronomy congresses, fairs and competitions, watching preparation and presentation show of food and beverages, tasting the food and beverages can be given as examples that experiences (Kargiglioğlu, Çetin & Erkol Bayram, 2019; Ryu & Jang, 2006).

The activities in gastronomy tours can vary between individual and package tours also. The time and economic costs of package tours require more standardized content. It is observed that package gastronomy tours have increased their functions increasingly. While the tours first focused on wine and cheese tasting to European countries such as France, Italy and the Netherlands, in recent years the tours have offered different experiences in addition to tasting activities. The tours have been carried out to various destinations around the world (Horng & Chen-Tsang, 2012).

\* Corresponding author at: Ondokuz Mayıs University, Tourism Faculty, Tourism Guide, Email: seden.dogan@omu.edu.tr



The aim of the research is examining and comparing the gastronomy tour programs of travel agencies in Turkey and Italy. Because of Turkish and Italian culinary cultures and the gastronomy tours have some resemblance, Turkey and Italy was chosen in the research. Turkish and Italian travel agencies have offered similar experiences such as olive and grape harvest, wine and similar food tasting in gastronomy tours. The research is qualitative research. Research method is descriptive analysis. Scanning model was used in the research according to the purpose. The scanning model aims to describe an existing situation without attempting to change it. In this context, travel agencies and tour operators operating in Turkey and Italy was examined. Turkish and Italian travel companies tours were examined within the scope such as duration, place of accommodation, gastronomy content and the cultural content. In the research, examining was made on the Google. Turkish and English keywords of gastronomy tour, gourmet tour, gastronomy tour in Italy and gourmet tour in Italy was used for searching. First four pages of searching was examined due to time constraints. Travel agencies and tour operators web sites was examined. News pages, blog pages and academic pages related to keywords in the browser were not taken to account in the research. In line with the limitations, 21 gastronomy tours in Turkey and 20 gastronomy tours from Italy were examined in the research also.

It was found that the duration of gastronomy tours organized in Turkey have varied between 2 and 4 days. It was detected that gastronomy tours in Turkey are mainly organized to Gaziantep and Hatay provinces, which are included in the Creative Cities network in the United Nations Scientific and Cultural Organization (UNESCO). In addition, the tours organized in those destinations have focused culture it was found. In almost all of those tours, lunches have been taken in local restaurants and the local restaurants in Gaziantep have served food such as "Alinazik" and "Baklava", the restaurants in Hatay have served "Tray Kebab", "Humus", "Kunefe" it was seen. In almost all of those tours, dinners have been taken at the hotel as included in the tour fee also. In Sanliurfa visited in gastronomy tours in Turkey, special event has been organized for dinners it was found. Special night event is named "Sıra Nights". "Sıra Nights" are special dinners with local food and music.

It was found that in gastronomy tours organized in Turkey, olive oil factories or museums in Urla, Ayvalık, Bursa, tea factory in Rize, wine factories in Nevşehir, Tekirdağ, Edirne, Kırklareli, Kalecik and cheese museum in Kars have been visited generally. There have been also gastronomy activities such as shopping for spices, cheese and olive oil in those tours. Although rare, in those tours, there have been some gastronomy activities such as fishing, olive harvest, grape harvest, saffron harvest and humus making it was seen.

On the other hand, gastronomy tours in Italy have concentrated in the Amalfi coast, Pompeii, Florence, Piedmont, Turin, Venice, Sicily and Tuscany. It was determined that gastronomy tours in Italy durations have varied between 3 and 8 days and they have focused on gastronomy and culture. It was seen that there have been tasting activities and cooking lessons in all of the tours. While tasting activities have included olive oil, wine, cheese and pizza, cooking lessons have lemonade, cheese, pasta and pizza making. Cooking lessons have two to five times on 7 day tours it was found. In gastronomy tour in Italy, vineyards, local farms and gastronomy museums have been visited, mushroom have picked, and cheese making have been taught. In addition to these activities, it was found that, in tours, ancient cities, UNESCO cultural heritage sites and other museums within the tour destination have been visited. In tours, shopping opportunities have been offered to the participants also.

As a result, it can be say that gastronomy tours are organized in Turkey have weaker gastronomy content than tours in Italy. Also, it should be stated that gastronomy tours organized in Turkey have generally culture content. If a suggestion be offered for travel sector, travel agencies and tour operators are in Turkey should be supported information seminars on gastronomy tourism and tours. Gastronomy tours should be enriched in terms of gastronomy content activities such as visiting the food and beverage factories, giving the food and beverage preparation trainings and giving the information about food and beverages dates. For future research, it can be examined more tour programs organized in different countries.