



Van İlinin Gastronomi Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesi*

Evaluation of the Gastronomy Tourism Potential of Van Province

Aykut ÜN¹, Çinuçen OKAT²

Özet

¹ Milli Eğitim Bakanlığı, Konaklama ve Seyahat Hizmetleri Öğretmeni.

² Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Van.

ORCID:

A.Ü.: 0009-0008-3210-0723

Ç.O.: 0000-0002-1335-0216

Corresponding Author:

Aykut ÜN

Email:

aykut-un@hotmail.com

Citation: Ün, A. ve Okat, Ç. (2023). Van ilinin gastronomi turizm potansiyelinin değerlendirilmesi. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 13 (3): 488-504.

Submitted: 26.06.2023

Accepted: 22.08.2023

İnsanların ekonomik düzeylerindeki gelişmeler ve boş zamanlarının olması, tatil yapma motivasyonlarını etkilemektedir. Bu durum, turizm potansiyelinin artmasını sağlamaktadır. Turizmin artan bu potansiyeli, destinasyonlar için önemli gelir kaynakları arasında görülmüştür. Zamanla gelişim gösteren turizm, farklı turizm çeşitlerini ortaya çıkarmıştır. Gastronomi turizmi de bu çeşitlerden biridir. Gastronomi turizmi bölgelerin veya destinasyonların yöresel ürünleri, yeme içme ve mutfak kültürleri ile alakalıdır. Bu sebeple bir bölgenin veya destinasyonun yöresel zengin mutfak kültürü, incelenmek istenirse gastronomi turizmi kapsamında değerlendirmek gerekir. Yöresel mutfak kültürü, aynı zamanda destinasyonların gastronomi şehri olabilmeleri ve marka değeri oluşturabilmeleri için rekabet etmesini sağlamaktadır. Birçok farklı kültüre ve medeniyete ev sahipliği yapmış Van ili, zengin mutfak kültürüne sahiptir. Bu araştırma; Van ilinin gastronomi turizm potansiyelinin değerlendirilmesini, gastronomi turizminin mevcut turizm potansiyelinin içerisindeki yerinin belirlenmesini ve paydaşlara öneriler sunmayı amaçlamıştır. Bu amaç doğrultusunda nitel araştırma yöntemlerinden yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. 12 soruluk yarı yapılandırılmış görüşme formu oluşturularak 18 turizm paydaşı ile yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Elde edilen verilere göre; Van ilinin zengin mutfak kültürü gastronomi turizmi oluşması için yeterli olduğu fakat mevcut gastronomi turizm potansiyelinin istenen düzeyde olmadığı ve bazı eksiklikler olduğu görülmüş, önerilerde bulunulmuştur. Buna göre, Van'ın gastronomi turizmi, mevcut turizm türleri arasında ana rolde değil, diğer turizm türlerini destekleyici rolde olduğu belirtilebilir.

Anahtar Sözcükler: Gastronomi, Gastronomi Turizmi, Yöresel Yemekler, Van.

Abstract

Developments in the economic level of people and their having free time affect the motivation of them to take a vacation. This situation enables to increase of the tourism potential. This increasing potential of tourism has been seen among the important sources of income for destinations. Tourism which has showed progress over time, has revealed different types of tourism. Gastronomy tourism is one of these types. Gastronomy tourism is related to local products, food and beverage and culinary cultures of regions or destinations. For this reason, if it is asked to examine the local rich culinary culture of a region or destination, it should be evaluated within the scope of gastronomic tourism. Local culinary culture also enables

*Bu çalışma; Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı'nda Dr. Öğr. Üyesi Çinuçen OKAT danışmanlığında Aykut ÜN tarafından tamamlanan "Van İlinin Gastronomi Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi" adlı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

destinations to compete in order to become gastronomy cities and create brand values. The province of Van which has hosted many different cultures and civilizations, has a rich culinary culture. In this regard this research; aims to evaluate the gastronomic tourism potential of the Province Van, to determine the place of gastronomy tourism in the existing tourism potential and to offer suggestions to the stakeholders. In accordance with this purpose, semi-structured interview technique which is one of the qualitative methods, has been used. By creating a semi-structured interview form consisting of 12 questions, face to face interviews have been carried out with 18 tourism stakeholders. According to the data obtained, it has been seen that the rich culinary culture of the province Van is sufficient for the formation of gastronomy tourism, but its current gastronomy tourism potential is not at the desired level and there are some deficiencies, and suggestions have been made in this regard. Besides, it has been determined that Van's gastronomic tourism is not in the main role among the existing tourism types, rather in the supporting role of other tourism types.

Keywords: *Gastronomy, Gastronomy Tourism, Local Foods, Van*

1. GİRİŞ

Turizm sayesinde destinasyonlar önemli gelir elde etmektedir. Bu nedenle birçok destinasyon, insanların değer algılarını da göz önüne alarak bazı eski-yeni değerlerini ortaya çıkarmakta, geliştirmekte, pazarlamakta ve turizmin avantajlı dünyasına ayak uydurmaya çalışmaktadır. Bu gelişmeler sonucunda turizmin alışagelmış deniz-kum-güneş üçgeni dışına çıkılarak alternatifler üretilmiş, farklı turizm türleri oluşturulmuştur. İnsanların farklı istek ve motivasyonları olması da farklı turizm türleri oluşmasında etken gösterilebilir. Turizm türlerinin deneyimlenmesi esnasında destinasyonun tanınma fırsatı da oluşmaktadır. Bu fırsatlar arasında destinasyonun yeme içme kültürü ilk sıralarda gelmektedir. Yeme içme kültürü, zamanla insanların seyahat motivasyonlarının temel nedeni olduğunda gastronomi turizminin oluşması sağlamıştır.

Bir destinasyonun veya bölgenin yöresel yiyecek içecekleri, mutfak kültürü gastronomi turizminin gerçekleşmesinde temel etkidir. Ayrıca bölgelerin kültürlerini tanıtma konusunda özverili yaklaşımlar göstermesi gastronomi turizminin gelişmesini sağlamaktadır. Gastronomi turizminin gelişmesi; insanların daha fazla seyahat etmesine, ulaşım teknolojisindeki iyileştirmeler sonucu ulaşımın kolaylaşmasına, insanların ekonomisindeki iyileşmelere, yaşam tarzlarındaki değişimlere, ünlü şeflerin ve restoranların ortaya çıkmasına ve medyanın yiyecek içeceğin rolünü güçlendirmesine de bağlıdır.

Zamanla gelişen gastronomi turizmi, bölgeler arası rekabet oluşmasını sağlamıştır. Bölgelerin yöresel ürünleri bu rekabette önem arz etmektedir. Bu nedenle bir bölge, gastronomi turizmi açısından marka değerini oluşturabilmek için kendi potansiyelini değerlendirmesi gerekir.

2. GASTRONOMİ KAVRAMI ve GASTRONOMİ TURİZMİ

İlk çağlar, insanların ne olduğunu ne işe yaradığını bilmeden yediği ve tek amacının hayatta kalabilmek olduğu, seçim yapmadan yedikleri bir dönemdir (Düzgün ve Durlu Özkaya, 2015: 42). İnsanoğlu, yaşamını devam ettirebilmek için varoluştan bu zamana yemek yemenin zorunluluk olduğunu anlamış ve yiyecek başka tercihi olmamasından dolayı hem ot hem etle beslenmeyi sürdürmüştür. Ateş, binlerce yıl yiyecek hazırlamada kullanılmakta ve insan beslenmesini temelden değiştirmektedir (Wrangham, 2010; Akt: Burešová, Mrkvová ve Dudić, 2020: 80). Ateşin insan yaşamında yer almaya başlamasıyla beraber insanoğlu, yiyecekleri pişirip tüketmeyi, lezzeti arttırmayı ve çiğnemeyi kolaylaştıran yöntemler aramaya yönelmişlerdir (Düzgün ve Durlu Özkaya, 2015: 42). İnsanoğlunun, ateşi kullanarak eti, bitkiyi veya bitki kökünü basit anlamda korların üzerine koyarak pişirmesi, henüz yemek yaptığı anlamına gelmemektedir; çünkü gerçek anlamda yemek yapmak, değişik malzemelerin bir araya getirilmesiyle yapılan bir işlemdir (Uhri, 2019: 11). Gelişim gösteren insanoğlunun bitki yetiştirmeye başlaması yerleşik hayata geçmesine neden olmuş ve tarımsal faaliyetlerin artmasını sağlamıştır. Böylece et ağırlıklı beslenmeden ot ağırlıklı beslenmeye doğru geçiş başlamıştır (Seçim, 2018: 123). Yerleşik yaşamla birlikte insanlar, yemek yemeyi karın doyurma veya beslenme olarak görmek yerine yemek sofrası kurma, farklı

yemekleri sofrada birlikte tatma ve bunları gelenek haline getirme olarak nitelendirmiştir (Merdol, 1998; Akt: Düzgün ve Durlu Özkaya, 2015: 42). Böylece insanoğlunun toplu yaşam bilinci gelişmiş, ilk medeniyet oluşumları ve uygarlaşma başlamıştır. Yeme-içme kültürünün oluşması, zamanla yeme arzusu uyandıran iyi görünümlü ve lezzetli yemeğin önem kazanmasını sağlamış, böylelikle gastronomi kavramının ortaya çıkmasına neden olmuştur. Gastronomi kelimesinin en eski kullanımı bilindiği kadarıyla antik Yunan'daydı (Santich, 2004: 16). Ayrıca gastronomi, kelime anlamı olarak Yunanca da "Gastros" mide ve "Gnomos" bilgi, yasa anlamına gelen iki farklı kelimenin birleşiminden oluşmuştur (Kivela & Crotts, 2006: 355).

Gastronomi deyince akla ilk gelen günümüzde yöresel yemekleri ve içecekleri tüketmek olmuştur. Alanyazında gastronomi ile ilgili birçok tanım bulunmaktadır. Gillespie ve Cousins (2011: 2), gastronominin tanımını yapmaya çalışan yazarların sayısına bakıldığında gastronomiyi tanımlamanın kolay olmadığını ifade etmiştir. Yiyecek ve içeceklerin sistematik bir düzene dayandırılmasını, sağlığı koruma kurallarını ve uygunluğunu denetleyerek göze ve damak lezzetine hitap edecek şekilde sunulmasını ifade eden gastronomi, yemek kültürü veya yemek sanatı olarak da bilinmektedir (Dilsiz, 2010: 3). Gastronomi kavramı, yalnızca yeme içme sanatı olmamakla beraber kültürel, ekonomik, ideolojik, sosyal ve politik yapı gibi geniş bir alanda kendine yer bulmaktadır (Çalışkan, 2013: 40). Gastronomi kavramının çok yönlülüğü, diğer bilim dallarıyla kurduğu ilişkiler ve tarihsel birikimiyle birlikte sanat ve bilimi de bir araya getirerek günümüzde kendi başına kimlik kazanmasını sağlamıştır.

Yemek yeme ve gastronomi, insanları benzer düşüncelere yöneltse de birbirinden ayrı anlamlar içermektedir. Türk Dil Kurumuna göre yemek yeme; karın doyurma anlamında iken gastronomi ise, yemeği iyi yeme merakı, sağlığa uygun, iyi düzenlenmiş, hoş ve lezzetli mutfak, yemek düzeni ve sistemi olarak tanımlanmaktadır (Türk Dil Kurumu, 2021). Yeme içme, ne kadar fiziksel bir eylem olsa da bir kültürün tanınması, değişik tatların keşfi gibi anlamlarda içermektedir. Yeme içme, bazı insanların seyahatlerinin en önemli parçasını ve temel motivasyonunu oluşturmaktadır. Bu bağlamda gastronomi ve turizm arasındaki bağlantı, bahsedilen anlamların turizm hareketlerine yol açan bir unsur olması ve turistlerin bu anlamları gerçekleştirmesi ile ilişkilendirilebilir (Ulama ve Uzut, 2017: 188; Türkay ve Genç, 2017: 211; Oğan, 2021: 37).

Gastronomi ve turizm, birlikte ele alınmasıyla bir destinasyonun veya yörenin kalkınmasına ve markalaşmasına faydalı olup seyahat, tatil amaçlı seçilmesini teşvik edici özelliğe ve kültürel çekicilik anlamında önemli bir yere sahiptir (Güzel Şahin ve Ünver, 2015: 64; Tuncay, Ilgaz ve Akmeşe, 2020: 1451). Gastronomi turizminde temel motivasyon, özel sayılan bir yemek ürününü tatmak veya üretiliş aşamasını görme isteğiyle, restoranları, yeme içme festivallerini, yiyecek üreten işletmeleri ve özel sayılan alanları ziyarette bulunmaktır (Kurnaz, Özdoğan ve Akyurt Kurnaz, 2017: 115).

Gastronomi turizmi; kültürel ve yöresel tatların, kokuların ve dokuların, tanınmasını ve devamlılığını sağlayarak yeme içme deneyimi sunan turizm çeşididir (Yücel Güngör, 2020: 19). Başka bir tanıma göre gastronomi turizmi, farklı kültürlerle ait özellikleri tanıma, anlama veya öğrenme açısından özel ilgi alanı sayılır. Bu özelliği sayesinde aynı zamanda kültür turizmidir (Kurnaz vd., 2017: 115). Ayrıca gastronomi turizmi köken olarak tarıma, kültüre ve turizme dayanmaktadır. Nitekim bu üç unsur sayesinde destinasyonun pazarlanması ve çekiciliği artmaktadır. Tarım; destinasyona veya yöreye ait ürünü sunarken, kültür; tarihi mirası ve otantik özelliği, turizm ise; altyapıyı ve hizmeti oluşturmaktadır (Yüncü, 2010: 29; Yücel Güngör, 2020: 19).

Birçok turizm bölgesinin gastronomi turizm potansiyeli olmasına rağmen mevcut turizm faaliyetleri arasında gastronomi turizmi sayılmamakta veya önemsenmemektedir (Türkay ve Genç, 2017: 217). Oysaki bölgeye ait varolan ve yeni değerlerin ortaya çıkarılmasında ve tanıtılmasında (Bucak ve Aracı, 2013: 214); turistlerin bölgeyi seçmesindeki kararlarında (Ulama ve Uzut, 2017: 198);

bölgedeki yerel halka ve ülkeye ekonomik katkı sağlamasında (Özgüneş ve Bozok, 2017: 361); bölgeye özgü marka ve kimlik oluşumunda (Çalışkan, 2013: 41); turizm sürecini ve istihdam olanağını, sürdürülebilir hale getirme ve on iki aya yayma açısından (Yücel Güngör, 2020: 19) gastronomi turizmi önem arz etmektedir.

Gastronomi turizmi, bir destinasyona, yöreye veya bölgeye ait üretilen ürünlerin tüketilmesine etki eder ve ekonomisine fayda sağlar (Akkaya ve Özcan, 2019: 252). Bu durum bölgede yaşayanların refah düzeyini artırmasının yanı sıra bölge insanı tarafından sadece gastronomiyi değil tüm turizm faaliyetlerinin desteklenmesini, gelişmesini sağlar. Bölge insanının bu tutumunun göstergesi; bölgede yapmış oldukları gastronomi şenlikleri, festivalleri, fuarları gibi vb. etkinliklerle örnek gösterilebilir (Karakuş, Onat ve Güneren Özdemir, 2020: 2180). Birçok farklı kültüre ev sahipliği yapmış Van ili, zengin mutfak kültürüne sahip olduğu ve gastronomi turizmi açısından önemli bir potansiyeli olduğu söylenebilir.

3. VAN İLİ VE TURİZMİ HAKKINDA GENEL BİLGİLER

Doğu Anadolu Bölgesi'nde yer alan Van, 19069 kilometrekare yüz ölçümü ile Türkiye topraklarının %2,5'ini oluşturur. Ayrıca yüz ölçümü bakımından Türkiye'nin 6. büyük şehridir. Van şehir merkezi, Van gölü doğusunun 5 km uzaklığında kurulmuştur. Van gölünün ve Van'ın çevresinde bulunan yüksek dağlar ilin sınırlarını oluşturur. Van ili çevresinde kuzeyde Ağrı ili, Doğubayazıt, Diyadin ve Hamur ilçeleri; güneyde Siirt'in Pervari, Hakkâri ili, Yüksekova ve Beytüşşebap ilçeleri; doğuda İran Devleti, batıda Van gölü başta olmak üzere Ağrı'nın Patnos ilçesi ile Bitlis'in Tatvan, Adilcevaz ve Hizan ilçeleri yer alır (Van İl Kültür Turizm Müdürlüğü, 2021).

Van ili, doğanın bir hediyesi olarak sunduğu doğal güzelliklerin yanı sıra geçmiş, sosyo-kültürel zenginlikleri, sportif faaliyetleri ve en önemlisi yemek kültürü ile ziyaretçilere eşsiz bir deneyim yaratabilecek sayılı şehirler arasında sayılabilmektedir. Van ilinde; doğa turizmi, kültür turizmi, spor turizmi ve gastronomi turizmi gibi çeşitli turizm türleri mevcuttur. Doğa turizm ürünleri arasında; Artos Dağı, Erek Dağı, Norduz Yaylası, Travertenler, Peri Bacaları (Vanadokya), Muradiye Şelalesi, Kanispi Çağlayanı gibi turizm ürünleri mevcuttur. Kültür turizmi olarak ise; Akdamar Adası ve Kilisesi, Adır Adası ve Lim Manastırı, Çarpanak Adası, Van Kalesi, Hoşap Kalesi, Çavuştepe Kalesi, Bartholomeus Kilisesi, Altınsaç Kilisesi, Yedi Kilise, Hüsrev Paşa Camii, Kayaçelesi Camii, İzzettin Şir Camii, Meher Kapı, Bendi Mahi Köprüsü, İkiz Kümbetler ve Halime Hatun Kümbeti önemli turizm ürünleridir. Van ilinde yamaç paraşütü, rafting, kayak, trekking gibi sporlar, spor turizmi kapsamındadır. Yine ters lale, uçkun, Van Lalesi, Van Kedisi ve İnci Kefali önemli flora ve fauna ürünleri arasındadır.

Van ili, yöresel yiyecekleri ile gastronomi turizmi açısından önemli şehirler arasındadır. Özellikle Van Kahvaltısı, gastronomi dünyasında adından söz ettirebilecek değerler arasında öne çıkmaktadır. İlde lokanta, pastane gibi kahvaltı salonları bulunmaktadır. Bu salonlarda sadece kahvaltı verilir, kahvaltıdan sonra buraların müşterisi kesilir. Kahvaltıda mutlaka kaymak, tereyağı, bal, Van cacığı, otlu peynir, gavut, murtuğa, zeytin, tahin, ezme, lavaş ekmek, çörek içi, çörek ve mevsimine göre mevsim yeşillikleri, domates, salatalık vb. kahvaltılık ve bunlara ek olarak kavurmalı, sucuklu veya sade yumurta bulunmaktadır (Van Valiliği İl Özel İdaresi, 2007: 30). Yöresel damak zevki bakımından önemli ayrıntılara sahip Van mutfağı bulunduğu coğrafyadan etkilenmiştir. Soğuk havalarda et yemeklerinin tüketimi oldukça fazladır. Etsiz yemek yok sayılmaktadır. Van mutfak kültüründe yoğurt büyük öneme sahiptir. Ayran aşısı vazgeçilmez yemekler arasındadır (Önay ve Tatlı, 2016: 219). Yine bakliyat yemekleri de Van mutfağında ön planda yer almaktadır. Bakliyatın yemeklerde ön planda olmasının nedeni soğuk hava şartlarının uzun olması ve ulaşımında zor şartlar altında gerçekleşmesi sebebiyle kolay bulunabilen ve saklanabiliyor olması gösterilebilir (Ocak, 2016: 18-21). Van iline ve turizmine katkı sağlayacak

mahreç ve menşei ürünleri bulunmaktadır. Tablo 1’de Van iline ait yöresel ürünler, Tablo 2’de ise mahreç ve menşei ürünler yer almaktadır.

Tablo 1. Van Yöresel Ürünler

KAHVALTI YÖRESEL			
Murtuğa Kavut	Van Cacığı Van Otlı Peyniri	Çörek İçi	Gül Reçeli
ÇORBALAR			
Ayran Aşısı Püşürük Tırşısı	Erişte Aşısı Çiriş Çorbası Corti	Savar Çorbası Tütü	Kurut Aşısı Bulgur Aşısı
YEMEKLER			
Çağ Kızartması Çiriş Kavurması Çirişli Bulgur Pilavı Keledoş Kabak Borani Kabak Gağı Metez Helise Belheviz Savar Yemeği	Keşkek Kaburga Dolması Mantarlı Bulgur Hedik Sipipincer Kavurma Mercimekli Bulgur Pilavı Kürt Köftesi Acem Köftesi Sengeser Ayva Yemeği	Eşkili Şile Den Şilesi Bostaniye Erişte Pilavı Yağını Avanit Kayganak Kabak Cırtması Patates Mihlası Tirite	Çılbır Tatar Böreği Ciğer Köftesi Pestilli Lahana Dolması Soğan Dolması Piti Mumbar Dolması Aya Köfte Yeşil Yaprak Sarması Domates Yemeği
BALIK ÜRÜNLERİ			
Balık Kızartması Balık Sarması	Tandır Balığı Tuzlu Balık	Balık Botaniyesi	Balık Tava (Fırın Tava)
PASTA, ÇÖREK ve TATLILAR			
Hurma (Kalbur Tatlısı) Kade (Çörek) Van Pastası Pilur Asude Tatlısı	Paluza Un Helvası Peynir Helvası Aşure Erik Kızartması	Kürt Baklavası Kaşık Tatlısı Çatal Tatlısı Ağuz Tatlısı Bulama	Dip Tatlısı Döğmeç Güzebez (Müküs Tatlısı) Sütlü Demir Tatlısı

Kaynak: Van Valiliği İl Özel İdaresi, 2007; Öney ve Tatlı, 2016

Tablo 2. Coğrafi İşaretli Ürünler

MENŞEİ ADI		
Çatak Cevizi Erciş Üzümü	Van Otlı Peyniri Van Gül Reçeli	Bahçesaray Cevizi
MAHREÇ İŞARETİ		
Van Sengeseri Murtuğa Van Kavut Van Kahvaltısı	Van Pastası Van Keledoşu Van Ayran Aşısı Tandırdan Van Balığı	Van Kürt Köftesi Gevaş Fasulyesi Sihke Kavunu

Kaynak: <https://ci.turkpatent.gov.tr/cografisi-isaretler/liste?il=65&tur=&urunGrubu=&adi=>

Türkiye de iller arasında 05.09.2023 tarihi itibariyle coğrafi işaretli ürünler bazında sıralama yapılmıştır. Coğrafi işaretli ürünler, sadece gıda ve gastronomi ürün bazında değerlendirilmiştir. Aynı ürün değerine sahip olan iller, aynı sıralamada gösterilmiştir. Bu nedenle tüm illerin

sıralaması, 1 ile 33 arasında olduğu görülmüştür. İlk 10'da sırasıyla; Gaziantep (97), Konya (70), Erzurum (50), Diyarbakır (49), Şanlıurfa (45), Afyonkarahisar (40), Malatya (38), İzmir (33), Ankara (32), Balıkesir (25) ve Kayseri (25) illeri bulunmaktadır. Van (16) ili, bu sıralamada 18. sırada yer almaktadır. Van'ın, Türkiye'nin gastronomi sıralamasında ilk 10 şehri arasına girebilmesi için yöresel lezzetlerine ve ürünlerine daha fazla önem vermesi gerektiği söylenebilir (<https://ci.turkpatent.gov.tr/>).

4. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Turizmin çeşitli bir yapıya sahip olması gereği mutfak, yöresel yemek, lezzet gibi sözcükler gastronomi turizmi altında toplanmıştır. Bir bölgenin yöresel zengin mutfak kültürünü incelenmek istenirse gastronomi turizmi kapsamında değerlendirmek gerekir. Bu nedenle de gastronomi turizminin, son yıllarda gelişme göstermesinden dolayı araştırma Van ilinin; gastronomi turizm potansiyelinin belirlenmesini, gastronomi kimliği farkındalığının oluşmasını, mevcut turizm faaliyetlerine daha çok katkı sunmasını ve turizm paydaşlarına önerilerde bulunmasını amaçlamaktadır.

Alinyazın incelendiğinde Van ili ile ilgili gastronomi kapsamında yapılan çalışmaların az olduğu gözükmemektedir. Bu bağlamda mevcut çalışma; Van ilinin gastronomi turizmi potansiyeli kapsamında önem taşıyan değerlerin belirlenmesi ve turizm paydaşlarına önerilerde bulunması, varsa eksikliklerin ortaya konması açısından önem arz etmektedir. Ayrıca Van ili ile ilgili gastronomi turizmi kapsamında yapılacak çalışmalara ve literatüre katkıda bulunması açısından önemlidir. Araştırma kapsamında aşağıdaki şu sorulara cevap aranmıştır:

- Van ilinin gastronomi turizm potansiyeli nedir?
- Van ilinin mevcut gastronomi değerlerinin Van il turizmine katkısı nedir?

5. YÖNTEM

Araştırma sorularına derinlemesine cevap alınabilmesi, katılımcı görüşlerini sınırlamaması, mevcut durumun yorumlanabilmesi için nitel araştırma yöntemine başvurulmuştur. Nitel yöntemler, sosyal bir probleme, temaya veya konuya ait bireylerin veya grupların araştırmanın konusuna göre atfettiği görüş, düşünce ve tutumlarının anlamlarını derinlemesine keşfetme ve anlamaya yönelik bir yaklaşım olmakla beraber tümevarım veri analizinin yapıldığı, verilerin anlamını yorumlama aşamalarını kapsamaktadır. (Özgen, 2019: 158; Creswell, 2017: 5).

Nitel araştırmalarda, kullanılan tekniklerden bir tanesi de görüşme tekniğidir (Yüksel, 2020: 547). Görüşme tekniği, katılımcıların araştırma konusu veya problemi hakkında var olan bilgilerini ve düşüncelerini aktif bir katılımı açıkladığı tekniktir (Baltacı, 2019: 374). Görüşmede, ana araç sözlü iletişimdir. Görüşme tekniği, belli kurallara göre yapılandırılmamış, yapılandırılmış ve yarı yapılandırılmış şeklinde üçe ayrılır (Yüksel, 2020: 549).

Yarı yapılandırılmış görüşme tekniğinde araştırmacı, sormayı düşündüğü soruları öncesinde belirleyip bir görüşme veya mülakat formu oluşturur. Görüşme sırasında ihtiyaç halinde derinlemesine gidilebilmesini sağlar. Katılımcı konu dışına çıkabilir, bu nedenle hem araştırmacıya hem katılımcıya esneklik sağlar. Ayrıca araştırmacı tarafından, görüşmenin durumuna göre değişik yan veya alt sorularla görüşmenin akışına etki edilebilir ve katılımcının yanıtlarını daha ayrıntılı bir şekilde açmasını, sunmasını sağlayabilir. Katılımcı, soruların yanıtlarını başka bir soruda yanıtlamışa, tekrar yanıtlamayabilir ve araştırmacı da bu soruyu tekrar sormayabilir (Türnüklü, 2000: 547; Gürbüz ve Şahin, 2016: 187-188; Özgen, 2019: 160).

Bu bağlamda araştırmada, katılımcıların ana konu hakkındaki görüşlerini ve düşüncelerini detaylıca elde edilmesini, katılımcıya ve araştırmacıya esneklik sağlanmasından dolayı yarı yapılandırılmış görüşme tekniğinden faydalanılmıştır. Araştırmada 12 soruluk yarı yapılandırılmış

görüşme formu oluşturulmuştur. Sorular hazırlanırken belli bir sıraya konulmasına dikkat edilmiş ve araştırma konusu kapsamında alanında uzman akademisyenler ile değerlendirme yapılarak görüşleri alınmış ve uygun olanlar görüşme formuna eklenmiştir. Bu araştırmada kullanılan görüşme soruları, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Yayın Etik Kurul Başkanlığı tarafından etik kurallara ve ilkelere uygun bulunmuştur (Kurul Karar Tarihi ve Sayısı: 25/01/2022-2022/03-08).

Araştırmanın evrenini; Van ilinde, doğrudan veya dolaylı şekilde il turizmi ile ilişkili olan gerçek ve tüzel kişilerden oluşmaktadır. Araştırmanın örnekleme belirlenirken olasılığa dayalı olmayan örneklem yöntemlerinden seçilmiştir. Olasılığa dayalı olmayan örneklem yönteminde araştırmaya her unsurun katılma şansının olmadığı, araştırmanın amacına uygun unsurların olması gerektiği durumlarda kullanılır (Alaz Şeyihoğlu ve Özgürbüz, 2019: 33-39). Bu bağlamda araştırmanın örnekleme, olasılığa dayalı olmayan örneklem yöntemlerinden amaca yönelik örnekleme ve kartopu örnekleme tekniği birlikte kullanılmıştır. Amaca yönelik örnekleme tekniğinde araştırmacılar, örneklem seçerken kendi kararlarını kullanırlar, fakat bu kararları öncesinde edindiği bilgilere dayanarak yaparlar. Böylece araştırmanın amacına hizmet edebilecek en uygun kişileri seçebilirler (Monette, Sullivan ve Dejong, 1990; Akt: Özen ve Gül, 2007: 414). Kartopu örnekleme tekniği ise, araştırmanın yapılacağı bireylerden birine ulaşılmasıyla başlar. Bu katılımıyla yapılan görüşme sonunda katılımcının referansı ile diğer katılımcılara ulaşılır. Her bir katılımcı ile yapılan görüşme sonrası onların önerdiği diğer katılımcılara ulaşmayla devam eder. Böylece süreç katılımcı sayısının artmasıyla devam etmektedir (Koç Başaran, 2017: 492).

Görüşmeye katılan örneklem sayısı, araştırmanın bütününe sağlayabilen değişik 5 ile 25 kişi arasında olması gerektiği ifade edilmektedir (Creswell, 2021: 83). Yine örneklem sayısı, verilerin elde edilmesini zorlaştıracak kadar ne az olmalı ne de derinlemesine analiz yapmayı zorlaştıracak kadar çok olmalıdır (Onwuegbuzie ve Collins, 2007: 289). Ayrıca, örneklem sayısında elde edilecek verilerin tamamlanması ve yeni veri elde edilemeyip tekrara düşme yaşıyorsa örneklem sayısına son verilmelidir (Charmaz, 2006; Akt: Creswell, 2017: 189). Bundan dolayı uzman görüşüne başvurularak araştırma da tekrara düşmemek adına 18 kişi ile sınırlandırılmıştır. Görüşmeler, maliyet, zaman ve ulaşım gibi kısıtlılıklardan dolayı Van ili ile sınırlı kalmış ve 15 Ekim 2022 – 15 Ocak 2023 tarihleri arasında sınırlandırılmıştır. Araştırmanın örneklem grubunda Van ilinin turizm faaliyetlerinde etkisi olan kamu ve özel sektör temsilcileri, konaklama, acente ve yiyecek-içecek hizmeti veren işletmeler oluşmaktadır.

Araştırmada 18 katılımcı ile görüşülmüştür. Katılımcılar, K1, K2, ..., K18 şeklinde rastgele kodlanmıştır. Katılımcılar ile randevu alınarak görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Randevular, katılımcıların müsaitliğine göre iş yerlerine giderek veya uygun bir alanda görüşerek gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler, katılımcıların izni doğrultusunda araştırmanın verimliliği açısından ses kayıt cihazı ile kayıt altına alınmıştır. Ses kayıtlarının kaybolmamasına istinaden iki yöntemli yedekleme sistemi oluşturulmuştur. Ayrıca ses kayıtlarının programlar aracılığıyla transkripsiyonu yapılarak veriler oluşturulmuştur.

Verilerin analizinde tümevarım yaklaşımı kullanılmıştır. Nitel yöntemlerde araştırmacılar hipotez geliştirmeden belli konulara göre soru geliştirip soruların cevabını bulmak için araştırma yaparlarsa tümevarım yaklaşımı doğrultusunda olmalıdır (Uzuner, 1999: 189). Nitel araştırmalar için verilerin analiz yöntemleri arasında betimsel analiz, içerik analizi ve sayısal analiz gibi çeşitli analiz yöntemleri vardır. Elde edilen verilerin aslına bağlı kalmak şartıyla doğrudan alıntılar yapılması betimsel analizi ifade etmektedir. Betimsel analiz yönteminde, veriler sunulurken bazı temalar ve temalar arası ilişkiler oluşturulabilir. İçerik analizi ise, bilgilerin toplayabilmek adına elde edilen verilerin detaylı bir şekilde incelenmesini, metinlerin çözümlenmesini ifade eder (Yıldırım ve Şimşek, 2011: 224; Baltacı, 2019: 377; Özdemir M., 2010: 328). Bu bağlamda araştırmada bulguları

düzenleyip yorumlanmış bir şekilde sunabilmek için betimsel analiz yöntemi kullanılmıştır. Ayrıca nitel veriler, sözcük sıklığı göre kategorize edilerek içerik analizi yapılmıştır.

6. BULGULAR

6.1. Katılımcıların Demografik Bilgilerine Yönelik Bulgular

Katılımcıların demografik bilgilerinde; yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi, çalıştıkları kurum, deneyim yılı ve kurumdaki pozisyonu belirtilmiştir. Katılımcıların demografik bilgileri, Tablo 3'te gösterilmiştir.

Katılımcıların demografik özellikleri incelendiğinde 11 katılımcının erkek, 7 katılımcının da kadın olduğu gözlemlenmiştir. Eğitim seviyelerine bakıldığında ise 1 ortaokul, 4 lise, 2 ön lisans, 6 lisans, 1 yüksek lisans ve 4 doktora seviyesinde eğitime sahiptirler. 9 katılımcı özel sektör, 9 katılımcı da kamu kurumu çalışanıdır. Katılımcıların yaş ortalaması 40, deneyim yılı ortalaması 20 çıkmıştır. Deneyim yılı ve yaş ortalamasının araştırma için anlamlı ve değerli olduğu belirtilebilir. Katılımcılardan 8'i amaçlı örneklem yöntemine göre, 10 katılımcı ise kartopu örneklem yöntemine göre belirlenmiştir.

Tablo 3. Demografik Özellikler

KOD	CİNSİYET	YAŞ	EĞİTİM	ÇALIŞTIĞI KURUM	KURUMDAKİ POZİSYONU	DENEYİM YILI
K1	Erkek	29	Y. Lisans	Kamu/Meb	Yiy. İç. Öğretmen	10
K2	Kadın	49	Lisans	Özel/Hotel	Genel Müdür	27
K3	Erkek	33	Lise	Özel/Restaurant	Şef/İşlt. Sahibi	14
K4	Erkek	29	Ö. Lisans	Özel/Restaurant	Şef/İşlt. Sahibi	15
K5	Erkek	42	Lise	Özel/Restaurant	Şef/İşlt. Sahibi	15
K6	Erkek	48	Lisans	Kamu/Tursab	Yönetici	30
K7	Erkek	43	Lisans	Özel/Acente	Rehber	23
K8	Erkek	40	Ortaokul	Özel/Restaurant	Şef/İşlt. Sahibi	27
K9	Erkek	35	Lisans	Özel/Acente	Rehber	16
K10	Erkek	43	Lise	Özel/Restaurant	İşletme Sahibi	25
K11	Kadın	51	Doktora	Kamu/Turizm	Akademisyen	35
K12	Erkek	55	Lisans	Kamu/Turizm	F. Sekreteri	32
K13	Kadın	37	Doktora	Özel/Acente	Rehber	14
K14	Kadın	39	Doktora	Kamu	Genel Müdür	18
K15	Erkek	43	Doktora	Kamu/Daka	Genel Sekreter	19
K16	Kadın	41	Lise	Özel/Restaurant	İşletme Sahibi	10
K17	Kadın	50	Lisans	Kamu/Meb	Yiy. İç. Öğretmen	10
K18	Kadın	28	Ön Lisans	Özel/Hotel	Resepsiyonist	4

6.2. Van'ın Mevcut Turizm Çeşitlerine ve Potansiyeline Yönelik Bulgular

Van'ın mevcut turizm potansiyelini değerlendirmeye yönelik yöneltilen sorular sonucunda; farklı turizm çeşitliliği olduğu (kültür turizmi, doğa turizmi, kış turizmi, yaz turizmi, gastronomi turizmi, inanç turizmi ve macera turizmi) ortaya çıkmıştır. Turizmi türlerinden bahseden katılımcı sayılarına göre; 16 katılımcı kültür turizminden, 14 katılımcı doğa turizminden, 9 katılımcı kış turizminden, 7 katılımcı yaz turizminden, 5 katılımcı gastronomi turizminden, 5 katılımcı inanç turizminden ve 3 katılımcıda macera turizminden bahsetmiştir. Kültür turizmi ve doğa turizminin ön planda olduğu görülmüştür. Konu ile ilgili K11 şu şekilde görüş bildirmiştir: *"Hem doğal güzellikleri hem kültürel değerleri hem tarihi geçmişi ile kadim bir şehir. Bunun üzerine bir de tabii gastronomi*

çok ön plana çıkmamakla beraber kuvvetli bir altyapıya sahip. Ayrıca farklı etnik ve dini kökenli insanların bulunması, buranın kültürünü daha da zenginleştirmiş. Bu anlamda inanılmaz bir turizm potansiyeli var."

14 katılımcı ise Van'ın turizm potansiyelinin yüksek olduğunu fakat değerlendirilemediğinden söz etmiştir. K4, konu ile ilgili olarak görüşlerini: *"Potansiyelin yüksek olduğunu düşünüyorum ama bu değerlendirilmiyor. Böyle görüyorum. Tarihi güzelliklerimiz, doğal güzelliklerimiz çok fazla ama bunu biz dışarıya pazarlayamıyoruz. Yani bu potansiyelden faydalanamıyoruz. Bu bizim şehir olarak en büyük eksikliğimiz, diye düşünüyorum."* şeklinde ifade etmiştir.

Tanıtım eksikliğine değinen katılımcı sayısı 11, Van İlinde turizmin 12 aya çıkabileceğini belirten katılımcı sayısı 8, dış etkenlerin (terör, deprem, pandemi) mevcut turizme olumsuz etkisi olduğunu düşünen katılımcı sayısının 5, ulaşım sıkıntısı olduğunu düşünen katılımcı sayısının ise 4 olduğu görülmüştür. K2: *"Van'ın tanıtılması gerekiyor. Yani bir tanıtım platformunun olması gerektiğini hep konuşuyorduk ve gelin görün ki aslında tam tanıtılıyor mu? Hâlâ tam olarak yeterli olduğunu düşünmüyorum"* tanıtım eksikliği görüşünü bu şekilde bildirmiştir. K17: *"Şimdi Doğu Anadolu Bölgesi olarak düşünelim: Van da onun bir ili olmasının neticesinde tarih, doğa, kültür, kış turizmi bakımından en fazla potansiyeye sahip olan şehridir diye düşünüyorum, Doğu Anadolu'daki illerin içerisinde. Bir de tabii deniz turizmi potansiyelini de unutmamak gerekiyor. Bunlar doğru değerlendirilirse, Van şehri Türkiye turizminde önemli bir paya sahip olabilir, bu sayede turizm 12 aya da yayılabilir diye düşünüyorum."* turizmin 12 ay olabileceği şeklinde ifade etmiştir. K10, dış etkenlerin olumsuz etkisinden şu şekilde bahsetmiştir: *"Biz çocukken ben çok iyi hatırlıyorum. Babamla işte biz 86-87'li yıllarda Van Kalesi tarafına giderdik, Edremit'e giderdik. Biz her zaman burada turistlerle karşılaşırdık. Artık o zamanki gibi turistler yok, gelmiyorlar. Bunda bazı krizler etkili oldu terör gibi. Bizim bu olumsuzlukları toparlamamız lazım".* Ulaşım sıkıntısının etkilerinden ise K6'nın görüşleri şu şekildedir: *"En büyük sorun ulaşım, insanlar Van'a ulaşamıyor. Son zamanlarda özellikle ulaşılmıyor. Malumunuz işte teknoloji geliştiği insanlar için zaman çok kıymetli oldu. İnsanlar artık rahata alıştı. Böylelikle uçak turizmde olmazsa olmaz. Önceden yurt içinden metropol şehirlerden Van'a günlük 23, 24 tane uçak geliyordu şu anda da günlük 11 tane uçak geliyor. Yani Van gerçekten ulaşım anlamında çok ciddi sıkıntılar yaşıyor."*

6.3. Gastronomi Kavramı ve Turizmine Yönelik Bulgular

Katılımcıların gastronomi kavramını nasıl, ne şekilde anlamlandırabildiğini görmek için sorular yöneltilmiştir. Katılımcıların tamamı, gastronomi kavramının yiyecek içecek ile alakalı olduğu görüşündedir. 12 katılımcı yemek kültürü, 9 katılımcı yöresel yiyecekler, 6 katılımcı Turizm ↔ Gastronomi ilişkisi, 5 katılımcı mutfak sanatı, 5 katılımcı lezzet seyahati, 2 katılımcı ise sunum şekli olarak adlandırmıştır. Konu ile ilgili olarak K1'in ifadeleri öyledir: *"Gastronomiyi yemek kültürü, yöresel yiyecekler olarak söyleyebilirim. Bir yerin yöresel mutfağını tatmak ve o yerel mutfağın içerisinde kullanılan ürünleri görmek isteyen ve bu konuda deneyim sağlamak isteyen birçok kitle var. Hemen hemen birçok insanın içerisinde zaten böyle bir deneyimi elde etmek vardır. Buna lezzet merakı da diyebiliriz. Bu nedenle sırf bir yemeği tatmak için giden insanlar var."* Bulgular, katılımcıların gastronomi kavramını ve gastronomi-turizm ilişkisini anlamlandırabildiğini göstermektedir. Bu bağlamda bulguların, literatür ile doğru orantılı olduğu söylenebilir.

6.4. Van'ın Yöresel Lezzetlerine Yönelik Bulgular

Van'ın yöresel lezzetlerini belirlemek amacıyla sorular ışığında 30 kalem yöresel lezzet bulunmuştur. Yöresel lezzetler arasında içecek türüne, rastlanmamıştır. Katılımcılardan alınan cevaplara göre Van Kahvaltısı, tüm katılımcılar tarafından yöresel lezzet sıralamasında ilk sırada yer almıştır. Ardından 17 katılımcı ile Keledoş yemeği, 16 katılımcı ile otlu peynir, 15 katılımcı ile inci kefali, 12 katılımcı ile ayran aşısı, 10 katılımcı ile sengeser ve murtuğa, 8 katılımcı ile kavut, 7 katılımcı ile gül reçeli, 6 katılımcı ile Erciş Üzümü, 5 katılımcı ile mercimekli bulgur pilavı, 4 katılımcı ile Van çöreği ve helise gelmektedir.

Coğrafi işaretli olan Van Pastası'nın yalnızca K3, K11 ve K17 tarafından belirtilmesi dikkat çekicidir. Van Cacığı K2, K16; Siyabolu kavurma K3, K8; Acem köftesi K8, K12; Kürt köftesi K2, K8; hurmalı yumurta K8, virik çorbası ve eğdek tatlısı K9; soğan dolması, çöp kebabı, peynir helvası, işkembe dolması, mumbar, ciğer sarması, kaşık tatlısı, kaburga dolması K11; erişte aşı K12 tarafından yöresel lezzet olarak belirtilmiştir.

Bulgularda yer alan gül reçeli, otlu peynir, kavut, murtuğa, Van çöreği, Van Pastası ve Van cacığı kahvaltıda yer alan lezzetler olarak da bilinmektedir. K13, yöresel lezzetlerle ilgili şunları söylemiştir: *"En ön plana çıkan işte Van Kahvaltısı. En geniş ve en büyük tek sofrada yapılabilecek kahvaltı yapıldı ve yine Guinness rekorlar kitabına girdi. Otlu peynir mesela kahvaltıda vazgeçilmezdir. Keledoş, Sengeser var, Kürt köftesi var sayabilirim çok var. Mesela onun dışında yine mercimekli bulgur pilavımız var. Mesela inci kefaliyle beraber olmazsa olmazlarımızdan Ayran aşısı bilinen yemeklerimizdir."*

Katılımcılara, Van'ın yöresel lezzetlerinin çekiciliği ve gelen turist potansiyeli sorulmuştur. Katılımcıların tamamı, Van Kahvaltısı dışında yöresel lezzetlerin çekiciliğinin olmadığını düşünmektedir. Kahvaltı dışında da yöresel lezzetler için çok fazla turist gelmediğini belirtmektedir. K11 bunun nedenini bazı yöresel ürünlerin (otlu peynir, tuzlu balık, gül reçeli vb.) paketlenme şansı olduğunu, hediyelik olarak götürülebilmesinden dolayı olabileceğini söylemektedir. K18 ise bazı yöresel yemeklerin malzemelerini de marketlerden temin edilebilmesi olarak göstermektedir. K2, yöresel yemeklerin ön plana çıkmamasını ise tanıtım eksikliği olarak değerlendirmiştir. K5 ve K9 konu ile ilgili şunları belirtmiştir: (K5): *"Yani buraya Van'a kahvaltı yapmaya gidelim diye gelebiliyorlar ama 'Hadi işte canım Keledoş çektim, Keledoş yemeye gidelim' diyen yok. Çünkü keledoşun ülke bazında da bilinir yok ama kahvaltının ülke bazında bilinirliği var."* (K9): *"Kültür turları için geliyorlar. Din turizmi için geliyorlar. Hatta deniz turizmi için geliyorlar. Gastronomi onlar için sadece bir sürpriz oluyor. 'Bir anda ne kadar güzelmiş yemekleri diye' öyle bir tepki alıyoruz ama yemek yemeye geliyorum diyen yok gastronomi için yok maalesef."*

Tablo 4. Van'ın Yöresel Lezzetlerine Yönelik Bulgular

Alt Temalar	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10	K11	K12	K13	K14	K15	K16	K17	K18	n
Van Kahvaltısı	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	18
Keledoş	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√		√	√	17
Otlu Peynir	√	√	√	√	√	√	√	√			√	√	√	√	√	√	√	√	16
İnci Kefali	√	√	√		√	√	√		√	√	√	√	√		√	√	√	√	15
Ayran Aşısı		√	√		√	√					√	√	√	√	√	√	√	√	12
Sengeser		√	√		√			√	√	√		√	√				√	√	10
Murtuğa				√	√				√	√		√	√	√	√		√	√	10
Kavut	√			√	√						√		√	√			√	√	8
Gül Reçeli											√	√	√	√	√	√		√	7
Erciş Üzümlü			√	√		√		√		√								√	6
Mercimekli Bulgur Pilavı					√						√		√		√	√			5
Van Çöreği			√		√						√							√	4
Helise				√		√		√		√									4
Van Pastası			√								√							√	3
Van Cacığı		√																√	2
Siyabolu Kavurma		√																√	2
Acem Köftesi								√				√							2

Kürt Köftesi	√	√	2
Hurmalı Yumurta		√	1
Virik Çorbası		√	1
Eğdek Tatlısı		√	1
Soğan Dolması		√	1
Çöp Kebabı		√	1
Peynir Helvası		√	1
Mumbar		√	1
İşkembe Dolması		√	1
Ciğer Sarması		√	1
Kaşık Tatlısı		√	1
Kaburga Dolması		√	1
Erişte Aşı		√	1

Katılımcılar ile yapılan görüşmelerde turist potansiyelinin sadece kahvaltı üzerine geliyor olması, araştırmada Van Kahvaltısı'nın detaylı incelenmesini gerekli kılmıştır ve Van Kahvaltısı hakkında da bulgular elde edilmiştir. Ayrıca bulunan 30 kalem ürün, sadece bu araştırma ile sınırlıdır. Farklı araştırmalara göre bu sayı değişkenlik gösterebilir.

6.5. Van Kahvaltısı'na Yönelik Bulgular

Katılımcılara, Van Kahvaltısı'nın mevcut durumu hakkında sorular yöneltilmiştir. Katılımcıların tamamı, Van Kahvaltısı'nın il tanıtımında etkin bir rol üstlendiği görüşündedir. Katılımcılara, "Gastronomi anlamında Van'ın imzası nedir?" sorusu yöneltildiğinde 14 kişi Van Kahvaltısı cevabını vermiştir. Katılımcılardan K2, ayran aşı; K3, K4 ve K8 ise Keledoş cevabını vermiştir.

15 katılımcı, Van Kahvaltısı'nın özgünlüğünü kaybettiğini, kültürel değil ticari yaklaşım olduğunu belirtmektedir. Anadolu serpme kahvaltısının Van Kahvaltısı olarak tanıtılması katılımcıların, ortak olumsuz görüşlerinden biridir. Ayrıca, sunulan her kahvaltının Van Kahvaltısı olarak adlandırılmasını da yanlış görmektedirler. Konu ile ilgili K1 ve K16 şu şekilde görüş bildirmişleridir. K1: "Kafelerde bile artık Van Kahvaltısı adı altında serpme kahvaltı sunmaktadırlar. Olay tamamen ticarileşmiş durumda..." K16: "Van Kahvaltısını Coğrafi işaret tescili ürünleri neyse o şekilde sunulması, pazarlanması lazım. Ne bir eksik ne bir fazla, Van Kahvaltısı dışında verilen kahvaltının Anadolu yöresel ile Van Kahvaltısı'nın harmanlandığını müşteri bilmiyor. Farkını bilmesi lazım. Van kahvaltısında sosis, sucuk, patates yoktur mesela. Van Kahvaltısı diye alakasız şeyler sunuyorlar. Sonra insanlardan 'ya Van Kahvaltısı bu muymuş' şeklinde olumsuz eleştiriler duyuyoruz."

12 katılımcı, Van Kahvaltısı'nda standart ve denetim olması gerektiği görüşündedir. K15, gerçek Van Kahvaltısı'nın coğrafi işaretli hali ile olması gerektiğini söylemiştir. Aynı görüşü destekler nitelikte K3, şu ifadeleri kullanmıştır: "Yani her işletmede farklı farklı sunumlar yapıldığından bir standart olmuyor. Mesela batıda Van Kahvaltısı adı altında birçok işletme var. Acaba gerçekten Van Kahvaltısı mı sunuyor? Yine orada Van Kahvaltısını tadan biri Van Kahvaltısı bu kadar iyiye acaba Van'da nasıl diye bir beklenti içine giriyor. Van'a gelip de maalesef kötü bir kahvaltıyla karşılaşınca insan üzülüyor. Bu yüzden bir standarda bağlayıp denetlemek gerekiyor."

7 katılımcı, Van Kahvaltısı'nda ticari kazanç için kalitesiz ürünler sunulduğunu ve sunumda da hata yapıldığını söylemektedir. K18, kahvaltıya konan ürünlerin marketlerden alındığını söylemiştir. K11 ise Van Kahvaltısının Bim (market) kahvaltısına dönüştüğü eleştirisinde

bulunmuştur. K15, kavutun reçel ve balla tüketilmesi gerektiğini ve kahvaltı sunan restoranların bu bilgiyi müşterilerle paylaşmadıklarını söylemiştir. K11'in sunum ile ilgili olarak ifadeleri şu şekildedir: "...Sunum tekniklerinde de yanlışlar yapıyorlar. Mesela murtuğayı biz sıcak sıcak yeriz. Çoğu kahvaltı salonu soğuk soğuk servis yapmaktadır. Çoklu bir şekilde pişiriyorlar, benmari usulü bekletiyorlar belki de ama yine de soğuyor. Her gelenin kahvaltı sofrasına soğuk soğuk koyuluyor. Yiyende sevmiyor maalesef. Mesela bir kebabçıya gidip biz yarım saat kebab pişmesini bekliyorsak bu da beklenmeli. Yumurtayı da soğuk soğuk mu servis ediyorlar hayır. Pişirir pişirmez sofraya konuyor. Murtuğa da aynı şekilde olmalı ama maalesef işletmeler bu konuda özveriye yaklaşmıyorlar." K4 ve K13'ün kalite ile ilgili sırasıyla söyledikleri şu şekildedir: (K4): "Türkiye'de kahvaltı deyince insanların aklına ilk Van geliyor. Fakat biz bunu insanlara doğal ve güzel bir kahvaltı sunamıyoruz, yapamıyoruz. Bunu birçok işletmede gördüm. Biz bu işi ticarete dökmüştük. Marketlerden alınan ürünlerle, peynirlerle kahvaltıyı pazarlayamayız ve ülke çapında kahvaltıyı bu şekilde tanıtmamalıyız. Aslında bu işi ticarete dökmekten biraz da sorumluluk alarak, doğal ürünler kullanarak yerinden ürün olarak tedarik ederek bunları pazarlayabilirsek bilinirliğini daha da arttırabiliriz." (K13): "Kahvaltıda karşımıza fabrikasyon bir tereyağı gelebiliyor, kaymak gelebiliyor, çok kalitesiz bal gelebiliyor. Bunlar kahvaltının lezzetini de öldüren şeylerdir. Ticari kazanç sağlamak adına kahvaltıyı berbat ediyorlar."

Bulgular, Van Kahvaltısı'nda olumsuzluklar olduğunu, her işletmede farklı kahvaltı teknikleri yapıldığını göstermektedir. Ticari boyut olarak değil, kültürel bakış açısı kazandırılması gerektiği söylenebilir.

6.6. Restoranlara ve Menülerine Yönelik Bulgular

Yöresel lezzet menülerine ve yöresel lezzet sunan restoranların durumlarına yönelik bulgulara da 17 Katılımcı, yöresel lezzetlerin her restoranda bulunmaması gerektiği görüşündedir. Yöresel lezzetlerin sadece yöresel lezzet sunan tematik işletmelerle sınırlı kalması gerektiğini vurgulamaktadırlar. Yöresel lezzetlerin özgünlüğünü kaybedeceğini sıradanlaşacağı görüşünü belirtmişlerdir. K4, konuyu şu sözlerle değerlendirmiştir: "Yani herkes kendi yaptığı yemek ön plana çıkması lazım. Yöresel yemek yapan yerlerin yöresel yemek yapması lazım. Kebab yapan yerlerin kebab yapması lazım. Öyle olursa kalite daha da yükselir diye düşünüyorum. Yöresel yemek bu sayede kalitesini korur, sıradanlaşmaz. Her yerde olması ticarileşmesini artırır. Bu sefer malzemenin kısımları başlar kalite düşer. Hal böyle olunca da lezzetli olan bir yemek zamanla lezzet algısını kaybeder. İnsanlar tercih etmemeye başlar."

16 katılımcı, kahvaltı dışında yöresel lezzet sunan restoranların sayısının az olduğunu ve ortalama son 3-4 yılda yeni yeni oluşmaya başladığını belirtmektedirler. K3 yöresel lezzet sunan işletmeler için şu ifadeleri kullanmıştır: "İnsanlar işte Van'da ne yiyebiliriz? sorusu sorduklarında yöresel mekân hiç yoktu. Şimdi ise Van'da yöresel yemek yiyebilecek 5-6 tane mekân var. Bu tarz mekanlar açıldıktan sonra yemeklerimizi daha öncesinde hiçbir konuda tanımazken şu anda artık tanıtabiliyoruz insanlara."

5 katılımcı, kahvaltı salonlarında geleneksel Anadolu serpme kahvaltısının ve Van Kahvaltısı'nın menüde ayrı ayrı sunulması gerektiğini vurgulamaktadırlar. K11, işletmelerin Van Kahvaltısı'nı ekstra Anadolu serpme kahvaltısı ürünleri ile harmanlayarak sunduklarında bunun farklarını menüde göstererek misafirlere bildirmeleri gerektiğini söylemiştir. K3, K5, K8 ve K11, yöresel lezzet sunan restoranların menülerinde çeşitliliğin artması şeklinde görüş bildirmişlerdir. K1 ise, bazı kahvaltı salonlarının ve yöresel restoranların menülerinde fiyat yazmadığını ayrıca bu durumun müşteri kaybına yol açacağını bildirmektedir.

6.7. Van'ın Gastronomi Değerlerine ve Turizmine Yönelik Bulgular

Katılımcılara Van'ın gastronomi turizm potansiyeline ilişkin sorular yöneltilmiştir. Katılımcıların tamamı gastronomi turizminin mevcut turizm türleri arasında yeterli düzeyde olmadığını belirtmektedir. K9 ve K15, bu durumu şöyle ifade etmiştir: (K9): "Kültür turları için

geliyorlar. Din turizmi için geliyorlar. Hatta deniz turizmi için geliyorlar. Gastronomi onlar için sadece bir sürpriz oluyor. 'Bir anda ne kadar güzelmiş yemekleri diye' öyle bir tepki alıyoruz ama yemek yemeye geliyorum diyen yok gastronomi için yok maalesef." (K15): "Buraya rehberler eşliğinde turistler geliyor, kaleye gidiyor, geziyor, şelaleye gidiyor işte her şeyi yapıyor. Fakat gastronomi hiç akla gelmiyor. Bu konuda yetersiz kalıyor Van..."

15 katılımcı, festivallerde organizasyonların iyi yapılmadığını ve tanıtım eksikliği olduğunu; 11 katılımcı ise festivallerin sayısının artması gerektiği görüşündedir. 12 katılımcı gastronomi çalışmalarını yetersiz bulmakta; 7 katılımcı ise paydaşların iş birliği yapmadığını belirtmektedir. K17 şöyle belirtmiştir: *"Festivallerde iyi organizasyon olunamadığını düşünüyorum. Ticari yaklaşıyoruz. Halk olarak bile. Adam oraya bal satmaya geliyor. Festival bu değil yani. Biz festivallerimizi bile doğru düzgün tanıtıyoruz. Tek bir kurumun olması ile de olmaz bu iş herkes elini taşın altına koymalı. Festivaller, ses getirmeli insanlar heyecanla festivalleri beklemeli. O zaman başarıya ulaşmış oluruz."*

Katılımcıların tamamı Van Kahvaltısının gastronomi turizm değeri olduğunda hemfikirken, yine katılımcılar arasından 6 katılımcı ayran aşı balık başı festivalini, 4 katılımcıda Van otlı peynirini, Van'ın gastronomi turizm değeri olarak nitelendirmektedir. Bozkoyun ve Baytar (2020: 56), tuzlu balık ve ayran aşının yöre halkı tarafından önemli bir yere sahip olduğu fakat bu yiyeceklerin turizm açısından yöreye katkısı yok denecek kadar az olduğunu belirtmiştir. Ayran aşı balık başı festivali ile turizme katkısının artırılması planlandığı söylenebilir.

SONUÇ

Turizm, ülkelerin ve şehirlerin tanınmasında, kalkınmasında, gelir kaynağı yaratmasında etkili olmaktadır. İnsanların farklı motivasyonlara sahip olması, turizmin zamanla deniz-kum-güneş üçgeni dışında gelişim göstermesini sağlamıştır. Gastronomi turizmi de bu turizm gelişmelerinden biridir. Bir şehrin çekici hale gelebilmesinde gastronomi turizmi de etkili olabilmektedir. Bu bağlamda şehirlerin gastronomi turizm potansiyeli önemli hale gelmektedir. Bu araştırmada Van ilinin gastronomi turizm potansiyelini belirlenmeye ve gastronomi değerlerinin il turizmine katkısı değerlendirilmeye çalışılmıştır. Bu kapsam doğrultusunda görüşme formu geliştirilerek 18 katılımcıyla yüz yüze görüşmeler yapılmıştır. Katılımcılardan elde edilen verilere göre birtakım sonuçlara ulaşılmış ve bu sonuçlar doğrultusunda bazı olumlu olumsuz değerlendirmeler ve öneriler geliştirilmiştir. Araştırma sonuçlarında katılımcıların gastronomi ve gastronomi turizmi terimlerini yiyecek içecek, yemek kültürü, yöresel yiyecekler ile ilişkilendirdiği sonucuna ulaşılmıştır. Buna sonuca göre terimler, literatürle doğru orantılı olarak anlamlandırılmaktadır.

Van'ın farklı turizm çeşitlerine sahip olduğu ve turizmin 12 ay olabileceği göze çarpmaktadır. Fakat mevcut turizm potansiyelin değerlendirilemediği sonucuna ulaşılmıştır. Katılımcılar bu sonucun bazı nedenleri arasında gerekli destek ve tanıtım çalışmalarındaki eksiklikler, ulaşım olanaklarındaki sıkıntılar ve dış etkenler (deprem, terör vb.) olarak belirtilmiştir. Alaeddinoğlu (2006: 247) da yapmış olduğu bir çalışmada Van turizminin gelişmemesinin de ulaşım, güvenlik gibi etkenlerden bahsetmiştir. Farklı turizm türleri içerisinde doğa turizmi, kültür turizmi ve kış turizminin ön planda olduğu gastronomi turizminin ise daha az potansiyele sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Van'ın yöresel lezzetleri arasında 30 farklı ürün bulunmuştur. Bu sonuç araştırma ile sınırlı kaldığından sayı farklı çalışmalara göre değişkenlik gösterebilir. Van kahvaltısı, Keledoş, Otlı Peynir, İnci Kefali, Ayran Aşı, Sengeser, Murtuğa, Kavut, Gül Reçeli, Erciş Üzümü, Mercimekli Bulgur Pilavı, Van çöreği bilinenler arasında olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Yöresel lezzetler arasında içecek türüne rastlanmamıştır. Bu bilinenlerin birçoğu, Van kahvaltısı içerisinde de sunulmaktadır. Van'ın yöresel lezzetleri arasında en çok Van kahvaltısı ön plana çıkmış, yöresel

yemek çeşitlerinin bilinirliği Van Kahvaltısına göre geri kalmıştır. Gastronomi turizmi açısından bakıldığında Van'a gelen turist potansiyelinin daha çok yöresel yemekler için gelmediği kahvaltı için geldiği sonucuna ulaşılmıştır.

Van kahvaltısı, Van'ın gastronomi imzası olarak nitelendirmiş ve il tanıtımında etkili olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Kılıçhan ve Köşker (2015: 110) de yapmış oldukları bir araştırmada Van kahvaltısının, Van'ı tanıttığını ve ekonomisine katkı kazandırdığını belirtmiştir. İlde kahvaltı üzerine olumsuz sonuçlara da ulaşılmıştır. Van kahvaltısının çoğu yerde orijinal olarak sunulmadığı, özgünlüğünü kaybettiği, kalitesiz ürünlerin sunulduğu, her sunulan kahvaltının Van kahvaltısı olarak adlandırıldığı şeklinde sonuçlara ulaşılmıştır. Köşker (2020: 536) de, Van'da yapmış olduğu bir çalışmada yöreye ait ürünlerin kullanılması, hazır ürünlerin kullanılmaması, orijinallığe, çeşitliliğe ve kalite gibi konulara dikkat edilmesi gerektiğini ifade etmiştir. Bu bağlamda işletmelere yönelik denetim mekanizması oluşması gerektiği söylenebilir. Katılımcılardan elde edilen bir başka sonuca göre kahvaltı sektörü tamamen ticari olarak görülmekte, yöresel bir değer olma özelliğinden uzaklaştığı şeklindedir. Ayrıca her kahvaltının Van kahvaltısı şeklinde nitelendirilemeyeceği sonucunun yanı sıra menülerde Van kahvaltısı ayrı olarak belirtilmesi sonucuna ulaşılmıştır.

Daşdemir (2021: 71), Van'da yapmış olduğu bir çalışmada; yöresel restoranlarının sayısının giderek arttığını belirtmiştir. Katılımcılardan elde ettiğimiz bulgulara göre yöresel lezzet sunan işletmelerin sayısının hala yetersiz olduğu, artması gerektiği sonucuna ulaşılmıştır. Yöresel lezzet sunan işletmelerin az olması yöresel yemeklerin tanınırlığını da azalttığı söylenebilir. Daşdemir (2021: 71); Matbah-ı Van, Aşiyân, Kuşhane, Nisa Ev Yemekleri, Mencil, Firavin, Yemek Atölyesi ve Yöresel Ev Yemekleri adlı mekânların Van ilinde yöresel lezzet sunan işletmeler olduğunu ve bu işletmelerin Van'ın gastronomisine katkı sunduğunu belirtmektedir. Yapılan görüşmelerde de katılımcılar, sadece bu restoranların isimlerini söylemiştir. Ayrıca yöresel lezzetlerin, sadece yöresel ürün sunan tematik işletmelerde sunulması, her restoranda bulunmaması gerektiği sonucuna da ulaşılmıştır. Bunun nedeni yöresel lezzetlerin bozulmaya uğraması olarak görülebilir.

Van kahvaltısı, Ayran Aşı Balık Başı, Van otlı peyniri gastronomi turizm değerleri arasında yer almaktadır. Van gastronomi turizm potansiyelinin mevcut turizm türleri arasında yeterli düzeyde yer almadığı, gastronomi turizm çalışmalarının yetersiz olduğu, festivallerde yeterli tanıtımın ve organizasyonun yapılmadığı sonuçlarına ulaşılmıştır.

Bir bütün olarak değerlendirirsek; Van'ın zengin mutfak kültürünün gastronomi turizm potansiyelinin ve gastronomi kimliğinin oluşması için yeterli düzeyde olduğu görülmüştür. Fakat bazı eksiklikler olduğu sonucu da ortaya çıkmıştır. Bu nedenle istenilen düzeyde olmadığı söylenebilir. Ayrıca Van gastronomi turizmi potansiyel bakımından mevcut turizm türleri arasında yeterli şekilde yer almaması nedeniyle ana rolde olmadığı, diğer turizm türlerini destekleyici rolde olduğu belirtilebilir. Bu bağlamda, il turizmine katkısının sınırlı düzeyde olduğu söylenebilir.

Araştırma kapsamında elde edilen sonuçlara yönelik aşağıda belirtilen öneriler sunulabilir;

- Reklam, tanıtım ve sosyal medya faaliyetlerine daha fazla önem verilmesi. Kamu kurumlarının sosyal medyada (Fenomen olmuş kişilerin tanıtım faaliyetlerinde kullanılması gibi) daha etkin çalışmalar yapması ve öncülük etmesi gerekmektedir. Şehrin marka gelişimini de destekleyecektir.
- Ulaşım imkanlarının çeşitlendirilmesi ve uygun hale getirilmesi önem arz etmektedir.
- Terör vb. olaylar şehir kimliğini olumsuz etkilemektedir. Bunun olmaması için çalışmalara daha çok önem verilmelidir.
- Van gastronomi turizminin ön plana çıkabilmesi sadece kahvaltı ile sağlanmamalıdır. Yöresel bazı yemeklerin tanıtımları da yapılarak ön plana çıkarılması gereklidir.

- Kamu kurumlarının sosyal tesislerinde yöresel yemekler mutlaka tanıtılmalı ve sunulmalıdır.
- Yöresel lezzet sunan işletmelerin sayısının artırılması ve bu tarz işletmelere gerekli desteklerin verilmesi
- Van kahvaltısında, standart oluşturulmalı ve tanıtımının yapılması gereklidir. Van kahvaltısının sunumu coğrafi işaretli haliyle yapılmalıdır. Van kahvaltısı sunan işletmelerde standart oluşumunda ve menü planlaması bakımından denetimler yapılmalı. Denetim mekanizması oluşturulmalıdır.
- Kahvaltı sunan işletmelere eğitimler verilerek kahvaltının yöresel bir değer olduğu bilinçlendirmesi yapılabilir.
- Müşteriler, kahvaltı restoranlarının menülerinde Anadolu yöresel serpmekahvaltısı ile Van kahvaltısı farklarını görebilmelidir. Bu sayede her kahvaltının isminin Van kahvaltısı olmaktan uzaklaştırılacaktır ve olumsuz algının önüne geçilecektir. Dileyen müşteri Van kahvaltısı siparişi verebilecekken dileyen müşteri Van kahvaltısına ek olarak Anadolu yöresel kahvaltıda bulunan ürünleri de isteyebilecektir.
- Kullanılan ürünlerin doğal olmasına dikkat edilmelidir.
- Festivallerin sayısının artırılması, tanıtımının ve organizasyonun son derece iyi yapılması gereklidir.
- Van gastronomisinin geliştirilmesi için Valilik başkanlığında tüm paydaşların yer aldığı fikir atölyesi oluşturulabilir. Bu sayede yöresel lezzet sunan işletmeler ile sektöre yön veren kamu kurumları, konaklama işletmeleri ve tüm paydaş temsilcileri bir araya getirilerek gastronominin geliştirilmesi için fikirler beyan edilebilir. İş bölümleri yapılarak birçok aktivite gerçekleştirilebilir.
- Yöresel yemek sunan işletmelere ve kahvaltı salonlarına yapılan denetimler sonucu tabelalarında coğrafi işaretli restoran damgası verilebilir.
- Diğer turizm türlerine ait yapılan festivallerde imkanlar doğrultusunda yöresel lezzetlerin dağıtımını yapılarak tanına bilirliliği artırılabilir.

Bu araştırma, Van ili turizm paydaşları ile sınırlı kalmış olup, bölgesel verileri içermektedir. Konu ile ilgili çalışma yapmak isteyen araştırmacılara, turizmde aktif katılımcı rolü gösteren paydaşların ve bölge halkının dahil edilmesi, elde edilen sonucun bu araştırma sonucu ile karşılaştırma yapılarak değerlendirilmesi önerilebilir.

KAYNAKÇA

- Akkaya, A., & Özcan, C. C. (2019). Türkiye'de Gastronomi Turizminin Ekonomik Etkilerinin İndeks Değerlendirmesi. *Journal of Social And Humanities Sciences Research (JSHSR)*, 6 (32), 251-267.
- Alaeddinoğlu, F. (2006). Van İli'nin Turizm Potansiyelinin Belirlenmesi ve Planlamaya Yönelik Öneriler. (Doktora Tezi). Ankara: Ankara Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Alaz Şeyihoğlu, A., & Özgürbüz, İ. E. (2019). Coğrafya Araştırmalarında Örneklem ve Örneklem Yöntemleri. İçinde N. Özgen (Ed.), *Beşeri Coğrafyada Araştırma Yöntemleri ve Teknikleri* (s. 26-50). Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.
- Baltacı, A. (2019). Nitel araştırma süreci: Nitel bir araştırma nasıl yapılır? *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5 (2), 368-388.
- Bozkoyun, M., & Baytar, İ. (2020). Tuzlu Balık ve Ayran Aşının Van İlinin Gastronomi Turizmindeki Yeri. *Journal of Humanities and Tourism Research*, (Special Issue 5), 41-58.
- Bucak, T., & Aracı, Ü. E. (2013). Türkiye'de Gastronomi Turizmi Üzerine Genel Bir Değerlendirme. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16 (30), 203-216.

- Burešová, P., Mrkvová, K., & Dudić, B. (2020). Changes in Gastronomy. *Hotel and Tourism Management*, 8(1), 79-88.
- Creswell, J. W. (2017). *Araştırma Deseni Nitel, Nicel ve Karma Yöntem Yaklaşımları*. (M. Bütün, & S. B. Demir, Çev.) Ankara: Eğiten Kitap.
- Creswell, J. W. (2021). *Nitel Araştırma Yöntemleri*. (M. Bütün, & S. B. Demir, Çev.) Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Çalışkan, O. (2013). Destinasyon Rekabetçiliği ve Seyahat Motivasyonu Bakımından Gastronomik Kimlik. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1 (2), 39-51.
- Daşdemir, A. (2021). Van İli Mutfak Kültürünün Gastronomi Turizmi Açısından Değerlendirilmesi. *Journal of Silk Road Tourism Researches*, 1 (1), 62-79.
- Dilsiz, B. (2010). Türkiye'de gastronomi ve turizm (İstanbul örneği). (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: İstanbul Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Düzgün, E., & Durlu Özkaya, F. (2015). Mezopotamya'dan Günümüze Mutfak Kültürü (Culinary Culture from Mesopotamia to the Present). *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3 (1), 41-47.
- Gillespie, C., & Cousins, J. (2011). *European Gastronomy into the 21st Century*. New York: Routledge.
- Gürbüz, S., & Şahin, F. (2016). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Güzel Şahin, G., & Ünver, G. (2015). Destinasyon Pazarlama Aracı Olarak "Gastronomi Turizmi": İstanbul'un Gastronomi Turizmi Potansiyeli Üzerine Bir Araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3 (2), 63-73.
- Karakuş, Y., Onat, G., & Güneren Özdemir, E. (2020). Yerel Halkın Gastronomi Turizmi Çağrışımları ve Beklentileri: Göreme Kasabası Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8 (3), 2179-2201.
- Kılıçhan, R., & Köşker, H. (2015). Destinasyon Markalaşmasında Gastronominin Önemi: Van Kahvaltısı Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3 (3), 102-115.
- Kivela, J., & Crofts, J. C. (2006). Tourism and Gastronomy: Gastronomy's Influence On How Tourists Experience A Destination. *Journal Of Hospitality & Tourism Research*, 30 (3), 354-377.
- Koç Başaran, Y. (2017). Sosyal Bilimlerde Örnekleme Kuramı. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5 (47), 480-495.
- Köşker, H. (2020). Van Kahvaltı Salonları Hakkındaki Müşteri E-Şikâyetlerinin Değerlendirilmesine Yönelik Bir Araştırma. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi/Journal of Travel and Hospitality Management*, 17 (3), 524-539.
- Kurnaz, A., Özdoğan, O. N., & Akyurt Kurnaz, H. (2017). Gastronomi Turizmi İçin Bir Destinasyon Önerisi: Datça. İçinde D. Bozok, C. Avcıkurt, M. Doğdubay, M. Sarioğlan, & G. K. Girgin (Ed.), *Gastronomi Üzerine Araştırmalar* (s. 112-126). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Ocak, E. (2016). *Van Mutfak Kültürü*. Ankara: Matus Basımevi.
- Oğan, Y. (2021). Gastronomi Turizmi ve Gastronomik Akımlar. İçinde M. C. Birinci, & Ö. Yayla (Ed.), *Rekreasyon ve Turizm Araştırmaları* (s. 34-52). Konya: Çizgi Kitabevi Yayınları.
- Onwuegbuzie, A. J., & Collins, K. M. (2007). A Typology of Mixed Methods Sampling Designs in Social Science Research. *The Qualitative Report*, 12 (2), 281-316.
- Önay, Y., & Tatlı, D. (Ed.). (2016). *Van Kültür ve Turizm Envanteri* (Cilt III). Van: Gündoğdu Ofset.
- Özdemir, M. (2010). Nitel Veri Analizi: Sosyal Bilimlerde Yöntembilim Sorunsalı Üzerine Bir Çalışma. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11 (1), 323-343.
- Özen, Y., & Gül, A. (2007). Sosyal ve Eğitim Bilimleri Araştırmalarında Evren-Örneklem Sorunu. (15), 395-422.
- Özgen, N. (2019). Nitel Araştırmalarda Verilerin Toplanması ve Analizi. N. Özgen (Dü.) içinde, *Beşeri Coğrafyada Araştırma Yöntemleri ve Teknikleri* (s. 158-196). Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.

- Özgüneş, R. E., & Bozok, D. (2017). Gözde Bir Destinasyon Mutfağı: Bodrum'un Yöresel Lezzetleri. İçinde D. Bozok, C. Avcıkurt, M. Doğdubay, M. Sarioğlan, & G. K. Girgin (Ed.), *Gastronomi Üzerine Araştırmalar* (s. 359-372). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Santich, B. (2004). The Study of Gastronomy and Its Relevance to. *Hospitality Management*, 23, 15-24.
- Seçim, Y. (2018). Evaluation of Seljuk and Ottoman cuisine in terms of gastronomy. *Journal of Tourism Theory and Research*, 4 (2), 123-132.
- Tuncay, N., Ilgaz, A., & Akmeşe, H. (2020). Gastronomi Turizminde Yerel Mutfak Ürünleri Deneyiminin Davranışsal Niyet Üzerindeki Etkisi. *Social, Mentality and Researcher Thinkers Journal*, 6 (35), 1451-1465.
- Türk Dil Kurumu. (2021). *Güncel Türkçe Sözlük*. (Erişim Tarihi: 16.10.2021). Türk Dil Kurumu Sözlükleri: <https://sozluk.gov.tr/> adresinden alındı
- Türk Patent ve Marka Kurumu. (Erişim Tarihi: 25.06.2023). Van Coğrafi İşaretler: <https://ci.turkpatent.gov.tr/cografi-isaretler/liste?il=65&tur=&urunGrubu=&adi=> adresinden alındı
- Türk Patent ve Marka Kurumu. (Erişim Tarihi: 25.06.2023). Coğrafi İşaretler: <https://ci.turkpatent.gov.tr/> adresinden alındı
- Türkay, O., & Genç, K. (2017). Gastronomi Turizmi. İçinde M. Sarıışık (Ed.), *Tüm Yönleriyle Gastronomi Bilimi* (s. 211-239). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Türnüklü, A. (2000). Eğitim Bilim Araştırmalarında Etkin Olarak Kullanılabilecek Nitel Bir Araştırma Tekniği: Görüşme. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi Dergisi*, 24 (24), 543-559.
- Uhri, A. (2019). İnsanlığın Şafağında Beslenme. İçinde H. Yılmaz, & A. Dünder Arıkan (Ed.), *Gastronomi Tarihi* (s. 2-25). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Ulama, Ş., & Uzut, İ. (2017). İçinde Pazarlama Aracı Olarak Gastronomi. M. Sarıışık (Ed.), *Tüm Yönleriyle Gastronomi Bilimi* (s. 187-209). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Uzuner, Y. (1999). *Niteliksel Araştırma Yaklaşımı Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları No:1081.
- Van İl Kültür Turizm Müdürlüğü. (2021). (Erişim Tarihi: 23.11.2021) Van Hakkında Genel Bilgiler: <https://van.ktb.gov.tr/TR-52093/genel-bilgiler.html> adresinden alındı
- Van Valiliği İl Özel İdaresi. (2007). Van Geleneksel Gıdalar Envanteri. İstanbul: İyi İşler Matbacılık.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2011). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yücel Güngör, M. (2020). Gastronominin Temel Kavramları. İçinde H. R. Yüncü (Ed.), *Gastronominin Temelleri* (s. 2-30). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Yüksel, A. N. (2020). Nitel Bir Araştırma Tekniği Olarak: Görüşme. *Social Sciences Studies Journal (SSSJournal)*, 6 (56), 547-552.
- Yüncü, H. R. (2010). Sürdürülebilir Turizm Açısından Gastronomi Turizmi ve Perşembe Yaylası. İçinde S. Şengel (Ed.), *10. Aybastı-Kabataş Kurultayı* (s. 27-34). Ankara: Detay Yayıncılık.