



## **Türkiye’yi Ziyaret Eden Polonyalı Turistlerin Unutulmaz Gastronomi Turizmi Deneyimleri\***

*Memorable Gastronomy Tourism Experiences of Polish Tourists Visiting Turkey*

**Ozan GÜLER<sup>1</sup>**

**Neslihan ŞİMŞEK<sup>2</sup>**

**Esat ÖZATA<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>Doç. Dr., Mersin Üniversitesi, Erdemli Uygulamalı Teknoloji ve İşletmecilik Yüksekokulu, ORCID ID: 0000-0002-0062-3983, ozanguler@mersin.edu.tr

<sup>2</sup>Arş. Gör., Mersin Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, ORCID ID: 0000-0002-3492-3757, neslihansimsek@mersin.edu.tr

<sup>3</sup>Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Beykent Üniversitesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, ORCID ID: 0000-0002-8175-1361, esatozata@beykent.edu.tr

Gönderilme Tarihi / Submitted: 07.12.2024

Düzeltilme / Resubmitted: 23.12.2024

Kabul / Accepted: 26.12.2024

### **Özet**

Türkiye’yi ziyaret eden yabancı turistlere yönelik istatistikler incelendiğinde son beş yılda en önemli artış gösteren ülkelerden birisinin Polonya olduğu görülmektedir. Türkiye’yi ziyaret eden Polonyalı turist sayısı beş yıl öncesine kıyasla %100’ün üzerinde artışla 1.5 milyona yaklaşmıştır. Bu kapsamda bu araştırma, Türkiye’yi ziyaret eden Polonyalı turistlerin unutulmaz gastronomi turizmi deneyimlerini keşfetmek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Bu amaçtan hareketle Türkiye’ye seyahat eden ve ülkelerine geri dönen 18 Polonyalı ziyaretçi ile kartopu örneklem tekniği kullanılarak yarı yapılandırılmış görüşme formu vasıtasıyla görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşmeden elde edilen veriler MAXQDA 2024 programı ile betimsel analize tabii tutulmuştur. Elde edilen bulgular, Türkiye seyahatinden en çok hatırlanan yemeklerin “baklava, ayran, Adana kebab, döner, tantuni” olduğunu, yemeklerin “lezzet, yenilik ve otantiklik” bağlamında unutulmaz deneyim yaşattığı ve bu anlamda, unutulmaz gastronomi deneyimi yaşanmasında en çok ürüne dayalı unsurların etkili olduğu görülmüştür. Katılımcıların en

\*Bu çalışma, 17-20 Kasım 2024 tarihleri arasında Aydın-Kuşadası’nda gerçekleştirilen 8. Uluslararası Gastronomi Turizmi Araştırmaları Kongresi’nde (UGTAG) 19.10.2024 tarihinde sözlü olarak sunulan ve Bildiri Kitabında özet olarak yayınlanan bildirinin genişletilmiş versiyonudur.

kötü unutulmaz yemek deneyimlerinin “kebab ve mumbar” tüketimi ile ve “sağlık, alışkanlık, hijyenik olmaması ve bayat olması” etkenleri ile meydana geldiği görülmüştür. Diğer yandan katılımcıların Türk mutfağı hakkındaki düşünceleri “lezzetli, oldukça iyi, otantik, oldukça çeşitli” gibi olumlu görüşler ve “çok baharatlı, çok yağlı, sağlıksız, kaliteli değil” gibi olumsuz görüşlerden oluşmuştur. Katılımcıların Türk mutfağı hakkındaki önerileri “çalışanların nitelik ve niceliği, tadımlık porsiyon sunumu, daha az baharat kullanımı, kaliteli ürün kullanımı, adil fiyatlandırma ve eldiven kullanımı” etrafında şekillenmiştir. Bu bulguların Türkiye’yi ziyaret eden farklı milletlerden turistlerin Türk mutfağına yönelik olumlu ve olumsuz görüşleri ile benzerlik gösterdiği görülmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Unutulmaz gastronomi turizmi deneyimi, Türk mutfağı, Polonyalı turistler

### Abstract

The statistics for foreign travelers visiting Turkey indicate that Poland has experienced a substantial increase in the past five years. The number of Polish tourists visiting Turkey has increased by over 100% compared to five years ago, approaching 1.5 million. We conducted this research to explore the memorable gastronomy tourism experiences of Polish tourists visiting Turkey. Based on this purpose, 18 Polish visitors who travelled to Turkey and returned to their country were interviewed through a semi-structured interview form using the snowball sampling technique. The data obtained from the interviews were subjected to descriptive analysis through MAXQDA 2024 program. The results showed that “baklava, ayran, Adana kebab, döner, and tantuni” were the most memorable dishes from the trip to Turkey, providing a memorable experience in terms of “taste, novelty, and authenticity.” In this sense, product-based elements were most effective in creating a memorable gastronomy experience. Notably, the participants’ most memorable food experiences were associated with the consumption of “kebab and mumbar” and the factors of “health, habit, unhygienic, and stale”. On the other hand, the participants’ opinions about Turkish cuisine consisted of positive ones such as “delicious, quite good, authentic, and quite diverse” and negative ones such as “too spicy, too oily, unhealthy, and not of good quality.” The participants shaped their suggestions about

Turkish cuisine around “quality and quantity of employees, tasting portions, proper use of spice, quality products, fair pricing, and use of gloves.”

**Key Words:** Memorable gastronomy tourism experience, Turkish cuisine, Polish tourists

## GİRİŞ

Deneyim kavramı, Türk Dil Kurumu tarafından “Bir kimsenin belli bir sürede veya hayat boyu edindiği bilgilerin tamamı; deney, tecrübe, eksperyans” şeklinde tanımlanmıştır (TDK, 2024). O’Sullivan ve Spangler ise (1998: 3) deneyim kavramını bireylerin duygusal, sosyal, ruhen ve fiziksel olarak bir bütün halinde tüketime katılım sağlamaları ve bu katılım sonucunda bireyde meydana gelen bilişsel ve duygusal değişim şeklinde ifade etmiştir. Diğer yandan Pine ve Gilmore (2012: 46), deneyimin kişilerin içsel dünyasında bir yolculuk olduğuna, bedensel ve ruhsal etkileşim sonucunda oluştuğuna böylelikle her deneyimin eşsiz olduğuna dikkat çekmiştir. Turizm endüstrisi de, turizme katılan bireyler arasındaki etkileşim ve somut olarak sunulan ürünlerden faydalanarak deneyim kavramı izinden yol almakta, böylelikle seyahat öncesi, esnası ve seyahat sonrasına ilişkin turist deneyimlerini oluşturmaktadır (Larsen, 2007: 8-10). Deneyimin hatırlanabilirliği ise duyu organlarına hitap etmesi, bireylerin deneyime yönelik hissettiği duygular ve deneyim sonrasındaki düşünceler ile davranışsal değişikliklere bağlıdır (Ballantyne vd., 2011). Bu noktada Krippendof’a göre (1987: 17) hatırlanabilir deneyimler, “günlük hayattan kaçış, sorun çözücü, güç, enerji, yeni yaşam kaynağı ve mutluluk sağlayıcı” gibi sıfatlarla tanımlanabilir (Gilbert ve Abdullah, 2004: 104).

Literatürde turizm deneyimi kavramı çok çeşitli turizm faaliyetleri bağlamında ele alınmıştır (Ballantyne vd., 2011; Knobloch vd., 2016). Deneyim kavramının sıklıkla ele alındığı turizm çeşitlerinden birisi de gastronomi turizmidir. Turistlerin gastronomik ürünlere ilişkin yaşadıkları unutulmaz deneyimler, geleceğe yönelik turist davranışlarını etkilemede önemli bir rol oynamaktadır. Unutulmaz gastronomi deneyimine ilişkin yapılan yerli araştırmalar (Ölmez, 2017; Keskin, Sezen ve Dağ, 2020; Yönel ve Çakır, 2022; İnan, Kılıç ve Urlu, 2023; Kodaş, 2024) ve yabancı araştırmalar da (Di-Clemente vd., 2020; Antón vd., 2019; Liu vd., 2022; Ažić vd., 2024) bu görüşü destekler niteliktedir. Yerli araştırmalar konu ve örneklem açısından incelendiğinde, yerli

turistlerin unutulmaz gastronomik deneyimleri (Ölmez, 2017; Keskin vd., 2020; Küçüktemel, 2022; Keskin vd., 2022; Sürücü, 2023; Özer ve Acuner, 2024) Amerika, İngiltere, İtalya, Fransa ve İspanya gibi farklı ülkelere gelen sırt çantalı turistlerin unutulmaz turizm deneyimleri (İnan vd., 2023), yabancı turistlerin yemek deneyimine ilişkin online platformlarda yaptıkları yorumlar (Kodaş ve Aksoy, 2022) ve olumsuz gastronomik deneyimlerin farklı yabancı kültürlerle göre incelenmesi (Yönel ve Çakır, 2022) gibi konular ön plana çıkmaktadır.

Türkiye’yi ziyaret eden farklı milletlerden turistlerin gastronomi turizmi deneyimlerinin öğrenilmesi gerek akademik alanyazın gerekse turizm sektörü profesyonelleri için oldukça önemli bir konudur. TÜRSAB istatistikleri incelendiğinde, 2023 yılında (1.539.123) Türkiye’yi ziyaret eden Polonyalı ziyaretçilerin sayısının 2021 yılına (585.076) kıyasla %300 artış gösterdiği dikkat çekmiştir (TÜRSAB, 2024). Bu noktada, Türkiye’yi ziyaret eden Polonyalı ziyaretçilerin yaşamış oldukları deneyimlerin hem alan yazın hem de yiyecek içecek işletmeleri açısından önem arz ettiği düşünülmektedir. Alanyazında Polonyalı turistler örneğinde unutulmaz gastronomi deneyimini ele alan herhangi bir çalışma bulunmadığı da görülerek, bu araştırma ile Türkiye’yi ziyaret eden Polonyalı turistlerin unutulmaz gastronomi turizmi deneyimlerinin öğrenilmesi amaçlanmıştır. Böylelikle yabancı ziyaretçilerin Türk mutfağı ve Türkiye’deki gastronomi turizmi deneyimleri bugüne kadar göz ardı edilmiş bir örneklemeden hareketle öğrenilerek yabancı ziyaretçilerin Türk mutfağına yönelik düşünce ve duyguları daha geniş bir perspektiften değerlendirilebilecektir.

## **KAVRAMSAL ÇERÇEVE VE LİTERATÜR TARAMASI**

Unutulmaz gastronomi turizmi deneyimi kavramı, unutulmaz turizm deneyimi kavramından yola çıkılarak geliştirilmiştir. Unutulmaz turizm deneyimi kavramı, farklı turizm deneyimlerinden yola çıkılarak, çeşitli nitel ve nicel araştırmalar sonucu şekillenmiştir (Kim, 2010; Tung ve Ritchie, 2011a; Tung ve Ritchie, 2011b; Ballantyne, Packer ve Sutherland, 2011). Kim, Ritchie ve McCormick’in (2012) nitel ve nicel verilerden yola çıkılarak ölçek geliştirmeye yönelik çalışmalarında, unutulmaz turizm deneyiminin boyutları “hedonizm, yenilik, yerel kültür, anlam bulma, bilgi, katılım ve yenilik” olarak belirlenmiştir. Unutulmaz turizm deneyimi literatüründen yola çıkılarak unutulmaz gastronomi deneyiminin kavramsal altyapısını oluşturmaya yönelik pek çok

nitel ve nicel çalışma gerçekleştirilmiştir (Saayman ve van der Merwe, 2014; Stone vd., 2017; Cao, 2019; Williams vd., 2019). Çalışmalar doğrultusunda, unutulmaz gastronomi deneyiminin boyutları yiyeceklerin lezzetleri, otantiklik, yenilik, sosyal etkileşim, misafirperverlik, hizmet ortamı, yiyecek hediyeleri (Sthapit, 2017), rahatlama, misafirperver hizmet deneyimi, estetik ve servis ortamı gibi (Badu-Baiden, 2021) çeşitli boyutlar altında toplanmıştır.

Literatürde gastronomik deneyim ve yemek deneyimine ilişkin çok sayıda araştırma bulunmaktadır. Gastronomik deneyim üretim tesisleri, müzeler, rotalar, festivaller gibi gastronomik ürünlerden oluşurken yemek deneyimi ise destinasyondaki restoranlarda yemek tüketimine dair deneyimleri içermektedir. Dolayısıyla gastronomi deneyimi, yemek deneyimi ile ilişkili birçok unsuru kapsamaktadır (Yılmaz, 2021: 17). Unutulmaz gastronomi deneyimi, turistlerin gastronomik deneyimlerinden akıllarında kalan anıları içermektedir (Yönel ve Çakır, 2024: 3665).

Gastronomik deneyimin hatırdaki kalıcılığı; yerel kültüre dair gastronomik ürünlerin deneyimlenmesi, yerel yemek kültürüne dair bilgi edinme, yemek kültürünün turist için ne kadar yeni olduğu, destinasyona dair yemek kültürünün turist için ne kadar anlamlı olduğu (Yönel ve Çakır, 2024: 3670), yemek kültüründen alınan haz, yemek kültürünü tanımak için katılım sağlama (İnan vd., 2023: 610), destinasyonda ziyaretçilere karşı sergilenen misafirperverlik ve hizmet, yiyeceklere ilişkin lezzet ve nitelik, yerel halkla birliktelik ve etkileşim ile atmosfer ve ortam (Kodaş ve Aksoy, 2022: 386-389) gibi bileşenlerden oluşmaktadır. Dolayısıyla bir gastronomik deneyim ne kadar çok duyuya hitap ederse, o kadar çok hatırdaki kalacağı düşünülmektedir.

Türkiye'yi ziyaret eden yabancı turistler örnekleminde unutulmaz gastronomi deneyimine ilişkin kısıtlı sayıda araştırma bulunduğundan (Yönel ve Çakır, 2022; Kodaş ve Aksoy, 2022; İnan vd., 2023), yabancı turistlerin Türkiye ziyaretlerindeki gastronomik deneyimlerini inceleyen araştırmalar da (Birdir ve Akgöl, 2015; Cömert ve Sökmen; Işkın, 2021) incelenmiştir. Yönel ve Çakır'ın (2022) İzmir'i ziyaret eden İngiliz, Alman, Rus ve Polonyalı turistler örnekleminde gerçekleştirdikleri araştırmada, coğrafi işaretli ürünlerden sırasıyla katılımcıların en çok Ege İnciri, Ege Sultani Üzüm, İzmir Kumru, İzmir Boyoz ve İzmir Lokma'yı deneyimledikleri bulgulanmıştır. Doğrulayıcı faktör analizi sonucunda, yerel kültür, bilgi, yenilik ve hazcılığın unutulmaz gastronomi deneyimine dair boyutları oluşturduğu görülmüştür. Bununla birlikte, destinasyonda

yaşanılan olumsuz deneyimlerin, unutulmaz gastronomi deneyimi içerisinde yer almadığı, unutulmaz gastronomi deneyiminin destinasyon memnuniyeti ve davranışsal niyetleri etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Sırt çantalı gezginlerin unutulmaz yemek deneyimlerini ele alan bir başka araştırma da (İnan vd., 2023), unutulmaz yemek deneyimi boyutlarından yerel kültür, anlamlılık ve bilgi boyutunun, tekrar ziyaret niyeti üzerinde etkisinin olduğu görülmüştür. Gaziantep’i ziyaret eden turistlerin yerel yemek deneyimlerine dair yorumlarının fenomenoloji yaklaşımıyla incelendiği bir diğer araştırmada (Kodaş ve Aksoy, 2022) unutulmaz yerel yemek deneyiminin bileşenleri ele alınmıştır. Araştırmanın analiz aşamasına dahil edilen yorumlardan yola çıkılarak, Gaziantep için unutulmaz yerel yemeklerin kebab, küşleme, Antep lahmacun, şaşlık, şalgam, baklava ve menengiç kahvesi olduğu görülmüştür. Bununla birlikte, yerel yemek deneyimine ilişkin unutulmaz deneyimin restoran çalışanlarının arkadaşça ve yardımsever tutumu, restoranların konumu ve yemeklerin lezzeti olmuştur. Yorumlarda dikkat çeken unsurlar ise yemeklerin baharatlı olması, servis personelinin İngilizce konuşma hususunda yetersizliği, siparişlerin karıştırılması ve yiyeceklerin standart olması Gaziantep restoranlarına yönelik olumsuz deneyimler olarak dikkat çekmektedir.

Yerli ve çoğunlukla yabancı turistler örneğinde Türkiye’yi ziyaret eden turistlerin gastronomi deneyimlerinin demografik özelliklerine göre incelendiği bir diğer araştırmada (Işkın, 2021), ziyaret etme sıklığı ve gelir durumu arttıkça, gastronomi deneyimlerinin de olumlu olacağı, ancak düşük eğitim seviyesine sahip katılımcıların gastronomi deneyimlerinin daha olumlu olduğu dikkat çekmiştir. Birdir ve Akgöl (2015) tarafından İstanbul Atatürk Havalimanı’ndan ülkelerine dönen yabancı turistlerin gastronomik deneyimlerinin incelendiği bir diğer araştırmada, Türk mutfağına özgü yemekleri tatmanın yeniden ziyaret etme sebebi olarak üçüncü sırada yer aldığı, yabancı turistlerin Türk mutfağına yönelik ilk deneyimlerinin Türkiye’de konaklama işletmelerinde gerçekleştiği bulgulanmıştır. Türk mutfağına ilişkin en çok porsiyon, lezzet, kalite ve çeşit gibi unsurların beğenildiği ancak yağ ve şeker miktarındaki fazlalığın Türk mutfağına ilişkin beğeniye olumsuz etkilediği bulgulanmıştır. Türkiye’ye ilişkin gastronomi turizmi deneyiminin ele alındığı bir diğer araştırma da Cömert ve Sökmen (2017) tarafından Antalya’yı ziyaret eden Türk, Alman ve Rus turistler örneğinde gerçekleştirilmiştir. Araştırmadan elde edilen bulgular, katılımcıların Türk

mutfağına ilişkin en çok porsiyon, sunum ve kalite faktörlerini beğendiklerini, yağ ve şeker miktarının ise beğeniye olumsuz etkileyen bir unsur olduğuna dikkat çekmişlerdir.

## YÖNTEM

Bu araştırmanın amacı, Türkiye’yi ziyaret eden Polonyalı turistlerin Türkiye’deki unutulmaz gastronomi deneyimlerini öğrenmektir. Bu amacı gerçekleştirmek için nitel araştırma yöntemine başvurulması ve nitel araştırma modeli olarak ise durum-vaka araştırması olarak belirlenmiştir. Durum araştırması, “araştırmacının gerçek yaşam, güncel sınırlı bir sistem ya da belirli bir zaman içerisindeki çoklu sınırlandırılmış sistemler hakkında çoklu bilgi kaynakları aracılığıyla detaylı ve derinlemesine bilgi topladığı, bir durum betimlemesi ya da durum temaları ortaya koyduğu nitel bir yaklaşımdır” (Creswell, 2018: 97). Bu bağlamda durum çalışmaları duruma ilişkin ne olduğunu sorarak, duruma ilişkin cevap ararlar. Bu kapsamda veri kaynakları “kurum, mekân, olgu, proje, program, bireydir” (Ceylan-Çapar ve Ceylan, 2022: 301). Buradan yola çıkarak, Türkiye’yi ziyaret eden, en az üç gün Türkiye’de konaklamış ve ülkelerine geri dönmüş Polonyalı turistler araştırmaya dâhil edilmiştir. Bu bağlamda, kartopu örneklemeden faydalanılmış ve araştırmaya on sekiz kişi dâhil edilmiştir. Araştırmada yarı yapılandırılmış soru formu kullanılmıştır. Bu kapsamda literatürden faydalanılarak katılımcılara demografik soruların yanı sıra, unutulmaz gastronomi deneyimlerine yönelik aşağıdaki sorular yöneltilmiştir.

- 1-Türkiye seyahatinizden hatırladığınız yiyecekler nelerdir?
- 2- Türkiye’deki en iyi unutulmaz yemek deneyiminiz neydi?
- 3-Türkiye’deki en kötü unutulmaz yemek deneyiminiz neydi?
- 4-Genel olarak Türk mutfağı hakkında ne düşünüyorsunuz?
- 5-Türkiye'deki restoranlara daha iyi gastronomik deneyimler sunmaları için ne önerirsiniz?

Araştırmanın verileri Polonya’da, 13.01.2023-30.05.2023 tarihleri arasında yüz yüze görüşme tekniği ile toplanmıştır. Araştırmanın verileri, yarı yapılandırılmış görüşme formunda yer alan sorulardan yola çıkılarak betimsel analize tabii tutulmuştur. Veri toplama aşamasından sonra, 18 katılımcıdan gelen veriler, her bir soruya verilen cevap için MAXQDA 2024 programı vasıtasıyla deşifre edilmiştir. Görsellerin hazırlanmasında MAXQDA 2024 programından faydalanılmış ve bu safhada, “kod bulutu, alt kodların

istatistiği, kod ilişkileri tarayıcısı-ı haritası, MAXmaps/hiyerarşik kod-alt kod modeli, kod matris tarayıcısı” sekmelerinden faydalanılmıştır. Toplanan veriler, araştırma soruları bağlamında analiz edilmiştir. Bulguların temalandırılmasında Yönel ve Çakır (2022), Keskin vd., (2020); Akyürek ve Kutukız, (2020); Ölmez, (2017); Badu-Baiden vd., (2022) ve Kim, Ritchie ve McCormick, (2012); Akhoondnejad (2024); Badu-Baiden ve Kim (2020); Sthapit (2019); Sthapit vd.’den (2019) faydalanılmıştır.

## BULGULAR

Araştırmadan elde edilen bulgular, dört alt başlık altında incelenmiştir. Öncelikle katılımcıların demografik verilerine ilişkin bulgular ele alınmış, ardından katılımcıların en iyi unutulmaz yemek deneyimleri ve hatırladıkları yemeklere yer verilmiştir. Sonrasında, katılımcıların unutamadıkları en kötü yemek deneyimlerine yer verilmiştir. Ardından katılımcıların Türk mutfağı hakkındaki düşünceleri ve önerilerine ilişkin bulgular incelenmiştir.

### a) Demografik bulgular

Araştırmanın örneklemini Türkiye’yi ziyaret etmiş ve ülkelerine dönmüş olan Polonyalı turistler oluşturmaktadır. Tablo 1 incelendiğinde, araştırmanın örnekleminde yer alan kadın ve erkek sayısının hemen hemen eşit olduğu, katılımcıların yaş aralıklarının 19 ile 68 arasında değiştiği ve çoğunun 19-25 yaş aralığında olduğu dikkat çekmektedir. Bununla birlikte, katılımcıların büyük çoğunluğunun Akdeniz bölgesini ziyaret ettiği görülmektedir. Diğer yandan katılımcıların Türkiye’de kalış sürelerinin ziyaret ettikleri destinasyonun yerel yemek kültürünü deneyimlemeye imkân tanıyacak kadar uzun olduğu söylenebilir.

**Tablo 1:** Katılımcılara İlişkin Demografik Bulgular

Katılımcı	Yaş	Cinsiyet	İkamet edilen yer	İkamet edilen süre
K1	25	Kadın	Mersin	1 hafta
K2	25	Kadın	Mersin	4 ay
K3	25	Erkek	Mersin	2 ay
K4	19	Kadın	Eskişehir	Ömür boyu
K5	23	Kadın	İstanbul	Öğrenci olarak
K6	24	Erkek	Mersin	6 gün
K7	53	Kadın	Alanya	2 hafta
K8	30	Kadın	Siirt-Ankara-Antakya	2 hafta
K9	53	Erkek	Alanya	2 hafta
K10	23	Kadın	İstanbul	5 gün
K11	23	Erkek	Ankara	9 gün
K12	33	Kadın	Eskişehir	10 yıl



K13	23	Kadın	İzmir	8 gün
K14	27	Erkek	Balıkesir	10 gün
K15	30	Erkek	Adana	10 gün
K16	25	Kadın	Mersin	2 ay
K17	33	Erkek	İstanbul	6 gün
K18	68	Erkek	Bodrum	8 gün

## b) Katılımcıların hatırladıkları yemekler ve en iyi yemek deneyimlerine ilişkin bulgular

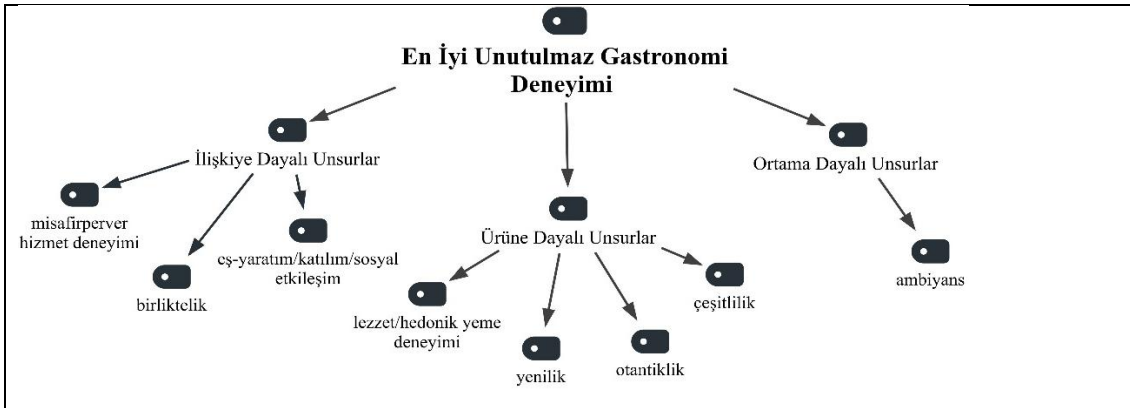
Katılımcılara “Türkiye seyahatinizden hangi yemekleri hatırlıyorsunuz?” sorusu sorulmuştur. Sorulan soruya ilişkin katılımcıların sırasıyla en çok baklava (n=10), ayran (n=7), Adana kebab (n=6), döner (n=6), tantuni (n=6) humus (n=5), çiğ köfte (n=4), İskender (n=4), lokum (n=4), sarma (n=4), dolma (n=3), mantı (n=3), köfte (n=3), mercimek çorbası (n=3), tavuk-pilav (n=3), Türk kahvesi (n=3) cevabını verdikleri görülmüştür. Görsel 1’de görüldüğü üzere, katılımcıların turistik mekanlarda servis edilen fast food niteliğindeki köfte, dürüm kebab gibi yiyeceklerin yanı sıra, ev yemeği niteliğinde olan mercimek çorbası, tarhana çorbası, ezogelin çorbası, mücver, piyaz, sarma, dolma gibi yemekleri de deneyimlediği dikkat çekmektedir. Deneyimin yanı sıra, bu yemeklerin de katılımcılar için hatırlanabilir olduğu söylenebilir.



**Görsel 1:** Katılımcıların Türkiye Seyahatindeki Hatırladıkları Yiyecek ve İçecekler

Görsel 2, katılımcıların “Türkiye’deki en iyi unutulmaz yemek deneyiminiz neydi?” sorusuna verilen cevaplardan yola çıkılarak hazırlanmıştır. Bu kapsamda katılımcıların vermiş oldukları cevaplar doğrultusunda, en iyi gastronomi deneyimleri

“ilişkiye dayalı, ürüne dayalı ve ortama dayalı” deneyimler olmak üzere üç alt temada incelenmiştir.



**Görsel 2:** Unutulmaz Gastronomi Deneyimi Kavramsal Yapı

Tablo 2, en iyi unutulmaz gastronomi deneyimlerine ilişkin alt temaların dağılımını göstermektedir. Görsel incelendiğinde, unutulmaz bir deneyim oluşturmada, ürüne dayalı unsurların en önde geldiği dikkat çekmektedir. Özellikle yemeklerin duyuşal özellikleri, Polonyalı turistlere göre yemeklerin farklı bir kültüre ait ve otantik olması ürüne dayalı unsurların ön plana çıkmasını sağlamıştır. Diğer yandan ilişkiye dayalı unsurlar kapsamında, turistlerin deneyime katılmaları, aile bireylerinin gastronomik deneyimlerde birlikte olmaları ve çalışanların misafirperver hizmetleri, turistlerin unutulmaz deneyim yaşamalarını sağlayan önemli faktörler olmuştur. Diğer yandan gastronomik deneyimin gerçekleştiği ortam ise ambiyans açısından dikkat çekmiştir. Ancak diğer unsurlara nispeten daha zayıf kaldığı yorumu yapılabilir.

**Tablo 2.** Unutulmaz Gastronomi Deneyimi Alt Boyutlarına İlişkin Frekans Bulguları

Unutulmaz Gastronomi Deneyimi	Alt boyutlar	n	toplam n	toplam %
ürüne dayalı unsurlar	Lezzet/hedonik yeme deneyimi	12	19	76
	Yenilik	4		
	Otantiklik	2		
	Çeşitlilik	1		
İlişkiye dayalı unsurlar	Misafirperver hizmet deneyimi	2	6	20
	Eş-yaratım/katılım/sosyal etkileşim	2		
	Birliktelik	2		
Ortama dayalı unsurlar	Ambiyans	1	1	4
<b>Toplam</b>		26	26	100

Katılımcıların en iyi unutulmaz gastronomi deneyimlerine ilişkin Görsel 2 incelendiğinde, “ürüne dayalı unsurlar” ana teması altında, lezzet/hedonik yeme deneyimi, yenilik, otantiklik ve çeşitlilik alt temalarına yer verildiği dikkat çekmektedir. Lezzet/hedonik yeme alt temasında, katılımcılar denemiş oldukları yemeklerin duyuşal özelliklerine atıfta bulunarak, yemeklerin en iyi unutulmaz yemekler olduğunu ifade etmişlerdir. Alt temaya ilişkin K13 ve K14 kodlu katılımcı ifadelerine aşağıda yer verilmiştir.

*“Tahin ve bal bağlantısını ilk kez orada denedim ve âşık oldum” (K13).*

*“Sanırım Kapalıçarşı’yı ziyaret etmek ve orada o baharatları koklayabilmektir” (K14).*

“Yenilik” alt teması altında katılımcılar için ilk defa denenen ürünler ele alınmıştır. Bu kapsamda katılımcılar tarafından ilk defa denenen ürünler helva, baklava, tahin-bal karışımı olmuştur. Yenilik alt temasına ilişkin 17 numaralı katılımcının ifadesine aşağıda yer verilmiştir.

*“Gerçek baklavayı ilk kez denemem, İstanbul seyahatimden aklımda kalan en güzel anılardan biriydi” (K17).*

“Otantiklik” alt teması, ürünlerin ait olduğu yeri yansıtan yerel yiyecekleri ifade etmektedir (Sims, 2009: 324; Akdağ ve Üzülmez, 2017: 303). Bu noktada, 8. katılımcıya dair ifadeye aşağıda yer verilmiştir.

*“Tabii ki haytali tarifi çünkü gül suyu ile yapılan çok egzotik bir dondurma, tadı harika! Aslında Türk mutfağından tüm yiyecekleri severim, ama en çok tatlıları severim...” (K8).*

“Çeşitlilik” teması, Türk mutfağındaki ürünlerin çeşitliliğini ifade etmektedir. Bu noktada, 6 numaralı katılımcının ifadesine yer verilmiştir.

*“Farklı baklava çeşitleri. Tatlı ve lezzetliydi...” (K6).*

“İlişkiye dayalı unsurlar” ana teması altında, misafirperv hizmet deneyimi, birliktelik ve eş-yaratım/katılım, sosyal etkileşim alt temalarına yer verilmiştir. Misafirperv hizmet deneyimi alt temasına ilişkin K10 kodlu katılımcının ifadesine aşağıda yer verilmiştir:

*“Türk helvasını deneme fırsatım oldu... Satıcı gayet nazikti ve her bir helva çeşidinin nasıl yapılacağını bana anlattı” (K10).*

“Birliktelik” temasına ilişkin K7 kodlu katılımcı ifadesine başvurulduğunda, aile üyeleri ile birlikte akşam yemeği ve sabah kahvaltısı yapıldığına dikkat çekilmiştir. Bu noktada, katılımcı tarafından yerlilerin aileleri ile gastronomik deneyime sahip olunduğu yorumu yapılabilir.

“Hatay'da geleneksel Türk düğününe davet edildim. Geleneksel aile yemeği yedik... Ertesi gün gelin evinde tüm aile ile geleneksel Türk kahvaltısı yaptık, ardından öğle yemeği için Hatay döneri ve yine gelin evinde geleneksel akşam yemeği yedik...” (K7).

“Eş-yaratım/katılım” alt temasına ilişkin 18 numaralı katılımcı, birlikte sarma yapıldığına ve bu deneyimin kendisi için unutulmaz olduğuna değinmiştir.

“Arkadaşımın ailesiyle tanıştım ve en iyi sarmayı hazırladılar. Çok lezzetliydi ve o tadı hala hatırlıyorum. Unutulmaz bir şey” (K18).

“Ortama dayalı unsurlar” ana temasında, ambiyans temasına ilişkin katılımcı ifadesi mevcuttur. Katılımcı 7'nin ifadesine, ambiyans alt temasını örneklendirmesi adına aşağıda yer verilmiştir.

“Unutulmaz atmosferi ile yerel Türk Sulu yemekte yemek. Çok güler yüzlü ve yardımsever hizmet” (K7).

Görsel 3, kadın ve erkek katılımcılara göre gastronomi deneyimini unutulmaz kılan unsurlara işaret etmektedir. Görsel incelendiğinde, kadın ve erkek katılımcıların en çok yemeklerin duysal özelliklerinden etkilenerek unutulmaz deneyim yaşadıkları dikkat çekmiştir. Diğer yandan Görsel 3'e göre, kadın katılımcılar için sırasıyla yenilik, otantiklik ve misafirperver hizmetin, deneyimin unutulmazlığını etkilediği yorumu yapılabilir. Bununla birlikte, misafirperver hizmet deneyimi ve otantikliğin erkek katılımcılar için unutulmazlık üzerinde etkisinin olmadığı söylenebilir.

Kod Sistemi	Erkek	Kadın	TOPLAM
En İyi Unutulmaz Gastronomi Deneyimi			0
Ortama Dayalı Unsurlar			0
ambiyans		1	1
İlişkiye Dayalı Unsurlar			0
birliktelik		1	1
misafirperver hizmet deneyimi		2	2
eş-yaratım/katılım/sosyal etkileşim	1	1	2
Ürüne Dayalı Unsurlar			0
otantiklik		2	2
lezzet/hedonik yeme deneyimi	5	7	12
yenilik	1	3	4
çeşitlilik	1		1
TOPLAM	8	17	25

**Görsel 3:** Unutulmaz Gastronomi Turizmi Deneyiminde Kadın ve Erkek Gruplarına Göre Kodlamayı Gösteren Isı Haritası

Görsel 4, en iyi unutulmaz yemekler ile gastronomik deneyimi unutulmaz yapan faktörler arasındaki ilişkiyi göstermektedir. Görsele göre, baklavanın gastronomik bir ürün olarak unutulmaz deneyim yaşatmasında etkili olan unsurlar, çeşitlerinin olması, nispeten katılımcılar için yeni bir deneyim olması ve lezzetli olmasıdır. Nitekim ısı

haritasında baklavayı unutulmaz kılan faktörler kırmızı renk ile görülmektedir. Görsel 4’te, lezzeti ile unutulmaz deneyim yaşatan bir diğer yiyecek tantuni olmuştur. Ardından “Adana kebab, künefe, köfte, şakşuka, fasulye ve humus” lezzeti ile unutulmaz bir deneyim yaşatan yiyecek olarak dikkat çekmektedir. Diğer yandan haytali, “otantik” ve “lezzetli”, ballı tahin ise katılımcılar için hem “yeni” hem de “lezzetli” bir yiyecek olması nedeniyle unutulmaz olduğu görülmektedir. Bununla birlikte helvanın, katılımcılar için yeni bir yiyecek olması nedeniyle unutulmaz bir deneyim olarak hatırdaki dikkat çekmektedir. Sarma ise, katılımcıların hazırlama sürecine dahil olduğu, aile üyelerinin birlikte hazırladığı bir yemek olması nedeniyle katılımcılar için birlik ve beraberliği, katılımı sembolize eden yemek olmuştur. Ayrıca lezzeti de unutulmaz bir gastronomik deneyim yaşatmada dikkat çekmektedir. Diğer yandan Türk kahvaltısı, birlikteliği sembolize eden ve böylelikle gastronomik deneyimi unutulmaz kılan gastronomik ürün olarak dikkat çekmektedir.



**Görsel 4:** En İyi Unutulmaz Yemek Deneyimi Ve Tüketilen Yiyecekler Arasındaki İlişkiyi Gösteren Kod İlişkilerine Dair Isı Haritası

### c) Katılımcıların en kötü yemek deneyimleri

Görsel 5, katılımcıların Türkiye seyahatlerine ilişkin deneyimledikleri en kötü yemekleri ve deneyimleri göstermektedir. Görsele göre katılımcıların deneyimledikleri en kötü yemek ilk sırada kebab (n=3) ve mumbar (n=2) olmuştur. Bununla birlikte, gastronomik deneyimlerinin kötü olmasındaki sebep olarak en çok “sağlık, alışkanlık,

hijyenik olmaması, çok baharatlı olması” dikkat çekmiştir. Ayrıca “yemeklerin tadının kötü olması, bayat olması, menü ve fiyat listesinin olmaması” gibi unsurların da gastronomik deneyimin en kötü deneyim olarak katılımcıların zihinlerinde yer etmesine neden olduğu söylenebilir. K17 kodlu katılımcı, deneyiminin kötü geçmesine ilişkin sağlık durumuna işaret etmiştir.

*“Restoranın hazırlamış olduğu salatadaki sebzeler taze değildi. Tükettikten sonra kendimi hasta hissettim” (K17).*

“Alışkanlık” alt temasına örnek olarak, K3 kodlu katılımcı deniz ürünleri ve bağırsaktan yapılan yemekleri sevmediğini, dolayısıyla bu yiyecekleri tüketmenin kendisi için alışkanlık olmadığını belirtmiştir.

*“Bağırsak ve deniz ürünlerini sevmiyorum” (K3).*

“Hijyenik olmama” alt teması altında, K7 kodlu katılımcı, restoranda fiyatları gösteren menünün olmadığını, bununla birlikte restoranın temiz olmadığını ancak restoran aramak için yeterli vaktinin olmadığına değinmiştir.

*“Menü ve fiyat listesi olmayan restoranda yemek yemek... Temiz değildi ama başka bir restoran aramak için yeterli zamanım yoktu” (K7).*

“Çok baharatlı olma” alt temasına ilişkin katılımcı ifadelerine başvurulduğunda K14 kodlu katılımcının ifadesi dikkat çekmektedir. Bununla birlikte, “bayat olması” alt temasına ilişkin K15 kodlu katılımcının ifadesine aşağıda yer verilmiştir.

*“Bence nispeten çok baharat kullanıyorlar...” (K14).*

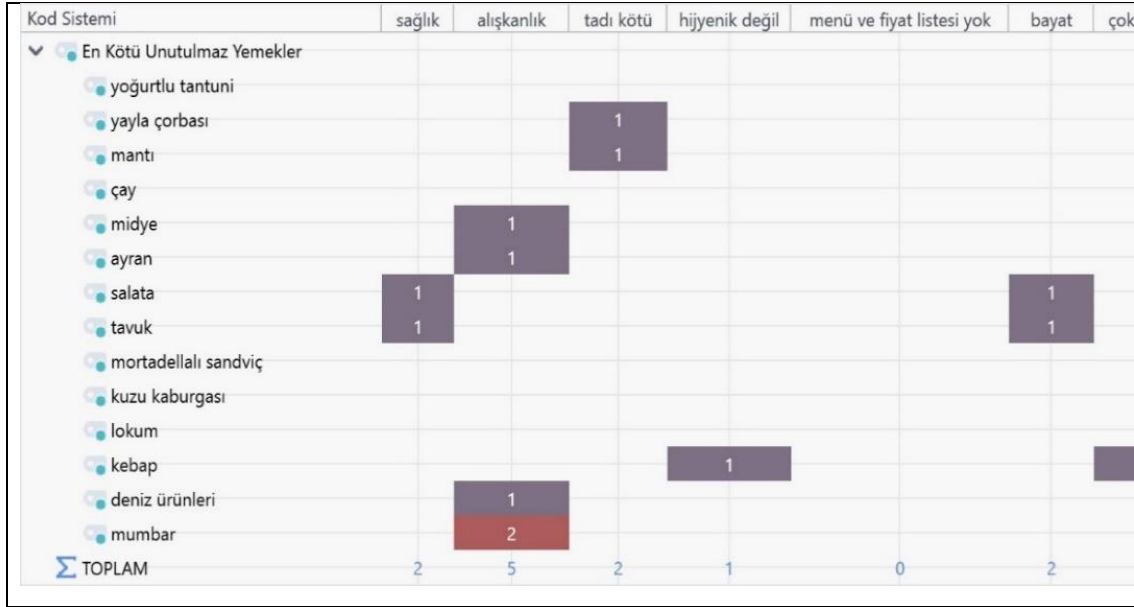
*“Tavuk... Bayattı ve iki gün sonra hasta oldum” (K15).*



**Görsel 5:** Katılımcıların Türkiye Seyahatlerindeki Deneyimledikleri En Kötü Yemekler ve Nedenleri

Görsel 6, katılımcıların en kötü yemek deneyimleri ve tüketilen yiyecekler arasındaki ilişkiyi göstermektedir. Bu bağlamda katılımcıların “mumbar, deniz ürünleri, midye ve ayrana” aşına olmadıkları ve bu nedenle tadını beğenmedikleri görülmektedir. Nitekim, katılımcı ifadeleri de bu bulguyu destekler niteliktedir. Bununla birlikte, salata ve tavuğun bayat olmasından ötürü katılımcılar hastalandıklarını ve yemek deneyiminin

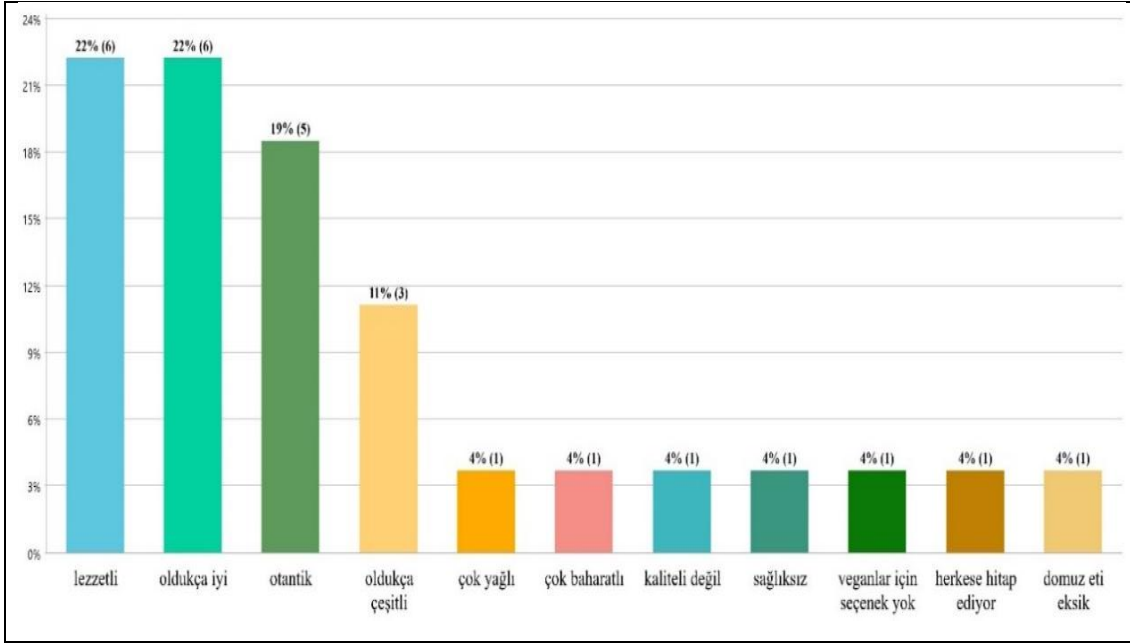
zihinlerinde kötü yer ettiğini ifade etmişlerdir. Kebaba ilişkin olumsuz deneyimin nedeni ise, kebabın pişirildiği çevrenin temiz olmaması ve çok baharatlı olması katılımcı ifadelerinde yer almıştır. Bununla birlikte yayla çorbası ile mantının tadının kötü olması ise katılımcı ifadelerinde yer alan en kötü yemek deneyimleri olmuştur.



**Görsel 6:** Katılımcıların En Kötü Yemek Deneyimleri ve Tüketilen Yiyecekler Arasındaki İlişkiyi Gösteren Kod İlişkilerine Dair Isı Haritası

#### d) Katılımcıların Türk Mutfağı hakkındaki görüşleri ve önerileri

Görsel 7, katılımcıların Türk mutfağı hakkındaki görüşlerine işaret etmektedir. Görsel 7'ye göre, katılımcıların gastronomik deneyimlerinden yola çıkarak Türk mutfağı hakkındaki görüşleri olumlu ve olumsuz görüşler olarak ikiye ayrılabilir. Katılımcıların Türk mutfağı hakkındaki olumlu görüşlerinin “lezzetli, oldukça iyi, otantik, oldukça çeşitli, herkese hitap ediyor” temalarında toplandığı görülmektedir. Olumsuz görüşler ise “ çok yağlı, çok baharatlı, kaliteli değil, sağlıksız” gibi temalar kapsamında dikkat çekmektedir. Bu doğrultuda, Polonyalı katılımcıların Türk mutfağını lezzet, çeşit ve otantiklik açısından oldukça yeterli gördüğü söylenebilir. Diğer yandan, yemeklerin çok yağlı ve baharatlı olması, kullanılan malzemelerin kalitesiz olması gibi unsurların Türk mutfağı hakkında yapılan ve uygulamada dikkate alınması gereken hususlar olduğu dikkat çekmiştir. Bununla birlikte, “domuz eti ve vegan yemeklere yönelik eksikliğin” de hedef tüketicilere yönelik dikkate alınması ve uygulamada çeşitli girişimlerin yapılması gereken hususlar olarak değerlendirilebilir.



**Görsel 7:** Katılımcıların Türk Mutfağı Hakkındaki Görüşleri

Görsel 8, katılımcıların Türk mutfağı hakkındaki önerilerini göstermektedir. Bu doğrultuda, “çalışanların nicelik ve niteliği, tadımlık porsiyon, daha az baharat kullanımı, kaliteli ürün kullanımı, adil fiyatlama ve eldiven kullanımı” katılımcılar tarafından Türk mutfağına yönelik getirilen önerileri oluşturmuştur. Verilerden yola çıkarak çalışanların nitelik ve niceliğine yönelik yapılan eleştiri, çalışanların İngilizce bilmemesi, işletmede çok fazla çalışan olması ve çalışanların misafirlere dostane olmayan yaklaşımlarına yönelik olmuştur. Çalışanların nitelik ve niceliğine yönelik öneri, üç katılımcı tarafından dile getirilmiştir. Bu konuda K16 kodlu katılımcının ifadesine aşağıda başvurulmuştur.

*“Çalışanlar İngilizce bilmeli. Bu gerçekten büyük bir sorun” (K16).*

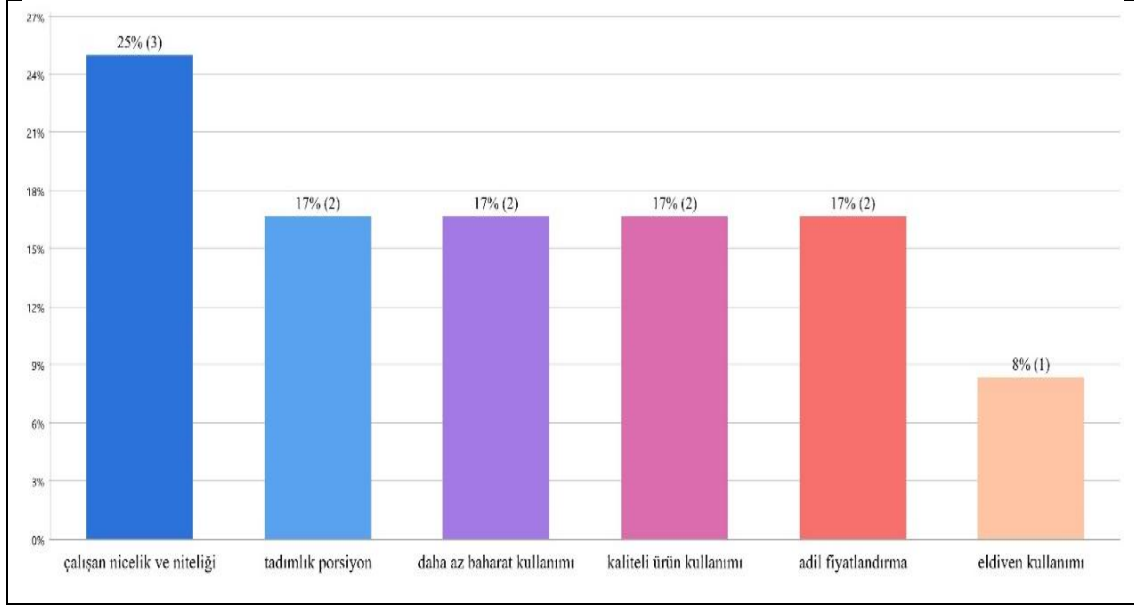
Katılımcıların Türk mutfağına yönelik getirdikleri önerilerden bir diğeri tadımlık porsiyonlar olmuştur. Katılımcılar yemeklerin çoğunluğuna ilişkin deneyim sahibi olmak istediklerini bu nedenle her yemekten küçük porsiyonlara sahip oldukları takdirde, yemek deneyimlerinin daha genişleyeceğini belirtmişlerdir. Tadımlık porsiyonlara ilişkin iki katılımcı görüş bildirmiştir. K18 kodlu katılımcının ifadesine aşağıda yer verilmiştir.

*“Belki de her yemeği beğenip beğenmeyeceğimizi denemek için küçük porsiyonlar vermeliler” (K18).*

Katılımcıların Türk mutfağına yönelik bir diğer önerisi “daha az baharat kullanımı” üzerine olmuştur. Yemeklerin çok baharatlı yapıldığı, misafirlere katılan baharat miktarı ve katılan baharatlar hakkında sorulması gerektiğine dair K8 kodlu katılımcının ifadesine aşağıda başvurulmuştur.



“Yabancılar için daha az baharatlı yemekler yapmak ya da çok baharatlı mı yoksa daha az baharatlı mı yemek istediklerini sorabilirler” (K8).



Görsel 8: Katılımcıların Türk Mutfağı Hakkındaki Önerileri

## TARTIŞMA VE SONUÇ

Her geçen yıl Türkiye’ye Polonya’dan gelen ziyaretçi sayısı artmaktadır. Bu durum turizm gelirlerine katkı sağlama açısından düşünüldüğünde, Polonyalı ziyaretçilerin potansiyel gastronomi turisti olabileceklerine işaret etmektedir. Bu doğrultuda bu araştırma, Türkiye’ye seyahat eden Polonyalı ziyaretçilerin yaşamış oldukları unutulmaz gastronomi turizmi deneyimlerini öğrenmek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Araştırmadan elde edilen veriler, katılımcılar için Türkiye seyahatlerine yönelik hatırladıkları yemeklerin sırasıyla “baklava, ayran, Adana kebab, döner, tantuni” olduğunu göstermiştir. Konuya ilişkin literatür incelendiğinde, farklı kültürlerin yerel mutfağa yönelik beğenisini ele alan araştırmalar incelendiğinde, elde edilen bulgunun literatür ile kısmen uyduğu söylenebilir. Kaya (2023), yabancı öğrencilerin en çok sırasıyla “kebab çeşitleri, kuru fasulye, dolma, sarma, baklava, leblebi helvası, içli köfte” gibi yemekleri beğendiğini bulgulamıştır. Albayrak (2013) da yapmış olduğu araştırmada en beğenilen yemeklerin sırasıyla “dolmalar ve sarmalar, makarnalar ve kurubaklagiller” olduğunu bulgulamıştır. Literatür ile olan farklılığın temel nedeni olarak, ele alınan örneklem grubunun kültürü, örneklem grubuna dâhil olan katılımcıların ziyaret ettikleri destinasyonlar, demografik özellikleri ve dolayısıyla yemek yedikleri yerlerden kaynaklandığı söylenebilir. Diğer yandan, katılımcıların Türk mutfağına ilişkin

unutulmaz gastronomi deneyimlerinin daha çok ürün kaynaklı olduğu, yemeğin lezzeti ve katılımcı için yeni bir ürün olmasının unutulmaz gastronomi deneyimi yaşanmasında etkili olduğu dikkat çekmiştir. Gastronomi deneyiminin unutulmaz deneyime dönüşmesinde en az rolün, ortama dayalı unsurlara düştüğü görülmüştür. En iyi unutulmaz yemek deneyimi ve bu deneyimde tüketilen yemeklerin ilişkisi ele alındığında, yerel yemekler olan “fasulye, humus, şakşuka ve haytalinin” otantik bir ürün olması nedeniyle ön plana çıktığı görülmüştür. Diğer yandan “ürünlerin çeşitliliğinin” en iyi deneyimi yaşatma konusunda ziyaretçileri etkilediği, “birlikte yapılan Türk kahvaltısı” ve “birlikte hazırlanan sarmanın” katılımcılar için deneyimlenen en iyi unutulmaz gastronomik deneyimler olduğu dikkat çekmiştir. Bu noktada, gastronomik ürünlerin en iyi unutulmaz deneyimi yaşatma hususunda, “otantiklik, çeşit, birliktelik ve eş-yaratım/katılım gibi” unsurlarla ön plana çıkmasının ziyaretçiler için önemli olacağı düşünülmektedir.

Katılımcıların en kötü unutulmaz yemek deneyimleri ve bu deneyimlerde tükettikleri yemekler incelendiğinde, “kebab ve mumbar” gibi yemeklerin ön plana çıktığı görülmüştür. En kötü unutulmaz deneyimlerin, “tüketim alışkanlığı olmaması, sağlığı etkilemesi, hijyenik olmaması, ürünlerin bayat olması” gibi etkenlerden kaynaklı olduğu dikkat çekmektedir. Elde edilen bulgular, Albayrak’ın (2013) gerçekleştirmiş olduğu çalışma ile örtüşmektedir. Katılımcıların Türk mutfağı hakkındaki görüşleri ve Türk mutfağına ilişkin önerileri incelendiğinde, Türk mutfağının “lezzetli, otantik, çeşitli ürünlere” sahip olduğu görülmüştür. Diğer yandan, yemeklerin “yağlı, baharatlı, sağlıksız olması” Türk mutfağına yönelik getirilen eleştiriler olmuştur. Katılımcı önerileri ele alındığında, çalışanların “nitelik ve niceliğinin önemsenmesi gerektiği, işletmelerde çok fazla çalışan olduğu, çalışanların gerek dil bilgisi gerek iletişim açısından eksiklerinin olduğu”, işletmelerin çalışan işe alımında bunlara dikkat etmesi gerektiğine işaret etmişlerdir. Dahası, katılımcılar “yemeklerin küçük porsiyonlarda sunulmasıyla”, daha fazla sayıda yemek deneyimine sahip olabileceklerini belirtmişlerdir. Yemeklerde “daha az baharat kullanımı, kaliteli ürün kullanımı, fiyatlandırmanın adil yapılması ve yemeklerin hazırlanmasında eldiven kullanımı”, katılımcılar tarafından Türk mutfağına yönelik getirilen diğer öneriler olmuştur. Elde edilen bu bulguların, Albayrak’ın (2013) ve Yönel ve Çakır’ın (2022) çalışma sonuçları ile benzerlik gösterdiği söylenebilir.

Araştırmanın yaygın etkisi düşünüldüğünde, araştırmadan elde edilen verilerin, katılımcıların en iyi ve en kötü unutulmaz yemek deneyimleri, Türk mutfağına ilişkin görüş ve önerilerinin turizm işletmelerine, destinasyon yöneticilerine, yerel yönetimlere ve yerel halka katkıda bulunacağı öngörülmektedir. Uygulama anlamında, restoran sahiplerinin, menü konseptleri kapsamında, restoran ambiyansına yönelik çalışmalar yapmaları önerilmektedir. Diğer yandan, işletmelerin yemeklerde kullanılan ürünlerin kaliteli olması, menü ve fiyat listesi bulundurmaları, bayat ürünleri kullanmamaları, baharat kullanımını azami miktara indirmeleri ya da kullanılan baharat çeşitleri ve miktarını ziyaretçi tercihi bırakmaları önerilmektedir. Ayrıca, katılımcı ifadelerinden yola çıkarak, işletme sahiplerinin vegan ziyaretçiler için menü çeşitlendirmesine gitmesi bunun yanı sıra ziyaretçilerin kendi kültürlerini yansıtan ürünlere de yer vermesi tavsiye edilmektedir.

Her araştırmada olduğu gibi bu araştırmada da bir dizi sınırlılık mevcuttur. Katılımcılardan veri toplanan zaman diliminin yakın zamanda edinilen deneyimleri hatırlamayı kolaylaştıracağı gibi uzun zaman önce gerçekleşen deneyimlerin hatırlanmasını zorlaştıracağı düşünülmektedir. Bu nedenle gastronomi deneyimlerine ilişkin anıların zaman aşımından ötürü yanlış ve eksik hatırlanabileceği bu araştırmanın ilk sınırlılığını oluşturmaktadır. Araştırmanın ikinci sınırlılığını, araştırmaya dâhil olan katılımcıların farklı mevsimlerde destinasyonları ziyaret etmiş olmaları, bir diğer deyişle mevsimsellik etkisidir. Gelecek araştırmalarda örneklem sayısı artırılarak ve unutulmaz gastronomi turizmi ölçeği kullanılarak, araştırmanın pozitivist paradigma kapsamında da ele alınması önerilmektedir. Diğer yandan Polonyalı turistlerin yaşamış oldukları unutulmaz gastronomi deneyimleri, Türkiye'deki farklı bölgeleri ziyaret etmiş Polonyalı turistler örneğinde de ele alınabilir. Böylelikle, Polonyalı turistlere unutulmaz gastronomi turizmi deneyimi yaşatan faktörler, bölgesel bazda ele alınarak hedef ziyaretçilere yönelik çalışmalar yapılabilir.

## KAYNAKÇA

Akdağ, G., ve Üzülmöz, M. (2017). Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi Kapsamında Otantik Yiyeceklere Yönelik Bir İnceleme. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 5(Special Issue 2), 301-309.

Akhoondnejad, A. (2024). A Comprehensive Understanding of Memorable Experiences in Food Tourism. *Consumer Behavior in Tourism and Hospitality*, 19(3), 447-461.

Akyürek, S., ve Kutukız, D. (2020). Gastro Turistlerin Deneyimleri: Gastronomi Turları Kapsamında Nitel Bir Araştırma. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 8(4), 3319-3346.

Albayrak, A. (2013). Farklı Milletlerden Turistlerin Türk Mutfağına ilişkin Görüşlerinin Saptanması Üzerine Bir Çalışma. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 8(30).

Antón, C., Camarero, C., Laguna, M., ve Buhalis D. (2019). Impacts of Authenticity, Degree of Adaptation and Cultural Contrast on Travellers' Memorable Gastronomy Experiences. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 28(7), 743-764. doi:<https://doi.org/10.1080/19368623.2019.1564106>.

Ažić, M. L. (2024). Memorable Gastronomic Experience in Sustainable Tourism Destinations: Evidence From Croatia. *European Journal of Tourism Research*, 36, 3608-3608.

Badu-Baiden, F. (2021). Memorable Local Food Tourism Experiences and Their Effect on Attitudinal and Behavioral Consequences. *The Hong Kong Polytechnic University School of Hotel & Tourism Management*.

Badu-Baiden, F., ve Kim, S. (2022). Is Local Food Consumption Memorable? Exploration of a Multidimensional Measurement Scale to Explain Tourists' Memorable Local Food Consumption Experiences. *International Journal of Tourism Research*, 24(6), 739-758.

Ballantyne, R., Packer, J., ve Sutherland, A. (2011). Visitors' Memories of Wildlife Tourism: Implications for the Design of Powerful Interpretive Experiences. *Tourism Management*, 32, 770-779.

Birdir, K., ve Akgöl, Y. (2015). Gastronomi Turizmi ve Türkiye'yi Ziyaret Eden Yabancı Turistlerin Gastronomi Deneyimlerinin Değerlendirilmesi. *İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi*, 3(2), 57-68.

Cao, Y. (2016). Memorable Dining Experiences: Formative Index and Model Development. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Retrieved from <https://scholarcommons.sc.edu/etd/3464>.

Ceylan-Çapar, M. C., ve Ceylan, M. (2022). Durum Çalışması ve Olgubilim Desenlerinin Karşılaştırılması. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 22(Özel Sayı 2), 295-312.

Cömert, M., ve Sökmen, A. (2017). Türkiye’de Gastronomi Turizmi: Antalya’da Konaklayan Turistler Üzerine Bir Araştırma. Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi, 4(3), 6-26.

Creswell, J. W. (2018). Nitel Araştırma Yöntemleri (4 b.). Ankara: Siyasal Kitabevi.

Di-Clemente, E., Hernández-Mogollón, J. M., ve Campón-Cerro, A. M. (2020). Tourists’ Involvement and Memorable Food-Based Experiences as New Determinants of Behavioural Intentions towards Typical Products. Current Issues in Tourism, 23(18), 2319-2332. doi:<https://doi.org/10.1080/13683500.2019.1631265>.

Gilbert, D., ve Abdullah, J. (2004). Holidaytaking and the Sense of Well-being. Annals of Tourism Research, 31(1), 103-121.

İnan, R., Kılıç, B., ve Urlu, H. (2023). Sırt Çantalı Gezginlerin Unutulmaz Yemek Deneyiminin Tekrar Ziyaret Niyeti Üzerindeki Etkisi. Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi, 7(2), 602-620.

Işkın, M. (2021). Turistlerin Gastronomi Deneyimlerinin Demografik Özelliklerine Göre Belirlenmesi. Journal of Tourism Intelligence and Smartness, 4(2), 256-269.

Kaya, F. (2023). Yabancı Öğrencilerin Gastrodiplomasi Aracı olarak Türk Mutfağı Haftasına ilişkin Deneyimleri. GSI Journals Serie A: Advancements in Tourism Recreation and Sports Sciences, 6(1), 152-167.

Keskin, E., Ardıç-Yetiş, Ş., ve Sezen, N. (2022). Destinasyon Yiyecek İmajı, Algılanan Değer, Hatırlanabilir Deneyimler ve Memnuniyet Arasındaki İlişkiler: Hatay Örneği\*. Turizm Akademik Dergisi, 9(1), 55-82.

Keskin, E., Sezen, N., ve Dağ, T. (2020). Turistik Seyahatlerde Unutulmaz Yemek Deneyiminin Davranışsal Niyete Etkisi: Gaziantep örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(4): 3632-3648.

Kim, J. H. (2010). Determining the Factors Affecting the Memorable Nature of Travel Experiences. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 27(8), s. 780-796.

Kim, J. H., Ritchie, J. R., ve McCormick, B. (2012). Development of a Scale to Measure Memorable Tourism Experiences. *Journal of Travel Research*, 51(1), 12-25. doi:10.1177/0047287510385467.

Knobloch, U., Robertson, K., ve Aitken, R. (2016). Experience, Emotion, and Eudaimonia: A Consideration of Tourist Experiences and Well-being. *Journal of Travel Research*, 56(5), 651-662.

Kodaş, B. (2024). Yerel Yemek Tüketim Motivasyonu ve Hatırlanabilir Yemek Deneyiminin Ziyaretçilerin Öznel İyi Oluş ve Davranışsal Niyetler Üzerinde Etkisi. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 12(2), 1225-1242.

Kodaş, B., ve Aksoy, Z. (2022). Understanding of Tourists' Memorable Local Food Experiences: A Netnography Study. *Journal of Economy Culture and Society*, (66), 379-396.

Küçüktemel, H. (2022). Hatırlanabilir Gastronomi Turizmi Deneyimi, Deneyim Memnuniyeti ve Sadakat İlişkisi: Hatay ve Gaziantep UNESCO gastronomi şehirleri örneği (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Mersin: Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Larsen, S. (2007). Aspects of a Psychology of the Tourist Experience. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 7(1), 7-17.

Liu, C. R., Wang, Y. C., Kuo, T. M., Chen, H., ve Tsui, C. H. (2022). Memorable Dining Experiences with Five Senses: Conceptualization and Scale Development. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 53, 198-207.

O'Sullivan, E. ve Spangler, K., J. (1998). Experience marketing: Strategies for the New Millennium. State College, ABD: Venture Publishing Inc.

Ölmez, Z. D. (2017). Gastronomi Turizminde Yerli Ziyaretçilerin Yöresel Yiyeceklere Yönelik Unutulmaz Deneyimlerinin Davranışsal Niyetleri Üzerine Etkisi: Seferihisar Örneği [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Özer, K. ve Acuner, E. (2024). Unutulmaz Çay Turizmi Deneyimi. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 12(1), 122-146.

Pine, B. J., ve Gilmore, J. H. (2012). *The experience economy*. Boston: Harvard Business Review Press.

Saayman, M., ve van der Merwe, A. (2014). Factors Determining Visitors' Memorable Wine-tasting Experience at Wineries. *Anatolia*, 26(3), 372-383. doi:<https://doi.org/10.1080/13032917.2014.968793>.

Sims, R. (2009). Food, Place and Authenticity: Local Food and the Sustainable Tourism Experience. *Journal of Sustainable Tourism*, 17(3), 321-336.

Sthapit, E. (2017). Exploring Tourists' Memorable Food Experiences: A Study of Visitors to Santa's Official Hometown. *Anatolia*, 28(3), 404-421. doi:<https://doi.org/10.1080/13032917.2017.1328607>.

Sthapit, E., Coudounaris, D. N., ve Björk, P. (2019). Extending the Memorable Tourism Experience Construct: an Investigation of Memories of Local Food Experiences. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 19(4-5), 333-353.

Sthapit, E. (2019). Memories of Gastronomic Experiences, Savoured Positive Emotions and Savouring Processes. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 19(2), 115-139.

Stone, M. J., Soulard, J., Migacz, S., ve Wolf, E. (2017). Elements of Memorable Food, Drink, and Culinary Tourism Experiences. *Journal of Travel Research*, 57(8), s. 1121-1132.

Sürücü, Ç. (2023). Hatırlanabilir Yemek Deneyimi, Memnuniyet ve Davranışsal Niyet Arasındaki İlişkiler: Yiyecekle İlgililiğin Düzenleyici Rolü (Yayımlanmamış doktora tezi). Ankara: Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

TDK. (2024). 07 06, 2024 tarihinde <https://sozluk.gov.tr/> adresinden alındı.

Tung, V. W., ve Ritchie, J. R. (2011a). Exploring The Essence of Memorable Tourism Experiences. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1367-1386.

Tung, V. W., ve Ritchie, J. R. (2011b). Investigating the Memorable Experiences of the Senior Travel Market: An Examination of the Reminiscence Bump. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 28(3), 331-343.

TÜRSAB (2024). 02.08.2024 tarihinde <https://www.tursab.org.tr/e-dergi?pdf=/assets/assets/uploads/yillar-ziyaret/2023/tursab-istatistik-aralik-2023-raporu.pdf> adresinden alındı.

Williams, H. A., Yuan, J., ve Williams, R. L. (2019). Attributes of Memorable Gastro-Tourists' Experiences. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 43(3), 1-22.

Yılmaz, G. (2021). Gastronomik Deneyim, Yiyecek İmajı ve Otantizmin Turistlerin Yerel Yiyecek Tüketim Niyetine Etkisi: Yiyecek Korkusunun Düzenleyici Rolü (Yayımlanmamış doktora tezi). Antalya: Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Yönel, D., ve Çakır, O. (2022). Olumsuz Deneyimler Unutulmaz Gastronomik Deneyimler Ölçeğinin Bir Boyutu Olmalı mı? Farklı Kültürler Üzerinde Bir Doğrulama Çalışması. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 10(4), 3662-3683.