

**GASTRONOMİ TURİZM POTANSİYELİ VE
GELİŞTİRİLMESİ KAPSAMINDA
AFYONKARAHİSAR İLİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ**
ASSESSMENT OF AFYONKARAHİSAR IN THE CONTEXT
OF GASTRONOMY TOURISM POTENTIAL AND
DEVELOPMENT



ABSTRACT

The aim of this study is to investigate the present conditions of gastronomy tourism in Afyonkarahisar province and to evaluate and develop gastronomy tourism. In this context, previous studies related to the subject in the related literature have been examined; Gastronomy tourism has been defined under the conceptual framework and has been tried to be explained throughout the history. Later, in Afyonkarahisar, the present situation of supply and demand in terms of gastronomic tourism variety is suggested by using similar examples in the world and proposals for the future. Finally, a general evaluation and explanations have been introduced, to enter the system, and to suggest related manager-managers and researchers. Finally, a general evaluation and explanations have been introduced, to enter the system, and to suggest related manager-managers and researchers.

ÖZ

Bu alışmanın amacı, Afyonkarahisar ilinde gastronominin turizmin mevcut durumlarını araştırmak ve gastronomi turizm açısından değerlendirilmesi ve geliştirilmesine yönelik önerilerde bulunmaktır. Bu kapsamda, ilgili literatürde konuyla ilgili olan daha önceki çalışmalar incelenmiş; gastronomi turizmin kavramsal erevesi adı altında tanımı ve tarihçesi verilerek açıklanmaya çalışılmıştır. Daha sonra Afyonkarahisar'da gastronomi turizm çeşidi açısından arz ve talebin mevcut durumu, dünyadaki benzer örneklerden yararlanılarak geleceğe yönelik öneriler belirtilmiştir. Son olarak ise genel bir değerlendirme içeren açıklamalar istikametinde süreçte yaşanan sorunlara özet bir bakış sunulmuş ve konuyla ilgili işletme-yöneticilere ve araştırmacılara öneriler getirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, gastronomi turizmi, Afyonkarahisar

Keywords: Gastronomy, Gastronomic Tourism, Afyonkarahisar.

GİRİŞ

Bir toplumun sahip olduğu kültürel değerler, geçim kaynakları, küreselleşen dünyanın etkileri toplumların yaşam biçimlerini etkilemektedir. Bu etkiler, toplumlarda besinlerin alınmasından, hazırlanıp pişirilmesine, servise sunulmasından depolanmasına kadar yeme-içme kültürünün her aşamasını etkilemektedir (Gezmen Karadağ, vd., 2014: 25). Günümüzde insanların yeme içme olgusuyla gittikçe daha fazla ilgili olmaya başladıklarına tanık olunmaktadır. Gazete, dergi ve televizyon gibi basılı ve görsel birçok medya aracında hemen hemen her gün yiyecek veya içeceklerle ilgili bir haberin yer alması bunun en belirgin kanıtıdır. Ayrıca Amerika Birleşik Devletleri'nde 1994 yılında 1775 olan yerel pazar sayısının 2010 yılında 6132'ye çıkmış olması yerel organik ürünlere verilen önemin arttığının bir diğer göstergesidir. İnsanların yeme – içme olgusuna daha fazla ilgi göstermeye başlaması 'gastronomi turizmi' denilen yeni bir turizm hareketinin doğmasına neden olmuştur (Gökdeniz, vd., 2015: 15).

Merve Gülen,
1 (1) 2017

• 32

Yemek sürdürülebilir turizmde önemli bir yere sahiptir. Bu önem, çeşitli boyutlarda ortaya çıkmaktadır. Öncelikle turistlerin yerel yiyecekleri tüketmesi bölgeye çarpan etkisi yapmaktadır. Böylece yerel ekonomi kazanç sağlamaktadır. Turizm bölgeleri rakipleri ile rekabet edebilmek için çeşitli turizm çekicilikleri geliştirmek zorundadır. Bir bölgenin sahip olduğu yerel yemekler bu rekabet avantajının sağlanması açısından önemli bir katkı sağlayacaktır. Bir bölgedeki kaliteli yiyecek içecek o bölgede turizm ürünü ve turist deneyimi olarak geliştirilmektedir. Bölgeye gelen ziyaretçilerin bu ürünlere harcadığı para bölge ekonomisine katkı sağlamakta ve bu sektörlerin gelişmesini sağlamaktadır (Birdir ve Akgöl, 2015: 58). Bu çalışmada gastronomi kavramı, diğer bilimlerle ilişkisi, gastronomi turizmi tanımı ve önemi, gastronomi turizmin Türkiye ve Dünya açısından önemi tartışılarak; Afyonkarahisar'da geliştirme potansiyeli bulunan gastronomi turizmin mevcut durumlarının değerlendirilmesi ve geliştirilmesine yönelik öneriler belirtilmiştir.

GASTRONOMİ VE GASTRONOMİ TURİZMİ KAVRAMI

Bir ülke veya bölgenin "gastronomik karakteri", "gastronomik özellikleri", "gastronomi turizmi" ve benzeri gibi kavramları kullanıldığında gastronomi teriminde bir uzlaşma olsa da, gastronomi kavramının kendisi söz konusu olduğunda böyle bir uzlaşma görülmemektedir. Gastronominin konusu yiyecek ve içeceklerle ilgili her şey, dolayısıyla insandır. Gastronomik değerler; kültürel, sosyal, tarihi, coğrafi, psikolojik faktörler gibi pek çok unsura dayalıdır. Bu nedenle yapılan gastronomi tanımlarının çoğu gastronominin belirli yön veya yönlerini vurgularken, gastronomiyi bütün olarak

tanımlamaktan uzaktır (Aksoy ve Sezgi, 2015: 80). Gastronomi kelimesinin etimolojik kökenleri incelendiğinde, kelimenin Yunanca 'gastros' (mide) ve 'nomos' (yasa, kural) sözcüklerinden oluştuğu dikkat çekmektedir. Gastronomi; yemeği iyi yeme merakı, sağlığa uygun, iyi düzenlenmiş, hoş ve lezzetli mutfak, yemek düzeni ve sistemi olarak ifade edilmektedir. Diğer tanımlar ise yemeği ana eksenine alarak güzel sanatlar, sosyal bilimler ve doğa bilimlerini kapsayan çok sayıda kültürel bileşeni inceleyen disiplinler arası bir faaliyet olarak ele almaktadır (Özgen, 2015: 1-2). Bazı kaynaklarda ise; Yunancadaki gaster (mide) nomas (yasa) kelimelerinden oluştuğu görülür. Kelimenin etimolojisine bakıldığında Fransızcada Gastronomie kelimesiyle ilgili olup damak zevki uzmanı, lokantacı gibi anlamına gelir (Genç, 2014: 428).

Gastronomi; hem fen bilimleri, hem de sosyal bilimlerden yararlanır. Ayrıca fen ve sosyal bilimler için zengin bir araştırma alanıdır. Konu yeme-içme ile ilgili olduğundan; beslenme bilimi ile doğrudan ilişkili olarak tadın fizyolojisi ve tat alma, şarap üretimi, besin öğelerinin insan vücudundaki işlevleri, gıda maddelerinin seçiminde niteliklerinin belirlenmesi, gıdaların fiziksel, kimyasal ve biyolojik olarak bozulmalarının önlenmesi için hijyen ve sanitasyon kurallarına uygun üretim süreçlerinin geliştirilmesi büyük oranda fen bilimine dayanır (Aslan, 2010: 40). Böylesi bir bütünlükle sınırlarını genişleten gastronomi; antropoloji, sosyoloji, ekonomi, kimya, ziraat, çevrebilim, tıp bilimleri, geleneksel bilgiler ve modern teknolojilerle ilişkiler kurarak; sadece yiyecek ve içecek çerçevesinde olmadığını da göstermektedir (Zağralı, 2014: 21). Gastronomi turizminin kökeni tarım, kültür ve turizmde yatmaktadır. Bu üç unsur; gastronomi turizminin bölgesel bir çekicilik ve deneyim olarak pazarlanmasına ve konumlandırılmasına fırsat sağlamaktadır. Tarım, ürünü sunmaktadır, kültür; tarihi ve otantikliği, turizm ise; alt yapıyı ve hizmetleri sağlamaktadır. Tüm bu unsurlar, gastronomi turizmi altında buluşmaktadır. Kısaca, gastronomi tüketebilir tüm yiyecek ve içecek maddeleriyle kültür arasındaki ilişkiyi ve iyi yemek yeme ve içme sanatını inceleyen bir disiplin olarak tanımlanabilir (Cömert ve Durlu Özkaya, 2014: 63).

Yemek, bir toplumun kendisini ve yaşama tarzını ifade şeklidir. Kültürün en önemli unsurlarından biri yemektir. Bir bölgeye özgü yemekler, o bölge için bir fark yaratmaktadır. Günümüzde insanlar sadece açlık duygusunu gidermek için değil aynı zamanda o yemek sürecinde farklı deneyimleri yaşamak amacıyla evlerinden dışarıda yemek yemektedirler. Maslow' un ihtiyaçlar hiyerarşisinden yola çıkarak, yiyecek turizmine uyguladığı modeline göre yeme içme, insan ihtiyaçlarının bütün evrelerinde farklı

**Gastronomi Turizm
Potansiyeli ve
Geliştirilmesi
Kapsamında
Afyonkarahisar
İlinin
Değerlendirilmesi**

Merve Gülen,
1 (1) 2017

• 34

biçimlerde yer almaktadır. Bu ihtiyaçlar, mevsiminde bir yiyeceğin toplanması gibi fiziksel, bağcılık turizmüne katılmak gibi sosyal ya da uzman yiyecek turizmüne dâhil olmak gibi kendini gerçekleştirme ihtiyacı olarak sınıflandırılmaktadır (Bucak ve Ateş, 2014: 317). Yiyecek-içecek tüketimi başlı başına turizm türü olarak yeni yeni görünmeye başlasa da aslında sürekli turizmin içinde bulunan deneyimlerin en önemli unsurudur. Birçok akademisyen yiyecek içecek kültürünün toplumsal öneminden, gastronominin turizmdeki rolünden ve turistlerin tercihlerini etkileyen, onları heveslendiren bir faktör olduğunu belirtmiştir. Bu yüzden özgün deneyimler yaşatmak, saygınlık ve statü kazandırmak, ürün farklılaştırmak ve destinasyonu diğerlerinden daha çekici kılmak gibi sebeplerle gastronomi bir araç olarak gösterilmektedir. Destinasyon pazarlamasında da kullanılan yeni değerlerden biridir (Kaşlı, vd., 2015: 31). Gastronomi turizmi, yerel mutfak ürünleri sayesinde kültürlerin birbirlerini daha iyi tanımalarını sağlamaktadır. Ayrıca bir yerin, bölgenin ya da ülkenin, turistik kaynaklarının fazlalığı, daha aktif ve daha eğlenceli hizmet sunması, tatilcilerin tatmin deneyimi, bölge nüfusu, üretimi, refahı, ürün ticareti ve sürdürülebilirlik açısından kalkınmalarını da sağlamaktadır (Göker, 2011: 45).

Dünyada turizmle ilgili gelişmeler incelendiğinde, turistik destinasyonların pazarlanmasında “gastronominin” önemli bir role sahip olduğunu görmekteyiz. Destinasyonlara ait gastronomik unsurların yoğun olarak kullanıldığı pazarlama faaliyetlerinde, turistlere sunulan bu yeni ürüne olan talep ve gastronomik turizm faaliyetlerinden elde edilen gelir çok ciddi sayısal verilerle kanıtlanmaktadır. Dünya da insanlar giderek daha fazla dışarıda yemek yemektedir. Bu iş bir sanat noktasına ulaşmış durumdadır ve bir sürü de yeni trendleri vardır. İsim olarak akla önce Fransız mutfağı gelse de, esas kazananlar İtalyanlardır. Dünya da ‘pasta’ diye bilinen makarna neredeyse tüm genel restoranların mönüsünde bulunan standart bir dünya yemeği haline gelmiş durumdadır. Çin restoranları zaten tüm dünyaya yayılmış ve kendini ispatlamış durumdadır. Bunu Fransız, Meksika, Japon, Hindistan ve Vietnam restoranları izlemektedir (Demir, 2011: 34-35).

Dünya’da ün yapmış olan mutfakların üç temel özelliği tanınmışlık, özgünlük ve çeşitliliktir. Tanınmışlık; bir mutfağa ait yemeklerin diğer kültürlerce bilinip uygulanmasını, özgünlük; bir mutfakta üretilen yemeklerin tamamen o kültüre has olmasını, çeşitlilik ise o mutfakta üretilen yiyeceklerin, tariflerin bolluğunu, zenginliğini göstermektedir. Dünya mutfaklarını değerlendirirken önyargılardan kurtulmalı ve insanların yemek kültürlerinin oluşumunda buldukları coğrafyanın, iklimin ve hayatta kalma mücadelesinin etkisi ve bu doğrultuda ortaya çıkan yaşam tarzları unutulmamalıdır. Temel olarak

Dünya Mutfaklarını dokuz başlık altında toplamak mümkündür (Özgen, 2015: 8):

- Fransız Mutfağı
- Türk Mutfağı
- Uzakdoğu Mutfağı (Çin, Japon, Kore, Hindistan, Endonezya, Tayvan, Malezya, Moğolistan, Singapur)
- Kuzey ve Güney Amerika Mutfağı (Meksika, Amerika, Arjantin, Brezilya, Küba, Kanada)
- Güney Avrupa Mutfağı (İspanya, İtalya, Portekiz, Yunanistan, Bulgaristan, Kosova, Makedonya, Bosna-Hersek, Hırvatistan)
- Kuzey Avrupa Mutfağı (Almanya, Avusturya, İsviçre, İngiltere, Ukrayna, Beyaz Rusya ve Rusya)
- Orta Asya Mutfağı (Afganistan, Kazakistan, Kırgızistan, Özbekistan, Tacikistan, Türkmenistan)
- Orta Doğu Mutfağı (Azerbaycan, Bahreyn, Birleşik Arap Emirlikleri, Ermenistan, Gürcistan, Irak, İran, Katar, İsrail, Kıbrıs Cumhuriyeti, Kuveyt, Lübnan, Mısır, Suriye, Suudi Arabistan, Umman, Ürdün, Yemen)
- Afrika Mutfağı (Mısır, Libya, Cezayir, Fas, Tunus, Senegal, Güney Afrika Cumhuriyeti)

**Gastronomi Turizm
Potansiyeli ve
Geliştirilmesi
Kapsamında
Afyonkarahisar
İlinin
Değerlendirilmesi**

• 35

Girit mutfağı, günümüzde benzersiz beslenme tarzı nedeniyle ilgi toplamakta ve özellikle sağlık alanında her geçen gün yeni araştırmalara kaynaklık etmektedir. 1960'lı yıllardaki Girit halkının geleneksel beslenme şekli Akdeniz beslenme modelinin temelidir. Türk mutfağı Akdeniz'e kıyısı olan ülkelerde olduğu gibi Akdeniz beslenme biçiminin örneklerini de içermektedir ve bu beslenme biçimi; sağlıklı olmada beslenmenin önemini gösteren doğru bir örnek olarak karşımıza çıkmaktadır (Karaca, Yıldırım ve Çakıcı, 2014: 6). Moleküler gastronomiyi uygulayan restoranların standart restoranlardan birçok farkı vardır. En büyük farklılık, görünüşünde olduğu kadar uygulamada ve kullanılan ekipmanlardadır. Bir diğer farklılık da moleküler gastronomi restoranına gelen müşterilere ikram edilen 3 küçük porsiyondan oluşan ve tatma menüsü olarak isimlendirilen menüdür. Beynin tadı algıladıktan bir süre sonra küçük tat farklılıklarını seçemediği bilinmektedir. Ancak moleküler gastronomide ana menüye başlamadan önce farklı tatlar sunulur ve tat algısının daha otomatik hale getirildiği düşünülmektedir (Yılmaz ve Bilici, 2013: 23).

Yaşama zevkinin ön planda olduğu İtalyan Kültürü'nde, yeme-içme alışkanlıkları da hayattan zevk almaya yöneliktir. Bu durum yemeğin hazırlanmasına bile yansır, sofraya hazırlamak bir tür tören şeklini alır.

İtalyanlar, bir toplumun yeme içme alışkanlıklarının o toplumun asıl kimliğini yansıttığını çok erken fark etmişlerdir. Toplumun yemek kültürünün değişmesiyle pek çok başka şeyin de değişebileceği, ulusal benlikten bir şeyler yitirileceği İtalyanlar tarafından da anlaşılmıştır. Bu nedenle 'fastfood' hareketine karşı 'slowfood' hareketini başlatmışlardır. Yavaş ve sakin beslenme olarak tarif edebileceğimiz bu hareketle, Amerikan tarzı sağlıksız beslenmenin önüne geçilmesi, yerel yemeklerin ön plana çıkarılması, unutulmuş geleneklerin hatırlanması ve kaybolmakta olan kültürün geri kazanılması amaçlanmıştır (Kılıç, 2010: 14).

Merve Gülen,
1 (1) 2017

• 36

Türkiye, gerek sahip olduğu turistik çekiciliğiyle, gerekse tarih boyunca köklü ve zengin bir mutfığa sahip olmasıyla turistik destinasyon ve gastronomi turizm açısından tercih edilebilecek önemli bir ülkedir. Günümüzde de küreselleşmeyle birlikte ülkelerin mutfakları, yemek kültürleri, yiyecek içecek alışkanlıklarında ve tüketimlerinde de hızlı bir değişime neden olmaktadır. Yöresel lezzetler özellikle korunması gereken unsurlardır. Çünkü milletlerin birçok adetleri gibi yiyeceklerinde de kültür, tarihi oluş ve tabiat varlığının tesirleriyle özellikler bulunmaktadır. Teknoloji ve maddi zenginlik güçlü bir mutfak kültürü üretmemektedir, bunun için zaman gerekmektedir (Aslan, 2010: 44).

Yerel ve uluslararası yemek kültürü son yıllarda bir destinasyonun sahip olduğu en değerli çekiciliklerden biri olarak nitelendirilmektedir. Turizmin en önemli destinasyon illerinden biri olan Afyonkarahisar'ın gastronomi turizm açısından arz ve talebin mevcut durumu hakkında aşağıda bilgi verilmiştir.

AFYONKARAHİSAR'IN GASTRONOMİ TURİZM ÇEŞİDİ AÇISINDAN ARZ VE TALEBİN MEVCUT DURUMU

Afyonkarahisar Mutfağı geleneksel lezzetleriyle zengin bir çeşitliliğe sahiptir. Özellikle hamur işlerinde haşhaş ve haşhaş yağı kullanımı yaygındır, yemeklerde ise etin özel bir yeri vardır. Nohut ve buğdaydan elde edilen göce ve düğü (ince çekilmiş bulgur) yemeklerde çokça kullanılmaktadır. Afyonkarahisar'a özgü yemeklerden, göce tarhanası; et yemeklerinden bütüm et, ramazan kebabı, paçık, duvaklı; sebze yemeklerinden patlıcan böreği, ilibada dolması, patlıcan-pırasa-maydanoz-kabak ve düğülü musakkaları, düğülü yaprak dolması ve ekşili bamya tadılması gereken lezzetlerdir. Hamur işlerinde de arabaşı, ağzı açık, börek, haşgeşli (haşhaşlı) bükme, ocak bükmesi, katmer, cızdırma ve öğmenin ayrı bir yeri vardır. Afyonkarahisar'a özgü kaymak ve kaymaklı ekmeğ kadayı da sofraların vazgeçilmez lezzetidir (Aydın, 2015: 19). Tarım ve hayvancılığın yaygın olduğu ilde bu durum çeşit olarak yöresel yemeklere de yansımaktadır.

Afyon yöresi yemekleri incelendiğinde; et yemekleri, hamur işleri ve sebze yemeklerinin yaygın olarak yapıldığı görülmektedir. Bölgeye özgü bazı ürünlerin (örneğin haşhaş) yöre yemeklerinde yoğun olarak kullanılması çeşit zenginliğinin oluşmasında etkilidir. Afyon mutfağının genel özellikleri şu şekilde sıralanabilir: Haşhaş ve haşhaş yağı (özellikle hamur işlerinde) yaygın olarak kullanılır. Yöresel yemeklerde et kullanımı yaygındır. Afyon mutfağında et yemekleri kendi yağı ile pişirilir. Ayrıca yağ ilavesi yapılmaz (Gezmen Karadağ, vd., 2014: 44).

Afyonkarahisar ilinin, doğal ve kültürel turizm çekicilikleri yönüyle zengin olduğu görülmektedir. Kuzey-Güney ve Kuzeybatı-Güneydoğu doğrultusunda uzanan fay hatları boyunca çıkan termal kaynaklar, çalışma alanının en önemli turizm çekiciliklerini oluşturmaktadır. İlde termal turizm kaynakları yanında kültürel turizm, eko-turizm, inanç turizmi, spor turizmi, kongre turizmi, yayla turizmi, savaş alanları turizmi gibi farklı turizm türlerine kaynak oluşturacak doğal ve kültürel turizm çekicilikleri bulunmaktadır (Özdemir ve Kervankıran, 2012: 140). T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Afyonkarahisar İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'nde ki yerel etkinlikler düzenlenmesine rağmen, gastronomi açısından tam olarak etkinliklerin termal turizm kadar yeterince tanıtıldığı söylenemez.

Türk turizminin belirli bir sezona bağlı kalmadan tüm yıla ve ülkeye yayılabilmesi için gastronomi önemli bir ürün olarak görülmektedir. Ülkemizde düzenlenen yiyecek içecek festivalleri, gerçekleştirilen bölge bazında incelendiğinde bünyesinde önemli ayrıntıları taşımaktadır. Bu festivallerde biri de AFYON- Sultan Divani ve Şifalı Aşure Günü - Merkez (Muharrem ayının 10. günü)'dür. Ülkemizde destinasyon bazında belirtilen bu etkinlikler, bölgenin sahip olduğu üstünlükler olarak değerlendirilebilmektedir. Her bir etkinliğin bölgeye getirisinin değeri yadsınamayacak ölçüde yüksektir. Fakat etkinliklerin yerel çapta kalması ve tanıtım faaliyetlerinin yetersizliği, bırakın uluslararası boyutu ulusal anlamda bile beklenen etkinliği gösterememektedir (Bucak ve Aracı, 2013: 208-212).

AFYONKARAHİSAR'IN GASTRONOMİ TURİZMİ İÇİN GELECEĞE YÖNELİK ÖNERİLER

Gastronomi turizminin en önemli unsurlarından biri olan yerel ve bölgesel gastronomi turizminin gelişmesi hem de tatil mekânı pazarlama perspektifinden, uzun soluklu rekabetçiliğe katkı sağlayabilmek için iyi bir potansiyele sahiptir. Yemek pişirmekle ilgili mirası koruyarak ve tatil mekânının otantikliğine değer katarak, yerel ve bölgesel turizm kaynak temellerini genişleterek ve geliştirerek, tarımsal üretimi teşvik ederek yerel

**Gastronomi Turizm
Potansiyeli ve
Geliştirilmesi
Kapsamında
Afyonkarahisar
İlinin
Değerlendirilmesi**

ve bölgesel yiyeceğin reklamını yapmak, turizm ve yerel ekonomilerin tarım sektörünü desteklemesinin ve güçlendirmesinin etkili bir yoludur. Gastronomi turizmini gerçekleştirmek için bir taslak ve kılavuzun geliştirilmesi, mevcut ve muhtemel girişimcileri yerel ve bölgesel yiyeceğin turizm potansiyelini en iyi şekilde kullanmaları için fırsat yaratmaktadır (Eren, 2011). Misafirlerden Afyonkarahisar'da buldukları süreçte yemeğini kendisi pişirenler, Afyonkarahisar'ın tarihi ve turistik yerleri, kültür ve gelenekleri, ulaşım, emniyet ve güvenlik, şehir gezisi imkânları, yerel mutfak ve yemekler hakkında olumsuz bir algıya sahiptirler. Afyonkarahisar'a has lezzetleri sunan restoranlarda yemek yiyenler ile aralarında anlamlı bir fark bulunmaktadır. Dışarıda şehre has lezzetleri tatmayan misafirler şehir imajı hakkında olumsuz düşünmektedirler (Aydın, 2015: 163). Bu bağlamda, Afyonkarahisar'ın yiyecek ve içecek kültüründe tanıtımlar artırılarak yerel halkın katılımı da desteklenmelidir.

Merve Gülen,
1 (1) 2017

• 38

Şahin (2014)'e göre; Türkiye'nin gastronomi turizmi potansiyeli SWOT analizi perspektifinde incelendiğinde yaşanan olumsuz faktörlerin Afyonkarahisar ilinde de yaşandığını buna bağlı olarak, mutfak kültürünü geliştirmeye ve çekici bir turizm ürünü yaratmaya yönelik pazarlama planlarının olamayışı, gastronomi turizmini içeren paket turların eksikliği, kamu ve özel sektör arasındaki işbirliği ihtiyacı, tutundurma faaliyetlerinde yetersizlikler sıralanmaktadır.

Gastronomi turizmi yarattığı gelir dolayısıyla ekonomide önemli bir yere sahiptir. Elde edilen gelirden artış sağlanması da ancak turistlerin destinasyonlardan memnuniyet derecesi yüksek bir şekilde ayrılmasıyla mümkün olmaktadır. Turistlerin memnuniyetlerinin sağlanması ise hizmetin kalitesine bağlıdır. Hizmetin kaliteli olması personelin eğitim düzeyiyle doğru orantılıdır. Bu durumda personelin eğitim düzeyi ne kadar artarsa sunulan hizmetin kalitesi de o miktarda artmakta ve turizm eğitiminin önemini ortaya çıkarmaktadır. Alınan eğitimin seviyesinin yüksek olması sunulan hizmetin kalitesini arttırmaktadır ve bu nedenle eğitim seviyesi hizmet kalitesi açısından oldukça önemli bir yere sahip olmaktadır (Yıldırım, vd., 2016: 443). Bu bağlamda, gerek yerel halka gerekse yiyecek içecek bölümü okuyan öğrencilere, yerel halka, işletme yöneticilerine eğitimler ve kurslar verilerek hizmet kalitesi arttırılmalıdır.

Afyonkarahisar'ı ziyaret eden misafirlerin buldukları süreçte yemek yeme tercihleri ile Afyonkarahisar imajı karşılaştırıldığında özellikle fast-food zincir restoranlarda yemek yemeyi tercih edenlerin eğlence imkânları, alışveriş imkânları, emniyet ve güvenlik, temiz ve bozulmamış çevre, yerel mutfak ve

yemekler ile anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. Özellikle fast-food zincir restoranların alışveriş ve eğlence yerlerinde olması tercihleri etkilemekte olup, emniyet ve güvenliğinde bununla bağlantılı olacağı görülmektedir (Aydın, 2015: 163). Fast-food zincir restoranlara karşın Afyonkarahisar'ın yemek kültürüne yönelik işletmeler kurulması hem yerel halkın ekonomik kalkınmanın sağlanması hem de termal turizm işletmeleriyle olan bilinirliğinin önüne geçilmesi sağlanmalıdır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Son dönemlerde turistlerin tatil yapacakları yer seçiminde destinasyona özgü yiyecek ve içecekler de önem kazanmaya başlamıştır. Bu nedenle binlerce yıllık geçmişe sahip olan Türk Mutfağının turizme kazandırılması önemlidir. Bu nedenle ülkemizde gastronomi turizmine daha çok önem verilmesi gerekmektedir. Türk Mutfağının tanıtımına ilişkin faaliyetler söz konusu olsa da yeterli değildir. Bu amaçla Türk Mutfağının özelliklerinin iyi tanıtılması, faydaları, nitelikleri, diğer mutfaklardan üstünlükleri ortaya konmalıdır. Bu konuda seyahat acentelerine büyük görev düşmektedir. Öncelikle acentelere yönelik Türk mutfağını tanıtıcı eğitim faaliyetleri düzenlenmelidir. Bilgiyi aktaracak kişilerin doğru bilgi sahibi olması tanıtım açısından önem arz etmektedir. Ayrıca tanıtım faaliyetleri olarak televizyonlarda bilgilendirici yayınlar olmalı, internet siteleri düzenlenmeli, yayınlanan dergilerde tanıtıcı reklamlara ve yazılara yer verilmelidir (Cömert ve Durlu Özkaya, 2014: 64).

Aydın (2015) "Gastronomi Turizminin Şehir Markalaşmasına Etkisi: Afyonkarahisar İli Örneği". Tez araştırmasına alınan sonuçlara göre Afyonkarahisar'da; Bu çalışmanın bulguları doğrultusunda edinilen ve yukarıda belirtilen sonuçlar çerçevesinde yiyecek içecek işletmesi yöneticilerine, personeline, ilgili kurumlara ve eğitimcilere bazı öneriler aşağıda sunulmuştur (Aydın, 2015: 163-164-165):

- Çıkan sonuçlar Afyonkarahisar'ın gastronomisine yönelik tanıtımının yetersiz olduğunu göstermektedir. Yerel yiyecek üreticileri ile yapılan yüz yüze görüşmede tanıtım eksikliği belirtilmektedir. Ankete katılanların ortak görüşü de kaymağın diğer ürünlerden daha fazla tanındığı ve diğer ürünlerinde tanınması gerektiğini ifade edilmektedir.
- Afyonkarahisar şehrinin, şehrin ismiyle özdeşleşmiş ürünleri, kaymak, sucuk, şekerleme, termal tesisler, patates, kale, mermer ve kurtuluş savaşıdır. Bu unsurların bu ürüne sahip kişi ve kurumlar tarafından daha iyi pazarlanması gerekmektedir.

Gastronomi Turizm
Potansiyeli ve
Geliştirilmesi
Kapsamında
Afyonkarahisar
İlinin
Değerlendirilmesi

Merve Gülen,
1 (1) 2017

• 40

- Afyonkarahisar'ın son yıllarda termal turizm alanında yükselişe geçmesi beş yıldızlı otellerin sayısındaki artış şehrin tanıtımını artırmaktadır. Termal turizmde adını duyuran Afyonkarahisar'ın yemek kültürünü ulusal ve uluslararası mecralarda duyurmak ve bu alanda Afyonkarahisar'ı bir marka haline getirebilmek için yerel yiyecek üreticileri ve bu ürünleri satanlar ile yerel yönetimin birlikte çalışması gerekmektedir. Ayrıca Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın şehrin bu alanda markalaşması için desteğine ihtiyaç vardır.
- Afyonkarahisar'a gelen misafirlerin şehrin mutfağı hakkında bilgi sahibi olmadıkları görülmektedir. Afyonkarahisar'da gastronomi turizminin geliştirilmesi açısından kitle iletişim araçları, kitap ve broşürler, internet ve seyahat acenteleri yoluyla ulusal ve uluslararası alanda Afyonkarahisar mutfak kültürünü tanıtmaya yönelik çalışmalar hazırlanmalı ve bu çalışmalar teşvik edilmelidir.
- Afyonkarahisar mutfak kültürüne özgü eşsiz mutfak değerlerine ve Afyonkarahisar'a has yiyecekler ve hazırlama- pişirme yöntemlerine sahip çıkılmalı ve bu değerler korunmalıdır.
- Özellikle Afyonkarahisar'a ait yöresel yiyecekleri satan ve yiyecek içecek işletmelerinde çalışan personele Afyonkarahisar Mutfağı konusunda eğitimler verilmeli, personelin Afyonkarahisar yiyecek içecekleri ve yemekleri ve sunumları hakkında geniş bilgi sahibi olması sağlanmalıdır.
- Afyonkarahisar mutfak kültürünü en iyi tanıtmaya yönelik ulusal ve uluslararası alanda konferans, panel ve kongre gibi bilimsel toplantılar, festivaller ve yarışmalar düzenlenmeli, teşvik edilmeli ve konuyla ilgili olarak uzman isimlerin bu etkinliklerde yer alması sağlanmalıdır.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı, resmi web sitesinde Afyonkarahisar mutfak kültürüne yönelik daha detaylı bilgiler vermeli, Afyonkarahisar ve bunun gibi yiyecekleri ile tanınmış şehirlerin mutfağının başlıca yemeklerinin tarifleri olmalı ve resimlerle sunulmalıdır.
- Kalifiye yönetici ve personel yetiştirilmesi ve gastronomi turizminin geliştirilmesi amacıyla turizm lisans, ön lisans ve

meslek liselerinde Türk mutfak kültürü ile birlikte buldukları şehirlerin mutfak kültürüne yönelik teorik ve pratik zorunlu dersler verilmelidir.

Zengin bir mutfağı olan Afyonkarahisar'ın mutlaka bir gastronomi haritası çıkarılmalıdır. ABD'de olduğu gibi yeme-içme festivalleri gündeme gelmeli ve Afyonkarahisar'da uygulanmalıdır. İl bazında yöresel lezzetler ortaya çıkarılmalı ve gelenek hale getirilmelidir. Aşçılık okulları ve gastronomiye ağırlık veren yükseköğretim kurumlarının sayısı artırılmalıdır. Nasıl İtalya turizm tanıtımını yaparken kültürel mirasının yanı sıra pasta dediği makarnayı ve pizzayı pazarlıyorsa, Fransa şarap ile anılıyorsa Afyonkarahisar ili de kendi lezzetlerini de tanıtımının içine katmalıdır (TÜRSAB, 2014). Genel olarak incelendiğinde tanıtım eksikliğinin olması, Afyonkarahisar'ın termal turizmle bilinmesi gastronomi kültürünün geri planda kaldığını göstermektedir. Sadece geri kalmakla kalmayıp; Dünya mutfaklarının da örnek alınmaması ayrıca gastronomi kültürünün gelişmemesine neden olmaktadır.

**Gastronomi Turizm
Potansiyeli ve
Geliştirilmesi
Kapsamında
Afyonkarahisar
İlinin
Değerlendirilmesi**

KAYNAKÇA

- Aydın, E. (2015). Gastronomi Turizminin Şehir Markalaşmasına Etkisi: Afyonkarahisar İli Örneği, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, Afyonkarahisar.
- Aslan, H. (2010). Gastronomi Turizminin Turizm Eğitimi Programlarındaki Yeri ve Önemi – Bir Uygulama, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Çocuk Gelişimi ve Ev Yönetimi Anabilim Dalı Beslenme Eğitimi Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, Konya.
- Aksoy, M. ve Sezgi, G. (2015). Gastronomi Turizmi ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi Gastronomik Unsurları. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(3), 79-89.
- Birdir, K. ve Akgöl, K. (2015). Gastronomi Turizmi ve Türkiye'yi Ziyaret Eden Yabancı Turistlerin Gastronomi Deneyimlerinin Değerlendirilmesi, *İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi*, 3(2), 57-68.
- Buçak, T. ve Ateş, U. (2014). Gastronomi Turizminin İl Turizmine Etkisi: Çanakkale Örneği, *The Journal of Academic Social Science Studies*, Sayı: 28, 315-328.
- Buçak, T. ve Aracı, Ü.E. (2013). Türkiye'de Gastronomi Turizmi Üzerine Genel Bir Değerlendirme, *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(30), 203-216.
- Cömert, M. ve Durlu Özkaya, F. (2014). Gastronomi Turizminde Türk Mutfağının Önemi, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(2), 62-66.
- Demir, C. (2011). Mutfak Turizmin Destinasyon Pazarlamasındaki Önemi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Eğitimi Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Eren, D. (2012). Alternatif Bir Turizm Çeşidi Olarak Mutfak Turizminin Değerlendirilmesine İlişkin Sektör Temsilcilerinin Görüşlerinin İncelenmesi Üzerine Bir Araştırma, Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Düzce.

Gastronomi Turizm Potansiyeli ve Geliştirilmesi Kapsamında Afyonkarahisar İlinin Değerlendirilmesi

- Genç, R. (2014). Uluslararası Otel ve Restoran Yönetimi (İlkeler, Kavramlar, Uluslararası Kaide ve Kurallar). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Gezmen Karadağ, M., Çelebi, F., Ertaş, Y. ve Şanlıer, N. (2014). Geleneksel Türk Mutfağından Seçmeler: Besin Öğeleri Açısından Değerlendirilmesi. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Göker, G. (2011). Destinasyon Çekicilik Unsuru Olarak Gastronomi Turizmi (Balıkesir Örneği), Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir.
- Gökdeniz, A., Erdem, B., Dinç, Y. ve Çelik Uğuz, S. (2015). Gastronomi Turizmi: Ayvalık'ta Yerli Turistler Üzerinde Görgül Bir Araştırma, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(1), 14-29.
- Kaşlı, M., Cankül, D., Köz, E.N. ve Ekici, A. (2015). Gastronomik Miras ve Sürdürülebilirlik: Eskişehir Örneği, *Eko-Gastronomi Dergisi*, 1(2), 27-46.
- Merve Gülen, 1 (1) 2017
- Kılıç, N. (2010). Türk Mutfağının Ege – Akdeniz Karakterinin Kültürel ve Turistik Açından İncelenmesi: Ayvalık Örneği, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Güzel Sanatlar Genel Müdürlüğü Uzmanlık Tezi, Ankara.
- Karaca, O.B., Yıldırım, O. ve Çakıcı, C. (2015). Gastronomi Turizminde Otlar, Ot Yemekleri ve Sağlıkla İlişkisi Üzerine Bir Değerlendirme, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(3), 27-42.
- 42
- Özdemir, M.A. ve Kervankıran, İ. (2012). Afyonkarahisar İlinin Turizm Gelişimi ve Çekicilikleri, *Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(1), 1-25.
- Özgen, İ. (2015). Uluslararası Gastronomiye Genel Bakış (1-32). Mehmet Sarıışık (Ed), *İçinde Uluslararası Gastronomi (Temel Özellikler – Örnek Menüler ve Reçeteler)*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Şahin Güzel, G. (2014). Sürdürülebilir Kırsal Kalkınmada Eko- Gastronominin Rolü Eko Gastronomi Kongresi, 24/25 Nisan 2014, Gökçeada.
- TÜRSAB, (2014). TÜRSAB Gastronomi Turizm Raporu, http://www.tursab.org.tr/dosya/12302/tursab-gastronomi-turizmi-raporu_12302_3531549.pdf, Erişim Tarihi: 2.01.2017
- Yılmaz, H. ve Bilici, S. (2013). Yemeğin Kimyası: Moleküler Gastronominin Dünü, Bugünü ve Yarını, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1(4), 20-25.
- Yıldırım, H. M., Çeti, B., Özcan, S., Dülgeroğlu, O. ve Özer, F. (2016). Turizm Sektöründe Hizmet Kalitesinin Sağlanması Açısından Türkiye'de Turizm Eğitiminin Analizi, *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(2), 437-446.
- Zağralı, E. (2014). Destinasyon Çekicilik Unsuru Olan Mutfak Turizmi (İzmir Yarımadası Örneği). İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, İzmir.