

Aşçılık Öğrencilerinin Gastronomi Turizmi Algılarına Yönelik Nitel Bir Araştırma: Halfeti MYO Örneği*

A Qualitative Study on Culinary Students' Perceptions of Gastronomy Tourism: A Case Study of Halfeti Vocational School

Araştırma Makalesi/Research Article

doi.org/10.5281/zenodo.17967819

Mehmet Fatih KAYRAN¹, S. Ceylin ŞANLI KAYRAN²

¹Dr. Öğr. Üyesi, Harran Üniversitesi, Şanlıurfa/Türkiye, fatihkayran@harran.edu.tr, ORCID: 0000-0002-2711-7829

²Doç. Dr., Harran Üniversitesi, Şanlıurfa/Türkiye, ceylinsanli@harran.edu.tr, Sorumlu Yazar (Corresponding Author)
ORCID: 0000-0001-7339-0538

Özet

Anahtar Kelimeler

Gastronomi

Gastronomi turizmi

Gastronomi

etkinlikleri

Key-Words

Gastronomy

Gastronomy tourism

Gastronomic events

JEL Sınıflandırması (Codes)

L66, L83, Z32

Bu araştırmanın amacı, aşçılık ön lisans öğrencilerinin gastronomi turizmine yönelik algı ve tutumlarını nitel bir yaklaşımla incelemektir. Çalışma kapsamında, Harran Üniversitesi Halfeti Meslek Yüksekokulu Aşçılık Programı'nda öğrenim gören 20 öğrenci ile yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Veriler, yedi açık uçlu ve dört demografik sorudan oluşan görüşme formu aracılığıyla toplanmış ve içerik analizi ile betimsel analiz teknikleri kullanılarak çözümlenmiştir. Araştırma bulgularına göre, öğrenciler gastronomi turizmini “yiyecek-içecek kültürü”, “merak”, “tat ve lezzet”, “aktivite-faaliyet”, “deneyim” ve “otantiklik” kavramları üzerinden tanımlamıştır. Katılımcıların gastronomi amaçlı seyahatlerinde temel motivasyonlarının farklı kültürlerin mutfaklarını deneyimleme, gastronomi festivallerine ve yarışmalara katılım sağlama olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca öğrencilerin gelecekte, farklı ülkelerin mutfaklarını derinlemesine keşfetmeye yönelik turizm aktivitelerine katılma niyetinde oldukları belirlenmiştir. Bulgular, aşçılık öğrencilerinin gastronomi turizmini yalnızca bir tüketim deneyimi olarak değil, aynı zamanda kültürel keşif, mesleki gelişim ve sosyo-kültürel etkileşim fırsatı olarak algıladıklarını ortaya koymaktadır. Bu durum, gastronomi eğitiminin sektörel bilgi ve beceriler kazandırmanın ötesinde, öğrencilerin turizm ve kültürel farkındalık düzeylerini artırmada da önemli bir rol üstlendiğini göstermektedir.

Abstract

Makale Başvuru
Article Received
01.09.2025

Düzeltilme/Revised 1
03.10.2025

Kabul/Accepted
06.10.2025

Note: Extended
abstract is at the end
of research.

The aim of this study is to examine the perceptions and attitudes of associate degree culinary students toward gastronomy tourism through a qualitative approach. Within the scope of the research, semi-structured interviews were conducted with 20 students studying in the Culinary Program at Harran University Halfeti Vocational School. The data were collected through an interview form consisting of seven open-ended and four demographic questions, and analyzed using content analysis and descriptive analysis techniques. According to the findings, students defined gastronomy tourism through the concepts of food and beverage culture, curiosity, taste and flavor, activity, experience, and authenticity. The results revealed that the primary motivations of participants in gastronomy-oriented travels were to experience the cuisines of different cultures and to take part in gastronomy festivals and competitions. Furthermore, the students expressed an intention to engage in future tourism activities aimed at exploring the culinary traditions of various countries in greater depth. The findings also indicate that culinary students perceive gastronomy tourism not merely as a consumption experience but also as an opportunity for cultural discovery, professional development, and socio-cultural interaction. This suggests that gastronomy education plays a crucial role not only in equipping students with sectoral knowledge and skills but also in enhancing their awareness of tourism and cultural diversity.

*Bu çalışma 19 Nisan 2024 tarihinde gerçekleştirilen Ulusal Balıkesir Turizm Kongresinde sunulan özet bildirinin genişletilmiş halidir. Bu çalışma için, Harran Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu'ndan 10.08.2023 tarih ve 2023/115 sayılı karar ile "Etik Kurul Onayı" alınmıştır. / For this study, "Ethics Committee Approval" was obtained from the Harran University Social and Human Sciences Ethics Committee with decision number 2023/115 dated 10.08.2023.

Giriş

Gastronomi turizmi, son yıllarda kültürel mirasın korunması, destinasyon kimliğinin güçlendirilmesi ve turist deneyimlerinin çeşitlendirilmesi açısından giderek daha fazla önem kazanan bir turizm türü olarak öne çıkmaktadır (Hjalager & Richards, 2002). Yalnızca yiyecek ve içecek tüketimini değil, aynı zamanda kültürel keşif, otantiklik arayışı, yerel yaşam biçimleriyle etkileşim ve deneyimsel öğrenme gibi unsurları da içermesi, gastronomi turizmini çok boyutlu bir olgu haline getirmektedir (Hall & Sharples, 2003; Kivela & Crotts, 2006). Bu nedenle, gastronomi turizmine ilişkin algıların incelenmesi, hem turistik deneyimlerin anlaşılması hem de turizm sektörünün sürdürülebilir gelişimi açısından kritik öneme sahiptir.

Literatürde gastronomi turizminin ekonomik katkıları (Everett & Aitchison, 2008), kültürel sürdürülebilirlik boyutu (Bessière, 1998) ve destinasyon pazarlamasındaki rolü (Cohen & Avieli, 2004) üzerine birçok çalışma bulunmaktadır. Ancak gastronomi eğitimi alan öğrencilerin, yani sektörün gelecekteki insan kaynağının bu turizm türüne ilişkin algılarını doğrudan ele alan araştırmaların sınırlı olduğu dikkat çekmektedir. Oysa bu öğrencilerin mesleki bakış açıları, gastronomi turizminin gelişiminde belirleyici rol oynayacak olup, alana ilişkin algılarının anlaşılması akademik literatüre özgün bir katkı sağlayacaktır.

Bu araştırma, söz konusu boşluğu doldurmak amacıyla, Harran Üniversitesi Halfeti Meslek Yüksekokulu Aşçılık Programı öğrencilerinin gastronomi turizmine yönelik algı ve tutumlarını nitel bir yaklaşımla incelemektedir. Çalışmada yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılarak 20 öğrenciyle derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiş; elde edilen veriler içerik analizi ve betimsel analiz yöntemleri aracılığıyla çözümlenmiştir. Verilerin tekrarlanmaya başlamasıyla doygunluk noktasına ulaşıldığı belirlenmiş ve bu durum araştırmanın güvenilirliğini artırmıştır.

Araştırma bulguları, öğrencilerin gastronomi turizmini genellikle “yiyecek-içecek kültürü”, “tat ve lezzet”, “deneyim”, “faaliyet” ve “otantiklik” gibi temalar üzerinden tanımladıklarını göstermektedir. Ayrıca, gastronomi amaçlı seyahat motivasyonlarının farklı mutfakları tanıma, gastronomi festivallerine katılma ve kültürel etkileşimde bulunma yönünde şekillendiği tespit edilmiştir. Bu sonuçlar, gastronomi eğitimi gören öğrencilerin gastronomi turizmini yalnızca bir tüketim pratiği olarak değil, aynı zamanda kültürel keşif ve mesleki gelişim için önemli bir araç olarak değerlendirdiklerini ortaya koymaktadır.

Dolayısıyla bu çalışma, gastronomi eğitiminin yalnızca mesleki bilgi ve becerilerin kazandırılması süreci olmadığını; aynı zamanda öğrencilerin turizm sektörüne ilişkin algılarını, kültürel farkındalıklarını ve deneyimsel öğrenme eğilimlerini de geliştiren bir unsur olarak görülmesi gerektiğini vurgulamaktadır. Bu yönüyle araştırma, hem akademik literatüre katkı sağlamak hem de gastronomi turizminin gelişimi için uygulamaya dönük öneriler sunmaktadır.

1. Kavramsal Çerçeve

Gastronomi kavramı, insan yaşamının vazgeçilmez bir parçası olan yeme içme alışkanlıkları ve mutfak kültürlerini disiplinler arası bir bakış açısıyla ele alan, geniş kapsamlı bir disiplindir. Bu kavram, yiyeceklerin yalnızca fizyolojik bir ihtiyaç veya besin değeri olarak görülmesinin ötesine geçerek, kültürel, tarihsel ve sosyal bir fenomen olarak değerlendirilmesine olanak tanır (Çalışkan, 2013; Onur, 2021; Eren, 2007). Gastronomi, yemek kültürünün ve mutfak geleneklerinin bireylerin ve toplumların kimlik oluşumundaki rolünü incelerken, aynı zamanda kültürel mirasın korunması ve aktarılması açısından da önemli bir alan olarak öne çıkar (Sarıışık ve Özbay, 2015).

Bu çerçevede gastronomi, yiyeceklerin hazırlanması, sunumu ve tüketimi süreçlerinde estetik ve zevk unsurlarını da içeren, çok katmanlı ve kompleks bir yapıyı ifade etmektedir (Richards, 2002). İnsanların yemek yeme alışkanlıkları, beslenme tercihleri ve mutfak gelenekleri; tarihsel gelişmeler, toplumsal dinamikler, ekonomik faktörler ve kültürel etkileşimler gibi pek çok unsurun etkisiyle şekillenir ve dönüşür (Santich, 2004). Dolayısıyla gastronomi, yalnızca beslenme pratiklerinin incelenmesinin ötesinde; kültürel kimliğin inşası, sosyo-ekonomik kalkınma ve toplumsal iletişim gibi alanlarda da derinlemesine bir perspektif sunar.

Gastronomi turizmi, yemek ve içeceklerin yalnızca tüketim boyutuyla sınırlı olmayan; onların hazırlanma biçimlerinden sunum tekniklerine, mutfak kültürünün aktarımından yemek ritüellerine kadar uzanan geniş bir deneyim alanı sunmaktadır. Bu çerçevede gastronomi, destinasyonların gezilip görülen mekânların ötesine geçerek kültürel, tarihsel ve toplumsal değerlerin bütüncül olarak deneyimlendiği alanlar haline gelmesine katkıda bulunmaktadır (Hall & Mitchell, 2000; Long, 2003).

20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren gelişim gösteren gastronomi turizmi, günümüzde seyahat motivasyonlarını şekillendiren temel faktörlerden biri haline gelmiştir. Ziyaretçiler, yerel mutfakları tatmanın ötesinde, toplumsal yaşam biçimlerine, kültürel değerlerin paylaşımına ve otantik deneyimlere yönelmektedir. Bu yönüyle gastronomi, destinasyon seçiminde belirleyici bir unsur olmakla birlikte kültürlerarası etkileşimi güçlendiren ve turistik deneyimi derinleştiren özgün bir seyahat biçimi sunmaktadır (Kivela & Crofts, 2005; Bayram, 2022; Güngör, 2022).

Aynı zamanda gastronomi turizmi, yerel mutfakların ve otantik lezzetlerin korunmasını ve tanıtımını sağlayarak kültürel sürdürülebilirliğe katkıda bulunmakta; yerel üreticiler, şefler, işletmeler ve diğer paydaşlar için ekonomik fırsatlar yaratmaktadır. Bu çok boyutlu katkılar, gastronomiyi yalnızca bireysel haz ve deneyim alanı olmaktan çıkararak destinasyonların marka değerini artıran, rekabet avantajı sağlayan ve sürdürülebilir kalkınmayı destekleyen stratejik bir unsur konumuna taşımaktadır (Ataberk, 2017; Deveci, Türkmen & Avcıkurt, 2022).

Gastronominin kökeninde eğitim-öğretim faaliyetleri, başlangıçtan itibaren var olmuştur. Bu faaliyetler genellikle usta-çırak ilişkisiyle yürütülmüş ve devlet erkânı, yöneticiler ve statü sahibi kişilerin toplantılarında sunulan yemeklerin kalitesi gastronomi ve

aşçılık sektörünü zenginleştirmiştir. Bu ilişki, günümüzde gastronomi ve mutfak sanatlarının bilimsel olarak gelişmesiyle devam etmektedir (Öney, 2016; Şengül, 2017; Seçim, 2020).

Gastronominin uygulamalı alanlardaki gelişimi incelendiğinde, İngiltere'de 1784 yılında açılan ilk kursun ardından 1882'de Londra'da faaliyete başlayan National Institute of Cookery, 1883'te Paris'te faaliyete geçen l'École Professionnelle de Cuisine et des Sciences Alimentaires ve 1895'te faaliyete geçen ve hala varlığını sürdüren Le Cordon Bleu dikkat çekmektedir (Öney, 2016; Demirci, Sarıkaya ve Erol, 2020). Bu süreç 1990 yılında Fransa'da lisans eğitimi, Adelaide ve Boston üniversitelerinde gastronomi yüksek lisans programları açılmasıyla devam etmiştir. 1996 yılında ise New York Üniversitesi'nde doktora programı başlamıştır.

Türkiye'de mutfak eğitimi ise 1960'lardan itibaren yaygınlaşmış, orta öğretimde 1980'lerden, ön lisans düzeyinde 2000'lerin başından itibaren verilmeye başlanmıştır. Ortaöğretim düzeyindeki mutfak eğitimi 2005-2006 yılına kadar Anadolu Otelcilik ve Turizm Meslek Liselerinde verilmiş, sonrasında ise çeşitli okullara mutfak dalı açma hakkı tanınmıştır (Görkem ve Sevim, 2016).

Türkiye'de gastronomi eğitimi, son yıllarda önemli bir gelişme göstermiştir. Özellikle gastronomiye olan ilginin artmasıyla birlikte Türkiye'de gastronomi eğitimine verilen önem de artmıştır (Güdek ve Boylu, 2017: 490). Bu doğrultuda, yükseköğretim kurumlarında gastronomi programları açılmış ve bu programlar ön lisans, lisans ve lisansüstü düzeylerde sunulmaya başlanmıştır (Şengül, 2017:170-174). Yeditepe Üniversitesi'nin 2003 yılında başlayan gastronomi eğitimi, vakıf üniversitelerinde hızla yaygınlaşmıştır. 2024 yılında 33 farklı vakıf üniversitesinde Aşçılık programı bulunurken, devlet üniversitelerinde bu sayı 65'tir. Gastronomi eğitimi, Türkiye'de gastronomi turizmine olan katkılarıyla da önem kazanmaktadır (YÖK, 2024). Türkiye, zengin mutfak kültürü ve yöresel lezzetleriyle ön plana çıkan bir ülke olduğundan, gastronomi turizmi de ülkenin turizm potansiyelini artırmaktadır. Bu nedenle, Türkiye'de gastronomi eğitimine verilen önemin artması hem eğitim alanında hem de turizm sektöründe olumlu etkiler yaratmaktadır.

Bu bağlamda çalışmada Aşçılık ön lisans öğrencilerinin gastronomi turizmine yönelik algı ve tutumlarını belirlemek amaçlanmıştır. Bu çalışma, öğrencilerin gastronomi turizmi konusundaki farkındalığını, ilgi düzeyini ve gelecekte bu alanda çalışmaya yönelik niyetlerini belirleyerek, gastronomi turizmi alanında daha nitelikli ve bilinçli bir iş gücü yetiştirme konularında alana katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

2. Literatür Taraması

Gastronomi turizmi, son yıllarda hem Türkiye'de hem de dünyada hızla gelişen ve turizm sektöründe öne çıkan bir kavramdır. Özellikle gastronomi ve aşçılık eğitimi alan öğrenciler için, bu kavramın ne ifade ettiği, hangi boyutlarda algılandığı ve sektörel etkilerinin nasıl değerlendirildiği, disiplinler arası bir bakış açısıyla ele alınması gereken bir araştırma konusudur.

Gastronomi turizmi, temel olarak bir destinasyonun yemek kültürünün, yerel lezzetlerinin ve mutfak mirasının turistik bir ürün olarak sunulması ve pazarlanması sürecini ifade etmektedir. Bu süreçte, turistlerin yalnızca yemek tüketimiyle sınırlı kalmayıp, aynı zamanda yemeğin üretiminden sunumuna, geleneksel mutfak tekniklerinden yerel festivallere kadar geniş bir yelpazede deneyim yaşaması hedeflenmektedir. Gastronomi turizminin gelişimi, destinasyonların marka değerinin artmasına, yerel ekonominin canlanmasına ve kültürel mirasın korunmasına katkı sağlamaktadır. Özaltaş Serçek ve Serçek (2015) Diyarbakır’da yaptıkları çalışmada, gastronomik kültürün kentin pazarlama ve markalaşmasına etkileri incelenmiş ve yerel yemeklerin tanıtımının şehir ekonomisine olumlu katkılar sunduğunu tespit etmişlerdir. Benzer şekilde Duman ve Güneş (2024) Antalya gibi turistik destinasyonlarda da gastronomi turizminin, geleneksel deniz, kum, güneş üçlemesinin ötesine geçerek, destinasyonun turizm ürünlerini çeşitlendirmede ve yerel kalkınmada önemli rol oynadığını vurgulamışlardır.

Gastronomi turizminin tanımı ve kapsamı, öğrencilerin bu alana yönelik bilgi düzeyleri ve algıları açısından da önem taşımaktadır. Gastronomi turizmi yalnızca yemek tüketimiyle sınırlı olmamakta, aynı zamanda bir destinasyonun kültürel, tarihsel ve sosyal değerlerinin de deneyimlenmesini içermektedir. Tovmasyan (2019) çalışmasında, gastronominin bir ülkenin kültür ve geleneklerinin ayrılmaz bir parçası olduğunu ve destinasyonun gastronomik mirasının turistik çekicilik açısından yüksek bir öneme sahip olduğu vurgulanmıştır. Bu bağlamda, aşçılık programında okuyan öğrencilerin gastronomi turizmi kavramını nasıl tanımladıkları ve bu kavrama hangi anlamları yükledikleri hem eğitim programlarının etkinliği hem de sektörün geleceği açısından önemli bir veri kaynağıdır.

Gastronomi turizmiyle ilgili bilgi düzeyinin ve farkındalığın artması, öğrencilerin bu alandaki motivasyonlarını ve kariyer planlarını da etkilemektedir. Türkiye’de yapılan çeşitli araştırmalarda, gastronomi turizminin gelişimiyle birlikte, yerel lezzetlerin tanıtımına yönelik etkinliklerin ve festivallerin sayısında artış olduğu, bu tür etkinliklerin hem destinasyonun çekiciliğini artırdığı hem de turistlerin destinasyon seçiminde etkili olduğu ortaya konmuştur. Çavuş (2024) çalışmasında, yerel lezzetlerin tanıtımında festivaller, tadım günleri gibi etkinliklerin düzenlenmesinin destinasyona olan ilgiyi artırdığı ve turistlerin destinasyon seçimlerinde etkili olduğunu belirtmiştir. Bu tür etkinliklere katılım, aşçılık öğrencilerinin hem mesleki gelişimleri hem de gastronomi turizmiyle ilgili deneyim kazanmaları açısından önemli fırsatlar sunmaktadır.

Gastronomi turizmi kapsamında gerçekleştirilen aktiviteler, öğrencilerin sektörel deneyimlerini ve algılarını şekillendiren önemli unsurlardır. Yerel mutfakların deneyimlenmesi, gastronomi festivallerine katılım, yöresel ürünlerin üretim süreçlerinin gözlemlenmesi gibi faaliyetler, gastronomi turizminin temel aktiviteleri arasında yer almaktadır. Duman ve Güneş (2024) Antalya’da gerçekleştirdikleri çalışmada, gastronomi turizmi kapsamında deneyimlenen ürünlerin ve aktivitelerin çeşitliliğinin, destinasyonun talep edilmesine katkı sağladığı ve yerli-yabancı turistlerin ilgisini çektiği ifade etmiştir. Benzer şekilde, Tokat ve Elazığ gibi Anadolu şehirlerinde de gastronomi turizminin gelişimi için

yerel lezzetlerin ön plana çıkarılması, bu lezzetlerin tanıtımı ve pazarlanması için çeşitli etkinliklerin düzenlenmesi gerekliliği ortaya konmuştur (Arpacı, 2023; Özçelik Bozkurt, 2018). Özellikle Arpacı'nın (2023) Elazığ'da yaptığı araştırmada, yerel halkın gastronomi turizmiyle ilgili bilgi düzeyinin yetersiz olduğu, ancak belirli yöresel yemeklerin öne çıkarılmasıyla gastronomi turizminin gelişebileceği sonucuna ulaşılmıştır.

Gastronomi turizminin olumlu etkileri, çok boyutlu olarak ele alınmaktadır. Öncelikle, gastronomi turizmi destinasyonların ekonomik kalkınmasına katkı sağlamakta, yerel üreticilerin ve işletmelerin gelirlerini artırmakta ve istihdam yaratmaktadır. Sormaz (2017) çalışmasında, gastronomi turizminin hem yerli hem de yabancı turistler için cazip bir alternatif turizm türü olduğu ve kamu-özel sektör iş birliğiyle düzenlenen gastronomi etkinliklerinin turizm gelirlerini artırdığı belirtmiştir. Ayrıca, gastronomi turizmi yerel kültürün ve mutfak mirasının korunmasına, sürdürülebilirliğin sağlanmasına ve destinasyonun ulusal ve uluslararası düzeyde tanıtılmasına katkı sunmaktadır. Egeli ve arkadaşlarının (2022) sürdürülebilir gastronomi turizmi üzerine yaptıkları çalışmada, gastronomi turizminin sürdürülebilirlik ilkeleriyle uyumlu olarak, gastronomik değerlerin gelecek nesillere aktarılmasında ve toplumsal farkındalığın artırılmasında önemli bir rol oynadığı vurgulanmıştır.

Gastronomi turizminin olumsuz etkileri ise, özellikle kültürel yozlaşma, aşırı ticarileşme, çevresel baskılar ve yerel kimliğin kaybolması gibi riskler üzerinden tartışılmaktadır. Aktürk (2021) çalışmasında gastronomi turizminin hızlı gelişiminin, destinasyonlarda kültürel erozyona ve geleneksel mutfakların özgünlüğünü kaybetmesine yol açabileceğini belirtmiştir. Ayrıca, turistik talebin artmasıyla birlikte yerel ürünlerin endüstriyel üretime kayması, kalite ve özgünlük açısından sorunlar yaratabilmektedir. Kasap ve Büyükşalvarcı (2021) ise Trabzon'da yaptıkları araştırmada, gastronomi turizminin gelişmişlik göstergeleri arasında yer alan yerel tanıtım aktiviteleri ve sunum tarzının yetersiz olduğunu, bu durumun destinasyonun gastronomi turizmi potansiyelini olumsuz etkilediğini tespit etmişlerdir.

Gastronomi turizmiyle ilgili bilgi, algı ve deneyimlerin değerlendirilmesinde, sosyal medya ve dijital platformların etkisi de göz ardı edilemez. Özellikle sosyal medya etkileyicilerinin (influencer) gastronomi turizminin tanıtımında ve destinasyonların marka değerinin artırılmasında önemli bir rol oynadığı belirtilmektedir. Ertamay (2022) çalışmasında, sosyal medya etkileyicilerinin gastronomi turizmi hakkında görüşlerinin analiz edildiğini ve bu etkileyicilerin, gastronomi turizminin yaygınlaşmasında ve destinasyonların gastronomik değerlerinin tanıtılmasında aktif rol oynadıklarını ortaya koymuştur. Sosyal medya aracılığıyla yapılan tanıtımlar, genç nesil turistlerin ve gastronomi öğrencilerinin destinasyon seçimlerinde etkili olmakta, aynı zamanda gastronomi turizmiyle ilgili farkındalığın artmasına katkı sağlamaktadır.

Gastronomi turizminin gelişimi ve sürdürülebilirliği için, sektörde faaliyet gösteren aktörlerin (aşçılar, işletmeciler, seyahat acenteleri, yerel yönetimler) bilgi, farkındalık ve işbirliği düzeylerinin artırılması gerekmektedir. Yentür ve Demir (2022a) İzmir'de yaptıkları

araştırmada, seyahat acentelerinin gastronomi turizmi konusunda yeterli bilgiye sahip olmadıkları, ancak bu alanda gelişime açık oldukları ve gastronomi turizminin potansiyelini artırmak için olumlu bir yaklaşıma sahip oldukları tespit etmiştir Çalışmada, seyahat acentelerinin gastronomi turizmiyle ilgili bilgi eksikliğinin giderilmesi ve yerel gastronomik kaynakların daha etkin şekilde tanıtılması gerektiği vurgulanmıştır. Aynı yazarlar farklı bir çalışmalarında ise gastronomi turizmi temalı turların geliştirilmesi için sektör paydaşlarının iş birliği yapmasının önemi ortaya koymuştur (Yentür ve Demir, 2022b).

Gastronomi turizminin eğitim boyutu da aşçılık programında okuyan öğrenciler açısından ayrı bir öneme sahiptir. Eğitim kurumlarının, öğrencilerin gastronomi turizmiyle ilgili bilgi, beceri ve farkındalık düzeylerini artıracak müfredat ve uygulama olanakları sunması gerekmektedir. Tovmasyan (2019) çalışmasında, gastronomi turizminin gelişimi için nitelikli insan kaynağı yetiştirmenin ve eğitim kurumlarının sektöre uygun programlar geliştirmesinin gerekliliği vurgulanmıştır. Ayrıca, öğrencilerin gastronomi turizmiyle ilgili motivasyonlarını ve kariyer beklentilerini anlamak, eğitim programlarının güncellenmesi ve sektörel ihtiyaçlara cevap verecek şekilde yapılandırılması açısından önemlidir.

Gastronomi turizmiyle ilgili yapılan nitel araştırmalar, öğrencilerin bu alandaki bilgi düzeylerini, algılarını, deneyimlerini ve beklentilerini anlamak için önemli bir yöntem sunmaktadır. Açık uçlu sorular aracılığıyla elde edilen veriler, öğrencilerin gastronomi turizmi kavramını nasıl tanımladıkları, bu alanda hangi faaliyetlere katıldıkları, gelecekte hangi aktiviteleri yapmayı düşündükleri ve gastronomi turizminin olumlu-olumsuz etkileri hakkındaki görüşlerini derinlemesine analiz etme imkânı sunmaktadır. Bu tür araştırmalar hem eğitim kurumları hem de sektör paydaşları için yol gösterici nitelikte olup gastronomi turizminin sürdürülebilir gelişimi için gerekli stratejilerin belirlenmesine katkı sağlamaktadır. Yarış ve arkadaşları (2019) gastronomi turizmi strateji ve eylem planları üzerine yaptıkları çalışmada, farklı destinasyonların benzer stratejiler geliştirdiği ve bu stratejilerin ortak bir vizyon, misyon ve hedefler çerçevesinde şekillendiğini belirtmiştir.

Özetle, gastronomi turizmi kavramı, aşçılık ve gastronomi programlarında okuyan öğrenciler için çok boyutlu bir araştırma alanı sunmakta; bilgi, algı, deneyim ve beklentilerin nitel olarak incelenmesi hem akademik hem de sektörel açıdan önemli katkılar sağlamaktadır. Gastronomi turizminin tanımı, kapsamı, olumlu ve olumsuz etkileri, sektörel aktörlerin rolü ve eğitim boyutu, disiplinler arası bir yaklaşımla ele alınarak, bu alandaki gelişmelerin ve ihtiyaçların bütüncül bir şekilde değerlendirilmesi gerekmektedir.

3. Yöntem

Araştırmanın amacı aşçılık ön lisans öğrencilerinin gastronomi turizmine yönelik algı ve tutumlarını belirlemektir. Bu amaç doğrultusunda Harran Üniversitesi Halfeti Meslek Yüksekokulu Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri bölümü Aşçılık programında okuyan 20 öğrenciye yedi açık uçlu soru ile dört demografik soru yöneltilmiştir. Bu sorular: “Bu bölüme gelmeden önce gastronomi turizmi hakkında bir bilginiz var mıydı?”, “Gastronomi turizm kavramı size neyi ifade etmektedir, gastronomi turizmi kavramını tanımlar mısınız?”,

“Gastronomi amaçlı seyahat ettiniz mi? Seyahat ettiyseniz seyahat etmenizdeki asıl amaç nedir?”, “Şu ana kadar gastronomi turizm aktiviteleri olarak hangi faaliyetlere katıldınız?”, “Gelecekte belirtilen gastronomi turizm aktivitelerinden hangilerini yapmayı düşünüyorsunuz?”, “Gastronomi turizminin olumlu etkileri sizce neler olabilir?”, “Gastronomi turizminin olumsuz etkileri sizce neler olabilir?” sorularıdır. Araştırma verilerinin toplanabilmesi için Harran Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu’ndan 10.08.2023 tarihi ve 2023/115 karar/sayı numarası ile etik kurul izin belgesi alınmıştır. Araştırmada veri toplama yöntemlerinden görüşme tekniği kullanılmıştır. Görüşme formunun hazırlanması aşamasında araştırma amacına uygun olarak literatür taranmıştır. Literatür taraması sonucunda belirlenen araştırma sorularını içeren bir görüşme formu hazırlanmıştır. Görüşme formunun amaca uygunluğu ve yeterliliğine ilişkin olarak alanında uzman üç öğretim üyesinden görüş alınmıştır. Gelen öneriler doğrultusunda düzenlenen form ile iki öğrenciyle görüşme yapılarak soruların uygunluğu ve yeterliliği test edilmiştir.

Araştırmanın evrenini Harran Üniversitesi Halfeti Meslek Yüksekokulu Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü Aşçılık Programında öğrenim gören 40 öğrenci oluşturmaktadır. Nitel veri toplanan araştırmalarda örneklem büyüklüğünün en az 15 olması gerekmektedir (Mason, 2010: 13). Veriler katılımcılardan 4 Ocak – 25 Ocak 2024 tarihleri arasında yüz yüze toplanmıştır. Görüşmeler ortalama 15 dakika sürmüştür. Yapılan 20 görüşmeden sonra veriler tekrar ettiğinden ve doygunluğa ulaştığından yeterli veri elde edildiği düşünülmüş ve veri toplama işlemi sona erdirilmiştir. Toplanan verilere nitel veri analizi yöntemlerinden içerik analizi ve betimsel analiz uygulanmıştır. İçerik analizinin tercih edilme amacı toplanan verileri açıklayabilecek kavramlara ulaşmak, betimsel analizin amacı ise toplanan verileri oluşturulan kodlara göre özetlemektir (Yıldırım ve Şimşek, 2013: 239). Bu doğrultuda katılımcılardan elde edilen yanıtlar neticesinde kodlar oluşturulmuştur. Ardından ortaya çıkan kodlara yönelik olarak katılımcı ifadelerine yer verilmiştir.

4. Bulgu ve Değerlendirilme

Katılımcıların %65’i kadın, %60’ı 18-21 yaş aralığındadır. İş tecrübeleri incelendiğinde %55’i 1-10 yıl arası sektör deneyimine sahip olan katılımcıların öğrenim sınıfları ise eşit dağılmaktadır. Katılımcıların demografik özelliklerine yönelik bulgular Tablo 1’de yer almaktadır.

Tablo 1. Demografik Dağılımlara Yönelik Bulgular

Cinsiyet	n	%	Yaş	n	%
Kadın	13	65	18-21 yaş	12	60
Erkek	7	30	22-27 yaş	8	40
Sınıf	n	%	Tecrübe	n	%
1.Sınıf	10	50	Yok	7	35
2.Sınıf	10	50	1 yıldan az	2	10
			1-10 yıl	11	55

Katılımcıların bölüme gelmeden önce gastronomi turizmi hakkındaki bilgi durumlarına yönelik soruya verdikleri cevaplar Tablo 2’de sunulmaktadır. Buna göre 12 öğrencinin bölüme gelmeden önce gastronomi turizmi konusunda bilgisi bulunurken 8 öğrencinin bilgisi

bulunmamaktadır. Katılımcı 1, 4 ve 7 gastronomi turizmi bilgisine yönelik olarak şu ifadeleri kullanmıştır:

“...Evet, hayatın günlük koşuşturmalarından ve zaruri ihtiyacı olan yemek yemeden dolayı gastronomi ile ilgili bilgiler sahiptim. Şehrimize gelen yabancıların sadece kültürümüze, tarihimize, antik şehirlere vs. Alanlarının dışında yeme ve içme kültürümüze olan merakını da biliyordum. Hatta Gaziantep gibi gastronomi şehirlerine insanların sadece yemek yemek için bile ziyaret ettiklerine şahit oldum...” (G1)

“...Evet insanoğlunun en temel ihtiyacının beslenme olduğunu biliyordum. Turizmin gelen turistlerin bir bölgenin sadece tarihi ve yaşamının değil o bölgenin yeni bir yiyecek ve içeceği tanıması ve deneyimlemesi olduğunu biliyorum...” (G4)

“...Bu bölüme gelmeden önce meslek lisesi öğrencisiyim aşçılık ben bu konuda şanslıyım o yüzden bilgim var çünkü okulda yemek olarak ve turizm derslerini işlediğim için bilgim mevcut hem serviste hem de mutfakta tecrübeliyim...” (G7)

Tablo 2. Gastronomi Turizmi Bilgisine Yönelik Bulgular

Bilgi Durumu	n	%
Evet	12	60
Hayır	8	40
Toplam	20	100

Katılımcılara yöneltilen “Gastronomi turizm kavramı size neyi ifade etmektedir, gastronomi turizmi kavramını tanımlar mısınız?” sorusuna verdikleri yanıtlardan elde edilen bulgular Tablo 3’te yer almaktadır. Tablo incelendiğinde 20 katılımcı tarafından toplam 66 tekrar ile 6 kod üretilmiştir. Tabloya göre sıklığı en yüksek olan ifade %27,27 ile “yiyecek-içecek kültürü” olmuştur. Takip eden ifadeler ise %21,21 ile merak ve %19,69 ile lezzet-tat ifadeleridir. kodlara ilişkin katılımcı ifadelerinden bazıları şu şekildedir:

“...Gastronomi turizmi bana bir şehrin kendine özgün yiyecek-içecek kültürüyle harmanlanmış lezzet macerası ve merakı olarak geliyor. Bana göre gastronomi turizmi, otantiklik kavramı olan toplumun kültürünü gösteren lezzet aktivitesidir...” (G3)

“...Gastronomi turizmi, seyahat edenlerin gittikleri yerlerdeki yemek kültürünü, yerel lezzetleri ve mutfak deneyimlerini keşfetme amacını taşır. Bu turizm türü, yerel yemeklerin tadını çıkarmak, yerel pazarlara ve restoranlara ziyaretler yapmak, yerel yemek pişirme derslerine katılmak veya yerel üreticileri ziyaret etmek gibi çeşitli aktiviteleri içerebilir...” (G9)

“...Bir bölgenin veya ülkenin yemek kültürünün turistler tarafından keşfedildiği ve deneyimlendiği bir turizm türüdür...” (G16)

Tablo 3. Gastronomi Turizmi Kavramına Yönelik İfadeler

İfadeler	n	%
(1) Yiyecek-İçecek Kültürü	18	27,27
(2) Merak	14	21,21
(3) Lezzet - Tat	13	19,69
(4) Aktivite - Faaliyet	10	15,15
(5) Deneyim	8	12,12
(6) Otantiklik	3	4,54
Toplam	66	100,00

Katılımcıların “Gastronomi amaçlı seyahat ettiniz mi? Seyahat ettiyseniz seyahat etmenizdeki asıl amaç nedir?” sorusuna yönelik yanıtlarına ilişkin ifadelerden elde edilen bulgulara Tablo 4’te yer verilmiştir. Tablo incelendiğinde katılımcıların %15’inin gastronomi amaçlı seyahat etmediği görülmektedir. Gastronomi amaçlı yapılan seyahatler %36,36 oranında farklı kültürlerin yemeklerini deneyimlemek için yapılırken, %30,30 oranında yiyecek içecek kültürlerini öğrenmek amacıyla yapılmaktadır. Katılımcıların 18,18’i ise yarışma ve gastronomi festivallerine katılmak amacıyla seyahat ettiklerini belirtmiştir. Katılımcılar katılma amaçlarına ilişkin görüşlerini şu ifadelerle aktarmışlardır:

“...evet, gastronomi amaçlı seyahat ettim. Benim için seyahat etmenin ana amacı, farklı kültürlerin yemeklerini deneyimlemek ve yerel mutfakları keşfetmektir. Yeni lezzetler keşfetmek, yerel halkla etkileşimde bulunmak ve kültürel deneyimler yaşamak benim için önemli motivasyon kaynaklarıdır...” (G5)

“...bir yere seyahat edeceksem yöremizde olmayıp sadece o yöreye ait hoş bir lezzeti ilk kez tatmak için seyahat ederim, oradaki örf adetleri yemekleri tatmak için o kültür hakkında bilgi edinmek için seyahat ederim...” (G11)

“...seyahate çıktığımda mutlaka gittiğim yer ve yörelerdeki yemekleri, meşrubatları, tatlıları denerim, merak ederim. Bölgedeki yemek kültürü ve tarihi hakkında bilgi ve tecrübe edinirim.” (G17)

“...hem Yörük kültürünün tanıtıldığı hem de yöresel yemeklerin yarışmasının düzenlendiği bir etkinliğe katılmak için seyahat ettim. Hatta düzenlenen o yarışmada katılanlar arasında arkadaşımla birinci seçildik...” (G19)

Tablo 4. Gastronomi Amaçlı Seyahatlere Yönelik Bulgular

İfadeler	n	%
(1) Seyahat etmedim	5	15,15
(2) Farklı kültürlerin yemeklerini deneyimlemek	12	36,36
(3) Yiyecek-içecek kültürlerini öğrenmek	10	30,30
(4) Yarışma ve gastronomi festivallerine katılmak	6	18,18
Toplam	33	100,00

Katılımcıların kendilerine yöneltilen “Şu ana kadar gastronomi turizm aktiviteleri olarak hangi faaliyetlere katıldınız?” sorusuna verdikleri cevaplara ilişkin ifadelerden elde edilen bulgular Tablo 5’te sunulmuştur. Tabloya göre 7 katılımcı herhangi bir faaliyete katılmadığını ifade ederken 10’ar katılımcı ise Halfeti 7. Meyve Yemekleri Festivali ile Mersin Yörük Kültürü ve Gastronomi Günlerine katıldıklarını ifade etmiştir. Katılımcılar katıldıkları faaliyetlere yönelik görüşlerini şu şekilde ifade etmiştir.

“...şu ana kadar gastronomi turizmi kapsamında birçok faaliyete katıldım. Yeni destinasyonlarda yerel restoranlarda yemek yedim, yerel pazarlara ziyaretler gerçekleştirdim ve yerel mutfak derslerine katıldım. Ayrıca yerel üreticileri ziyaret etmek, geleneksel yemek festivallerine katılmak ve yemek yarışmalarında yerel şeflerle etkileşimde bulunmak gibi etkinliklere de katıldım...” (G7)

“...okulumuzla birlikte Mersin’de Mersin Yörük Kültürü ve Gastronomi Günlerine katıldım ve düzenlenen yarışmada birinci oldum. Halfeti’de düzenlenen Meyve Yemekleri Festivalinde yemek hazırlama kısmında görev aldım. Çalışmaya gittiğim şehirdeki festivallere

katıldım. Antalya'da uluslararası Expo'ya katıldım. Onun dışında farklı yarışmalara da katılım sağladım...” (G19)

Tablo 5. Gastronomi Turizmine İlişkin Katılınan Faaliyetlere Yönelik Bulgular

İfadeler	n	%
(1) Katılmadım	7	21,87
(2) Mersin Yörük Kültürü ve Gastronomi Günleri	10	31,25
(3) Halfeti 7. Meyve Yemekleri Festivali	10	31,25
(4) Adana Portakal Çiçeği Festivali	2	6,25
(5) Hatay Gastronomi Günleri	2	6,25
(6) Antalya EXPO	1	3,12
Toplam	32	100,00

Katılımcıların “Gelecekte gastronomi turizm aktivitelerinden hangilerini yapmayı düşünürsünüz?” sorusuna yönelik verdikleri cevaplara ilişkin ifadelerden elde edilen bulgular Tablo 6’da yer almaktadır. Tablo incelendiğinde gastronomi turizmi aktivitelerine yönelik olarak katılımcılar tarafından 59 sıklık ile toplam 7 kod üretildiği görülmektedir. En sık tekrar eden ifade “Geleneksel Yemek Kültürü (%25,42)” olarak belirlenirken, bu ifadeyi “Gastronomi Festivalleri (%16,94)” ve “Workshop – Atölyeler (%15,25)” ifadeleri olarak tespit edilmiştir. Katılımcılar gastronomi turizmi aktivitelerine katılımlarına ilişkin olarak şu ifadeleri kullanmışlardır:

“...Gelecekte daha fazla gastronomi turizmi aktivitesine katılmayı düşünüyorum. Örneğin, farklı ülkelerin mutfağını daha detaylı keşfetmek, yemek pişirme atölyelerine katılmak, yemek turlarına katılmak, üzüm bağları veya çiftlikleri ziyaret etmek gibi deneyimler hedeflerim arasında yer alıyor. Ayrıca yerel lezzetleri denemek ve yerel mutfak kültürünü daha iyi anlamak için daha fazla araştırma yapmayı da planlıyorum...” (G2)

Tablo 6. Gastronomi Turizmi Aktivitelerine Yönelik Bulgular

İfadeler	n	%
(1) Geleneksel Yemek Kültürü	15	25,42
(2) Gastronomi Festivalleri	10	16,94
(3) Workshoplar - Atölyeler	9	15,25
(4) Gastronomi Yarışmaları	8	13,55
(5) Gastronomi Rotalarını Deneyimlemek	8	13,55
(6) Modern Yemek Kültürü	5	9,25
(7) Şeflerle İletişim	4	6,77
Toplam	59	100,00

“...geçmişimi kendi öz kültürümü unutmam. Geleneksel yiyeceklerin ve içeceklerin üretimini yapmak isterim. Gelecek ne kadar makineleşmeye doğru evrimleşmeye gitse de bence insanlar özünden kopamazlar. Bu yüzden bir kültürün otantikliğinin çok önemli olduğunu düşünüyorum. Kültürümü yansıtan bir mekan açıp orada geleneğimize uygun yemekler yapıp yemeklerimiz o toplumda yok olmasını, sürdürülebilir olmasını istiyorum...” (G6)

“...şehirlerde düzenlenen yemek yarışmalarında bulunmak isterim fakat yurtdışına gitme gibi bir planım var ve orda okuduğum bölüm üzerinden çalışmak istiyorum. İtalya'ya gidip oraya özgü pizza ve makarna yemek istiyorum. Eğer ki yurtdışına gitme sürecim uzarsa başka şehirlerde düzenlenen aktivitelere katılmak isterim ve ben de yeni şeyler keşfetmek

tatmak isterim. Çeşitli festivallere katılıp workshoplara katılıp şeflerle görüşmeyi düşünüyorum...” (G13)

Katılımcıların “Gastronomi turizminin olumlu etkileri sizce neler olabilir?” sorusuna yönelik verdikleri cevaplardan elde edilen ifadeler Tablo 7’de sunulmaktadır. Buna göre katılımcılar tarafından üretilen toplam 5 kod 46 kez tekrar etmiştir. En sık tekrarlanan ifadeler sırası ile “ekonomik katkı ve kalkınma” (%36,95), “yemek kültürünün korunması/sürdürülebilirliği” (%21,73), “tanıtım” (%17,39) kodları olarak belirlenmiştir. Kodlara ilişkin katılımcı ifadeleri şu şekildedir:

“...Gastronomi turizminin olumlu etkileri oldukça fazla olabilir. Bunlar arasında kültürel alışverişin teşvik edilmesi, yerel ekonomilere katkıda bulunulması, yerel üreticilerin desteklenmesi, yerel geleneklerin ve mutfak kültürünün korunması, turizm destinasyonlarının çeşitlendirilmesi ve sürdürülebilir turizm uygulamalarının teşvik edilmesi sayılabilir. Gastronomi turizmi, seyahat edenlerin yerel halkla etkileşimde bulunmalarına olanak sağlar, böylece kültürel anlayış ve hoşgörüyü artırabilir. Ayrıca, gastronomi turizmi destinasyonlarda istihdam yaratır ve ekonomik kalkınmayı teşvik eder...” (G5)

“...çeşitli kültürler hakkında bilgi edinmeyi sağlar. Farklı kültürleri tanımak, empati duygusunu geliştirmek açısından önemlidir. Aynı zamanda farklı lezzetleri tadıp damak zevkini geliştirmeye katkı sağlar. Ayrıca farklı yemek kültürlerinin oluşmasına katkı sağlar ve onlara saygı duymaya yardımcı olur. Birçok yeteneğin keşfedilmesini sağlar. Yeni lezzetlerin bulunması farklı kültürlerin birleşimiyle oluşur. Müthiş tabaklarla yerli yabancı herkesin ilgisi çekilebilir. Bu şekilde turizm sektörüne fazlasıyla yararı olur...” (G8)

“...turist sayısını artırarak ekonomiye katkı sağlar. İş imkanları sunuyor, istihdama ve gelir sağlamaya yardımcı oluyor. Böylece turist alan bölgelerin kalkınmasını sağlıyor ...bölge halkının, bölgeye ait olan tarihi değer ve yemek kültürünü, özünü korumaya yardımcı olur. Yemek yeme alışkanlığı ve içtiği meşrubatları o toplumun kültürünü gösteren en önemli etkidir...” (G13)”

“...yeni tatlar, içecekler, kültürler hakkında bilgi sahibi olunuyor ve kendi bakış açımız dışında başka insanların da tükettiği, yaptığı şeylere olumlu bakıyoruz ve garipsemiyoruz. Bu da farklı bir tat gördüğümüz zaman bize yabancı gelmemesini sağlar...” (G17)

Tablo 7. Gastronomi Turizminin Olumlu Etkilerine Yönelik Bulgular

İfadeler	n	%
(1) Ekonomik Katkı ve Kalkınma	17	36,95
(2) Yemek Kültürünün Korunması/Sürdürülebilirliği	10	21,73
(3) Tanıtım	8	17,39
(4) İstihdam	6	13,04
(5) Yerel Halkın Kültürel Etkileşimi	5	10,86
Toplam	46	100,00

Katılımcılara yöneltilen “Gastronomi turizminin olumsuz etkileri sizce neler olabilir?” sorusuna alınan cevaplardan elde edilen ifadeler Tablo 8’de yer almaktadır. Tablo incelendiğinde katılımcılar tarafından oluşturulan 4 kodun toplam 31 kez tekrar ettiği tespit edilmiştir. En sık tekrarlanan kodlar sırası ile “yerel gıda kaynaklarının aşırı tüketimi

(%38,70)”, “çevre kirliliği (32,25)” ve “bölgesel enflasyon” (%16,12) olarak belirlenmiştir. Katılımcılar kodlara yönelik ifadelerini şu şekilde aktarmışlardır:

“...kültürde yabancılaşmaya doğru evrimleşebilir. Toplumlar kültürüne sahip çıkmazsa, o toplumda yozlaşma meydana gelebilir. Mesela “lahmacun” yerine “turkish pizza” dersek, böylece yabancılaşma meydana gelebilir. İç ve dış turizm hareketlerinde o toplumun kültürel anlamda değişiklik görülebilir...” (G6)

“...Türkiye’nin gastronomi turizmi potansiyeli yüksek olmasına rağmen sektöre yönelik olumsuz faktörlerin varlığı da unutulmamalıdır Gastronomi turizminin olumsuz etkileri de göz ardı edilmemelidir. Bunlar arasında yerel gıda kaynaklarının aşırı tüketimi, yerel pazarların bozulması, yerel üreticilerin rekabet güçlerinin azalması, kültürel öğelerin ticarileştirilmesi, yerel halkın kültürel ifadelerinin değişmesi ve turizmle ilişkili çevresel etkilerin artması sayılabilir. Ayrıca, bazı durumlarda gastronomi turizmi, yerel halkın yaşam tarzını veya mutfak kültürünü otantik olmaktan çıkarabilir ve turist beklentilerine uyarlanmış sunumlara yönlendirebilir...” (G8)

“...insanların kültüründe yabancılaşma olabilir ve kültürünü koruyamazsa bilinen yemekler örf ve adetler zamanla değişebilir...” (G10)

“...festival ve etkinliklerde tek kullanımlık plastikler kullanılıyor. Bunlar çevre kirliliğine sebep oluyor. Ayrıca etkinliklerden ve yarışmalardan sonra etraf temizlenmiyor. Her yerde ambalajlar ve kalıntılar oluyor. Bu da çevrenin kirlenmesine sebep oluyor...” (G13)

Tablo 8. Gastronomi Turizminin Olumsuz Etkilerine Yönelik Bulgular

İfadeler	n	% (46)
(1) Yerel Gıda Kaynakların Aşırı Tüketimi	12	38,70
(2) Çevre Kirliliği	10	32,25
(3) Bölgesel Enflasyon	5	16,12
(4) Kültürel Yabancılaşma/Yozlaşma	4	12,90
Toplam	31	100,00

5. Tartışma, Sonuç ve Öneriler

Aşçılık ön lisans öğrencilerinin gastronomi turizmine yönelik algı ve tutumlarını belirlenmesinin amaçlandığı araştırma kapsamında öğrencilerin çoğunluğunun bölüme gelmeden önce gastronomi turizmi ile ilgili bilgilerinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bulgular, bu bilgi sahipliğinin kaynağının gastronomi şehirlerinde ikamet etmiş öğrencilerin bölümü tercih etmesi olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte yazılı ve görsel medyada gastronomi ve aşçılık temalı programların yer alıyor olması da bu sonuca etki etmiş olabilir. Aynı zamanda son dönemlerde birçok şehirde gastronomi konulu festivaller düzenlenmektedir. Bu festivallerin de sosyal medya gibi mercilerde yer alıyor olmasının bu sonucu etkilediğini söylemek mümkündür.

Aşçılık öğrencileri gastronomi turizminin kendilerine ne ifade ettiğini açıklarken yiyecek – içecek kültürü, merak, lezzet – tat, aktivite - faaliyet, deneyim ve otantiklik ifadelerinden faydalanmışlardır. Bu ifadeler aşçılık öğrencilerinin gastronomi turizmini yemek kültürünün deneyimlenmesi içeren faaliyetler ya da aktiviteler olarak ifade ettiklerini

göstermektedir. Bununla birlikte öğrenciler gastronomi turizmini “özgün yiyecek-içecek kültürüyle harmanlanmış lezzet macerası ve merakı”, “yerel yemeklerin tadını çıkarmak”, yemek kültürünün turistler tarafından keşfedilmesi ve deneyimlenmesi gibi ifadeler ile betimlemişlerdir. Bu betimlemelerden öğrencilerin gastronomi turizmine yönelik olumlu algıya sahip oldukları söylenebilir. Öğrencilerin aldıkları eğitimler ile son dönemde aşçılık ve gastronomiye yönelik medyada görünürlüğün artmasının, düzenlenen yarışma programları ile workshopların ve festivallerin öğrencilerin gastronomi turizmine yönelik sahip oldukları olumlu ilgi ve algı geliştirmelerinde etkisi olduğunu ortaya koymaktadır. Bu araştırma sonucu turizm eğitimi alan öğrencilerin sektörü olumsuz yönde algıladığı Pavesic ve Brymer (1990), Altman ve Brothers (1995), Kuslivan ve Kuslivan (2000), Richardson (2008), Köşker ve Unur (2017)’un çalışmalarıyla farklılık gösterirken aşçılık ve gastronomi ve mutfak sanatları eğitimi alan öğrencilerin sektöre yönelik algılarının olumlu olduğu Kurnaz vd. (2014), Harbalıoğlu ve Ünal (2014), Güdek ve Boylu (2017), Akoğlu vd. (2017), Alyakut ve Küçükkömürler (2018) çalışmasıyla paralellik göstermektedir.

Aşçılık eğitimi alan öğrencilerin büyük çoğunluğunun daha önce gastronomi amaçlı seyahat ettikleri tespit edilmiştir. Buna göre öğrenciler genel anlamda merak duygusu ile farklı kültürlerin kendine özgü yiyeceklerini deneyimleme ve yeme kültürlerini öğrenme, yarışma ve gastronomi festivalleri katılım amaçlarıyla seyahat etmişlerdir. Bu sonuçlar turizm öğrencilerinin toplumun yeme alışkanlıkları, örf, adet, gelenek ve görenekleri, yaşam tarzı, otantikliği deneyimlemek amacıyla seyahat ettiklerini belirleyen Yıldırım Saçılık ve Toptaş’ın (2017) yaptıkları araştırmayı destekler niteliktedir. Öğrencilerin farklı kültürlerin yemeklerini deneyimlemek, yerel mutfakları ve yeni lezzetleri keşfetmek, yerel halkla etkileşimde bulunmak gibi kültürel deneyimler yaşama motivasyonları ile seyahat ettikleri belirlenmiştir.

Aşçılık öğrencilerinin çoğunluğunun gastronomi temalı festival ve etkinliklere katıldıkları sonucuna ulaşılmıştır. Öğrencilerin katıldıkları etkinliklerde yerel restoranlarda yemek yeme, yerel pazarları ziyaret etme, yerel mutfak derslerine katılım gösterme gibi faaliyetleri gerçekleştirdikleri belirlendiği gibi düzenlenen yarışmalara katıldıkları, festivallerde yiyecek içecek hazırlama gibi operasyonlarda yer aldıkları da tespit edilmiştir. Bu sonuç, öğrencilerin bu faaliyetlere ve aktivitelere aktif olarak katılmaları gastronomi turizmine yönelik ilgiye ve olumlu algıya sahip olduklarını ortaya koymaktadır. Ayrıca organize edilen gastronomi etkinliklerinde operasyonda yer almalarından ve düzenlenen yarışmalara katılmaları öğrencilerin mesleki anlamda olumlu bir tutuma sahip olduklarını göstermektedir.

Aşçılık öğrencilerinin festivallere katılım motivasyonları geleneksel yemek kültürünü keşfetmek, gastronomi festivallerine katılmak, workshop – atölyelerde yer almak, gastronomi yarışmalarında bulunmak, gastronomi rotalarını deneyimlemek, modern yemek kültürünü keşfetmek, şeflerle iletişim kurmak olarak tespit edilmiştir. Bu bulgu aşçılık eğitimi alan öğrencilerin genel anlamda gelecekte geleneksel mutfak kültürünü içeren yemek turlarını deneyimlemek, gastronomi festivallerine katılmak ve farklı ülkelerin mutfaklarını detaylı keşfetmeye yönelik turizm aktivitelerinde yer almayı düşündükleri göstermektedir.

Öğrencilerin farklı ülkelerin mutfagını daha detaylı keşfetme, yemek pişirme atölyeleri ile yemek turlarına katılma, üzüm bağları veya çiftliklerini ziyaret etme, marka şehirlerin marka yemeklerini deneyimleme hedefleri oldukları gibi geleneksel yiyeceklerin ve içeceklerin üretimini yapma gibi faaliyetlerde bulunmak istedikleri de ortaya konmuştur.

Öğrencilerin gastronomi turizminin olumlu etkilerini açıklamak için ekonomik katkı ve kalkınma, yemek kültürünün korunması / sürdürülebilirliği, tanıtım, istihdam, yerel halkın kültürel etkileşimi ifadelerinden faydalandıkları sonucuna ulaşılmıştır. Aşçılık öğrencilerinin gastronomi turizminin yerel üreticileri destekleyerek yerel geleneklerin ve mutfak kültürünün korunmasına, farklı yemek kültürlerinin oluşmasına, yeni tatlar, içecekler, kültürler hakkında bilgi sahibi olunmasına yönelik olumlu düşüncelerinin olduğu belirlenmiştir. Bu sonuçlar gastronomi öğrencilerinin gastronomik ürünlerin ülke kültürünün tanıtımına katkı sağladığına yönelik Seçim (2020) ile Kutukız, Akyürek ve Özdemir (2018) çalışma sonuçlarıyla örtüşmektedir.

Aşçılık öğrencilerinin gastronomi turizminin olumsuz etkilerini belirlemek için yerel gıda kaynakların aşırı tüketimi, çevre kirliliği, bölgesel enflasyon, kültürel yabancılaşma/yozlaşma ifadelerinden yararlandıkları belirlenmiştir. Buna göre öğrencilerin geleneksel yemeklerin isminin yabancılaştırılması gibi kültürel yozlaşmanın meydana gelmesi, yerel gıda kaynaklarının aşırı tüketilmesi, etkinliklerde tek kullanımlık plastik ambalajların çevre kirliliğine yol açması, yerel pazarların bozulması gibi gastronomi turizminin olumsuz etkilere sahip olduğuna yönelik olumsuz algılarının olduğu tespit edilmiştir.

Bu çalışmanın sonuçları doğrultusunda, aşçılık ön lisans öğrencilerinin gastronomi turizmine olan ilgilerini artırmak ve daha olumlu bir algı oluşturmak için gastronomi turizmi konusundaki eğitim programları, öğrencilerin daha fazla bilgi edinmelerini ve konuya daha derinlemesine yaklaşmalarını sağlayacak şekilde güncellenmesi önerilebilir. Yine gastronomi festivalleri, yarışmalar ve workshoplar gibi uygulamalı etkinliklere öğrencilerin katılımı teşvik edilmelidir. Bu tür etkinlikler, öğrencilerin teorik bilgilerini pratikte uygulamalarına ve sektörle daha fazla etkileşime geçmelerine olanak sağlayacak, mesleklerine olan ilgilerini de arttıracaktır. Bu araştırma Halfeti MYO Ön lisans Aşçılık Programı öğrencileri ile kısıtlanmıştır. İleride yapılacak çalışmaların lisans ve lisans üstü öğrenci örneklemeleriyle yapılması farklı eğitim seviyesindeki öğrencilerin sonuçlarının karşılaştırmasına olanak sağlayarak alana katkı sunabileceği düşünülmektedir. Benzer çalışmaların farklı üniversitelerdeki öğrencilerle nicel yöntemlerle yapılması sonuçların genellenebilmesine katkı sağlayacağı söylenebilir.

Kaynakça

- Aktürk, H. (2021). The evaluation of studies about gastronomy tourism in the tourism literature. *Journalo Tourism Intelligence and Smartness*.4(2), 140-167.
- Altman, L. A., & Brother, L. R. (1995). Career longevity of hospitality graduates. *FIU Review*, 13(2)., 77-83.

- Arpacı, S. (2023). Elazığ'da gastronomi turizminin geliştirilmesine yönelik bir araştırma. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 11(3), 1857–1872.
- Ataberk, E. (2017). Tire (İzmir)'de turizm türlerini bütünleştirme olanakları: kültür turizmi, kırsal turizm, agroturizm ve gastronomi turizmi. *Turizm Akademik Dergisi*, 4(2), 153-164.
- Bayram, Ü. (2023). Gastronomi turlarında memnuniyet yaratan unsurlar. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 7(1), 219-239.
- Bessière, J. (1998). Local development and heritage: Traditional food and cuisine as tourist attractions in rural areas. *Sociologia Ruralis*, 38(1), 21-34.
- Cohen, E., & Avieli, N. (2004). Food in tourism: Attraction and impediment. *Annals of tourism Research*, 31(4), 755-778.
- Çalışkan, O. (2013). Destinasyon rekabetçiliği ve seyahat motivasyonu bakımından gastronomik kimlik. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 1(2), 39-51.
- Çavuş, M. N. (2024). Tourism and gastronomy: An evaluation on the promotion of local delicacies and their relationship with tourism. *Journal of Travel and Tourism Research*, 24(24), 36-66.
- Dalahmetoglu, K. B. (2024). Halk eğitimi merkezlerinde aşçılık eğitimi alan kursiyerlerin gastronomi turizmine karşı bakış açıları ve gastronomi turizmi kapsamında çalışma niyetleri: Kastamonu örneği. *Journal of Applied Tourism Research*, 4(2), 75-86.
- Demirci, B., Sarıkaya, G. S., & Erol, E. (2020). Türkiye'de gastronomi ve mutfak sanatları eğitiminin değerlendirilmesi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(4), 3311-3324.
- Deveci, B., Türkmen, S., & Avcıkurt, C. (2013). Kırsal turizm ile gastronomi turizmi ilişkisi: Bigadiç örneği. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 3(2), 29-34.
- Duman, A., & Güneş, S. G. (2024). Gastronomi Turizmi Kapsamında Antalya Lezzet Rotası. *Journal of Tourism And Gastronomy Studies*. 12(1), 663-685.
- Egeli, S., Kızıldemir, Ö., & Hülağa Kaderoğlu, G. (2023). Sürdürülebilir gastronomi turizmi kapsamında yenilebilir böcekler. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 10(3), 2638–2664.
- Eren, S. (2007). *Gastronomi ve Türk mutfacı*. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Everett, S., & Aitchison, C. (2008). The role of food tourism in sustaining regional identity: A case study of Cornwall, South West England. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(2), 150-167.
- Ertamay, S. (2022). Analyzing Gastronomy influencers' views about gastronomy tourism. [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. İzmir Katip Çelebi Üniversitesi.
- Görkem, O., & Sevim, B. (2016). Gastronomi eğitiminde geç mi kalındı acele mi ediliyor? *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(58), 977-988.
- Gün, S., & Kılıç, G. D. (2023). Eko gastronomi ve sürdürülebilir gastronomi. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 10(2), 999–1015.

- Güngör, O. (2022). Sürdürülebilir gastronomi turizmi bağlamında coğrafi işaret: Aydın Bozdoğan Olukbaşı Oğlak Çevirme Kebabı Örneği. *Nazilli İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 3(2), 84-92.
- Hall, C. M., & Mitchell, R. (2000). *Wine tourism around the world: Development, Management and Markets*. Butterworth-Heinemann.
- Hall, C. M. ve Sharples, L. (2008). *The Consumption of experiences or the experience of consumption? an introduction to the tourism of taste. In food and wine festivals and events around the world*. Routledge.
- Hall, C. M., & Sharples, L. (2004). *The consumption of experiences or the experience of consumption? An introduction to the tourism of taste. In Food tourism around the world* (pp. 1-24). Routledge.
- Hjalager, A. M., & Richards, G. (Eds.). (2002). *Tourism and Gastronomy*. London: Routledge.
- Kasap M., & Büyükşalvarcı, A. (2021). Evaluation of gastronomy tourism development indicators of Trabzon city. *Route Education and Social Science Journal*, 58, 319-330.
- Keskin, B., & Uysal, Ö. (2012). Gastronomi turizmi ve yeme-içme yerel ürünler. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(1), 227-245.
- Kivela, J., & Crotts, J. C. (2005). Gastronomy tourism: A meaningful travel market segment. *Journal of Culinary Science & Technology*, 4(2-3), 39-55.
- Kivela, J., & Crotts, J. C. (2006). Tourism and gastronomy: Gastronomy's influence on how tourists experience a destination. *Journal of hospitality & tourism research*, 30(3), 354-377.
- Köşker, H. ve Unur, K. (2017). Turizm lisans öğrencilerinin turizm sektöründe çalışma eğilimleri üzerine bir araştırma. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 14(2), 126-141.
- Kusluyan, S., & Kusluyan, Z. (2000). Perceptions and attitudes of undergraduate tourism students toward working in the tourism industry in Turkey. *Tourism Management*, 21(3): 251-269.
- Kutukız, D., Akyürek, S., & Özdemir, Ö. (2018). Turizm eğitimi alan orta öğretim düzeyindeki öğrencilerin mutfak departmanına yönelik tutumlarını belirlemeye yönelik bir araştırma. *OPUS International Journal of Society Researches*, 8(1), 125-146.
- Long, L. M. (2004). *Culinary tourism*. University Press of Kentucky.
- Mason, M. (2010). Sample size and saturation in PhD studies using qualitative interviews. *Qualitative Social Research*, 11(3), 1-19.
- Onur, N. (2021). Gastronomi turizmi ve Hatay lezzet rotası. *Turizm Ekonomi ve İşletme Araştırmaları Dergisi*, 3(2), 150-162.
- Öney, H. (2016). Gastronomi eğitimi üzerine bir değerlendirme. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 35, 193-203.
- Özaltaş Serçek, G., & Serçek, S. (2015). The role and importance of gastronomy tourism on destination branding. *Journal of Tourism Theory and Research*, 1(1), 15-28.

- Özçelik Bozkurt, H. (2018). Tokat ilinin gastronomi turizmi potansiyelinin incelenmesi ve geliştirilmesi. *Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 2(3), 49-55.
- Pavesic, D. V., & Breymeyer, R. A. (1990). Job satisfaction: What is happening to the young managers. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 31(1), 90-96.
- Richards, G. (2002). *Gastronomy: An essential ingredient in tourism production and consumption?* In M. Novelli (Ed.), *Niche Tourism: Contemporary issues, trends and cases* (pp. 191-205). Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Richardson, S. (2008). Gastronomy tourism: An exploration of the literature. *International Journal of Hospitality Management*, 27(3), 574-581.
- Santich, B. (2004). The study of gastronomy and its relevance to hospitality education and training. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 16(2), 100-105.
- Sarıışık, M., & Özbay, F. (2015). Gastronomi ve gastronomi turizmi kavramlarına yönelik bir literatür taraması. *Turizm Akademik Dergisi*, 2(2), 263-275.
- Seçilmiş, C., & Soydan, E. (2020). Türkiye’de gastronomi turizminin geliştirilmesine yönelik paydaş görüşleri üzerine nitel bir araştırma. *Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(17), 69-96.
- Seçim, Y. (2020). Gastronomi eğitimi alan öğrencilerin işletme mutfaklarına yönelik tutumları. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 641-652.
- Sormaz, Ü. (2017). Gastronomy tourism potential of Turkey. *Revista de turism-studii și cercetări în turism*, 24, 8-15.
- Şengül, S. (2017). Gastronomi Eğitimi ve Gastronomide Kariyer. İçinde M. Sarıışık, (Ed.), *Tüm Yönleriyle Gastronomi Bilimi* (169-186). Ankara: Detay yayıncılık
- Tovmasyan, G. (2019). Exploring the role of gastronomy in tourism. *SocioEconomic Challenges*, 3(3), 30-39.
- Yarış, A., Çakar, K., & Aykol, Ş. (2019). a qualitative analysis of gastronomy tourism strategy and action plan. *Turizm Akademik Dergisi*, 6(2), 289-298.
- Yentür, F., & Demir, C. (2022a). The current perceptions of travel agencies in İzmir about gastronomy tourism and their actual gastronomic tourism offers. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 5(1), 238-249.
- Yentür, F., & Demir, C. (2022b). Travel agencies’ role in gastronomy tourism development and a gastronomy tour example. *Journal of Tourism Leisure and Hospitality*, 4(2), 9-9.
- Yıldırım Saçılık, M., & Toptaş, A. (2017). Kültür turizmi ve etkileri konusunda turizm öğrencilerinin algılarının belirlenmesi. *Turizm Akademik Dergisi*, 4(2), 107-119.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2013). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Seçkin Yayınevi.
- Yüksek Öğretim Kurumu (YÖK), (2024). *Aşçılık Programı Bulunan Tüm Üniversiteler*. <https://yokatlas.yok.gov.tr/onlisans-program.php?b=30002>

A Qualitative Study on Culinary Students' Perceptions of Gastronomy Tourism: A Case Study of Halfeti Vocational School

Extended Abstract

Gastronomy tourism has emerged as a multidimensional form of tourism that extends far beyond the simple act of eating and drinking. It encompasses the exploration of cultural heritage, experiential learning, and the search for authenticity, while also creating spaces for local interaction and intercultural dialogue. In this context, the present study examines the perceptions and attitudes of culinary associate degree students toward gastronomy tourism in order to reveal how these future professionals conceptualize and evaluate this growing field. The participants of the study are students of the Culinary Program at Harran University Halfeti Vocational School. The relevance of the research lies in addressing an important gap in the academic literature. While numerous studies have explored gastronomy tourism in relation to its economic benefits, contributions to cultural sustainability, and role in destination marketing, much less attention has been devoted to the perspectives of culinary students. These students, as the potential workforce of the industry, will inevitably shape the development of gastronomy tourism in the coming decades. Understanding their perceptions is therefore critical both for academia and for practice.

Gastronomy is more than a matter of nutrition; it represents a cultural, historical, and social phenomenon. It integrates aesthetic appreciation, pleasure, and tradition, contributing significantly to the preservation of identity and heritage. Gastronomy tourism, accordingly, provides travelers with opportunities to immerse themselves in local cultures through tasting food, attending festivals, and learning traditional cooking techniques. As Hall and Mitchell (2000) argue, food in tourism is closely tied to globalization processes, but it also becomes a marker of identity and difference. Globally, gastronomy tourism has become a strategic instrument for destination branding, cultural exchange, and sustainable development. In Türkiye, the significance of this form of tourism is heightened by the richness of local cuisines, as well as the increasing number of educational programs in gastronomy and culinary arts. Previous studies have demonstrated that local cuisines contribute to urban branding and regional economies, while also attracting international recognition.

On the positive side, gastronomy tourism supports economic vitality, enhances the livelihoods of local producers, and contributes to sustainability goals. It allows destinations to differentiate themselves in increasingly competitive tourism markets and provides an avenue for preserving cultural traditions through food practices. Yet, gastronomy tourism also brings challenges and potential risks. Scholars have warned that excessive commercialization and the commodification of traditions may lead to cultural erosion. The more food becomes a product to be sold to tourists rather than an authentic cultural practice, the more fragile its heritage dimension may become. Environmental pressures created by high tourist demand and unsustainable practices represent additional concerns. Moreover, the rise of social media has accelerated both opportunities and risks. On the one hand, platforms promote destinations and increase interest among younger generations; on the other, they may reduce cultural practices into visually appealing but superficial experiences, detached from their deeper meanings.

The educational dimension is equally significant. Culinary students represent a group whose awareness and understanding of gastronomy tourism will influence both its professional and cultural trajectory. In this regard, curricula and practical training play an important role. When students are exposed to gastronomy tourism as a subject of study and practice, they are more likely to integrate its principles into their future careers. Conversely, lack of exposure may limit their understanding of gastronomy tourism to narrow perspectives focused merely on consumption or entertainment. Against this background, the present study explores how culinary students perceive gastronomy tourism in terms of its definitions, opportunities, and challenges.

The study employed a qualitative design. Semi-structured interviews were conducted with 20 culinary students at Harran University Halfeti Vocational School. The research instrument consisted of seven open-ended questions and four demographic questions, developed through an extensive literature review and subsequently validated by three experts. A pilot test was carried out with two students to ensure clarity and relevance. Interviews were conducted face-to-face between 4 and 25 January 2024, each lasting approximately 15 minutes. Ethical approval was granted by Harran University Ethics Committee (Decision No: 2023/115, dated 10.08.2023). Participants represented both first- and second-year students, with varying levels of professional culinary experience. Data were analyzed using content analysis and descriptive analysis techniques. Codes and categories were generated iteratively until saturation was reached, and representative quotations were included to strengthen the credibility of findings.

Demographic findings revealed that 65 percent of participants were female, while 35 percent were male. The majority (60 percent) were aged between 18 and 21 years, and the remainder were between 22 and 27 years. An equal number of students came from the first and second years of the program. More than half (55 percent) reported having professional culinary experience ranging from one to ten years, while 35 percent reported no experience at all. This diversity in background provided rich perspectives on the subject of gastronomy tourism.

In terms of prior knowledge, 60 percent of the students indicated that they were already familiar with the concept of gastronomy tourism before enrolling in the program. Much of this knowledge had been acquired through exposure to gastronomic hubs such as Gaziantep, a city widely recognized for its culinary heritage. When asked to define gastronomy tourism, students emphasized notions such as “food and beverage culture,” “taste and flavor,” “experience,” “activity,” and “authenticity.” These keywords suggest that students tend to perceive gastronomy tourism not only as an economic activity but also as a cultural and experiential practice.

Students described gastronomy tourism as encompassing cultural exploration, participation in festivals, and opportunities to engage with diverse cuisines. They emphasized its importance both for professional development and for personal enrichment. By framing gastronomy tourism in terms of experience and authenticity, the students demonstrated

awareness of its multidimensional nature. Their answers resonate with the wider literature, which highlights gastronomy tourism as a form of cultural consumption intertwined with identity, heritage, and social interaction.

Positive perceptions of gastronomy tourism among the students included its role in promoting local food cultures, enhancing intercultural understanding, supporting professional career pathways, and contributing to sustainable tourism. They acknowledged that gastronomy tourism can strengthen the visibility of regional cuisines, provide learning opportunities for chefs and culinary students, and stimulate local economies. At the same time, students did not ignore potential drawbacks. They expressed concern about cultural erosion, excessive commercialization of traditional cuisines, and environmental pressures linked to mass tourism. This critical perspective suggests that the students' understanding goes beyond celebratory narratives, encompassing a more balanced appreciation of opportunities and risks.

The findings overall indicate that culinary students perceive gastronomy tourism as a platform for cultural, experiential, and professional learning, rather than as a mere form of consumption. Their conceptualizations align with broader academic literature emphasizing the multidimensional nature of gastronomy tourism, which integrates culture, economy, and sustainability. By linking gastronomy tourism to cultural heritage, authenticity, and professional growth, the students displayed an informed and nuanced perspective. Their awareness of challenges such as commodification and cultural loss further suggests a critical engagement with the subject.

This research contributes to the academic literature by offering empirical insights into the perceptions of culinary students, a group that has been underexplored in prior studies. It expands understanding of how future professionals conceptualize gastronomy tourism in relation to cultural sustainability and experiential learning. In practical terms, the findings suggest several implications. First, culinary curricula should incorporate modules on gastronomy tourism to ensure that students develop a holistic understanding of its cultural and economic dimensions. Second, experiential learning should be prioritized through participation in local and international gastronomic events, internships, and field projects. Such activities would bridge theoretical knowledge with practice and encourage students to view gastronomy tourism as a meaningful career pathway. Third, collaboration between universities, local governments, and tourism businesses could create new opportunities for students to engage directly with gastronomy tourism in real-world settings. Fourth, sustainability principles should be embedded into student training to mitigate risks of over-commercialization and environmental degradation. Finally, future research should extend the scope to comparative analyses across different institutions and regions, and quantitative studies should be conducted to complement the qualitative insights presented here.

In conclusion, gastronomy tourism is perceived by culinary students as a multidimensional field that integrates cultural preservation, experiential learning, and professional development. Their perspectives highlight both the opportunities and the

challenges that characterize this form of tourism. By taking into account the voices of culinary students, this study underscores the importance of education in shaping the future of gastronomy tourism. The findings confirm that gastronomy tourism can serve as a bridge between tradition and innovation, culture and economy, and local identity and global exchange. However, realizing its full potential will require careful attention to sustainability, authenticity, and inclusivity. In this regard, culinary students, as the future actors of the industry, occupy a key position in ensuring that gastronomy tourism develops in a manner that is both economically viable and culturally respectful.

Atıf Gösterim/To Cite: Kayran, M. F. ve Şanlı Kayran, S. C. (2025). Aşçılık Öğrencilerinin Gastronomi Turizmi Algılarına Yönelik Nitel Bir Araştırma: Halfeti MYO Örneği, *Journal of Applied Tourism Research*, 6(2), 197 – 218. doi.org/10.5281/zenodo.17967819

Etik Onayı: Yazarlar bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara riayet edildiğini beyan etmiştir. Aksi bir durumun tespiti halinde derginin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazarlarına aittir.

Etik Kurul Onayı: Bu çalışma için, Harran Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu'ndan 10.08.2023 tarih ve 2023/115 sayılı karar ile "Etik Kurul Onayı" alınmıştır.

Destek Bilgisi: Çalışma için herhangi bir kurum ya da kuruluştan finansal destek alınmamıştır.

Bilgilendirilmiş Onam Formu: Yazarlar çalışmaya kendi rızalarıyla katılmıştır.

Katkı Oranı: 1. yazar: %50; 2. yazar: %50

Çıkar Çatışması: Makalede çıkar çatışması bulunmamaktadır.