

# Gastronomi Turizmi Kapsamında Tıbbi ve Aromatik Bitkilerin Mutfaklarda Kullanımı Üzerine Bir Araştırma

(A Study on the Use of Medicinal and Aromatic Plants in Cuisine with Regards to Gastronomy Tourism)

Yener OĞAN<sup>a</sup>

Zehra BULUT<sup>b</sup>

<sup>a</sup> Doç. Dr., Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi, Kaman Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, [oganyener@gmail.com](mailto:oganyener@gmail.com), ORCID: 0000-0002-1523-8498

<sup>b</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Artvin Çoruh Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, [zhrblt@artvin.edu.tr](mailto:zhrblt@artvin.edu.tr), ORCID: 0000-0002-8979-4390

## MAKALE BİLGİSİ

## ÖZET

### Anahtar Kelimeler:

Tıbbi ve aromatik bitki,  
Mutfak,  
Duyusal analiz,  
Gastronomi turizmi,  
Artvin.

**Gönderilme Tarihi:** 28 Kasım 2025

**Kabul Tarihi:** 31 Ocak 2026

### Makale Kategorisi:

Araştırma Makalesi

**\*Sorumlu Yazar:** Zehra BULUT

**Eposta:** [zhrblt@artvin.edu.tr](mailto:zhrblt@artvin.edu.tr)

Bu çalışmanın amacını, gastronomi turizmi kapsamında tıbbi ve aromatik özellik taşıyan bitkilerinin mutfaklarda kullanımını yaygınlaştırmak oluşturmaktadır. Betimsel tarama modeline uygun olarak tasarlanan çalışma, Artvin ili özelinde gerçekleştirilmiştir. Çalışmada tıbbi ve aromatik bitkilerin tespit edilmesinde, Artvin Çoruh Üniversitesi Tıbbi Aromatik Bitkiler Uygulama ve Araştırma Merkezi Müdürlüğü tarafından elde edilen verilerden yararlanılmıştır. Ardından Artvin yöresine özgü tıbbi aromatik özellik taşıyan bitkilerden yararlanılarak elde edilebilecek 41 çeşit yemek hazırlanmıştır. Yemeklerde bitkilerin baskın özellik olması ve ön planda çıkma kriteri göz önünde bulundurulmuştur. Yemekler; çorba, salata-atıştırmalık-içecek, ana yemek ve tatlı olmak üzere dört temel grupta sınıflandırılmış ve sunumları porsiyonlar halinde yapılmıştır. Son olarak yemeklerin duyu analizi gerçekleştirilebilmek amacıyla panel ortamı oluşturulmuş ve duyu analizler gerçekleştirilmiştir. Panel, 11 panelist ve 1 panel lideri olmak üzere toplam 12 kişi ile gerçekleştirilmiştir. Duyusal analizlerde yemek gruplarına göre ortalama değerlere yer verilerek ürünlerin kalite karakteristikleri belirlenmiştir. Çalışmada, Köndar ve Biberiyeli Tutmaç Çorbası (Çorbalar), Likapalı Krep (Salata-Atıştırmalık-İçecek), Zerdeçal Mayonez Soslu Tavuk Bonfile (Ana Yemek) Kızılıcak Hurmalı Pasta ve Salep Hurmalı Tart (Tatlı) panelistler tarafından en yüksek ortalama değerlendirilen ürünler olarak tespit edilmiştir. Çalışma sonuçlarına göre tıbbi ve aromatik bitkiler kullanılarak mutfaklarda hem geleneksel hem de yenilikçi yemekler elde edilebileceği ortaya konulmuştur. Ayrıca bu yemeklerin geliştirebileceği, farklı lezzet ve aromalara ulaşılabilmesi, yeni ürünler elde edilebileceği çalışmanın öne çıkan diğer sonuçları arasındadır. Bu bağlamda yöredeki tıbbi ve aromatik bitki çeşitliliğinin gastronomi turizmi kapsamında mutfaklarda değerlendirilmesi ve kullanımının yaygınlaştırılması gerektiği önerilmektedir.

## ARTICLE INFO

## ABSTRACT

### Keywords:

Medicinal and aromatic plants,  
Cuisine,  
Sensory analysis,  
Gastronomy tourism,  
Artvin.

**Received:** 28 November 2025

**Accepted:** 31 January 2026

### Article Classification:

Research Article

**\*Corresponding Author:** Zehra BULUT

**Email:** [zhrblt@artvin.edu.tr](mailto:zhrblt@artvin.edu.tr)

This study aims to popularize the use of medicinal and aromatic plants in cuisine within the scope of gastronomic tourism. Designed according to a descriptive survey model, the study was conducted specifically in Artvin province. Data obtained from the Artvin Çoruh University Medicinal and Aromatic Plants Application and Research Center were used to identify medicinal and aromatic plants. Subsequently, 41 different dishes were prepared using medicinal and aromatic plants unique to the Artvin region. The criterion considered was the dominance and prominence of the plant characteristics in the dishes. The dishes were classified into four main groups: soup, salad-appetizer-drink, main course, and dessert, and presented in portions. Finally, a panel was created to conduct sensory analyses of the dishes. The panel consisted of 11 panelists and 1 panel leader, totaling 12 people. In the sensory analyses, average values were given according to the dish groups to determine the quality characteristics of the products. In the study, Köndar and Rosemary Tutmaç Soup (Soups), Likapalı Crepe (Salad-Snack-Drink), Chicken Fillet with Turmeric Mayonnaise Sauce (Main Course), Cranberry Date Cake, and Salep Date Tart (Desserts) were identified as the products that received the highest average ratings from the panelists. According to the study results, it has been shown that both traditional and innovative dishes can be prepared in kitchens using medicinal and aromatic plants. Furthermore, the study highlights that these dishes can be improved, leading to different flavors and aromas and the creation of new products. In this context, it is suggested that the diversity of medicinal and aromatic plants in the region should be evaluated, and their use should be widespread in kitchens within the scope of gastronomy tourism.

\*Bu çalışma, Artvin Çoruh Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinatörlüğü tarafından bilimsel araştırma projesi olarak desteklenmiştir. Proje No: 2023.TA8.S75.02.01.

**Makalenin Künyesi:** Oğan, Y. & Bulut, Z. (2026). Gastronomi Turizmi Kapsamında Tıbbi ve Aromatik Bitkilerin Mutfaklarda Kullanımı Üzerine Bir Araştırma, *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 29 (1), 1-23. DOI: 10.55931/ahbvtdf.1831928.

## 1. Giriş

İnsanlar, doğadaki bitkileri keşfederek beslenme gereksinimlerini gidermiş ve yaşamsal fayda elde etmişlerdir. Bu bitkilerin tıbbi ve aromatik özelliklerinin öğrenilmesiyle başta sağlık olmak üzere çeşitli amaçlar ve farklı alanlarda kullanılarak günümüze kadar ulaşmıştır. Günümüzde tıbbi ve aromatik bitkiler, içerdikleri farmasötik, kozmetik ve besin değerleriyle ilgi gören bir alanı kapsamaktadır (Rasool Hassan, 2012). Taghouti vd. (2022) tarafından, tıbbi aromatik bitkilerin yabani flora içerisinde önemli bir unsur olduğuna dikkat çekilmiştir. Aynı zamanda tıbbi aromatik bitkilerin genellikle ilaçlar, içecekler, şekerlemeler ve yiyeceklerde kullanıldığı belirtilmiştir. Son yıllarda dünya çapında tıbbi ve aromatik bitkilerin öneminin ve potansiyelinin artması, sanayi sektörleri için önemli bir hammadde kaynağını oluşturmasının yanı sıra gastronomi, kırsal kalkınma, sağlık, turizm gibi alanlarda önemli bir ürün haline gelmesini sağlamıştır. Dolayısıyla tıbbi ve aromatik bitkilerin yerel toplulukların ekonomik, sosyal, kültürel ve ekolojik ortamlarında temel bir rol oynadığı ifade edilmektedir (Pergola vd., 2024).

Tıbbi ve aromatik bitkilerin yaygın olarak kullanıldığı alanların başında mutfaklar gelmektedir. Bu bitkilerin mutfaklarda temel malzeme veya yardımcı malzeme olarak yemek, baharat, içecek olmak üzere farklı şekillerde kullanımı bulunmaktadır. Artvin, sahip olduğu zengin bitki örtüsü sayesinde tıbbi ve aromatik bitki çeşitliliği bakımından dünyanın önemli merkezlerinden biridir. Örneğin; 2020 yılında Artvin Çoruh Üniversitesi, “Tıbbi ve Aromatik Bitkiler” alanında YÖK Bölgesel Kalkınma Odaklı Misyon Farklılaşması ve İhtisaslaşma Projesi kapsamında ihtisas üniversitesi olması bu durumu desteklemektedir. Dolayısıyla Artvin yöresinin tıbbi ve aromatik bitkilerle ilgili potansiyelin yüksek olduğu ve önemli kaynaklara sahip olduğu ifade edilmektedir. Bu potansiyelin ve kaynakların kullanılması, bölge turizmi açısından önemlidir. Çünkü bir destinasyonun gelişmesinde gastronomi turizmi faaliyetleri en belirleyici unsurlar arasında yer almaktadır.

Gastronomi turizmi, ziyaret edilen destinasyona özgü yiyecek ve içecek ile ilgili deneyim kazanmak amacı ile yapılan bir turizm faaliyetidir (Küçükkömürler vd., 2019). Turizm faaliyetlerinde olduğu gibi gastronomi turizmi de bir destinasyona ekonomik, sosyal, çevresel ve kültürel açıdan pek çok fayda sağlamaktadır. Bu faydalar, yerel ekonomiyi canlandırma, gelir çeşitliliği sağlama, istihdam yaratma, tanıtım ve imaj sağlama, kültürel mirasın korunmasına katkı sağlama, destinasyon çekiciliği artırma, turizmde mevsimselliği azaltma, yöreye özgü üretimi teşvik etme, yerel üreticiyi destekleme, kırsal kalkınma olarak sıralanabilir (Henderson, 2009; Everett ve Aitchison, 2008; Hjalager ve Richards, 2002). Buradan hareketle çalışmanın temel problem durumunu Artvin yöresine özgü tıbbi ve aromatik bitkilerle çorba, salata-atıştırma-çocuk, ana yemek, tatlı gibi hangi ürünler elde edilerek mutfakta kullanılabilir ve gastronomi turizmine nasıl katkı sunulabilir oluşturmaktadır. Dolayısıyla çalışmada, gastronomi turizmi kapsamında tıbbi ve aromatik özellik taşıyan bitkilerinin mutfaklarda kullanımını yaygınlaştırmak amaçlanmaktadır. Çalışma kapsamında kullanılan tıbbi ve aromatik bitkilerle ilgili veriler, Artvin Çoruh Üniversitesi Tıbbi Aromatik Bitkiler Uygulama ve Araştırma Merkezi müdürlüğünden elde edilmiştir. Bu doğrultuda Artvin yöresine özgü tıbbi aromatik özellik taşıyan bitkilerden yararlanılarak elde edilebilecek toplam 41 çeşit yemek tespit edilmiştir. Bu yemekler çorba, salata-atıştırma-çocuk, ana yemek ve tatlı olmak üzere dört temel grupta sınıflandırılmıştır. Yemekler, panelist değerlendirmelerine tabi tutularak duyu analizleri gerçekleştirilmiştir. Duyusal analizlerde yemek gruplarına göre ortalama değerlere yer verilerek ürünlerin kalite karakteristikleri belirlenmiştir. Bu bağlamda çalışmanın Artvin yöresinde tıbbi ve aromatik bitkilerin mutfakta kullanımını yaygınlaştırarak gastronomi turizmi potansiyeline katkı sağlanması hedeflenmektedir.

## 2. Kavramsal Çerçeve

### 2.1. Gastronomi Turizmi ve Artvin

Dünyanın en büyük sektörlerinden biri olarak kabul edilen turizm, insanların iş, eğlence vb. nedenlerle yakın çevreleri ile günlük çalışma ortamlarından geçici olarak uzaklaşmak için sürekli

ikamet ettikleri yerlerin dışında farklı ülke, bölge veya şehirlere geçici olarak gerçekleştirdikleri seyahatler sonucu ortaya çıkan ekonomik, kültürel ve sosyal bir olgu olarak tanımlanmaktadır (UN Tourism, 2025; Hall ve Page, 2014). Diğer sektörlerden farklı olarak turizm, fiziksel tesisler, hizmet, misafirperverlik, seçim özgürlüğü ve katılım unsurlarından oluşmaktadır. Dolayısıyla turizm bir ürünün girdilerden başlayıp ara girdiler ve çıktılar aracılığıyla turistin nihai deneyimine ulaşan üretim süreciyle ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla kendine özgün ürün ve üretim yapısıyla bir sektör niteliği taşıyan faaliyetler bütünü olarak tanımlanmaktadır (Smith, 1994).

Turizm zaman içerisinde yalnızca seyahat ve konaklama faaliyetlerini değil, aynı zamanda destinasyonun kültürünü, yaşam biçimini, doğal zenginliklerini ve yöresel değerlerini deneyimleme sürecini içeren çok boyutlu bir yapı haline gelmiştir. Bu nedenle turizm, destinasyonların ekonomik kalkınmasına katkı sağlayan, istihdam yaratan ve yerel toplulukların yaşam kalitesini artıran stratejik bir sektör niteliği taşımaktadır (Hall ve Page, 2014). Destinasyonların sürdürülebilir rekabet gücü kazanabilmesi ise sunulan ürün/ hizmetlerin çeşitlendirilmesine, deneyim odaklı turistik çekiciliklerin artırılmasına ve ziyaretçi memnuniyetinin güçlendirilmesine bağlıdır. Ürün ve hizmet bağlamında turistik ürün çeşitlendirilmesinde destinasyonun çekim potansiyelini artırmada gastronomi önemli yer teşkil etmektedir.

Gastronomi, yeme içme faaliyetinin yaşamsal fonksiyonu da baz alındığında, turistik deneyimin ayrılmaz bir parçasıdır (Richards, 2002). Destinasyonlar, gastronomik unsurları bir bölgenin marka imajını güçlendiren, yerel kimliğini koruyarak turistik çekiciliğini artırmaya yardımcı olan bir turizm kaynağı olarak görmektedirler (Gordin vd., 2016). Bu bağlamda diğer turistik aktivitelerden farklı olarak, yemek yeme, bir destinasyonu ziyaret eden turistler için birincil ihtiyaç olarak değerlendirilmekte olup, yöresel yiyecek ve içeceklerin deneyimlenmesi aracılığıyla farklı kültürleri öğrenmeye motive olan turistleri cezbetmektedir (Kumar, 2019). Gastronomi turizmi mutfak turizmi veya yemek turizmi olarak da adlandırılmaktadır ve bu kavram, “*belirli bir tür yiyeceği veya belirli bir bölgenin ürünlerini deneyimleme arzusu*” olarak tanımlanır (Hall ve Sharples, 2003). Bir destinasyonu ziyaret eden turistlerin o destinasyonun yöresel mutfağı ile karşılaşma olasılığı oldukça yüksektir (Seyitoğlu ve Ivanov, 2020). Dolayısıyla çok boyutlu bir yapıya sahip olan turizm sektörü destinasyonlar açısından güçlü bir pazarlama aracı olarak yemek yeme faaliyetini öne çıkaran ve “*gastronomi turizmi*” olarak adlandırılan yeni bir turizm türünün ortaya çıkmasına neden olmuştur (Kumar, 2019). Bu bağlamda gastronomi turizmi, destinasyonlar açısından önemli bir rekabet avantajı oluşturan farklılaştırma ve markalaşma aracı olarak öne çıkmaktadır. Gastronomi turizmi; bireylerin bir bölgenin mutfak kültürünü tanıma, yöresel yemekleri tatma, üretim süreçlerine katılma ve gastronomik kimliği deneyimleme motivasyonu ile gerçekleştirdikleri seyahatlerin tümünü kapsamaktadır (Hall ve Sharples, 2003).

Gastronomi turizmi, bir turistin kendi yeme-içme kültürüne dayanarak bir destinasyon seçme kararından büyük ölçüde etkilenir. Dolayısıyla seyahat etmede önemli rol oynayan yerel yemekler, seyahat için başlıca itici güçlerden biri olarak değerlendirilebilir. Yeme içme faaliyetlerinin yanı sıra kültürü de içerisinde barındıran gastronomi, turistlerin bir destinasyonu ziyaret etmelerinin temel nedenlerinden biri olabileceği gibi turistik destinasyonların ekonomilerine de önemli katkılar sağlamaktadır (Mak vd., 2012; Kivela ve Crofts, 2006; Telfer ve Wall, 2000). Bir destinasyonun mutfak kültürü, destinasyonun kültürel kimliğinin bir parçası olarak turistler üzerinde güçlü bir çekicilik yaratmakta ve seyahat motivasyonlarının oluşmasında belirleyici rol oynamaktadır. Nitekim araştırmalar, gastronominin bir destinasyon tercihini doğrudan etkileyen önemli faktörlerden biri olduğunu ortaya koymaktadır (Mak vd., 2012; Kivela ve Crofts, 2006). Bunun yanı sıra gastronomi turizminin turistlerin konaklama süresini uzatma, harcama düzeyini artırma, yerel üretimi destekleme ve bölgesel kalkınmaya katkıda bulunma gibi önemli ekonomik etkiler yaratma potansiyeli bulunmaktadır (Everett ve Slocum, 2013). Tüm bunlara ilave olarak, yemek yeme, turistlere turistik deneyimin “deneyimsel” kısmını yerine getirebilecek “duyusal zevk” sunan, görme, dokunma, işitme, tatma ve koku alma olmak üzere beş duyunun tümünü tatmin eden benzersiz bir turistik aktivite biçimi olarak değerlendirilmektedir (Mak vd., 2012). Gastronomi turizminin destinasyonlara

sağladığı başlıca faydalar arasında kültürel mirasın korunması, yerel ürünlerin tanıtılması, kırsal kalkınmanın desteklenmesi ve destinasyon imajının güçlendirilmesi yer almaktadır. Yöresel mutfak kültürü, bir destinasyonun özgünlüğünü belirleyen temel unsurlardan ve turistlere benzersiz bir deneyim sunarak destinasyon markalaşmasına katkı sağlar (Bessière, 1998). Dolayısıyla gastronomi, turizm sektöründe ekonomik olduğu kadar kültürel bir değer olarak da stratejik öneme sahiptir.

Gastronomi turizmi kırsal alanlarda, yemek turizmi, yerel ürünleri tanıtmak ve pazarlamak için yeni fırsatlar sunarken, toplum kimliğinin ve kültürel farklılığın ifadesi yoluyla ziyaretçi deneyimlerini de zenginleştirmektedir (Rusher, 2003). Kültürün bir ifadesi olarak kabul edilen gastronomi turizmi, kültürel turizmin bir alt kategorisi olarak ifade edilmektedir. Gastro turistlerin bir destinasyonu ziyaret etme istekleri, meraklarından, yeni bir kültür keşfetme arzularından ve keşfetmeyi amaçladıkları unutulmaz yemek deneyimlerinden kaynaklanmaktadır (Manola ve Koufadakis, 2020). Bu çerçevede Artvin hem doğal çevresi hem de kültürel çeşitliliği ile gastronomi turizmi açısından önemli bir potansiyele sahiptir. Yöresel mutfaklar, gastronomi alanında önemli araştırma konularından biri olarak öne çıkmıştır. Tarihsel süreç içerisinde farklı kültürel grupların bölgeye katkı sunması, Artvin mutfağının özgünlüğünü artırmış ve bu zenginlik gastronomi turizmi açısından önemli bir çekicilik unsuru oluşturmuştur (Oğan, 2025). Karadeniz ve Doğu Anadolu yemek kültürlerinin birleştiği bir coğrafyada yer alan Artvin’de bal, süt ürünleri, mısır unlu yemekler, hamur işleri ve et yemeklerinin yanı sıra yöresel olarak ifade edilen tıbbi ve aromatik bitkiler geniş bir gastronomik çeşitliliği oluşturmaktadırlar. Artvin’i doğa turizmi, yayla turizmi, kültür turizmi ve macera turizmi kapsamında ziyaret eden turistler, yörenin mutfak kültürünün deneyimlenmesini de seyahatlerinin önemli bir parçası olarak değerlendirmektedir. Dolayısıyla Artvin’de turizmin gelişiminde gastronominin rolünün giderek arttığını söylemek mümkündür (Oğan ve Durlu Özkaya, 2021). Sonuç olarak gastronomi turizmi, Artvin’in turizm çeşitliliğini artırma, destinasyon imajını güçlendirme ve sürdürülebilir bölgesel kalkınmayı destekleme açısından önemli bir potansiyel sunmaktadır. Bu potansiyelin etkili biçimde değerlendirilebilmesi, gastronomi turizminde öne çıkan Artvin’in yöresel mutfak kültürünün bir parçasını oluşturan özgün tıbbi ve aromatik bitkilerin ön plana çıkarılması ile mümkün olacaktır.

## **2.2. Tıbbi ve Aromatik Bitkiler**

Tarihsel süreç incelendiğinde tıbbi ve aromatik bitki türlerinin çoğunluğunun doğadan elde edildiği ve insan sağlığı ve toplumların kültürüyle yakından ilişkili olduğu belirtilmektedir (Brinckmann vd., 2022). Tıbbi ve aromatik bitkiler; hastalıkların önlenmesi, sağlığın korunması ya da tedavi edilmesi amacıyla kullanılan, doğal kökenli bitkisel ürünlerdir. Bu bitkiler, doğrudan ya da işlenmiş biçimde, bir veya birden fazla bitkiden elde edilen ve tedavi edici ya da insan sağlığına faydalı olduğu bilinen maddeleri içerir (Bayram vd., 2010). Aynı zamanda, ilaç olarak değerlendirilen bu bitkiler; çeşitli kısımları veya bu kısımlardan elde edilen bileşenleri sayesinde, içten ya da dıştan uygulanarak sağlık alanında kullanılırlar (Faydaoğlu ve Sürücüoğlu, 2011; Gökteş ve Gıdık, 2019). Bu tanımlamalar incelendiğinde tıbbi ve aromatik bitkilerin sağlık yönlerine vurgu yapıldığı görülmektedir. Ancak görüldüğü üzere “tıbbi” ve “aromatik” terimi genellikle birlikte kullanılmaktadır (Kösa ve Güral, 2019; Temel vd., 2018). Genellikle çeşitli hastalıkların tedavisinde alternatif olarak kullanılan bitkiler tıbbi olarak ifade edilmekteyken, koku ve tat vermeleri amacıyla kullanılan bitkiler ise aromatik bitkiler olarak adlandırılmaktadır. Bu bağlamda tıbbi ve aromatik bitkiler, yalnızca tıbbi olarak değil aynı zamanda yakın ve çoğunlukla örtüşen çeşniler, gıda ve kozmetik alanlarında da kullanılan tüm bitki çeşitlerini kapsayacak şekilde tanımlanmaktadır (Schippmann vd., 2002). Oğan ve Cömert (2022), çalışmalarında tıbbi ve aromatik bitkilerin ilaç, baharat, meşrubat, bitki çayları, uyarıcı etkisi, parfüm, zambak, müslaj, reçine, tanen, boya, insektisit, mum gibi çeşitli amaçlı kullanım alanlarına göre sınıflandırılmaları olduğunu belirtmiştir. Özellikle gastronomik açıdan yiyecek ve içecek formlarında kullanımı ve tüketimi şekline göre gıda, baharat, meşrubat, bitki çayı, uyarıcı, gıda takviyesi, gıda katkı maddesi gibi farklı formlarda değerlendirilebileceği ifade etmişlerdir. Dünya çapında öne çıkan tıbbi bitki sayısı 4-6 bin arasında iken, ticareti yapılan bitki türü sayısı ise 3 bin olarak belirtilmektedir (Acıbuca ve Bostan Budak, 2018). Dünyada ticareti yapılan tıbbi ve aromatik

bitkilerin ise % 50'si gıda, % 25'i kozmetik ve % 25'i ise ilaç sanayinde kullanılmaktadır (Bağdat, 2006).

Türkiye'de tıbbi ve aromatik bitkiler doğadan toplanarak ve kültürü yapılarak elde edilmektedir. Bu bitkiler genel olarak kekik, nane, biberiye, defne, kuşburnu, adaçayı, rezene, gül, anason, kimyon, sumak, mersin, meyan kökü, kapari, çöven otu, dağçayı, kardelen, salep, kişniş, çemen, çay, şerbetçi otu, kantaron, ısırgan, melisa, fesleğen, mahlep, ıhlamur çiçeği, biberiye, ardıç vb. olarak sıralanabilmektedir. Tıbbi ve aromatik bitkiler bakımından Türkiye'nin sahip olduğu iklim çeşitliliği, tarım alanları, coğrafi konum, yüzölçümü, bitki türleri gibi özellikler açısından önemli bir potansiyeli bulunmaktadır. Özellikle Artvin ili tıbbi ve aromatik bitkiler bakımından hem Türkiye'nin hem de dünyanın en önemli merkezlerinden biridir. Örneğin Yüksek Öğretim Kurumu'nun yükseköğretimde 2023 yılı hedeflerinden biri olan "Bölgesel Kalkınma Odaklı Misyon Farklılaşması ve İhtisaslaşma Projesi" kapsamında 23 Ocak 2020 tarihinde Artvin Çoruh Üniversitesi "*Tıbbi ve Aromatik Bitkiler*" alanında ihtisas üniversitesi olarak belirlenmiştir. Dolayısıyla Artvin ili flora bakımından Türkiye'nin en zengin illerinden biri olarak tanınmıştır. Bu kapsamda değerlendirildiğinde Artvin ilinde bulunan ve yüksek potansiyele sahip tıbbi ve aromatik bitkiler hem ülke hem de dünya çapında önemli bir değer taşımaktadır. Artvin ilinde, yaklaşık 4.000 metrelik yükselti farkı, Akdeniz, karasal ve osiyenik olmak üzere üç farklı iklimin bir arada görülmesi, su kaynakları bakımından zengin olması, jeolojik ve jeomorfolojik çeşitliliklerin mevcudiyetinden dolayı çok sayıda farklı bitki türünün yetişebilme imkânı bulunmaktadır. Artvin, toplam 2.727 adet doğal bitki taksonu ile Türkiye'nin en zengin ili olup, bunların 198'i endemik, 302'si endemik olmayan nadir olmak üzere 500 adedinin risk altında olduğu belirtilmektedir (Bak ve Çıfci, 2020; Eminağaoğlu vd., 2015). Artvin ilinde bulunan yöreye özgü tıbbi ve aromatik bitkiler, meyve, sebze veya yemiş olarak doğrudan tüketilebildiği gibi yemek, reçel, marmelat gibi pişirilmiş, işlenmiş veya yarı işlenmiş gıdalar olarak da değerlendirilebilmektedirler. Yöreye özgü tıbbi ve aromatik bitkilerden mutfaklarda kullanılan ürünlere örnek olarak çay, karalahana, ıhlamur, köndar (kekik), kuşburnu, kızılıçık, gilaburu, reyhan, kinzi (kişniş), ısırgan otu, karayemiş, çakşır, mürver, maviyemiş (likapa, ayıüzümü), Ardanuç alıcı, şerbetçi otu, fındık, hurma, kiraz, zeytin, lavanta, incir, armut, elma, erik, dut, üzüm, pazı vb. verilebilir.

Tıbbi ve aromatik bitkilerin kullanım alanları ile bilgiler, geçmiş deneyimler sayesinde nesilden nesile aktararak günümüze ulaşmıştır. Tıbbi ve aromatik bitkilerin geçmiş uygarlıklarda tıpta kullanımı ile ilgili yazılı belgelere ulaşılabilir. Ancak mutfakta kullanılan özellikle de yemeklerde kullanılan tıbbi ve aromatik bitkiler hakkında sınırlı kaynaklar bulunmaktadır (Bianchi, 2015). Yine de tıbbi ve aromatik bitkilerin mutfaklarda zengin bir kültürel geçmişin varlığı bulunmaktadır. Tıbbi ve aromatik bitkiler evde/mutfaklarda basit şekliyle kullanımının yanı sıra eczacılık, gıda sektörü, tütün, alkollü/alkolsüz içecekler, vernik/boya sanayi ve kimya sanayisinin de dahil olduğu geniş bir kullanım alanına sahiptir. Bu bitkilerin mutfaklarda hem aromatik özellikleri kullanılmakta hem de kendine has içerdikleri bileşenleri kullanılabilir (Çılgınoğlu vd., 2019). Yemeklik otlar, her türlü yemeğe lezzet ve renk katan otsu (yapraklı) bitkilerdir. Yemeklik ot olarak da değerlendirilebilen aromatik bitkiler, aroma vericiler (kekik, adaçayı, biberiye) ve/veya renklendiriciler (safran, kırmızıbiber) olarak mutfaklarda kullanılmaktadır (Çılgınoğlu vd., 2019). Gıdaların lezzetini, tadını ve rengini arttırmak amacıyla kullanılan bitkilerin baharatlarla kurutulmuş aromatik kısımları (yapraklar, tohumlar, ağaç kabuğu, kökler, rizomlar, tomurcuklar vb.) mutfaklarda sıklıkla kullanılmaktadır (Otunola, 2022). Tıbbi ve aromatik bitkilerin yaygın kullanım şekli olarak baharatlar geçmişten itibaren çeşitli alanlarda kullanılmaktadır (Göktaş ve Gıdık, 2019). Mutfaklarda kullanılan aromatik bitkiler, hazırlanan yiyecek ve içeceklere lezzet ve besin değeri katmak amacıyla kullanılmaktadır.

### 3. Yöntem

#### 3.1. Araştırmanın Amacı ve Problem Durumu

Gastronomi, yalnızca yeme içme faaliyeti olmanın ötesinde, yaşamsal bir ihtiyaçla kültürel bir deneyimi birleştiren yönüyle turistik deneyimin ayrılmaz bir parçası hâline gelmiştir (Kumar, 2019; Richards, 2002). Bu bağlamda çalışmanın temel amacı, gastronomi turizmi kapsamında tıbbi aromatik özellik taşıyan bitkilerin mutfaklarda kullanımını yaygınlaştırarak yerel mutfak kültürüne ve turistik ürün çeşitliliğine katkı sağlamaktır. Tıbbi ve aromatik bitkiler, geleneksel ve sağlıklı yaşam eğilimleriyle olan ilişkileri nedeniyle gastronomi alanında önemli bir potansiyel taşımaktadır. Doğadan elde edilen tıbbi ve aromatik bitkilerin mutfakta değerlendirilmesi ile kültürel zenginlik sağlamakla birlikte destinasyonların özgünlüğü artırılarak turistler için çekim unsuru oluşturulmaktadır (Faydaoğlu ve Sürücüoğlu, 2011; Gökteş ve Gıdık, 2019). Bu doğrultuda, çalışmanın temel problemi; Artvin yöresine özgü tıbbi ve aromatik bitkilerin kullanılmasıyla çorba, ana yemek, atıştırmalık ve tatlı gibi farklı yemek gruplarının hazırlanması yoluyla bu bitkilerin mutfakta nasıl kullanılabileceği ve bu kullanımın gastronomi turizmine ne şekilde katkı sunabileceğidir. Bu bağlamda Artvin, sahip olduğu zengin bitki çeşitliliği ve geleneksel kullanım bilgisi ile bu tür bir uygulama için uygun bir örnek teşkil etmektedir. Araştırma kapsamında şu sorulara yanıt aranmaktadır:

- Tıbbi ve aromatik bitkiler mutfakta kullanım açısından önemli bir potansiyele sahip midir?
- Tıbbi ve aromatik bitkiler yemeklerde baskın bir unsur olarak ön plana çıkarılabilir mi?
- Tıbbi ve aromatik bitkiler destekleyici bir içerik olarak nasıl işlev görebilir?
- Tıbbi ve aromatik bitkilerin mutfaklarda kullanımını yaygınlaştırılabilir mi?

Alan yazında, yerel gıdalara olan ilginin artmasında sağlık motivasyonunun belirleyici bir rol oynadığı, otantik ve doğal ürünlerin gastronomi turizmi kapsamında tercih edildiği yönünde bulgular yer almaktadır (Mak vd., 2012; Bayram vd., 2010; Kivela ve Crotts, 2006; Telfer ve Wall, 2000). Özellikle “sağlıklı yaşam” eğilimi, turistlerin yiyecek tercihlerini etkileyen temel unsurlardan biri hâline gelmiştir (Gökteş ve Gıdık, 2019; Faydaoğlu ve Sürücüoğlu, 2011). Bu durum, tıbbi ve aromatik bitkilerin mutfakta değerlendirilmesini ve gastronomi turizmi ürünleriyle entegrasyonunu daha anlamlı ve gerekli kılmaktadır. Bu kapsamda çalışma, betimsel tarama modeline dayalı olarak keşfedici nitelikte bir araştırma şeklinde tasarlanmıştır. Bu yöntem, mevcut durumun ortaya konulmasına, özellikle de yöreye özgü ürünlerin gastronomik değer taşıma potansiyelinin keşfine olanak sağlamaktadır. Aynı zamanda bu yaklaşım, ileride geliştirilebilecek uygulamalı çalışmalar için zemin hazırlamaktadır.

#### 3.2. Araştırma Ürünleri ve Yemek Grupları

Çalışma kapsamında kullanılacak tıbbi ve aromatik bitkilerin tespit edilmesinde, Artvin Çoruh Üniversitesi bünyesinde faaliyet gösteren Tıbbi Aromatik Bitkiler Uygulama ve Araştırma Merkezi Müdürlüğünden elde edilen verilerden yararlanılmıştır. Bu bitkilerin mutfaklarda kullanıma uygunluğuna göre bu bitkilerden hangi yemeklerin elde edilebileceği belirlenmiştir. Yemeklerin belirlenmesinde ise tıbbi ve aromatik özellik taşıyan bitkilerin ürünlerde baskın olması ve ürünlerin hazırlanışında ön planda olma kriteri göz önünde bulundurulmuştur. Ardından tıbbi ve aromatik bitkiler kullanılarak hazırlanacak olan bu yemeklerin standart reçeteleri oluşturulmuştur. Standart reçeteler, ilgili alan yazında yer alan bilgiler ile mutfak şefleri ve akademisyen görüşleri doğrultusunda son şekilleri verilmiştir. Araştırma sınırlılıkları kapsamında, çalışmada kullanılan ürünler ve hazırlanan yemekler bakımından yöreye özgü tıbbi ve aromatik bitkilerin kullanılması, bitkilere mevsimsellik ve yüksek maliyetten ötürü tedarik güçlüğü, zaman kısıtlılığı ve Artvin özelinde gerçekleşmesi olarak ifade edilebilir. Bu sınırlılıklar çerçevesinde tıbbi ve aromatik özellik taşıyan bitkilerden elde edilen ürünler çorba, salata-atıştırmalık-içecek, ana yemek ve tatlı olmak

üzere gruplandırılmıştır. Bu çerçevede yemek gruplarına göre kodlandırılan ürünlerde ön plana çıkarılan tıbbi ve aromatik bitkilere ait bilgilere Tablo 1’de yer verilmektedir.

**Tablo 1.** Yemek Gruplarına Göre Kodlandırılan Ürünler ve Ön Plana Çıkarılan Tıbbi ve Aromatik Bitkiler

Gruplar	Ürün Adı	Ön Plana Çıkarılan Bitki	Ürün Kodu
Çorba	Isırgan Otlı Çorba	Isırgan Otu	Ç1
	Dağ Pancarı Çorbası/Yemeği	Dağ Pancarı	Ç2
	Köndar ve Biberiyeli Tutmaç Çorbası	Köndar(Kekik)/Biberiye	Ç3
	Artvin Usulü Köndarlı Tutmaç Çorbası	Köndar	Ç4
	Karalahana Yoğurtlu Köndar Çorbası	Köndar/Karalahana	Ç5
	Reyhanlı Tavuk Çorbası	Reyhan	Ç6
Ana Yemek	Haşhaş Rezeneli Somon	Haşhaş/Rezene	A1
	Muşmula Yatağında Kızılıcık Soslu Dana Bonfile	Muşmula/Kızılıcık	A2
	Yoğurtlu Pazı Yatağında Naneli Tavuk Sarma	Nane/Pazı	A3
	Zerdeçal Mayonez Soslu Tavuk Bonfile	Zerdeçal	A4
	Isırgan, Karalahana ve Pancarlı Levrek	Isırgan/Karalahana/Pancar	A5
	Kinzili Fellah Köftesi	Kinzi (Kişniş)	A6
	Isırgan Dolgulu Misket Köfte	Isırgan otu	A7
	Yumurtalı Pazı Kavurma	Pazı	A8
	Isırgan Otu Pirinçlisi	Isırgan Otu	A9
	Kişniş Aromalı Havuç Soslu Dana Bonfile	Kişniş ve Havuç	A10
	Yaban Mersin ve Kuş Üzümlü Ballı Yahni	Yaban Mersini/Kuş Üzümlü	A11
	Reyhan Aromalı Tütsülenmiş Somon Balığı	Reyhan	A12
Salata, İçecek, Atıştırma	Likapalı Krep	Likapa (Mavi Yemiş)	S1
	Isırgan Otlı Graten	Isırgan Otu	S2
	Isırgan Otlı Taco	Isırgan Otu	S3
	Köndar-Niçoş-Reyhan Ekmeği	Köndar/Niçoş/Reyhan	S4
	Kinzili İçli Köfte	Kinzi	S5
	Kinzili Patates Püresi	Kinzi	S6
	Zerdeçal Narlı Humus	Zerdeçal/Nar	S7
	Ispanaklı Kiş	Ispanak	S8
	Mor Reyhan Şerbeti	Reyhan	S9
	Muşmula Çekirdekli Türk Kahvesi	Muşmula	S10
Tatlı	Kuşburnu Marmelatlı Muhallebi	Kuşburnu	T1
	Siyah Çaylı Dondurma	Siyah Çay	T2
	Gileburulu Yaş Pasta	Gilaburu	T3
	Kızılıcık Pancarlı Tart	Kızılıcık/Tarçın/Pancar	T4
	Limon Aromalı Adaçaylı Kurabiye	Adaçayı	T5
	Lavantalı Cheesecake	Lavanta	T6
	Yaban Mersinli Tart	Yaban Mersini	T7
	Siyah Çay Aromalı Kakaolu Kek	Siyah Çay	T8
	Kızılıcık Hurmalı Pasta	Kızılıcık/Hurma	T9
	Lavantalı Laz Böreği	Lavanta	T10
	Salep Hurmalı Tart	Salep/Hurma/Hibiskus	T11
	Ispanaklı İrmik Helvası	Ispanak-Pazı	T12
	Yusufeli Hurmalı Kurabiye	Hurma/Tarçın/Karaceviz	T13
<b>Toplam</b>			<b>41</b>

\*Çalışmadaki tablo ve şekillerin tamamı yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 1’de yer alan yemek grupları, yemek adları ve ön plana çıkarılan tıbbi ve aromatik bitkiler yer almaktadır. Her bir yemek grubunda yer alan ürün ile ilgili kodlamalar: Çorbalar için “Ç1, Ç2, .....”,

Salata-atıştırıcılık-içecekler için “S1, S2, .....”, Ana yemekler için “A1, A2, .....”, Tatlılar için “T1, T2, .....” şeklinde oluşturulmuştur. Yemek gruplarında yer alan ürünlerle ilgili kodlamaların oluşturulmasının temel sebebi, panel sürecinin objektif ve güvenilir bir şekilde sağlanmasıdır.

### 3.3. Araştırma Verilerinin Toplanması

Yemek guruplarına göre kodlaması yapılan ürünlerin pişirilme ve duyuşsal analiz işleme başlanılabilmesi amacıyla ilk olarak Artvin Çoruh Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etik Komisyonun 06.11.2023 tarihinde yapmış olduğu toplantıda etik açıdan uygun olduğu izni alınmıştır (Evrak Sayı Numarası: E-18457941-050.99-121748). Etik kurul izninin alınmasından sonra yemeklerin pişirilmesi ve duyuşsal analiz süreçlerine geçilmiştir. Yemeklerin pişirilmesi ve duyuşsal test işlemleri 01 Mart 2024-30 Haziran 2024 tarihleri arasında Artvin Çoruh Üniversitesi Turizm Fakültesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü Uygulama Atölyesinde gerçekleştirilmiştir. Yemeklerin tamamı, gastronomi ve mutfak sanatları bölümü öğretim üyelerinin eşliğinde bölüm öğrencileri tarafından kayıt altına alınarak hazırlanmıştır. Sunumları porsiyonlar halinde yapılan ürünlerin tadımı için duyuşsal analizleri gerçekleştirebilmek amacıyla panel ortamı oluşturulmuştur. Panelde on bir panelist ve bir panel lideri olmak üzere toplam on iki (12) kişi yer almıştır (Koppel, 2014). Duyusal analizde farklılık testleri için 10-20 panelist yeterli kabul edilmekte (Onoğlu ve Elmacı, 2019) olup, çalışma kapsamında on iki panelist yeterli görölmektedir. Duyusal değerlendirmeler gerçekte uyarı ve cevap tepkimeleriyle ilgilidir (Gönöl, 1983). Panelistlerden hazırlanan yemeklerin standartları göz önünde bulundurarak objektif olarak değerlendirme yapmaları istenmiştir. Dolayısıyla çalışmanın örneklem grubunu alanında uzman ve duyuşsal analiz eğitimi almış panelistler oluşturmuştur. Panelistlerin belirlenmesinde gastronomi ve mutfak sanatları ile gıda mühendisliği alanında eğitim almış ve yiyecek içecek alanına deneyimli olma kriteri göz önünde bulundurularak belirlenmiştir. Ayrıca çalışmada doğru ve güvenilir sonuçlara ulaşabilmek amacıyla panelistlere duyuşsal analizle ilgili eğitim verilmiştir. Bu kapsamda araştırmanın panelistlerine ait bilgiler Tablo 2’de yer almaktadır.

**Tablo 2.** Araştırmanın Panelist Bilgileri

Panelist	Cinsiyet	Yaş	Eğitim	Meslek
P1	Erkek	22	Lisans	Öğrenci
P2	Erkek	41	Lisansüstü	Akademisyen
P3	Kadın	39	Lisansüstü	Akademisyen
P4	Kadın	30	Lisans	Gıda Mühendisi
P5	Erkek	25	Lisans	Bilgisayar İşletmeni
P6	Kadın	35	Lisansüstü	Akademisyen
P7	Kadın	44	Lise	Aşçı
P8	Erkek	37	Lisans	Gıda Mühendisi
P9	Kadın	22	Lisans	Öğrenci
P10	Kadın	33	Lisansüstü	Akademisyen
P11	Erkek	28	Ön lisans	Aşçı
P12	Erkek	45	Lise	İşletmeci

Tablo 2’de incelendiğinde panelistler altı erkek ve altı kadın olmak üzere toplam on iki kişiden oluşmaktadır. Panelistlerin yaşları 22-45 yaş aralığı arasında değişmekte olan yaş dağılımı, grup içinde yaşa bağlı deneyim ve farklılıkları ortaya koyabileceği anlamına gelmektedir. Panelistlerin eğitimleri lise ve ön lisans ikişer, lisans ve lisansüstü dörder olmak üzere eğitim seviyelerinin yüksek olması belirli bir bilgi düzeyleri olduğunu göstermektedir. Panelistler gastronomi veya gıda alanında öğrenci, akademik personel, gıda mühendisi, bilgisayar işletmeni, aşçı ve işletmeci olmak üzere farklı mesleklerden oluşmaktadır. Bu meslek çeşitliliği, grup içindeki uzmanlık alanlarının geniş bir yelpazeye yayıldığını göstermektedir.

### 3.4. Araştırma Verilerinin Analizleri

Çalışmanın duyu analizleri için ürünlerin kalite karakteristiklerini belirlemek amacıyla duyu değerlendirme ölçeği kullanılmıştır. Bu kalite karakteristikleri renk, görünüş, parlaklık, boyut, şekil, sunum, yapı, tekstür, tat, koku, denge, ağızda bıraktığı his ve genel kabul edilebilirlik kriterleri bakımından değerlendirilmiştir. Hedonik skalalar sayesinde panelistlerin tercih ya da beğenme/beğenmeme durumları değerlendirilmektedir (Onoğlu ve Elmacı, 2019). Duyusal analiz sürecinde 1-9 arası bir hedonik puanlama skalası oluşturulmuş ve panelistlerin her bir kriterine göre puan vermesi talep edilmiştir. Duyusal analiz ölçeğindeki ilgili tanımlayıcılar “9: Mükemmel, 8: Çok İyi, 7: İyi, 6: İyinin Altı Ortanın Üstü, 5: Orta, 4: Ortanın Altı Kötünün Üstü, 3: Kötü, 2: Çok Kötü ve 1: Aşırı Kötü” şeklinde ölçeklendirilmiştir. Söz konusu parametrelere yönelik ortalama değerlerinin 5 ile 8 aralığında olması beklenmektedir. Bunun yanı sıra panelistlerden yemeklerin yabancı tat, aroma ve tuzluluk durumlarıyla ilgili sorulara da cevap vermesi istenmiştir. İlgili skalalara kendi içerisinde de farklı boyutlar bakımında incelenmiş olup, ortalamaları alınarak analiz edilmiştir. Araştırma verilerinin analizlerinde ise olarak çorba, salata-atıştırmalık-içecek, ana yemek ve tatlı ürünleri olmak üzere yemeklerin tamamı dört ana grupta sınıflandırılmıştır. Panelistlerin yapmış olduğu duyu değerlendirmede yemek gruplarında yer alan her bir ürünün duyu analiz sonuçlarına ilişkin ortalama değerlere yer verilmiştir. Ardından yemek gruplarında yer alan ürünlerin kalite karakteristikleri tespit edilmiştir.

## 4. Bulgular ve Yorum

Bu bölümde yemek gruplarında yer alan çorba, salata-atıştırmalık-içecek, ana yemek ve tatlı ürünlerine ait duyu analiz test sonuçlarına yer verilmiştir. Her bir yemek grubunun duyu analizleri için kalite karakteristikleri bağlamında renk, görünüş, parlaklık, boyut, şekil, sunum, yapı, tekstür, tat, koku, denge, ağızda bıraktığı his ve genel kabul edilebilirlik kriterleri değerlendirilmiştir.

### 4.1. Çorba Ürünlerine Ait Duyusal Test Sonuçları

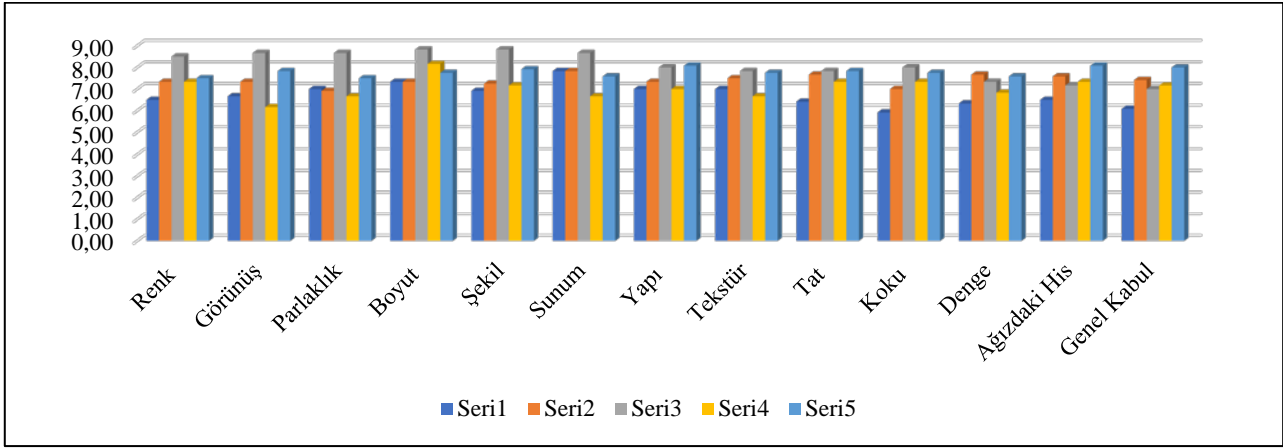
Tablo 3 incelendiğinde araştırma kapsamında Isırgan Otlı Çorba, Dağ Pancarı Çorbası, Köndar ve Biberiyeli Tutmaç Çorbası, Artvin Usulü Köndarlı Tutmaç Çorbası, Karalahana Yoğurtlu Köndar Çorbası ve Reyhanlı Tavuk Çorbası olmak üzere toplam altı (6) ürün yer almaktadır. Bu ürünlerde öne çıkan tıbbi ve aromatik bitkiler ısırgan otu, dağ pancarı, köndar, biberiye, karalahana, reyhan ve çeşitli baharatlar olmuştur. Ürünlerin duyu analizinin kalite karakteristikleri bağlamında renk, görünüş, parlaklık, boyut, şekil, sunum, yapı, tekstür, tat, koku, denge, ağızda bıraktığı his ve genel kabul edilebilirlik düzeyi parametrelerine ilişkin aritmetik ortalamalarına Tablo 3’te yer verilmektedir.

**Tablo 3.** Çorba Ürünlerine İlişkin Duyusal Analiz Test Ortalamaları

Yemek Adı	Ürün Kodu	Renk	Görünüş	Parlaklık	Boyut	Şekil	Sunum	Yapı	Tekstür	Tat	Koku	Denge	Ağızdaki His	Genel Kabul	Ortalama ( $\bar{x}$ )
Isırgan Otlı Çorba	Ç1	6,50	6,60	7,0	7,30	6,90	7,80	7,00	7,00	6,40	5,90	6,30	6,50	6,00	<b>6,70</b>
Dağ Pancarı Çorbası/Yemeği	Ç2	7,30	7,30	6,90	7,30	7,20	7,80	7,30	7,50	7,60	7,00	7,60	7,50	7,40	<b>7,30</b>
Köndar ve Biberiyeli Tutmaç Çorbası	Ç3	8,50	8,60	8,60	8,80	8,80	8,60	8,00	7,80	7,80	8,00	7,30	7,10	7,00	<b>8,10</b>
Artvin Usulü Köndarlı Tutmaç Çorbası	Ç4	7,33	6,17	6,67	8,17	7,17	6,67	7,00	6,67	7,33	7,33	6,83	7,33	7,17	<b>7,06</b>

<b>Karalahana Yoğurtlu Köndar Çorbası</b>	<b>Ç5</b>	6,92	6,67	7,75	7,58	6,92	6,67	6,42	6,00	6,92	7,33	6,83	6,50	6,58	<b>6,85</b>
<b>Reyhanlı Tavuk Çorbası</b>	<b>Ç6</b>	7,50	7,83	7,50	7,75	7,92	7,58	8,08	7,75	7,83	7,75	7,58	8,08	8,00	<b>7,78</b>

Tablo 3'te yer alan ürünlerin kalite karakteristiklerinin toplam ortalama puanları: Isırgan Otlu Çorba ( $\bar{x}=6,70$ ), Dağ Pancarı Çorbası ( $\bar{x}=7,30$ ), Köndar ve Biberiyeli Tutmaç Çorbası ( $\bar{x}=8,10$ ), Artvin Usulü Köndarlı Tutmaç Çorbası ( $\bar{x}=7,06$ ), Karalahana Yoğurtlu Köndar Çorbası ( $\bar{x}=6,85$ ) ve Reyhanlı Tavuk Çorbası ( $\bar{x}=7,78$ ) şeklinde oluşmuştur. Çorba ürünlerinin tamamı panelistler tarafından ortalamanın üzerinde puanlar almıştır. Bu ürünlerden Köndar ve Biberiyeli Tutmaç Çorbası en yüksek puanı almış olup, panelistler tarafından mükemmele yakın olarak değerlendirilmiştir. Bu üründe köndar ve biberiye kullanımı ürünün karakteristik özelliklerini artırdığı şeklinde ifade edilebilir. Benzer şekilde sadece köndar kullanılarak yapılan tutmaç çorbası ve karalahana yoğurt çorbasında da çok iyiye yakın olarak değerlendirilmesi köndar bitkisinin ürünün kalite karakteristiğini artırdığı sonucunu desteklemektedir. Bu ürünlerden reyhan, dağ pancarı, karalahana ve ısırgan kullanılarak yapılan çorbaların yöre mutfağında önemli bir potansiyele sahip olabileceği durumu söylenebilir. Çorba ürünlerinin renk, görünüş, parlaklık, boyut, şekil, sunum, yapı, tekstür, tat, koku, denge, ağızda bıraktığı his ve genel kabul edilebilirlik düzeyine göre kalite karakteristikleri Şekil 1'de yer almaktadır.



Şekil 1. Çorba Ürünlerine İlişkin Kalite Karakteristikleri

Şekil 1 incelendiğinde, çorba ürünlerinin renk, görünüş, parlaklık, boyut, şekil, sunum, yapı, tekstür, tat, koku, denge, ağızda bıraktığı his olmak üzere panelistler tarafından ortalamaların üzerinde iyi puanlar aldığı görülmektedir. Bunun yanı sıra ürünlerin genel olarak beğenilme ve kabul edilebilirlik düzeyinin yüksek olması çorba ürünlerinde tıbbi aromatik bitkilerin kullanılmasına ilişkin önemli bir potansiyele sahip olduğunu göstermektedir.

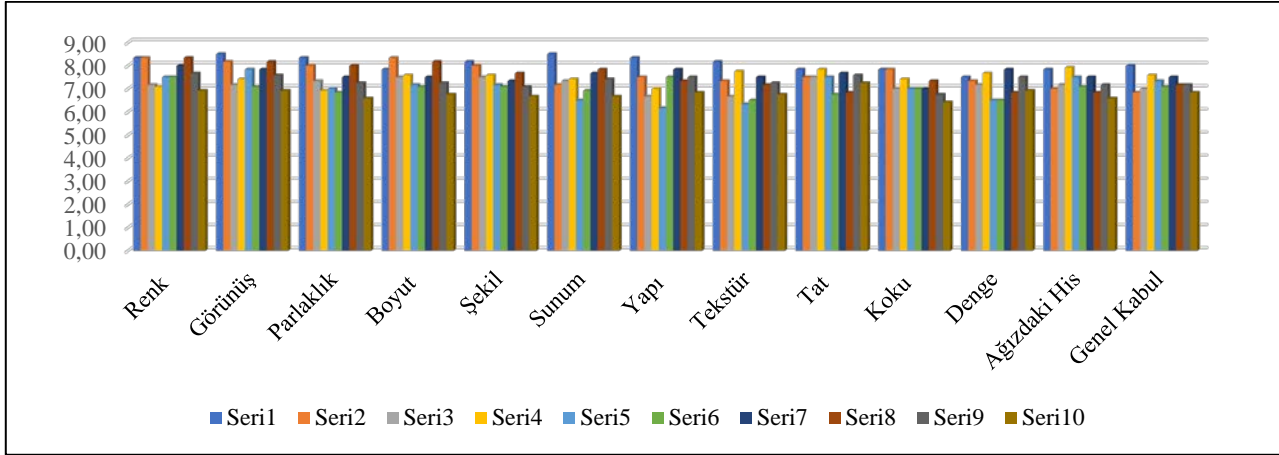
#### 4.2. Salata-Atıştırmalık-İçecek Ürünlerine Ait Duyusal Test Sonuçları

Tablo 4 incelendiğinde araştırma kapsamında Likapalı Krep, Isırgan Otlu Graten, Isırgan Otlu Taco, Köndar-Nişoş-Reyhan Ekmeği, Kinzili İçli Köfte, Kinzili Patates Püresi, Zerdeçal Narlı Humus, Ispanaklı Kış, Mor Reyhan Şerbeti ve Muşmula Çekirdekli Türk Kahvesi olmak üzere toplam on (10) ürün yer almaktadır. Bu ürünlerde öne çıkan tıbbi ve aromatik bitkiler likapa (mavi yemiş), ısırgan otu, köndar, nişoş, reyhan, kinzi, zerdeçal, ıspanak, muşmula ve nar olmuştur. Ürünlerin duyusal analizinin kalite karakteristikleri bağlamında renk, görünüş, parlaklık, boyut, şekil, sunum, yapı, tekstür, tat, koku, denge, ağızda bıraktığı his ve genel kabul edilebilirlik düzeyi parametrelerine ilişkin aritmetik ortalamalarına Tablo 4'te yer verilmektedir.

**Tablo 4.** Salata-Atıştırılmalık-İçecek Ürünlerine İlişkin Duyusal Test Ortalamaları

Yemek Adı	Ürün Kodu	Renk	Görünüş	Parlaklık	Boyut	Şekil	Sunum	Yapı	Tekstür	Tat	Koku	Denge	Ağızdaki His	Genel Kabul	Ortalama( $\bar{x}$ )
Likapalı Krep	S1	8,33	8,50	8,33	7,83	8,17	8,50	8,33	8,17	7,83	7,83	7,50	7,83	8,00	<b>8,09</b>
Isırgan Otlı Graten	S2	8,33	8,17	8,00	8,33	8,00	7,17	7,50	7,33	7,50	7,83	7,33	7,00	6,83	<b>7,64</b>
Isırgan Otlı Taco	S3	7,17	7,17	7,33	7,50	7,50	7,33	6,67	6,67	7,50	7,00	7,17	7,17	7,00	<b>7,17</b>
Köndar-Nişoş-Reyhan Ekmeği	S4	7,08	7,42	6,92	7,58	7,58	7,42	7,00	7,75	7,83	7,42	7,67	7,92	7,58	<b>7,47</b>
Kinzili İçli Köfte	S5	7,50	7,83	7,00	7,17	7,17	6,50	6,17	6,33	7,50	7,00	6,50	7,50	7,33	<b>7,04</b>
Kinzili Patates Püresi	S6	7,50	7,08	6,83	7,08	7,08	6,92	7,50	6,50	6,75	7,00	6,50	7,08	7,08	<b>6,99</b>
Zerdeçal Narlı Humus	S7	8,00	7,83	7,50	7,50	7,33	7,67	7,83	7,50	7,67	7,00	7,83	7,50	7,50	<b>7,59</b>
Ispanaklı Kiş	S8	8,33	8,17	8,00	8,17	7,67	7,83	7,33	7,17	6,83	7,33	6,83	6,83	7,17	<b>7,51</b>
Mor Reyhan Şerbeti	S9	7,67	7,58	7,25	7,25	7,08	7,42	7,50	7,25	7,58	6,75	7,50	7,17	7,17	<b>7,32</b>
Muşmula Çekirdekli Türk Kahvesi	S10	6,92	6,92	6,58	6,75	6,67	6,67	6,83	6,75	7,25	6,42	6,92	6,58	6,83	<b>6,78</b>

Tablo 4'te yer alan ürünlerin kalite karakteristiklerinin toplam ortalama puanları: Likapalı Krep ( $\bar{x}=8,09$ ), Isırgan Otlı Graten ( $\bar{x}=7,64$ ), Isırgan Otlı Taco ( $\bar{x}=7,17$ ), Köndar-Nişoş-Reyhan Ekmeği ( $\bar{x}=7,47$ ), Kinzili İçli Köfte ( $\bar{x}=7,04$ ), Kinzili Patates Püresi ( $\bar{x}=6,99$ ), Zerdeçal Narlı Humus ( $\bar{x}=7,59$ ), Ispanaklı Kiş ( $\bar{x}=7,51$ ), Mor Reyhan Şerbeti ( $\bar{x}=7,52$ ) ve Muşmula Çekirdekli Türk Kahvesi ( $\bar{x}=6,78$ ) şeklinde oluşmuştur. Salata-atıştırılmalık-içecek ürünlerinin tamamı panelistler tarafından ortalamanın üzerinde puanlar almıştır. Bu ürünlerden likapa kullanılarak yapılan krep en yüksek puanı almıştır. Bunun yanı sıra ısırgan otu, köndar, nişoş, reyhan, kinzi, zerdeçal, ıspanak, muşmula ve nar kullanılarak hazırlanan ürünler de panelistler tarafında çok iyi düzeye yakın değerlendirilmiştir. Bu bitkilerin yöre mutfağında salata, atıştırılmalık ve içecek gibi farklı amaçlarla kullanılması sayesinde benzer ürünlerin geliştirilebileceği ve mutfaklar açısından önemli bir kazanım olabileceği söylenebilir. Dolayısıyla salata-atıştırılmalık-içecek yemek gruplarında yer alan ürünlerin pratik hazırlanabilen ve çeşitlik açısından zengin bir içeriğe sahip olabilme durumu bulunmaktadır. Salata-atıştırılmalık-içecek ürünlerinin renk, görünüş, parlaklık, boyut, şekil, sunum, yapı, tekstür, tat, koku, denge, ağızda bıraktığı his ve genel kabul edilebilirlik düzeyine göre kalite karakteristikleri Şekil 2'de yer almaktadır.



**Şekil 2.** Salata-Atıştırma-İçecek Ürünlerine İlişkin Kalite Karakteristikleri

Şekil 2 incelendiğinde, salata-atıştırma-İçecek ürünlerinin renk, görünüş, parlaklık, boyut, şekil, sunum, yapı, tekstür, tat, koku, denge, ağızda bıraktığı his olmak üzere panelistler tarafından iyi puanlar aldığı görülmektedir. Bu grupta yer alan ürünlerin daha çok aromatik özelliklerinin baskın olması, ürünlerde ortalamaya yakın sonuçlar da oluşturmuştur. Yine bu ürünlerin genel olarak beğenilme ve kabul edilebilirlik düzeyinin ortalamanın üzerinde olması tıbbi aromatik bitkilerin baskın olarak öne çıktığını, ancak tat ve denge bakımından kullanımının önemli olduğunu göstermektedir.

#### 4.3. Ana Yemek Ürünlerine Ait Duyusal Test Sonuçları

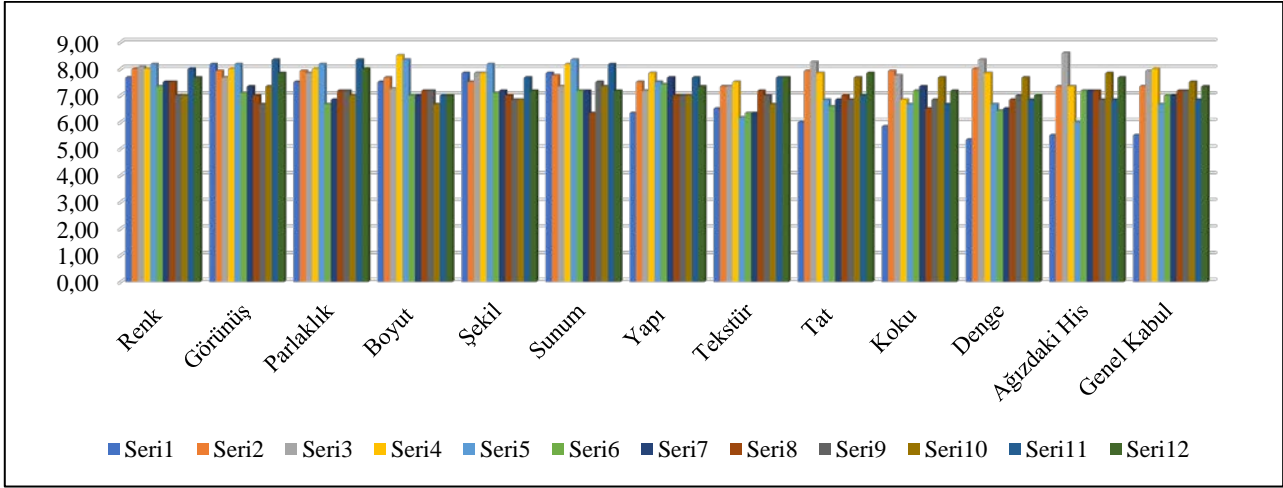
Tablo 5 incelendiğinde araştırma kapsamında Haşhaş Rezeneli Somon, Muşmula Yatağında Kızılıcak Soslu Dana Bonfile, Yoğurtlu Pazı Yatağında Naneli Tavuk Sarma, Zerdeçal Mayonez Soslu Tavuk Bonfile, Isırgan, Karalahana ve Pancarlı Levrek, Kinzili Fellah Köftesi, Isırgan Dolgulu Misket Köfte, Yumurtalı Pazı Kavurma, Isırgan Otu Pirinçlisi, Kişniş Aromalı Havuç Soslu Dana Bonfile, Yaban Mersin ve Kuş Üzümlü Ballı Yahni ve Reyhan Aromalı Tütsülenmiş Somon Balığı olmak üzere toplam on iki (12) ürün yer almaktadır. Bu ürünlerde öne çıkan tıbbi ve aromatik bitkiler haşhaş, rezene, muşmula, kızılıcak, nane, pazı, zerdeçal, ısırgan otu, karalahana, pancar, kinzi, havuç, yaban mersini kuş üzümü ve reyhan olmuştur. Ürünlerin duyusal analizinin kalite karakteristikleri bağlamında renk, görünüş, parlaklık, boyut, şekil, sunum, yapı, tekstür, tat, koku, denge, ağızda bıraktığı his ve genel kabul edilebilirlik düzeyi parametrelerine ilişkin aritmetik ortalamalarına Tablo 5’te yer verilmektedir.

**Tablo 5.** Ana Yemek Ürünlerine İlişkin Duyusal Test Ortalamaları

Yemek Adı	Ürün Kodu	Renk	Görünüş	Parlaklık	Boyut	Şekil	Sunum	Yapı	Tekstür	Tat	Koku	Denge	Ağızdaki His	Genel Kabul	Ortalama ( $\bar{x}$ )
Haşhaş Rezeneli Somon	A1	7,67	8,17	7,50	7,50	7,83	7,83	6,33	6,50	6,00	5,83	5,33	5,50	5,50	6,73
Muşmula Yatağında Kızılıcak Soslu Dana Bonfile	A2	8,00	7,92	7,92	7,67	7,50	7,75	7,50	7,33	7,92	7,92	8,00	7,33	7,33	7,70
Yoğurtlu Pazı Yatağında Naneli Tavuk Sarma	A3	8,08	7,67	7,83	7,25	7,83	7,33	7,17	7,33	8,25	7,75	8,33	8,58	7,92	7,79
Zerdeçal Mayonez Soslu Tavuk Bonfile	A4	8,00	8,00	8,00	8,50	7,83	8,17	7,83	7,50	7,83	6,83	7,83	7,33	8,00	7,82

<b>Isırgan, Karalahana ve Pancarlı Levrek</b>	<b>A5</b>	8,17	8,17	8,17	8,33	8,17	8,33	7,50	6,17	6,83	6,67	6,67	6,00	6,67	<b>7,37</b>
<b>Kinzili Fellah Köftesi</b>	<b>A6</b>	7,33	7,08	6,67	7,00	7,08	7,17	7,42	6,33	6,58	7,17	6,42	7,17	7,00	<b>6,96</b>
<b>Isırgan Dolgulu Misket Köfte</b>	<b>A7</b>	7,50	7,33	6,83	7,00	7,17	7,17	7,67	6,33	6,83	7,33	6,50	7,17	7,00	<b>7,06</b>
<b>Yumurtalı Pazı Kavurma</b>	<b>A8</b>	7,50	7,00	7,17	7,17	7,00	6,33	7,00	7,17	7,00	6,50	6,83	7,17	7,17	<b>7,00</b>
<b>Isırgan Otu Pirinçlisi</b>	<b>A9</b>	7,00	6,67	7,17	7,17	6,83	7,50	7,00	7,00	6,83	6,83	7,00	6,83	7,17	<b>7,00</b>
<b>Kışniş Aromalı Havuç Soslu Dana Bonfile</b>	<b>A10</b>	7,00	7,33	7,00	6,67	6,83	7,33	7,00	6,67	7,67	7,67	7,67	7,83	7,50	<b>7,24</b>
<b>Yaban Mersin ve Kuş Üzümü Ballı Yahni</b>	<b>A11</b>	8,00	8,33	8,33	7,00	7,67	8,17	7,67	7,67	7,00	6,67	6,83	6,83	6,83	<b>7,46</b>
<b>Reyhan Aromalı Tütsülenmiş Somon Balığı</b>	<b>A12</b>	7,67	7,83	8,00	7,00	7,17	7,17	7,33	7,67	7,83	7,17	7,00	7,67	7,33	<b>7,45</b>

Tablo 5'te yer alan ürünlerin kalite karakteristiklerinin toplam ortalama puanları: Haşhaş Rezeneli Somon ( $\bar{x}=6,73$ ), Muşmula Yatağında Kızılıcık Soslu Dana Bonfile ( $\bar{x}=7,70$ ), Yoğurtlu Pazı Yatağında Naneli Tavuk Sarma ( $\bar{x}=7,79$ ), Zerdeçal Mayonez Soslu Tavuk Bonfile ( $\bar{x}=7,82$ ), Isırgan, Karalahana ve Pancarlı Levrek ( $\bar{x}=7,37$ ), Kinzili Fellah Köftesi ( $\bar{x}=6,96$ ), Isırgan Dolgulu Misket Köfte ( $\bar{x}=7,06$ ), Yumurtalı Pazı Kavurma ( $\bar{x}=7,00$ ), Isırgan Otu Pirinçlisi ( $\bar{x}=7,00$ ), Kışniş Aromalı Havuç Soslu Dana Bonfile ( $\bar{x}=7,24$ ), Yaban Mersin ve Kuş Üzümü Ballı Yahni ( $\bar{x}=7,46$ ) ve Reyhan Aromalı Tütsülenmiş Somon Balığı ( $\bar{x}=7,45$ ) şeklinde oluşmuştur. Ana yemek ürünlerinin tamamı panelistler tarafından ortalamanın üzerinde puanlar almıştır. Bu ürünlerden pazı ve nane kullanılarak hazırlanan tavuk yemeği en yüksek puanı almıştır. Bunun yanı sıra muşmula ve kızılıcıkla yapılan et yemeği, zerdeçal kullanılarak yapılan tavuk yemeği ile yaban mersini ve kuş üzümü ile yapılan yahni çok iyi düzeyde puanlanmıştır. Ana yemek ürünlerinde genel olarak haşhaş, rezene, muşmula, kızılıcık, nane, pazı, zerdeçal, ısırgan otu, karalahana, pancar, kinzi, havuç, yaban mersini kuş üzümü ve reyhan bitkileri kullanılmış ve olumlu sonuçlar alınmıştır. Dolayısıyla ısırgan otu, kinzi, köndar gibi sık kullanılan benzer ürünlerin yanı sıra kızılıcık, muşmula, yaban mersini gibi çeşitli meyvelerin ana yemek ürünlerinin içerisinde veya sos olarak yanında kullanılması ürünlerin kalite karakteristiklerini artırabilmektedir. Ayrıca ısırgan, pazı, ıspanak, karalahana başta olmak üzere yer alan çeşitli bitkilerin sebze ve ot yemekleri olarak önemli bir potansiyeli bulunmaktadır. Bu durum yörede vegan mutfak yapısına özgü özellikleri de yansıtabildiği şeklinde ifade edilebilir. Ana yemek ürünlerinin renk, görünüş, parlaklık, boyut, şekil, sunum, yapı, tekstür, tat, koku, denge, ağızda bıraktığı his ve genel kabul edilebilirlik düzeyine göre kalite karakteristikleri Şekil 3'te yer almaktadır.



**Şekil 3.** Ana Yemek Ürünlerine İlişkin Kalite Karakteristikleri

Şekil 3 incelendiğinde, ana yemek ürünlerinin renk, görünüş, parlaklık, boyut, şekil, sunum, yapı, tekstür, tat, koku, denge, ağızda bıraktığı his olmak üzere panelistler tarafından bazı ürünlerin çok iyi bazı ürünlerin ise ortalamaya yakın puanlar aldığı görülmektedir. Bu ürünler genel olarak beğenilme ve kabul edilebilirlik düzeyleri ortalamanın üzerindedir. Özellikle tıbbi ve aromatik bitkilerin ana yemek ürünlerinde sebze ve ot yemekleri olarak kullanılması önemli bir avantaj oluşturmaktadır. Ancak ana yemeklerde iç malzemesi veya yemeğin yanında tamamlayıcı bir sos olarak tercih edilmesi, tıbbi aromatik bitkilerin ana yemeği lezzet bakımından farklı bir boyuta taşıyabileceğini göstermektedir.

#### 4.4. Tatlı Ürünlerine Ait Duyusal Test Sonuçları

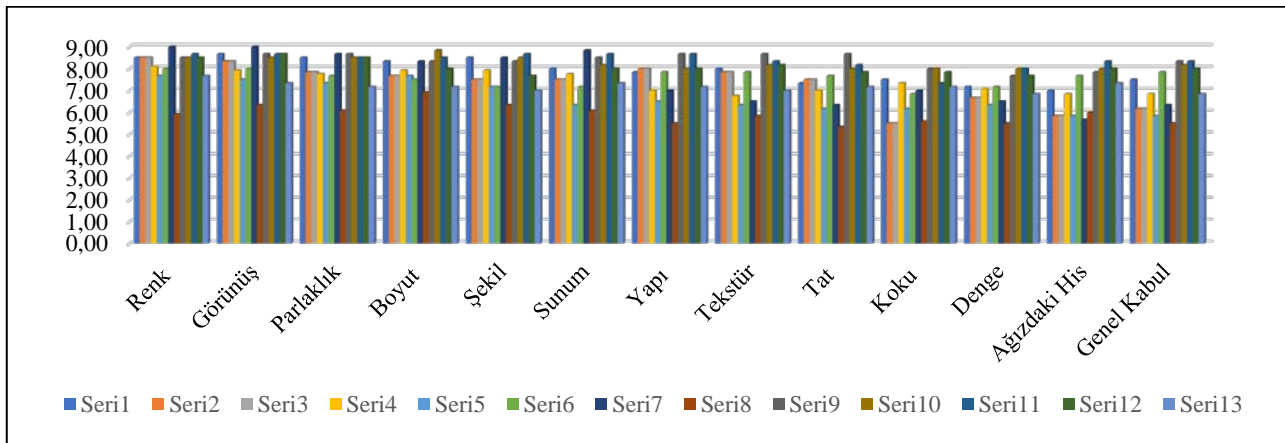
Tablo 6 incelendiğinde araştırma kapsamında Kuşburnu Marmelatlı Muhallebi, Siyah Çaylı Dondurma, Gilaburulu Yaş Pasta, Kızılıcık Pancarlı Tart, Limon Aromalı Adaçaylı Kurabiye, Lavantalı Cheesecake, Yaban Mersinli Tart, Siyah Çay Aromalı Kakaolu Kek, Kızılıcık Hurmalı Pasta, Lavantalı Laz Böreği, Salep Hurmalı Tart, Ispanaklı İrmik Helvası ve Yusufeli Hurmalı Kurabiye olmak üzere toplam on üç (13) ürün yer almaktadır. Bu ürünlerde öne çıkan tıbbi ve aromatik bitkiler; kuşburnu, siyah çay, gilaburu, kızılıcık, hurma, karalahana, tarçın, pancar, adaçayı, lavanta, yaban mersini, salep, hibiskus, ıspanak, pazı, karaceviz olmuştur. Ürünlerin duyusal analizinin kalite karakteristikleri bağlamında renk, görünüş, parlaklık, boyut, şekil, sunum, yapı, tekstür, tat, koku, denge, ağızda bıraktığı his ve genel kabul edilebilirlik düzeyi parametrelerine ilişkin aritmetik ortalamalarına Tablo 6’da yer verilmektedir.

**Tablo 6.** Tatlı Ürünlerine İlişkin Duyusal Test Ortalamaları

Yemek Adı	Ürün Kodu	Renk	Görünüş	Parlaklık	Boyut	Şekil	Sunum	Yapı	Tekstür	Tat	Koku	Denge	Ağızdaki His	Genel Kabul	Ortalama ( $\bar{x}$ )
Kuşburnu Marmelatlı Muhallebi	T1	8,50	8,67	8,50	8,33	8,50	8,00	7,83	8,00	7,33	7,50	7,17	7,00	7,50	<b>7,91</b>
Siyah Çaylı Dondurma	T2	7,75	7,58	6,92	7,75	7,42	7,83	7,67	7,50	7,83	7,50	7,67	7,58	7,58	<b>7,58</b>
& Gilaburulu Yaş Pasta	T3	8,50	8,33	7,83	7,67	7,50	7,50	8,00	7,83	7,50	5,50	6,67	5,83	6,17	<b>7,29</b>
Kızılıcık Pancarlı Tart	T4	8,08	7,92	7,75	7,92	7,92	7,75	7,00	6,75	7,00	7,33	7,08	6,83	6,83	<b>7,40</b>
Limon Aromalı Adaçaylı Kurabiye	T5	7,67	7,50	7,33	7,67	7,17	6,33	6,50	6,33	6,17	6,17	6,33	5,83	5,83	<b>6,68</b>

<b>Lavantalı Cheesecake</b>	<b>T6</b>	8,00	8,00	7,67	7,50	7,17	7,17	7,83	7,83	7,67	6,83	7,17	7,67	7,83	<b>7,56</b>
<b>Yaban Mersinli Tart</b>	<b>T7</b>	9,00	9,00	8,67	8,33	8,50	8,83	7,00	6,50	6,33	7,00	6,50	5,67	6,33	<b>7,51</b>
<b>Siyah Çay Aromalı Kakaolu Kek</b>	<b>T8</b>	5,92	6,33	6,08	6,92	6,33	6,08	5,50	5,83	5,33	5,58	5,50	6,00	5,50	<b>5,92</b>
<b>Kızılıklık Hurmalı Pasta</b>	<b>T9</b>	8,50	8,67	8,67	8,33	8,33	8,50	8,67	8,67	8,67	8,00	7,67	7,83	8,33	<b>8,37</b>
<b>Lavantalı Laz Böreği</b>	<b>T10</b>	8,50	8,50	8,50	8,83	8,50	8,17	8,00	8,17	8,00	8,00	8,00	8,00	8,17	<b>8,26</b>
<b>Salep Hurmalı Tart (Hibiskus)</b>	<b>T11</b>	8,67	8,67	8,50	8,50	8,67	8,67	8,67	8,33	8,17	7,33	8,00	8,33	8,33	<b>8,37</b>
<b>Ispanaklı İrmik Helvası</b>	<b>T12</b>	8,50	8,67	8,50	8,00	7,67	8,00	8,00	8,17	7,83	7,83	7,67	8,00	8,00	<b>8,06</b>
<b>Yusufeli Hurmalı Kurabiye</b>	<b>T13</b>	7,67	7,33	7,17	7,17	7,00	7,33	7,17	7,00	7,17	7,17	6,83	7,33	6,83	<b>7,17</b>

Tablo 6’da yer alan ürünlerin kalite karakteristiklerinin toplam ortalama puanları: Kuşburnu Marmelatlı Muhallebi ( $\bar{x}=7,91$ ), Siyah Çaylı Dondurma ( $\bar{x}=7,58$ ), Gilaburulu Yaş Pasta ( $\bar{x}=7,29$ ), Kızılıklık Pancarlı Tart ( $\bar{x}=7,40$ ), Limon Aromalı Adaçaylı Kurabiye ( $\bar{x}=6,68$ ), Lavantalı Cheesecake ( $\bar{x}=7,56$ ), Yaban Mersinli Tart ( $\bar{x}=7,51$ ), Siyah Çay Aromalı Kakaolu Kek ( $\bar{x}=5,92$ ), Kızılıklık Hurmalı Pasta ( $\bar{x}=8,37$ ), Lavantalı Laz Böreği ( $\bar{x}=8,26$ ), Salep Hurmalı Tart ( $\bar{x}=8,37$ ), Ispanaklı İrmik Helvası ( $\bar{x}=8,06$ ) ve Yusufeli Hurmalı Kurabiye ( $\bar{x}=7,17$ ) şeklinde oluşmuştur. Tatlı ürünlerinin tamamı panelistler tarafından ortalamanın üzerinde puanlar almıştır. Bu ürünlerden siyah çay kullanılarak yapılan kakaolu kek en düşük puanı almıştır. Kızılıklık Hurmalı Pasta ve Salep Hurmalı Tart is en yüksek puanı almıştır. Ayrıca lavanta kullanılarak yapılan Laz böreği ve cheesecake, ıspanakla yapılan irmik helvası, kızılıklık ve yaban mersininden yapılan tartlar, kuşburnu ile hazırlanan muhallebi panelistler tarafından beğenilmiştir. Tatlı ürünlerinde kuşburnu, gilaburu, kızılıklık, hurma, yaban mersini gibi meyvelerin ön plana çıkmasına rağmen tarçın, lavanta, salep, ıspanak, pazı, siyah çay gibi farklı özellikteki bitkilerin de önemli bir potansiyeli bulunmaktadır. Dolayısıyla yörede bulunan meyvelerin tatlı ürünlerinin geliştirilmesine katkı sunması muhtemeldir. Ayrıca diğer bitki türlerinin de tatlı ürünlerinin karakteristik özelliklerini artırdığı söylenebilir. Tatlı ürünlerinin renk, görünüş, parlaklık, boyut, şekil, sunum, yapı, tekstür, tat, koku, denge, ağızda bıraktığı his ve genel kabul edilebilirlik düzeyine göre kalite karakteristikleri Şekil 4’te yer almaktadır.



**Şekil 4.** Tatlı Ürünlerine İlişkin Kalite Karakteristikleri

Şekil 4 incelendiğinde tatlı ürünlerinin renk, görünüş, parlaklık, boyut, şekil, sunum, yapı, tekstür, tat, koku, denge, ağızda bıraktığı his olmak üzere panelistler tarafından bazı ürünlerin genel olarak ortalamaya yakın puanlar aldığı görülmektedir. Bu ürünlerin genel olarak beğenilme ve kabul edilebilirlik düzeyleri benzer sonuçlar ortaya koymaktadır. Tıbbi ve aromatik bitkilerin tatlı

ürünlerinde kullanılması aromatik özellikler ve sağlık yönünden daha iyi sonuçlar ortaya koyabilmektedir. Dolayısıyla bu ürünlerde kullanılan şeker, süt gibi ürünlerle eşleştirmelerinin önemli olduğu görülmektedir.

## 5. Sonuç ve Öneriler

Turizmin gelişiminde turistik bir çekim unsuru olarak önemli rol oynayan gastronomi, kültürün bir parçası olarak ulusların geleneklerini ve değerlerini yansıtmaktadır (Tovmasyan, 2019). Gastronomi aracılığıyla turistler bir destinasyonu ziyaret ederlerken aynı zamanda o destinasyonun mutfağını tanıma ve deneyimleme imkanına da sahip olmaktadır. Gastronomi turizmi bağlamında destinasyonların yemek kültürünü içine alan yöresel unsurlardan yararlanılması turistleri çekmekte, markalaşmaya katkı sağlamakta ve böylece ekonomik anlamda gelişme sağlamaktadır (Serçek ve Serçek, 2015). Turistlerin bir destinasyonu tercihinde, o destinasyonun imajı büyük önem taşımaktadır (Lubbe, 1998). Bu bağlamda, tarihi değerler, gastronomi, deniz- güneş- kum, sit alanları ve ören yerleri, doğal güzellikler, fiziksel aktiviteler (örneğin rafting, kayak, su sporları) veya kırsal turizm gibi çeşitli çekim unsurları önemli bir etkiye sahiptir. Yani, destinasyonlar alternatif çekiciliklere sahip olduğunda ve kırsal turizm açısından güncel gelişmeleri takip ettiğinde (tıbbi-aromatik bitkilerin gastronomi alanında kullanımı gibi), marka imajları üzerinde olumlu bir etki meydana gelmektedir (Doğanlı, 2019). Dolayısıyla gastronomi turizmi kültürel mirasın bir parçasıdır ve bir turizm destinasyonunun değer kazanmasında giderek artan bir rol oynamaktadır (Jandala ve Hercz, 2015). Bu bağlamda çalışmada, gastronomi turizminin Artvin destinasyonunda önemini ortaya koyabilmek amacıyla yöre mutfağında kullanılan özgün tıbbi ve aromatik bitkilerin destinasyon özelinde değerlendirilmesine yer verilmiştir.

Tıbbi ve aromatik bitkilerin; otantik gastronomi deneyimleri, bitki odaklı turlar ve nadir türlerin teşhiri gibi uygulamalar aracılığıyla, kültürel ekosistem hizmetleri kapsamında yöresel eko-gastronomi turizminin geliştirilmesinde önemli bir rol üstlendiği bilinmektedir (Lukovic vd., 2023). Son yıllarda tıbbi ve aromatik özellikli bitkilerin mutfaklarda kullanım alanı yaygınlaşmakta ve genişlemektedir. Tıbbi ve aromatik bitkilerin mutfaklarda kullanımı ve tüketimi ise genel olarak yemek, baharat, içecek, gıda takviyesi, gıda katkı maddesi olmak üzere çeşitli şekillerde olabilmektedir. Mutfaklarda alternatif bir ürün olarak değerlendirilen bu bitkiler, gastronomi turizmi için de önemli bir potansiyel ve kaynak teşkil etmektedir. Tıbbi ve aromatik bitkiler, turizm sektörü için önemli bir potansiyel oluşturarak turist çekmek, ürün ve hizmet oluşturmak ve istihdam fırsatları yaratmak için kullanılabilir. Bunun yanı sıra tıbbi ve aromatik bitkiler yerel halkların yaşam kalitesini iyileştirmeye yardımcı olurken, turizm bağlamında sürdürülebilir kalkınma için destinasyonlara önemli fırsatlar da sunabilmektedirler (Capucho vd., 2023).

Türkiye'nin kuzeydoğu köşesinde yer alan Artvin, zengin bitki örtüsü ve endemik bitki çeşitliliğiyle dünyanın önemli şehirlerinden biri konumundadır. Bu doğrultuda çalışmanın temel amacını gastronomi turizmi kapsamında tıbbi ve aromatik özellik taşıyan bitkilerinin mutfaklarda kullanımının yaygınlaştırması oluşturmuştur. Tıbbi ve aromatik bitkilerle ilgili veriler, Artvin Çoruh Üniversitesi bünyesinde faaliyet gösteren Tıbbi Aromatik Bitkiler Uygulama ve Araştırma Merkezi Müdürlüğünden elde edilmiştir. Bu bitkilerin mutfaklarda kullanıma uygunluğuna göre hangi yemeklerin elde edilebileceği belirlenmiştir. Yemeklerin belirlenmesinde ise tıbbi ve aromatik özellik taşıyan bitkilerin ürünlerde baskın olması ve ürünlerin hazırlanışında ön planda olma kriteri göz önünde bulundurulmuştur. Ardından tıbbi ve aromatik bitkiler kullanılarak elde edilen ürünler çorba, salata-atıştırmalık-içecek, ana yemek ve tatlı olmak üzere gruplandırılmıştır. Elde edilen veriler, Arvin yöresinin, değerli besin kaynakları ve aromaları nedeniyle yerel gastronomide yaygın olarak kullanılan önemli bitki türlerine sahip olduğunu göstermiştir. Çalışma kapsamında tıbbi ve aromatik özellikli bitkilerin çorba ürünlerinde baskın özellikte olduğu görülmektedir. Bu bitkilerin yöre mutfağında salata, atıştırmalık ve içecek gibi farklı amaçlarla kullanılması gerektiği de belirlenmiştir. Bu ürünlerin geliştirilmesi, mutfaklar açısından önemli bir kazanım olabilecektir. Ana yemek ürünlerinde ise ısırgan, pazı, ıspanak, karalahana gibi çeşitli bitkilerden elde edilen sebze ve

ot yemekleri vegan mutfak yapısı açısından önemli bir kaynaktır. Tatlı ürünlerinde meyvelerin önemli bir yeri bulunmakta olup, ürünlerin karakteristik özelliklerini artırmaktadır.

Gastronomi turizminin yöresel yenilebilir tıbbi ve aromatik bitkilerle zenginleştirilmesi, yeni deneyimler ve seyahat motivasyonları yaratmaktadır (Lukovic vd., 2023). Tıbbi ve aromatik bitkilerin gastronomi turizmi alanında kullanımına yönelik gerçekleştirilen çalışmada gastronomi turizmi kapsamında tıbbi ve aromatik bitkiler mutfaklarda kullanımları irdelenmiştir. Tıbbi ve aromatik bitkilerin yöresel, ulusal ve uluslararası mutfaklar açısından önemli bir potansiyeli bulunmaktadır. Bunun için çalışmada, Artvin yöresine ait tıbbi ve aromatik bitkilerden hem geleneksel hem de yenilikçi yemeklerin elde edilebileceği ortaya konulmuştur. Özellikle tıbbi ve aromatik bitkiler bakımından yemeklerin geliştirebileceği, farklı lezzet ve aromalara ulaşılabileceği, yeni ürün geliştirilebilmesinde önemli olduğu çalışmanın ön çıkan sonuçlar arasında yer almaktadır. Bu kapsamda tıbbi ve aromatik bitkilerin mutfaklarda kullanılması, gastronomi turizmine yönelik doğrudan katkı sunmaktadır. Dolayısıyla tıbbi ve aromatik bitkiler kullanılarak elde edilen ürünlerin yaygınlaştırılması ve mutfaklarda kullanımının teşvik edilmesi önemli bir alternatif oluşturmaktadır. Tıbbi ve aromatik bitkilerin turistik ürüne dönüşmesi sayesinde ise ekonomik, sosyal, çevresel ve kültürel açıdan destinasyonlara önemli kazanımlar sağlayacaktır. Bunların yanı sıra başta gastronomi turizmi olmak üzere coğrafi işaretli ürün, doğal gıda, fonksiyonel gıda, yöresel ürün olmak üzere pek çok açıdan yöre mutfağına kazandırılması gerekmektedir. Bu bağlamda yöredeki tıbbi ve aromatik bitki çeşitliğinin gastronomi turizmi açısından mutlaka mutfaklarda değerlendirilmesi ve yaygınlaştırılması ön görülmektedir.

Sonuç olarak, tıbbi ve aromatik bitkilerin mutfaklarda kullanımının yaygınlaştırılması ve böylece gastronomi turizmi boyutunda destinasyonun önemli çekim merkezi konumuna taşınması önem arz etmektedir. Bu anlamda Artvin destinasyonundaki kırsal alanlarda yaşayan halkın turizme entegre edilmesi gerekmektedir. Ayrıca, doğal yaşam ve tabii bitki örtüsüne zarar vermeden bitkilerden elde edilecek gastronomik ürünler, turistlere doğal yapı bozulmadan destinasyon ile bir bütün olarak pazarlanabilir. Bu bağlamda, Artvin ili özelinde tıbbi-aromatik bitkilerin gastronomi turizmi kapsamında ele alınarak pazarlanabilir destinasyon marka imajını geliştirmesi için çalışmalar yürütebilir. Tıbbi ve aromatik bitkilerin gastronomi turizmi kapsamında etkin bir biçimde değerlendirilmesi için; yerel halkın eğitilmesi, kooperatifler ve yerel işletmelerin desteklenmesi, bölgeye özgü gastronomi rotalarının oluşturulması, coğrafi işaret tescili çalışmalarının yürütülmesi ve sürdürülebilir hasat planlarının geliştirilmesi gibi bir dizi stratejik adımın hayata geçirilmesi gerekmektedir. Bu adımların yerel yönetim, valilik, üniversite, ticaret odaları, sivil toplum kuruluşlarının yanı sıra yerel halkın da iş birliği sayesinde ivme kazanacağı açıktır. Böylece tıbbi ve aromatik bitkilerin turizm alanında kullanımı ticareti ve ihracatı da beraberinde getirerek destinasyonda kırsal alanların kalkınmasında önemli bir atılım olacaktır. Gerçekleştirilen çalışmanın amacını, Artvin yöresindeki özgün tıbbi ve aromatik özellik taşıyan bitkilerin gastronomi turizmi kapsamında mutfaklarda kullanımını yaygınlaştırmak oluşturmaktadır. Gelecekte yapılacak çalışmalarda, tıbbi ve aromatik bitkilerle hazırlanan ürünlerin turist memnuniyeti üzerindeki etkisinin ölçülmesi ve farklı bölgelerdeki uygulamaların karşılaştırmalı analizinin yapılması önerilmektedir.

## Kaynakça

- Acıbuca, V., & Budak, D. B. (2018). Dünya’da ve Türkiye’de tıbbi ve aromatik bitkilerin yeri ve önemi. *Çukurova Tarım ve Gıda Bilimleri Dergisi*, 33(1), 37–44. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/cutarim/issue/38663/360703>
- Bağdat, R. B. (2006). Tıbbi ve aromatik bitkilerin kullanım alanları, tıbbi adaçayı (*Salvia officinalis* L.) ve ülkemizde kekik adıyla bilinen türlerin yetiştirme teknikleri. *Tarla Bitkileri Merkez Araştırma Enstitüsü Dergisi*, 15(1–2), 19–28. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/118480>

- Bak, F. E., & Çifci, K. (2020). Artvin'in merkez köylerinde bazı tıbbi bitkilerin yöresel kullanımları. *Artvin Çoruh Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, 21(2), 318–329. <https://doi.org/10.17474/artvinofd.782235714056>
- Bayram, E., Kırıcı, S., Tansı, S., Yılmaz, G., Kızıllı, O. A. S., & Telci, İ. (2010, Ocak 11–15). *Tıbbi ve aromatik bitkiler üretiminin arttırılması olanakları*. TMMOB Ziraat Mühendisleri Odası Ziraat Mühendisliği VII. Teknik Kongresi, Ankara.
- Bessière, J. (1998). Local development and heritage: Traditional food and cuisine as tourist attractions in rural areas. *Sociologia Ruralis*, 38(1), 21–34. <https://doi.org/10.1111/1467-9523.00061>
- Bianchi, A. (2015). The Mediterranean aromatic plants and their culinary use. *Natural Product Research*, 29(3), 201–206. <https://doi.org/10.1080/14786419.2014.953495>
- Brinckmann, J. A., Kathe, W., Berkhoudt, K., Harter, D. E., & Schippmann, U. (2022). A new global estimation of medicinal and aromatic plant species in commercial cultivation and their conservation status. *Economic Botany*, 76(3), 319–333. <https://doi.org/10.1007/s12231-022-09554-7>
- Capucho, J., Paço, A. D., & Gaspar, P. D. (2023). Tourism related to aromatic and medicinal plants: Some practical evidence. *Sustainability*, 15(22), 15966. <https://doi.org/10.3390/su152215966>
- Çılgınoğlu, H., Aliu, D., & Aliu, A. (December 20, 2018). Gastronomi ve mutfak sanatında baharatlar ile tıbbi ve aromatik bitkilerin kullanımı. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3304469>
- Doğanlı, B. (2019). Ensuring branding in rural tourism via medical aromatic herbs and an empirical study. M. Meciar, K. Gökten ve A. A. Eren (Eds.), *Economic and Business Issues in Retrospect and Prospect* (s. 355-370). IJOPEC Publication.
- Eminağaoğlu, Ö., Akyıldırım Beğen, H., & Aksu, G. (2015). Artvin'in flora ve vejetasyon yapısı. In Ö. Eminağaoğlu (Ed.), *Artvin'in doğal bitkileri* (ss. 53–60). Promat.
- Everett, S., & Aitchison, C. (2008). The role of food tourism in sustaining regional identity. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(2), 150–167. <https://doi.org/10.2167/jost696.0>
- Everett, S., & Slocum, S. L. (2013). Food and tourism: An effective partnership? A UK-based review. *Journal of Sustainable Tourism*, 21(6), 789–809. <https://doi.org/10.1080/09669582.2012.741601>
- Faydaoğlu, E., & Sürücüoğlu, M. S. (2011). Geçmişten günümüze tıbbi ve aromatik bitkilerin kullanılması ve ekonomik önemi. *Kastamonu University Journal of Forestry Faculty*, 11(1), 52–67. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/159638>
- Göktaş, Ö., & Gıdık, B. (2019). Tıbbi ve aromatik bitkilerin kullanım alanları. *Bayburt Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi*, 2(1), 145–151. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/746104>
- Gordin, V., Trabskaya, J., & Zelenskaya, E. (2016). The role of hotel restaurants in gastronomic place branding. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 10(1), 81–90. <https://doi.org/10.1108/IJCTHR-05-2015-0049>
- Gönül, M. (1983). Duyusal değerlendirmede sonuca güveni etkileyen. *Gıda*, 8(6), 287–295. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/78563>
- Hall, C. M., & Page, S. J. (Eds.). (2014). *The geography of tourism and recreation: Environment, place and space* (4th ed.). Routledge.
- Hall, C. M., & Sharples, L. (2003). The consumption of experiences or the experience of consumption? In C. M. Hall, L. Sharples, R. Mitchell, N. Macionis & B. Cambourne (Eds.), *Food tourism around the world* (pp. 1–24). Butterworth-Heinemann.

- Henderson, J. C. (2009). Food tourism reviewed. *British Food Journal*, 111(4), 317–326. <https://doi.org/10.1108/00070700910951470>
- Hjalager, A.-M., & Richards, G. (2002). *Tourism and gastronomy*. Routledge.
- Jandala, C., & Hercz, Á. (2015). The role of gastronomy in the tourism image of a destination. *International Journal of Business Insights & Transformation*, 9(1), 1–18. <https://research.ebsco.com/c/7zdmyn/viewer/pdf/oldcwdh5ar>
- Kivela, J., & Crofts, J. C. (2006). Tourism and gastronomy: Gastronomy's influence on how tourists experience a destination. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 30(3), 354–377. <https://doi.org/10.1177/1096348006286797>
- Koppel, K. (2014). Sensory analysis of pet foods. *Journal of the Science of Food and Agriculture*, 94(11), 2148–2153. <https://doi.org/10.1002/jsfa.6597>
- Kösa, S., & Güral, S. M. (2019). Tıbbi ve aromatik bitkiler ve peyzajda kullanımları. *Peyzaj*, 1(1), 41–54. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/758180>
- Küçükkömürler, S., Şırvan, N. B., & Sezgin, A. C. (2019). Dünyada ve Türkiye’de gastronomi turizmi. *Uluslararası Turizm Ekonomi ve İşletme Bilimleri Dergisi*, 2(2), 78–85. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/618312>
- Lubbe, B. (1998). Primary image as a dimension of destination image: an empirical assessment. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 7(4), 21–43. [https://doi.org/10.1300/J073v07n04\\_02](https://doi.org/10.1300/J073v07n04_02)
- Lukovic, M., Pantović, D., Kostić, M., Veljović, S., & Bugarcic, J. (2023). Food plant diversity in cultural ecosystem services perspective: edible plants as a driver for improving the offer of gastro-tourism. *ECOLOGICA*, 30(110), 201–208. <https://doi.org/10.18485/ecologica.2023.30.110.5>
- Manola, M., & Koufadakis, S. X. (2020). The gastronomy as an art and its role in the local economic development of a tourism destination: A literature review. *SPOUDAI Journal of Economics and Business*, 70(1–2), 81–92. <https://spoudai.org/index.php/journal/article/view/106/88>
- Mak, A. H., Lumbers, M., & Eves, A. (2012). Globalisation and food consumption in tourism. *Annals of Tourism Research*, 39(1), 171–196. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.05.010>
- Oğan, Y. (2025). An ethnographic insight into the Laz cuisine culture in Artvin (Turkey). *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 39, 101132. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2025.101132>
- Oğan, Y., & Cömert, M. (2022). Artvin yöre gastronomisinde tıbbi ve aromatik bitkiler. *Aydın Gastronomy*, 6(1), 29–38. [https://doi.org/10.17932/IAU.GASTRONOMY.2017.016/gastronomy\\_v06i1003](https://doi.org/10.17932/IAU.GASTRONOMY.2017.016/gastronomy_v06i1003)
- Oğan, Y., & Durlu Özkaya, F. (2021). Artvin’i ziyaret eden turistlerin gastronomik deneyimleri üzerine bir değerlendirme. *Gastronomi ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 9(2), 157–170. <https://doi.org/10.32572/guntad.883247>
- Onoğlu, T. A., & Elmacı, Y. (Eds.). (2019). Gıdalarda duyuşal değerlendirme. Sidaş.
- Otunola, G. A. (2022). Culinary spices in food and medicine: An overview of *Syzygium aromaticum*. *Frontiers in Pharmacology*, 12. <https://doi.org/10.3389/fphar.2021.793200>
- Pergola, M., De Falco, E., Belliggiano, A., & Ievoli, C. (2024). The most relevant socio-economic aspects of medicinal and aromatic plants through a literature review. *Agriculture*, 14(3), 405. <https://doi.org/10.3390/agriculture14030405>

- Rasool Hassan, A. B. (2012). Medicinal plants (importance and uses). *Pharmaceut Anal Acta*, 3(10). <https://doi.org/10.4172/2153-2435.1000e139>
- Richards, G. (2002). Gastronomy: An essential ingredient in tourism production and consumption?. In A. M. Hjalager & G. Richards (Eds.), *Tourism and gastronomy* (pp. 3–20). Routledge.
- Rusher, K. (2003). The Bluff oyster festival and regional economic development: Festivals as culture. In C. M. Hall, E. Sharples, R. Mitchell, N. Macionis, & B. Cambourne (Eds.), *Food tourism around the world: Development, management and markets* (pp. 247–256). Butterworth Heinemann.
- Schippmann, U., Leaman, D. J., & Cunningham, A. B. (2002). Impact of cultivation and gathering of medicinal plants on biodiversity: Global trends and issues. *FAO*. <https://www.fao.org/3/aa010e/AA010E00.pdf>
- Serçek, G. Ö., & Serçek, S. (2015). The role and importance of gastronomy tourism on destination branding. *Journal of Tourism Theory and Research*, 1(1), 15–28. <https://doi.org/10.24288/jttr.202819>
- Seyitoğlu, F., & Ivanov, S. (2020). A conceptual study of the strategic role of gastronomy in tourism destinations. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 21, 100230. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2020.100230>
- Smith, S. L. (1994). The tourism product. *Annals of Tourism Research*, 21(3), 582–595. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(94\)90121-X](https://doi.org/10.1016/0160-7383(94)90121-X)
- Taghouti, I., Cristobal, R., Brenko, A., Stara, K., Markos, N., Chapelet, B., Hamrouni, L., Buršić, D., & Bonet, J. A. (2022). The market evolution of medicinal and aromatic plants: A global supply chain analysis and an application of the Delphi method in the Mediterranean area. *Forests*, 13(5), 808. <https://doi.org/10.3390/f13050808>
- Temel, M., Tınmaz, A. B., Öztürk, M., & Gündüz, O. (2018). Dünyada ve Türkiye’de tıbbi-aromatik bitkilerin üretimi ve ticareti. *KSÜ Tarım ve Doğa Dergisi*, 21(Özel Sayı), 198–214. <https://doi.org/10.18016/ksutarimdog.vi.473036>
- Telfer, D. J., & Wall, G. (2000). Strengthening backward economic linkages: Local food purchasing by three Indonesian hotels. *Tourism Geographies*, 2(4), 421–447. <https://doi.org/10.1080/146166800750035521>
- UN Tourism. (2025). *Glossary of tourism terms*. United Nations Specialized Agency. <https://www.untourism.int/glossary-tourism-terms>

**Etik Kurul İzni:** Artvin Çoruh Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etik Komisyonu tarafından 06.11.2023 tarih ve E-18457941-050.99-121748 karar numarası ile etik açıdan uygun bulunmuştur.

**Katkı Oranı Beyanı:** Yazarlar makaleye eşit oranda katkı sağlamış olduklarını beyan eder.

**Çıkar Çatışması Beyanı:** Makale yazarları aralarında herhangi bir çıkar çatışması olmadığını beyan eder.

## **Extended Summary**

### **A Study on the Use of Medicinal and Aromatic Plants in Cuisine with Regards to Gastronomy Tourism**

**Yener OĞAN**

Kırşehir Ahi Evran University, Kaman School of Applied Sciences, Department of Gastronomy and Culinary Arts, Türkiye

**Zehra BULUT**

Artvin Çoruh University, Faculty of Tourism, Department of Gastronomy and Culinary Arts, Türkiye

Over time, tourism has evolved into a multidimensional structure that encompasses not only travel and accommodation activities but also the experience of a destination's culture, lifestyle, natural assets, and local values. For this reason, tourism has become a strategic sector that contributes to the economic development of destinations, creates employment, and enhances the quality of life of local communities (Hall & Page, 2014). Achieving sustainable competitive advantage for destinations depends on diversifying the products and services offered, increasing experience-based tourist attractions, and enhancing visitor satisfaction. In this context, gastronomy plays a vital role in increasing a destination's appeal by diversifying tourism products. Given the essential function of eating and drinking, gastronomy is considered an inseparable component of the tourist experience (Richards, 2002). Destinations increasingly view gastronomic elements as a tourism resource that strengthens their brand image and enhances touristic appeal while preserving local identity (Gordin et al., 2016). Unlike other touristic activities, dining is a primary necessity for tourists and motivates them to learn about different cultures through the tasting of local foods and beverages (Kumar, 2019). Gastronomy tourism is largely influenced by a tourist's own culinary culture and preferences, and local cuisine can act as a major driving force in destination choice. Beyond its nutritional aspect, gastronomy embodies cultural expression and thus serves both as a compelling travel motivation and a contributor to the local economy of tourist destinations (Mak et al., 2012; Kivela & Crofts, 2006; Telfer & Wall, 2000). In conclusion, gastronomy tourism holds significant potential for Artvin in terms of diversifying tourism offerings, enhancing the destination's image, and promoting sustainable regional development. To effectively harness this potential, it is essential to highlight and integrate the region's unique medicinal and aromatic plants—an integral part of Artvin's local culinary heritage—into the broader framework of gastronomy tourism.

Humans have historically met their nutritional needs and derived vital benefits by discovering and utilizing plants found in nature. The recognition of medicinal and aromatic properties in these plants has enabled their widespread use across various domains—particularly in health—and continues to influence contemporary practices. Today, medicinal and aromatic plants garner attention due to their pharmaceutical, cosmetic, and nutritional value (Rasool Hassan, 2012). Taghouti et al. (2022) emphasize that these plants represent a vital component of wild flora and are commonly used in medicines, beverages, confections, and culinary applications. Their growing global significance and potential have positioned them as key raw materials not only for industrial sectors but also as valuable resources in gastronomy, rural development, healthcare, and tourism. Accordingly, medicinal and aromatic plants are understood to play an essential role in the economic, social, cultural, and ecological fabric of local communities (Pergola et al., 2024).

Among the diverse application areas of these plants, the culinary field is particularly prominent. Medicinal and aromatic plants are used in kitchens as primary or supplementary ingredients in meals, spices, and beverages. Due to its rich vegetation, Artvin stands out as one of the world's most biodiverse regions for medicinal and aromatic plants. Leveraging this botanical potential for regional

tourism is particularly important, especially given that gastronomy tourism is one of the fundamental drivers of destination development. Defined as a type of tourism focused on the experience of local foods and beverages, gastronomy tourism offers economic, cultural, and social benefits.

This study aims to promote the use of medicinal and aromatic plants in culinary practices within the scope of gastronomy tourism and, in doing so, to contribute to regional gastronomic diversity. Artvin, one of Türkiye's most biologically diverse provinces, was selected as the study's application area. Based on plant data provided by the Medicinal and Aromatic Plants Application and Research Center at Artvin Çoruh University, a total of 41 distinct dishes were developed using region-specific plant species. These dishes were categorized into four main groups: soups, salads-appetizers-drinks, main courses, and desserts. The preparation and evaluation of the dishes took place between March 1 and June 30, 2024, at the Gastronomy and Culinary Arts Department's Practical Workshop at Artvin Çoruh University. All dishes were prepared and documented by students under the supervision of faculty members and served in portioned presentations. A sensory analysis panel was then formed, comprising 11 panelists and 1 panel leader (totaling 12 participants), all of whom had relevant educational backgrounds in gastronomy, culinary arts, or food engineering, along with practical experience in the food and beverage sector. Panelists were trained in sensory analysis to ensure objectivity and consistency. They evaluated the dishes based on predetermined quality criteria, including color, appearance, taste, aroma, texture, and overall acceptability, using a 9-point hedonic scale. The evaluations were conducted based on individual sensory responses to each dish (Gönül, 1983), thereby increasing the reliability of the findings.

The research follows a descriptive survey model. The dishes were intentionally designed to highlight the dominant flavors and aromatic profiles of the selected plants. Based on the panelists' evaluations, the highest-rated dishes were identified as follows:

- Soup Group: Köndar and Rosemary Tutmaç Soup
- Snack Group: Likapa (Blueberry) Crepe
- Main Course Group: Chicken Fillet with Turmeric Mayonnaise Sauce
- Dessert Group: Cranberry Date Cake and Salep Date Tart

The findings demonstrate that medicinal and aromatic plants can be effectively integrated into both traditional and innovative culinary creations. These herbs not only served as complementary ingredients but also emerged as primary sources of flavor, enabling the development of novel taste combinations.

In terms of gastronomic tourism, the study yields significant implications. The creative incorporation of Artvin's rich botanical diversity into its regional cuisine enhances destination appeal and supports the development of a unique gastronomic identity. In parallel with global trends toward healthy living and natural nutrition, dishes enhanced with medicinal and aromatic plants offer tourists distinctive and memorable culinary experiences. Artvin's native medicinal and aromatic plants hold considerable promise within the context of gastronomic tourism. Effectively leveraging this potential is strategically important for promoting rural development, strengthening the local economy, fostering sustainable tourism, and advancing regional branding. This research provides a robust foundation for future academic inquiry and practical applications in the field.

In conclusion, promoting the use of medicinal and aromatic plants in the culinary arts is essential for enhancing a destination's appeal within the scope of gastronomic tourism. In this context, the active involvement of the rural population of Artvin is vital to ensuring inclusive and sustainable tourism development. Furthermore, plant-based gastronomic products—when utilized without compromising the integrity of the natural environment and local vegetation—can be marketed as authentic components of the regional identity, thereby contributing to the preservation of the area's ecological balance. To establish a distinctive and marketable destination brand for Artvin, future studies should

consider the integration of medicinal and aromatic plants within gastronomic tourism strategies. Effective utilization of these resources requires a series of coordinated strategic actions, including public education, support for local cooperatives and small enterprises, the development of region-specific gastronomic routes, efforts toward geographical indication (GI) registration, and the implementation of sustainable harvesting plans. The success of such initiatives will depend on collaborative partnerships among local authorities, the governor's office, academic institutions, chambers of commerce, civil society organizations, and local stakeholders. The incorporation of medicinal and aromatic plants into tourism offerings has the potential to stimulate trade and exports, thus fostering significant progress in the economic development of rural areas. The primary aim of this study has been to promote the culinary application of Artvin's unique medicinal and aromatic plants within the framework of gastronomic tourism. Future research is recommended to evaluate the impact of these products on tourist satisfaction and to conduct comparative analyses across different regional contexts to support broader applicability and best practices.