

GÜMÜŞHANE İLİNİN GASTRONOMİ TURİZMİ AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

EVALUATION OF GÜMÜŞHANE CITY IN TERMS OF GASTRONOMY TOURISM

Öğr. Gör. Suat AKYÜREK

Gümüşhane Üniversitesi, Sosyal Bilimler MYO, suat.akyurek@gumushane.edu.tr,
Gümüşhane/Türkiye

Prof. Dr. Halil İbrahim ZEYBEK

Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi, Coğrafya Bölümü, zeybekhi@gmail.com,
Samsun/Türkiye

ÖZ

Gastronomi bir bölgenin yiyecek ve içecek kültürünü, etkinliklerini, işletmelerini ve üretim alanlarını kapsayan bir kavramdır. Gastronomi turizmi ise, gastronomik unsurlardan en az birinin turistik ürün olarak sunulması ile meydana gelen bir turizm çeşididir.

Bu araştırmanın amacı, Gümüşhane ilinin gastronomi turizmi açısından değerlendirilmesidir.

Araştırmada veri toplama aracı olarak doküman analizi ve yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Gümüşhane ilinin gastronomik unsurlarına ilişkin yazılı ve görsel kaynaklar taranarak ve ilgili kişilerle görüşülerek gastronomi potansiyeli ortaya konulmuştur. Yapılan görüşmeler ile Gümüşhane ilinin gastronomi turizminin mevcut durumunun tespit edilmesi amaçlanmış ve gastronomi turizminin geliştirilebilmesi için neler yapılması gerektiği konusunda ilgili kişi ve kurumlara öneriler sunulmuştur.

Çalışmada elde edilen bulgulara göre, Gümüşhane iline özgü birçok yerel yiyecek ve içeceğin bulunduğu ancak bu yiyecek ve içeceklerin turistik ürün olarak sunumunun yetersiz olduğu tespit edilmiştir. Nitekim ilgili kişi, kurum ve kuruluşların yürüteceği ortak çalışmalar ile birlikte, Gümüşhane ilinin gastronomik unsurlarının turistik ürün olarak sunumunun artırılacağı ve gastronomi turizmi açısından daha iyi bir konuma gelebileceği öngörülmektedir. Bununla birlikte, Gümüşhane iline yönelik turizm talebinin artırılmasında gastronomi turizminin diğer turizm türleri ile birlikte destekleyici ve tamamlayıcı bir turizm türü olabileceği ve şehrin markalaşmasında önemli roller üstlenebileceği belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Gastronomi, Gastronomi Turizmi, Mutfak, Gümüşhane

ABSTRACT

Gastronomy is a concept which includes food and culture, enterprises and production areas of a region. Gastronomy tourism on the other hand, is a type of tourism that occurs by presentation of at least one of gastronomic elements.

The purpose of this study is to evaluate Gümüşhane city in terms of gastronomy tourism.

In the research, document analysis and semi structured interview technique were used as data collection instrument. Written and visual sources regarding the gastronomic elements of Gümüşhane city were surveyed and the gastronomic potential was put forth by meeting with relevant people. With the interviews made, identification of current status of gastronomy tourism for Gümüşhane city was aimed and suggestions were offered to relevant persons and institutions about what should be done in order to develop gastronomy tourism.

According to findings obtained in the study, it was identified that there were a lot of local food and beverage peculiar to Gümüşhane city but that the presentation of such food and beverage as touristic product was inadequate. Thus, with common studies to be conducted by relevant persons, institutions and organizations, it is suggested that the presentation of gastronomic elements of Gümüşhane city could be enhanced as touristic product and that they could reach a better position in terms of gastronomy tourism. In addition, it was determined that gastronomy tourism could become a supportive and supplementary type of tourism along with other tourism types for increasing tourism demand towards Gümüşhane city and that it could play significant roles in branding of the city.

Keywords: Tourism, Gastronomi, Gastronomi Turizmi, Cuisine, Gümüşhane

1. GİRİŞ

Yeme-içme olgusu, insanlığın var olduğu ilk zamanlardan beri sürekli olarak gelişim göstermiş ve teknolojik, ekonomik ve sosyolojik faktörlerdeki değişimler ile birlikte günümüzdeki modern halini almıştır. Dünya üzerindeki farklı toplumlar sahip oldukları özelliklerine, toplum yapılarına, yaşam biçimlerine, alışkanlıklarına, geleneklerine ve coğrafi özelliklerine göre de kendi mutfak kültürlerini oluşturmuşlardır (Gökdemir, 2012). Oluşan bu mutfak kültürü de bölgenin sadece yemek çeşitliliğini değil; aynı zamanda bölgedeki halkın yaşayışını, tarihini, geleneklerini ve değerlerini yansıtmaktadır (Özaltaş Serçek ve Serçek, 2015: 22).

Bir bölgenin turistik bir cazibe merkezi olabilmesi için doğal güzellikler ve kültürel miras en önemli unsurların başında yer almaktadır. Kültürel miras kapsamında değerlendirilen yemek kültürü ise, destinasyonlar için önemli bir çekicilik unsuru oluşturmaktadır (Hillel vd., 2013; Aydoğdu ve Duman, 2017). Gastronomi turizmi sürdürülebilir bir turizm çeşidi olarak (Işıldar, 2016: 51), destinasyonların pazarlanmasında (Du Rand, ve Heath, 2006; Cömert, 2014; Güzel Şahin ve Ünver, 2015), markalaşmasında (Aslan vd., 2014; Özaltaş Serçek ve Serçek, 2015), imajını güçlendirmesinde (Hjalager ve Corigliano, 2000), rekabet avantajı elde etmesinde (Çevik ve Saçılık, 2011), farklılık oluşturmada (Özaltaş Serçek ve Serçek, 2015) ve sonuç olarak turistler tarafından tercih edilmesinde (Aydoğdu vd., 2016; Lopez ve Martin 2006; Toksöz ve Aras, 2016) önemli bir araçtır. Yine, gastronomi turizmi özellikle kırsal bölgeleri ziyaret eden turistlerin gittikleri bölgelerdeki yiyecek ve içecekleri deneyimleyerek, yöresel pazarları gezerek ve yöresel ürünleri satın alarak kırsal bölgelerin kalkınmasında önemli bir turizm çeşididir (Kesici, 2012; Deveci vd., 2013). Bununla birlikte gastronomi; destinasyon kimliği oluşturulmasında ve turistik deneyimleri artırmada önemli bir role sahiptir (Renko vd., 2010). Ayrıca gastronomi, destinasyonu ziyaret eden turistlerin memnun şekilde destinasyondan ayrılmasını sağlayarak (Kivela ve Crotts, 2006; Türkay ve Genç, 2017) turistlerin destinasyonu tekrar ziyaret etmesinde oldukça etkilidir (Lertputtarak, 2012; Bayrakçı ve Akdağ, 2016; Türkay ve Genç, 2017).

Öte yandan, turizm ürün bileşenleri dikkate alındığında, seyahat sektörünün daima gastronomiye ihtiyaç duyması ve gıda ve gastronomi sektörünün dünya ekonomisindeki ana sektörlerin başında gelmesi gastronomi turizminin önemini ortaya koymaktadır (Bağırhan Özşeker, 2016: 19). Bu bağlamda bir destinasyonun turizm açısından geliştirilmesi için gastronomi ön planda tutulmalı ve gastronomik değerler en iyi şekilde kullanılmalıdır. Yine, Kırsal Seyahat Endüstrisi Birliği'nin yapmış olduğu araştırmada gastronomi turizmine katılan turistlerin yaklaşık %70'inin gittikleri yerlerde, bölgesel ve yöresel yeme-içme deneyimlerini tatil dönüşlerinde çevresi ile paylaştıkları belirlenmiştir. Bu nedenle gastronomi amaçlı seyahat eden turistlerin ülke, bölge ve şehir tanıtımı için son derece önemli olduğu sonucuna varılabilir (Marzella, 2008'den aktaran Kesici, 2012: 36).

Günümüzde turistlerin büyük çoğunluğu, yeni destinasyonlar görmek, farklı kültürleri ve gelenekleri tanımak, farklı deneyimler edinmek amacıyla seyahat etmektedirler. Bu bağlamda gastronomi turizmi farklı tat ve deneyim arayan turistlerin ihtiyaçlarını karşılamak için önemli bir alternatif turizm çeşididir (Albayrak, 2013: 244). Farklı bir kültürü yaşamının veya tanımının en iyi yöntemlerinden birinin o kültüre ait mutfağı deneyimlemek olduğu düşünüldüğünde (Saatçı, 2016), gastronomi turistik destinasyonlar için oldukça önemlidir. Turistik bir ürün olarak gastronomi, turistler için değişen oranda çekim gücü yaratmakta ve özellikle yerel tüketimi artırarak yöre halkını kapsayan yüksek bir katma değer sağlamaktadır (Yıldız, 2016: 27).

Bir destinasyondaki yerel yiyecek ve içeceklerin kullanımı kültürel değerlerin bozulmasını ve adetlerin unutulmasını önleyerek kültürel sürdürülebilirliği sağlamaktadır. Bununla birlikte yerel halka kazanç sağlayarak ekonomik sürdürülebilirliğe de katkı sunmaktadır (Şengül ve Türkay, 2017: 18). TÜRSAB'ın 2014 yılındaki gastronomi turizmi raporunda Türkiye'ye gelen turistlerin yaptıkları toplam harcamanın beşte birini yeme - içme için yaptıkları belirtilmektedir. Bununla birlikte raporda, dünyadaki tüm turistlerin %88,2'sinin destinasyon seçimlerinde gastronominin çok önemli olduğu belirtilmektedir (TÜRSAB, 2014). Sonuç olarak, Türk turizminde gastronominin hem turizm gelirlerini artırması hem de destinasyon seçiminde etkili olması bakımından oldukça önemli olduğu söylenebilir. Bu bağlamda Gümüşhane ilinin turistik bir destinasyon olarak tercih edilebilirliğini ve turizmden elde ettiği gelirleri artırabilmesinde gastronomi önemli bir araç olarak görülmelidir.

Bir şehirde niş turizm ürünleri geliştirilmesinde ve niş destinasyonlar yaratılması açısından gastronomi önemli bir alternatif kaynak oluşturmaktadır (Özaltaş Serçek ve Serçek, 2015: 24). Bu bağlamda Gümüşhane

ilinde alternatif turizm ürünü geliştirilmesi bakımından, ilin sahip olduğu gastronomik unsurlarının değerlendirilmesi oldukça önem arz etmektedir.

Gümüşhane, 6575 km² yüzölçümü ile Karadeniz Bölgesi'nin Doğu Karadeniz Bölümü sınırları içerisinde yer almaktadır. İlin doğusunda Bayburt, batısında Giresun, kuzeyinde Trabzon ve güneyinde Erzincan bulunmaktadır. Gümüşhane oldukça zengin topografik çeşitliliğe sahiptir. Nitekim 3.000 m'yi aşan zirvelere sahip dağlık alanlara sahipken, diğer yandan güneyde Kelkit Havzası'nın doğu bölümünü oluşturan ovalık alanlar yer almaktadır. Konumu gereği, ilin kuzey kesimleri Karadeniz etkilerine açıkken, güney bölümünde kara iklimi etkileri hâkimdir (Şekil 1). Söz konusu iklim özellikleri topoğrafik çeşitlilikle daha da zenginleşmektedir. İklim özelliklerindeki çeşitlilik, doğal bitki örtüsünün zenginleşmesine yol açmıştır. Ayrıca, binlerce yıldır yerleşmeye sahne olan Gümüşhane ili toprakları, ilk çağlardan bu yana farklı medeniyetlere ev sahipliği yapmış, söz konusu özellik aynı zamanda kültürel bir zenginliğin de ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Günümüzde ise ilin sahip olduğu coğrafi konumu sebebiyle, Karadeniz ve Doğu Anadolu Bölgesi arasında bir geçiş bölgesi olup iki farklı bölgenin kültürel özelliklerini bünyesinde barındırmaktadır. Bu iki kültürün hâkim olduğu şehir, mutfak alanında bölgeye özgü çeşitli yiyecek ve içeceklere sahiptir. Özellikle organik ürün yetiştiriciliği açısından zengin bir konumda olan Gümüşhane, organik beslenmeye ve kırsal yaşantıya ilgi duyan turistler için önemli olanaklar sunmaktadır. Bu kapsamda çalışmanın ilin gastronomik unsurlarını ortaya koyması, gastronomik unsurların kullanım etkinliğini belirlemesi ve son olarak gastronomi turizminin geliştirilebilmesi için ilgili turizm paydaşlarının görüşleri doğrultusunda öneriler sunması açısından önemli olduğu düşünülmektedir.



Şekil 1: Gümüşhane ili lokasyon haritası.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Gastronomi sözcüğünün kökenine inildiğinde, sözcüğün yunanca “gastros” (mide) ve “nomos” (yasa, kural) sözcüklerinden türediği anlaşılmaktadır (Bağırhan Özşeker, 2016: 6). Gastronomi kelimesi ilk olarak Fransa’da, Jacques Berchoux (1804) tarafından bir şiire başlık olarak kullanılmıştır (Kesici, 2012: 35). Fransızcadan Türkçe’ye aktarılan gastronomi kelimesi (Samancı, 2013), Türk Dil Kurumuna göre, yemeği iyi yeme arzusu, sağlığa uygun, iyi düzenlenmiş, beğenilen ve lezzetli mutfak, yemek düzeni ve sistemi olarak tanımlanmaktadır. Gastronomi, ülke veya bölge mutfaklarını birbirinden farklılaştıran özelliklerini, bir ülkenin veya bölgenin yiyecek ve içeceklerini, yeme-içme alışkanlıklarını ve yiyecek hazırlama tekniklerini tanımlayan bir kavramdır (Cömert ve Özkaya, 2014: 63). Kivela ve Crotts (2005)’a göre gastronomi, bir ülkenin veya bölgenin mutfağını diğer mutfaklardan ayıran ve o ülkenin veya bölgenin yiyecekleri, yiyecek hazırlama teknikleri ve yeme-içme alışkanlıklarının tümüdür. Başka bir tanıma göre gastronomi; tarım, hayvancılık, kültür ve yemek arasındaki ilişkiyi inceleyen (Kivela ve Crotts, 2006; Albayrak, 2013: 245) bir bilim, sanat veya iyi yeme alışkanlığı olarak tanımlanabilmektedir (Saatcı, 2016: 5). Gastronomi, yemeği ana eksenini götüren sosyal bilimler, doğa bilimleri ve güzel sanatları ilgilendiren ve çok sayıda kültürel bileşeni araştıran multidisipliner faaliyet olarak değerlendirilmektedir (Özgen, 2016: 1). Gastronomi; fizik, kimya, edebiyat, biyoloji, jeoloji, tarih, el sanatları, antropoloji, müzik, felsefe, psikoloji, sosyoloji, ekonomi ve coğrafya gibi birçok disiplinler ile ilgili bir anlayış ve değerlendirmeyi içeren (Bağırhan Özşeker, 2016: 6), hem fen bilimleri, hem de sosyal bilimlerden yararlanan bir bilim dalıdır (Gülen, 2017: 33). Genel olarak

gastronomi, bir ülkenin veya bölgenin kültürel değerlerini yansıtan yiyecek ve içeceklerin hazırlanması, pişirilmesi ve sunulması süreçlerini ve yeme-içme alışkanlıklarını kapsayan bir kavramdır (Zengin ve Işkın, 2017: 406).

Gastronomik unsurların ana çekim unsur oluşturduğu turistik ürün çeşidi gastronomi turizmi olarak ifade edilmektedir (Yıldız, 2016: 30-31). UNWTO gastronomi turizmini, gastronomik unsurları olan destinasyonlara yapılmış eğlenme amaçlı yiyecek ve içeceklerle ilgili rekreatif deneyimsel aktiviteleri kapsayan turizm çeşidi olarak tanımlamıştır. Bu aktivitelere gastronomik festivaller, turlar, şovlar, fuarlar, yerel yiyecek ve içeceklerin deneyimlenmesi örnek verilebilir (Güzel Şahin ve Ünver, 2015: 64). Günümüzde turizmdeki payı oldukça yüksek olan gastronomi turizminin yerine literatürde; yemek turizmi (Du Rand ve Heath, 2006; McKercher vd., 2008), mutfak turizmi (Hashimoto ve Telfer, 2006; Doğdubay ve Giritlioğlu, 2008), yiyecek içecek turizmi, tadım turizmi, gurme turizmi (Türkay ve Genç, 2017: 225) gibi kavramlar kullanılabilmektedir.

Gastronomi turizmi turistlere dört farklı motivasyon sunmaktadır. Bunların ilki, yaşamın devamlılığı için yeme – içmenin zorunlu olmasından dolayı fiziksel motivasyondur. İkincisi, belli bir kültürü tanımak, öğrenmek için yemek kültürünü deneyimlemek gerektiğinden dolayı kültürel motivasyondur. Üçüncüsü, turistin gastronomi aktivitesi içinde yer alarak edindiği sosyal motivasyondur. Sonuncusu ise, yöreye özgü deneyimlemelerini çevresinde paylaşarak edindiği prestij/statü motivasyonudur (Guzman ve Canizares, 2011: 65).

Bir bölgenin gastronomik unsurları sadece o bölgenin yerel yemeklerinden oluşmaz. Aşağıda bir bölgenin gastronomi turizm ürünlerinin belirlenmesindeki temel başlıklara yer verilmektedir (Nebioğlu, 2017: 42):

- ✓ Bölgeye özgü olan yiyecekler ve içecekler,
- ✓ Bölgedeki yiyecek ve içecek hizmeti sunan işletmeler,
- ✓ Bölgedeki yiyecek ve içecek ile ilgili etkinlikler (festivaller, yarışmalar, fuarlar vb.),
- ✓ Bölgedeki yiyecek ve içecek üretilen alanlara (çiftlikler, yiyecek-içecek fabrikaları, üzüm bağları vb.) yapılan ziyaretler veya turlar o bölgenin gastronomi turizm potansiyelini oluşturmaktadır.

Turizme katılan bireyler gittikleri destinasyonlarda kendi yemek kültürleri dışında destinasyonun kültürünü yansıtan yiyecek ve içecekleri tercih etme eğiliminde bulunmakta ve fazla ücret ödemeyi göze almaktadırlar. Bununla birlikte, yiyecek ve içecek turlarına ve festivallerine katılmak istemektedirler. Tüm bu bileşenler ise, destinasyonun gastronomi zenginliğini, yerel kültürün ve turistik deneyimin önemli bir parçasını oluşturmaktadır (Yıldız, 2016: 30-31). Bu faaliyetlerden en az birinin gerçekleşmesi sonucunda ise gastronomi turizmi ortaya çıkmaktadır.

3. ARAŞTIRMANIN AMACI ve ÖNEMİ

Gastronomi turizminin son yıllarda ekonomik, sosyolojik ve kültürel açıdan etkileri değerlendirildiğinde önemli bir turizm çeşidi olarak karşımıza çıkmaktadır. Gastronomik unsurlar, turistlerin seyahat deneyimlerinin önemli bir kısmını oluşturmakta ve destinasyonlarda çekicilik unsuru oluşturması bakımından etkili bir pazarlama aracı olarak görülmektedir (Güzel Şahin ve Ünver, 2015). İnsanların doğup büyüdüğü ve hayatlarını idame ettirdiği her coğrafyada akıp giden zamanla birlikte oluşan bir mutfak kültürü ve dolayısıyla gastronomik değerleri bulunmaktadır. Bu bağlamda Gümüşhane ilinin de kendine özgü bir mutfak kültürü ve gastronomik değerleri söz konusudur. Bu çalışmanın amacı, Gümüşhane ilinin gastronomik unsurlarını tespit etmek ve gastronomi turizmi potansiyelini ortaya koymaktır. Diğer yandan, Gümüşhane ilinin gastronomi turizmi açısından incelenmesi, gastronomi turizmi kapsamında ne tür çalışmaların yapıldığının belirlenmesi ve Gümüşhane ilinde gastronomi turizminin geliştirilmesi için neler yapılması gerektiğinin tespit edilmesi çalışmanın diğer amaçlarını oluşturmaktadır.

Alternatif turizm çeşitliliği yönünden oldukça zengin bir yapıya sahip olan Gümüşhane ilinin gastronomi turizmi açısından da önemli bir potansiyele sahip olduğu düşünülmektedir. Nitekim ilgili literatür incelendiğinde, Gümüşhane ili kapsamında, bölgenin gastronomi turizmini ele alan çalışmaların yetersiz olduğu görülmüştür. Bu bağlamda çalışmanın literatürdeki eksikliği gidermesi ve Gümüşhane ilinin gastronomi turizmi açısından gelişmesi kapsamında ilgili kişi, kurum ve kuruluşlara öneriler sunması bakımından önemli olduğu düşünülmektedir.

4. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırmada tümevarım yaklaşımı benimsenerek, nitel araştırma yöntemi tercih edilmiştir. Nitel araştırma yöntemleri, farklı bilgi parçacıklarından yola çıkarak, bütünü ya da kuramı kendisi oluşturması için gerekli

olan birincil ve ikincil verilerin toplanmasına aracılık etmektedir (Kozak, 2015: 29). Bu bağlamda araştırmada veri toplamak için ikincil verilerden ve yarı yapılandırılmış görüşme tekniğinden faydalanılmıştır.

Gümüşhane ilinin gastronomik unsurları hakkında ve gastronomi turizmi potansiyelinin geçmişe dönük derinlemesine araştırılması, dönem içindeki değişimlerin tespit edilmesi ve gastronomik açıdan daha iyi bir konuma gelebilmesi için birtakım görüşme soruları hazırlanmıştır. Soruların hazırlanmasında daha önceki akademik çalışmalardan (Bucak ve Ateş, 2014; Nebioğlu, 2017) ve her türlü yazılı ve sözlü kaynaklardan yararlanılmıştır. Bununla birlikte görüşme formunun hazırlanmasında akademisyenlerin ve alanında uzman kişilerin görüşleri alınmıştır.

Araştırmanın evrenini Gümüşhane ilinde gastronomi ile doğrudan ve dolaylı şekilde ilgili olan kamu, üniversite, sektör temsilcileri ve yerel halk oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini ise, evreni temsil yeteneği yüksek olduğu varsayılan 17 kişi oluşturmaktadır. Görüşmelerin yapılabilmesi için daha önceden randevu alınarak, katılımcıların uygun gördükleri zamanda ve mekânda gerçekleştirilmiştir. Toplam 7 saat 55 dakika süren görüşmelerin her biri 15 dakika ile 70 dakika arasında yapılmıştır. Görüşmeden elde edilen veriler katılımcıların izni alınarak ses kaydı ve kısa notlar alınarak kaydedilmiştir. Görüşmelerin tamamı 2017 Aralık ayında yapılmıştır.

Görüşmede kullanılan yarı yapılandırılmış soru formunun oluşturulmasında, öncelikle yapılan literatür incelemesi dikkate alınmıştır. Bu çerçevede sorulan soruların bir kısmı aşağıda verilmiştir.

1. Demografik sorular (yaş, cinsiyet, eğitim durumu, meslek).
2. Gümüşhane denince aklınıza gelen yemekler ve içecekler nelerdir?
3. Yiyecek ve içecek işletmelerinin menülerinde Gümüşhane'ye özgü yemekler sunuluyor mu?
4. İldeki yiyecek ve içecek işletmelerinin hizmet kalitesi ne düzeydedir? İle yönelik turizm talebi arttığı takdirde ildeki yiyecek ve içecek işletmeleri bu talebi karşılayabilir mi?
5. Gümüşhane gastronomi turizmi açısından ne durumdadır/düzyededir?
6. Gastronomik ürünlerin artırılması ve geliştirilmesi için neler yapılabilir?
7. Gastronomi turizminin geliştirilebilmesi için ilgili paydaşlar (üniversite-il turizm müdürlüğü-belediye-valilik vs.) ne tür çalışmalar yapabilir?
8. Gümüşhane ilinin gastronomik unsurlarının tanıtımında ne tür çalışmalar yapılabilir?
9. Gümüşhane'de gastronomi turizmi kapsamında ne tür hediyelik eşyalar satılmaktadır? Başka ne tür gastronomik ürünler hediyelik eşya olarak değerlendirilebilir?
10. Gümüşhane'de gastronomik açıdan hangi ürünler tescillenebilir?
11. Gümüşhane ilinin markalaşmasında gastronomi rol oynayabilir mi?
12. Gümüşhane'de hangi turizm çeşitliliği ön planda tutulmalıdır? Gastronomi bu turizm çeşidinde nasıl bir rol oynayabilir?
13. Gastronomi turizminin geliştirilebilmesi için önerileriniz nelerdir?

Bu soruların yanı sıra, görüşme sürecinde katılımcılara verdikleri cevaplar karşısında ek sorularda sorulmuştur. Diğer yandan, Gümüşhane ilindeki yiyecek ve içecek işletmelerine yönelik paylaşılan çevrimiçi yorumlar ve yiyecek ve içecek işletmelerinin menüleri incelenmiş ve görüşmelerden elde edilen bulgular (3. ve 4. soru) ile benzerlik gösterdiği anlaşılmıştır.

5. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Bu bölümde ikincil kaynaklardan ve yarı yapılandırılmış görüşmeler sonucunda elde edilen bulgulara yer verilmiştir.

5.1. İkincil Kaynaklardan Elde Edilen Bulgular

UNESCO'nun İnsanlığın Somut Olmayan Kültürel Miras Listesi'nde Geleneksel Tören Keşkeği, Mesir Macunu Festivali, Türk Kahvesi Kültürü ve Gelenegi ve İnce Ekmek Yapma ve Paylaşma Kültürü: Lavaş, Katırma, Jupka, Yufka bulunmaktadır (<http://aregem.kulturturizm.gov.tr>). Gelecek yıllarda ise, ülkemiz açısından bu listenin artacağı öngörülmektedir. Gastronominin kültürel değerler içindeki rolünün ve turizmdeki payının giderek artması, gastronomi turizminin gelecek yıllarda daha da önemli olacağını göstermektedir. Bu kapsamda, Gümüşhane ilinin turizmdeki etkinliğini artırabilmesi için gastronomi turizmine gereken önemi vermesi gerekmektedir.

Yöresel Ürünler ve Coğrafi İşaretler Türkiye Araştırma Ağına (YÜCİTA) göre; *“coğrafi İşaretler, üretici ve tüketiciyi haksız rekabete karşı koruyan, tüketicileri ürünün kökeni ve kalitesi konusunda bilgilendiren,*

istihdam ve gelir yaratarak sürdürülebilir kırsal kalkınmayı sağlayan, kırsal nüfusu yerinde tutan, doğal kaynakları, çevreyi ve tarımsal üretimin çeşitliliğini koruyan ve turizmi geliştiren resmi kalite işaretleridir” (<http://yucita.org>). Gümüşhane iline ait toplam 4 adet tescillenmiş coğrafi işaretli gastronomik ürün bulunmaktadır. Bunlar; dut pestili, köme, siron ve Gümüşhane ekmeğidir. Gümüşhane ilindeki coğrafi işaretli ürün sayısı ve tescillenmeye aday ürün potansiyeli dikkate alındığında gastronomi turizmi açısından zengin bir bölge olduğu söylenebilir. Bu bağlamda ilin gastronomi turizmi açısından potansiyelinin belirlenmesi ve buna göre plan ve politikaların oluşturulması önemlidir. Tablo 1’de Gümüşhane iline özgün yöresel yemekler yer almaktadır.

Tablo 1. Gümüşhane İline Özgün Yöresel Yemekler

Çorbalar	Sebze ve Et Yemekleri	Hamur İşleri	Dolmalar ve Pilavlar	Tatlılar	Diğer
Arpa Yarması Çorbası	Ayvalı Et	Siron*	Lor dolması	Kayısı Tatlısı	Un Haşılı
Ayrırlı Çorba	Borani	Kömbe	Evelik Dolması	Soymaca Hoşafı	Isırgan Herlesi
Dırma Çorbası	Fasulye Bulgurlusu (Pağla Denlisi)	Golot	Lahana Dolması	Dut Pestili*	Düğün Haşılı
Doduk Çorbası	Fıfıt Haşılı	Kanzılı Börek	Yergök Dolması	Pestil Kavurması	Toğala Kuymağı
Erişte Çorbası	Galiye	Lalanga Böreği	Kalem Dolması	Köme*	Süt Herlesi
Fıfır Çorbası	Kalacoş	Gümüşhane Ekmeği*	Eşkili Dolması	Zıkırda	Hasude Kuymağı
Kuşburnu Çorbası	Muhla	Bişi	Çıplak Dolma	Burma (Sini) Tatlısı	Yağlaç
Gendime Çorbası	Herse	Lemis	Soğan dolması	Ballı Börek	Un Herlesi
Hoşveren Çorbası	Hingel Yemeği	Hingel	Gendime Pilavı	Fışkıl Tatlısı	Kürt Herlesi
Kurut Çorbası	Patates Oturtması	Tava Ketesi		Erişte Tatlısı	Peşkidan Kuymağı
Gavut Çorbası	Paparna (Ekmek Aşı)	Sac Ketesi		Dut Dövmeci	Dut Pekmezi*
Madımak Çorbası	Dütlü Haşıl	Su Böreği		Pekmezli Un Helvası	Kurut
Mantı Çorbası	Isırgan Pirinçlisi			Muska/Sarma/Tatlı Dut Pestilleri	Ağuz
Yavan Çorbası	Kapama			Tel Helvası	Peksimet
Zuluflu Çorbası	Turşu Kavurması				

Kaynaklar: Gürsoy, 2001; Ülker vd., 2011: 225-330; Çalık vd., 2013: 10-11; <http://www.gumushanevakfi.com>; <http://www.gumushane.gov.tr>

*Tescilli ürünler (<http://www.turkpatent.gov.tr/TURKPATENT/geographicalRegisteredList/>)

NOT: Yukarıdaki tablo ikincil kaynaklardan ve görüşmeler sonucunda oluşturulmuştur. Anadolu’daki tüm illerin birbirleri ile kültürel yakınlığı dikkate alındığında, tablodaki yemeklerin bazıları farklı illerde farklı isimler ile veya benzer şekillerde sunulabilmektedir.

Tablo 1’de Gümüşhane ilinin yerel yiyecek ve içecekleri yer almaktadır. Tablodaki yiyeceklerin belirlenmesinde ikincil kaynaklardan yararlanılmıştır. Bununla birlikte Gümüşhane ilindeki ilgili kişilerce bu yiyecek ve içecekler teyit edilmiştir. Yukarıdaki tablodaki yiyecek ve içeceklerin bazıları sadece Gümüşhane’ye özgü olmamakla birlikte, diğer illerle kültürel yakınlık dikkate alındığında kendine özgü farklılıklarından dolayı bu yiyecek ve içecekler listede yer almıştır. Bu yiyecek ve içecekler için ek olarak Gümüşhane usulü eklenebilir (Gümüşhane usulü lahana dolması gibi). İncelenen kaynaklarda Gümüşhane mutfağı ile ilgili çok fazla yemeğin olduğu görülmüş ancak listede sadece en çok bilinenlere yer verilmiştir. Bununla birlikte, yapılan görüşmelerde katılımcılar Gümüşhane mutfağına ait birçok bilinmeyen veya unutulmaya yüz tutmuş yemeğin olduğunu belirtmişlerdir. Bu yüzden yukarıdaki liste derinlemesine yapılacak çalışmalarla genişletilebilir.

Gümüşhane ilinde beslenme kültürü yörenin coğrafi özellikleri gereği tarım ürünlerine ve temelde de tahıla dayanmaktadır. Bulgur, yarma, erişte, yazdan hazırlanan yiyeceklerdendir. Yörede yetişen elma, armut, erik ve dut genellikle kurutularak kışlık olarak hazırlanmaktadır. Gümüşhane’de kışlık olarak hazırlanan sebzeler, meyveler ve etler (kemikli, kemiksiz, sakatat) kendine has kurutma yöntemi ile saklanmaktadır. Bunların dışında, sebze ve meyveler toprağa, samana ve pekmeze gömme gibi geleneksel saklama yöntemleri ile saklanabilmektedir (Ülker vd., 2011: 220-224).

Bir bölgeye özgü yiyecek ve içecekler, hediyelik eşya açısından önemli kaynaklardır. Gümüşhane ilini ziyaret eden turistler hediyelik olarak kuşburnu ürünleri, pestil/köme, dut pekmezi, Gümüşhane kaşarı gibi

gastronomik ürünler satın almaktadırlar (<http://gumushanekultur.gov.tr>). Bununla birlikte, Gümüşhane karayolu güzergahında yer alan dinlenme tesislerinde yukarıdaki ürünler dışında birçok hediyelik gastronomik unsurların (kurutulmuş meyveler, ahşap mutfak araç-gereçleri, güveç kapları vs.) satıldığı görülmüştür. Bu bağlamda Gümüşhane iline özgü hediyelik ürünlerde gastronominin önemli bir paya sahip olduğu söylenebilir. Gümüşhane ormanlık alanlar bakımından da zengin bir ildir. Gümüşhane ormanlarında yetişen kuşburnu, alıç, yaban mersini, ahududu, mahlep, kızılık ve çeşitli mantarlar doğa turizmini seven turistler için önemli bir çekim kaynağı oluşturmaktadır (<http://gumushane.ormansu.gov.tr>). Bu nedenle, Gümüşhane için oldukça önemli bir turizm çeşidi olan doğa turizmi, gastronomi turizmini destekleyici bir rol üstlenebilir.

Gümüşhane ilinde bölgeye özgü birçok yiyecek ve içecek işletmeleri ve üretim tesisleri bulunmaktadır. Bunlardan en önemlileri; pestil-köme üretim tesisleri, alabalık tesisleri, bölgeye özgü tarihi konak restoranları, meyve bahçeleri, ormanlar vb. örnek verilebilir. Bu bağlamda, bu tür yöreye özgü işletme ve üretim noktalarının gastro turistler (bir bölgeye özgü gastronomik unsuru deneyimlemek için seyahat eden turist) için farklı deneyimler sunarak, bölgeye olan turizm talebinin artmasını sağlayabilir. Bununla birlikte, Gümüşhane ilinde her yıl düzenli olarak yapılan “Gümüşhane Uluslararası Kuşburnu – Pestil Kültür ve Turizm Festivali” gastro turistler için önemli bir etkinlik sayılabilir.

Literatür ışığında, Gümüşhane iline özgü birçok yemeğin ve içeceğin olduğu sonucuna varılmıştır. Nitekim, Gümüşhane merkez ve Torul ilçesinde yer alan restoranların menüleri incelendiğinde, yöresel yemeklere menülerinde yer veren restoranların sayısının oldukça az olduğu görülmüştür. Bununla birlikte, bu restoranların menülerinde yer alan yöresel yemeklerin genellikle haftanın belirli günlerinde çıkarıldığı veya daha önceden sipariş üzerine hazırlandığı tespit edilmiştir.

Genel olarak bakıldığında, Dünya’da ün yapmış olan mutfakların üç temel özelliği tanınmışlık, özgünlük ve çeşitlilik (Gülen, 2017: 34). Bu kriterlerin bir bölgenin veya kentin mutfağı için de geçerli olduğu söylenebilir. Bu kapsamda Gümüşhane mutfağı değerlendirildiğinde, kente özgün çeşitli yiyecek ve içeceklerin olduğu görülmektedir. Nitekim bu özgün yiyecek ve içeceklerin bilinirliği ve gastronomi turizmi kapsamında turistik bir ürün olarak sunulmasının yetersiz olduğu görülmektedir.

5.2. Yarı Yapılandırılmış Görüşmelerden Elde Edilen Bulgular

Tablo 2’de görüşülen kişilerle ilgili bilgiler yer almaktadır. Araştırmada veri toplamak için toplam 17 kişi ile görüşülmüştür. Görüşülen kişilerin 7’si akademisyen, 2’si yerel yönetimden, 2’si yerel halktan ve son 6 kişi ise sektör temsilcisinden oluşmaktadır. Araştırmaya katılanların yaş dağılımına bakıldığında, 20-30 yaş aralığında 5 kişi, 31-40 yaş aralığında 5 kişi, 41-50 yaş aralığında 4 kişi ve son olarak 51 yaş ve üzeri 3 kişi vardır. Görüşme yapılan kişilerin 13’ü erkek 4’ü kadındır. Katılımcıların eğitim düzeyleri incelendiğinde; 3’ü ortaöğretim, 1’i ön lisans, 6’sı lisans, 4’ü yüksek lisans ve 3’ü doktora düzeyindedir.

Tablo 2. Katılımcılar İle İlgili Bilgiler

Görüşmeci	Yaş	Cinsiyet	Eğitim Durumu	Meslek
1. Katılımcı	27	Erkek	Yüksek Lisans	Akademisyen
2. Katılımcı	30	Erkek	Yüksek Lisans	Akademisyen
3. Katılımcı	29	Kadın	Yüksek Lisans	Akademisyen
4. Katılımcı	35	Erkek	Yüksek Lisans	Akademisyen
5. Katılımcı	36	Erkek	Doktora	Akademisyen
6. Katılımcı	34	Erkek	Doktora	Akademisyen
7. Katılımcı	38	Erkek	Doktora	Akademisyen
8. Katılımcı	51	Erkek	Lisans	İl Turizm Müdürü
9. Katılımcı	34	Erkek	Lisans	Memur
10. Katılımcı	62	Kadın	Lisans	Emekli
11. Katılımcı	62	Kadın	Ortaöğretim	Ev hanımı
12. Katılımcı	28	Erkek	Ortaöğretim	Aşçı
13. Katılımcı	28	Erkek	Önlisans	Aşçı
14. Katılımcı	42	Kadın	Ortaöğretim	Aşçı
15. Katılımcı	46	Erkek	Lisans	Aşçı
16. Katılımcı	43	Erkek	Lisans	İşletmeci
17. Katılımcı	41	Erkek	Lisans	Yönetici

Katılımcılara ilk olarak, Gümüşhane ilinin en bilinen yeme-içme unsurlarını tespit edilmesi amacıyla “Gümüşhane denince ilk aklınıza gelen yeme-içme unsurları nelerdir?” sorusu yöneltilmiştir. Bu bağlamda en bilinen yeme-içme unsurları; pestil, köme, siron, Gümüşhane ekmeği, gendime çorbası, Kelkit

döneri, kuşburnu çayı ve reçeli, Gümüşhane göbek elması, haşıl, kete, lemis (gözleme), dırma (çorba), herle ve pestil kavurmasıdır.

Gümüşhane ilindeki yiyecek ve içecek işletmelerinin menülerinde, yöreye özgü yeme-içme unsurlarının sunulup sunulmadığını belirlemeye yönelik sorulan soruda ise, katılımcıların çoğunluğu sunulmadığını ifade etmişlerdir. Ancak sektör ve yerel yöneticilerden oluşan katılımcılar, yöresel yemeklere yönelik talebin yetersiz olmasından dolayı bu yemeklere menülerde sınırlı sayıda yer verildiğini belirtmişlerdir. Bu bağlamda aşağıda bazı katılımcıların görüşleri yer almaktadır:

“Gümüşhane’ye özgü birçok yiyecek ve içecek vardır... Ama bunların çoğunu babaannem ve ananem yapıyordu. Artık bizde modernleştik galiba pek fazla yapmıyoruz. Gümüşhane’de yöresel yemek sunan restoranlar var ama burada restoranların müşterilerini en çok üniversite öğrencileri oluşturuyor. Öğrenciler de genellikle fast food yemekleri seviyorlar. Bu yüzden restoranlarda yöreye özgü yemekleri pek fazla yapmıyorlar...” (9. görüşmeci).

“Yöreye özgü yiyecek ve içecekler, işletmelerin menülerinde çok sınırlı kullanılıyor. Standart periyodik olarak menülerinde Gümüşhane’ye özgü olan veya yöresel yiyecek sunan işletme yok... Gümüşhane’de yöresel ürünleri sunan restoranın açılması gerekli... Bu tür işletmelerin açılması için KOSGEB vs. kurumlar ile desteklenebilir ve bu girişimcilere eğitimler verilebilir...” (6. görüşmeci).

“Kesinlikle sunulmuyor. Yaşlıların yaptıkları çok yemek var ama unutulmuş. Kurut var mesela... Tuzlayıp ahşap kaplara koyup tuzlayarak sakladığımız etler meşhur... Gizli yöresel yiyecek çok fazla var ama ticarileşmemiş henüz. Ticarileşmediği için de unutulmaya yüz tutmuş...” (7. görüşmeci).

Gümüşhane ilindeki yiyecek ve içecek işletmelerinin hizmet kalitesini ve turizm talebinin artması durumunda bu talebin karşılanıp karşılanamayacağını belirlemeye yönelik bir soru sorulmuştur. Görüşme sonuçlarına göre, katılımcıların çoğunluğu Gümüşhane ilindeki yiyecek ve içecek işletmelerinin hizmet kalitesinin iyi olmadığını ve oluşacak turizm talebini karşılayacak bir yeme-içme altyapısının henüz oluşmadığını ifade etmişlerdir. Bu bağlamda aşağıda bazı katılımcıların görüşleri yer almaktadır:

“Bizim Gümüşhane ile ilgili çalışmalarımızda ulaştığımız en zayıf yönlerimizden biri de yiyecek ve içecek işletmelerinin hizmet düzeyidir. Yeterince kaliteli hizmet sunan yiyecek ve içecek işletmelerimiz yoktur. Konaklama ile ilgili önemli yatırımlar Gümüşhane iline gelmekte ve konaklama alt yapısı istenilen düzeye ulaşmakta ancak yeme-içme için aynı şeyi söyleyemeyeceğim... Buraya turla gelecek olan turistlere aynı anda yeme-içme hizmeti sunacak bir yiyecek-içecek alt yapısı yok... Birkaç iyi işletmemiz var aslında ama onların standartlaşma sorunu var. Bazen iyi bazen kötü... Yine Gümüşhane’de bu alanda çalışacak nitelikli işgücü bulmak da zor...” (8. görüşmeci).

“Bu sorunuzu turistik destinasyonlardaki yiyecek ve içecek işletmeleri ve kent merkezindeki yiyecek ve içecek işletmeleri olarak iki aşamada ele almak istiyorum. Turistik destinasyonlardaki (Zigana, Taşköprü, Kadirga vs.) sunulan yemekler lezzet açısından çok iyi ama hijyen, masa düzeni, personel, menü vs. yeterli değil. Dolayısıyla turizm talebini karşılayacak bir düzeyde değil... Son iki üç yıldır Gümüşhane merkezde iyi kalitede hizmet veren yeni yiyecek ve içecek işletmeleri açıldı. Ancak tabii ki bu bir süreç işi ve hemen pat diye olmuyor. Üniversite açılınca yeni yatırımlar oluştu, beklentiler arttı derken önümüzdeki süreçte daha kaliteli yerler açılacaktır... Ama hala turizm talebini karşılayacak bir düzeyde değil...” (6. görüşmeci).

İlin gastronomi turizmi açısından ne düzeyde olduğu ve gastronomik ürünlerin artırılması ve geliştirilmesi için neler yapılması gerektiğini belirlemeye yönelik soruda katılımcıların ortak görüşü, henüz gastronomi turizmi açısından eksikliklerin çok fazla olduğu ve henüz başlangıç aşamasında olduğudur. Bununla birlikte gastronomik ürünlerin artırılması ve geliştirilmesi için neler yapılması gerektiğine ilişkin katılımcıların görüşleri aşağıda yer almaktadır:

“Gastronomi turizmi açısından potansiyel az ve geri düzeydedir. Coğrafi işaretlerin önünde Gümüşhane ismi olması gastronomi turizmi açısından bir talep oluşturacaktır. Ancak Gümüşhane ilinde gastronomi turizminden bahsedebilmemiz için kat etmemiz gereken çok yol var daha... Gümüşhane ilinde gastronomik unsurların artırılması ve geliştirilmesi için Gümüşhane mutfağı ile ilgili bir envanter çalışması yapılmalı, yaşları ilerlemiş kişilerle birebir görüşmeler yapılarak unutulmuş yiyecek ve içecekler gün yüzüne çıkartılmalı ve akademik çalışmalar artırılmalıdır.” (2. görüşmeci).

“Gümüşhane, dağ ve ova insanının harman olduğu, Karadeniz ve Doğu Anadolu kültürünün birleştiği bir geçiş bölgesidir. Gastronomi anlamında kültürel değerlerin ortaya çıkarılması ve Türkiye’nin başka

bölgelerinde olmayan özgün tatların ortaya çıkarılması gerekmektedir. Birçok yerde önerdiğim bir şey var... Mesela Türkiye’de yaban hayatına dair et satan bir yer yok... Bunu Türkiye’de ilk yapan il biz olabiliriz. Mesela bir dağı çevirip orada eti yenen hayvanları artırarak yabani hayvan eti satabiliriz... Tavşan, geyik, karaca, dağ keçisi, kuş türleri vs. olabilir. İnsanların özellikle gastro turistlerin farklı tatlar ve deneyimler aradığı günümüzde böyle bir yerin Gümüşhane ili için cazibe merkezi olacağını düşünüyorum... Hayvanların özgürlüğüne engel olmadan, neslini koruyarak hem av turizmi hem de gastronomi turizmi birlikte yapılabilir. Bunların hazırlanması, pişirilmesi ve sunumu gibi süreçleri de Gümüşhane’ye özgü yapılırsa çok daha iyi olacaktır...” (7. Görüşmeci).

Aslında Gümüşhane’nin gastronomik açıdan çok fazla değeri var ancak hepsi kaybolmaya yüz tutmuş değerler... Aslında bu değerlerin kaybolmasının önündeki en büyük engel araya ekonomik kaygıların girmesidir... Günümüzde ticari veya ekonomik değeri olmayan kültürel değerlerimiz yok olmaktadır... Örneğin Gümüşhane için yöresel yemekler ve guduculuk bunlara en iyi örneklerdendir... Bu bağlamda ben kültürel değerlerimizin ticarileşmesi ve turistik bir değer olarak sunulması gerektiğini düşünüyorum... Nitekim guduculuk bir ticari değer taşırsa, hem üretimi devam edecek hem de unutulması engellenecektir. Tabi ki kültürel değerlerimizi özünü değiştirmeden koruyalım ama bu değerlerin ekonomik bir getirisi olmazsa unutulmaya mahkum olacaktır...” (8. görüşmeci).

Katılımcılara yöneltilen bir diğer soru gastronomi turizminin geliştirilebilmesi için **ilgili paydaşlara düşen sorumlulukların neler olduğuyla** ilgilidir. Katılımcıların görüşleri; ortak projeler üretilmesi, gastronomik etkinliklerin düzenlenmesi, tanıtımların yapılması, sektöre hizmet içi eğitimlerin düzenlenmesi, yeni yatırımlarda (yeni açılacak AVM) yöresel yemek sunan restoranın bulunması ve nitelikli işgücünün yetiştirilmesidir. Bu bağlamda aşağıda bazı katılımcıların görüşleri yer almaktadır:

“Akademisyenler desteklenerek gastronomik konularda araştırma yapılması teşvik edilmeli. Mesela mantarın incelenmesi ile ilgili bir akademisyen olabilir... Farklı bölümlerden farklı insanlar uzmanlık alanına göre çalışmalı... Belli takımlar oluşturulup mesela turizm, beslenme ve diyetik, bitki bilimi, tarım, orman, iletişim vs. artırılabilir... Daha sonra parçalar birleştirilerek bütüne gidilmeli...” (7. Görüşmeci).

“Özellikle valiliğin, belediyenin, üniversitenin vs. grup yemeklerinde Gümüşhane’ye özgü yiyecek ve içecekler yer verilirse, teşvik edilirse Gümüşhane mutfağının tanıtımı yapılmış olur... Gümüşhane’de çalışacak kalifiyeli eleman bulamıyoruz... Yine üniversitede eğitim gören çocuklara uygulamalı eğitim ağırlıklı olarak verilirse kalifiyeli eleman ihtiyacı giderilecektir...” (13. görüşmeci).

Gümüşhane ilindeki gastronomik değerlerin ne düzeyde hediyelik eşya olarak kullanıldığı ve ne tür unsurların geliştirilebileceğine yönelik bir soru sorulmuştur. Hediyelik eşya olarak pestil ve kömenin ilin önemli bir ekonomik değeri olduğu, bununla birlikte bölgeye özgü peksimet, siron, dut pekmezi vs. satıldığı belirlenmiştir. Bununla birlikte özellikle Gümüşhane’ye özgü mutfak araç gereçlerinin (gudu/güveç, gümüş yemek takımları, ahşap mutfak ürünleri vs.) hediyelik eşya olarak turistlere sunulabileceği önerilmektedir. Bu bağlamda aşağıda bazı katılımcıların görüşlerine yer verilmektedir:

“Bu şehrin ismi Gümüşhane. Dolayısıyla özellikle hediyelik eşya anlamında baktığımızda gümüş aktif bir şekilde kullanılmalı. Ancak kullanımı oldukça az. Bu bağlamda Gümüşhane’de gümüş yemek takımları hediyelik eşya olarak sunulabilir... Aslında biz her şeyi hediyelik eşyaya çevirebiliriz...” (7. Görüşmeci).

“Hediyelik eşyada köme ve pestil satılıyor. Bu konuda iyiyiz ve markalaşmış durumdayız. Kuşburnu hediyelik eşyada önemli rol alabilir... Ancak artık köyler boş. Üretim yapacak kimse yok. Köylerde kalanlarda yaşlı kesim... Üretim düzeyleri düşük ve bu da insanların göç etmesi ile ilgili. Ama önümüzdeki yıllarda Gümüşhane’ye tersine göç yaşanacağı söylenebilir...” (6. görüşmeci).

Coğrafi işaretler bir bölgeye olan turizm talebini doğrudan etkileyebilmektedir. Bu bağlamda katılımcılara **Gümüşhane’de gastronomik açıdan hangi ürünlerin tescillenebileceği** ile ilgili sorulan soruda hâlihazırda tescilli ürünler dışında; Kelkit döneri, kuşburnu, elma, ceviz, Kelkit kuru fasulyesi ve haşıl belirtilmiştir.

Katılımcılara yöneltilen diğer bir soru, **Gümüşhane ilinin markalaşmasında gastronomi rolünün ne olacağıdır**. Bu bağlamda katılımcıların ortak görüşü gastronominin şehrin markalaşmasında önemli ve tamamlayıcı bir unsur olacaktır. Bu bağlamda aşağıda bazı katılımcıların görüşleri yer almaktadır:

“Şehrin markalaşmasında muhakkak rol oynayacaktır. Ama öncelikle bu şehir ne şehri olacak buna karar vermemiz gerekli. Bu şehrin her şeyi gümüş olmalı... Renkleri nasıl bodrum beyaz ise burası da gümüş olmalı... Gümüş takımlar ile servis eden restoranlar olmalı... Özellikle konaklar bunun için çok daha uygun... Gümüş bir bina yapılabilir...” (7. görüşmeci).

“Yeme-içme, mutfak kültürü bir şehrin olmazsa olmazıdır... Bir şehir olarak markalaşmak istiyorsak mutfak kültürümüzü, bölgeye özgü ürünlerimizi etkin bir şekilde kullanmamız gerekiyor. Şehrimizin yeme-içme tesisleri ne kadar kaliteli, ne kadar özgün olursa bizimde o kadar markamız artar.” (16. görüşmeci)

Gümüşhane ilinde hangi turizm çeşitliliğinin ön planda tutulması gerektiği ve gastronominin bu turizm çeşidinde nasıl bir rol oynayacağı katılımcılara sorulan bir başka sorudur. Böylece, Gümüşhane’de turizmin geliştirilmesi için nasıl bir politika yürütüleceği ve yatırımların hangi turizm çeşidine yönelik ağırlık verileceği saptanmaya çalışılmıştır. Katılımcılara göre; Gümüşhane’de kültür turizmi, yayla turizmi ve kış turizmi ön planda tutulmalı ve gastronomi turizmi bu turizm türlerini destekleyen ve bütünleştiren bir turizm çeşidi olarak geliştirilmelidir. Bu bağlamda aşağıda bazı katılımcıların görüşlerine yer verilmektedir:

“Gastronomi turizmi aslında diğer turizm türleri ile birlikte olması gerekli. Yayla, kültür ve kış turizmi kapsamında gastronomi turizmi de destekleyici ve tamamlayıcı özgün nitelikler barındıracak turizm türü olabilir.” (6. görüşmeci).

“Genel olarak baktığımızda, turizm üç ayaklı bir sistemin üstüne kuruludur. Konaklama, seyahat ve yeme-içme... Dolayısıyla Gümüşhane’de kültür turizmi ve kış turizminin yanında gastronomi turizmi tamamlayıcı ve bütünleyici bir turizm çeşidi olarak desteklenmeli ve geliştirilmelidir...” (3. görüşmeci).

“Gümüşhane’de birçok alternatif turizm çeşidi bir arada değerlendirilebilir. Kış turizmi ön planda tutulmalı ve gastronomi turizmi bu turizm türlerini destekleyen ve tamamlayan bir turizm türü olmalı...” (2. görüşmeci).

“Gümüşhane çeşitli alternatif turizm türlerini sunma potansiyeline sahiptir. Bu açıdan zengin doğaya ve kültüre sahiptir. Birçok turizm türünü aynı anda sunma potansiyeline sahip olan ilimiz, gastronomi ile bu turizm türlerini destekleyerek önemli bir turizm destinasyonu olabilir...” (1. görüşmeci)”

Katılımcılara son olarak, **Gümüşhane’de gastronomi turizminin geliştirilebilmesi için neler önerebilecekleri** ile ilgili soru sorulmuştur. Aşağıda sunulan önerilerden bazılarına yer verilmektedir:

“Gastronomi turizminin geliştirilmesi için iyi bir beyin takımı oluşturulmalı ve bu beyin takımı iş adamları, akademisyenler, köylüler, muhtarlar vs. gönüllü insanlardan oluşturulmalı...” (7. görüşmeci).

“Yöresel ürünleri sunan bir restoranımız olsun ve kuşburnu, pestil-köme, peynir çeşitleri, siron gibi hediyeliklerde bir tarafında satılsın... Böylece gelen turistler Gümüşhane mutfağı ile ilgili her şeyi bir arada bulabilsin...” (12. görüşmeci).

“Gümüşhane mutfağı ile ilgili ortaklaşa envanter çalışmaları yapılmalı... Günümüzde gastronomi müzeleri oldukça trend ve Gümüşhane’de de böyle bir gastronomi evi veya müzesi yapılabilir...” (3. görüşmeci).

“Eskiden kullanılmış mutfak araç gereçlerinin, geleneksel hazırlama yöntemlerinin, saklama yöntemlerinin sergilendiği, yöresel yemek maketlerinin veya fotoğraflarının sunulduğu etnografya müzelerine benzer bir konseptte Gümüşhane mutfak müzesi kurulmalı...” (5. görüşmeci).

“Guduculuk sanatının unutulmasını önlemek için Gümüşhane merkeze bağlı Dölek köyünde bir guduculuk müzesinin oluşturulması oldukça önemlidir...” (6. görüşmeci).

“Üniversiteye oldukça iş düşmekte... Yiyecek ve içecek alanında çalışacak kalifiyeli işgücünün yetersiz olduğunu düşünüyorum ama bu sadece buranın değil Doğu Karadeniz’in sorunu...” (4. görüşmeci).

Çalık ve Ödemiş’in (2015) Gümüşhane ilindeki somut olmayan kültürel miras unsurlarının sürdürülebilirliği ile ilgili yapmış oldukları çalışmada bir gudu müzesinin kurulması ve yöresel yemeklerin sunulduğu bir restoran açılması önerilmiştir. Bununla birlikte, Kürtün’de ahşap mutfak araç gereçlerin yapımının olduğu ve bunların hediyelik olarak üretildiği, ilin mutfak kültüründe kaybolan ve unutilan birçok unsurun olduğu belirtilmektedir. Dolayısıyla yapılan bu çalışmada da görüşmelerden elde edilen bulgular desteklenmektedir.

6. SONUÇ ve ÖNERİLER

İnsanlar yeme-içmeyi bırakmadığı sürece gastronomi turizmi daima var olacaktır (<https://www.worldfoodtravel.org>). Bu nedenle gastronomi turizmi popülerliğini koruyacak ve zamanla daha da artıracak bir turizm türüdür. Gastronomi turizmi diğer turizm çeşitleri ile birleştirildiğinde potansiyeli daha da artan bir turizm çeşididir (Aksoy ve Sezgi, 2015: 87). Gümüşhane ilinin turizm potansiyeli değerlendirildiğinde, alternatif turizm çeşitliliği zengin olan bir bölgedir. Özellikle doğa turizmi, kültür turizmi, kış turizmi, yayla turizmi, mağara turizmi, kırsal turizm gibi turizm çeşitlerine ev sahipliği yapan

Gümüşhane, gastronomik değerlerini turistik birer ürün konumuna getirerek diğer turizm türleri ile bütünleşmelidir. Böylece, Gümüşhane ilinin turistik değerlerinin tanıtılmasında ve pazarlanmasında gastronomi turizmi lokomotif bir rol üstlenebilir.

Gümüşhane ilinin gastronomik unsurları değerlendirildiğinde, ilin sahip olduğu yemek kültürü ve çeşitliliği gastronomi turizmi için zengin fırsatlar sunmaktadır. Gümüşhane iline ait 4 adet (pestil, köme, ekmek ve siron) coğrafi işaretli ürün mevcuttur. Türk Patent Enstitüsünün resmi sayfasına göre, Trabzon 4 tane (Akçaabat köftesi, Trabzon telkariye ve hasırı; Çarşıbaşı Kazaziyesi, Hamsiköy sütlacı), Giresun 1 tane (tombul fındığı), Bayburt 1 tane (Bayburt lor dolması) ve Erzincan 2 tane (Erzincan bakır imalat ve el işlemeciliği sanatı, Erzincan tulum peyniri) coğrafi işaretli ürüne sahiptir (<http://www.turkpatent.gov.tr>). Gümüşhane ilinin tescilli gastronomik unsurları, komşu illerin tescilli gastronomik unsurları ile değerlendirildiğinde zengin bir konumdadır. Nitekim gastronomi turizmi açısından değerlendirildiğinde aynı durum söz konusu değildir. Gümüşhane ilinin gastronomi turizmi açısından değerlendirildiğinde henüz başlangıç aşamasında olduğu söylenebilir. Bu nedenle Gümüşhane ilinin turizmden hak ettiği payı alabilmesi için gastronomi turizmi önemli bir turizm çeşidi olarak görülmelidir. Aşağıda birincil ve ikincil kaynaklardan elde edilen bulgular doğrultusunda Gümüşhane ilinin gastronomi potansiyelinin değerlendirilebilmesi için birtakım öneriler sunulmuştur:

- ✓ Gümüşhane ilinin coğrafi işaretli 4 gastronomik unsuru dışında coğrafi işaret almaya değer birçok gastronomik unsuru bulunmaktadır (Tablo 1'e bkz.). Bu yüzden bu ürünlerinde coğrafi işaretleme çalışmaları yapılmalıdır.
- ✓ Gümüşhane iline özgü mutfak kültürünü yansıtacak bir gastronomi müzesi kurulmalıdır. Gastronomi müzesi, Gümüşhane ilinin mutfak kültürünün tanıtılması ve sürdürülebilmesi için önemli bir adım olacaktır.
- ✓ Genel olarak değerlendirildiğinde, Gümüşhane ilinin yerel yiyecek ve içecek çeşitliliği zengindir. Nitekim bu yiyecek ve içecek çeşitliliğini sunacak yiyecek ve içecek işletmelerinin sayısı ve sunduğu hizmet kalitesi yetersizdir. Bu bağlamda yerel yemeklerin yiyecek ve içecek işletmelerinin menülerinde yer alması teşvik edilmelidir.
- ✓ Gümüşhane resmi kurumlarının (Gümüşhane İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Gümüşhane Valiliği, İlçe kaymakamlıkları, belediyeler vs.) web sayfaları incelendiğinde, Gümüşhane ilinin gastronomik değerlerine yeterince yer verilmediği görülmüştür. Bu bağlamda Gümüşhane ilinin mutfak kültürünün bilinirliğinin artması için bu resmi kurumların web sayfalarında gastronomik değerlere eksiksiz bir şekilde yer verilmelidir.
- ✓ Gümüşhane tanıtım belgesellerinde genel olarak pestil-köme-kuşburnu üçlüsüne yer verilmiştir. Gümüşhane'ye özgü diğer yerel gastronomik unsurlara da vurgu artırılmalıdır.
- ✓ Gümüşhane mutfağının zenginleştirilmesi ve tanıtılması için yerel paydaşlar gastronomi etkinliklerini (yiyecek-içecek festivalleri, yemek söyleşileri, yemek yarışmaları vb.) ve konuyla ilgili projeleri (yemek kültürünü tanıtan belgeseller, kaybolmaya yüz tutmuş yöresel yemeklerin belgelenmesi vb.) artırmalıdır.
- ✓ Gümüşhane mutfağının gastronomik unsurlarını ortaya çıkarmak ve tanıtmak için yerel düzeyde konferans, panel, seminer ve çalıştay gibi bilimsel toplantılar düzenlenmelidir.
- ✓ Gümüşhane'ye gelen turistlerin memleketlerine götürebileceği hediyelik yerel yiyecek ve içecekler çeşitlendirilmeli ve bu hediyelik ürünlerin tanıtımı artırılmalıdır. Bu bağlamda yeni yapılacak otobüs terminalinde turizm enformasyon bürosu ile birlikte hediyelik eşya satan alışveriş yerlerinin açılması yerinde olacaktır.
- ✓ Yerel sektör paydaşları ile yapılan görüşme sonucunda, Gümüşhane ilinde özellikle yiyecek ve içecek işletmelerinde istihdam edilebilecek kalifiyeli mutfak elemanı sıkıntısı olduğu tespit edilmiştir. Bir bölgenin gastronomi turizmi açısından önemli bir konuma gelebilmesinde bölgedeki yiyecek ve içecek işletmeleri oldukça önemlidir. Bu bağlamda bölgenin kalifiyeli aşçı ihtiyacının giderilebilmesi için özellikle üniversite düzeyinde aşçılık eğitimi veren bölümlerin açılması gerekmektedir.
- ✓ Çeşitli atölye (workshop) çalışmaları ile Gümüşhane mutfağı canlandırılmalı ve Gümüşhane mutfağına özgü yiyecek ve içeceklerin tarifleri standartlaştırılarak kitaplaştırılmalıdır.
- ✓ İlgili literatür taraması sonucunda, Gümüşhane ilinin gastronomi turizmi bağlamında ele alan çalışmaların yetersiz olduğu görülmüştür. Gümüşhane ilinin gastronomi turizminin geliştirilmesi ve mutfak kültürünün korunması açısından konu ile ilgili akademik çalışmalar (proje, tez, makale) artırılmalıdır.

Bu çalışmanın en önemli sınırlılığı, sadece Gümüşhane yöresel yemeklerini konu alan kaynakların yetersiz olmasıdır. Bu bağlamda gelecek yıllarda sadece Gümüşhane mutfağında yer alan ve diğer bölgelerle benzer olan yemeklerin ve içeceklerin ayrı ayrı incelenmesinin ve belgelendirilmesinin önemli olduğu düşünülmektedir. Yine, ileriki yıllarda çalışma farklı illerde de yapılarak bölgelerin gastronomik haritasının çıkarılması araştırmacılara önerilebilir.

KAYNAKÇA

- Aksoy, M. ve Sezgi, G. (2015). Gastronomi Turizmi ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi Gastronomik Unsurları, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(3): 79-89.
- Albayrak, A. (2013). *Alternatif Turizm*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Aslan, Z., Güneren, E. ve Çoban, G. (2014). Destinasyon Markalaşma Sürecinde Yöresel Mutfakın Rolü: Nevşehir Örneği, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(4): 3-13.
- Aydoğdu, A. ve Duman, S. (2017). Destinasyon Çekicilik Unsuru Olarak Gastronomi Turizmi: Kastamonu Örneği, *Turizm Araştırma Dergisi*, Sayı: 6(1): 1-25.
- Aydoğdu, A., Özkaya Okay, E. ve Köse, C. (2016). Destinasyon Tercihinde Gastronomi Turizmi'nin Önemi: Bozcaada Örneği, *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(2): 120-132.
- Bağırhan Özşeker, D. (2016). Gastronomi Kavramı: Tanımı ve Gelişimi, (Ed. H. Kurgun ve D. Bağırhan Özşeker), *Gastronomi ve Turizm*. Ankara: Detay Yayıncılık, 3-24.
- Bayrakçı, S. ve Akdağ, G. (2016). Yerel Yemek Tüketim Motivasyonlarının Turistlerin Tekrar Ziyaret Eğilimlerine Etkisi: Gaziantep'i Ziyaret Eden Yerli Turistler Üzerine Bir Araştırma, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 27(1): Bahar: 96-110.
- Bucak, T. ve Ateş, U. (2014). Gastronomi Turizminin İl Turizmine Etkisi: Çanakkale Örneği, *The Journal of Academic Social Science Studies*, Sayı: 28: 315-328.
- Cömert, M. (2014). Turizm Pazarlamasında Yöresel Mutfakların Önemi ve Hatay Mutfak Örneği, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(1): 64-70.
- Cömert, M., Özkaya, F. D. (2014). Gastronomi Turizminde Türk Mutfaklarının Önemi, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(2): 62-66.
- Çalık, İ. ve Ödemiş, M. (2015). Somut Olmayan Kültürel Miras Unsurlarının Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Değerlendirilmesi: Gümüşhane İli Örneği, 16. Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı, 12-15 Kasım, Çanakkale, 833-843.
- Çalık, İ., Kaya, F., Akdu, U., Sezerel, H., Aras, G. ve Köstepen, A. (2013). Gümüşhane İli Turizm Potansiyeli, (Ed. İ. Günaydın), Gümüşhane: Gümüşhane Üniversitesi Yayınları.
- Çevik, S. ve Saçılık, M. Y. (2011). Destinasyonun Rekabet Avantajı Elde Etmesinde Gastronomi Turizminin Rolü: Erdek Örneği, 12. Ulusal Turizm Kongresi, 30 Kasım-4 Aralık, 503-515.
- Deveci, B., Türkmen, S. ve Avcıkurt, C. (2013). Kırsal Turizm İle Gastronomi Turizmi İlişkisi-Bigadiç Örneği, *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi - IJSES*, 3(2): 29-34.
- Doğdubay, M. ve Giritlioğlu, İ. (2008). Mutfak Turizmi, (Ed. N. Hacıoğlu ve C. Avcıkurt), *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi*, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım, 433-456.
- Du Rand, G., ve Heath, E. (2006). Towards a Framework For Food Tourism As an Element of Destination Marketing, *Current Issues in Tourism*, 9(3): 206-234.
- Gökdemir, A. (2012). *Pişirme Yöntemleri ve Teknikleri I-II*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Guzman, L. T., Canizares, S. S. (2011). Gastronomy Tourism and Destination Differentiation: A Case Study in Spain, *Review of Economics & Finance*, September: 63-72.
- Gülen, M. (2017). Gastronomi Turizm Potansiyeli ve Geliştirilmesi Kapsamında Afyonkarahisar İlinin Değerlendirilmesi, *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(1): 31-42.
- Gürsoy, D. (2001). *Yöresel Mutfakımız*, (2. Baskı). İstanbul: Oğlak Baskı Hizmetleri.

Güzel Şahin, G. ve Ünver, G. (2015). Destinasyon Pazarlama Aracı Olarak “Gastronomi Turizmi”: İstanbul’un Gastronomi Turizmi Potansiyeli Üzerine Bir Araştırma, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(2): 63-73.

Hashimoto, A., ve Telfer, D. J. (2006). Selling Canadian Culinary Tourism: Branding the Global and the Regional Product, *Tourism Geographies*, 8(1): 31–55.

Hillel, D., Belhassen, Y. ve Shani, A. (2013). What Makes a Gastronomic Destination Attractive? Evidence From the Israeli Negev, *Tourism Management*, 36, 200-209.

Hjalager, A. M. ve Corigliano, M. A. (2000). Food for Tourists? Determinants of an Image, *International Journal of Tourism Research*, 2(4): 281-293.

<http://aregem.kulturturizm.gov.tr/TR,50838/unesco-insanligin-somut-olmayan-kulturel-mirasinin-tems-.html> (Erişim Tarihi: 08.11.2017)

<http://gumushanekultur.gov.tr/TR,57905/yapmadan-donme.html> (Erişim Tarihi: 14.11.2017).

<http://www.gumushane.gov.tr/kultur-sanat> (Erişim Tarihi: 21.11.2017)

<http://www.gumushanevakfi.com/index.php/yoeresel-yemekler> (Erişim Tarihi: 05.11.2017).

<http://www.turkpatent.gov.tr/TURKPATENT/geographicalRegisteredList/> (Erişim Tarihi: 21.11.2012)

<http://yucita.org/> (Erişim Tarihi: 22/12/2017).

<https://www.worldfoodtravel.org/cpages/what-is-food-tourism> (Erişim Tarihi: 20.11.2017).

İşıldar, P. (2016). Sürdürülebilirlik ve Gastronomi, (Ed. H. Kurgun ve D. Bağırın Özşeker), *Gastronomi ve Turizm*. Ankara: Detay Yayıncılık, 45-63.

Kesici, M. (2012). Kırsal Turizme Olan Talepte Yöresel Yiyecek ve İçecek Kültürünün Rolü, *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*. 14(23): 33-37.

Kivela, J. ve Crotts, C. J. (2005). Gastronomy Tourism, *Journal of Culinary Science and Technology*, 4(2-3): 29-55.

Kivela, J. J. ve Crotts, J. C. (2006). Tourism and Gastronomy: Gastronomy’s Influence on How Tourists Experience a Destination, *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 30(3): 354-377.

Kozak, M. (2015). *Bilimsel Araştırma: Tasarım, Yazım ve Yayım Teknikleri*, Ankara: Detay Yayıncılık.

Lertputtarak, S. (2012). The Relationship Between Destination Image, Food Image, and Revisiting Pattaya, Thailand, *International Journal of Business and Management*, 7(5): 111-122.

Lopez, X. A. A. ve Martin, B. G. (2006). Tourism and Quality Agro-food Products: An Opportunity for the Spanish Countryside, *Tijdschrift Voor Economische en Sociale Geografie*, 97(2): 166-177.

Marzella, D. A. (2008). Culinary Tourism: Does Your Destination Have Potential?, *Travel Marketing Decisions*.

McKercher, B., Okumus, F. ve Okumus, B. (2008). Food Tourism as a Variable Market Segment: It’s All How You Cook The Numbers!, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 25(2): 137–148.

Nebioğlu, O. (2017). Gastronomik Kimlik ve Gastronomik Turizm Ürünlerinin Sınıflandırılması Üzerine Nitel Bir Araştırma: Alanya Örneği, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(2): 39-60.

Özaltaş Serçek, G. ve Serçek, S. (2015). Destinasyon Markalaşmasında Gastronomi Turizminin Yeri ve Önemi, *Journal of Tourism and Theory and Research*, 1(1): 22-40.

Özgen, I. (2016). Uluslararası Gastronomiye Genel Bakış. (Ed. M. Sarıışık), *Uluslararası Gastronomi Temel Özellikler, Örnek Menüler ve Reçeteler*, Ankara: Detay Yayıncılık, 1- 29.

Renko, S., Renko, N. ve Polonijo, T. (2010). Understanding the Role of Food in Rural Tourism Development in a Recovering Economy, *Journal of Food Products Marketing*, 16(3): 309-324.

Saatçı, G. (2016). Kültürel Miras Olarak Gastronomi, (Ed. H. Yılmaz), *Bir İletişim Biçimi Olarak Gastronomi*. Ankara: Detay Yayıncılık, 1-18.

- Samancı, Ö. (2013). Gastronomi Terimi Üzerine. http://foodinlife.com.tr/makale/616/Gastronomi_Terimi_Uzerine.html, (Erişim Tarihi: 07/08/2017).
- Şengül, S. ve Türkay, O. (2017). Türkiye'nin Yöresel Mutfakları, Ankara: Detay Yayıncılık.
- T.C. Orman ve Su İşleri Bakanlığı 12. Bölge Müdürlüğü Gümüşhane Şube Müdürlüğü. (2013). Gümüşhane İlinde Doğa Turizmi Master Planı 2013 - 2023, http://gumushane.ormansu.gov.tr/Gumushane/Libraries/MASTER_PLANI/Do%C4%9Fa_Turizmi_Master_Plan%C4%B1.sflb.ashx (Erişim Tarihi: 12.11.2017).
- Toksöz, D. ve Aras, S. (2016). Turistlerin Seyahat Motivasyonlarında Yöresel Mutfağın Rolü, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4/Special Issue: 174-189.
- Türk Dil Kurumu, Güncel Türkçe Sözlük, http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5988c2e3d54d88.17009010, (Erişim Tarihi: 07/08/2017).
- Türkay, O. ve Genç, K. (2017). Gastronomi Turizmi, (Ed. M. Sarıışık), Tüm Yönleri İle Gastronomi Bilimi. Ankara: Detay Yayıncılık, 211-239.
- TÜRSAB (2014). Gastronomi Turizmi Raporu, https://www.tursab.org.tr/dosya/12302/tursab-gastronomi-turizmi-raporu_12302_3531549.pdf (Erişim Tarihi: 03.11.2017).
- Ülker, T., Kazancı, Ş., Yılmaz, N. ve Doğru, E. (2011). Gümüşhane Halk Kültürü-5, Gündüz Ofset, Trabzon.
- Yıldız, Ö. E. (2016). Turistik Ürün Olarak Gastronomi, (Ed. H. Kurgun ve D. Bağırان Özşeker), Gastronomi ve Turizm. Ankara: Detay Yayıncılık, 27-44.
- Zengin, B. ve Işkın, M. (2017). Yerel Mutfakların Gastronomi Açısından Değerlendirilmesi: Sivas Örneği, *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5(40): 404-415.