

**T.C.**  
**BOLU ABANT İZZET BAYSAL ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**GASTRONOMİ VE MUTFAK SANATLARI ANABİLİM DALI**  
**GASTRONOMİ VE MUTFAK SANATLARI BİLİM DALI**

**BOLU İLİNİN GASTRONOMİ TURİZMİ POTANSİYELİNİN**  
**DEĞERLENDİRİLMESİNE YÖNELİK NİTEL BİR ARAŞTIRMA**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**Hazırlayan**  
**Nevzat Emrah ÖZÇELİK**

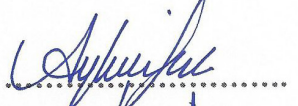

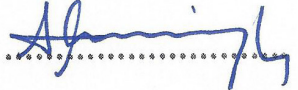
**Danışman**  
**Dr. Öğr. Üyesi Aylın AKOĞLU**

**BOLU 2019**

**Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne,**

Nevzat Emrah ÖZÇELİK'e ait "Bolu İlinin Gastronomi Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesine Yönelik Nitel Bir Araştırma" adlı çalışma, jürimiz tarafından **Gastronomi ve Mutfak Sanatları** Anabilim Dalında **Yüksek Lisans Tezi** olarak oy birliğiyle/ ~~oy çokluğuyla~~ kabul edilmiştir.

12/07/2019

Unvan, Adı, Soyadı	İmza
Üye (Tez Danışmanı) : Dr. Öğr. Üyesi Aylin AKOĞLU	
Üye : Doç. Dr. Emrah ÖZKUL	
Üye : Dr. Öğr. Üyesi Ahmet EMİRMUSTAFAOĞLU	

**Sosyal Bilimler Enstitüsü Onayı**



**Doç. Dr. Yaşar AYYILDIZ**  
**Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü**

## ETİK UYGUNLUK BEYANI

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum, “**Bolu İlinin Gastronomi Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesine Yönelik Nitel Bir Araştırma**” başlıklı çalışmanın yazılmasında, bilimsel ve etik kurallara uyulduğunu, başvuru kaynaklardan yapılan alıntuların adlarının bilimsel kurallara uygun olarak metin içinde, dipnotlarda ve kaynaklarda gösterildiğini, kullanılan verilerde herhangi bir tahrifat yapılmadığını, tezin tamamının ya da bir kısmının bu üniversite veya başka bir üniversitede bir tez çalışması olarak sunulmadığını beyan ederim.

  
Nevzat Emrah ÖZÇELİK

12.07.2019

## ÖNSÖZ

Yüksek lisans tezi olarak hazırlanan bu çalışma da Bolu ilinin sahip olduğu kültür ve gastronomi ile ilgili değerlerin neler olduğu tespit edilmek istenmiş olup bu değerlerin Bolu il turizminde söz sahibi olan turizm paydaşları ile bölgenin gastronomi turizmi potansiyelini belirlemek amaçlanmıştır.

Gerçekleştirdiğim bu çalışma sürecinde bana rehberlik eden, eleştiri ve önerilerinden faydalandığım, katkıları ve anlayışı için danışman hocam Dr. Öğr. Üyesi Aylin AKOĞLU'na en içten teşekkürlerimi sunarım.

İhtiyaç duyduğum her konuda bana destek olan, beni motive eden, yardımını esirgemeyen, sabır ve hoşgörü gösteren sevgili eşim Derya ÖZÇELİK'e sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Eğitim hayatımın bütün kademelerinde bana olan güven ve her türlü destekleri için annem Zeliha ÖZÇELİK ve babam Nevzat ÖZÇELİK'e sonsuz teşekkürlerimi bir borç bilirim.

**Nevzat Emrah ÖZÇELİK**

**12.07.2019**

## ÖZET

### **BOLU İLİNİN GASTRONOMİ TURİZMİ POTANSİYELİNİN DEĞERLENDİRİLMESİNE YÖNELİK NİTEL BİR ARAŞTIRMA**

**Nevzat Emrah ÖZÇELİK**

**Yüksek Lisans Tezi**

**Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı**

**Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Aylin AKOĞLU**

**Temmuz 2019, 86 + xiv Sayfa**

Dünya üzerinde son dönemlerde farklı turizm türleri oldukça fazla talep görmektedir. Bu turizm türlerinden biri de gastronomi turizmidir. Bu turizm çeşidi gerçekleştirildiği destinasyonda yılın 12 ayı kendisine turist çekebilmesi, yüksek katma değer sağlaması, bölgenin sahip olduğu kültür ve değerlerin korunması gelecek kuşaklara aktarılmasına katkı sağlamakta ve aynı zamanda benzer destinasyonlar ile rekabette daha avantajlı konumda olmasına destek olabilmektedir.

Bolu ili bulunduğu coğrafyada farklı turizm çeşitlerinin gerçekleştirilmesinde önemli rol oynayan doğal kaynaklara ev sahipliği yapmaktadır. Doğa ve kültür turizmi, kış turizmi, termal turizm gibi farklı turizm türleri Bolu'da gerçekleştirilen, yerli ve yabancı turistlerin ilgisini çeken turizm türleridir. Bolu coğrafi konumundan dolayı yüzyıllar boyunca farklı medeniyetlere ev sahipliği yapmıştır. Bu durum aynı zamanda farklı ve zengin bir kültürün oluşmasına, çeşitli yöresel yemeklerin Bolu mutfağında yerini almasına kaynaklık etmiştir.

Bu tez çalışması kapsamında Bolu ilinin gastronomi turizmi potansiyelini belirlemek amaçlanmıştır. Nitel araştırma yönteminin benimsendiği bu çalışmada veri toplamak için Bolu il turizmine yön verilmesinde söz sahibi olan 14 adet turizm paydaşı

(kamu, özel sektör ve sivil toplum kuruluşu) ile yarı-yapılandırılmış (mülakat) görüşme tekniği kullanılmıştır. Katılımcılarla yüz yüze yapılan görüşmeler sonucunda elde edilen verilere göre Bolu ilinin gastronomi turizmi için ön plana çıkabilecek farklı değerlere sahip olmasına rağmen gastronomi turizminin istenilen düzeyde gerçekleşmediği sonucuna ulaşılmış ve bu doğrultuda gastronomi turizminin geliştirilmesi için önerilerde bulunulmuştur.

**Anahtar kelimeler:** Gastronomi, Gastronomi Turizmi, Yöresel Yemekler, Bolu Mutfağı



## **ABSTRACT**

### **A QUALITATIVE RESEARCH ON THE EVALUATION OF GASTRONOMY TOURISM POTENTIAL OF BOLU PROVINCE**

**Nevzat Emrah ÖZÇELİK**

**Master Thesis**

**Department of Gastronomy and Culinary Arts**

**Advisors: Assist. Prof. Dr. Aylin AKOĞLU**

**July 2019, 86 + xiv Pages**

Different types of tourism are demanded recently around the world. Gastronomy tourism is one of these types of tourisms. This type of tourism has contribution in attracting tourists to the destination 12 months of the year, providing high added value, preserving the culture and values of the region and transferring them to the next generations and may also support the region in having a more advantageous position in its competition against similar destinations.

Bolu is a city housing natural resources playing an important role in the provision of different tourism types in the geography it is located in. Different types of tourism such as nature and culture tourism, winter tourism and thermal tourism are provided in Bolu and attract domestic and foreign tourists. With its geographical position, Bolu has housed different civilizations for centuries. This condition has also formed the basis of a different and rich culture and the inclusion of different regional food in Bolu cuisine.

The aim of this thesis study was to determine the potential of gastronomy tourism in Bolu. In this study adopting qualitative research method, data was collected by making semi-structured interviews with tourism partners who have a say in directing

the tourism in the city of Bolu. Face-to-face interviews were made with 14 tourism partners (public, private sector and non-governmental organizations) for sampling. Based on the data acquired from these interviews, it was concluded that gastronomy tourism is not at the desired level in Bolu although it has different values which may give prominence to the gastronomy tourism and suggestions were made to improve gastronomy tourism in this regard.

**Key words:** Gastronomy, Gastronomy Tourism, Regional Food, Bolu Cuisine





## İÇİNDEKİLER

<b>ONAY SAYFASI.....</b>	<b>ii</b>
<b>ETİK UYGUNLUK BEYANI.....</b>	<b>iii</b>
<b>ÖNSÖZ .....</b>	<b>iv</b>
<b>ÖZET .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>vii</b>
<b>İÇİNDEKİLER .....</b>	<b>ix</b>
<b>TABLOLAR LİSTESİ .....</b>	<b>xii</b>
<b>ŞEKİLLER LİSTESİ .....</b>	<b>xiii</b>
<b>KISALTMALAR LİSTESİ.....</b>	<b>xiv</b>
<b>GİRİŞ.....</b>	<b>1</b>

### I. BÖLÜM

<b>1. GASTRONOMİ VE GASTRONOMİ TURİZMİ .....</b>	<b>3</b>
1.1. Gastronomi Kavramı .....	3
1.2. Gastronominin Kısa Tarihçesi.....	6
1.3. Gastronomi Turizmi .....	8
1.3.1. Gastro Turist.....	13
1.3.2. Gastronomi Turizminin Olumlu ve Olumsuz Yönleri .....	15
1.3.3. Gastronomi Turizminin Önemi .....	18
1.4. Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi.....	20

### II. BÖLÜM

<b>2. BOLU İLİ VE KÜLTÜRÜ HAKKINDA GENEL BİLGİLER.....</b>	<b>23</b>
2.1. Bolu Hakkında Genel Bilgi.....	23
2.2. Bolu İlinin Tarihçesi .....	24

2.3. Bolu İlinin Mevcut Turizm Potansiyeli.....	25
2.3.1. Kültür Turizmi.....	25
2.3.1.1. Seben Kaya Evleri .....	26
2.3.1.2. Bithynion .....	26
2.3.1.3. Bolu Müzesi.....	26
2.3.2. Termal-Sağlık Turizmi .....	27
2.3.2.1. Karacasu Kaplıcaları.....	27
2.3.2.2. Babas Kaplıcaları.....	28
2.3.2.3. Sarot Kaplıcası.....	28
2.3.3. Kış Turizmi.....	28
2.3.3.1. Kartalkaya.....	29
2.3.3.2. Gerede-Esentepe Arkut Dağı Kayak Merkezi .....	29
2.3.4. Av Turizmi .....	30
2.3.4. Spor Turizmi.....	30
2.3.5. Doğa turizmi.....	32
2.3.5.1. Abant Tabiat parkı .....	32
2.3.5.2. Yedigöller Milli Parkı.....	33
2.3.5.3. Gölcük Tabiat Parkı.....	34
2.4. Bolu İli Mutfak Kültürü .....	34
2.5. Bolu’da Düzenlenen Gastronomi Festivalleri .....	37
2.6. Bolu İli Konaklama Tesisleri .....	40

### III. BÖLÜM

<b>3.ARAŞTIRMA.....</b>	<b>42</b>
3.1. Araştırma.....	42
3.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi .....	42
3.3. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi .....	43
3.4. Araştırma Yöntemi.....	45
3.5. Verilerin Analizi ve Yorumlanması.....	46
3.6. Araştırmanın Sınırlılıkları .....	47

## IV. BÖLÜM

### 4. BOLU İLİNİN GASTRONOMİ TURİZMİ POTANSİYELİNİN

<b>DEĞERLENDİRİLMESİNE YÖNELİK NİTEL BİR ARAŞTIRMA.....</b>	<b>48</b>
4.1. Bulgular ve Yorum.....	48
4.2. Katılımcıların Demografik Özellikleri.....	48
4.3. Bolu İl Turizminin Genel Durumuna İlişkin Bulgular.....	49
4.4. Bolu İl Turizminde Ön Plana Çıkan Değerler.....	52
4.5. Gastronomi Kavramının Tanımına ve Turizmle İlişkinine Yönelik Bulgular .....	53
4.6. Bolu'nun Yöresel Yiyecek ve İçeceklerine İlişkin Bulgular .....	55
4.7. Bolu'da Faaliyet Gösteren Yiyecek İçecek İşletmelerinin Menülerine İlişkin Bulgular .....	57
4.8. Mengen Uluslararası Aşçılık ve Turizm Festivaline İlişkin Bulgular .....	59
4.9. Bolu İlinin Tanıtımına Katkı Sağlayan Gastronomi İle İlgili Değerler .....	61
4.10. Bolu İlinin Gastronomi Turizmi Potansiyeline İlişkin Bulgular.....	62
4.11. Bolu İlinin Gastronomi Turizminin Geliştirilmesine Katkı Sağlayacak Önerilere Yönelik Bulgular .....	63

## V. BÖLÜM

<b>5. SONUÇ VE ÖNERİLER.....</b>	<b>66</b>
5.1 Kamu ve Özel Sektör Temsilcileri İçin Öneriler .....	67
5.2. Gelecekte Planlanan Çalışmalar İçin Öneriler .....	69

<b>KAYNAKLAR .....</b>	<b>70</b>
------------------------	-----------

## EKLER

<b>Ek 1: Araştırma Soruları.....</b>	<b>86</b>
--------------------------------------	-----------

## TABLOLAR LİSTESİ

<b>Tablo2.1:</b> Milli Park/Tabiat Parkları 2015, 2016 ve 2017 Yılı Araç ve Ziyaretçi Sayısı .....	32
<b>Tablo 2.2:</b> Bolu İlinin Yöresel Yemekleri .....	37
<b>Tablo 2.3:</b> Bolu’da Düzenlenen Gastronomi Festivalleri .....	38
<b>Tablo2.4:</b> 2014-2017 Yılları Arasında Konaklama Yapmış Yerli ve Yabancı Turist İstatistikleri .....	40
<b>Tablo 2.5:</b> Yabancı Turistlerin Geldikleri Ülkeler İle İlgili İstatistikler.....	41
<b>Tablo 4.1:</b> Katılımcıların Demografik Özellikleri .....	49
<b>Tablo 4.2:</b> Bolu Turizminin Genel Durumuna İlişkin Bulgular .....	50
<b>Tablo 4.3:</b> Bolu Turizminde Ön Plana Çıkan Değerler .....	52
<b>Tablo4.4:</b> Gastronomi Kavramının Tanımına ve Turizmle İlişmesine Yönelik Bulgular .....	53
<b>Tablo 4.5:</b> Bolu’nun Yöresel Yiyecek ve İçeceklerine İlişkin Bulgular.....	55
<b>Tablo4.6:</b> Bolu’da Faaliyet Gösteren Yiyecek İçecek İşletmelerinin Menülerine İlişkin Bulgular.....	58
<b>Tablo 4.7:</b> Mengen Uluslararası Aşçılık ve Turizm Festivaline İlişkin Bulgular.....	59
<b>Tablo 4.8:</b> Bolu İlinin Tanıtımına Katkı Sağlayan Gastronomi İle İlgili Değerler.....	62
<b>Tablo 4.9:</b> Bolu İlinin Gastronomi Turizmi Potansiyeline İlişkin Bulgular .....	63
<b>Tablo4.10:</b> Bolu İlinin Gastronomi Turizminin Geliştirilmesi İçin Önerilere Yönelik Bulgular .....	64

## ŞEKİLLER LİSTESİ

<b>Şekil 1.1:</b> Maslow'un İhtiyaçlar Teorisi.....	4
<b>Şekil 1.2:</b> Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisini Yiyecek Turizmine Uyarlanma.....	9
<b>Şekil 2.1:</b> Bolu İl Haritası.....	23
<b>Şekil 2.2:</b> Mengen Festivali Gösteri Yemeği .....	40



## KISALTMALAR LİSTESİ

<b>Cm</b>	: Santimetre
<b>Kg</b>	: Kilogram
<b>Km</b>	: Kilometre
<b>m</b>	: Metre
<b>M.Ö.</b>	: Milattan Önce
<b>m<sup>2</sup></b>	: Metrekare
<b>pH</b>	: Bir çözeltinin asitlik veya bazlık derecesini tarif eden ölçü birimi
<b>STK</b>	: Sivil Toplum Kuruluşu
<b>TDK</b>	: Türk Dil Kurumu
<b>vb.</b>	: ve benzeri
<b>vd.</b>	: ve diğerleri
<b>yy.</b>	: yüzyıl

## GİRİŞ

İnsan varoluşundan beri fizyolojik ihtiyaçların başında yer alan yeme içme ihtiyacını türlü yöntemlerle gidermiştir. Zaman içinde topluluklar kendi beslenme biçimine göre kendi yemek kültürünü çeşitli faktörlerden etkilenecek oluşturmuşlardır. Farklı bölgelerde yaşayan gruplar zamanla diğer bölgelerde yaşayan gruplarla etkileşime girmişlerdir ve böylelikle başka yemek kültürleriyle tanışmışlardır.

Günümüzde sanayideki ve teknolojiye gelişmeler sayesinde refah düzeyi yükselmiş, insanların farklı yerler ve kültürler görme isteği artmıştır. Bu istekleri giderme faaliyetleri zaman içinde turizm kavramı olarak karşımıza çıkmıştır. Turizm son yıllarda deniz-kum-güneş üçlüsünden farklılaşarak kültür turizmi gibi diğer turizm kollarına odaklanmıştır. Bundan dolayı insanların alternatif turizm türlerine olan talebi her geçen gün artış göstermektedir. Bu alternatif turizm türlerinden biri de son yıllarda oldukça popüler olan gastronomi turizmidir. Bir destinasyonu ziyaret eden turistlerin temel motivasyon kaynağı o bölgedeki yiyecek ve içecekler olabilmektedir. Bu motivasyon son yıllarda gastronomi turizmi teriminin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Gastronomi turizminde turistler ziyaret ettikleri destinasyonun sahip olduğu yöresel yemekleri, kültürü deneyimlemek istemektedirler. Dünyada turizm faaliyetleri içerisinde gastronomi turizmi bakımından ön planda olan İspanya, Fransa ve İtalya'yı göstermek mümkündür.

Bir bölgenin kendine özgü ve farklı bir kültürü, çeşitliliği varsa o bölge için mutfak kültüründen söz etmek mümkündür. Ülkemiz sahip olduğu coğrafi konum nedeniyle yüzyıllardır farklı medeniyetlere ev sahipliği yapmıştır. Bu çeşitlilik farklı kültürlerin farklı bölgelerde yemek kültürü oluşturmasına neden olmuştur. Mutfağımız yemek kültüründe birbirinden farklı kendine özgü ve çok çeşitli örneklerle sahipken pişirme tekniği ve sunumuyla birçok uluslararası mutfakla yarış içindedir. Bu kapsamda

ülkemizde son yıllarda özellikle Gaziantep, Şanlıurfa, Adana ve İzmir gibi illerimiz gastronomi turizmi için oldukça ilgi duyulan destinasyonlardır.

Gastronomi olgusunu oluşturan öğelerden biri de aşçılık mesleğidir. Türkiye’de aşçılık mesleğinin anavatanı olarak kabul görmüş olan Bolu şehri bulunduğu konum, sahip olduğu kültür ve doğal kaynaklarıyla her yıl binlerce yerli ve yabancı turisti kendisine çekmektedir. Bilinirliği oldukça fazla olan Abant Milli Parkı, Yedi Göller Milli Parkı ve Gölcük Tabiat parkı yılın her ayında ziyaretçiler tarafından ilgi görmektedir. Bölgenin sahip olduğu tarihi ve kültürel zenginlik yöresel yemeklerin oldukça çeşitli olmasına neden olduğu söylenebilir. Yöresel yemekler genellikle et yemekleri ve hamur işi çeşitliliğinden oluşmaktadır. Bu çalışmada Bolu ilinin sahip olduğu turizm potansiyeli içinde gastronomi turizminin yerini belirlemek amaçlanmıştır. Farklı yöresel yemeklere sahip olan ve aşçılık mesleği ile ün yapmış Bolu ilinin gastronomi turizmi potansiyeli belirlemeye yönelik Bolu il turizmine doğrudan veya dolaylı olarak yön veren turizm paydaşlarıyla nitel araştırma yöntemlerinden yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılarak saha araştırması yapılmıştır. Katılımcılara 15 görüşme sorusu yöneltilmiş verilen cevaplar yazılı not ve ses kaydı olarak alınmıştır. Araştırma kapsamında 6 kamu, 7 özel sektör ve 1 sivil toplum kuruluşu temsilcisi ile görüşülmüştür.

Çalışma dört ana bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde gastronomi kavramı ile ilgili literatür incelenip kavramsal çerçeve oluşturulmuştur. İkinci bölümde araştırma sahası olan Bolu ili hakkında bilgiler ve turizm potansiyeli detaylı şekilde verilmiştir. Üçüncü bölüm araştırmanın amacı, önemi, sınırlılıkları, yöntemi, dördüncü bölüm ise araştırma bulguları, sonuç ve önerilerden oluşmaktadır.



# I. BÖLÜM

## 1. GASTRONOMİ VE GASTRONOMİ TURİZMİ

### 1.1. Gastronomi Kavramı

Gastronomi terim anlamı olarak, Yunanca gaster (mide) ve nomas (yasa) sözcüklerinin birleşmesinden oluşmuştur. Gastronomi farklı bölgelerin mutfaklarını birbirinden ayırır ve bir ülkenin ya da yörenin yiyeceklerini, yeme içme ile ilgili gelenek, göreneklerini ve yiyecek hazırlama yöntemlerini belirtir (Kivela ve Crotts, 2005).

Türk Dil Kurumu sözlüğüne göre gastronomi, sağlığa uygun, iyi düzenlenmiş, hoş ve lezzetli mutfak, yemek düzeni ve sistemi olarak tanımlanmaktadır (Türk Dil Kurumu: 2018). Gastronomi yediğimiz yemekleri hangi kural ve şekilde, ne zaman ve nasıl tüketmemiz gerektiği ile ilgili önerilerden oluşan, yiyecek ve içeceklerle alakalı bilgi, deneyim ve yeteneklere sahip olma ve yaşam tarzı şeklinde de tanımlanabilir (Santich 2004: 15-17).

Gastronomiyi yiyeceklerin ve içeceklerin varoluşundan itibaren bütün niteliklerinin detaylı bir şekilde incelenmesi, anlaşılması, uygulanması, geliştirilmesi ve mevcut güncel yaşam şartlarına uyarlanması çalışmalarını içeren, aynı süreçte sanatsal ve bilimsel konulara katkıda bulunan bilim türü de olarak tanımlayabiliriz (Deveci, Türkmen ve Avcıkurt 2013: 30). Gastronomiyi yemek ve kültür arasındaki bağı araştıran yeme-içme sanatı ve bilimi olarak ifade etmek de mümkündür (Çavuşoğlu 2011).

Gastronomi, sahip olduğu bilim ve sanatla ilgili konuların, yiyecek ve ieeğin tarihi gelişim aşamalarının en başından günümüze kadar olan sürecinin detaylı bir şekilde incelenmesi, anlaşılması ve günümüz koşullarına uygun hale getirilme çalışmaları olarak tanımlanabilir (Hatipoğlu 2010: 4).

Gastronomi; beslenme bilgisinden pişirme tekniğine, gıda yoluyla insana geçen lezzet, tat ve koku gibi çok farklı konuları içermektedir. Gastronomi, araştırma, keşfetme, anlam yükleme, deneyimleme gibi özellikleri bir bütün halinde ele alarak insanoğlunun beslenmesi ve yemeğin duysal analizi hakkında kaleme almayı gerektirir. Ayrıca yiyeceklerin farklı toplumlar arasında nasıl bir iletişim aracı olduğunu da değerlendirir (Montagne 2001, Aktaran: Öney 2013: 161).



**şekil 1:** Maslow'un İhtiyaçlar Teorisi (Cüceloğlu 2010).

Maslow'un ihtiyaçlar piramidi incelendiğinde yeme, içme, barınma gibi fiziksel ihtiyaçların temelde yer aldığı görülmektedir. Maslow'un ihtiyaçlar piramidi gastronomi disiplini bağlamında değerlendirildiğinde ise yeme içme ihtiyacının piramidin en üstünde olduğu söylenebilir (Aymankey ve Sarıoğlan 2007: 8). Gastronomi, insanoğlunun fizyolojik ihtiyaçlarını değil aynı zamanda psikolojik ve sosyolojik gereksinimlerine de cevap vererek mental ve bedensel olarak etki eden bir kavram olarak da açıklanabilir (Sarıoğlan 2014: 198).

Karim, Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisini oluşturan adımları insanların yeme içme faaliyetlerine şu şekilde uyarlamıştır:

- Fiziksel ihtiyaçlar açısından; bireyin hayatını sürdürebilmesi için beslenme zorunlu bir ihtiyaçtır.
- Güvende hissetme ihtiyaı açısından; birey, yakın geleceğine yönelik sürekli yiyecek hazırlama ve stoklama ihtiyaı içindedir. Bu eylem doğrultusunda birey kendini daha güvende hissetmektedir.
- Ait olma ihtiyaı açısından; farklı kültürlerin yiyecek ve içeceklerini tüketen birey, kendini o kültüre ait hissedebilmektedir.
- Statü açısından; yiyecek ve ieeğin nerede ve kimle yiyip içildiği bireyin statüsü hakkında bilgi oluşturabilmektedir. Lüks bir yaşama sahip olduğunu çağrıştırması açısından bireyin havyar tkmesi bu ihtiyaa örnektir.
- Kendini gerçekleştirme açısından; bundan önceki ihtiyaç adımlarını karşılayan birey sonraki süreçte farklı kültürlerden farklı lezzetler keşfetme ihtiyaı hissedebilmektedir (Karim 2006, Aktaran: Kaya ve Sormaz).

Gastronomi olgusu, tkutilen ürünlerin temini, hazır hale getirilmesi ve sunumu ile ilgili kavramlarla sınırlı kalmayıp aynı süreçte politik yapı, ekonomik yapı ve sosyal konuları da kapsamaktadır (Dinçer vd. 2014). Gastronomi yiyeceklerin ve içeceklerin nasıl kullanılması gerektiğini tarif eden ortak bir zemin sunar. Gastronomi olgusunda farklı ülkelerin sahip olduğu kültürün, yiyecek ve ieekle nasıl ortak noktalarda buluşabildiğini görmek mümkün olabilmektedir. Gastronomi aynı zamanda bir bölgede veya bir ülkede belirli bir grubun sahip olduğu yiyecek ve ieek ile ilgili değişkenleri de ortaya koymaktadır. Gastronomi yiyecek ve içeceklerden nasıl maksimum zevk alınabileceği çalışmalarını da içerir (Uyar ve Zengin 2015)

Gastronomi, tek başına iyi yemek yeme ve iyi ieek içme sanatı değil, yiyecek ve ieek ile alakalı birçok alanın sanat, bilim, tarih ve kültürle olan ilişkisinden meydana gelmektedir. Gastronomi bu yönleriyle düşünüldüğünde büyük bir yelpazede farklı alanları içermektedir (alışkan 2013: 39).

Gastronomiyi, üretim, tüketim ve her iki işlevi bakımından ele alıp bir sınıflandırmaya tabi tutarsak, aşağıdaki özellikleri görebiliriz (Baysal ve Küçükaslan 2007: 7-10):

#### Gastronominin Üretim Boyutu:

- En iyi yemeği hazırlamak, tüketime hazır hale getirmek, sunmak ve kurallara uygun masa kurabilme bilimi ve sanatı,
- Yemek yeme sanatı ile alakalı uygulamalar ve tecrübeler,
- Yemek hazırlama ve aşçılıkla ilgili faaliyetler.

#### Gastronominin Tüketim Boyutu:

- İyi yiyeceğe ve içeceğe olan ilgi,
- Kaliteli yemek için aşırı istekli olma,
- Pahalı ve lezzetli yemeklere olan hayranlık ve arzu.

#### Gastronominin Üretim ve Tüketim Boyutu:

- Yiyeceklerin ön hazırlığı, yemeğe hazır hale getirilmesi ve servise sunulması,
- Yemek yeme kurallarına uygun yeme ve doğru araç gereçler kullanarak sunulup tüketilmesi sanatı,
- Yöresel veya ulusal mutfak kültürü ile ilgili, gelenekleri ve görenekleri de kapsayan; iyi yemek yeme sanatı
- Menüye dâhil olan yemeklerin ne kadar satıldığı,
- Yemek yeme hazzının ve damak tadının, tarihi ve kültürel bilgi birikimi, alışkanlıklar ve yetenek ile uyumlu olmasıdır.

### 1.2. Gastronominin Kısa Tarihçesi

İnsanoğlu hayatını devam ettirebilmek için beslenmek zorundadır ve bunun için yemek kültürü insanların gündelik hayatlarının ayrılmaz bir bölümünü oluşturmaktadır (Doğdubay ve Giritlioğlu 2008: 433). Bu konu ile ilgili farklı akademik çalışmalar

yapılmış ve sonuçlara ulaşılmış olsa bile günümüzde hala çalışmalar yapılmaktadır (Bucak ve Ateş 2014: 316).

İlk çağlardan bu güne yaşamış olan bütün uygarlıklar, bu uygarlıkların kendi kimliğini yaratmasında etkisi olan etnik gruplar, buldukları coğrafyanın koşullarına uygun yiyecek ve içecekler tüketmiş, doğanın sunmuş olduğu imkânlarla göre kendi kültürlerini oluşturmuşlar ve yemekler geliştirmişlerdir (Sandıkçı 2007:6).

Farklı kültürlerin temel parçalarından biri olan yemek kültürü olgusu, beslenme gibi fizyolojik ihtiyaç duygusunu karşılamanın ilerisinde dinsel törenler, ölümler, eğlenceler, düğünler, festivaller gibi birçok toplumsal olgunun bir parçası haline gelmiştir (Beşirli 2011: 140). Yemek yemenin fizyolojik ihtiyaç halinden çıkarak önemli bir ilgi alanı haline gelmesi gastronomi konusunda kaynak özelliği taşıyan eserlerin var olmasına neden olmuştur. Tarih boyunca bilinen ilk yemek tariflerini M.Ö. III. yüzyılda yaşamlarını sürdürmüş olan Apicius topluluğunun yazdığı düşünülmektedir. Çalışmalarını Mezopotamya'da sürdüren arkeologlar, yaptıkları çalışmalarda M.Ö.1700 yılına tarihlenen ve yemek tarifi özelliği olabilecek çivi yazılı tabletlere rastlamışlardır (Etcheverria 2007:11).

1200'lü yıllarda Marco Polo'nun uzak doğuya yapmış olduğu seferlerden çeşitli baharatlar ile dönmesi yeni lezzetlerin ortaya çıkmasına neden olmuştur. 16. yüzyılda Avrupalı kaşifler, Batı Hindistan ve Amerika kıtasına yaptıkları seferler dönüşlerinde yanlarında fasulye, patates, domates ve çikolata gibi yeni yiyecekler getirmişlerdir. 1765 yılında Paris'te Boulanger ilk restoranı açmıştır. 1856'da Marie-Antonie Careme, yemek eğitimi veren ilk kurs merkezini faaliyete sokmuş ve mutfaklarda pişirme şekillerinin detaylı biçimde anlatımını içeren yapıtı, LaCuisine Classique'i yayımlamıştır. 1898 yılına gelindiğinde The Savoy Hotel, George Auguste Escoffier ve Caesar Ritz'in yönetiminde hizmete girmiştir. Escoffier, günümüzde kullanılan mutfak kısımlarının neler olması gerektiğini belirtmiş ve günümüzde de kullanılan mutfak sisteminin temel hatlarını oluşturmuştur (Şahbaz 2011: 24).

Gastronomi ile alakalı ilk resmi çalışmayı Fransız Jean Anthelme Brillat-Savarin yapmıştır. 1825 yılında “La Physiologie dugout” ismiyle bir kitap yayınlandı ve “*Tat Fizyolojisi*” adıyla Türkçeye ve farklı dillere çevrildi. Brillant Savarin gıda ve içecek bilimi ile ilgili yaptığı çalışmalar ile diğer çalışmalara öncülük etmiştir (Kivela ve Crotts 2006:354-355).

XIV. Louis döneminde 1650’li yıllarda François Pierre de la Varenne tarafından yayımlanan yemek kitabı da önemli eserler arasındadır. 1765 yılında ilk restoranın Paris’te açılmasıyla yemek yemenin fizyolojik bir ihtiyaç dışında zevk ve haz duyulan bir gereksinim haline gelmesine neden olmuştur. Avrupa’da restoranların faaliyete geçmesi, Amerika’dan daha önce olmuştur. Amerika’da 1880’deki Sanayi Devrimi ile beraber restoranlar kurulmaya başlamış ve ilk kafeterya New York’ta açılmıştır ( Foster 1992: 3)

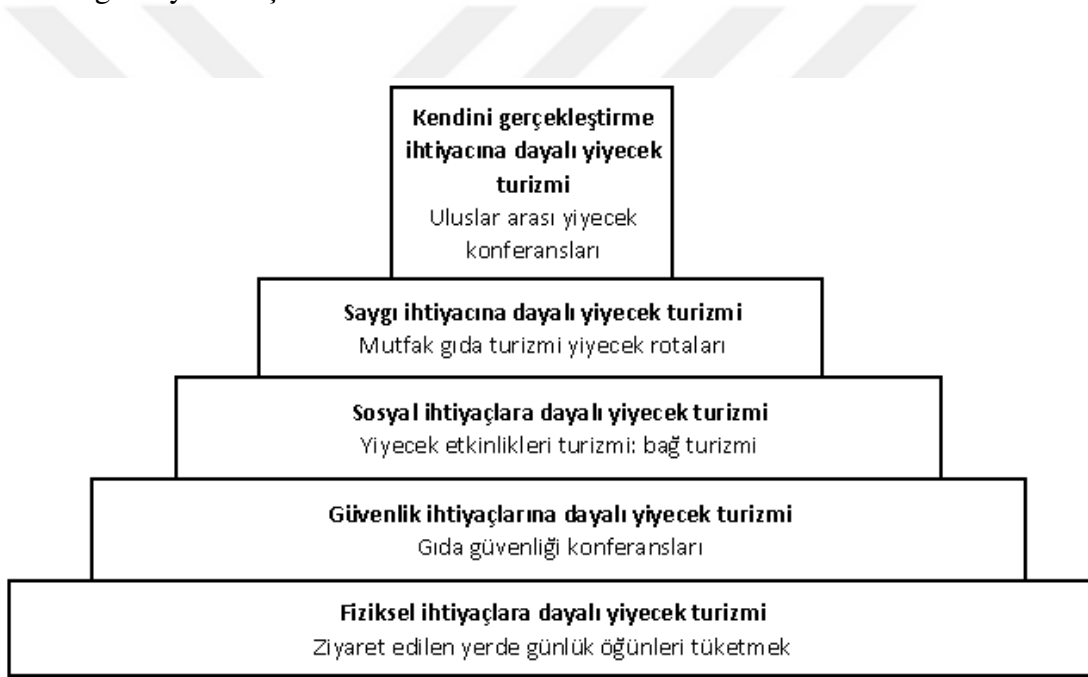
Sanayi devrimi ile hayatın her alanında hızlı değişimler yaşandığı söylenebilir. Günümüzde yaşam tarzlarının değişiklik göstermesi, yoğun bir iş hayatı temposunun olması insanları hızlı hazırlanan ve çabuk tüketilen yiyeceklere yönlendirmiştir. Metropol kentlerde talep özellikle öğle arası öğünlerinde hızlı hazırlanan yemek çeşitlerindedir. Yaşam şekli avcı-toplayıcılıktan, hazır olanı satın alma ve tüketme olarak değişiklik gösterdiği söylenebilir.

### 1.3. Gastronomi Turizmi

Turistleri seyahat etmeye yönelten çok farklı motivasyonlar söz konusu olabilmektedir (Albayrak ve Özkul 2013: 19). Turizm endüstrisi, gelişmek ve farklı turizm türlerini çoğaltmak için gastronomik değerlerin özelliklerinden faydalanmaktadır. Turizm alanı bakımından gastronomi, hem yerli hem de yabancı turist arzı yaratmak için çok etkili bir pazarlama aracıdır (Küçükaltan 2009). Yemeğin geçmişi incelendiğinde turizmle olan ilişki görülebilmektedir. Yöresel yiyecek, içecek ve geleneksel misafirperverliğin bütünleşmesi sonucu gastronomi turizmi kavramı ortaya çıkmıştır. Turistler tatil destinasyonu seçerken bölgenin gastronomik değerlerini

göz önünde bulundurmaya başlamışlardır. Son dönemlerde turistler gittikleri yeni yerleri ve kültürleri tanıma isteğinin yanında o bölgeye ait yöresel yeni yiyecek ve içecekleri de deneyimlemek istemektedirler. İnsanlardaki yeni yiyecek ve içecekleri keşfetme isteği kendi başına talep yaratmaktadır (Özkaya ve Gündeğer 2014: 188). Gastronomi turizmi, yemek festivallerini, gıda üreticilerini ziyaret, özel bir yemeği deneyimlemek için belirli bir restorana yapılan ziyaretleri de kapsamaktadır (Yarış: 2014).

Tikkanen (2007), Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisini gastronomi turizmine şekil 2'deki gibi uyarlamıştır.



**Şekil 2:** Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisini yiyecek turizmine uyarlanması

Gastronomi turizminin geçmişi tarıma, kültüre ve geleneklere dayanmaktadır. Bu unsurlar, bir destinasyonun gastronomi turizmi destinasyonu olarak pazarlanabilmesi için önemli bir rol oynamaktadır. Üretilen ürünler tarımdan elde edilirken hizmetler de turizm sektörü tarafından sunulmaktadır. Buradaki alt unsurlara bakıldığında gastronomi turizminin çatısında bulunduğu söylenebilir (Du Rand ve Heath 2006: 209).

Otel ve restoranlarda turistlerin tüketimine sunulan standart yiyeceklerin dışında yöresel yemekleri ve içecekleri tatmak isteyen turistlerin seyahat etmesi gastronomi

turizminin kapsamında değerlendirilmektedir (Akgöl 2012). Ayrıca gastronomi turizmi, destinasyonları yiyecek-içecekleri keşfetme ve zevk alma amaçlı seyahat eden, eşsiz ve unutulmaz gastronomi deneyimlerini yaşamak isteyen turistlerin gerçekleştirdikleri seyahatler olarak tanımlanır (Steinmetz 2010).

Gastronomi turizmi hedefli turizm faaliyetleri, hem lokal çiftçilerin ekonomilerine katkı sağlar hem de daha kaliteli ürünler üretilmesine destek olur. Restoran ve otellerin satış gelirlerinin artmasına yardımcı olur. Dolayısıyla hem satışlar hem de karlılık oranları artar ve yatırımlar hız kazanır (Wolf 2006: 21).

Bir destinasyonu pazarlamada, destinasyonun sahip olduğu avantajlar rekabet için önem arz ederken, yöresel ürünler ve kültürde bölgenin değerini artırır. Gastronomi turizmi yerel halkın kendi kimliğini oluşturmasına, pazarda adının duyulmasına ve bölgesel ekonominin güçlenmesine olanak verir (Barkat ve Vermignon 2006). Diğer bir yönden ise bölgede yaşayan yerel halk ile destinasyonu ziyaret eden turistler arasında olumlu bir bağın oluşması, destinasyonun imajının artmasına yardımcı olabilmektedir (Kalkstein 2007).

Gastronomi turizminin turisti motive eden ana nedenleri, bölgeye özgü yeni yemekleri tatmak, yemeğin hazırlanış aşamalarını izlemek veya ünlü bir şefin elinden yemek yemek gayesiyle yerel üreticileri ziyaret etmek, yerel yemek festivallerine ve yemek organizasyonlarına katılmaktır. Herhangi bir restorana günlük yapılan ziyaretler gastronomi turizmi olarak tanımlanmamaktadır (Hall 2003).

Bir başka tanımlamaya göre gastronomi turizmi, restoran ve otellerde sıradan yemekler yerine, yöresel yiyecek ve içecekleri tatmak isteyen turistlerin gerçekleştirdikleri seyahatlerdir (Yüncü 2010: 29).

Seyahat ve turizm sektöründe ön plana çıkmaya uygun turizm türü gastronomi turizmidir. Yemek yeme, yeni lezzetler tatma turistler için son yıllarda en iyi motive kaynaklarından biri olmuştur (Cömert ve Özkaya 2014: 63). Gastronomi turizminde gelişme sağlanabilmesi için bölgede yaşayan halkın yöresel ürünleri benimsemesi



gerekmektedir. Gastronomi turizminin paydaşları arasında otelleri, tur operatörlerini, bireysel bağcılarını, restoranları, paket turlu turistleri veya kendi seyahat rotalarını kendi belirleyen turistleri göstermek mümkündür (Alonso ve YiLiu 2011).

Bölgesel kültürlerin diğer bölgelerle etkileşime girmesine olanak verirken hem ekonomik hem de ulusal kalkınma payının artmasında payı olan gastronomi turizmi ara bir pazar konumundadır. Destinasyonun arzını bütün bir yıla yaymak mümkündür. Wolf'e (2006) göre gastronominin önemli bir turizm faaliyeti olmasının nedenleri şunlardır:

- Ana turizm aktivitelerinin başında yemek gelmektedir.
- Bütün bir yıl gastronomi faaliyetleri yürütülebilir.
- Bütün yaş gruplarına hitap edebilir.
- Gastro turistler keşfetmeyi sever.
- Mutfak sanatı beş duyuya hitap eden tek sanat türüdür.
- Seyahat ederken turistlerin neredeyse tamamı dışarıda yer.
- Lokal mutfaklar destinasyon seçiminde tercih sebebidir.

Evrensel anlamda turizm sektörüyle alakalı yeni değişimler incelendiğinde gastronomi turizminin destinasyon pazarlamada ki önemli rolü görülmektedir. Yöresel ürünlerin destinasyon pazarlama için ön plana çıkarıldığı turizm faaliyetinde, sunulan ürünlere olan talebin fazla olduğu ve karlılık oranlarının yüksek olduğu görülmektedir. Gastronomi turizmi, ülkemiz için çok farklı destinasyonlara önem kazandıracak niteliktedir. Dünya mutfakları arasında en fazla çeşitliliğe sahip olan Türk mutfağı, doğru izlenilecek bir politika ve yaratıcı bir imajla, gastronomi turizmi destinasyonu markalaşmasında etkili olacaktır. Son zamanlarda kaliteli yemeğe olan ilgi özellikle Avrupa'da yeni bir trend olmuştur. Aylık ortalama geliri yüksek olan turistlerin tercih ettikleri gastro turlar en çok satan turizm paket programlarını oluşturmaktadır. En iyi yemeği yeme, yöresel tatları ve mutfakları keşfetmek ve en iyi şarabı içmek için İtalya ve Fransa'ya organize edilen gastro turlara katılan turistler ülkemizdeki gastronomi turizmi etkinliklerinin artması için iyi bir örnektir. İspanya'nın Barselona şehri her sene organize ettiği gastronomi festivalleriyle, turizminden elde ettiği gelirin belirli bir

bölümünü bu festivallerden sağlamıştır. Gastronomi turizmi son zamanlarda ülkemiz için oldukça gözde konulardan biri olmaktadır (Güzel 2009: 27).

Mutfak kültürünün gastronomi turizmi kapsamında değerlendirilebilmesi için bazı çalışmalar yapılması gerekmektedir. Bu çalışmalar aşağıda sıralanmıştır (Şengül ve Türkay 2016):

- Yerel mutfak temalı restoranların açılması,
- Bölgeye özel ürünlerin satışlarının gerçekleştirildiği butik dükkânlar veya satış tezgâhları oluşturulması,
- Otellerin “Türk Mutfağı” gecelerinde bölgeye özel yiyecek ve içeceklerin sunulması,
- Otellerin oda servislerinin bölge mutfağına özel yemekler hazırlaması ve sunması,
- Bölgeye has mutfak yemeklerinde uzman aşçıların otel ve restoran bünyelerinde bulundurulması,
- “Akdeniz Mutfağı Köşesi” gibi yerel mutfaklara özgü bölümlerin, özellikle konaklamalı turizm yapan işletmelerin yiyecek içecek bölümlerinde bulundurulması,
- Şehir merkezlerinde bölgesel mutfak restoranların açılmasının teşvik edilmesi,
- Bölgeye ait mutfak kültürüne ilişkin tanıtım dokümanlarının işletmelerde bulundurulması, turistlerin bilgi almasının kolaylaşması,
- Tur operatörleri tarafından yerel pazarlara geziler düzenlenerek, turistlere tanıtım yapılması ve alışveriş olanağı sunulması,
- Tur operatörlerinin yolculuklarda bölgeye özel ürünleri turistlere ikram ederek tanıtması,
- Turistlere, bölgeye özel ürünleri sosyal medyada paylaşmaları için küçük hediyeler dağıtılması,
- Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından bazı önerilerin işletmelere zorunluluk olarak getirilmesi veya bunları yerine getiren işletmelere teşvik edici ödüller vermesi,
- Bölgeye özel gastronomik unsurların coğrafi işaret olarak tescillenmesi,

- Bölgeye özel ürünlerin bulunduğu ve kültürün tanıtıldığı mutfak müzelerinin açılması,
- Bölgeye ait yemeklerin tanıtılması amaçlı yemek kursları verilmesi,
- Bölgeye özel gastronomi festivalleri düzenlenmesi,
- Bölge mutfak kültürünü tanıtan katalog kitap çalışması yapılmasıdır.

### 1.3.1. Gastro Turist

Gastronominin toplumlardaki yeri irdelendiğinde, yöresel kültürün gastronomik bir değer olabilmesi için geleneklerin büyük bir paya sahip olduğu söylenebilir. Gastronomi kültürünün gelişmesinde, yayılmasında eğitim ve gelir düzeyi yüksek ilgi gruplarının etkisi büyüktür. Bulduğu yöre dışında temin edilmesi veya satın alınması zor olan yöresel ürünleri deneyimlemek için farklı bölgelere seyahat etmeyi bir sosyal faaliyet olarak gören bu kişiler “gastro turist” ve “gastro turizmi” terimlerinin de ortaya çıkmasına öncülük etmişlerdir. Turist teriminden hareketle gastro turist olarak tanımlanan bireyler, tek bir öğün için bile buldukları ikametinden farklı bir bölgeye gidebilecek ekonomik güce, zamana ve arzuya sahip olan kişilerdir (Hatipoğlu 2010: 6).

Gastro turistler, başka amaçlarla seyahat eden ve seyahat nedeni farklı yöresel yemek ve içeceklerin tadına bakarak bu kültürel yemek ve içeceklerin hazırlanışı ve sunumu hakkında bilgi sahibi olan ve tecrübe etme imkanı olan kişiler olarak da tanımlanabilir. Gastro turistler fizyolojik ihtiyacı olan yemek yeme dışında, hayatlarında değişiklik yaratmak için yemek kültürlerinde farklı tecrübeler yaşayan turistlerdir (Long 2003: 21).

Gastro turist; en basit seyahat etme isteklerinden biri gastronomi ile ilgili tecrübeler edinmek olan, ikamet ettiği destinasyonda yiyecek ve içeceklerle alakalı festival, workshop gibi organizasyonlara katılım gösteren özel ilgi turisti olarak da tanımlanabilir (Üner 2014: 19). Ziyaretçilerin bir destinasyonda gastronomi ile alakalı bir aktiviteye katılmaları ve tecrübe edinmeleri gastronomi turizminin bir parçasıdır. Burada yemek tüketimi, ister zevk, ister macera, isterse kültürü paylaşmak için olsun, turistlerin bölgenin kültürünü yöresel yiyecekler yoluyla anlamasını sağlayan olumlu bir

deneyime dönüşür (Kalkstein 2007:20). Gastro turist tanımı genellikle turist ve yiyecek- içeceklerle ilgili aktiviteler arasındaki ilişkiyi tanımlamak için kullanılır (Mitchell ve Hall 2003).

Gastro turist; yeni açılan ve büyük bir üne sahip restoranı ziyaret etmek için uzun mesafeleri kat etmeyi göze alabilecek, yerel yiyecek ve içeceklerin en iyi zamanını hesaba katarak ve yemek festivallerini takip ederek tatil planı yapan veya seyahat etmeyi göze alan turist profilidir (Akgöl 2012: 37- 38).

Turistlerin gastronomi turizmine karşı olan ilgilerini aşağıdaki gibi sınıflandırmak mümkündür (Akkölah 2010: 26):

- Yüksek ilgi grubu: Temel nedeni ziyaret ettiğı destinasyonun sahip olduğı restoran, lokal kafe, yöresel yiyecek içecek pazarı veya üzüm bağılarıdır. Bu destinasyondaki etkinliklerin bir kaçı veya hepsi yemekle alakalıdır. Bu tip turist grubunun talep ettiğı turizm çeşidine gurme turizmi veya gastronomi turizmi tanımlaması yapılabilir.
- Orta ilgi grubu: Destinasyon ziyareti esnasında farklı etkinliklerin beraberinde yöresel pazar, restoran veya üzüm bağı ziyareti yapan gruptur.
- Düşük ilgi grubu: Yeme ieme festivallerini, lokantaları, yöresel pazarları veya üzüm bağılarını değışik bir etkinlik olarak gördüğü için ziyaret eden grup türüdür.
- İlgisiz veya çok az ilgi grubu: Seyahati esnasında yemek yeme ve açlığını gidermek için yiyecek-içecek hizmeti sağılayan işletmeleri tercih eden grup.

Gastronomi ile ilgili farklı etkinliklerin turistler için sosyalleşme ve bir birliktelik aracı olması da bir başka motivasyon unsuru olarak ifade edilebilir (Kim vd. 2009: 427). İnsanlar memnun oldukları deneyimlerini başkalarıyla paylaşır ve bu deneyimi onlarla tekrar yaşamak ister. Tüketilen yemeklerden duyulan memnuniyet bu tür sosyal ilişkilerin yeniden oluşmasında etkilidir. (Fields 2002: 39).

Gastronomi turizminin hitap ettiğı grup sadece bireysel turistler veya küçük gruplar değıildir. Aynı zamanda aşçılar, eğıitmen şefler ve konuyla alakalı farklı

paydaşlar da eğitim, öğrenme, sunum ve yarışma temelli seyahatleri esnasında gastro turist sayılmaktadırlar (Wolf 2006: 3).

### 1.3.2. Gastronomi Turizminin Olumlu ve Olumsuz Yönleri

Gastronomi turizmi hem ülke hem de bölgeler için yeni bir pazar oluşturmaktadır. Bir yörenin gastronomik imajı hem turistler üzerindeki etkisi hem de o bölgenin destinasyon olarak belirlenmesinde önemli bir rol üstlenmektedir (Mckercher vd., 2008). Gastronomi turizmi yerel halk üzerinde ekonomik olarak olumlu bir etki yaratmaktadır. İspanya'nın turizm gelirlerinin büyük bir kısmını Barcelona'da düzenlenen gastronomik etkinliklerden elde ettiği bilinmektedir (Güzel 2009).

Gastronomi turizmi sektöründe yer almaya başlayan destinasyonlar aynı zaman da farklı işletmelere ve girişimcilere diğer destinasyonlarla rekabette avantajlı bir konum sunmaktadır. Bununla birlikte gastronomi turizminin bölgesel kalkınma ve küçük işletmeler bakımından bazı olumlu yönleri aşağıdaki gibi sıralanabilir (Hall, 2003):

- Yeni ürünleri tüketicilere sunmak; ürünleri çeşitlendirme ve yeni ürünleri deneme fırsatı sunar.
- Marka imajının, bilinirliğinin ve sadakatının geliştirilmesine katkı sağlar ve markalı ürünlerle müşteriler arasında daha etkili bir ilişki kurmaya destek olur.
- Müşteri ilişkilerini güçlendirme; yöresel ürünleri tecrübe eden ve beğenen ziyaretçilerin deneyimlerini ağızdan ağza iletişim yoluyla reklamını yapması ve olası yeni ziyaretçilere aktarması.
- Artan kâr marjı; arada herhangi bir aracı olmadığı için üreticiden tüketiciye aracısız satış yöntemiyle gerçekleştirilmesinden dolayı kar oranları artar.
- Ek satış noktaları; talep karşısında arzı devam ettirmek için veya satış garantisi olmayan yerel üreticiler için ürünlerini farklı pazarlarda satma imkanı yaratır.
- Ürünü pazarlama stratejisi; satışlar aracısız son tüketici ile buluştuğundan ürünlerden olumlu veya olumsuz geribildirim almak kolaydır. Böylelikle ürün farklılaşmalarını tüketici beklentisi doğrultusunda revize edilebilir.

- Tüketici merkezli pazarlama anlayışı; tüketicilerden gelen geri bildirimler ve müşteri istekleri doğrultusunda ürünleri yeniden pazarlama fırsatı oluşturulur.
- Eğitim olanakları; tüketicilere ileriki dönemlerde satışa sunulacak ürünler hakkında bilgi sunulması müşterinin ilgisini çeker ve beğeniye dönüşebilir. Bundan dolayı tüketiciler üretimi hakkında bilgi sahibi oldukları ürünü tercih edebilirler.

Gastronomi turizminin bölgesel ve yerel olumlu katkıları Öney'e göre aşağıdaki gibidir (Öney, 2013):

- Bölgesel gastronomiyi ve turizmi karşılıklı teşvik eder.
- Bölgesel gastronomi ve turizm stratejilerinin belirlenmesini sağlar.
- Bölgesel marka geliştirmeye yardımcı olur.
- Yerel yönetimin desteğini alır.
- Arazi ve emlak değerlerinin düşmesini engeller.
- Finansal kaynakların geri dönüşümüne katkı sağlar.
- Finans ve kalifiye iş gücü gibi dış kaynakların artmasını sağlar.
- Yerel kimlik ve özgünlüğün vurgulandığı marka oluşmasına yardımcı olur.
- Otel ve restoranların doluluk oranlarını artırır.
- İş alanları ve destinasyonun pazarlanması yönünde yeni girişimler sağlar.
- Yerel üretici ağlarının oluşturulmasına yardımcı olur.
- Çiftçi ve üretici pazarlarının kurulmasına yardımcı olur.
- Sokak satış tezgâhları, çiftlik veya fabrikadan, mahzenlerden doğrudan satış yapılmasına yardımcı olur.
- Tüketici ve restoranlara doğrudan satış imkânı verir.
- Bölgesel kültür farklılıklarını ortaya koyacak organizasyonlar düzenlenir.
- Müşteri sadakati yaratmayı sağlar.
- Bölgesel farklılığa odaklanmayı sağlar.
- Bölgesel yiyeceklere ait bir değer yaratır.
- Sermaye oluşturulmasına yardımcı olur.
- Yerel ürünlerin değerlendirilmesini sağlar.
- Müşterilere direk satış imkânı sağlar.

- Müşterilerle üreticiler arasında kapıdan, tarladan satış gibi birebir etkileşim sağlar.

Dünya Gıda Seyahat Birliği (2014)'ne göre ise gastronomi turizminin olumlu yönleri aşağıdaki gibi sıralanmaktadır:

- Daha fazla gelen ziyaretçi,
- Daha fazla satış (oda, uçak koltuğu, yiyecek, içecek, araba kiralama vb.),
- Daha fazla medyada yer alma,
- Yeni rekabet avantajı veya benzersiz satış,
- Devlete daha fazla vergi geliri,
- Genel olarak turizm konusunda artan toplum bilinci,
- Bölgenin yiyecek içecek kaynakları ile ilgili artan farkındalık ve toplumun bundan gururlanması.

Gastronomi turizminin öngörülen olumlu yönlerinin yanı sıra bazı olumsuz yönleri de bulunur. Bu olumsuz yönler şu şekilde sıralanabilir (Hall 2003: 17):

- Hedeflenen satışları tutturamamak,
- Biyo-güvenlik riskleri,
- Doğru pazara ulaşamamak,
- Fırsat maliyetleri,
- Maliyetlere ve yönetsel konulara ayrılan zamanın artış göstermesi,
- Mevsimsellik sorunu,
- Sermayeye olan ihtiyaç.

Gastronomi turizminin tüketici ve restoranlara doğrudan satış imkânı vermesi, otel ve restoranların doluluk oranlarını arttırması, arazi ve emlak değerlerinin düşmesini engellemesi, bölgesel gastronomiyi ve turizmi karşılıklı teşvik etmesi, finans ve kalifiye iş gücü gibi dış kaynakların artmasını sağlamak gibi çeşitli olumlu yönleri vardır. Gastronomi turizminin olumsuz yönlerinde üreticiler maliyetlere ve yönetsel konulara ayrılan zamanın artış göstermesi, hedeflenen satışları tutturamamak, doğru pazara ulaşamamak, rekabet ve devamlılık için sermayeye olan ihtiyaç ve mevsimselliğin etkileri gibi farklı konu başlıklarının üstesinden gelmek zorundadır.

### 1.3.3. Gastronomi Turizminin Önemi

Gastronomi tek başına yiyecek ve içeceklerin sunuma hazır hale getirilmesine ilişkin bir süreçten ibaret olmayıp kültürel, ekonomik, sosyal ve politik yapı içinde birbirini tamamlayan bir kavramdır. Son dönemlerde en çok kültür ve turizm ilişkisi ile ön plana çıkmaktadır. Yiyecek ve içecek tüketimini merkez almış turizm anlayışı, bir taraftan yöresel ürün üreten tarım üreticilerinin ekonomilerine destek olurken, bir taraftan da en iyi kalitede yiyecek ve içecek sunulmasına zemin hazırlar (Wolf 2006: 21).

Yöresel yiyeceklerle beslenme isteği üretici ve tüketici arasındaki en kısa yol olabilmektedir. Yöresel yiyeceklere talep fazlalaştıkça, yerel üreticiler ve yöresel ürün sunan restoranların da ürünlere yükledikleri anlam tüketiciler için yeni turizm alanı oluşturmaktadır. Gastro turistler önüne gelen tabaktaki yiyeceğin hammaddesinin nereden geldiğini, nasıl üretildiğini ve nasıl işlendiğini bilmek istemektedir (Kanık 2014). Gastronomi turizmi bir çok destinasyon için turistik pazarlama ürünü olarak önem arz etmektedir. Örneğin; bazı seyahat acenteleri belirli aralıklarla İtalya ve Fransa'ya gurme tatili paket turları satmaktadırlar (Kivela ve Crofts 2008:356).

Ülkenin turizmden elde ettiği gelirin artmasında ve ülkenin tanıtılmasında gastronomi turizmi önem arz etmektedir. Paris'in sahip olduğu 40 milyondan fazla turist potansiyelinin, yaklaşık yüzde %10'nun Fransız gastronomisinden etkilenip bu destinasyona geldiği bilinmektedir (Altinel 2009).

90'lı yıllardan itibaren çalışanların satın alma gücündeki artış, onların seyahat ve turizm pazarındaki taleplerinin de farklılaşmasına neden olmuştur. Kültür, sanat ve tarihi miras; turizm destinasyonlarına önemli katkılar sağlamaktadır. Bir ülkenin sahip olduğu gastronomik değerler, kültür bakımından en zengin olduğu yönüdür. Bundan dolayı ulusal ve uluslararası turizm potansiyelinde gastronominin belirgin bir güce sahip olduğu söylenebilir. Amerika'nın Napa Vadisi, İtalya'nın Toscana bölgesi, İspanya'nın San Sebastian bölgesi, Fransa'nın Champagne bölgesi, uzun zamandır gastronomi turizmi için önemli destinasyonlardır. Amerika'nın batı yakasında bulunan ve en fazla



turisti kendisine çeken Disneyland'ın ardından nüfusu yüzeli bin civarında olan ve iki yüze yakın şarap imalathanesine sahip olan Napa Vadisi gelmektedir. Bu bölgeyi ziyaret eden turistlerin temel motivasyon kaynağı en iyi şarabı tatmak ve beraberindeki en iyi yemekleri yemektir (Altınel 2009).

Avrupalı turistlerin oldukça fazla ilgi gösterdikleri Toscani bölgesinin sahip olduğu lezzetlerin bir bölümünü, Trüf mantarı, Chianti şarabı, Floransa usulü et yemekleri oluşturmaktadır. Avustralya yaklaşık olarak otuşbeşbin bağa ve şaraphaneye sahiptir. Avustralya'nın güneyinde küçük bir bölge, sahip olduğu yemekleri ve şarabı sayesinde her yıl 7,5 milyon turiste ev sahipliği yapabilmektedir. Ülkesel turizm destinasyonlarının ve tarihi mirasların yanı sıra, yerel gastronomik değerler de ön plana çıkabilmektedir. Gaziantep'in son zamanlarda yerli ve yabancı birçok turistin ilgisini çekmesi buna bir örnek olarak gösterilebilir. Uluslararası turizm sektöründe gastronomi turizmin nasıl bir hacme sahip olduğunu belirlemek her ne kadar zor olsa da, gastronominin etkisinin önemi fark edilebilmektedir. Ülkemizde turizm her ne kadar tatil turizmi tabanlı olsa da sahip olduğumuz kültürel gastronomik değerlerin fazlalığıyla uluslar arası pazarda rekabet için önemli bir güce sahiptir (Altınel 2009).

TURSAB Gastronomi Turizmi Raporu (2015)'na göre turizm gelirlerinin arasında en fazla payın yiyecek içecekten elde edildiği görülmektedir. Konaklama gelirlerinden daha fazla gelir getiren yiyecek içecek harcamalarının bütün gelirler içindeki payı %20 civarındadır. Yabancı turistlerin kişi başı harcama miktarı 828\$ civarındadır ve 157\$'ını yiyecek içecek için harcamışlardır. Ulusal ve uluslararası pazarda etkili bir tanıtma kampanyası yürütebilmek için coğrafi işaretli ürünler çok önem arz etmektedir.

Coğrafi işaret kavramı, bir bölge ya da ülke ile özdeşleşmiş olan belirgin bir özelliğe sahip, ününü veya farklı özelliklerini ve kökenini bulunduğu bölgeden alan ürünü gösteren işaret olarak tanımlanabilir. Coğrafi işaret olgusu, ürünün her türlü telif haklarını korurken, tek bir kişiyi veya üreticiden ziyade zorunlu koşullar yerine getirildiğinde üretimi gerçekleştiren bütün üreticilerin haklarını koruma altına alır. (Mercan ve Üzülmez 2014: 70).

Coğrafi işaret ile korumaya alınmış olan ürünler, bazı ülkelere ekonomik açıdan fayda sağlarken ülkelerin kırsal bölgesindeki üreticilere de kazanç imkanı sağlamaktadır. Coğrafi işaret koruma sisteminin tam olarak uygulanmasından sonra gelir seyisi düşük üreticilerin gelirleri artacak ve sürdürülebilir olacaktır (Gökovalı 2007: 149).

Coğrafi işaretler belirgin bir şekilde kırsal turizm kapsamında ekoturizm, kültür turizmi, gastronomi turizmi gibi farklı turizm çeşitleriyle kırsal bölgelerde yeni imkanların oluşmasını sağlamaktadır. İtalya ve Fransa gibi ülkelerde peynir, et ve şarap gibi ürünlerin farklı turizm türleri ile daha da bilinir hale gelmesi, kendine turist çekmesi ve bölgesel ekonomiyi olumlu etkilemesi eko turizm ve gastronomi turizmi açısından başarılı örnekler olmuştur. Turizm alanı içerisinde değerlendirilen ve coğrafi işaretle koruma altına alınmış yöresel ürünler kırsal ve gastronomi turizmi için oldukça etkilidir (Kan, Gülçubuk ve Küçükçongar 2012: 91- 95).

Türkiye’de 2018 yılı itibariyle 223 gıda ürünü Türk Patent ve Marka Kurumu’ndan coğrafi işaret belgesi almıştır. 288 ürün için de başvuruda bulunulmuş ve sonucu beklenmektedir. Şanlıurfa 22 tescilli yemeği ile en çok tescilli yemeğe sahip ildir. Bu yemekler arasında Urfa Zerdesi, Urfa Üzlemeli Pilavı, Urfa Ciğer Kebabı, Urfa (Şanlıurfa) Pencer (Pazı) Boranisi gibi yemekler yer almaktadır (TURSAB Gastronomi Turizmi Raporu 2015).

#### 1.4. Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi

Endüstrinin ve teknolojinin hızla gelişmesi, bazı çevresel problemler, hızlı nüfus artışı ve doğal kaynaklara olan fazla talep gibi sorunlar sürdürülebilirlik teriminin ortaya çıkmasına neden olmuştur (Gündüz 2014). Sürdürülebilirlik, kavramı bir bölgenin sahip olduğu doğal, sosyal, kültürel, ekonomik ve ekolojik kaynaklarının optimum düzeyde kullanılması ve sonraki kuşaklara aktarılması olarak tanımlanabilir (Dyllick ve Hockerts 2002). Sürdürülebilirlik, insanların yaşamlarını devam ettirebilmeleri için doğal

kaynakların korunması ve devamlılığının sağlanabilmesi için çeşitli strateji, plan ve politikalar üretilmesi ve uygulanmasıdır (Sarkım 2014).

Dünyada hızla büyüyen endüstrilere bakıldığında turizm faaliyetlerini ilk sıralarda görmek mümkündür. Turizm sektörü, destinasyonun sahip olduğu kültürel ve doğal değerlerle oldukça fazla etkileşim içindedir. Kültürel ve doğal değerleri zarar görmüş destinasyonlar için turizm faaliyetlerini yürütmek oldukça zordur. Bu nedenle turizm endüstrisi için sürdürülebilirlik kavramı oldukça önem arz etmektedir (Demir ve Çevirgen 2006).

Sürdürülebilir turizmi, endüstrinin merkezinde bulunan doğal ve çevresel kaynaklara zarar vermeden mevcut kapasiteyi ve kaliteyi artırma çalışmaları olarak da ifade etmek mümkündür (Akış 1999). Bir başka tanıma göre ise mevcut turizmden sağlanan faydalar ile gelecekte yakalanılabilecek fırsatların dengesini oluşturarak doğal, kültürel, ekonomik ve sosyal açıdan uzun süreli katılım sağlanarak turizmin gelişim göstermesidir (Getz ve Timur 2005). Sürdürülebilir turizm, destinasyonun ekonomisini yükseltirken bölgede yaşayan yerel halka da devamlı katkı sağlar ve turizmin yılın her ayına yayılmasına destek olur (Küçükaslan 2007).

Seyahat bütçelerinin üçte birini yiyecek ve içecek harcamaları oluşturduğu için gastronomi turizmi son zamanlarda oldukça gelişmekte ve popüler olmaktadır. Bundan dolayı yöresel mutfaklar seyahatin kalitesi için önemlidir (Gheorghe, Tudorache ve Nistoreanu 2014: 13). Gastronominin turizm de sürdürülebilirliği çevresel, ekonomik ve sosyal açıdan üç temel başlık altında değerlendirilebilir (Yüncü, 2010). Gastronomi turizmi sayesinde yerel ürünler kullanılır, böylelikle hem toplumsal hem de ekonomik yönden kalkınmaya destek olunur. Böylelikle yerel üreticilere destek sağlandığı için kaliteli ve iyi ürün üretimine katkı sağlanır (Üzümcü 2018). Ayrıca gastronomi turizminden ekonomik bir getiri bekleniyorsa ziyaretçilerinde destinasyona karşı olumlu bir tutum içinde olmaları gerekmektedir (Karakaş ve Şengün 2016). Bununla birlikte gastronomi turizmi ziyaretçi ve yerel halk arasında etkileşim sağlamaya destek olabilmektedir (Kalkstein 2007).

Sürdürülebilir gastronomi turizmi, yöresel ürünlerin gelişmesine katkı sağlayan ve yerel üreticileri destekleyen turizm olgusudur (Yurtseven 2011). Sürdürülebilir gastronominin temel ihtiyaçlarından yöresel yiyecek üretiminin devamlılığının sağlanması, yöresel mutfaklara ait bilgilerin gelecek kuşaklara aktarılması ve öğretilmesi sürdürülebilir gastronominin en önemli konu başlıklarındandır (Yurtseven 2011).

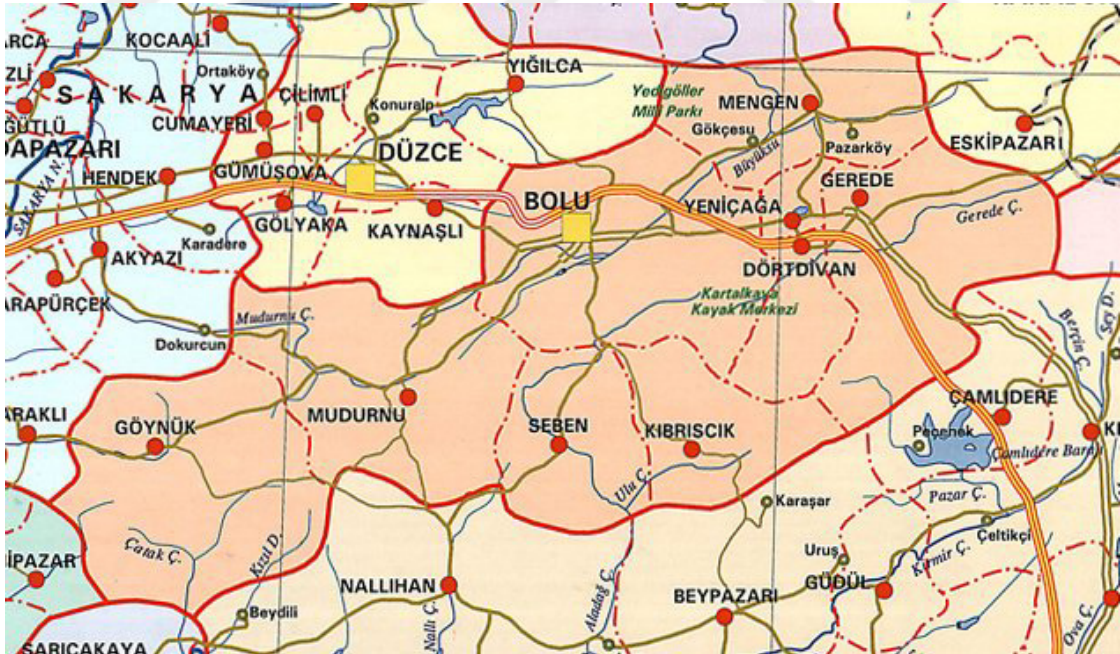
Geçerliliği kabul görmüş bir gastronomik sistem, sosyal adaletin, adil ticaretin ve çevresel sürdürülebilirliğin destekçisidir (Scarpato 2002). Yöresel alanlar için planlanan sürdürülebilir gastronomi turizmi politikası, yöre halkının ekonomisini desteklemekle beraber gastronomik mirasın korunmasını hedefler ve yöreye özgü yiyecek ve içeceklerin tanıtım aracı olarak kullanılmasıyla turist çekmeye ve dolayısıyla kalkınmaya da destek olur (Durlu Özkaya vd. 2013).

## II. BÖLÜM

### 2.BOLU İLİ VE KÜLTÜRÜ HAKKINDA GENEL BİLGİLER

#### 2.1. Bolu Hakkında Genel Bilgi

Türkiye'nin Batı Karadeniz bölgesinde yer almaktadır. Yüzölçümü 8.323,39 km<sup>2</sup>'dir. Bolu ilinin doğusunda Çankırı ve Karabük, güneyinde Ankara, güneybatısında Bilecik ve Eskişehir, kuzeyinde Zonguldak, batısında Sakarya ve Düzce+ illeri bulunmaktadır. Mengen, Yeniçağa, Gerede, Dörtdivan, Mudurnu, Kıbrısçık, Seben ve Göynük olmak üzere toplam 8 ilçesi, 3 beldesi ve 487 köyü vardır. Adrese dayalı nüfus kayıt sisteminin 2015 verilerine göre Bolu şehir merkezi nüfusu 153.783'tür. İlin toplam sınır uzunluğu 621,4 km.dir (Bolu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü 2018).



Kaynak: <http://www.haritalar.net/ilharita/Bolu-il-haritas%C4%B1/19.aspx>

Şekil 3: Bolu il haritası

Bolu genel olarak Karadeniz ve Batı Karadeniz iklim koşulları içinde yer almaktadır. Bununla beraber güneybatı bölümlerinde Marmara ve İç Anadolu iklim

çeşitleri de görülebilmektedir. Son 52 yılın verilerine göre ortalama günlük güneşlenme süresi 5 saat 49 dakika, yıllık yağış 536 mm, yıllık ortalama yağışlı gün sayısı ise 137 gündür. Bolu'nun sahip olduğu bitki örtüsü ormandır. Bölgenin topraklarının %55'i ormanlarla kaplıdır. Aladağ, Seben ve Karadere Ormanları Türkiye'nin en zengin ormanlarıdır. Ormanlardaki ağaç çeşitleri kavak, kızılbaş, köknar, ıhlamur, gürgen, kayın, karaağaç, dişbudak, sarıçam ve meşedir. İstanbul-Ankara karayolu üzerinde yer alan Bolu'ya ulaşım sadece kara yolu ile sağlanmaktadır (Bolu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü 2018).

## 2.2. Bolu İlinin Tarihçesi

Bolu M.Ö. 1200'lerde bütün Hitit'e hâkim olan Frigler'in kontrolündedir. M.Ö. 6. yy'da Perslerin hâkimiyetine girmiştir. M.Ö. 336'da Perslerin Büyük İskender'e yenilmesiyle Anadolu'nun birçok yeri gibi Bolu da roma yönetimine dâhil olmuştur. Büyük İskender'in vefatından sonra Makedonya Krallığı son bulunca Bolu bölgesinde Bitinya Krallığı kurulmuştur. Yazılı kaynaklara göre, Trak göçlerinden sonra Filyos nehri ve Sakarya bölgesine yerleşen halk "Bithyn" ismi ile bilinmektedir. Bundan dolayı Bolu'nun da dâhil olduğu Kuzeybatı Anadolu bölgesine "Bithynia" denilmiştir. Bithynlerin Salonia Campus olarak adlandırdığı Bolu Ovası ve çevresini Romalılar "Claudio Polis" olarak değiştirmiştir. Bolu adını "Polis"ten aldığı düşünülmektedir. İçte ve dışta surlarla çevrili olan şehir üç tepe üzerine inşa edilmiştir. Halı Hisarı bölgesine ait surların kalıntıları şehrin kuzey bölgesinde görülebilmektedir. 1071 yılında Malazgirt zaferini elde eden Türkmenler batıya yayılmış ve üç yıl sonra da Bolu'ya yerleşmişlerdir (Bolu Valiliği 2018).

Osmanlı akınları Bolu Yöresine ilk defa Osman Gazi tarafından yapılmıştır. Bolu'nun Osmanlılar tarafından tamamıyla ele geçirilmesi Orhan Gazi yönetiminin ilk yıllarına (1324-1326) denk gelmektedir. Yıldırım Beyazid'in vefatından sonra şehzadeler arasındaki taht kavgasına Bolu birçok kez şahit olmuştur. Ankara savaşından zaferle çıkan Timur ele geçirdiği birçok bölgede ağır yıkımlar yaparken Bolu bu bölgelerin dışında kalmıştır ve Osmanlı'nın ikinci kurucusu olarak kabul edilen Çelebi

Mehmet de Kızık yaylasında barınmıştır. Osmanlı Devleti'nin tek çatı altında toplanmasını sağlayan Çelebi Mehmet sayesinde Bolu düzenli bir yönetime kavuşmuştur (Bolu Valiliği 2018).

Bolu 1324-1692 yılları arasında 36 kazaya sahip olan bir sancak beyliğidir. XVI. yy ikinci dereceden şehzade sancaklarından biri olmuştur. II. Bayezit zamanında Şehzade Süleyman (Kanuni) Bolu sancağına atanmıştır. Bolu 1683-1792 yılları arasında voyvodalıkla yönetilmiştir. II. Mahmut döneminde Mutasarrıflığa dönüştürülmüştür. (1811) Tanzimat fermanının ilanından sonra Kastamonu eyaletine bağlanmıştır (1864). Mutasarrıflığa ise tekrar 1909 yılında dönüştürülmüştür (Bolu Valiliği 2018).

İzmir'in işgal edilmesi ve Mondros Ateşkes Antlaşmasının yürürlüğe girmesinden sonra Bolu bölgesinde Gerede'de ilk Müdafa-i Hukuk Cemiyeti örgütlenmiştir. I. Dünya Savaşı sırasında ve sonrasında her ne kadar düşman işgaline uğramamış olsa da maddi açıdan zarar görmüştür. Mustafa Kemal Paşa'nın liderliğinde gerçekleştirilen milli mücadele dönemlerinin nihayetinde 10 Ekim 1923'te Mutasarrıflık devrini tamamlamış ve vilayet sıfatını almıştır (Bolu Valiliği 2018).

### 2.3. Bolu İlinin Mevcut Turizm Potansiyeli

Bolu ilinin sahip olduğu birçok tarihi, kültürel zenginliklerinin yanında doğal cazibe merkezleri de bulunmaktadır. Bu çeşitlilik ilde kültür turizmi, kış turizmi, termal turizm, kongre turizmi gibi birçok turizm faaliyetinin yapılmasına olanak sağlamaktadır. Bolu'nun sahip olduğu turizm faaliyetleri aşağıda detaylı şekilde incelenmiştir.

#### 2.3.1. Kültür Turizmi

Sahip olduğu doğal güzellikleri ile ön plana çıkan Bolu, aynı zamanda kültür kentidir. Şehirde geleneksel Türk Evi vb. 411 adet sivil mimari örneği yapı olan türbe, cami, hamam, han vb.; 155 adet dini-kültürel yapı olan hükümet konağı, okul vb.; 5 adet idari yapı olan kale, sur duvarı vb.; 7 adet askeri yapı ile anıt ağaç niteliğinde 14 adet

doğal anıt olmak üzere toplam 592 adet tescil edilmiş ve koruma altına alınmış yapı mevcuttur. Bolu ili genelinde 95 adet arkeolojik sit alanı tescil edilerek koruma altına alınmıştır. 7 adet doğal ve 4 adet kentsel sit alanı olmak üzere toplam 106 adet sit alanı vardır (Bolu Valiliği 2015).

#### 2.3.1.1. Seben Kaya Evleri

Seben ilçesinin köyleri olan Hoçaş, Yuva, Çeltik Deresi ve Kaşbıyıklar köyleri birbirlerine çok yakındırlar ve derin vadiler sırasınca yükselen kaya kütleleri yüzeyinde kaya evlerine rastlamak mümkündür. Bölgenin ilk Hıristiyanlık döneminde sık bir yerleşim merkezi olduğu yapılan araştırmalar ve incelemeler sonucunda tespit edilmiştir. Döneminde yaşayan insanlar, büyük kaya parçalarını işleyerek içinde yaşam alanları oluşturmuşlardır. Ayrıca ilçe merkezine yakın Alpagut köyü, Solaklar köyü ve Muslar Mahallesi'nde de kaya evlerinin varlığı gözlemlenmiştir (Bolu Valiliği 2018).

#### 2.3.1.2. Bithynion

Mevcut şehir merkezinde yer alan antik kent, Roma döneminde Claudiopolis ismini almıştır. Bugünkü şehir yerleşimi, antik kentin üzerine inşa edilmesi sebebiyle günümüze ulaşmış hiçbir yapıya rastlanamamaktadır. Daha önce farklı zamanlarda yapılan arkeolojik kazılarda bir tiyatro ve tapınağa ait olduğu düşünülen parçalarla, farklı dönemlere ait kaplar, heykeller, sikkeler, mezar stelleri ve şişeler bulunmuştur (Bolu Valiliği 2018).

#### 2.3.1.3. Bolu Müzesi

Müzenin arkeoloji salonunda kronolojik olarak Neolitik, Eski Tunç, Frig, Urartu, Lydia, Helenistik, Roma ve Bizans dönemlerine ait pişmiş toprak, maden, cam, mermer ve cam eserler ziyaretçilere sunulmuştur. Bu eserler arasında bulunan ve M.Ö. II. yy.'a tarihlenen Seben-Korucuk Köyü arkeolojik eserleri; M.Ö. I. yy.'a ait Değirmenözü Köyü buluntuları; Helenistik döneme ait Göynük-Susuzkınık Köyü eserleri; Seben-Çeltikdere Köyünde ele geçirilen sağlık tanrısı Asklepios, kızı Hygeia ve yardımcısı



Telesphoros Heykelcikleri ile Bolu il merkezinde yapılan arkeolojik kazılar sonucunda bulunan Roma Dönemine ait Kadın Başı, Herakles Heykeli, Nymphe Heykeli, Gladyatör Mezar Steli ve Hermes Büstü Bolu arkeolojisi açısından büyük önem taşımaktadırlar. Claudiopolis (Bolu) antik kenti nekropolünde (mezar alanı) müze müdürlüğünce gerçekleştirilen kurtarma kazısında açığa çıkarılan Roma Dönemine ait bir tuğla mezar örneği iskelet ve mezar hediyeleri ile birlikte arkeoloji salonunda sergilenmektedir.

Müzenin Etnoğrafya salonunda yakın geçmişte günlük hayatta kullanılan 19. ve 20. yy. ilk yarısına ait etnoğrafik eserler, yöresel özellikler dikkate alınarak ziyaretçilere sunulmuştur. Bu eserler arasında dini eserler, gündelik yaşama ait madeni eserler, silah koleksiyonu, takılar, Mudurnu yöresi oya örnekleri, işleme ve dokumalar ile kıyafetler sergilenmektedir. Geleneksel bir Bolu Evine ait mutfak ve oturma odası ile ayrı bir vitrinde de Bolu'da Kına Gecesi tasarımı etnoğrafya salonunun bir bölümünde sergilenmektedir (Bolu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü 2018).

### 2.3.2. Termal-Sağlık Turizmi

Bolu, jeolojik bakımdan kuzey Anadolu fay hattı üzerinde bulunmasından dolayı birçok jeotermal su kaynağı ve kaplıcaya ev sahipliği yapmaktadır. Geçmiş dönemlerden beri şifa bulmak için kullanıldığı bilinen Bolu kaplıcalarını Evliya Çelebinin Seyahatnamesinde de bahsettiği bilinmektedir (Bolu Valiliği 2015). Bölgede 4 ve 5 yıldızlı birer otel, işletme belgeli 2 otel, bir bungalov ve 6 tane pansiyon hizmet vermektedir.

#### 2.3.2.1. Karacasu Kaplıcaları

Seben Dağları eteklerinde ve şehir merkezine beş kilometre uzaklıkta bulunan Karacasu beldesinin sahip olduğu kaplıcadır. Çevresi oldukça sakin ve ormanlarla kaplıdır. 1993 yılında Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından “Termal Turizm Merkezi” ilan edilmiştir. Kaplıcanın sahip olduğu doğal sıcak suyun sıcaklığı 42-44°C, ph değeri ise 6,3'tür. Kaplıca suyu flüorürlü, kalsiyumlu, sülfatlı, karbondioksitli, bikarbonatlı ve

magnezyumlu bir bileşime sahiptir. Kaplıcanın sahip olduğu su içme kürlerine ve banyoya elverişlidir. Doğal kaynak ve sondaj suları deri, kan dolaşımı ve kalp hastalıklarına, solunum yolu hastalıklarına, romatizmal hastalıklara, sindirim sistemi, kemik ve kireçlenme rahatsızlıklarına, kadın hastalıklarına, metabolizma ve beslenme bozukluklarına, safra kesesi, böbrek ve idrar yolları hastalıklarına iyi gelmektedir (Bolu Valiliği, 2018). Sözer (1989) yapmış olduğu “Bolu Kaplıca Kürünün Kan Basıncı Ve Vücut Ağırlığı Üzerine Etkisi” isimli tıpta uzmanlık tez çalışmasında 45 normal tansiyon hastasının sistolik kan basınçları kürbaşı-kürsonu sabah ölçümlerinde anlamlı düşüş bulunduğunu ifade etmiştir.

#### 2.3.2.2. Babas Kaplıcaları

Mudurnu'ya bağlı Gürçam Köyü yakınlarındaki Babas Kaplıcalarının su sıcaklığı 40°C civarındadır. Bolu merkeze 52 km uzaklıkta, Mudurnu merkeze 5 km uzaklıkta bulunmaktadır. Kaplıcada 20 yataklı bir tesis ve 138 yataklı 3 yıldızlı bir otel bulunmaktadır. Mudurnu Babas kaplıca sularının safra yolları rahatsızlıkları, karaciğer, metabolizma hastalıkları ve hafif diyabetliler üzerinde olumlu etkiye sahip olduğu bilinmektedir (Bolu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü 2018).

#### 2.3.2.3. Sarot Kaplıcası

Mudurnu ilçesinin kuzeybatısında yer alan Ilıca Köyüne bağlı olan Sarot Kaplıcası merkeze 30 km'dir. Kaplıcanın suyu Bolu il sınırları içinde bulunan diğer kaplıcalardan daha sıcak kaynak suyuna sahiptir. Suyun sıcaklığı 66°C ve sülfatlıdır. Fiziksel olarak hipertermal hipotonik bir maden suyudur. Bölgede 150 yatak kapasiteli termal otel ve devre mülk 2011 yılından beri hizmet vermektedir (Bolu Valiliği 2018).

#### 2.3.3. Kış Turizmi

Bolu ilinde kış turizmi genellikle Kartalkaya ve Gerede Arkut Dağı kayak merkezinde gerçekleşmektedir. Bolu ili, İstanbul Ankara illerinin arasında olduğu için ve ulaşımın kolay olması nedeniyle Kartalkaya oldukça fazla talep görmektedir. Her yıl

uluslararası kayak ve kayaklı koşu yarışmaları Gerede Arkut Dağı Kayak Merkezinde düzenlenmektedir (Bolu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü 2018).

#### 2.3.3.1. Kartalkaya

Türkiye'nin en önemli kayak merkezlerinden biri olan Kartalkaya Kayak Merkezi Bolu il merkezine 38 km uzaklıktadır. Köroğlu Dağları mevcut turizm bölgesi içinde yer alan merkez Bolu ili için kış turizmi bakımından oldukça fazla önem arz etmektedir. Kartalkaya 28 pist ve 18 lifte sahiptir, toplam pist uzunluğu 30 km'dir. Kayak pistlerinin yükseltisi 1850–2200 m arasında değişmektedir. Bölge ve çevresi orman örtüleri ile kaplıdır ve hakim rüzgâr yönü batı–kuzeybatı yönündendir. Kayak merkezi, kayaklı koşu (cross-country), tur kayağı ve alp kayağı yapmak için uygundur. Yılın dört ayı kayak yapma imkanı vardır ve ortalama kar kalınlığı 250 cm'dir.

Kış sporlarının yapıldığı aralık-nisan ayları arasında, kayak sporu için oldukça önemli bir cazibe merkezidir. Toplam yatak kapasitesi 1.548 olan 5 otel aralık-nisan ayları arasında sezonluk olarak faaliyetlerini sürdürmektedirler (Bolu Valiliği, 2018). Kayak merkezine ulaşan yol üzerinde farklı kapasitelerde pansiyon ve işletme belgeli oteller konaklama hizmeti vermektedirler (Bolu Valiliği 2015).

#### 2.3.3.2. Gerede-Esentepe Arkut Dağı Kayak Merkezi

Kayak merkezi Gerede ilçesine 4 km uzaklıkta ve kuzey bölgesinde yer almaktadır. Yükseltisi 1300 m olan merkez kış aylarında kayak ve kış sporları yapmaya uygun aynı zamanda da asırlık çam ağaçlarının bulunduğu bir mesire yeridir. Esentepe'nin sürekli esmesinden dolayı bu isim Atatürk tarafından verilmiştir. Arkut Dağı kayak merkezi kış turizmi faaliyetleri için çok elverişli bir konuma ve özelliğe sahiptir (Bolu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü 2018).

Merkezin sahip olduğu pistlerde her sene uluslararası kayak yarışları yapılmaktadır. Türkiye Kayak ve Kızak Federasyonunca, pist ve doğal yapısı itibariyle ülkemizin en iyi pistlerine sahip olduğu tescil edilmiştir. Yine federasyon tarafından

çim kayağı ve tekerlekli kayak (asfalt kayağı) sporlarının da yapılabileceği belirtilmiştir. Kayak merkezi 5 kilometrelik mukavemet pisti, 900 metrelik slalom pisti ile 2 mekanik tesise sahiptir. Ankara'ya 110 km uzaklıkta yer alan merkez gelecek için önemli bir kış turizmi potansiyeline sahiptir. Gençlik ve Spor Genel Müdürlüğüne bölgeye 50 yatak kapasiteli kayak evi yaptırılmıştır (Bolu Valiliği 2015).

#### 2.3.4. Av Turzimi

Bolu'nun sahip olduğu zengin bitki örtüsü ve dört yanını kuşatan orman tabakası çok çeşitli av hayvanlarına ev sahipliği yapmaktadır.

Ormanlık alanlarda geyik, ayı, kurt, yaban domuzu, karaca, kokarca, kunduz, gelincik, sincap, sansar, tavşan, tilki ve porsuk gibi kara hayvanları ile çil, çulluk, bildircin, keklik, üveyik, toy, güvercin gibi av kuşları ve kartal, şahin, atmaca gibi yırtıcı kuşlar sık sık gözlemlenebilmektedir. Mengen, Dörtdivan ve Gerede ilçelerinde av turizmi yapılabilecek potansiyel sahalara mevcuttur. Bu sahalarda yılın belirli dönemlerinde İl Çevre ve Orman Müdürlüğü denetiminde av faaliyetleri yapılmaktadır. Örnek av sahası olarak belirlenmiş olan Gökçesu-Çaydurt-Yeniçağa arasındaki Sazakiçi Bölgesi özel sektöre kiralanmıştır.

Bolu birçok gölü bünyesinde barındırmaktadır. Bu göller sportif olta balıkçılığı için uygun bölgelerdir. Yeniçağa Gölü, Aladağ Göleti, Abant Gölü, Yedigöller, Gölcük, Sünnet Gölü, Gököy Barajı, Karamurat Gölü, Çubuk Gölü, Sülük Gölü ve Karagöl'de bulunan çok lezzetli olan sazan, gümüş, alabalık ve mercan balıkları olta ile avlanarak sportif olta balıkçılığı yapılmaktadır (Bolu Valiliği 2015).

#### 2.3.4. Spor Turizmi

Bolu bulunduğu coğrafi konumu nedeniyle sahip olduğu ormanlar, nem oranı, yükseltisi, temiz ve bol oksijenli havası hem sporcular hem de bu imkânlardan faydalanmak isteyen spor meraklısı turistler için oldukça elverişli şartlar sunmaktadır. Bolu ili yamaç paraşütü, sportif olta balıkçılığı, kayak, dağ sporları, gençlik kamp

merkezi, profesyonel takımların kamp merkezi ile kış ve yaz sporları için uygun ortama sahiptir. Aladağ kamp merkezi yılın her mevsimi hizmet vermektedir (Bolu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü 2018).

Bolu ilinde yapılmakta olan spor turizmi aktiviteleri ve yerleri şu şekildedir:

- Yamaç Paraşütü: Çele Tepesi. Abant Bölgesi,
- Su Sporları: Yeniçağa Gölü Aladağ Göleti,,
- Dağcılık: Çele Tepesi Kartalkaya, Seben, Köroğlu Dağları,
- Kış Sporları: Arkut Dağı, Kartalkaya,
- Çim Kayağı: Esentepe.
- Tekerlekli Kayak: Esentepe,
- Ornitoloji (Kuş Gözetleme): Yedigöller, Abant, Sülüklü Göl, Yeniçağa Gölleri,
- Sportif Balıkçılık: Abant, Gölcük, Yedigöller, Sünnet, Çubuk, Sülük, Karamurat, Karagöl, Yeniçağa Gölleri ile Gölköy, Aladağ, Saraycık, Çayköy Göletleri.

Bolu ili Trekking - Off Road - Dağ Bisikleti - Foto Safari Parkurları ise şu şekildedir:

- 1.Rota: Karaca ağaç Yaylası - Aladağ İzcilik Kampı - Demirciler Yaylası - Aladağ Göleti - İzcilik Kampı.
- 2.Rota: Aladağ İzcilik Kampı - Demirciler Yaylası - Örencik Yaylası - Aladağ Göleti - İzcilik Kampı.
- 3.Rota: Aladağ İzcilik Kampı - Okçular Yaylası - Yozgat Yaylası - Aladağ Orman İşletmesi - Değirmenözü Yaylası - İzcilik Kampı.
- 4.Rota: Aladağ İzcilik Kampı - Demirciler Yaylası - Dadıç Yaylası - Virane Yaylası - Demirciler Yaylası - Aladağ Göleti - İzcilik Kampı.
- 5.Rota: Aladağ İzcilik Kampı - Aladağ Göleti - Demirciler Yaylası - Virane Yaylası - Çıkınlar Yaylası - Dönüş aynı istikametle İzcilik Kampı.
- 6.Rota: Aladağ İzcilik Kampı - Demirciler Yaylası - Soku Yaylası - Kartalkaya Yolu - Sarıalan Bölgesi.

- 7.Rota: Aladağ İzcilik Kampı - Kuşçular Yaylası - Zirve - Kuşçular Yaylası - Beşpınarlar Orman İçi Dinlenme Yeri (Bolu Valiliği 2018).

### 2.3.5. Doğa turizmi

Bolu'nun sahip olduğu doğal güzellikler aynı zamanda da önemli turizm destinasyonlarıdır. Abant Gölü, Yedigöller Milli Parkı ve Gölcük Tabiat Parkı her yıl binlerce turist tarafından ziyaret edilmektedirler. Özellikle İstanbul ve Ankara başta olmak üzere çevre illerden günü birlik turlar düzenlenmektedir. Bu destinasyonlar ziyaretçilerine benzeri az rastlanır, her mevsim kendine özgü manzaralar ve görsel şölen sunmaktadır (Bolu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2018). Bolu ilindeki Milli Park/Tabiat Parklarını 2015, 2016 ve 2017 yılı ziyaret eden kişi ve araç sayıları Tablo 2.1'de görülmektedir. Buna göre en çok ziyaret edilen parklar sıralamasında Abant Tabiat Parkı birinci, Gölcük Tabiat Parkı ikinci, Yedigöller Milli Parkı üçüncü sırada yer almaktadır.

**Tablo 2.1:** Milli Park/Tabiat Parkları 2015, 2016 ve 2017 Yılları Araç ve Ziyaretçi Sayısı

	PARK ADI	ARAÇ SAYISI	KİŞİ SAYISI
2015	Abant Tabiat Parkı	120.318	455.590
	Gölcük Tabiat Parkı	88.316	319.461
	Yedi Göller Milli Parkı	28.852	109.621
	<b>TOPLAM</b>	<b>237.486</b>	<b>884.672</b>
2016	Abant Tabiat Parkı	130.499	488.665
	Gölcük Tabiat Parkı	105.354	406.239
	Yedi Göller Milli Parkı	41.628	160.512
	<b>TOPLAM</b>	<b>277.481</b>	<b>1.052.416</b>
2017	Abant Tabiat Parkı	144.781	562.160
	Gölcük Tabiat Parkı	125.246	527.724
	Yedi Göller Milli Parkı	40.143	160.929
	<b>TOPLAM</b>	<b>310.170</b>	<b>1.250.813</b>

#### 2.3.5.1. Abant Tabiat parkı

Abant gölü konumu itibariyle Bolu merkeze 34 km uzaklıkta ve güneybatısında yer almaktadır. Yükseltisi 1328 metredir ve Abant dağları üzerinde yer alan oluşumu bakımından tektonik bir göldür. Sürekli yer altı suları ile beslenmekte olan Abant Gölü 125 hektar genişliğe sahiptir. Göl ve çevresinin sahip olduğu zengin flora önemli bir

açık hava rekreasyon potansiyeli taşımaktadır. Bundan dolayı bölge 1988 yılında 1.150 hektarlık bölümü Tabiat Parkı olarak ilan edilmiştir. Yaz aylarında mesire ve dinlenme alanı olarak hizmet vermekte aynı zamanda piknik de yapılabilmektedir. Gölde bulunan Abant Alası olarak bilinen alabalık türü ve Abant Fındık Faresi oldukça bilinen endemik türlerdir. Tabiat Parkı florasında 84 familyaya ait 332 cins, 66 tür, 147 alt tür, ve 69 varyete, toplam 672 takson ve 150 liken türü kaydı vardır. Bu taksonlardan 51'i endemiktir. Bölge ve çevresi geyikler için uygun yaşam alanına sahiptir. Kamping, yürüyüş alanları, sportif olta balıkçılığı, at ve fayton gezintisi park içinde gerçekleştirilen başlıca etkinliklerdir. Abant, 600 yatak kapasiteli 5 yıldızlı 2 otel, il Özel idaresine ait günübirlik tesis olarak kullanılan 1 göl gazinosu ve 30 yataklı bungalov dağ evine sahiptir (Bolu Valiliği 2018).

#### 2.3.5.2. Yedigöller Milli Parkı

Yedigöller Milli Parkı Bolu merkeze 42 km uzaklıkta ve kuzeyinde yer almaktadır. Bölgeye ulaşım Bolu'dan veya Yeniçağa ayrımından sonra Mengen üzerinden sağlanmaktadır. Kış aylarında Bolu üzerinden ulaşım yoğun kar yağışı ve ulaşımın zor olması nedeniyle çok fazla tercih edilmemektedir. Havza kayan kütlelerin vadilerin önlerini kapatması sonucu oluşan, yeraltı ve yüzeysel akışlarla birbirine bağlı; Büyükgöl, Deringöl, Seringöl, Nazlıgöl, Küçükgöl, Sazlıgöl ve İncegöl isimlerinde yedi adet gölden oluşmaktadır. 1965 yılında göllerin de içinde bulunduğu 1636 hektarlık alan Milli Park ilan edilmiş ve koruma altına alınmıştır. Türkiye'de ilk damızlık alabalık üretim tesisi 1969 yılında Büyükgöl'de kurulmuştur. Yedigöller Milli Parkı akademik ve bilimsel araştırmalar açısından da oldukça önemli bir yapıya sahiptir (Bolu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü 2018).

Türkiye'nin en güzel doğal ormanlarına sahip olan milli park çok sayıda bitki türüne de ev sahipliği yapmaktadır. Başlıca ağaç türleri olan kayın, gürgen, meşe, kızıl ağaç, akçaağaç, kara ve sarıçamdır. Yaban hayatı bakımından oldukça zengin bir yapıya sahip olan milli parkta kurt, sansar, geyik, tavşan, ayı, sincap, domuz, kurt, tilki, karaca, tavşan yabani ördek, yabani güvercin ve keklik yaşamlarını sürdürmektedirler. Milli Park'ta 100'den fazla kuş türü belirlenmiştir. Her yıl Mayıs-Eylül ayları arasında

ücret karşılığı sportif olta balıkçılığı yapılmaktadır. Göllerde bulunan balık türleri gökkuşuğu ve alabalıktır. Milli park eşsiz güzellikte manzaraya, şelaleye, yürüyüş parkurlarına, farklı bitki türlerinin bir arada bulunduğu piknik alanlarına sahiptir. Ayrıca fotoğraf çekmek, doğa sporları yapmak ve kamp kurmak için oldukça idealdir. Yaklaşık bir hektarlık alanda çadır kurma veya karavanla konaklama yapmak da mümkündür. Nisan ve Kasım ayları arası milli parkı ziyaret etmek için en uygun zamanlardır. Yedigöller milli parkında 18 adet bungalov 72 yatak kapasitesi ile konaklama ve restoran hizmeti vermektedir (Bolu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü 2018).

### 2.3.5.3. Gölcük Tabiat Parkı

Yapay bir set gölü olan Gölcük Tabiat Parkı Bolu'nun 13 km güneyinde yer almaktadır. Ortalama yükseltisi 1217 metredir. Yöre köknar ve saf köknar, kayın, gürgen gibi ağaçların oluşturduğu ormanla kaplıdır ve etkileyici bir görüntüye sahiptir. Tabiat parkı yürüyüş parkurları, piknik alanları manzara seyir terasları ve iklimik özellikleri ile önemli bir destinasyon konumundadır. Yüzeyi 45.000 m<sup>2</sup>'dir. Gölün çevresinde Orman ve Su İşleri Bakanlığı Misafirhanesi, 1 kır gazinosu ve 2 kafeterya vardır. Ayrıca kamping için uygun alanlar mevcuttur (Bolu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü 2018).

### 2.4. Bolu İli Mutfak Kültürü

Mutfak kavramı ile toplumların yalnızca mutfak kültürlerine ilişkin yiyecek ve içecekleri değil aynı süreçte bu yiyecek ve içeceklerin nasıl hazırladığı, pişirildiği, tüketildiği, saklandığı ve servis edildiğine ilişkin teknikler, tüketim sırasındaki araç ve gereçler, mutfağın şekli, tören yemeklerini de kapsayan kültürel bir olgu olarak değerlendirilmelidir (Durlu-Özkaya ve Kızılkaya 2009: 266).

Türkler, zengin bir mutfak kültürü birikimine sahiptirler. Mezopotamya'nın sahip olduğu baharatları ve etli lezzetlerini Asya'nın malzemeleriyle bir araya getirmişlerdir. Anadolu'nun sahip olduğu çok çeşitli ot ve bitkileri toplamışlardır. Doğu Karadeniz



kayılarında hayvansal ürün elde etme şekillerini de birleştirerek çok çeşitli bir yemek kültürü yaratmışlardır (Tezcan 2000: 12).

Türk Mutfağının gelişim sürecinde Türklerin Anadolu'ya yerleşmeleri ile bölgenin sahip olduğu ürünleri özümledikleri, Orta Asya'dan taşıdıkları kültürü birleştirerek zenginleştirdikleri görülmektedir. Devam eden süreçte ise Osmanlı İmparatorluğunun sahip olduğu zengin coğrafya ve farklı bölgelere ait gıdaların olması mutfak kültürünü oldukça zenginleştirmiştir. Bu nedenle Türk Mutfağının yaşayan en eski ve zengin mutfaklardan biri olduğu söylenebilir (Üner 2014: 28-29).

Toplumlar yaşamlarını sürdürdükleri coğrafyanın koşulları doğrultusunda ve sahip oldukları gelenek ve görenekleri sayesinde kendi yöresel mutfak kültürlerini oluşturmuşlardır. Türkler, Anadolu'nun farklı bölgelerinde farklı kültürel zenginlikleri ile kendi yöresel mutfaklarını yaratmışlardır.

Yöresel mutfağı bir bölgeye ait olan ürünler ile o bölgenin sahip olduğu kültürün birleştirilmesi sonucunda ortaya çıkan ve bölge halkı tarafından yöresel yöntemlerle hazırlanan ve sunulan, milli ve dini değerlerle paralel olarak oluşturulan yiyecek ve içeceklerin tümü olarak tanımlamak mümkündür (Şengülve Türkay 2015: 600).

Türkiye'nin Karadeniz Bölgesi'nin batı Bölümünde yer alan Bolu ilinin de kendi yöresel mutfak kültürü oldukça zengin bir yapıya sahiptir. Bolu aşçıları ile oldukça fazla bilinmektedir, özellikle Mengen ilçesinden yetişen aşçıların Osmanlı döneminde padişahların aşçılığını yaptığı ve yine Atatürk'ün aşçısının da Mengenli olduğu bilinmektedir. Yemek yapmayı sanata dönüştüren bu sanatkarlar sadece ulusal değil aynı zamanda da uluslararası bir üne sahiptir. Bolu ilinin kültür ve turizm faaliyetleri açısından büyük önem taşıyan Mengen Uluslararası Aşçılık Festivali her yıl yaz aylarında Mengen'de düzenlenmektedir (Tütüncü Aydın 2014:174).

Bolu halk kültüründe eve gelen bir konuğa Türk misafirperverliğinin gereği olarak mutlaka yemek ikram edilir. "Misafir umduğunu değil bulduğunu yer" sözü

Bolu'da da sık sık kullanılmaktadır. ay ikram edildiğinde yanında cevizli gömeç ve kek gibi yiyecekler ikram edilir, kış aylarında ise geceleri kestane ve mısır tüketilir (Tütüncü Aydın 2014: 174).

Bolu halkı için oturdukları evlerinin mutfakları önem taşıtmaktadır ve çoğu evin mutfağı alan olarak büyüktür. Çünkü mutfaklar hem oturmak hem de yemek yapma amaçlı kullanılmaktadır. Hala köylerdeki çoğu evin bahçesinde topraktan yapılmış fırınlar yer almaktadır (Gastromanya 2017).

Eskiden mutfak düzeninde sedir, yer sofrası, ocak bulunurken günümüzde yerini yemek masalarına, fırınlı ocaklara, oturma gruplarına bırakmıştır. Ocaklar yıkılmış, önceden odun ateşinde pişen yemekler artık gazlı ocaklarda pişmeye başlamıştır. Bolu'nun bulunduğu coğrafyada iklimin soğuk ve yağışlı olması yetiştirilen ve mutfaklarda kullanılan ürünler üzerinde belirleyici etkiye sahiptir. Bundan dolayı yörede genellikle tüketilen yemekler et ve hamur işleri eşitleri şeklinedir (Tütüncü Aydın 2014:175).

Bölgede ormanların fazla olması yetişen mantar çeşitliliğinin de fazla olmasına neden olmuştur. Yörede yetişen mantarlar yemek kültürü bakımından önem taşıtmaktadırlar. Breklerde, pilav çeşitlerinde, çorbalarda ve etli yemeklerde mantarların kullanıldığını görmek mümkündür (ztrk 2008: 129). Son yıllarda artan tavuk yetiştiriciliği ve beyaz et sktrnn önemli bir bölümünün Bolu bölgesinde olmasından dolayı mutfaklarda tavuk ve hindi etleri de yer almaktadır.

Bolu bölgesinin sahip olduğu yöresel yiyecek ve içecekler tablo 2.2'de sınıflandırılmıştır.

**Tablo 2.2: Bolu İlinin Yöresel Yemekleri**

<b>ÇORBALAR</b>		
Alkuş Çorbası	Aşlık Çorbası	Bolu Tarhana Çorbası
Deli Bakla Çorbası	Bal Kabağı Çorbası	Erişte Çorbası
Ev Şehriyesi Çorbası	Göce Çorbası	Düğün Çorbası
Kara Tarhana Çorbası	Kızılıcak Tarhana Çorbası	Köroğlu Çorbası
Mısır Çorbası	Patates Çorbası	Ovmaç Çorbası
Uğut Çorbası	Yayla Çorbası	Cincile Çorbası
<b>SALATALAR</b>		
Mengen Salatası	Paşa Pilavı	Tavuk Salatası
Çoban Salata	Karışık Salata	
<b>HAMUR İŞLERİ</b>		
Acı Su Bazlaması	Bazlama	Cevizli Gömeç
Cizleme	Cincile Böreği	Gatlaç (Kalın Yufka)
Mısır Gömeci	Kıymalı Börek	Gırma Böreği
Tava Gömeci	Erişte	Kabaklı Gözleme
Keşli Cevizli Erişte	Kaygana	Kül Kömeci
Kaşık Sapı	Patatesli Köy Ekmeği	
Patatesli Çarşaf Böreği	Kedi Batmaz	
<b>YEMEKLER</b>		
Kaldırık Dolması	Mengen Pilavı	Abant Kebabı
Kaz Tiridi	Höşmerim	Bakla Çullaması
Acem Pilavı	Yedigöller Kebabı	Kanlıca Mantar Sote
Coş	Ekmeç Aşı	Abant Kebabı
Bolu Köftesi	Keşli Köy Eriştesi	Mudurnu Baklası
Kıbrısık Fasüyesi	Mancar Soğanlama	Mengen Peynir Kızartması
Kuzu Göveç	Keş Kızartması	Kıymalı Soğanlama
Tavuk Haşlama	Sebzeli Dana Güveç	Kıbrısık pilavı
<b>TATLILAR</b>		
Un Helvası	Saray Helvası	Palize
Bolu Beyi Tatlısı	Fındık Şekeri	Bolu Çikolatası
Kara Kabak Tatlısı	Üzümlü Kabak Hoşafı	Kızılıcak Şerbeti
Coş Hoşafı	Karavul Şerbeti	Uğut Tatlısı
Höşmerim (Şekerli)	Kabak Hoşafı	Çükündür Hoşafı
Mancar Hoşafı	Kabak Tatlısı	İrmik Helvası

- Kaynak:** -Bolu Valiliği <http://www.bolu.gov.tr/bolu-mutfagi>  
 -Bolu Belediyesi <http://www.bolu.bel.tr/icerik/1795/17/bolu-mutfagi>  
 -Bolu İl Kültür ve Turizm Müd. <http://www.bolukulturturizm.gov.tr/TR-69956/yore-mutfagi-gastronomi.html>  
 -Mengen Kaymakamlığı <http://www.mengen.gov.tr/yemeklerimiz>  
 -Göynük Belediyesi <http://goynuk.bel.tr/yemek-kulturu/>  
 -Çetin, Z. <https://yemek.com/bolu-yemekleri/>  
 -Öztürk E. (2008) Bolu Ağzında Yemek Kültürüyle İlgili Kelimeler, Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi – Journal of Social Sciences Cilt / Volume: 2008-2 Sayı / Issue: 17 s 128-132  
 -Tütüncü Aydın Z. (2014) Geçmişten Günümüze Bolu Halk Kültürü, Baskı: Eğitimciler Basım Yayın Reklam Organizasyon Yemek Temizlik Sanayi Ticaret Ltd. Şti. ISBN 978-605-4938-05-6 1. Baskı

## 2.5. Bolu'da Düzenlenen Gastronomi Festivalleri

Festivaller genellikle yöre halkı tarafından ne zaman yapılacağı önceden belirlenmiş, bölgenin simgesi halini alarak gelenekselleşmiş ve devamlılık arz ederek

toplumun ortak hafızasında yerini almış organizasyonlardır (Küçük 2013: 347). Festivaller bölge halkı ve ziyaretçiler arasında sanatsal, ekonomik, sosyal ve kültürel bakımdan bir yakınlaşma ve yörenin tanıtımını sağlamak için organize edilen etkinliklerdir (Bilgili, Yağmur ve Yazarkan 2012). Festivaller düzenledikleri yöreye yoğun turist akını ve hareketliliğinden dolayı bölgenin turizm gelirlerine olumlu katkı sağlamaktadır (Giritlioğlu vd. 2015).

Bolu'da gastronomi faaliyetlerini içeren yılın farklı zamanlarında ve farklı yörelerinde düzenlenen festivaller Tablo 2.3'te verilmiştir.

**Tablo 2.3: Bolu'da Düzenlenen Gastronomi Festivalleri**

Etkinliğin Adı	Yapıldığı Yer	Etkinlik Tarihi	Etkinlik Süresi
Mengen Uluslararası Aşçılık ve Turizm Festivali	Mengen	Eylül Ayı 2. Hafta Sonu	2 Gün
Uluslararası Köroğlu Festivali	Bolu	Ekim Ayı Son Haftası	2 Gün
Seben Elma Festivali	Seben	Ekim Ayı İlk Hafta Sonu	2 Gün

**Kaynak:** Bolu İl Kültür ve Turizm Müd. <http://www.bolukulturturizm.gov.tr/TR-70009/festivaller--etkinlikler.html>

Düzenlenen etkinliklerden en önemlisi Mengen Uluslararası Aşçılık ve Turizm Festivali'dir. Bolu ili uzun yıllardır aşçıları ve aşçılık mesleği ile ülke çapında oldukça fazla üne sahip bir şehirdir. Özellikle Mengen İlçesi aşçılık mesleği ile övünen ve bu mesleği nesilden nesile aktaran aşçıları ile bilinmektedir. Ulusal ve uluslararası bağlamda Mengen isminin duyulmasını sağlayan ünlü aşçılar olmuştur (Hoşcan vd. 2016).

24 Ağustos 1981 yılında Mengen Kaymakamı Ali Cafer Akyüz'ün başkanlığında oluşturulan komite tarafından Mengen Aşçılık ve Turizm Festivali ilk defa düzenlenmiştir. Komite, festivali tamamen bireysel çabaları ve kendi buldukları kaynaklarla organize etmişlerdir. Festival düzenlenmeden önce; İstanbul, Ankara, Bursa ve İzmir gibi büyük şehirlerdeki ünlü ve zincir otellerde çalışan aşçılarla bir araya gelerek görüş alışverişinde bulunulmuştur. Devam eden yıllarda festivalin büyük ilgi görmesi üzerine reklam faaliyetlerini daha etkin bir duruma getirmek ve aşçıların kendi arasındaki iletişimini ve dayanışmasını güçlendirmek için Mengen Aşçıları ve Turizm

Derneği kurulmuştur. Mengen kaymakamlığı 1985 yılında festivalin organizasyonunu Mengen Belediyesine devretmiştir (Mengen Kaymakamlığı 2018).

1981 yılından günümüze kadar gerçekleştirilen festival, 1987 yılında ekonomik sebepler, 1989 yılında Körfez Savaşı, 1991 yılında bütçe yetersizliği, 1998 yılında yörede yaşanan sel felaketi sebebiyle yapılamamıştır (Kurnaz ve İşlek 2018).

Gerçekleştirilen festivallerde aşçıların yapmış oldukları eserlerinden oluşan sergiler, ziyaretçiler tarafından büyük ilgi ve merakla izlenmiş; ulusal yazılı ve görsel basında kendine yer bulmuştur. Örneğın, yeni bir rekora 101 metre uzunluğunda şiş kebab yaparak imza atmışlardır. Bu 101 metre uzunluğundaki kebabın yapımı için yaklaşık 300 kg et ve 2,5 ton mangal kömürü kullanılmıştır. 60 aşçıdan oluşan bir ekip 4,5 saat emek harcamıştır (İvğın 2012).

Otuzuncusu 2014 yılında gerçekleştirilen festivalde Guinness Rekorlar Kitabı'na girebilmek için Mengen Pilavı yapılmıştır. Pilavı yapabilmek için 40 aşçı 4 tonluk dev tencere kullanmışlardır. Ayrıca pilav için 500 kilogram yağ, 100 kilogram bezelye, 150 kilogram et, 250 kilogram mantar, 100 bağ dereotu, 13 kilogram karabiber, beş kilogram yenibahar, 50 kilogram tuz ve 5 ton pirinç kullanılmıştır. Pilavın servise hazır hale getirilmesi yaklaşık 5 saat sürmüş ve özel hazırlanmış platform kullanılmıştır. Rekor denemesi başarılı bir şekilde sonuçlanmıştır (Bolu Gündem 2014).



Kaynak: <http://www.ascihaber.com/v5/2014/09/27/30-mengen-ascilar-festivalinde-guinness-rekoru-kirildi/>

**Şekil 4:** Mengen Festivali gösteri yemeği

## 2.6. Bolu İli Konaklama Tesisleri

Bolu ilinde 4 adet 5 yıldızlı, 6 adet 4 yıldızlı, 4 adet 3 yıldızlı, 1 adet 1 yıldızlı otel, 1 butik otel, 2 özel belgeli tesis, 3 adet dağ evi ve oberj ile 3 adet pansiyon olmak üzere 24 adet turizm belgeli, 90 adet yerel belgeli konaklama tesisi bulunmaktadır. Turizm belgeli tesislerin yatak kapasitesi 4184 yerel belgeli tesislerin yatak kapasitesi 4494 olup toplam yatak kapasitesi 8678'dir (Bolu İl Kültür ve Turizm Müd. 2018).

Bolu ilinde turizm işletme belgeli tesislerde 2014-2017 yılları arasında konaklama yapmış yerli ve yabancı turist istatistikleri tablo 2.4'te verilmiştir (Bolu İl Kültür ve Turizm Müd, 2018).

**Tablo 2.4:** 2014-2017 yılları arasında konaklama yapmış yerli ve yabancı turist istatistikleri

	2014	2015	2016	2017
Yerli	343.000	419.000	443.000	374.000
Yabancı	65.000	59.000	46.000	49.000
<b>TOPLAM</b>	<b>408.000</b>	<b>478.000</b>	<b>489.000</b>	<b>423.000</b>

2017 verilerine göre Bolu ilinde turizm belgeli tesislerde yıllık ortalama doluluk oranı % 42'dir (Bolu İl Kültür ve Turizm Müd 2018).

Bolu ilindeki işletmelerde konaklama yapmış yabancı turistlerin geldikleri ülkeler ile ilgili istatistikler tablo 2.5'te verilmiştir (Bolu İl Kültür ve Turizm Müd 2018).

**Tablo 2.5:** Yabancı turistlerin geldikleri ülkeler ile ilgili istatistikler

<b>Yabancı Ziyaretçiler</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>
Suudi Arabistan	14435	11380	11270
Malezya	11830	11340	7400
Kuveyt	4540	4210	3120
Endonezya	4190	1930	525
Singapur	2620	1370	450
Güney Kore	1550	3470	1140
Fransa	2580	600	425
Katar	1535	1390	1200
Birleşik Arap Emirlikleri	1275	965	660
Suriye	2040	1240	720

## III. BÖLÜM

### 3. ARAŞTIRMA

#### 3.1. Araştırma

Çalışmada gastronomi turizminin Bolu il turizmi içindeki yeri ve önemi belirlenmeye çalışılmıştır. Bolu il turizmine yön veren turizm paydaşlarının gastronomi turizmi ile ilgili tutumları incelenmiştir. Bu çalışmada aşağıdaki şu sorulara cevap aranmıştır:

- Bolu ilinin mevcut turizm potansiyeli içerisinde gastronomi turizmin yeri ve önemi nedir?
- Bolu ilinin sahip olduğu gastronomi değerlerinin Bolu il turizmine katkısı var mıdır?

Çalışmanın bu bölümünde araştırmanın amacı ve önemi, yöntemi, evreni ve örneklemini, verilerin analiz yöntemi ve sınırlılıkları yer almaktadır.

#### 3.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Araştırmanın amacı Bolu ilinin sahip olduğu turizm potansiyeli içinde gastronomi turizminin yerini belirlemek, Bolu sözcüğü ile neredeyse eş anlam kazanmış aşçı kelimesinin ve yöresel yemeklerinin gastronomi turizmi için potansiyelini ve Bolu il turizmine katkısını tespit etmek, gastronomi turizminin Bolu il turizmi faaliyetlerinde daha etkin yer alması yönünde katkıda bulunmaktır.



Ülkemizde çeşitli şehirlerde gastronomi turizmi potansiyelinin belirlenmesine yönelik benzer çalışmalar mevcuttur. Ateş (2014) “Gastronomi Turizminin Çanakkale Turizmine Katkısı” isimli yapmış olduğu çalışmada Çanakkale'nin yöresel yemeklerinin gastronomi turizmi kapsamında değerlendirilmesi için çeşitli önerilerde bulunmuştur. Yalçinkaya (2018) “Çanakkale'nin Unesco Yaratıcı Şehirler Ağı Gastronomi Teması Kapsamında Potansiyelinin Değerlendirilmesi” adlı çalışmasında Çanakkale'nin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı gastronomi temasına katılma potansiyelinin bulunduğu sonucuna ulaşmıştır. Gürbüz vd. (2017) yapmış oldukları “Mardin'in UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağında ‘Gastronomi Kenti’ Olabilirliğine İlişkin Paydaş Görüşleri” çalışmada Mardin'de ilgili kurumların önderliğinde gastronomi turizminin etkili biçimde gerçekleştirilebileceği sonucuna ulaşmışlardır. Tuna ve Özyurt (2018) “Ankara’da Gastronomi Turizminin Değerlendirilmesi: Nitel Bir Araştırma” isimli çalışmalarında Ankara'nın yöresel yemeklerinin tanıtımında eksiklikler olduğu belirlemişler ve bu eksikliklerin giderilmesi için çeşitli önerilerde bulunmuşlardır.

Bu bağlamda mevcut çalışma; doğa turizmi, kış turizmi gibi birçok turizm faaliyetinin yürütüldüğü Bolu ilinde gastronomi turizmi açısından önem taşıyan değerlerin belirlenmesi için ilk olması bakımından önem taşımaktadır. Yapılan çalışma Bolu turizmine yön veren paydaşlara katkıda bulunma ve fikir verme açısından da önemli bir kaynaktır. Konu ile ilgili araştırma yapan diğer araştırmacılara ve literatüre katkıda bulunması açısından önemlidir.

### 3.3. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Bu araştırmanın evrenini Bolu ili turizmine yön verilmesinde dolaylı veya doğrudan etkisi olan gerçek ve tüzel kişiler oluşturmaktadır. Çalışma evrenini belirlemek, hangi birimlerden hangi verilerin elde edilmesi gerektiği ve çalışma sonucunda yapılacak değerlendirmelerin neyi veya kimleri kapsayacağını saptamaktır (Ural ve Kılıç 2011: 33). Her araştırmanın kendine özgü bir evreni olup araştırmanın evreni, araştırmanın amacına uygun olarak çeşitli değişken ve özelliklere göre sınıflandırılıp tanımlanır (Karasar 2012).

Örnekleme almada olasılığı olmayan örnekleme alma yöntemlerinden amaçlı örnekleme tekniği kullanılmıştır. Bu teknik araştırmanın amaçları doğrultusunda evrenin temsilci bir örneği yerine, amaçlı olarak bir ya da birkaç alt kesimini örnek olarak almaktır. Diğer bir ifadeyle amaçlı örnekleme, evrende soruna en uygun bir kesimi gözlem ve araştırma konusu yapmaktır (Sencer 1989: 386).

Bolu'da turizm faaliyetlerinin yürütülmesinde kamu, özel sektör ve üniversiteden ilgili kişiler ile 4 ve 5 yıldızlı konaklama ve yiyecek içecek hizmeti veren işletmeler araştırma kapsamında değerlendirmeye alınmıştır. Bolu ilinde faaliyet gösteren 5 yıldızlı 4 işletme, 4 yıldızlı 5 işletme bulunmaktadır. Araştırma kapsamında 4 ve 5 yıldızlı işletmelerin yedisinin genel müdür ve yöneticileriyle görüşülmüştür.

Çalışma sürecinde görüşülen kurum ve kuruluşlar aşağıda verilmiştir:

- Bolu Valiliği
- Bolu Belediyesi
- Bolu İl Kültür Turizm Müdürlüğü
- Mengen Belediyesi
- Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Bölümü
- Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
- Bolu Ticaret Ve Sanayi Odası
- Büyük Abant Oteli
- Gazelle Resort&Spa
- Koru Otel Spa Convention
- Hampton by Hilton Bolu
- Karpalas City Otel&Spa
- Bolu Termal Otel
- Bolu Soylu Otel

### 3.4. Araştırma Yöntemi

Çalışmadaki araştırma sorularına derinlemesine yanıt bulabilmek için nitel araştırma yöntemi tercih edilmiştir. Nitel araştırma bireylerin algılarını, tecrübelerini, davranış ve tutumlarını detaylı şekilde inceleyen, diğer bir ifadeyle sosyal olguları bağlı buldukları doğal çevresi içinde anlamak için kullanılan bir araştırma yöntemi olarak tanımlanmaktadır (Yıldırım ve Şimşek 2011: 41).

Nitel yöntemlerde en fazla kullanılan teknik görüşme tekniğidir. Görüşme araştırma yapılan hedef kitlenin tecrübelerini, perspektiflerini, algılarını ve duygularını belirlemede kullanılan oldukça etkili bir tekniktir (Bogdan ve Biklen 1992). Görüşme sırasında kullanılan ana araç sözlü iletişimdir. İlk bakışta görüşme, kolay bir bilgi toplama yöntemi olarak algılanabilir; fakat farklı zorluklar içerir. Görüşme tekniğini kullanan araştırmacı görüşme formlarının hazırlanması, test edilmesi, görüşmenin ayarlanması ve gerçekleştirilmesi gibi birçok konuda yoğun bir emek harcamaktadır (Yıldırım 1999).

Nitel araştırma yöntemi ile araştırmanın örneklemini oluşturan gerçek ve tüzel kişiliklerden elde edilecek farklı bulgular ile araştırma sorunun bütününe ulaşılmak hedeflenmektedir. Nitel araştırma yönteminde elde edilen bulguları nasıl ve niçin gibi soru çeşitleriyle derinlemesine incelemek araştırma tekniğinin esnek yapısı nedeniyle mümkündür. Görüşme sırasında sorulacak her bir soruyla araştırmanın sonucuna ulaşmak için veri elde edilmektedir (Kozak 2015: 35).

Çalışmada nitel araştırma yöntemi olan yarı-yapılandırılmış mülakat tekniğinden yararlanılmıştır. Bu kapsamda 15 soruluk yarı yapılandırılmış mülakat formu kullanılmıştır. Mülakat formu hazırlanırken Ateş (2014) “Gastronomi Turizminin Çanakkale Turizmine Katkısı” ve Yalçınkaya (2018) “Çanakkale’nin Unesco Yaratıcı Şehirler Ağı Gastronomi Teması Kapsamında Potansiyelinin Değerlendirilmesi” isimli çalışmalarından yararlanılmıştır. Mülakat soruları hazırlanırken alanında deneyimli akademisyenlerden uzman görüşü alınarak uygun olan sorular forma eklenmiştir. Böylelikle görüşme formundaki soruların geçerliliği onaylanmıştır.

Görüşmelerin tamamı yüz yüze yapılmış olup katılımcıların kişisel bilgilerinin gizli tutulacağı ve elde edilen bulguların bilimsel amaçlarla kullanılacağı katılımcılara belirtilmiştir. Görüşmenin başında katılımcılara gönüllü katılımcı formunu okumaları rica edilmiş, sonrasında katılımcılara mülakat soruları yöneltilmiştir.

Görüşme sırasında yazılı notlar alınmış ve ses kayıt cihazı ile görüşme kayıt altına alınmıştır. Görüşme sonrasında kayıt altına alınan veriler bilgisayar ortamına aktarılarak iki farklı depolama biriminde saklanmıştır, böylelikle herhangi bir veri kaybı riski minimuma indirilmiştir.

### 3.5. Verilerin Analizi ve Yorumlanması

Betimsel analiz ve içerik analizi nitel araştırmalarda verilerin analizi için en çok tercih edilen analiz yöntemleridir. Elde edilen verilerin orijinal haline bağlı kalarak doğrudan alıntılar ile kullanılması betimsel analizi tanımlar (Yıldırım ve Şimşek 2011, 253). İçerik analizi ise en basit tanımı ile toplanan metinlerin çözümlenmesi (Bos ve Tarnai 1999, 660); daha kapsamlı tanımıyla ise bilginin ortaya çıkarılabilmesi için elde edilen verilerin derinlemesine inceleme çalışmalarının bütünüdür (Özdemir 2010:328).

Bu çalışmada tümevarım yaklaşımı kullanılarak veriler analiz edilmiştir. Nitel araştırma yönteminin tercih edildiği çalışmalarda araştırmacılar, hipotez geliştirmeden belirli konular üzerine sorular geliştirip bu soruların cevabını bulabilmek için araştırma yaptıklarından dolayı tümevarım yaklaşımı eğiliminde olmalıdırlar (Uzuner 1999:189).

Araştırmada elde edilen verilerin analizinde, bulguları düzenlenmiş ve yorumlanmış bir biçimde sunma amacıyla betimsel analiz yöntemi (Yıldırım ve Şimşek 2016: 239) ve sözcük sıklığı esasına dayanan yüzdelerle indirgeme yoluyla nitel verilerin sayısal analizi yöntemi kullanılmıştır (Yıldırım ve Şimşek 2016: 256).

Araştırma kapsamında kamu ve özel sektör temsilcisi toplam 14 katılımcı ile yüz yüze görüşülmüş ve amacına uygun olarak katılımcılara yöneltilen görüşme formu

sorularına verdikleri cevaplar doğrultusunda elde edilen veriler 8 ana tema altında farklı kodlar, tablo şeklinde oluşturularak analiz edilmiştir.

Katılımcılar kurum ve isim belirtmeksizin K1, K2, K3.....K14 şeklinde rastgele numaralandırılmıştır.

### 3.6. Araştırmanın Sınırlılıkları

Konu, zaman, mekan ve maddi harcama başlıkları araştırmanın sınırlılıkları olabilmektedir (Yıldız ve Yıldırım 2013: 83). Bolu ilinin gastronomi turizmi potansiyelini belirlemeye yönelik olan bu çalışmada Bolu'nun yöresel yiyecek ve içecekleri literatür taramasından ve görüşmecilerin ifadelerinden oluşturulması konu bakımından sınırlılığıdır.

Araştırma örnekleme kapsamında mekân olarak Bolu ili çalışma kapsamına alınmıştır. Araştırmaya katılmayı kabul eden katılımcıların görüşleri ve çalışmaya ayırdıkları zamanla sınırlıdır.

Katılımcıların çalışmaya katkı sağlamaya istekli olup olmama durumuna göre görüşmeye ayırdıkları zaman değişmekte olup kamuda görüşme gerçekleştirilen katılımcıların hissettikleri bürokratik engeller de çalışmanın bir diğer sınırlılıklarıdır.

## IV. BÖLÜM

### 4. BOLU İLİNİN GASTRONOMİ TURİZMİ POTANSİYELİNİN DEĞERLENDİRİLMESİNE YÖNELİK NİTEL BİR ARAŞTIRMA

#### 4.1. Bulgular ve Yorum

Araştırmaya katılan 14 katılımcının demografik özellikleri ve katılımcılardan elde edilen veriler, bulgular, yorumlar, sonuç ve öneriler çalışmanın bu bölümünde yer almaktadır.

#### 4.2. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Araştırma kapsamında 14 katılımcı ile ön görüşme yapıp randevu alındıktan sonra kendi iş yerlerinde ve mesai saatleri içerisinde görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşme yapılan kişiler ile ilgili demografik özellikler tablo 4.1’de verilmiştir.

**Tablo 4.1:** Katılımcıların demografik özellikleri

	Cinsiyet	Eğitim Düzeyi	Çalıştığı Kurum	Deneyim Yılı	Çalıştığı Kurumdaki Pozisyonu
<b>Katılımcı 1</b>	Erkek	Lisans	Kamu	27	Vali Yardımcısı
<b>Katılımcı 2</b>	Kadın	Lisans	Kamu	40	Belediye Baş. Yr.
<b>Katılımcı 3</b>	Erkek	Lisans	Kamu	33	Belediye Başkanı
<b>Katılımcı 4</b>	Erkek	Lisans	Kamu	25	Müdür Yardımcısı
<b>Katılımcı 5</b>	Erkek	Doktora	Kamu	10	Akademisyen
<b>Katılımcı 6</b>	Erkek	Doktora	Kamu	8	Akademisyen
<b>Katılımcı 7</b>	Kadın	Ön Lisans	Özel	11	Genel Müdür
<b>Katılımcı 8</b>	Erkek	Lisans	Özel	19	Genel Müdür
<b>Katılımcı 9</b>	Erkek	Lise	Özel	32	F&B Müdürü
<b>Katılımcı 10</b>	Erkek	Lisans	Özel	24	Genel Müdür
<b>Katılımcı 11</b>	Erkek	Lise	Özel	35	Genel Müdür
<b>Katılımcı 12</b>	Kadın	Ön Lisans	Özel	12	Yönetici
<b>Katılımcı 13</b>	Erkek	Ön Lisans	Özel	23	Genel Müdür
<b>Katılımcı 14</b>	Erkek	Lisans	STK	25	Yönetim Kurulu Başkanı

Araştırmada yer alan katılımcılardan 6 kişi kamu kurumu, 7 kişi özel sektör ve 1 kişi STK (Sivil Toplum Kuruluşu) temsilcisidir. Katılımcılardan 11 kişi erkek, 3 kişi kadındır. 2 kişi doktora, 7 kişi lisans, 3 kişi ön lisans ve 2 kişide lise düzeyinde eğitime sahiptirler. Katılımcıların tecrübe yılları ortalama 23 yıldır. Katılımcıların tecrübe yıllarına bakıldığında araştırma için anlamlı ve değerli olduğu belirtilebilir.

#### 4.3. Bolu İl Turizminin Genel Durumuna İlişkin Bulgular

Katılımcılara “Bolu ilinin mevcut turizmi hakkındaki görüşleriniz nelerdir?” sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların soruya verdikleri cevaplar tablo 4.2’de verilmiştir.

**Tablo 4.2:** Bolu Turizminin genel durumuna ilişkin bulgular

Alt temalar	Katılımcılar														n	%
	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10	K11	K12	K13	K14		
Doğal turizm varlıklarına sahip	√	√	√	√	√		√	√	√	√		√	√	√	12	85,7
Ulaşım bakımından avantajlı	√	√			√	√	√	√	√	√	√		√	√	11	78,5
Farklı turizm türleri	√	√		√		√	√	√	√	√		√	√	√	11	78,5
Turizm alanında başarılı	√	√		√				√	√	√			√		7	50
Turizm potansiyeline sahip					√	√	√	√				√	√	√	7	50
Alt yapı sorunları			√		√					√	√				4	28,5

Tablo 4.2 incelendiğinde katılımcıların çoğunun ortak görüşü Bolu'nun doğal turizm zenginliklerine sahip olduğu yönündedir. 12 (%85,7) katılımcı Bolu'nun doğal turizm varlıklarına sahip olduğunu belirtmiştir. Abant Milli Parkı, Yedi Göller Milli Parkı ve Gölcük Tabiat Parkı Bolu ilinin sahip olduğu doğal turizm varlıklarıdır. Kamu temsilcisi K1 Bolu il turizminin genel durumu hakkında görüşlerini şöyle ifade etmiştir:

*“Bolu dünyada az rastlanır doğal güzelliklere sahiptir. Doğa turizmi açısından bence Türkiye'nin en güzel ilidir. Milli parklar örneğin Gölcük dünyada bir eşine daha rastlamak zor. Kış turizmi olanakları bakımından Kartalkaya oldukça fazla önem arz etmektedir. Aladağlar bölgesi doğa turizmi için büyük potansiyele sahiptir. Termal turizm olanakları Karacasu bölgesinde fazladır. Ulaşımın kolay olması, İstanbul-Ankara otoyolunun üzerinde bulunması çok büyük avantaj sağlamaktadır.”*

Katılımcılardan 11 (%78,5) kişi Bolu'da farklı turizm türlerinin mevcut olduğu görüşündedir. Doğa turizmi, kış turizmi, termal turizm ve kültür turizmi gibi farklı turizm türlerinin Bolu'da gerçekleştirildiğini belirtmişlerdir. Yılın 12 ayı farklı turizm çeşitlerinin gerçekleştirilebilir olması Bolu ilinin sahip olduğu mevcut turizm potansiyelinin geliştirilmesi için oldukça önemlidir. Özel sektör temsilcisi K8 Bolu'da gerçekleştirilen farklı turizm türleri ile ilgili görüşleri şu şekildedir:

*“Bolu turizm anlamında bir cevher niteliğindedir. İki metropol şehir İstanbul-Ankara arasında insanların en çok tercih edeceği bir*



*turizm destinasyonudur. Türkiye'ye mal olmuş Abant, Gölcük ve Yedigöller başlı başına bir çekim merkezidir. Farklı turizm türleri ilimizde gerçekleştirilmektedir. Kültür ve inanç turizmi bakımından Mudurnu ve Göynük çok önemli merkezlerdir. Doğa turizmi için Bolu il merkezi büyük bir potansiyele sahiptir. Kış turizmi için Gerede ve Kartalkaya kuzey alp disiplini özelliklerine sahip popüler kayak merkezleridir. Seven kaya evleri neredeyse Kapadokya'yu aratmayacak bir coğrafi yapısı vardır. Yeniçağa ve Dörtdivan'da kuş gözlemciliği yapılmaktadır.”*

Bolu'nun turizmde başarılığı olduğunu belirten 7 (%50) katılımcı vardır. Bu sonuç Bolu ilinin turizmde daha fazla ilerleme kaydetmesi gerektiğini göstermektedir. Katılımcılar milli parkların kendilerine çok fazla turist çektiğini göz önünde bulundurarak bu görüşlerini dile getirdiği söylenebilir. Kamu temsilcisi K2 Bolu'nun turizmde başarılı olduğunu şöyle ifade etmiştir:

*“Şu anda mevcut turizm potansiyeli çok iyi, bir turizm patlaması yaşıyor. Gelen turistlerin çoğu günü birlik gelen turistler. Gelen bu turistlerin konaklama yapmaları için çalışmalar yapıyoruz.”*

Bolu ilinin İstanbul ve Ankara'ya ulaşımın sağlandığı otoyol üzerinde yer alması ve her iki büyük kente ulaşımın kolay olmasından dolayı 11 (%78,5) katılımcı ulaşım avantajlı görüşünü bildirmiştir. Özel sektör temsilcileri K10 ve K7 Bolu iline ulaşım bakımından avantajlı olduğuna ilişkin görüşlerini sırasıyla şöyle dile getirmişlerdir:

*“Bolu konumu itibariyle çok avantajlı bir noktadadır. Büyük kentlere olan yakınlığı sayesinde ulaşım kolaydır.”*

*“Şehrimize ulaşım büyük kentlerden oldukça kolay, bu anlamda daha fazla kişi şehre çekilebilir ve kapasite arttırılabilir.”*

Bolu ilinin alt yapı sorunları olduğunu dile getiren K3, K5, K10 ve K11 şehir içi ulaşım ve Bolu'daki çekim noktalarına ulaşım ile ilgili sorunlar çözüldüğünde daha fazla turisti kendine çekeceği görüşündedirler. Katılımcıların %28,5'inin bu konuya dikkat

çekmesi Bolu'da turizmin daha başarılı şekilde gerçekleştirilmesi için gerekli önlemlerin alınması bakımından oldukça değerlidir.

#### 4.4. Bolu İl Turizminde Ön Plana Çıkan Değerler

Katılımcılara Bolu il turizminde ön plana çıkan değerlerin neler olduğunu belirlemeye yönelik sorular yöneltildiğinde katılımcıların tamamı doğa turizminin Bolu için en önemli turizm türü olduğunu dile getirmişlerdir. Bu sonuçtan doğa turizminin Bolu il turizmi için oldukça önemli bir unsur olduğu söylenebilir.

**Tablo 4.3:** Bolu turizminde ön plana çıkan değerler

Alt Temalar	Katılımcılar														n	%
	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10	K11	K12	K13	K14		
Doğa turizmi	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	14	100
Kış turizmi		√		√	√		√	√	√	√		√	√	√	10	71,4
Kültür turizmi	√	√	√	√	√			√	√	√			√	√	10	71,4
Abant	√		√	√	√	√		√	√	√				√	9	64,2
Yedigöller	√		√	√	√	√		√	√	√				√	9	64,2
Gölcük	√		√	√	√	√		√	√	√				√	9	64,2
Termal turizm	√			√		√	√	√		√	√	√		√	9	64,2
Spor turizmi		√		√			√			√		√	√	√	7	50
İnanç turizmi	√					√							√		3	21,4
Festivaller		√		√										√	3	21,4
Gastronomi turizmi		√			√										2	14,2

Kamu temsilcisi K2 Bolu il turizminde ön plana çıkan değerler hakkındaki görüşlerini sırasıyla şöyle aktarmışlardır:

*“Bolu birçok turizm çeşidinin yapılması için uygun koşullara sahiptir. Yılın her mevsimi cazibe merkezi konumundadır. Kış turizmi, kültür turizmi, doğa yürüyüşleri, spor turizmi termal turizm faaliyetleri yapılmaktadır.”*

Özel sektör temsilcisi K10 ise görüşlerini şu şekilde dile getirmiştir:

*“Yazın genellikle spor turizmi kışın termal turizm ve kış turizmi türleri gerçekleştirilmektedir. Doğa yürüyüşleri, trekking aktiviteleri yapılmaktadır. Kültür turizmi açısından Mudurnu ve Göynük oldukça*

*büyük potansiyele sahiptir. Yerli ve yabancı turist profiline hitap eden farklı turizm çeşitleri bölgemizde yapılmaktadır.”*

Katılımcılara yöneltilen soru doğrultusunda Abant ve Yedi Goller Milli Parkı, Gölcük tabiat parkının Bolu il turizminde ön plana çıkan değerler olduğunu belirten katılımcılar K1, K3, K4, K5, K6, K8, K9, K10 ve K14'tür. Katılımcıların sadece %14,2'sinin Bolu'da gastronomi turizminin gerçekleştiğini belirtmesi oldukça ilgi çekicidir. Bu sonuçtan Bolu ilinin mevcut turizm faaliyetleri arasında gastronomi turizmin oldukça az yer bulduğu görüşüne ulaşılabilir.

#### 4.5. Gastronomi Kavramının Tanımına ve Turizmle İlişisine Yönelik Bulgular

Katılımcılara gastronomi terimini nasıl tanımlarsınız sorusu yöneltildiğinde katılımcıların tamamı gastronomiyi yiyecek ve içeceklerle ilişkilendirmiştir. Ateş'in (2014) çalışmasında araştırma kapsamındaki katılımcılardan 9 (%75) kişinin gastronomiyi yeme ve içme ile ilişkilendirdiğini belirtmiştir.

**Tablo 4.4:** Gastronomi Kavramının Tanımına ve Turizmle İlişisine Yönelik Bulgular

Alt Temalar	Katılımcılar														n	%
	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10	K11	K12	K13	K14		
Yiyecek ve içeceklerle ilgilidir	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	14	100
Yemek kültürü	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	9	64,2
Yeni bir turizm türü			√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	7	50
İyi yemek	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	6	42,8
Yemek bilimi					√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	4	28,5
Yöresel yemekler	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	4	28,5
Sağlıklı beslenme			√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	2	14,2
Bilinçli yemek yeme								√	√	√	√	√	√	√	2	14,2

Özel sektör temsilcisi K8 gastronomiyi şu ifadelerle tanımlamış ve turizmle ilişkisini şöyle dile getirmiştir:

*“Bilinçli yemek yeme sanatı olarak tanımlayabilirim. Bu bilinçte olan seçici insanların yani iyi tüketenlerin iyi üretilene ulaşma çabası olarak düşünüyorum. Dolayısıyla bu faaliyet*

*gerçekleşirken turizm hareketi oluşturmaktadırlar. Turizmin ayrılmaz bir parçası olma yolunda ilerlemektedir.”*

K5, K7, K9 ve K12 gastronominin bir yemek bilimi olduğunu ifade etmişlerdir. Katılımcıların bu görüşü belirtmesinde son dönemlerde daha bilimsel olan moleküler gastronomi gibi yemek çalışmalarının ve sunumlarının popüler olması göz önünde bulundurulabilir. Katılımcıların %64,2'si gastronomiyi bir bölgenin yemek kültürü ile ilişkilendirmiştir. Harrington (2005: 130) gastronomiyi bir bölgedeki toplumun sahip olduğu tarihi ve kültürel birikimin yiyeceklere ve içeceklere yansımaları şeklinde tanımlamaktadır. Ateş (2014) yaptığı çalışmada katılımcıların gastronomi terimini yöresel yemek kültürü ile ilişkilendirme oranını %91,6 olarak bulmuştur. Kamu temsilcisi K3 görüşlerini şöyle ifade etmiştir:

*“Gastronomi çok evrensel bir kavram olmasına rağmen ülkemizde yeni yeni tanınmaya başlamıştır. Gastronomi sağlıklı beslenme, mutfak kültürü gibi konuların bilimsel çalışmalar sonucunda yeni olgular yaratan bir kavram olarak görüyorum. Çünkü insan var olduğundan bu güne kadar hep yemek yapmıştır ve yemiştir. Turizmin yeni bir türü olması açısından oldukça büyük bir potansiyel taşımaktadır.”*

Katılımcıların %42,8'i gastronomi terimini iyi yemek yeme olarak tanımlamıştır. İlhan'a (2003) göre gastronomi kavramının alanı içinde malzemelerin sağlıklı bir şekilde, göz ve damak zevkini hedefleyerek yenmeye hazırlanması süreci olarak da tanımlanabilmektedir.

Katılımcılar gastronomi turizmini mevcut turizm türleri içinde görerek yeni bir turizm türü olduğunu ifade etmişlerdir. Katılımcılardan 7 (%50) kişi bu görüşü savunmaktadır. Kivela ve Crotts (2008) yapmış oldukları araştırmada Hong Kong gastronomi turizmi üzerine çalışmışlardır ve sonucunda gastronominin, turistlerin destinasyondan beklentisinde esas rolü oynadığını, bölgeyi tekrardan ziyaret etme amaçlarının arasında olduğunu bulmuşlardır. Correia, Valle ve Moço (2007) turistlerin



Yöresel yemekler bir bölgede gastronomi turizmi olgusunun oluşabilmesi için en önemli bileşenlerden biri olabilmektedir. Katılımcıların tamamı keşli cevizli erişteyi Bolu'nun yöresel yemeği olarak dile getirmişlerdir. Kızılıcak tarhanası, ovmaç çorbası, bakla çorbası, kabaklı gözleme, kaşık sapı, kedi batmaz, hoşmerim ve kabak tatlısı ilk akla gelen yöresel lezzetlerdir. Özkan, Mızrak ve Kemer (2018) nitel araştırma yöntemi kullandıkları çalışmada katılımcıların en sık kedi batmaz, keşli erişte ve hoşmerim yöresel yemeklerini dile getirdiklerini ifade etmişlerdir.

Bolu ili bulunduğu konum, sahip olduğu iklim ve coğrafi yapı nedeniyle yılın farklı dönemlerinde mantar çeşitliliğine ev sahipliği yapmaktadır. Bunlardan bazıları kanlıca, içi kızıl, cincile, ayı mantarı vb. türlerdir. Katılımcıların bu mantarlardan yapılan çorba, sote ve börek gibi yemekleri yöresel yiyecek olarak dile getirmemeleri oldukça ilgi çekicidir.

Bolu mutfak kültürü genellikle hamur ve hamur işi çeşitlerinin olduğu yöresel yemeklerden oluşmaktadır. Bölgede sıklıkta patates ve kabak yetiştiriciliği yapılması yöre mutfağında bu ürünlerin ve ürünlerden yapılan yemeklerin yer almasına neden olmuştur. Yöre mutfağının sahip olduğu ve katılımcıların en sık tekrar ettiği keşli cevizli erişte, kızılıcak tarhanası, kaşık sapı, kabaklı gözleme ve ovmaç çorbası yemeklerinin Bolu'da hizmet veren yiyecek ve içecek işletmelerinin menülerine dâhil edilmesi bu ürünlerin hem daha fazla bilinirliğinin oluşmasına hem de sürdürülebilirliğine katkı sağlayacağı savunulabilir. Özel sektör temsilcisi K8 Bolu'nun yöresel yiyecek ve içeceklerine ilişkin görüşlerini şöyle ifade etmiştir:

*“Bolu mutfağı genellikle çorba ve hamur işi ağırlıklıdır. Bakla çorbası, kızılıcak tarhana çorbası, ovmaç çorbası, bolu etli mantısı, kaşık sapı, kedibatmaz, keşli cevizli erişte, patates çorbası, kabaklı gözleme, kabak tatlısı, hoşmerim tatlısı sahip olduğumuz bu tatları özüne sadık kalarak geliştirmemiz gerekiyor. Bu değerlerimizi bir çatı altında toplayarak kar amacı gütmeyen insanlara ulaştırmamız gerekiyor. Böylelikle tanıtımı gerçekleştirebiliriz.”*

#### 4.7. Bolu'da Faaliyet Gösteren Yiyecek İçecek İşletmelerinin Menülerine İlişkin Bulgular

Katılımcılara Bolu'da faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmelerinin menülerine ilişkin görüşleri sorulduğunda katılımcıların tamamı menülerin standart menülerden oluştuğunu dile getirmişlerdir. 7 (%50) katılımcı işletmelerin menülerinde yöresel ürünlere yer verilmediğini ifade etmiştir. Özel sektör temsilcisi K9 ve K13 yöresel yemeklere olan talebin az olduğunu ve daha önce menülerine ekledikleri yöresel yemekleri menüden çıkartmak zorunda olduklarını belirtmişlerdir.

Hatipoğlu, Zengin, Batman ve Şengül (2013) tarafından yapılan çalışmada bölgede faaliyet gösteren yiyecek- içecek işletmelerinde yerel ürünlere yer verilmediğini ifade etmişlerdir. Kızılırmak, Albayrak ve Küçükali (2014) yapmış oldukları çalışmada Uzungöl'de bulunan restoranların büyük bölümünün menülerinde yöresel yemeklerin bulunmadığı sonucuna ulaşmışlardır. Mil ve Denk (2015) yapmış oldukları çalışmada Erzurum Palandöken ilçesinde yer alan işletmelerin menülerinde yöresel ürünlere kısmen yer vermelerine rağmen özellikle tedarik ve mali kaygılar nedeniyle daha çok ulusal ve uluslararası ürünlere menülerinde yer verdiklerini ifade etmiştir.

Büyükşalvarcı, Sapçılar ve Yılmaz (2016) yapmış oldukları çalışmada bölgede faaliyet gösteren işletmelerin ticari kaygı, yöresel ürünleri yapabilecek ustaların az olması, müşterilerin evlerinde yöresel yemekleri tükettikleri için bu ürünleri dışarıda tercih etmemesi gibi nedenlerden dolayı belirli yöresel yemekler dışında birçok yöresel yemeğe işletmelerde yer verilmediğini vurgulamıştır.

Destinasyonlar yöresel mutfakların özelliklerini kullanarak, kendini potansiyel misafirlerinin gözünde farklılaştırabilmektedir. Ancak bunu yaparken potansiyel misafirlerinin ihtiyaçları ve beklentilerini göz önünde bulundurulmalıdırlar (Hashimoto ve Telfer 2006). Yöresel mutfaklar turizm destinasyonlarının sahip oldukları profilleri yükseltmekte, yeni fırsatlar yaratmakta ve kalkınmalarına destek olmak için fırsatlar sunmaktadır (Alonso ve Liu 2011).

Son yıllarda Türkiye’de gastronomi turizminde ön plana çıkan şehirlerden olan Gaziantep, tanıtma faaliyetlerini sahip olduğu yöresel mutfak kültürü üzerinden yapmaktadır. Gaziantep ilinin sahip olduğu mutfak kültürünü tanıtmayı hedefleyen Emine Göğüş Mutfak Müzesi’nde, özel vitrinlerde ziyaretçilerin sunumuna açılmış çok çeşitli ve geçmişini yansıtan mutfak ekipmanları bölgenin mutfak kültürü hakkında bilgiler sunmaktadır. Ünlü Gaziantep Kalesinin eteklerinde, bulunan tarihi Göğüş Konağında Türkiye’nin ilk mutfak müzesi olma özelliğini de barındırmaktadır. Konakta bayram yemeği olan yuvarlamanın yapılması, soğuk kış gecelerinde tandır başında yenilen bastık, kahve-mırna pişirilmesi vb. yöresel özellikler detaylı bir şekilde sunulmaktadır (Kargiglioğlu ve Akbaba: 2016)

**Tablo 4.6:** Bolu’da Faaliyet Gösteren Yiyecek İçecek İşletmelerinin Menülerine İlişkin Bulgular

Alt Temalar	Katılımcılar														n	%
	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10	K11	K12	K13	K14		
Menüler standart	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	14	100
Yöresel yemekler sunulmuyor		√	√			√			√			√	√	√	7	50
Kısmen yöresel yemeklere yer veriliyor				√	√		√	√			√				5	35,7
Yöresel yemeklere talep az									√				√		2	14,2
Menü içerikleri yeterli	√									√					2	14,2

Katılımcılardan 5 (%35,7) kişi yiyecek içecek işletmelerinde yöresel yemeklere kısmen yer verildiğini ifade etmişlerdir. Özel sektör temsilcisi K10 misafirlerin talepleri doğrultusunda grup yemeklerine yöresel yemekleri dâhil ettiklerini dile getirmiştir. Katılımcılardan K1 ve K10 Bolu’da faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmelerinin menü içeriklerinin yeterli olduğunu belirtmişlerdir

Özel sektör temsilcisi K13 görüşlerini şöyle ifade etmiştir:

*“Fast food tarzı servis yapılan işletmeler sayı olarak daha fazla, tencere yemeklerinin ve yöresel yemeklerin yapıldığı işletmeler az. Tencere yemeklerinin yapıldığı işletmeler arz*



*yaratıyor fakat talep olmayınca menülerini değiştiriyorlar. Diğer işletmelerin menülerini standart olarak görüyorum.”*

Yöresel yemeklere talebin az olması Bolu’da faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmelerinin menülerinin standart bir menüden oluşmasına ve belirli yöresel yemekler dışında oldukça az sayıda menülerde yer bulmasına neden olmaktadır.

#### 4.8. Mengen Uluslararası Aşçılık ve Turizm Festivaline İlişkin Bulgular

Sadece bir gıda bileşeni içeren festivalleri bir gastronomi festivali olarak tanımlamak mümkün değildir. Gastronomi festivalleri bir bölgenin yerel uzmanlık alanlarını vurgulayan yiyecek-içecek içerikli bölgenin kendine özgü gıdalarını içeren veya gastronomi temalı aktivitelere sahip yiyecek konulu organizasyonlardır (Lee ve Arcodia 2011: 359). Ayrıca, destinasyonların sahip oldukları gastronomik ürünleri sergileyerek düzenlenen festivaller, daha geniş kitlelere ulaşmakta ve destinasyonun sosyal ve kültürel açıdan tanıtımını da sağlamaktadır (Bucak ve Aracı, 2013: 213).

Katılımcılara yöneltilen “Mengen’de 32 senedir düzenlenen aşçılık ve turizm festivaline ilişkin görüşleriniz nelerdir, ulusal ve uluslararası anlamda yeterli tanıtımın yapıldığını düşünüyor musunuz?” sorusuna katılımcılardan 9 (%64,2) kişi festival aşçılık mesleği için önemli bir etkinliktir cevabını vermiştir (Tablo 4.7).

**Tablo 4.7:** Mengen Uluslararası Aşçılık ve Turizm Festivaline İlişkin Bulgular

Alt Temalar	Katılımcılar														n	%
	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10	K11	K12	K13	K14		
Yeterli tanıtım yapılmıyor	√				√		√	√	√	√	√	√	√	√	10	71,4
Önemli bir etkinlik	√	√	√	√	√	√			√				√	√	9	64,2
Organizasyon yetersiz		√			√		√	√		√		√	√	√	8	57,1
Amacına uygun değil				√							√	√			3	21,4
Uluslararası değil				√							√		√		3	21,4
Tanıtım yeterli			√			√									2	14,2

10 (%71,4) kişi festival için yeterli tanıtımın yapılmadığı görüşünü ifade etmiştir. Bölgeler için önemli olan festivallerin yeterince tanıtılmadığını destekler nitelikte bazı çalışmalar mevcuttur. Kömürcü, Boz ve Tükeltürk (2014) yapmış oldukları çalışmada Yerel Tatlar Festivali'nin Bozcaada'nın tanıtımına olumlu etkileri olduğunu ve bölgede yaşayan yerel halka ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel açılardan birçok etkisi olduğunu ancak festivalle ilgili yapılan tanıtım faaliyetlerinin ve festival etkinliklerinin yetersiz olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Atak (2009) yüksek lisans tez çalışmasında Antalya'da düzenlenen festivallerin, yetersiz bütçeden dolayı iyi bir tanıtım ve pazarlama faaliyeti gerçekleştiremediği, yeterli düzeyde turist çekemediğini vurgulamıştır.

Katılımcılardan 8 (%57,1) kişi organizasyonun yetersiz olduğunu, Bolu il merkezinde gerçekleştirilse daha başarılı ve daha bilinir bir etkinlik olacağı görüşündedirler. K3 ve K6 tanıtımın yeterli olduğunu ifade etmiştir. K4, K11 ve K13 düzenlenen festivalin uluslar arası bir anlam taşımadığını belirtmiştir. Katılımcılardan 3 (%21,4) kişi düzenlenen etkinliğin amacına uygun olmadığını ifade etmiştir.

Özel sektör temsilcisi K8 Mengen Uluslararası Aşçılık ve Turizm Festivaline İlişkin görüşlerini şöyle dile getirmiştir:

*“Yeterli tanıtımın yapıldığını düşünmüyorum. Düzenlendiği ilk yıllarda daha popülerdi. Her yıl farklı şov yemeği yapılmaktadır. Bolu’da düzenlenen Köroğlu festivali ile birleştirilip hem Mengen’de hem Bolu’da yapılması gerektiğini düşünüyorum. Mengen geçmişten günümüze aşçılıkla anılmaktadır. Osmanlı saray mutfağına kadar giden bir üne sahiptir.”*

Oysaki Mengen Uluslararası Aşçılık ve Turizm Festivali bölgenin ve bölgedeki yiyecek içecek kültürünün tanıtımı açısından oldukça önem taşımaktadır. Bu bağlamda festivalin düzenlenmesinde söz sahibi olan turizm paydaşlarının daha etkili ve bilinçli tanıtım faaliyetleri yürütmesi gerekmektedir.

#### 4.9. Bolu İlinin Tanıtımına Katkı Sağlayan Gastronomi İle İlgili Değerler

Bolu'nun tanıtımına katkı sağlayan gastronomi ile ilgili değerleri belirlemeye yönelik sorulardan alınan cevaplar Tablo 4.8'de verilmiştir. Katılımcıların tamamı Bolu'nun gastronomi turizmi potansiyelinin artırılabilmesi için neredeyse Bolu ile özdeşleşmiş aşçılık mesleğinin, Mengen'de düzenlenen Uluslararası Aşçılık ve Turizm Festivalinin çok büyük bir potansiyel taşıdığını düşünmektedirler. Chang (2006) yapmış olduğu çalışmada destinasyon pazarlamasında ve yerel ekonominin güçlenmesinde festivallerin önemli olduğunu ifade ederken, Giritlioğlu vd.(2015) festivaller sonucunda farklı kültür ve yapıya sahip birçok turist o bölgeyi ziyaret ederek yerel halk ile etkileşime geçtiğini bu sayede yerel halk ve turist in iletişimi karşısında hem halkın turist ve turizme yönelik algılarının olumlu yönde geliştiğini hem de yerel halk üzerinde bazı önemli sosyal gelişimler meydana getirdiğini ifade etmiştir.

Katılımcılardan 12 (%85,7) kişi Bolu Çikolatası'nın bölgenin tanıtımına ve bilinirliğine katkı sağladığını ifade etmiştir. Katılımcılardan 12 (%85,7) kişi Saray Helvası'nın Bolu'nun tanıtımına katkı sağlayan gastronomik değer olduğu görüşünü paylaşmaktadır. 8 (%57,1) katılımcı coğrafi işaret belgesi almış olan Kızılcık Tarhanası'nın gastronomik bir değer taşıdığını belirtmiştir. Vatansever ve Yıldız (2017) çalışmalarında Muğla'nın sahip olduğu coğrafi işaretli ürünlerin turistik bir ürüne dönüştürülmesi için yoğun bir çaba gerektiğini ifade etmişlerdir. Bir destinasyonun sahip olduğu coğrafi işaretli ürünler o bölgede gastronomi turizminin oluşması için yeterli değildir. Etkili tanıtım kampanyaları, yerel halkın bilinçlendirilmesi ve turizm paydaşlarının özverili çalışmaları gibi ortak bir paydada buluşan emek sarf etmek gerekmektedir.

**Tablo 4.8:** Bolu İlinin Tanıtımına Katkı Sağlayan Gastronomi İle İlgili Değerler

Alt Temalar	Katılımcılar														n	%
	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10	K11	K12	K13	K14		
Aşçılık Mesleği	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	14	100
Gastronomi Festivalleri	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	14	100
Bolu Çikolatası	√	√	√	√	√		√	√	√	√	√	√		√	12	85,7
Saray Helvası		√	√	√	√	√	√	√	√		√	√	√	√	12	85,7
Kızılıcak Tarhanası	√	√		√	√	√			√			√	√		8	57,1
Bolu Fındık Şekeri								√		√				√	3	21,4
Bolu Dağ Çileği				√						√			√		3	21,4
Keş						√				√					2	14,2

K3,K10 ve K13 Bolu Dağ Çileği'nin, K8 ve K10 Bolu Fındık Şekeri'nin ve K8 ile K10 Keş'in tanıtımda payı olan gastronomik değerler olduğunu ifade etmişlerdir.

Kamu temsilcisi K1 konu ile ilgili görüşlerini şöyle ifade etmiştir:

*“Neredeyse Bolu ile özdeşleşmiş aşçı teriminin ildeki gastronomi turizminin geliştirilmesi için çok önemli bir potansiyel taşıdığını düşünüyorum. Bolu denince akla gelen ilk terimlerden biridir. Doğru tanıtım kampanyaları yapılırsa Bolu'ya yöresel yemekleri deneyimlemek için gelen turist potansiyelinin arttırılabileceğine inanıyorum.”*

Bolu ilinin Aşçılık Mesleği, Gastronomi Festivalleri, Bolu Çikolatası, Saray Helvası, Kızılıcak Tarhanası, Bolu Fındık Şekeri, Bolu Dağ Çileği ve Keş gibi gastronomik değerlere sahip olmasına rağmen mevcut turizmi içinde gastronomi turizmi olgusunun oldukça az olması dikkat çekicidir.

#### 4.10. Bolu İlinin Gastronomi Turizmi Potansiyeline İlişkin Bulgular

Katılımcılara Bolu ilinin gastronomi turizmi potansiyeli hakkındaki görüşlerini belirlemek için yöneltilen sorulardan alınan cevaplar doğrultusunda tablo 4.9 oluşturulmuştur.

**Tablo 4.9:** Bolu İlinin Gastronomi Turizmi Potansiyeline İlişkin Bulgular

Alt Temalar	Katılımcılar														n	%
	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10	K11	K12	K13	K14		
Mevcut turizm türleri içinde yer almıyor	√		√	√		√	√	√	√	√	√	√	√	√	12	85,7
Potansiyeli var fakat doğru değerlendirilmiyor	√	√	√	√	√		√	√	√	√			√	√	11	78,5
Geliştirilmeli		√			√										2	14,2

12 katılımcı (%87,5) Bolu ilinin sahip olduğu mevcut turizm türleri içerisinde gastronomi turizminin yer almadığı görüşüne sahiptir. 11 (%78,5) katılımcı Bolu ilinin gastronomi turizmi için potansiyelinin var olduğunu fakat bu potansiyelin doğru değerlendirilmediğini dile getirmiştir. Bolu ilinde kısmen de olsa gastronomi turizminin gerçekleştirildiğini belirten 2 (%14,2) katılımcı, bu turizm türünün geliştirilmesi gerektiği görüşünü savunmaktadırlar.

#### 4.11. Bolu İlinin Gastronomi Turizminin Geliştirilmesine Katkı Sağlayacak Önerilere Yönelik Bulgular

Katılımcılara Bolu ilinin gastronomi turizmini geliştirmeye yönelik önerilerin neler olduğu sorulduğunda katılımcıların tamamı reklam ve tanıtım faaliyetlerinin çok önemli olduğunu dile getirmiştir. 11 (%78,5) katılımcı Bolu'da faaliyet gösteren yiyecek ve içecek işletmelerinin menülerine Bolu'nun yöresel yemeklerini dâhil etmeleri gerektiğini ifade etmişlerdir. 8 (%57,1) katılımcı Bolu il turizmine yön verilmesinde söz sahibi olan paydaşların işbirliğinin çok önemli olduğunu belirtmiştir (Tablo 4.10).

**Tablo 4.10:** Bolu İlinin Gastronomi Turizminin Geliştirilmesi İçin Önerilere Yönelik Bulgular

Alt Temalar	Katılımcılar														n	%
	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10	K11	K12	K13	K14		
Reklam ve tanıtım	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	14	100
Menülerinde yöresel yemekler	√	√			√	√	√	√		√	√	√	√	√	11	78,5
Paydaşlar işbirliği	√				√		√	√			√	√	√	√	8	57,1
Mutfak ve Aşçılık müzesi		√			√	√	√	√		√					6	42,8
Milli parklarda yöresel yemekler sunulmalı					√			√	√			√			4	28,5
Gastronomi turları				√	√					√			√		4	28,5
Marka değeri yaratılmalı					√					√			√		3	21,4

K5, K8, K9 ve K12 Bolu ilinin sahip olduğu milli parklarda yöresel yemeklerin sunulduğu işletmelerin faaliyete geçmesi gerektiğini ifade etmişlerdir. 6 (%42,8) katılımcı mutfak ve aşçılık müzesi kurulması gerektiğini belirtmiştir.

K5, K10 ve K13 Bolu ilinde gastronomi turizmi etkinliğinin geliştirilmesi için marka değeri oluşturulması gerektiğine dikkat çekmişlerdir.

Katılımcı K5 Bolu ilinin gastronomi turizminin geliştirilmesi için önerilerini şöyle dile getirmiştir:

*“Marka değeri oluşturmak gerekiyor. Destinasyon örgütü kurulmalı. Dünyanın farklı yerlerindeki örneklerde olduğu gibi bütün yapılacaklar planlı ve bilimsel şekilde yapıldığı için başarılı sonuçlar elde ediliyor. Marka imajı ve değeri oluşturmak için bilinirlik olmalı, Bolu’da bir bilinirlik var, Mengenli aşçı, Bolulu aşçı gibi kalite algısı var ama bunları kullanabilmek için insanları buraya çekmek gerekiyor. Yemeklerle ilgili detaylı bir envanter oluşturulmalı ve bu yöresel yemekler restoranlara uyarlanmalı ve arz yaratılmalı.”*

Katılımcılardan K4, K5, K10 ve K14 seyahat acenteleri tarafından Bolu'ya düzenlenecek gastronomi turlarının gastronomi turizmi olgusunun gelişmesine fayda sağlayacağını düşünmektedirler.

Tanıtım ve reklam çalışmalarının turizme olan talep üzerindeki önemli etkilerinden biri de destinasyon hakkında tüketicilere bilgi aktarmasıdır. Bu unsur mevcutta olan turizm talebini arttırabileceği gibi potansiyel talebi de olumlu yönde etkileyebilir. Bundan dolayı küresel anlamda turizm sektöründe güçlü olan ülkeler, var olan imajlarını koruyabilmek ve mevcut pazar payını arttırabilmek için tanıtım ve reklam faaliyetlerine daha çok kaynak yönlendirmeyi amaçlamaktadırlar (Sarı ve Kozak 2005). Etkili yürütülen reklam ve tanıtım kampanyaları destinasyonları bir marka haline getirebilmektedir. Markalaşmanın, kalkınmanın en önemli dinamiklerinden biri olduğu tüm dünyada kabul görmektedir (Özkul ve Demirer 2012: 159).

Son dönemlerde gastronomi turizminde ön plana çıkmış olan şehirlerden biri de Adana'dır. Karaca, Yıldırım ve Çakıcı'nın (2017) Adana Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı'na katılan ziyaretçilerin algı ve memnuniyetlerini belirlemeye yönelik yaptıkları çalışmada ağırlama hizmetleri, tanıtım ve etkinliklerin yeterli boyutlarda algıladığı sonucuna ulaşmışlardır.

## V. BÖLÜM

### 5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Günümüzde en çok tercih edilen aktivitelerden biri de turizm faaliyetleri olduğu kabul edilebilir. Turizmin çok farklı çeşitleri gerçekleştirilmektedir. Son dönemlerde gastronomi turizminin bu turizm çeşitleri arasındaki yerini aldığı söylenebilir. Gastronomi turizmi yiyecek-içecek, kültür ve turizm arasında sağlıklı bir ilişki kurulmasına destek olabilmektedir. Bu bağlamda bölgelerin gastronomi turizmi potansiyelinin ortaya konulması ve bölge gelişimi için bu potansiyelin kullanımı oldukça önem taşımaktadır. Çalışmada Bolu ilinin turizmüne yön verilmesinde doğrudan veya dolaylı olarak katkı sağlayan turizm paydaşları ile yüz yüze mülakatlar yapıldı ve elde edilen veriler doğrultusunda sonuçlara ulaşıldı.

Gastronomi turizminin Bolu turizmi içindeki yerini belirleme ve potansiyelinin araştırıldığı bu çalışmada Bolu ilinin mevcut turizm potansiyeli içerisinde gastronomi turizmin yeri, önemi ve Bolu ilinin sahip olduğu gastronomi değerlerinin Bolu il turizmüne katkısının olup olmadığı araştırılmıştır.

Katılımcıların Bolu ilinin mevcut turizmi hakkındaki görüşlerinden Bolu'nun doğal turizm varlıklarına sahip olduğu, ulaşım bakımından iki metropol şehre yakın olmasından dolayı avantajlı olduğu ve birden fazla farklı turizm türünün gerçekleştirildiği sonucuna ulaşılmıştır.

Katılımcılar Bolu il turizminde ön plana çıkan değerler olarak doğa turizmi, kış turizmi, kültür turizmi, Abant Milli Parkı, Yedi Göller Milli Parkı ve Gölcük Tabiat Parkı'nın olduğunu belirtmişlerdir. Katılımcıların çok azı Bolu'da gastronomi turizminin kısmen gerçekleştirildiğini belirtmiştir.



Gastronomi ve gastronomi turizmi kavramını katılımcıların yiyecek içeceklerle, yemek kültürü, yemek bilimi ve yöresel yemeklerle ilişkilendirdiği ve gastronomi turizmini yeni bir turizm türü olarak değerlendirdiği sonucuna ulaşılmıştır.

Bolu'nun sahip olduğu yöresel yemeklerin katılımcılar tarafından en çok bilinen yemekleri keşli cevizli erişte, kızılıcık tarhanası, kaşıksapı, kabaklı gözleme ve ovmaç çorbası olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Katılımcılar Bolu'nun 16 farklı yöresel yemeğini dile getirmişlerdir.

Bolu'da faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmelerinin menülerinin standart menülerden oluştuğu, yöresel yemeklere talebin az olmasından dolayı menülerde yöresel yemeklerin yer almadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Mengen Uluslararası Aşçılık ve Turizm Festivalinin katılımcılar tarafından önemli bir etkinlik olarak görülmesine rağmen organizasyonun yetersiz olması ve yeterli tanıtımın yapılmamasından dolayı amacına uygun bir etkinlik olarak algılanmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Bolu ilinin tanıtımına katkı sağlayan gastronomi ile ilgili değerlerin aşçılık mesleği, Bolu'da düzenlenen gastronomi festivalleri, Bolu çikolatası, saray helvası ve kızılıcık tarhanası olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Bolu ilinin çeşitli yöresel yemeklere ve gastronomi turizmi ile ilgili farklı değerlere sahip olmasına rağmen gastronomi turizminin Bolu'da gerçekleştirilen mevcut turizm türleri içinde yer almadığı sonucuna ulaşılmıştır.

### 5.1 Kamu ve Özel Sektör Temsilcileri İçin Öneriler

Bolu ilinin doğal turizm varlıklarına sahip olduğunu katılımcıların %85'i özellikle belirtmektedir. Abant Milli Parkı, Yedi Göller Milli Parkı ve Gölcük Tabiat Parkı 2017 yılında 1.250.813 turisti kendisine çekmiştir. Buna rağmen konaklama tesislerinin doluluk oranının %42 (423.000 konaklayan kişi sayısı) olması şehrin ulaşım bakımından İstanbul ve Ankara gibi metropollere transit geçiş noktasında bulunmasına

bağlıdır. Bu konuya önerilecek ilk çözümlerden biri şehri ziyaret eden turistlerin ilgi duyabileceği aktivitelerin çoğaltılmasıdır.

Bolu'da gastronomi turizminin geliştirilmesi için yapılacak önerilerden biri de turizm alanında tüm paydaşların temsil edildiği bir birim kurulmalıdır. Kurulacak olan bu birimin Bolu Valiliği ve Bolu Belediye Başkanlığı tarafından yönetilmesi, kaynaklara ulaşımın kolay olacağı öngörüldüğü için daha uygun olacaktır.

Kurulan birim içerisindeki paydaşların ortak hedefler doğrultusunda birbirleri ile paralel olarak çalışmalarını gerekmektedir. Birim paydaşları Bolu Valiliği, Bolu Belediye Başkanlığı, ilçe başkanlıkları, Bolu Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi ilgili bölümleri, Bolu Ticaret Odası, aşçılık dernekleri ve Bolu'da faaliyet gösteren 4 ve 5 yıldızlı konaklama işletmeleri ile yiyecek içecek işletmeleri olarak sayılabilir.

Birimin öncelikli amacı paydaşlar arasında iş birliği ve koordinasyonu sağlamak olmalıdır. Böylelikle ilde gastronomi ile ilgili faaliyetler bütüncül bir yaklaşım sağlanarak tek elden yönetileceği için daha verimli sonuçların alınacağı organizasyonlar gerçekleştirebilecektir.

Birimin önemli görevlerinden biri de Bolu il turizmine doğrudan veya dolaylı şekilde yön verilmesinde söz sahibi olan paydaşlar arasında iş bölümü yapılarak Bolu'nun gastronomi ile ilgili değerlerinin belirlenmesi olmalıdır. Gastronomi turizmi için oluşturulacak envanter ile hangi konularda eksikler olduğu daha iyi anlaşılabilir ve gerekli müdahaleler yapılabilir. Alanında uzman kişilerden ve üniversitenin de katkılarıyla doğru pazarlama, tanıtım ve reklam stratejileri izlenmelidir.

Sosyal medyada gastronomi, kültür ve seyahat konularında fenomen olmuş kişiler ilde düzenlenecek olan festival ve etkinliklere davet edilmelidir. Böylelikle turistler bölgeyi daha kolay tercih edebilecektir.

Bolu ilinde faaliyet gösteren yiyecek ve içecek işletmelerinin menülerinde yöresel yemeklerin yer alması yönünde teşvikler sağlanmalıdır.

Mevcut yürüyüş parkurlarının etkili reklam ve tanıtım kampanyaları ile bilinirliği arttırılmalı ve parkurların güzergâhında turistlerin yiyecek ve içecek ihtiyaçlarını karşılayabilmeleri için yöresel ürünlerin olduğu büfeler hizmet vermelidir.

Abant Milli Parkı, Yedi Göller Milli Parkı ve Gölcük Tabiat Parkı içerisinde ziyaretçilerin yeme ve içme ihtiyaçlarını karşılayacak Bolu'nun yöresel ürünlerinin sunulduğu satış noktaları hizmete sokulmalıdır.

Bolu ilinin yöresel mutfak kültürünün tanıtılmasına büyük katkı sağlayacak mutfak ve aşçılık müzesi kurulmalı ve belirli dönemler halinde eğitimler verilmelidir. Bu eğitimleri neredeyse Türkiye'deki aşçılık mesleğinin anavatanı olan Bolu'da yörenin mutfak kültürüne hakim Bolulu aşçılar vermelidir. Eğitim sonrasında katılımcılara sertifika verilmeli ve sertifika sahiplerine de "Bolu Aşçısı" unvanı verilmelidir. Böylelikle bir marka değeri yaratılabilir ve daha fazla bilinirlik sağlanabilir.

Ülkenin farklı bölgelerinde ve farklı işletmelerinde çalışan Bolulu aşçılar, çalıştıkları işletmelerin menülerinde Bolu'ya özgü yemekleri menülerine dâhil ederek Bolu mutfağının yaygınlaşması için önemli rol oynayacaktır.

Gastronomi turizmi için hedef kitle olarak öncelikle iç turizmin hedeflenmesi gerekmekte daha sonra iç turizmde istenilen düzeye gelindiğinde dış turizm de hedef kitleye eklenmelidir.

Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi ile işbirliği içinde yapılacak gastronomi konulu akademik çalışmalar desteklenmeli, kongre, sempozyum ve konferansların Bolu'da düzenlenmesi sağlanmalıdır.

## 5.2. Gelecekte Planlanan Çalışmalar İçin Öneriler

Bu çalışma ileride yapılacak olan bölgesel ve ulusal çaptaki çalışmalara katkı sağlayacaktır. Gelecek çalışmalar farklı örneklerde gerçekleştirilebilir. Araştırma destinasyonunu ziyaret eden turistler ve misafirler açısından bölgenin gastronomi turizmi potansiyelini belirlemek için farklı çalışmalar yapılabilir.

## KAYNAKLAR

- Akgöl, Yasemin (2012). *Gastronomi Turizmi ve Türkiye'yi Ziyaret Eden Yabancı Turistlerin Gastronomi Deneyimlerinin Değerlendirilmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Mersin: Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Akış, Sevgin (1999). "Sürdürülebilir Turizm ve Türkiye". *Anatolia: Turizm araştırma dergisi* 10(1): 37.
- Akkülâh, M. Fırat (2010). "*Turist Profilini Yükseltmek İçin İzlenecek Yeni Reklam ve Tanıtım Stratejileri*". Yayınlanmamış Uzmanlık Tezi. Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Tanıtma Genel Müdürlüğü,
- Alonso, Abel Duarte ve Liu, Yi (2011). "The potential form arrying local gastronomy and wine; the case of the fortunate islands". *International Journal of Hospitality Management*, 30, 974-981.
- Albayrak, Aslı ve Özkul, Emrah (2013). "Y Kuşağı Turistlerin Destinasyon İmaj Algıları Üzerine Bir Araştırma". *International Periodical For the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic* 8(6): 15-31.
- Altınel, Hüseyin (2009). "*Gastronomide Menü Yönetimi*". Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı
- Arısoy, E. Volkan (2018). "Dünya'da ve Türkiye'de Yemek Turizmi" (<http://www.turizmhaberleri.com/KoseYazisi.asp?ID=1093> 20 Ağustos 2018'de erişildi).

- Atak, Onur (2009). *Türk Turizminin Tanıtımında Festivallerin Yeri ve Önemi: Antalya Örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Ateş, Ufuk (2014). “*Gastronomi Turizminin Çanakkale Turizmine Katkısı*”. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Çanakkale: Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı
- Aymankuy, Yusuf, Sarioğlan, Mehmet (2007). "Yiyecek-İçecek Felsefesi ve Beslenme Alışkanlığının Geliştirilmesine Yönelik Bir Model Önerisi", *I. Ulusal Gastronomi Sempozyumu*, Antalya: YİYDER, Akdeniz Üniversitesi Alanya İşletme Fakültesi.
- Barkat, Sidi Mohammed ve Vermignon, V. (2006). *Gastronomy Tourism: A comparative study of Two French Regions: Brittany and La Martinique. Paper presented at the Sustainable Tourism with Special Reference to Islands and Small States conference*, Malta.
- Başaran, Vedat (2008). “Neden Türk Mutfağı”, *FoodinLife Turizm Gastronomist ve Yaşam Dergisi*, 1(3), İstanbul.
- Bayrakçı Selman ve Akdağ Gürkan (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): 96 – 110.
- Baysal Ayşe ve Küçükaslan Nazife, (2007). *Beslenme ilkeleri ve menü planlaması*. Bursa: Ekin Basım Yayın Dağıtım 2.Baskı.
- Beşirli Hayati (2011). “Türk Kültüründe Güç, İktidar, İtaat ve Sadakatin Yemek Sembolizmi Esasında Değerlendirilmesi”. *Türk Kültürü Ve Hacı Bektaşî Veli Araştırma Dergisi*. Sayı:58. Ss.139-152.

Bilgili Bilsen, Yağmur Önder, ve Yazarkan Hakan (2012). “Turistik Ürün Olarak Festivallerin Etkinlik ve Verimliliği Üzerine Bir Araştırma: Erzurum-Oltu Kırdag Festivali Örneği”. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 2(2), 117-124.

Bogdan, R.C. ve Biklen, S.K. (1992) “Qualitative research for education: An introduction to theory and methods”. Boston: Allyn and Bacon.

Bolu Belediyesi (-). “Bolu Mutfağı”. (<http://www.bolu.bel.tr/icerik/1795/17/bolu-mutfagi> 02 Eylül 2018 erişildi).

Bolu Gündem (-). “Mengen Kosta Rika’yı solladı”. (<http://www.bolugundem.com/mengen-kosta-rikayi-solladi-72739>, 10.Ağustos 2018’de erişildi).

Bolu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (-). “Bolu Hakkında Genel Bilgiler”. (<http://www.bolukulturturizm.gov.tr/TR-157477/bolu.html> 25 Ağustos 2018’de erişildi).

Bolu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (-). “Festivaller / Etkinlikler”. (<http://www.bolukulturturizm.gov.tr/TR-70009/festivaller--etkinlikler.html> 25 Ağustos 2018’de erişildi).

Bolu İl Kültür Ve Turizm Müdürlüğü (-). “Yöre Mutfağı (Gastronomi)”. (<http://www.bolukulturturizm.gov.tr/TR-69956/yore-mutfagi-gastronomi.html> 02 Eylül 2018’de erişildi).

Bolu Valiliği (-). “Bolu hakkında genel Bilgiler”. ([http://www.bolu.gov.tr/ortak\\_icerik/bolu/bilgi-islem/documents/genel\\_bilgiler.pdf](http://www.bolu.gov.tr/ortak_icerik/bolu/bilgi-islem/documents/genel_bilgiler.pdf) 10 Eylül 2018’de erişildi).

Bolu Valiliği (-). “Bolu Mutfağı”. (<http://www.bolu.gov.tr/bolu-mutfagi> 02 Eylül 2018’de erişildi).

- Bos, Wilfried ve Tarnai, Christian (1999). "Content Analysis in Empirical Social Research", *International Journal of Educational Reseatrch*, 31: 659-671.
- Bucak, Turgay ve Ateş, Ufuk (2014), "Gastronominin İl Turizmine Etkisi: Çanakkale Örneği" *The Journal of Academic Social Science Studies*, 28: 315-328.
- Bucak, Turgay ve Aracı, Ülker Erdoğan (2013). "Türkiye’de Gastronomi Turizmi Üzerine Genel Bir Değerlendirme". *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 16 (30): 203-216.
- Büyükşalvarcı Ahmet, Şapcılar M. Cüneyt ve Yılmaz Gül (2016). "Yöresel Yemeklerin Turizm İşletmelerinde Kullanılma Durumu: Konya Örneği". *Journal Of Tourism And Gastronomy Studies*, 165, 181.
- Chang, Janet (2006). "Segmenting Tourists to Aboriginal Cultural Festivals: An Example in the Rukai Tribal Area, Taiwan". *Tourism Management*, 27(6): 1224-1234.
- Correia, Antónia, Valle, Oom do Patricia ve Moço, Cláudia. (2007). "Modeling Motivations and Perceptions of Portuguese tourists". *Journal of Business Research* 60:76-80.
- Cömert, Menekşe ve Özkaya F. Durlu (2014). "Gastronomi Turizminde Türk Mutfağının Önemi". *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2: 62-66.
- Cüceloğlu, Doğan (2010). *İnsan ve davranışı: psikolojinin temel kavramları*. (20.Baskı). İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Çalışkan, Osman (2013). "Destinasyon Rekabetçiliği ve Seyahat Motivasyonu Bakımından Gastronomik Kimlik" *Journal of Tourism and Gatronomy Studies*, 1(2): 39-51.

- Çavuşoğlu, Mehmet (2011). “Gastronomi Turizmi ve Kıbrıs Mutfak Kültürü Üzerine Bir Araştırma”, *I. Uluslararası IV. Ulusal Egridir Turizm sempozyumu* Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi
- Çetin, Zeynep (-). “Bolu'nun Her Evinde Bir Aşçı Olduğunu Kanıtlayan 14 Özel Lezzeti”. (<https://yemek.com/bolu-yemekleri/> 9 Eylül 2018’de erişildi).
- Demir, Cengiz ve Çevirgen, A. (2006). *Turizm ve Çevre Yönetimi*. Ankara: Gazi Kitabevi,
- Deveci, Bilal, Türkmen, Serkan ve Avcıkurt, Cevdet (2013). “Kırsal Turizm ile Gastronomi Turizmi İlişkisi: Bigadiç Örneği”. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi* 3(2): 29-34.
- Doğdubay, Murat ve Giritlioğlu, İbrahim (2008). “Mutfak Turizmi”. *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi*. Ed. Necdet Hacıoğlu ve Cevdet Avcıkurt Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık 433-456
- Du Rand, Gerrie ve Heath Ernie (2006). “Towards a Framework For Food Tourism As An Element Of Destination Marketing”, *Current Issues in Tourism*, 9: 206-234.
- Durlu Özkaya, Fügen, Sünnetçioğlu Serdar ve Can, Ayşe (2013). “Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi Hareketliliğinde Coğrafi İşaretlemenin Rolü”. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 1: 13-20
- Durlu Özkaya, Fügen ve Kızılkaya, Özlem. (2009). “Dolmalar ve Türk mutfacı ile Yunan mutfacındaki yeri”. *II. Geleneksel Gıdalar Sempozyumu*. Van.
- Dyllick, Thomas, ve Hockerts, Kai (2002), "Beyond the Business Case for Corporate Sustainability". *Business Strategy and Environment* 11(2): 130



- Erdem, Özkan, Mızrak, Metin ve Kemer, A.Kemal (2018). “Yöresel Yemeklerin Bölge Restoranlarında Kullanılma Durumu: Mengen Örneği” *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi* 3(1):44-61
- Etcheverria, Olivier (2007). *Dünya Mutfakları Atlası : Asurlularda İlk Yemekler*. Çev. İsmail Yerguz İstanbul: NTV yayınları Doğu Grubu İletişim Yayıncılık ve Ticaret A.Ş., Mas Matbaacılık A.Ş.
- Fields, Kevin (2002). “Demand for the Gastronomy Tourism Product: Motivational Factors.”. *Tourism and Gastronomy*, Londra ve New York, 36-50.
- Gastromanya (-). “Bolu Mutfağı Hakkında Genel Bilgiler”. (<https://gastromanya.com/bolu-mutfagi-hakkinda-genel-bilgiler/> 9 Eylül 2018’de erişildi).
- Getz, Donald; Timur, Seldjan (2005). “Stakeholder Involvement in Sustainable Tourism: Balancing the Voices”. *Global Tourism: Butterworth-Heinemann*. 1:230-247.
- Gheorghe, Georgică, Tudorache, Petronela ve Nistoreanu, Puiu (2014). “Gastronomic Tourism, a New Trend for Contemporary Tourism”, *Cactus Tourism Journal*, 9 (1): 13.
- Giritlioğlu, İbrahim, Olcay, Atıncı, ve Özekici, Y. Kemal (2015), “Bir Turizm Çeşitliliği Olarak Festival Etkinliklerinin Sınıflandırılması: Türkiye Üzerine Bir Değerlendirme.” *Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, (13).
- Gökovalı, Ümmühan (2007). “Coğrafi İşaretler ve Ekonomik Etkileri: Türkiye Örneği”. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 21(2): 141-160.
- Göynük Belediyesi (-). “Bolu Yemek Kültürü”. ( <http://goynuk.bel.tr/yemek-kulturu/> 09 Eylül 2018’de erişildi).
- Gündüz, Fuat (2004). “Çevre ve Turizmin Sürdürülebilirliği” *Planlama* (1): 58-66

- Gürbüz, Semra, Özaltaş Serçek, Gülseren ve Toprak, Lokman (2017). “Mardin’in UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağında “Gastronomi Kenti” Olabilirliğine İlişkin Paydaş Görüşleri”. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* (5)1:124-136.
- Güzel, Gonca (2009). “Gastronomi ve İnovasyon”. *İz Atılım Üniversitesi Dergisi*, (8).
- Hall, Michael, Mitchell, Richard ve Sharples, Liz (2003). “Consumingplaces: the role of food, wine tourism in regional development”. *Food Tourism Around The World*, 25-59
- Hashimoto, Aatsuko ve Telfer, David (2006). “Selling Canadian Culinary Tourism: Branding The Global And Regional Product”. *Tourism Geographies*, 8(1): 31–55.
- Hatipoğlu, Aysu (2010). “İnançların Gastronomi Üzerine Etkileri Bodrumdaki Beş Yıldızlı Otellerin Mutfak Yöneticilerinin Görüşlerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma” Yayınlanmamış Yüksek lisans Tezi. Sakarya: Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Hatipoğlu, Aysu, Zengin, Burhanettin, Batman, Orhan ve Şengül, Serkan. (2013). “Yöresel Yemeklerin, Kırsal Turizm İşletmeleri Mönülerinde Kullanım Düzeyleri: Gelveri Örneği” *Uluslararası Sosyal Ve Ekonomik Bilimler Dergisi* 3(1):6- 11.
- Herrington, Robber. J. (2005). “Defining Gastronomic Identity”. *Journal of Culinary Science & Technology*, 4(2-3), 129-152.
- Hoşcan, Nail, Genç, Koray ve Şengül, Serkan (2016). “Bolu Kent Markası Oluşturma Sürecinde Aşçılık Kültürü ve Gastronomi Turizminin Önemi: BOLGAMER Önerisi.” *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 4(1): 52-76.
- İlhan, İbrahim (24 Şubat 2003). “Gastronomi: Yeme-İçme Bilimi ve Sanat”. *Hürriyet Agora*. 24

- İvgin, Erkan (2012). “28. Uluslararası Mengen Aşçılık ve Turizm Festivali” (<http://www.gezialemi.com/FestivalEtkinlikAyrinti.asp?ID=929&SAYFA=10>, (02 Eylül 2018’de erişildi) .
- Kalkstein, Carol Ann.-Silkess. (2007). “*Food And Food Related Festivals in Rural Destination Branding*”. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Indiana: Purdue University.
- Kan, Mustafa, Gülçubuk, Bülent ve Küçükçongar, Murat (2012). “Coğrafi İşaretlerin Kırsal Turizmde Kullanılma Olanakları”. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(22): 93-101.
- Kanık, İlkay (2014). Yerel Beslenme Hareketi ve Bir Kitle İletişim Anlatısı Dizaynı: Amerika Birleşik Devletleri Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(4): 14-22.
- Karaca, Oya Berkay, Yıldırım, Oya ve Çakıcı, A. Celil (2017). “Adana Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalına Katılan Ziyaretçilerin Algı ve Memnuniyetleri”. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 14(37).
- Karakaş, Ayhan, ve Şengün, Halil İbrahim (2016), “Yerel Halkın Turizm Faaliyetlerine Yönelik Tutumları”. *2nd International Congress on Economics and Business*, Sarajevo, 183-202.
- Karasar, Niyazi (2012). *Bilimsel araştırma yöntemi: kavramlar, ilkeler, teknikler*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Kargiglioğlu, Şaban ve Akbaba, Atilla (2016). “Yerli Gastroturistlerin Eğitim Seviyeleri ve Yaş Gruplarına Göre Destinasyondaki Gastronomi Turizmi Etkinliklerine Katılımları: Gaziantep’i Ziyaret Eden Gastroturistler Üzerine Bir Araştırma”. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(1): 87-95.

- Kaya, Şule ve Sormaz, Ümit (2017). “Özel Gün ve Geçiş Dönemleri ile Yöresel Mutfağımız: Gaziantep”. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 57: 535-547.
- Kızılırmak, İsmail, Albayrak, Aslı ve Küçükali, Sema (2014). “Yöresel Mutfağın Kırsal Turizm İşletmelerinde Uygulanması: Uzungöl Örneği”. *Uluslararası Sosyal Ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 4(1): 75-83.
- Kim, Yeong Gug, Eves Anita ve Scarles Caroline (2009). “Building a Model of Local Food Consumption on Trips and Holidays: A Grounded Theory Approach.” *International Journal of Hospitality Management*, 28: 423-431.
- Kivela, Jaksu ve Crofts, John (2005). “Gastronomy Tourism: A Meaningful Travel Market Segment” *Journal of Culinary Science & Technology* 4 (2-3): 39-55.
- Kivela, Jaksu ve Crofts, John (2006) “Tourism and Gastronomy: Gastronomy's Influence on How Tourists Experience a Destination”. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 30(3): 354-377.
- Kozak, Metin (2015). *Bilimsel Araştırma: Tasarım, Yazım ve Yayın Teknikleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kömürcü, Gizem Beyza, Boz, Mustafa ve Tükeltürk Aydın, Şule (2014). “Etkinlik Turizmi Çeşidi Olarak Festivaller: Bozcaada Yerel Tatlar Festivali Örneği” *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimleri Dergisi* 13(25): 221-237
- Kurnaz Alper, İşlek Erhan (2018). “Aşçılık Kültürünün Festival Turizmi Kapsamında Kullanılması: Mengen Uluslararası Aşçılık ve Turizm Festivali”. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 6 (Special issue 3): 3-13

Küçük, Müşerref (2013). “Kültür Turizmi Kapsamında Yer Alan Festival Etkinliklerinin Yerel Kalkınmaya Katkısı: Uluslararası Beyşehir Göl Festivali Üzerine Bir Araştırma”. *Ulusal Kop Bölgesel Kalkınma Sempozyumu Bildiriler Kitabı*. Konya, 345-357

Küçükaltan, Gül (2009). “Küreselleşme Sürecinde Gastronomide Yöresel Tatların Turistlerin Destinasyon Tercihlerine ve Ülke Ekonomilerine Etkileri”. *3.Ulusal Gastronomi Sempozyumu Bildirisi*. Antalya, Alanya: ALTSO: Alanya Ticaret ve Sanayi Odası, 17-18 Nisan.

Küçükaslan, Nazife (2007). *Özel İlgi Turizmi*. Bursa: Ekin Yayıncılık.

Kültür ve Turizm Bakanlığı (-). “Bolu hakkında Genel Bilgiler”. (<http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR-10709/genel-bilgiler.html> 10 Eylül 2018’de erişildi).

Lee, Sunny ve Arcodia, Charles (2011). “The Role of Regional Food Festivals for Destination Branding”. *International Journal of Tourism Research* 13 (4): 355-367.

Long, Lucy. (2003). *Culinary Tourism*. Lexington. ABD: The University Press Of Kentucky.

Mckercher, Bob, Okumuş, Fevzi and Okumuş, Bendegül (2008). “Food Tourism as a Viable Market Segment: It’s All How You Cook The Numbers”. *Journal of Travel & Tourism Marketing* 25: 137-148

Mengen Kaymakamlığı (-). “Yemeklerimiz”. (<http://www.mengen.gov.tr/yemeklerimiz> 02 Eylül 2018’de erişildi).

Mengen Kaymakamlığı (-). Mengen Aşçıları ve Turizm Festivali (<http://www.mengen.gov.tr/festivalimiz>, 02 Eylül 2018’de erişildi).

- Mercan, Şefik Orhan ve Üzülmez, Meral (2014). “Coğrafi İşaretlerin Bölgesel Turizm Gelişimindeki Önemi: Çanakkale İli Örneği”. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 29(2): 67-94.
- Mil, Burak ve Denk, Erkan (2015). “Erzurum Yöresel Ürünlerinin Otel Restoran Menülerinde Kullanım Düzeyleri: Palandöken Örneği”. *Uluslararası Sosyal Ve Ekonomik Bilimler Dergisi* 5(2): 1-7
- Mitchell, Richard & Hall, C. Michael (2003). “Consuming Tourists: Food Tourism Consumer Behaviour”. *Food Tourism Around The World: Development, Management and Markets*. Ed. C.M. Hall, E. Sharples, R. Mitchell, N. Macionis & B. Cambourne Oxford: Butter-Worth Heinemann.
- Öney, Hüseyin (2013). “Gastronomi Turizmi” *Alternatif Turizm*. Ed. A. Sadık Bahçe. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları 158-188
- Özdemir, Murat (2010). “Nitel Veri Analizi: Sosyal Bilimlerde Yöntembilim Sorunsalı Üzerine Bir Çalışma”. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11 (1): 323-343.
- Özkaya, Esin ve Gündeğer, Meral (2014). “Yöresel Ürünlerin Gastronomi Turizminde Kullanımı: Ayvacık Örneği”. *1. Ulusal Meslek Yüksek Okulları Sosyal ve Teknik Bilimler Kongresi*, Zonguldak: Bülent Ecevit Üniversitesi, 188-193
- Özkul, Emrah ve Demirer, Dilek (2012). “Şehirlerin Turistik Markalaşmasında Kalkınma Ajanslarının Rolü, Bölge Planları Üzerine Bir Doküman İncelemesi”. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 4(4): 157-181.
- Öztürk, Erol (2008). “Bolu Ağzında Yemek Kültürüyle İlgili Kelimeler”. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2(17): 128-132.

- Sandıkçı, Mustafa ve Sabri, Çelik (2007). “Füzyon Mutfak Uygulamaları ve Misafir Memnuniyeti Açısından Önemi”. *1. Ulusal Gastronomi Sempozyumu Bildirileri*. Antalya: Yiyecek İçecek Yöneticileri Derneği, Akdeniz Üniversitesi Alanya İşletme Fakültesi
- Santich, Barbara (2004). “The Study of Gastronomy and Its Relevance to Hospitality Education and Training”, *International Journal of Hospitality Management*, 23(1): 15-24.
- Sarioğlan, Mehmet (2014). “Expectations of Employee in Food& Beverage Firm and Gastronomy Education (Case of Turkey)”. *International Association of Social Science Research 2* (Special Issue 6): 198-202.
- Sarkım, Mustafa (2008). "Değişen Seyahat Eğilimleri Kapsamında Sürdürülebilir Turizm Anlayışının Turizm Politikaları Üzerine Etkileri". *2. Ulusal İktisat Kongresi İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi IIBF İktisat Bölümü*: 1-11.
- Scarpato, Rosario (2002). “Sustainable Gastronomy as a Tourist Products” *Tourism and Gastronomy*. Ed: A. Hjalager & G. Richards, G. London-New York: Routledge.
- Sencer, Muzaffer (1989). *Toplum bilimlerinde yöntem*. İstanbul: Beta Basım.
- Sözer Hüseyin (1989). “*Bolu kaplıca kürünün kan basıncı ve vücut ağırlığı üzerine etkisi (Bolu Fizik Tedavi Hastanesi)*”. Yayınlanmamış Tıpta Uzmanlık Tezi İstanbul: İstanbul Üniversitesi Tıp Fakültesi.
- Steinmetz, Rose. (2010). “*Food, Tourism And Destination Differentiation: The Case Of Rotorua, New Zealand*”. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Yeni Zelanda, Auckland: Auckland University School of Hospitality and Tourism.
- Şahbaz, Elif, (2011). “*Yiyecek Turizmi ve Yiyecek Turizmi Ürünleri*”. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Gazi Üniversitesi.

- Şengül, Serkan ve Türkay, Oğuz (2015), “Doğu Karadeniz Mutfak Kültürünün Sürdürülebilirliği Sorunlar ve Çözüm Önerileri”. *Doğu Karadeniz Bölgesi Sürdürülebilir Turizm Kongresi Bildiri Kitabı*, 599-606
- Tezcan, Mahmut (2000). *Türk Yemek Antropolojisi Yazıları*. Ankara: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları, 1-12.
- Tikkanen, Irma (2007). “Maslow’s Hierarchy and Food Tourism in Finland Five Cases”, *British Food Journal*, 109(9): 721-734.
- Tuna, Muharrem ve Özyurt, Başak (2018). “Ankara’da Gastronomi Turizminin Değerlendirilmesi: Nitel Bir Araştırma”. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* (6)Special issue3: 73-87
- Tursab (-). “Gastronomi Turizmi Raporu 2015”. Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği Yayınları. ([https://www.tursab.org.tr/dosya/12302/tursab-gastronomi-turizmi-raporu\\_12\\_302\\_3531549.pdf](https://www.tursab.org.tr/dosya/12302/tursab-gastronomi-turizmi-raporu_12_302_3531549.pdf) 1 Eylül 2018’de erişildi).
- Türk Dil Kurumu (-). “Gastronomi” ([http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com\\_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5c9bc27dde8010.88012727](http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5c9bc27dde8010.88012727) 3 Mart 2018’de erişildi).
- Türk Patent Enstitüsü (-). “Coğrafi işaretli ürünler”. (<http://www.turkpatent.gov.tr/TURKPATENT/geographicalRegisteredList/> 8 Eylül 2018’de erişildi).
- Tütüncü Aydın, Zekiye (2014). *Geçmişten Günümüze Bolu Halk Kültürü*. Ankara: Eğitimciler Basım Yayın Reklam Organizasyon Yemek Temizlik Sanayi Ticaret Ltd. Şti. ISBN 978-605-4938-05-6, 1. Baskı
- Ural, Ayhan ve Kılıç, İbrahim (2011). *Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi*. Ankara: Detay Yayıncılık.



- Uyar, Hande ve Zengin, Burhanettin (2015). “Gastronomi Turizminin Alternatif Turizm Çeşidi Olarak Değerlendirilmesi Bağlamında Gastronomi Turizm İndeksinin Oluşturulması”. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(17): 355-376.
- Uzuner, Yıldız (1999). *Niteliksel Araştırma Yaklaşımı Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları No: 1081, Açıköğretim Fakültesi Yayını No: 601.
- Üner, E. Hilmi. (2014). “*Her Şey Dahil Sistemde Türkiye Gastronomi Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesi*”. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Üzümcü, Orhan Ozan (2018). “*Gastronomi Kültürü ve Gastronomi Turizmi Açısından Likya Bölgesini Ziyaret Eden Turistler Üzerine Bir İnceleme*”. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep: Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Vatansever, Nursen ve Yıldız, Onur (2017). “Coğrafi İşaretlerin Bölgesel Turizm Açısından Değerlendirilmesi: Muğla Örneği”. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 62: 511-523.
- Wolf, Eric (2006). *Culinary Tourism The Hidden Harvest*. Amerika Birleşik Devletleri, Iowa: Kendall/Hunt Publishing Company.
- Yalçınkaya, Pınar (2018). “*Çanakkale'nin Unesco Yaratıcı Şehirler Ağı Gastronomi Teması Kapsamında Potansiyelinin Değerlendirilmesi*”. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Çanakkale: Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı.
- Yarış, Ahmet (2014). “*Mardin'de Gastronomi Turizmi: Turist Görüşlerine İlişkin Bir Uygulama*”. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Mardin: Mardin Artuklu Üniversitesi.

Yıldırım, Ali (1999). “Nitel Araştırma Yöntemlerinin Temel Özellikleri ve Eğitim Araştırmalarındaki Yeri ve Önemi”. *Eğitim ve Bilim Dergisi*, 23(112): 7-17.

Yıldırım, Ali ve Şimşek, Hasan (2011). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Yıldız, Rıfat ve Yıldırım, Ertuğrul (2013). *Soru-Cevap Tekniğiyle Tez Yazma, Makale Hazırlama ve Yayınlama Kılavuzu*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Yurtseven, Rıdvan (2011). “Sustainable gastronomic tourism in Gokceada (Imbros): Local and authentic perspectives”. *International Journal of Humanities and Social Science*, 1(18): 17-26.

Yüncü, Hilmi Rafet. (2010). “Sürdürülebilir Turizm Açısından Gastronomi Turizmi ve Perşembe Yaylası” 10. *Aybastı-Kabataş Kurultayı Aybastı-Kabataş Kurultayı Yayınları*,11: 27-34.



**EKLER**

**Ek 1: Araştırma Soruları****ARAŞTIRMA SORULARI**

- 1) Bolu'nun mevcut turizmi hakkındaki görüşleriniz nelerdir?
- 2) Bolu'da farklı turizm türlerinin geliştirilmesi için neler yapmayı düşünüyorsunuz?
- 3) Gastronomi kavramını nasıl tanımlarsınız ve turizmle ilişkisini nasıl değerlendiriyorsunuz?
- 4) Bolu'nun yöresel yemekleri deyince aklınıza hangi yemekler geliyor? Ülke bazında bilinirliğini nasıl değerlendirirsiniz?
- 5) Bolu'da ki yiyecek içecek işletmelerinin menülerini nasıl buluyorsunuz?
- 6) Bolu'da ön plana çıkmış yiyecek içecek markaları veya tescilli ürünler nelerdir?
- 7) Bolu ilinin gastronomi turizmini geliştirmek için herhangi bir çalışma yapılıyor mu? Yöresel yemekleri içeren dergi, broşür ve rehber gibi bir çalışmanız var mı?
- 8) Mengen'de 32 senedir düzenlenen aşçılık festivaline ilişkin görüşleriniz nelerdir? Ulusal ve uluslararası anlamda yeterli tanıtımın yapıldığını düşünüyor musunuz? Tanıtıma yönelik yakın gelecek için planlarınız var mı?
- 9) Neredeyse Bolu ile özdeşleşmiş aşçı teriminin ildeki gastronomi turizminin geliştirilmesi için nasıl bir potansiyel taşıdığını düşünüyorsunuz? Görüşleriniz ve ileriye dönük planlarınız nelerdir?
- 10) İldeki gastronomi ve turizm ile ilgili dernekleri nasıl değerlendiriyorsunuz? Faaliyetlerini ve iletişimlerini nasıl görüyorsunuz?
- 11) Yerel yönetimlerin, üniversitenin ve STK'ların Bolu'daki turizme katkısını nasıl değerlendiriyorsunuz?
- 12) Bolu'daki gastronomi turizmi, mevcut turizm potansiyeli içinde nasıl değerlendirilmelidir?
- 13) Bolu'da gastronomi turizminin geliştirilmesi için neler yapılmalıdır?
- 14) Bolu'daki işletmelerde hangi yöresel yiyeceklere veya yemeklere yer veriliyor? Bu ürünlerin gastronomi turizmi için değerlendirilmesi hakkındaki görüşleriniz nelerdir?
- 15) Bolu'nun yöresel yiyeceklerini veya yemeklerini tatmak için gelen turist potansiyelini nasıl değerlendiriyorsunuz?