



Original article

Gastronomi Turizminin Gelişiminde Gastronomi Festivalleri ve Türkiye'deki Mevcut Durum

Gastronomy Festivals in the Development of Gastronomy Tourism and Current Situation in Turkey

Ayşem Işık *

Department of Cookery, Vocational School, Haliç University, İstanbul, Türkiye

Özet

Etkinlik turizmi kapsamında değerlendirilen gastronomi festivalleri, son dönemlerde gastronomi turizminin gelişiminde daha fazla incelenen bir alan haline gelmiştir. Özellikle turistik faaliyetlerin çeşitlendiği günümüzde, birçok destinasyon mevsim özellikleri dışında da turistleri ağırlamak için birçok festival düzenlemeye başlamıştır. Bu festivaller içerisinde gastronomi festivalleri de turistlerin yeni deneyimler için daha çok katılım gösterdiği etkinlikler haline gelmiştir. Dünyada bazı destinasyonlar özellikle sundukları yemek kültürü ile anılırken, Türkiye gastronomi turizminin önemini daha geç keşfetmiş ve bu yönde çalışmalar hız kazanmıştır. Bu kapsamda çalışmada gastronomi turizmine yönelik gastronomi festivalleri kapsamında bir değerlendirme yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, Gastronomi Turizm, Festival, Gastronomi Festivalleri.

Abstract

Gastronomy festivals, which are evaluated within the scope of event tourism, have recently become a more studied area in the development of gastronomic tourism. Nowadays, especially when touristic activities are diversified, many destinations have started to organize many festivals to host tourists outside of seasonal features. Among these festivals, gastronomic festivals have also become events where tourists participate more for new experiences. Some destinations in the world, especially with the food culture they offer are referred, Turkey was later discovered the importance of tourism and gastronomy work in this direction has gained speed. In this context, an evaluation of gastronomy tourism has been made within the scope of gastronomic festivals.

Keywords: Gastronomy, Gastronomy Tourism, Festival, Gastronomy Festivals.

DOI: <https://doi.org/10.29329/jtm.2022.542.3>

* Corresponding author:

Ayşem Işık, Department of Cookery, Vocational School, Haliç University, İstanbul, Türkiye.
Email: aysemisik@halic.edu.tr

GİRİŞ

Gastronomi turizmi yiyecek tüketme faaliyetlerinden çok daha fazlasını ifade eden bir kavram durumundadır. Temel motivasyonu, belirli bir yemeğin tadını çıkarabileceğiniz yerleri ziyaret etmek olan gastronomi turizmi sayesinde yerel ürün ve yemekler, gidilecek destinasyonun belirlenmesinde önemli hale gelmiştir. Bununla birlikte, bir hedef seçerken turistlerin karar verme sürecinde imaj önemli belirleyici bir role sahiptir. Turistlerin yerel yemek festivallerine katılma motivasyonları ve seyahatleri sırasında yaşadıkları yerel gıdalardan memnuniyet düzeyleri turistlerin gelecekteki davranışsal niyetlerini de etkilemektedir.

Gastronomi festivalleri, niş turizm etkinlikleri içerisinde değerlendirilse de son yıllarda bu faaliyetlerin sayısı hem dünyada hem de ülkemizde artış göstermiştir. Birçok festival içerisinde yer alsa da yemek festivallerinde, yöresel gıdalar ve yemekler festival kutlamasının ana nedeni durumundadır. Yemek festivalleri bölgeye özgü özel yiyeceklerin öne çıkarıldığı, yemek ve gıda temelli etkinlik ve programa sahip festivallerdir ve destinasyonun tanıtımına büyük katkılar sunmaktadır.

Çalışma kapsamında gastronomi ve gastronomi turizmi kavramlarının incelenmesi ardından gastronomi festivalleri incelenecek, ardından özellikle yerel düzeyde yapılan etkinlikler arasında önemli yer tutan Türkiye'deki gastronomi festivalleri değerlendirilecektir.

GASTRONOMİ VE GASTRONOMİ TURİZMİ KAVRAMLARI VE KAPSAMI

İnsanın temel fizyolojik ihtiyaçlarından olan yemek yeme, özellikle ateşin bulunuşu ile beraber ve yeni ekipmanların elde edilmesi ile bir kültür halini almıştır. Bu süreçte tarihsel bazı gelişmeler yaşansa da, kavram olarak gastronomi ilk kez bir şiirde geçmiş, ardından 19. yüzyıl ile beraber beslenmeye yönelik mesleklerin geliştiği bir alan haline gelmiştir (Özdemir ve Altın, 2019).

Gastronomi genel olarak üretim, tüketim ve üretim-tüketim boyutunda üç başlık altında değerlendirilmektedir. Bu kapsamda yemek hazırlama süreci üretim boyutunu oluştururken; yemekten hoşlanma ve lüks tüketime düşkünlük tüketim boyutunda ele alınmaktadır. Üretim ve tüketimin birlikte değerlendirildiği sınıflandırmada ise yiyeceklerin sunuma hazırlık süreci, yemeğin belirli kurallar ve ekipmanlar ile sunulup sunulması ve tüketilmesi gündeme gelmektedir (Özdemir ve Altın, 2019).

Gastronomi güçlü bir geçmişi olan bir bilim dalı olmasına rağmen gastronomi turizmi son yıllarda tartışılan ve farklı bakış açıları ile yeni çalışmalar yapılan bir alandır. Önceki çalışmalar, tanımlamalar ve araştırma alanları bakımından farklılıklar gösterse de turistik olarak varlığı ve seyahat motivasyonları arasında bulunması açısından ortak noktada birleşmektedirler.

Yiyecek içecek deneyimi yaşamak amacıyla seyahat davranışı güdülemesine yardımcı olan gastronomi turizmi, bir tür gastronomik hareketliliği ifade etmektedir (Gökdeniz vd. 2015). Temelinde yiyecek ve içecek kültürü olmakla beraber, gastronomi turizmi çiftlikler ve şarap üretim bölgelerine

düzenlenen seyahatleri de içeren aktivitelerdir (Özdemir ve Altınar, 2019). Zorunlu bir ihtiyaç olan yeme-içme olgusu ve turistlerin seyahatlerinden daha fazla zevk alma arzusu turizm deneyiminin ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir ve bu durum gastronomik değerlerin bazı turistler için seyahatlerin temel sebebinin oluşturmaya başlamıştır. Bu, gastronomi turizminin ortaya çıkması için uygun bir zemin yaratmıştır (Küçükkömürler, Şirvan ve Sezgin, 2018).

Gastronomi turizmi literatürde mutfak turizmi, yiyecek turizmi gibi farklı kavramlar ile de adlandırılmaktadır (Şahin ve Ünver, 2015). Gastronomi turizmi aynı zamanda etkinlik turizmi kapsamında değerlendirilmektedir. Mutfak kültürü ile ilişkili niş pazar niteliğinde olan bölgeler, yeme içme faaliyetlerindeki kendilerine özgü avantajlar, mutfak kültürüne ilişkin zenginlikler ile destinasyonun pazarlamasında aktif bir şekilde kullanılmakta; tüketici beklentilerine dayalı olarak çeşitlendirilmektedir (Bucak ve Aracı, 2013).

Gastronomi turizmi gelişim gösterdiği bölgelerde, yerel ekonominin kalkınmasına önemli katkılar yapmaktadır. Gastronomi turistlerin yerel ürünleri daha çok tercih ettikleri, özellikle yöresel yiyecek ve içeceklere olan eğilimlerinin diğer turist çeşitlerinden daha fazla olduğu bilinmektedir. Bu yüzden gastronomi turizmi yerel sektörlerin gelişmesine ve bu sektörlere yatırım yapılmasına, yerel değerlerin korunmasına ve sürdürülebilirliğine olumlu yönde katkılar sağlamaktadır (Üner ve Şahin, 2016).

Günümüzde turistler bölgelerin kendine has mutfak kültürünü keşfetmek üzere seyahatlere çıkmakta ve bu eğilim artarak devam etmektedir. Bölgenin sosyal dokusu yanı sıra ve özelliklerini de yansıtan mutfak kültürü sayesinde, bölgeye gidecek turist sayısı artacağı gibi bölge ulusal ve uluslararası tanınırlık kazanacaktır. Bu durumun bilincinde olan destinasyonlar da bir cazibe merkezi olabilmek için mutfak kültürünü tanıtıcı faaliyetlere ağırlık vermeye başlamıştır.

GASTRONOMİ TURİZMİ KAPSAMINDA GASTRONOMİ FESTİVALLERİ

Gastronomik etkinliklerin sosyal ve kültürel olarak kitlelere tanıtılması, turistik tanımı ile bütünsel ilişki içerisinde. Dolayısıyla gastronomik unsurlar, destinasyon imajı ve sürdürülebilirliğine oldukça fazla katkı sunmaktadır ve tanıtım faaliyetleri, yerel düzeydeki gastronomik etkinliklerin canlanmasını da sağlamaktadır (Bucak ve Aracı, 2013). Yemek festivalleri de gastronomi turizminde tanıtım açısından önemli etkinlikler haline gelmiştir.

Festival Kavramı ve Turizm Açısından Önemi

Festival, kişi veya kurumlar tarafından düzenlenen, esas itibarıyla ritüel bir kökene dayanan, sosyal statü ve cinsiyet farkı aranmaksızın her yaş ve cinsten bireyin katılımına imkân veren, belirli bir mekânda ve zaman aralıklarında periyodik olarak düzenlenen, içerisinde yemek, giysi, müzik, dans, oyun gibi kültür unsurlarının yer aldığı, hemen her konuda düzenlenebilen çeşitli sosyal, siyasal, ekonomik, turistik ve kültürel işlemlere sahip kutlamalardır.

Festivaller, bir bölgenin geleneksel sembolü haline gelen ve genellikle her yıl aynı gün ve aynı ayda düzenlenen yerel halk tarafından yapılan bir etkinliktir. Festivaller turizm destinasyonunun küresel popülaritesi üzerinde olumlu bir etkiye sahiptir ve sezon dışı dönemlerde bile destinasyon tanıtımının etkili bir yolu olarak işlev görür. Festivaller aynı zamanda şehir markalaşması için de etkili araçlardır ve Venedik, Rio de Janeiro ve Münih gibi birçok küresel şehir markası her yıl düzenlenen festivallerle tanımlanır hale gelmiştir (Pirnar, Kurtural ve Tutuncuoğlu, 2019).

Festivaller, kutsal, kültürel ve geleneklerle belirginleşmiş kutlamaları, belirli bir kişi veya olayın ya da bir ürünün hasadıyla ilgili yapılan yıllık kutlamaları, genellikle bir sanatçı veya sanat dalına ait çalışmalarla yönelik yapılan etkinlikleri, fuarları, panayırıları ve herkese açık şenlik ve eğlenceleri kapsamaktadır (Şengül ve Genç, 2016).

Gastronomi ve turizm son dönemlerde birbirini tamamlayan iki ayrı unsur haline gelmiştir ve bu nedenle turist deneyimlerinde mutfak kültürünün önemi son yıllarda daha fazla araştırılmaya başlanmıştır. Dolayısıyla destinasyonlar sadece doğal güzellikler ve kültürel miras açısından değil, turistlere sunulan yöresel tatlar ve yemekler ile de rekabet etmeye başlamıştır (Sürenkök, Baggio ve Antonioli 2010)

Festivaller turizm açısından önemli bir çekicilik unsurudur ve turistlerin birçok destinasyonda festivaller ile karşılaşmaları mümkündür. Festivaller belirli durumlarda büyük ve görkemli etkinlikler olabildiği gibi, belirli durumlarda paket programlardaki ana çekici unsur olmaktadır. Festivallerin düzenlendiği destinasyon da, festivalle anılır hale gelerek festivalle özdeşleşebilmektedir. Bazı durumlarda ise, festivaller, turistik bölgenin kültürel çekiciliğini arttıran, yardımcı bir unsur haline gelebilmektedir (Sağlamtaş, 2019).

Festivaller, turist çekebilen ve böylece yerel konaklama işletmelerine talep yaratan etkinlikler olduğu söylenebilir. Bu etkinlikler; yöreye fon sağlamaları, medyanın dikkatini çekmeleri ve festivalle ilgili diğer hizmetlerin talebini artırmaları gibi oldukça önemli rollere sahiptir. (Sağlamtaş, 2019).

Turistlerin festivallere dahil olmalarını sağlayan farklı motivasyonlar bulunmaktadır. Özellikle büyük festivallerde, turistler festival için destinasyonu ziyaret etmekte ve destinasyon çekiciliği ikinci unsur olmaktadır. Bazı durumlarda ise, festivaller destinasyonların çekiciliğini arttırıcı ek bir unsur olmaktadır. Diğer bir durum ise, turistlerin destinasyonu gezerken tesadüfi olarak festivale denk gelmesi ve katılım göstermesidir (Sert, 2017).

Yerel gastronomi festivallerinin artması, gastronomi turizmine olan ilginin de artışına ve turistlerin bölgeyi ziyaret etme potansiyeline yansımaktadır. Özellikle yerel mutfak festivalleri yerli ve yabancı ziyaretçileri bölgeye çekerek ekonomik anlamda da avantajlar ortaya çıkarmaktadır. Bu festivaller yörenin turistik açıdan gelişiminde alternatif fırsatlar sunduğu gibi yerel ürünlerin değerlendirilmesi ile de bölge imajının artışına katkı sunmaktadır (Getz ve Brown, 2006).

Gastronomi Festivalleri

Festivaller sadece bir eğlence değil, insanlar için artık yeni deneyimler elde etmek ve yeni kültürlerle tanışmak için bir seyahat nedeni haline gelmiştir. Son yıllarda gastronomi amacı ile turistlerin seyahatlerinde artış yaşanması, gidilen bölgede mutfak kültürüne yönelik ilgi ve düzenlenen festivallere katılım oranının artışı öne çıkan turistik faaliyetlerden biri haline gelmiştir. Bu açıdan gastronomi festivalleri bölgenin tanıtılmasında önemli bir cazibe unsuru haline gelmiştir.

Farklı temalara sahip festivallerde yemekler, genellikle festival içeriğinde yer alsa da, diğer etkinliklerin ağırlıkta olduğu ve sadece bir gıda bileşeni içeren festivaller gastronomi festivali olarak sınıflandırılmamaktadır. gastronomi festivali, bölgesel / yerel özel yiyeceklerin gerçekte ne olduğunu vurgulayan, gıda temelli veya gıda temalı aktiviteler ve programlara sahip yemek temalı bir festivaldir. Bir yemek festivali, toplulukların yerel gıdaların halkın kutlanması ve tanıtımına katıldığı yerdir. Bu, diğerleriyle etkileşime geçmenin ve yerel / bölgesel gıdaları deneyimlemenin bir yoludur (Lee ve Arcodia, 2011).

Gastronomi turizmi gıda ve gıda ile ilgili faaliyetleri yaşamak ve deneyimlemek olarak değerlendirildiğinden, yemek festivalleri de bir gastronomi turizmi biçimi olarak karşımıza çıkmaktadır. Tüm dünyadaki destinasyonlar, ekonomik ve turizm gelişimlerine yardımcı olmak için gastronomi festivali düzenlemek için bir tür ürün benimsemiştir (İrigüler ve Özdoğan, 2017).

Gastronomi festivalleri bölgenin gelenek ve göreneklerini yaşamayı, diğer topluluklar tarafından tanınmayı ve diğer nesillere aktarmayı amaçlamaktadır. Öte yandan, gastronomi festivallerinin rekreasyon, şenlik, müzik üretimi olarak algılanması bu etkinlikleri gerçek amacından uzaklaştırabilmektedir (Büyükşalvarcı ve Akkaya, 2018).

Bu tür festivallerin kısa vadeli faydaları; gıda, otel, kafe, ulaşım ve diğer kolaylaştırıcı hizmetler için artan talep ve uzun vadeli faydalar, yerel üreticilerin artan farkındalığı, festival ürünlerinin ihracatının artması, artan istihdam, gelişmiş altyapı tesisleri, gelişmiş varış noktasıdır. imaj, turizm sezonunun uzatılması, toplum katılımının iyileştirilmesi, yerel gururun teşvik edilmesi ve yerel kimliğin güçlendirilmesi. Bu bağlamda, kısa vadeli faydalar uzun vadeli faydalar için bir temel oluştururken, bunlar esas olarak sürdürülebilirliği artıran ve istenen sonuçları elde eden uzun vadeli faydalardır. Bu yüzden, turizm pazarlamacıları giderek daha fazla turizm pazarlamacısı yeni yiyecek ve şarap festivalleri düzenlemektedir, çünkü bu festivaller turizm gelişiminin ayrılmaz bir parçası olarak görülmektedir (İrigüler ve Özdoğan, 2017).

Gastronomi festivalleri bir destinasyonu bir gastronomi turizmi destinasyonu olarak tanıtmak için de kullanılabilir. Çok sayıda yerli ve yabancı turisti cezbedecek yemek festivalleri bölgeye ekonomik katkılar sunmasının yanı sıra, destinasyonun gastronomi turizmi kapsamında tanınmasına da yardımcı olmaktadır (Sağlamtaş, 2019). Yöreyle ait ürünlerin kendine özgü olması, belli bir kültürle

özdeşleşmesi ve belli bir tarihe sahip olması bu ürünleri cazip kılarak satışını da etkilemektedir (Şengül ve Genç, 2016).

Gastronomi festivalleri sadece ekonomik etkiler yaratan faaliyetler değildir. Festival sürecince düzenlenen sosyal ve kültürel etkinlikler de bölgede sosyal yapıyı ve dokuyu etkileyen unsurlar haline gelmekte ve toplumsal kaynaşmaya da etki etmektedir. Bu festivaller sayesinde, toplumda kültürel değerlerin korunması ve yaşatılması bilinci de gelişmektedir (Yılmaz ve Çullu, 2012).

Günümüzde çok çeşitli tür ve temalarda festivaller organize edilmektedir. Bu festivallerin birçoğunda yerel yemek ve ürünler bulunmasına rağmen, her yiyecek içecek içeren festival gastronomi festivali kapsamına girmemektedir. Festivallerin gastronomi teması ile organize edilmesinde temel belirleyici unsur, etkinliğin bölgesel ve yerel yiyeceğe göre kurgulanması oluşturmaktadır. Bu haliyle yerel mutfak festivalleri yerel kutlama ve yemek tanıtımına odaklanan festivalleri kapsamaktadır.

Yerel mutfak festivalleri, bir kültürel birikim sonucu ortaya çıkan belirli bir yerde kökleşmiş olan etkinlikler olarak birçok özel niteliğe sahiptir. Şengül ve Türkay (2015)'a göre bu festivallerin oluşumunda birçok faktör etkili olmaktadır. Bu faktörler şu şekilde sıralanabilecektir:

- Yöreye has yiyecek ve içeceklerin çeşitliliği,
- Tarihsel birikim,
- Mevsimsel özellikler,
- Yeme-içme alışkanlıkları,
- Dini etkiler,
- Milli etkiler,
- Gelenek ve görenekler,
- Coğrafi özellikler

Son yıllarda kentsel olduğu gibi kırsal alanlarda da festivaller sayı ve kapsam açısından artış göstermiştir. Bu festivaller kültürel üretim ve tüketim açısından olduğu gibi ekonomik açıdan da önemlidir. Düzenlenen faaliyetler sayesinde ev sahibi destinasyon, kültürel açıdan tanıtımını arttırmaktadır.

Gastronomi festivallerinde yeni bir ürün sunulduğu gibi var olan bir ürün de sunularak ona değer katılmaktadır. Gastronomi festivali programları genellikle; yemek yarışmaları, yemek tadımları, yöresel meyve ve sebze toplama, ünlü şeflerin katılımı, şeflerin görsel şovları, konserler düzenlenerek oluşturulmaktadır. Toplulukların yeme-içme alışkanlıkları, mutfak gereçleri, yemek reçeteleri, pişirme yöntem ve teknikleri turistler tarafından deneyimlenmektedir.

Galen dünya çapında birçok bölgede, tüm dünya tarafından bilinen yeme-içme ve yemek festivalleri düzenlenmekte ve ilgili dönemlerde bu bölgelere turist akımı yaşanmaktadır. Tablo 1’den de görebileceğimiz gibi farklı bölgelerdeki festivaller, gastronomi turizmi açısından en bilinen ve en iyi festivaller olarak kabul edilmektedir.

Tablo 1. Dünyada En İyi Gastronomi Festivalleri

Festival	Ülke	Süre
İyi Yemek ve Şarap Şovu	Güney Afrika	3 gün
Epcot Uluslararası Yemek ve Şarap Festivali	ABD	2 ay
Vejetaryen Festivali	Bangkok	9 gün
Büyük Wisconsin Peynir Festivali	ABD	3 gün
İspanya Deniz Ürünleri Festivali	İspanya	10 gün
Gurme Festivali	İngiltere	3 gün
Şikago Tadı	ABD	5 gün
Toronto Ribfest	Kanada	4 gün
Pastırma Festivali	ABD	Hafta boyu
Savour	Singapur	4 gün

İrigüler ve Akkaya (2017).

TÜRKİYE’DE GASTRONOMİ TURİZMİ AÇISINDAN GASTRONOMİ FESTİVALLERİ

Festivaller; geçmişte yapılan çalışmalara göre gastronomik faaliyetlerin içerisinde yer almasına rağmen, Türkiye’de yeterli sayıda gerçekleştirilememektedir. Oysa gastronomik unsurların etkin şekilde ortaya çıkarılması, planlanması ve kullanılması rekabet edilebilirlik açısından destinasyonlar için bir avantaj olarak görülmelidir (Cankül ve Demir, 2018).

Seçim (2020) tarafından yapılan değerlendirmede yakın dönemde Türkiye’de düzenlenen gastronomi festival sayısı yaklaşık 100’dür ve bu festivaller tanıtım statülerine bağlı olarak ulusal veya uluslararası medyada adını duyurabilmektedir. Özellikle İstanbul, İzmir, Antalya ve Ankara gibi şehirlerde düzenlenen festivallerin daha fazla dikkat çektiği ve medyada yer aldığı görülmektedir. Bu durumun en büyük nedeninin bu şehirlerde medya kuruluşlarının varlığı ve düzenleyicilerin medyayla yakın ilişkisidir.

Büyükşalvarcı ve Akkaya (2018) Türkiye’nin 57 şehrinde gastronomi festivalinin düzenlendiğini belirterek, bu festivaller dışında İstanbul başta olmak üzere kahve, bira ve şarap festivallerinin de düzenlendiğini belirtmişlerdir.

Cömert ve Çetin (2017) Türkiye’de düzenlenen gastronomi festivallerine yönelik yürüttükleri çalışmalarında Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın yerel etkinlikler ile ilgili bilgi sunan kaynaklarını incelemişler ve elde edilen bulgulara göre bu kapsama giren 178 gastronomi temalı festival ve şenlik düzenlendiğini ortaya koymuşlardır.

Giritlioğlu, Olcay ve Özekici (2015) Türkiye’de düzenlenen festivallerin temalarına, düzenlenme zamanına ve düzenlendiği bölgelere göre sınıflandırılmasını araştırdıkları çalışmalarında, Türkiye’de bir yıl içerisinde çok farklı temalara sahip 1254 festival düzenlendiği belirtmişlerdir. En fazla festivalin Marmara Bölgesi’nde ve en az sayıda festivalin Güney Doğu Anadolu Bölgesi’nde gerçekleştirildiği belirlenmiştir.

Gastronomi festivalleri konusunda önemli konulardan biri kuşkusuz kentin gastronomi açısından tanınmasıdır. Örneğin, UNESCO Gaziantep’in yaratıcı şehirler ağına katılımıyla kentin mutfak kültürü, yemek çeşitleri ve sofraları öne çıkmış ve dünyada tanınır hale gelmiştir. Bu nedenle Gaziantep’te düzenlenen 'Gaziantep Uluslararası Gastronomi Festivali' her yıl dünyanın ve Türkiye'nin dört bir yanından on binlerce katılımcıyı ağırlamaktadır (Seçim, 2020).

Festivallerin kapsamına bakıldığında, çoğunun yerel ürünlerle ilgili festivaller olduğu görülmektedir. Bu durum Türk coğrafyasının yerel ürünler açısından zenginliğini göstermektedir. Yerel ürünler arasında, özellikle sebze, meyve, peynir ve bal bölge halkları tarafından ön plana çıkarılmaktadır. Bu ürünlerin ön planında, bölgede çok fazla tüketmek ve diğer bölgelerden farklı özelliklere sahip olmak etkilidir. Festivallerde düzenlenen bu ürünlerin şenlikli dönemi genellikle hasat edildikleri dönemdir. Hasat dönemi festivale uygun değilse festivallerin farklı dönemlerde düzenlendiği bilinmektedir. Ancak, sonraki festivaller hasat döneminde düzenlenen festivaller kadar etkili değildir. Ayrıca, kahve ve çikolata gibi ürünler üzerinde aktif olarak birçok faaliyet düzenlendiği tespit edilmiştir (Seçim, 2020).

Tablo 2’den izleyebileceğimiz gibi Türkiye’de hemen her bölgede yerel ürün ağırlıklı olmak üzere birçok gastronomi festivali düzenlenmektedir. 2019-2020 arasında düzenlenmiş ve düzenlenecek festivaller kapsamında bir literatür çalışma yürüten Seçim (2020) 88 festivali derlemiştir. Tablodan görebileceğimiz gibi festivallerin geneli bahar ve yaz aylarında düzenlenmekte ve festivallerin yerel ürünlerin tanıtılması, bölge halkının kaynaşması ve satış yapma amacına yönelik yerel ürün ve yerel yemekler üzerine yoğunlaşmaktadır. Bununla birlikte Türkiye’de festivallerde sürekliliğin sağlanması büyük öneme sahiptir. Çünkü bazı bölgelerde festivallerin bir yıl düzenlenip başka yıllar düzenlenmeme problemi bulunmaktadır. Ayrıca bu festivallerin gastronomi turizmi açısından yeterli olmadığını belirtmek de mümkündür. Çünkü bu festivaller özellikle yerel halka yönelik düzenlenmekte, bu festivallerin turist getirecek düzeye eriştirilebilmesinde eksiklikler bulunmaktadır.

Table 2. Türkiye’de Gastronomi Festivalleri (2019-2020 Dönemi)

Festival İsmi	Dönem	Kapsam	Festival Alanı
İzmir Waffle Festivali	Ocak	Yenilikçi	İzmir Konak
Burhaniye Zeytin ve Zeytinyağı Festivali	Ocak	Zeytin	Burhaniye
Dikmen Hamsi Festivali	Ocak	Balık	Sakarya Hendek
Sivrihisar Sosis Festivali	Şubat	Sosis	Sivrihisar
Ankara Kahvaltı Festivali	Şubat	Kahvaltı	Altındağ
Uluslararası İstanbul Mutfak Günleri	Şubat	Genel	Beylikdüzü
Dalyan Kefal Festivali	Şubat	Balık	Ortaca/Muğla
Bodrum Ot Festivali	Şubat	Otlar	Bodrum
İrişkit Festivali	Mart	Yerel ürün	K.Maraş
Çağla ve Günlük Festivali	Mart	Yerel ürün	Mersin Silifke
Alaçatı Ot Festivali	Nisan	Otlar	İzmir Çeşme
Giritliler Ot Festivali	Nisan	Otlar	İzmir Tire
Bodrum Uluslararası Peynir Festivali	Nisan	Peynir	Bodrum
İzmir Çikolata ve Tatlı Festivali	Nisan	Çikolata	Bayraklı/İzmir
İstanbul Peynir Festivali	Nisan	Peynir	İstanbul
Mersin Limonata Festivali	Nisan	Yerel ürün	Erdemli
Halikarnas İki Yaka Kültür Festivali	Nisan	Yerel ürün	Bodrum
Kapadokya Geleneksel Yemek Fest.	Nisan	Yerel yemek	Kapadokya
Uluslararası Mesir Macunu Festivali	Nisan	Yerel ürün	Manisa
Urla Enginar Festivali	Nisan	Yerel ürün	Urla İzmir
Elazığ Kahve ve Çikolata Festivali	Nisan	Kahve	Elazığ
Antalya Kahve ve Çikolata Festivali	Nisan	Kahve	Antalya
Uluslararası İstanbul Çay Festivali	Mayıs	Çay	İstanbul
Halfeti Meyve Yemekleri Festivali	Mayıs	Yerel yemek	Şanlıurfa
Uluslararası Cadde Yemekleri Fest.	Mayıs	Cadde yemekleri	Antalya
Mut Karacaoğlan Kayısı Festivali	Mayıs	Yerel ürün	Mersin
Bornova Kiraz Festivali	Haz.	Yerel ürün	İzmir
Yeşili Kiraz Festivali	Haz.	Yerel ürün	Mardin
Kemalpaşa Altın Kiraz Kültür Sanat Festivali	Haz.	Yerel ürün	Kemalpaşa
Samsun Yerel Yemek Festivali	Haz.	Yerel yemek	Atakum
Koçarlı Antepfıstığı Festivali	Haz.	Yerel Ürün	Aydın
Geleneksel Iğdır Kayısı Festivali	Haz.	Yerel ürün	Iğdır
Yeşihisar Kültür ve Kayısı Festivali	Haz.	Yerel ürün	Kayseri
Serinhisar Nohut, Bıçak ve Kültür Fest	Tem.	Yerel ürün	Serinhisar
Cemişgezek Dut ve Pekmez Festivali	Tem.	Yerel ürün	Tunceli
Mihalıççık Kiraz Festivali	Tem.	Yerel ürün	Eskişehir
Hekimhan Maden Ceviz ve Kültür Fest	Tem.	Yerel ürün	Malatya
Cumalıkazık Adududu Festivali	Tem.	Yerel ürün	Bursa
Geleneksel Gravyer ve Kaşar Fest.	Tem.	Peynir	Kars
Uluslararası Kültür ve Muz Festivali	Tem.	Yerel ürün	Anamur
Sultandağı Kültür, Sanat ve Kiraz Festivali	Tem.	Yerel ürün	Afyon

Geleneksel Gediz Tarhana Festivali	Tem.	Yerel ürün	Kütahya
Ulusal Gökçebey Tavukçuluk Festivali	Tem.	Yerel ürün	Zonguldak
Manisa Adala Şeftali Festivali	Tem.	Yerel ürün	Manisa
Silivri Yoğurt Festivali	Tem.	Yerel ürün	İstanbul
Akseki Ayrın Festivali	Tem.	Yerel ürün	Antalya
Kestane Bal Festivali	Tem.	Yerel ürün	Kastamonu
Ardahan Bal Festivali	Tem.	Bal	Ardahan
Çamoluk Bal Festivali	Ağust.	Bal	Giresun
İskilip Dolma Turşu ve Çilek Fest.	Ağust.	Yerel ürün	Çorum
Karacaklavuz Keşkek Festivali	Ağust.	Yerel ürün	Tekirdağ
Refahiye kültür ve bal festivali	Ağust.	Bal	Refahiye
Zara Bal ve Kültür Festivali	Ağust.	Bal	Sivas
Çayıralan Bal ve Kültür Festivali	Ağust.	Bal	Yozgat
Çadır Festivali	Ağust.	Yerel ürün	Nevşehir
Tonya Yağ ve Kültür Festivali	Ağust.	Yerel ürün	Trabzon
Umurbey Geleneksel Şeftali Festivali	Ağust.	Yerel ürün	Çanakkale
Peynir Festivali	Ağust.	Yerel ürün	K.Maraş
Hayrabolu Ayçiçeği Festivali	Ağust.	Yerel ürün	Pazarcık
Üzüm ve Biber Festivali	Ağust.	Yerel ürün	Gaziantep
Bolvadin Festivali	Ağust.	Yerel ürün	Afyonkarahisar
Pülümür Bal Festivali	Ağust.	Yerel ürün	Pülümür
Dikili Bamyası Festivali	Ağust.	Yerel ürün	İzmir
Gülner Bal ve Yörük Festivali	Ağust.	Bal	Gülner
Orhangazi Gedek Turşu Festivali	Ağust.	Yerel ürün	Bursa
Enrez Bal Festivali	Ağust.	Bal	Finike
Gazyağcı Konya Yemekleri Festivali	Eylül	Yerel ürün	Konya
Germencik İncir Kültür ve Sanat Festivali	Eylül	Yerel ürün	Aydın
Gaziantep Uluslararası Gastronomi Festivali	Eylül	Yerel yemek	Gaziantep
Uluslararası Antepfıstığı Festivali	Eylül	Yerel ürün	Gaziantep
Uluslararası Kalecik Karası Üzüm Festivali	Eylül	Yerel ürün	Ankara
Kütahya Cımcık Festivali	Eylül	Yerel ürün	Kütahya
Ağrı Bal Festivali	Eylül	Bal	Ağrı
İzmir Boyoz Festivali	Ekim	Yerel yemek	İzmir
Meze Festivali	Ekim	Yerel yemek	Antalya
Akhisar Zeytini Hasat Festivali	Ekim	Yerel ürün	Manisa
Yerel ürün Tanıtım Festivali	Ekim	Yerel ürün	Bursa
Yalova Subaşı Kivi Festivali	Ekim	Yerel ürün	Yalova
Pamukova Yerel Ürün ve Ayva Festivali	Ekim	Yerel ürün	Sakarya
Yerel Ürün Festivali	Ekim	Yerel ürün	Antalya/ Aksu
Beydağ Kestane Festivali	Ekim	Yerel ürün	İzmir Beydağ
Pepeçura Festivali	Ekim	Yerel ürün	Rize
Ödemiş Kestane Festivali	Kasım	Yerel ürün	Ödemiş İzmir
Antalya Kahve Festivali	Kasım	Kahve	Antalya Kepez

Seferihisar Mandalina Festivali	Kasım	Yerel ürün	İzmir
Uluslararası Ekmek Festivali	Kasım	Yerel ürün	Ankara
Bodrum Mandalina Hasat Festivali	Aralık	Yerel ürün	Muğla Bodrum
Çıntar Festivali	Aralık	Yerel ürün	Muğla

Seçim (2020).

SONUÇ

Gastronomi festivalleri, turistler için önemli bir cazibe ve gastronomi turizminin görünür unsurlarından biri olarak kabul edilmektedir. Bir destinasyonun tanıtımında ve pazarlanmasında önemli bir turizm faaliyeti olan festivaller, özellikle gastronomi ortaya çıkmasıyla birlikte yörenin yerel ürününün, yöresel yemeklerinin ve mutfak kültürünün tanıtımında önemli bir rol oynamaktadır.

Festivaller, kültürel turizmde gösterilebileceği için etkinlik turizminde sayılabilir. Bu bağlamda, ülkelerin mutfak kültürü ve alışkanlıkları turizm pazarlamasının önemli araçlarından biri haline gelmiştir. Yemek festivalleri bölgelerin kültürel varlıklarını ve yaşam tarzını yansıtmaları nedeniyle turist çekmede önemli bir rol oynamaktadır. Tüm bunların yanı sıra, turistlerin gıda ve gıda tüketimine artan ilgisinin sadece destinasyonlara ekonomik katkı sağlamakla kalmayıp aynı zamanda yerel değerlerin sürdürülebilirliğini de sağlamaktadır.

Bir bölgenin değerlerini turizm bağlamında değerlendirmek, turizmi mevsimsel bir faaliyet olmaktan çıkarmak ve sürdürülebilirlik açısından elde edilen değerleri avantaja çevirmek önemlidir. Bölgeyi ziyaret eden turistler için harika bir deneyim algısı gastronomi festivalleri ile sağlanabilir. Gastronomi festivalleri, bölgeleri, şehirleri ve ülkeleri turizm alanında uzun süre tutabilecek görsel festivallerdir.

Gastronomi festivalleri göz önüne alındığında, hedefe kattığı değer ve avantajların ne kadar büyük olduğu görülecektir. Her zamanki turizm çeşitliliğinin ötesine geçerek festivaller düzenlemek bölgenin imajına ve sürdürülebilirliğine önemli katkı sağlayacaktır.

Gastronomi festivalleri ile farklı destinasyon alanlarının turizme kazandırılmasının yanı sıra, halihazırda turizm bölgelerinin özelliklerine sahip olan yerlerin daha fazla ziyaretçi çekeceği düşünülmektedir. Tüm faktörler göz önüne alındığında, gastronomi festivallerinin yerel düzeyde hizmet veren yiyecek ve içecek işletmelerini güçlendirdiği, bölgenin ürünlerinin ve biyolojik çeşitliliğinin gelişmesine ve korunmasına katkıda bulunduğu ve aynı zamanda yerel kimliklerin devamına katkıda bulunduğu düşünülmektedir.

Çalışma kapsamında değerlendirildiği gibi Türkiye’de gastronomi festivalleri büyük ölçüde yerel yemek ve yerel ürünlerin tanıtılması şeklinde gerçekleşmektedir. Özellikle bölgesel dağılım açısından güneyde yerel festivallerin sürekliliğinin yüksek olduğu görülür. Bu festivallerde bahar ve yaz

aylarında yoğunluk söz konusu iken, literatürde incelendiği gibi bazı festivaller sürekliliğe sahip değildir. Ayrıca bu festivallerin geneli gastronomi turizmine yönelik değil satış ve yerel halka yönelik düzenlenmektedir. Bu nedenle Türkiye’de gastronomi festivallerinden daha fazla verim alınabilmesi için sürekliliğin sağlanması ve tanıtımlarının doğru yapılması gerekmektedir

KAYNAKÇA

- Bucak, T. ve Aracı Ü. E. (2013). Türkiye’de Gastronomi Turizmi Üzerine Genel Bir Değerlendirme. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(30), 203-216.
- Büyükşalvarcı, A. ve Akkaya, A. (2018). The Evaluation of Gastronomy Festivals as Events Tourism. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 67, 452-467.
- Cankül, D. ve Demir, İ. (2018). Travel Agencies and Gastronomy Tourism: Case of Iata Member A-Class Travel Agencies. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 1(1), 3-10.
- Cömert, M. ve Çetin, K. (2017). Gastronomi Temalı Yerel Festivaller Üzerine Bir Değerlendirme. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(54), 1092-1101.
- Getz, D. ve Brown, G. (2006). Critical Success Factors for Wine Tourism Regions: A Demand Analysis. *Tourism Management*, 27, 146-158.
- Giritlioğlu, İ., Olcay, A. ve Özekici, Y. K. (2015). Bir Turizm Çeşitliliği Olarak Festival Etkinliklerinin Sınıflandırılması: Türkiye Üzerine Bir Değerlendirme. *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(13), 306-323.
- Gökdeniz, A., Erdem, B., Dinç, Y. ve Oğuz, S. Ç. (2015). Gastronomi Turizmi: Ayvalık’ta Yerli Turistler Üzerinde Görgül Bir Araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(1), 14-29.
- İrigüler, F. ve Özdoğan, O. N. (2017, Aralık). Food Festivals as a Gastronomic Event and Attendees Motivations: The Case of International Urla Artichoke Festival. *3rd International Gastronomic Tourism Congress*, İzmir.
- Küçükkömürler, S., Şirman, N. M. ve Sezgin, A. C. (2018). Dünyada ve Türkiye’de Gastronomi Turizmi. *Uluslararası Turizm, İşletme, Ekonomi Dergisi*, 2(2), 78-85.
- Lee, I ve Arcodia, C. (2011). The Role of Regional Food Festivals for Destination Branding. *International Journal of Tourism Research*, 13(4), 355-367.
- Özdemir, G. ve Altınar, D. D. (2019). Gastronomi Kavramları ve Gastronomi Turizmi Üzerine Bir İnceleme. *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(1), 1-14.
- Pirnar, I., Kurtural, S. ve Tütüncüoğlu, M. (2019). Festivals and destination marketing: An Application from İzmir City. *Journal of Tourism, Heritage ve Services Marketing*, 5(1), 9-14.
- Sağlamtaş, E. (2019) *Kırsal Alanlarda Düzenlenen Yemek Festivallerinin Sosyal Boyutunun Algılanan Toplumsal Katkıya Etkisi: Yeşilüzümlü Kuzugöbeği Mantar Festivali Örneği*. Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Mersin.
- Seçim Y. (2020). Gastronomy Festivals in Turkey, F. Türkmen (Ed.) *Selected Academic Studies from Turkish Tourism Sector* içinde (s. 323-335). Peter Lang, Berlin.

- Sert, A. N. (2017). Yerel Halkın Festivallerin Başarı Faktörlerini Algılamalarına Yönelik Bir Çalışma: Beypazarı Örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 29-44.
- Sürenkök, A., Baggio, R. ve Corigliano, A. M. (2010). Gastronomy and Tourism in Turkey: The Role of ICTs. *Information and Communication Technologies in Tourism*, 20, 567-578.
- Şahin, G. G. ve Ünver, G. (2015). Destinasyon Pazarlama Aracı Olarak Gastronomi Turizmi: İstanbul'un Gastronomi Turizmi Potansiyeli Üzerine Bir Araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(2), 63-73.
- Şengül, S. ve Genç, K. (2016). Festival Turizmi Kapsamında Yöresel Mutfak Kültürünün Destekleyici Ürün Olarak Kullanılması: Mudurnu İpekyolu Kültür Sanat ve Turizm Festivali Örneği. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23, 79-89.
- Şengül, S. ve Türkay, O. (2015). Bölge Restoran Mönülerinin Belirlenmesinde Yöresel Mutfaklar Eğitiminin Kullanılması: Mudurnu Örneği. *Electronic Journal of Vocational Colleges*, UMYOS Özel Sayısı, 1-6.
- Üner, E. H. ve Şahin, G. G. (2016). Türkiye Gastronomi Turizmi Potansiyelinin Her Şey Dâhil Satış Sistemi İçinde Değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(3), 76-100.
- Yılmaz, İ. ve Çullu, N. (2012). Nevşehir'de Alternatif Turizm Potansiyeli ve Turistik Ürün Çeşitlendirme Üzerine Bir Araştırma. *1. Doğu Akdeniz Turizmi Sempozyumu*, 185-202.