



Gastronomi Turizminin Çekiciliği ve Geliştirilebilirliği: Zonguldak İlinde Bir Uygulama (Attractiveness and Development of Gastronomy Tourism: An Application in Zonguldak Province)

* Neşe KÖKTÜRK^a 

^a Zonguldak Bülent Ecevit University Çaycuma Vocational School, Department of Transportation Services, Zonguldak/Türkiye

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi: 07.08.2023

Kabul Tarihi: 18.09.2023

Anahtar Kelimeler

Gastronomi

Gastronomi turizmi

kavramı

Zonguldak

Öz

Sektörde kalıcı olmak ve rekabet avantajı kazanmak isteyen destinasyonların gastronomik çeşitliliğe sahip olması ve bunu diğer turistik değerlerle zenginleştirebilmesi turizm alanında farkındalık yaratabilmesine ve bölgesel bir imaj geliştirilmesine katkı sağlayacaktır. Bu bağlamda araştırmanın amacı Zonguldak ilinin gastronomi turizmi potansiyelini ortaya koymaktır. İlin kendisine has yerel mutfağının iyi bir turizm kaynağı olarak değerlendirilebilmesi için, çalışmada yöre mutfağından örnekler verilmiş, çeşitli öneriler sunulmuş, bunun üzerinden ilin turistik destinasyon olarak gelişiminin hızlandırılabilceği ortaya konulmaya çalışılmıştır. Araştırma yönteminde nitel araştırma tekniği uygulanmıştır ve verilerin elde edilmesi amacıyla yarı yapılandırılmış mülakat yönteminden yararlanılmıştır. Zonguldak ili içerisinde ikamet eden halktan kişilerle mülakat yapılmıştır. Çalışma kapsamında, öncelikle gastronomi, gastronomi turizmi ve gastronomik mirasın korunması kavramsal açıdan incelenmiş ve ilgili alanlarda literatür taraması yapılmıştır. Elde edilen bulgulara göre katılımcıların gastronomi kavramına ilişkin değerlendirmelerinin benzerlik gösterdiği, Zonguldak'ı gastronomik değerler açısından zengin buldukları, gastronomik mirası kültürel bir değer olarak gördükleri, bunların korunmasını ve gelecek nesillere aktarılmasını önemli buldukları tespit edilmiştir.

Keywords

Gastronomy

Gastronomy tourism concept

Zonguldak

Abstract

Destinations that want to be permanent in the sector and gain a competitive advantage have gastronomic diversity and enriching it with other touristic values will contribute to raising awareness in the field of tourism and developing a regional image. In this context, the aim of the research is to reveal the gastronomic tourism potential of Zonguldak province. In order to harness the unique local cuisine of the region as a valuable tourism resource, the study has provided examples from the local cuisine and offered various recommendations. Through these efforts, the potential for accelerating the development of the region as a tourist destination has been explored. Qualitative research method was applied in the research method and semi-structured interview technique was used to obtain the data. Interviews were made with people from the people living in Zonguldak and its environs. Within the scope of the study, first of all, gastronomy, gastronomic tourism and the protection of gastronomic heritage were examined conceptually and literature review was made in the relevant fields. According to the findings, it has been determined that the evaluations of the participants regarding the concept of gastronomy are similar, they find Zonguldak rich in gastronomic values, they see the gastronomic heritage as a cultural value, and they find it important to preserve and transfer them to future generations.

Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

* Sorumlu Yazar

E-posta: nesekokturk@gmail.com (N. Köktürk)

DOI: 10.21325/jotags.2023.1274

GİRİŞ

Birçok disiplin ile bağlantı içerisinde olan turizm sektörü dünyadaki tüm gelişim ve değişimlerden etkilenmektedir. Özellikle teknoloji alanında yaşanan gelişmelerin, turizm faaliyetlerine yönelik alışkanlıkları değiştirmesi hissedilir düzeylerde olmuştur. Yaşanan bu değişim, turistlerin kitle turizmi gibi çok yaygın bir turizm anlayışından uzaklaşarak kırsal bölgelere, tarihi ve kültürel değerlere olan ilgisini artırmıştır. Farklılıkların cazip olduğu bu dönemde gastronomi turizmi, yayla turizmi, termal turizm, inanç turizmi, kış turizmi, doğa turizmi gibi alternatif turizm türleri önem arz etmeye başlamıştır (Başaran, 2017). Bu açıdan yeterli turistik imkânlara sahip olan destinasyonlar bu unsurları turistik ürün olarak pazarlamaya çalışmaktadır. Destinasyonların turistik ürün olarak değerlendirdiği en özel kültürel değerlerden birisi de gastronomik unsurlardır. Önceden turistik amaçlı yapılan seyahatler için sıradan bir fizyolojik ihtiyaç olarak görülen yeme-içme faaliyetleri bugün için turizm seyahatlerinin öznesi durumuna gelmiştir (Çelik, 2018; Harrington & Ottenbacher, 2010). TÜRSAB tarafından gerçekleştirilen Gastronomi Turizmi Raporunda (2015), ortaya çıkan sonuçlar da bunu destekler niteliktedir. Rapora göre; gastronomi turizminin alternatif turizm türü olarak gittikçe önem kazandığı, turistlerin yüzde 88.2'sinin destinasyon seçiminde yemeğin çok önemli olduğunu belirtmesiyle açıklanmıştır. 2014 senesinde Türkiye'yi ziyaret eden 41 milyon 415 bin turistin, toplamda 34.3 milyar dolar harcamada bulunduğu, bu harcamanın da 6 milyar 523 milyon dolarının yeme içmeye ayrıldığı belirtilmiştir. Raporda, toplam turistik harcamaların içindeki %19'luk pay ve turist başına 157.5 dolarlık restoran faturası ile gastronominin önemine vurgu yapılmıştır. Bu nedenle destinasyonlar, her geçen gün değişen, farklı seyahat deneyimi arayışında olan turistler için, yörenin çekiciliği artırıp ülke turizmini destekleyen, turiste bire bir deneyim yaşama fırsatı sunan gastronomik kaynaklarını pazarlama stratejisi olarak öne çıkarmaktadırlar.

Gastronomi turizmi dünyada hızla büyüyen bir turizm çeşidi olarak, değişen turistik beklentilere paralel şekilde destinasyon seçiminde etkili olmaktadır. Bu anlamda yerel yemek kültürleri ve bunu yakından tanımak ve tatmak isteyen turistler bir araya getirilerek destinasyon önemli bir ziyaret merkezine dönüştürülmektedir.

Yerel ve ulusal yemek kültürü bir destinasyonun sahip olduğu en kıymetli çekiciliklerden biri olarak görülmektedir (Gülen, 2017). Ülkelerin turizm değerlerinin tanıtılmasında, mutfak kültürlerinin ön plana çıkarılması isteği gittikçe daha önemli hale gelmektedir. Yeme-içme eyleminin, bilimsel ve sanatsal bir olaya dönüştürülmesi şeklinde değerlendirilen gastronomi kavramı, günümüzde turizmle bütünleşmeye ve ülkelerin tanıtımı konusunda aktif bir rol üstlenmeye başlamıştır (Erol, Örgün & Keskin, 2019). Kültürel çekicilik açısından önemli bir yere sahip olan gastronomi, destinasyona has olma niteliği ile fark yaratıcı bir pazarlama aracıdır (Şahin & Ünver, 2015). Bir bölge ya da işletmeye yeme içme niyetiyle yapılan seyahat ya da ziyaret şeklinde nitelendirilen gastronomi turizmi ise kültür turizmi içinde gerçekleştirilen özel ilgi turizmi türü olarak açıklanmaktadır (Bekar & Kılınç, 2014).

Kültür turizminde yöresel değerlere farkındalığının artırılması ve yöresel yemeklerin kültür turizmine katılan turistlerin hizmetine sunulması beklentilerin üstünde bir ekonomik fayda sağlamaktadır. Ayrıca doğal ortamlarında yöresel olarak hazırlanan yiyecekler yöre halkının sağlıklı beslenmesinde ve gastronomik mirasın korunmasında önemli bir rol da oynamaktadır (Toptaş, 2020). Zonguldak ilinin sahip olduğu zengin mutfak kültürünün ve potansiyelinin turistik ürün olarak değerlendirilip yörenin ekonomisine, imajına ve tanıtımına katkıda bulunmak amacıyla yapılan araştırmaların yetersizliği bu çalışmanın problemini oluşturmaktadır. Bu açıdan Zonguldak'ta gastronomik değerlerin incelenmesi ve potansiyelinin ortaya koyularak şehirde gastronomi turizmine yönelik

farkındalık yaratılması bu çalışmanın amacını teşkil etmektedir. Araştırmanın konusuna yönelik sistematik ve derinlemesine bilgiye ulaşabilmek için, görüşme yönteminden faydalanılmış ve yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır (Miles & Huberman, 2015; Patton, 2014; Yıldırım & Şimşek, 2013).

Bu kapsamda bölgede yaşayan 12 farklı kişiyle derinlemesine görüşme yöntemi kullanılarak, birebir mülakatlar yapılmıştır. Mülakatlardan edinilen verilerin çözümlenmesi amacıyla içerik ve kapsam analizleri gerçekleştirilmiş, katılımcıların Zonguldak'ın gastronomi potansiyeli hakkında yeterli bilgiye sahip olup olmadıkları, bunların korunması ve nasıl tanıtılabileceği konusu, görüş ve ifadeler doğrultusunda irdelenmeye çalışılmıştır.

Turistik amaçlı seyahatlerde gastronomik zenginliklerin belirleyici ve tercihleri şekillendirici özelliği bugün olduğu gibi yarın da artmaya devam edecektir. Turizmde sağlam bir yer edinmek isteyen destinasyonlar bunu bir fırsat olarak değerlendirebildiklerinde hem değerlerini koruyabilecek hem de ekonomik anlamda katkı sağlayabilecektir. Yapılan bu çalışmayla, Zonguldak'ın gastronomik açıdan kapasitesi ve bunun önemi vurgulanmıştır. Ayrıca, bu kaynakların gastronomi turizmine dönüştürülebilmesi için girişimciler tarafından yatırım yapılmasının gerekliliği vurgulanmaya çalışılmış, gastronomik değerlerin ortaya çıkarılması amacıyla öneriler getirilmiştir.

Literatür Taraması

Gastronomi ve Gastronomi Turizmi Kavramı

Gastronomi kelimesi Yunancadan (γαστρονομία) literatüre geçerek, gastri (karın) ve nomos (kural) kelimelerinden türetilmiştir. Bu anlamda gastronominin babası olarak kabul edilen Yunan şair ve filozof Arcestratus'un M.Ö. 350 yılında tamamladığı "Hedypatheia - Life of Luxury" adlı eseri dünyanın ilk yemek kitabı olarak kabul edilmektedir (Moira, Mylonopoulos & Kontoudaki, 2015). Yiyecek ve içeceklerle ilgili her şey, gastronominin konusu içine girmekte, tarihi, kültürel, coğrafi, sosyal, psikolojik faktörler gibi birçok unsur gastronomik değerleri oluşturmaktadır. Bu yüzden gastronomi tanımlarının birçoğunda gastronominin belirli yön veya yönleri vurgulanmakla beraber, gastronominin tam anlamıyla açıklanmasına yeterli olmamaktadır (Gülen, 2017). Türk Dil Kurumunda gastronomi; sağlığa uygun, güzel bir şekilde düzenlenmiş, iyi ve lezzetli mutfak, yemek düzeni ve yöntemi (www.sozluk.gov.tr) olarak tanımlanmıştır. Gastronomi kavramı; yerel ürünler, yaşam tarzı, kültür ve sürdürülebilir değerler anlamına da gelmektedir (Küçükkömürler, Şirvan & Sezgin, 2018). Gastronomi; ülke ya da bölge mutfaklarını farklı kılan, ülkenin ya da bölgenin yiyeceklerini, yeme içme alışkanlıklarını ve yiyecek hazırlama tekniklerini ifade eden, kültür ve yemek arasındaki bağlantıyı araştıran yeme-içme bilimi ve sanatı olarak da açıklanabilir (Cömert & Sökmen, 2017). Şengül ve Türkay (2016), gastronomiyi; mutfak kültürü içerisinde bulunan yiyecek ve içeceklerin, yapıları, lezzetlerini, sofraya düzenlerini, görselliklerini ve bunlar arasındaki bağlantıyı inceleyen, lezzetli yiyecek ve içecekleri araştıran ve bu etkinliğe katılanlarca sanatsal bir çalışma şeklinde isimlendirilen disiplin olarak tanımlamaktadırlar. Gastronomi; yiyecek ve içeceklerin tarihsel gelişim sürecinden itibaren bütün özelliklerinin detaylı bir şekilde tanımlanarak tatbik edilmesi ve geliştirilerek günümüze uyarlanması çalışmalarını içermektedir. Genel olarak tüm bu ve farklı tanımlara istinaden gastronomiyi; yiyecek ve içecek ile alakalı malzemelerin nasıl kullanılması gerektiğini açıklayan, değişik mutfak kültürleri arasındaki benzerlik ve farklılığı belirleyen, bir yemekten deneyimlenen tadı en yüksek noktaya çıkararak; yemek, tarih ve kültürü birlikte sunmaya çalışan bir bilim dalı olarak açıklayabiliriz (Küçükkömürler vd., 2018). 18.YY'da Fransa'da yaşayan ve burada gastronomi söyleminin öncüsü olarak kabul edilen Brillant Savarin gastronominin amacını "insan için gerekli

olan en iyi, olası beslenme şeklini tavsiye ederek onun korunmasına itina göstermektir” şeklinde açıklamış, Kemer ise bu amacı mümkün olan en üstün beslenme ile insanın korunması ve hayattan haz almasının sağlanması olarak belirtmiştir (Cankül & Yıldız, 2020; Kemer, 2011). Hangi amaçla olursa olsun seyahat edenler ve turizme katılanlar gerek destinasyon da gerekse yolculuk esnasında beslenmek zorundadırlar. Bu da yiyecek ve içeceğin turizm sektörü açısından vazgeçilmez bir unsur ve giderilmesi gereken zorunlu bir temel ihtiyaç olduğunu göstermektedir. Bu fizyolojik ihtiyaç bugün itibariyle doğrudan bir çekim unsuru ve seyahatlerin başlıca sebebi olabilmektedir. Bu gerekçe ile yapılan turistik hareketler, gastronomi turizmi çerçevesinde değerlendirilebilmektedir.

Özel bir yemeği tatmak ya da bir yemeğin üretim sürecini deneyimlemek için; yiyecek üreticilerini, restoranları, yiyecek içecek ile ilgili özel alanları ve bu konudaki festivalleri görmek amacı ile yapılan ziyaretler gastronomi turizmi olarak değerlendirilir (Sormaz, Yılmaz & Akdağ, 2018). Farklı bir mutfak kültürü içerisinde bulunan yiyeceklerin hazırlanması, servisi, tüketilmesi; mutfak ve yemek tarzlarının tespit edilmesi amacıyla gerçekleştirilen turizm türüne gastronomi turizmi denilmektedir (İlhan & Mesci, 2018). Bir başka tanımda; farklı kültürlerle has yiyecek ve içecekleri yine o kültüre özgü bir biçimde tüketmek için yapılan ziyaretler gastronomi turizmi olarak açıklanmıştır (Sarıışık & Özbay, 2015). Bireylerin kendileri için yeni olan yiyecekleri keşfetmeleri kadar, yeni kültürleri ve var olma biçimlerini keşfetmek için yiyecekleri kullanmaları ile ilgili olan (Long, 2004) gastronomi turizmi, turistlere seyahatleri boyunca bölgeye has yiyecek ve içecekleri tatma fırsatı sunarak bir başka yerde bulunmasının çok zor olduğu yiyecek ve içecekleri tecrübe etme fırsatı sunan bir turizm şeklidir (Çatır & Ay, 2018). Cejudo, Patterson & Leeson (2019) gastronomi turizmini, benzersiz ve unutulmaz gastronomik deneyimler yaşatmak için hazırlanmış yiyecek ve içecekleri aramak ve bunlardan zevk almak için yapılan seyahatler olarak açıklamıştır. Sandybayev'e (2018) göre gastronomi turizmi; belirli bir ülkenin yüzyıllardır süren geleneklerinin özü yerel tariflerinin ve mutfak spesiyalitelerinin tadını çıkarmayı ve yerel halkın yemek pişirme kültürüne yönelik unutulmaz bir deneyim yaşamayı sağlayan seyahatlerdir. Bu durumda yemeklerin malzemesinden hazırlanışına, sunumundan yemek yenilen mekâna kadar her şeyi, gastronomi turizminin bir parçası olarak değerlendirebiliriz (Irmak, 2019).

Sonuç olarak yeme-içme eyleminin bilime ve sanata dönüştürülme gayesi şeklinde adlandırılan gastronominin amacı, mümkün olan en üstün beslenme ile insanın korunmasının ve hayattan haz almasının sağlanmasıdır (Çelik, 2017). Zira gastronominin odak noktasında insan ve estetik yer alır ve bu açıdan geniş kapsamlı bir konu olan gastronomi yemek yeme faaliyetine konu olan tüketim esnasında ne yenildiğinin çok ötesinde bir mana taşımaktadır (Öney, 2016).

Gastronomi Turizminin Önemi

Gastronomi, günümüz turizminde önemli bir motivasyon sebebi ve ziyareti güdüleyen bir unsurdur. Bu konuda yapılan birçok araştırma; yemeklerin ve yemek yemenin verdiği zevk ve memnuniyet duygusunun turist deneyimlerinde önemli rol oynadığını ortaya koymuştur. Turistler için temel bir ihtiyaç olan beslenme ve bu esnada hissedilen memnuniyet gastronomik deneyimi oluşturmaktadır (Sarıışık & Özbay, 2015). Bu deneyim turistik destinasyonun pazarlamasında ve markalaşabilmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Gastronomi turizmi sayesinde bir bölge kültürel kimliğini ve mirasını yansıtabilmekte ve rekabet avantajı yakalayabilmektedir (Boztoprak, Tokgöz & Çetinkaya, 2016). Gastronomi turizmi, bölgeye özgü yemeklerin sunulmasını sağlayarak sürdürülebilir ekonomik gelişime de önemli bir katkı da bulunmaktadır (Kargiglioğlu & Kabacık, 2017). Bölge ve yöreye özgü ürünlerin farklılıklarının sunulması ve tanıtılması, bu ürünlerin de bazı turistler için ülke, bölge ve/ya turistik destinasyon

seçiminde önemli rol oynaması, destinasyonların tanıtılması bakımından önemlidir (Aydoğdu & Duman, 2017). Kaldı ki günümüz turistleri artık seyahatlerinde günlük hayatın geleneksel rutinlerinden kaçarak farklı deneyimler yaşamayı istemektedirler. Bu nedenle destinasyonlar turistleri çekmek ve marka imajı oluşturabilmek için, tanıtım faaliyetleri içerisinde yöresel yemek ve içecekleri de eklemekte, yöresel değerlerini koruyarak ve geleneksel yöntem ile üretilen yemek ve ürünlerini turistlere sunarak gastronomi turizmini geliştirmeye çalışmaktadırlar (Hazarhun & Tepeci, 2018). Gastronomi sayesinde bazı destinasyonların bilinirliği sınırları içinde buldukları ülkelerin tanınırlığının ötesine geçebilmektedir (Göynüşen, 2011). Kendilerini farklılaştırmak ve pazar tabanlarını genişletmek isteyen destinasyonlar gerek tanınırlık gerekse turizm pazarlamasındaki etkisiyle bir cazibe kaynağı olan gastronomiyi, geleneksel yiyecek ve içecekleri çekim merkezleri olarak kullanmakta (Cejudo, Patterson & Leeson, 2019) ve gastronomiyi sadece turistlerin temel ihtiyacı olarak değil, aynı zamanda bu destinasyona özgü kültürel unsuru tasvir etmenin bir yolu olarak görmektedirler (Kumar, 2019). Gastronomik açıdan zengin bir kültüre sahip olan destinasyonlar bu türden bir zenginliğe sahip olmayan destinasyonlara karşı farkındalık yaratabilmektedirler. Ayrıca Zağralı ve Akbabaya (2015) göre, ziyaret edilen bir destinasyonun mutfak kültürünün çeşitli olması, destinasyonu ziyaret eden turistlerin burayı tekrar görmek istemeleri açısından da önemli bir faktör olmaktadır.

Destinasyonların turist çekme konusunda farklılık olarak sundukları gastronomik değerler turistlerin duyularına hitap ederek tatil deneyimlerine kalite katmakta, çekici bir unsur olarak destinasyonun sürdürülebilir gelişimine katkıda bulunmakta ve yerel ekonomiyi canlandırmaktadır. Turistlere otantik bir deneyim kazandıran, destinasyon için özgün bir kaynak olan gastronomi turizmi birçok araştırmanın konusu olmaktadır.

Birdir ve Akgöl (2015), Türkiye'yi ziyaret eden yabancı turistlerin gastronomi tecrübelerini incelemek için yapmış oldukları çalışmada; turistlerin ziyaret nedenleri arasında, Türk mutfağına has yemekleri tatma amacı üçüncü sırada yer almıştır. Ayrıca, yabancı turistlerinin büyük çoğunluğu Türkiye'yi ziyaret etmeden önce Türk mutfağı hakkında bilgi sahibi olduğunu, yerel yiyecekler sunan restoranları tercih ettiklerini, kendi ülkelerine döndüklerinde çevresindekilere Türk gastronomisine ilişkin bilgiler vereceklerini belirtmiştir. Cömert ve Sökmen'in (2017) Antalya'da konaklayan yerli ve yabancı turistlerin Türkiye'deki gastronomik alışkanlıklarını ve tatmin düzeylerini belirlemek amacıyla yapmış olduğu çalışmada ise katılımcıların Türk mutfağına ait yiyecekleri tanımakla beğeni düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki olduğu ortaya çıkmıştır. Albayrak (2013) tarafından yapılan çalışmada da benzer sonuçlar görülmüştür. Değişik milletlerden turistlerin Türk mutfağı ile ilgili düşüncelerinin saptanması üzerine yapılan çalışmada, turistlerin büyük bir çoğunluğu; Türk mutfağı hakkında bilgi sahibi olduğunu ve bu bilgileri daha çok internet aracılığıyla elde ettiklerini ve ikamet ettikleri ülkelere geri döndüklerinde Türk yemeklerini tavsiye edeceklerini açıklamıştır. Yapılan bir diğer çalışmada İrigüler ve Güler (2015) turistlerin Türkiye'de deneyimledikleri tatları genel olarak beğendiklerini, fakat tur rotasında yer alan restoranların Türk mutfağını yansıtan menüler sunmadıklarını ifade etmişlerdir. Ataberk tarafından (2017) Tire (İzmir)'de yapılan çalışmada ise; yöresel mutfak ve ürünlerinin, önemli bir çekicilik ve turistik zenginlik olarak kabul edildiği, yöreyi ziyaret eden turistlerin yöresel bir şekilde üretilen, yerel yiyecekleri tüketmesinin bölgeye çarpan etkisi yaptığı, bu sayede yerel ekonominin kazanç elde ettiği ve yerel tüketimi canlandırdığı belirtilmiştir. Zigana yöresine gelen turistlerin bu yörenin gastronomi turizmi bakımından bir çekiciliğe sahip olup olmadığı konusundaki algılarını ölçmek için yapılan çalışmada ise, turistlerin büyük çoğunluğu yöresel lezzetler noktasında tesisleri yeterli bulduklarını, yörenin gastronomi turizmi beklentilerini karşıladığını ve yöreyi, gastronomi turizmi bakımından alternatif bir saha olarak gördüklerini belirtmişlerdir (Çavuş, Işık & Yalçın, 2018). Karim ve Chi (2010); Fransa, İtalya ve Tayland'ın yemek

imajı ile turistlerin destinasyonu ziyaret etme niyetleri üzerindeki rolünü incelemiş, destinasyonların yemek imajı ile turistlerin ziyaret niyeti arasında önemli bir pozitif ilişki olduğunu ve iyi bir yemek imajının bir destinasyonu ziyaret etme olasılığını yükselttiğini belirtmişlerdir. Marzella (2008) çalışmasında, turistlerin %70'inin gittikleri yerlerin kendilerine has yöresel yiyecekleri ve içeceklerini, aile ve yakınlarıyla paylaşmak için kendi yaşadıkları yerlere götürdüğünü ve tavsiye ettiğini tespit etmiştir. Kumar'da (2019) yapmış olduğu çalışmada Andaman ve Nikobar Adalarında gastronomi turizminin tamamlayıcı ve destekleyici bir turizm şekli olarak geliştirilebileceğine dair önemli kanıtlar sunmuş, destinasyonun sürdürülebilir gelişimi ve rekabet gücü açısından gastronominin önemine vurgu yapmıştır.

Sonuç olarak turistlerin yeni tat ve değişik kültürlerle tanışmasında aktif bir rol oynayan yerel ürünler coğrafi bir kimliktir ve mutfak, yemek reçeteleri, tarih, etnik çeşitlilik, coğrafya ve yaygın lezzetler gastronomik kimliği belirleyen unsurlar arasındadır. Bu yüzden gastronomi yerellik içerir ve ihraç edilemez özelliğindedir (Küçükökmürler vd., 2018). Mutfak, ünlü yemek mekanları, servisler ve faaliyetler, farklı gelenekler yerel ürünlerin tanıtımında benzersiz bir seyahat deneyimi sunabilirler (Moira, Mylonopoul & Kontoudaki, 2015). Tüm bunların tercihli bir talep yaratabilen önemli unsurlar olarak, destinasyona değer katabilme potansiyeli oldukça yüksektir ve bugün destinasyonlar yerel değerleri ön plana çıkartarak diğer bölgelerden ayrıcalıklarını ortaya koyma gayesi içerisinde bulunmaktadır.

Zonguldak'ın Gastronomi Turizmi Potansiyeli

Zonguldak ili uzun bir geçmişe ve köklü bir kültüre sahip otantik bir şehirdir. İl engebeli bir yapıya sahip olduğu için ekili-dikili tarım alanları dar ve parçalıdır. Buna rağmen yetiştirilen ürün türleri fazladır. Zonguldak'ın başlıca tarım ürünlerini; fasulye, mısır, arpa, buğday, yulaf, çavdar ve bakla oluşturur. Sebze ve meyve olarak en fazla kara lahana, ıspanak, pırasa, fındık, armut, erik, elma, dut, kestane, ceviz, kiraz ve kıızılcık yetiştirilir. Bu tarım ürünlerine istinaden yörede yemek kültürü sebze ağırlıklı olarak şekillenmekle beraber ilin daha önceleri yoğun göç alarak farklı kültürlerle ev sahipliği yapmış olması yöre mutfağını etkilemiştir (Zonguldak İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü).

Zonguldak İlinin Turistlere Gastronomik Deneyim Olarak Sunabileceği Yöresel Yemekleri

Uğmaç Çorbası

Malzemesi: 1 su bardağı su, 2 su bardağı kaynatılmış süt, 6 kaşık un ve tuz.

Yapılışı: 2 bardak su ile iyice ovulan unun tel tel dökülmesi sağlanır. 1 bardak suya bir miktar tuz atılarak kaynamaya bırakılır. Sonra un kaynamakta olan suya karıştırılarak eklenir. Pişinceye kadar kaynatma işlemi devam eder. En son içine süt ilave edilerek tuzu kontrol edilir. Sıcak bir şekilde servis yapılır. İsteğe göre üzerine nane de dökülebilir (Zonguldak İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü).

Malay

Malzemesi: 1000 gr su, 200 gr tereyağı, 250 gr mısır unu, 100 gr kuru soğan, 100 gr kaymak, 5 gr tuz, 5 gr karabiber.

Yapılışı: Su kaynatılır, kaynadıktan sonra içine tuz eklenir ve azar azar mısır unu ilave edilerek çırpma teliyle karıştırılır. Bu işlem mısır unu karışımı suyunu çekip koyulaşmaya başlayınca kadar devam eder. Sonra ısıtılan bir tavanın içine tereyağı ve soğan eklenir. Soğanlar kızarmaya başladıktan sonra kaymak ilave edilir. Suyunu çeken

mısır unu karışımı biraz dinlenmesi için bekletilir. Koyulaşmaya başlayınca tereyağı, soğan ve kaymak karışımı üzerine dökülerek servis edilir (Lezzetler, 2015).

Beyaz Baklava

Malzemeler: 3 yumurta, 0,5 litre süt, 100 gr margarin, 3 çorba kaşığı yoğurt, 1 paket nişasta unu, ceviz içi ve 1 adet limon.

Şerbeti: 2 litre su, 3 kg şeker, 1 adet limon suyu (şerbetin içine şekerlenmemesi için kaynarken çok az tuz atılır).

Yapılışı: Gerekli malzemeler karıştırıldıktan sonra, un ilave edilerek ele yapışmayacak şekilde bir hamur hazırlanır. Hamur 55 ayrı parçaya bölünerek 15-20 dakika dinlenmesi için temiz bir bezin arasına bırakılır. Daha sonra üzerine nişasta serpilerek oklava yardımıyla yufka büyüklüğünde açılır ve açılan yufkalar hafif kurumaya bırakılır. Altı yağlanan büyük bir tepsiye kuruyan yufkalardan 5 tanesi konular, üstüne dövülmüş ceviz serpilir. Bu işlem 54 adet beze bitene kadar devam eder. Daha sonra kalan 1 adet beze açılarak kurutulmadan tepsideki yufkaların üzerine yerleştirilir. Yufkalar, bıçak yardımıyla baklava şeklinde kesilir, üzerine eritilmiş margarin gezdirilir. Fırında çok kızarmadan pişirilmesi sağlanır. Hafif ılıdığında şerbeti dökülür (Zonguldak İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü).

Pırasa Dolması

Malzemeler: Yarım kg pırasa, 1600 gr su, 50 gr tereyağı, 50 gr soğan, 200 gr pirinç, 50 gr kuş üzümü, 30 gr maydanoz, 5 gr tuz, 5 gr karabiber.

Hazırlanışı: Pırasalar önce suda haşlanır sonra soğuk suda soğutulur. Tava kızdırılır, yağ ilave edilir ve soğanlar kavurular. Daha sonra içine pirinç ve su eklenir. Karışım suyunu çektikten sonra tuz, karabiber ve maydanoz ilave edilir ve soğumaya bırakılır. Hazırlanan karışım pırasaların içine doldurularak tencereye dizilir üzerine su eklenerek kısık ateşte 30 dakika pişirilir (Batı Karadeniz Kalkınma Ajansı [BAKKA], 2016).

Cevizli Kömeç

Malzemeler: 400 gr un, 120 ml ılık su, 120 ml süt, 40 gr yaş maya, 20 gr toz şeker, 50 gr sıvı yağ, 300 gr ceviz, 25 gr yumurta sarısı, 10 gr Tuz, 30 gr susam.

Hazırlanışı: İlk önce ılık suya yaş maya ve toz şeker konularak karıştırılır. Bir kaba un, süt, sıvı yağ, su ve şekerle karıştırılmış olan maya konularak yoğrulur. Elde edilen hamur üstü kapalı olarak bir saat kadar bekletilir. Hamurdan ceviz büyüklüğünde parçalar alınarak olabildiğince ince bir şekilde açılır. Üzerine sıvı yağ sürülür ve ceviz serpilir. Bütün hamurlar bitinceye kadar bu şekilde açılır, yağlanır, ceviz koyulur ve üst üste dizilir. En üstteki hamurda yağlandıktan sonra, hamurun ortasından bir delik açılarak içten dışa doğru kıvrılır. Üzerine yumurta sarısı sürülür, susam dökülür. Daha önce ısıtılmış 120 derecelik fırında 15-20 dakika pişirilir. Bir süre sonra fırın ısısı 180 dereceye çıkartılarak üzerinin kızarması beklenir. Dilimlenerek servis edilir (BAKKA, 2014).

Ereğli Pidesi

Malzemeler: 500 gr kıyma, 50 gr soğan, 100 gr domates, 50 ml su, 50 gr sivri biber, 15 gr tuz, 5 gr karabiber.

Hamuru için: 500 gr tam buğday unu, 300 ml ılık su, 10 gr kuru maya, 20 gr şeker ve 20 gr tuz

Üzeri için: 50 gr eritilmiş tereyağı.

Hazırlanışı: Geniş bir kâsede un, maya, şeker, tuz ve ılık su yoğurularak yumuşak bir hamur hazırlanır. Sonra 30 dk kadar üstü örtülerek mayalanması için bekletilir. İç malzemesi için kıyma, ince kıyılmış soğan, rendelenmiş domates, sivri biber, tuz ve karabiber bir kaptay yoğurulur. Sonra biraz su eklenerek karışımın incilmesi sağlanır. Hamur 100 gr'lık parçalara ayrılır. Merdane yardımıyla uzun ve oval şekilde açılır. Daha önce hazırlan iç malzemesi açılan hamurun üzerine kenarlarında 2 cm boşluk kalacak biçimde yayılır ve kenarlarından içe doğru katlanır. Önceden ısıtılmış fırında 200 derecede kenarları kızarıncaya kadar pişirilir. Piştikten sonra pidelerin üzerine tereyağı sürülür ve dilimlenerek servis edilir. (Türkiye Kültür Portalı, 2019).

Isırgan Yemeği

Malzemeler: 1000 gr ısırgan otu, 300 gr mısır unu, 1000 gr su, 10 gr sarımsak, 50 gr tereyağı, 5 gr tuz, 5 gr karabiber.

Hazırlanışı: Önce ısırganlar ayıklanarak yıkanır. Sonra 500 gr su ile haşlanır. Haşlama esnasında çıkan suyun yarısı bir başka tencereye alınır ve mısır unu ilave edilerek karıştırmaya devam edilir. Koyulaşmaya başladıktan sonra haşlanmış ısırgan eklenir. Bir başka tavada tereyağına sarımsak konularak kavrulur, tuz ve karabiber ilave edilir. 5 dakika kadar kavurmaya devam edilir. Son olarak tabaklara konulan ısırgan yemeğinin üzerine tereyağı sarımsak sosu dökülür ve servisi yapılır (BAKKA, 2014).

Cizleme

Malzemeler: 5,5 su bardağı un, 3 su bardağı ılık su, 1 yemek kaşığı kuru maya, 1 yemek kaşığı tuz, 1 tatlı kaşığı şeker, margarin.

Hazırlanışı: Geniş bir kaptay elenen una, maya, şeker ve tuz eklenir, 5 dakika yoğurulur ve ılık bir yerde 1 saat mayalanmaya bırakılır. Sac ısıtılır, hamurdan yarım kepece alınarak sacın ortasına dökülür, sonra hamur kalınlığı yarım cm. olacak biçimde kepecin arka tarafı ile yayılır ve tek taraftan pişirilir. Piştikten sonra da üzerine yağ sürülerek servis edilir (Zonguldak İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü).

Kabak Tatlısı

Malzemeler: 1 kg bal kabağı, 250 gr ılık su, 250 gr şeker, 50 gr bal, 15 gr vanilya.

Üzeri için: 200 gr ceviz içi, 100 gr kaymak.

Hazırlanışı: Kabağın iç kısımları temizlenir, kabuklarını soyulur ve dilimlenerek yıkanır. Tencereye kabuğu soyulan tarafları alta gelecek şekilde dizilir. Üzerine şeker, bal ve vanilya eklenir. 2 saat kadar bekletilir. Kısık ateşte her 5 dakikada bir ılık su ilave edilerek 30 dakika kadar pişmesi sağlanır. Tam olarak suyunu çekmeden ocağın altı kapatılır, 10 dakika kadar kapağı kapalı şekilde dinlendirilir. Soğuduktan sonra üzerine kaymak ve ceviz konularak servis edilir (BAKKA, 2014).

Kızılıcak Marmeladı

Malzemeler: 2000 gr kızılıcak, 800 gr toz şeker.

Hazırlanışı: Kızılıcakların sapları ayıklanarak yıkanır. Üzerini geçecek kadar su ilave edilerek ocakta kaynatılır. Kızılıcaklar yumuşadığında ocağın altı kapatılır ve ılıması beklenir. Sonra yayvan bir tencerenin üzerine geniş bir süzgeç yerleştirilir, kızılıcaklar suyla birlikte süzgece dökülür. Kaşık yardımıyla ezildikten sonra çekirdeklerinden ayırmak için elin iç kısmı ile bastırılarak süzgeçten geçmesi sağlanır. Bu şekilde hazırlanan kızılıcak püresinin üzerine

şeker eklenerek kısık ateşte ara sıra karıştırarak pişirmeye devam edilir. Püre katılaştığında limon tuzları az bir suyun içerisinde eritilerek kızcıklara ilave edilir. Bir - iki taşım kaynatılır ve altı kapatılır. Kızcık marmelatı kendi tenceresinde ılıdıktan sonra soğuk bir cam kavanoza kapatılarak muhafaza edilir (Türkiye Kültür Portalı, 2019).

Çaycuma Manda Yoğurdu

Yoğurt Çaycuma'yı tanıtan ve kültürünü yansıtan bir simge olmuştur. Çaycuma doğal yapısı, tarıma elverişli alanları ve onun etrafını çevreleyen yaylaları ile büyükbaş hayvancılık açısından bölgede önemli bir yer teşkil eder. Yörede yetiştirilen en önemli büyükbaş hayvan mandadır (Köktürk, 2023).

Çaycuma'nın manda yoğurdunu özel yapan; hayvanların, senenin 11 ayı yeşil kalabilen doğal meralarda otlaması ve doğal yollardan beslenmesidir. Mandalar yılın sadece 1 ayı köylünün kendi tarlalarında yetiştirip kuruttuğu otları tüketmektedir. Bu yoğurdunun kendine özgü mayhoşumsu bir tadı vardır. Ayrıca yoğurdun kıvamının katı, kaymağının da iki parmak kalınlığında olması tercih sebebini oluşturur. İçindeki su oranı da fazla değildir (Zonguldak Valiliği).

Hazırlanışı: Manda sütü 10 dk. boyunca delikli kevgirle sürekli karıştırılarak düşük ateşte kaynatılır. Kaynatma işlemine süt miktarının yaklaşık ¼'ü azalınca kadar devam edilir. Sonra soğumaya bırakılan süte serçe parmağın dayanabileceği ılıma derecesine geldiğinde; 1 lt süt için 1 silme tatlı kaşığı katı yoğurt eklenir. Yoğurt ilave ettikten sonra bir iki kez karıştırılır, yoğurtun kapağı kapatılır, ısı kaybını önlemek ve sabit sıcaklığını korumak için üzeri bir bezle örtülerek sarılır. Yoğurt kabı kırıptadılmadan, bulunduğu yerde ve oda sıcaklığında yaklaşık 4 saat bekletilir. Yeteri kadar bekletilen yoğurt sarsılmadan buzdolabına kaldırılır ve 24 saat dinlendirildikten sonra tüketime sunulur. Bu şekilde hazırlanan manda yoğurdu buzdolabında yaklaşık 10 gün durabilir ancak daha fazla bekletilen yoğurtta ekşime ve küflenme olabilmektedir (Batı Karadeniz Kalkınma Birliği, 2020).

Araştırmanın Yöntemi

Araştırma kapsamında, Zonguldak ilinin sahip olduğu gastronomik değerlere ilişkin çalışmalar yapılmıştır. Çalışma kapsamında kullanılan verilerin toplanabilmesi için gerekli olan etik kurul izin belgesi Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi İnsan Araştırmaları Etik Kurulu 07/06/2021 tarihi ve 45724 sayı numarası ile alınmıştır. Sonrasında yerel halktan seçilen kişilerle bu değerlere yönelik olarak, değişen zamanlarda yüz yüze görüşmeler sağlanmıştır. Araştırmanın temelini oluşturan verilerin yerel katılımcılardan elde edilmesi gönüllülük esasıyla gerçekleşmiştir. Sorulara ilişkin daha net cevaplar alınabilmesi amacıyla kendilerine yardımcı olunmuştur.

Katılımcılardan öncelikle gastronomi kavramını ve bu kavramın kendileri için ne değer ifade ettiğini düşünmeleri istenmiştir. Bu düşünceler doğrultusunda, Zonguldak'ın gastronomi potansiyeli hakkında ne hissettikleri belirlenmeye çalışılmıştır. Ayrıca, bu değerlerin korunması ve gelecek nesillere aktarılması konusunun önemine yönelik düşünceleri öğrenilerek özetlenmiştir ve çözümlenerek içerik analizleri yapılmıştır.

Çalışmada, araştırma sorusuna yanıt aranmak üzere nitel araştırmalarda en çok tercih edilen yöntemlerden olan görüşme tekniği kullanılmıştır. Araştırmada nitel araştırma yönteminin tercih edilmesindeki genel amaç, Zonguldak'ın gastronomik değerlerinin bilinirliğini ölçmektir. Gastronomi turizminin gittikçe daha popüler hale geliyor olmasının bu bölge için bir fırsat olarak görülebilmesi ve değerlendirilebilmesi için farkındalık oluşturmak amaçlanmıştır. Araştırma konusuna yönelik nitelikli veri elde edebilmek için görüşme yöntemi kullanılmış ve derinlemesine verilere ulaşılması hedeflenmiştir. Gastronomi konusunda katılımcılara sorular genelden özele doğru

sıralanmıştır. Değişen zamanlarda yapılan görüşmeler aktif olarak yaklaşık 180 dakika sürmüştür. Araştırmanın yapılacağı kişilerin tespit edilmesinden sonra görüşmeler gerçekleştirilmiştir.

Araştırmanın Bulguları

Katılımcılara Ait Tanımlayıcı Bilgiler

Araştırmada yer alan katılımcılarla gerçekleşen mülakatlardan elde edilen verilerin içerik analizinden önce katılımcıların demografik bilgilerine yönelik tanımlayıcı çözümlenmeler yapılmaya çalışılmıştır. Araştırmaya katılan 12 katılımcının 9'u kadın (% 75), 3'ü (% 25) erkektir. Katılımcıların yaş olarak ortalaması 50.5'dir. Ayrıca eğitim durumlarına göre sıralamaları 8'i üniversite mezunu (% 66,6), 4'ü lise (33,3) mezunu şeklindedir. Söz konusu bilgiler aşağıda Tablo 1'de sunulmuştur.

Tablo 1. Katılımcılara Ait Demografik Özellikler

Katılımcı	Yaşadığı İlçe	Yaşı	Eğitim Durumu
A	Merkez ilçe	62	Üniversite
B	Merkez ilçe	56	Üniversite
C	Çaycuma	47	Üniversite
D	Çaycuma	40	Üniversite
E	Çaycuma	34	Üniversite
F	Çaycuma	33	Üniversite
G	Çaycuma	30	Üniversite
H	Çaycuma	60	Lise
I	Çaycuma	65	Lise
J	Çaycuma	72	Lise
K	Çaycuma	62	Üniversite
L	Çaycuma	45	Lise

Mülakat Verilerine İlişkin Bulgular

Bu çalışmada, gastronomik değerlerin bilinirliği açısından katılımcılara yöneltilen soruların birbirini tamamlar biçimde sorulmasına özen gösterilmiş ve sorular genelden özele şeklinde sıralanmıştır. Katılımcılara genel olarak gastronomi ve gastronomik değerlerin kendileri için ne ifade ettiği, Zonguldak'ın gastronomik değerlerinin neler olduğu, tanıtımını yeterli bulup bulmadıkları, gastronomik mirasın korunması ve gelecek nesillere aktarılması konusunda ne düşündüklerini belirlemeye yönelik sorular yöneltilmiştir. Katılımcıların soruları samimi şekilde cevaplandıkları görülmüştür. Yarı yapılandırılmış sorulara yönelik vermiş oldukları yanıtlar ve değerlendirmeler aşağıda sunulmaktadır.

Tablo 2. Katılımcıların Gastronomi Kavramına İlişkin Değerlendirmeleri

Katılımcı	Katılımcıların Değerlendirmeleri
A	"... İnsanlarda beslenme, üretimden tüketime ve damak zevkine göre besinlerin işlenmesi ve sunumudur. "
B	"... Mutfak sanatı demektir."
C	"... Farklı ve özel lezzetlerdir."
D	"... Yemek kültürümüzü ifade etmektedir."
E	"... Yemek kültürünü ifade etmektedir."
F	"... İyi yemek, yemeği sanata dönüştürmek, yemek kültürüdür."
G	"... Yemek kültürü demektir."
H	"... Eski yemekler ve mutfağı ifade ediyor."
I	"... O yörede eskiden yaşayan toplumların yedikleri yemekler, yetiştirdikleri bitki ve sebzeler ve bunlarla yapılan yemeklerdir."
J	"... Yemek kültürüdür."
K	"... Güzel yemekler, yemek yeme mutluluğu, yiyecek ve içecek kültürü, yemek sanatıdır."
L	"... Yeme ve içme üzerine bir sanat ve kültürdür."

Tablo 2’de yer alan bulgulara göre, katılımcıların gastronomi kavramına ilişkin değerlendirmelerinin benzerlik gösterdiği söylenebilir. Tanımlarda özellikle yemek kültürü olarak yapılan açıklama ön plana çıkmakla birlikte; mutfak sanatı, farklı ve özel lezzetler, besinlerin işlenip sunulması ve yemek yeme mutluluğu gibi değerlendirmeler de belirlenmiştir. Katılımcı görüşleri yukarıda yer alan Tablo 2’de sunulmuştur.

Tablo 3. Katılımcıların Zonguldak’ın Gastronomik Kaynaklarına İlişkin Değerlendirmeleri

Katılımcı	Katılımcıların Değerlendirmeleri
A	“...Zonguldak gastronomi açısından kısmen zengindir.”
B	“...Zonguldak gastronomi açısından zengin bir şehirdir.”
C	“...Zonguldak’ın gastronomik değerler açısından yeterli zenginlikte olduğunu düşünmüyorum.”
D	“...Zonguldak’ı gastronomi zenginliği açısından orta seviyede buluyorum.”
E	“...Zonguldak’ı gastronomi zenginliği açısından orta seviyede buluyorum.”
F	“...Zonguldak’ı diğer illerle karşılaştırılabilecek kadar zengin buluyorum.”
G	“...Zonguldak’ı gastronomik açıdan zengin buluyorum.”
H	“...Zonguldak’ı gastronomi açısından yeterli buluyorum.”
I	“...Zonguldak yılların birikimiyle çok zengin gastronomi değerlerine sahip olmuştur.”
J	“...Zonguldak’ta geçmişten günümüze kadar gelmiş zengin gastronomi örnekleri vardır.”
K	“...Zonguldak doğal, sağlıklı, besleyici, yöresel gastronomik ürünleriyle zengin bir şehirdir.”
L	“... Sebze yemeklerden, hayvansal ürünlere, tatlılardan deniz mahsullerine kadar bir çok gastronomik zenginliğine sahiptir.”

Tablo 3’te yer alan bulgulara göre, katılımcıların büyük bir kısmı Zonguldak’ı gastronomik değerler açısından zengin bulmuştur. Yılların birikimiyle oluşmuş bu zenginliğin doğal, sağlıklı ve besleyici olduğu vurgulanırken; sebze yemeklerinden hayvansal ürünlere, tatlılardan deniz ürünlerine kadar şehrin geniş bir yelpaze sunduğu belirtilmiştir. Katılımcılardan D ve E bu değerleri orta seviyede; C ise yetersiz bulmuştur. Katılımcı görüşleri yukarıda yer alan Tablo 3’te sunulmuştur.

Tablo 4. Katılımcıların Zonguldak’ın Tarihi Gastronomik Kaynaklarına İlişkin Bilgileri ve Bu Kaynakların Tanıtımına İlişkin Değerlendirmeleri

Katılımcı	Gastronomik Mirasa İlişkin Bilgileri	Gastronomik Mirasın Tanıtımına Yönelik Değerlendirmeleri
A	“...En değerli bulduğum gastronomik ürün Çaycuma manda yoğurdudur.”	“...Yeterli tanıtım yapılmadığı kanısındayım.”
B	“...Çaycuma manda yoğurdunu önemli buluyorum.”	“...Yeterince tanıtıldığını düşünmüyorum.”
C	“...Pırasa dolması, Çaycuma manda yoğurdu, beyaz baklava, malay, uğmaç çorbası, ısırgan yemeği ilk aklıma gelenler.”	“...Tanıtıldığını düşünmüyorum.”
D	“...Pırasa dolması, ısırgan yemeği, manda yoğurdu, cizleme ekmeğini biliyorum.”	“...Yeterince tanıtıldığını düşünmüyorum.”
E	“...Mısır ekmeği, pırasa dolması meşhurdur.”	“...Tanıtımının yapıldığından bahsedemeyiz.”
F	“...Malay, cevizli kömeç, lokma, Çaycuma manda yoğurdu önemli değerlerdir.”	“...Yeterli tanıtım yapılmıyor.”
G	“...Lokma, mancar dolması, malay, mısır ekmeği, cizleme, beyaz baklava, uğmaç çorbası, Çaycuma manda yoğurdunu biliyorum.”	“...Yeterince tanıtıldığını düşünüyorum.”
H	“...Malay, beyaz baklava, pırasa dolması, cevizli kömeç, uğmaç çorbası, cizleme, Ereğli pidesi, Çaycuma manda yoğurdu çok iyi bilinir.”	“...Yeterince tanıtıldığını söylemek zor.”
I	“...Uğmaç çorbası, malay, Çaycuma manda yoğurdu, beyaz baklava ünlüdür.”	“...Tanıtıldığını düşünmüyorum.”
J	“...Malay, mancar, pırasa dolması, kömeç, Çaycuma manda yoğurdu, uğmaç çorbası meşhurdur.”	“...Yeterince tanıtıldığına inanmıyorum.”
K	“...Cevizli kömeç, malay, beyaz baklava, mancar, Çaycuma manda yoğurdu yöresel ürünlerimizdir.”	“...Yeterince tanındığını düşünmüyorum.”
L	“...Çaycuma manda yoğurdu, beyaz baklava, cevizli kömeç, pırasa dolması, kızılçik marmelatını biliyorum.”	“...Yeteri kadar tanıtıldığını düşünmüyorum.”

Tablo 4’te yer alan bulgulara göre, katılımcılardan E hariç tamamı Zonguldak’ın tarihi gastronomik kaynağına örnek olarak Çaycuma manda yoğurdunu vermiştir. Bunun dışında çalışmada yer verilen Uğmaç çorbası, malay,

beyaz baklava, pırasa dolması, cevizli kömeç, Ereğli pidesi, ısırgan yemeği, cizleme, kızılıcak marmeladının da katılımcılar tarafından bilindiği görülmüştür. Ancak kabak tatlısı hiçbir katılımcı tarafından örnek olarak verilmemiştir. Mısır ekmeği ve lokmada çalışmada yer almayan ancak katılımcıların örnek olarak sunduğu değerlerdir. Ayrıca katılımcıların tamamı bu değerlerin yeteri kadar tanıtılmadığını düşünmektedir. Bilgi ve değerlendirmeler Tablo 4’te verilmiştir.

Tablo 5. Katılımcıların Gastronomik Mirasın Korunması ve Gelecek Nesillere Aktarılmasının Önemi Konusundaki Değerlendirmeleri

Katılımcı	Katılımcıların Değerlendirmeleri
A	“...Bu değerlerin korunmasını önemsiyorum bunun için halkın daha bilinçli olmasını, devlet kurumlarının, yerel yönetimlerin destek vermesi gerektiğini düşünüyorum. Bu bölge yeşili, denizi ve kültürü ile bir bütün olarak korunmalıdır. Beslenme şekli toplumun sağlığını ve var olmasını belirleyecektir.”
B	“...Bu mirasın korunması ve gelecek nesillere aktarılabilmesi için önce toplumun bilinçlendirilmesi, bu değerlerin iyi bir şekilde korunup gelecek nesillere öğretilmesi gerekir.”
C	“...Yöresel ürünler sağlıklı ve iyi beslenmenin öncülleridir bu nedenle de korunmalı ve gelecek nesillere aktarılmalıdır.”
D	“...Bu değerler gelecek nesillere aktarılmalı ve unutulmasına izin verilmemelidir.”
E	“...Yemek bir çeşit kültürü ifade etmektedir ve kıymetlidir, gelecek nesillere aktarılması sağlanmalıdır.”
F	“...Gastronomik mirasın bölgesel anlamda bakıldığında kültürün bir parçası olduğunu düşünüyorum ve devamlılığının sağlanmasının gerektiğine inanıyorum.”
G	“...Gastronomik mirasın gelecek nesillere ve turizme kazandırılmasının gerekli olduğunu düşünüyorum.”
H	“...Gastronomik mirasın korunması için fuarlar yapılmalı, bu ürünler sergilenerek tattırılmalı, yöresel ürünlere yönelik lokantalar açılmalı, yarışmalar düzenlenerek devamı sağlanmalı, özendirici uygulamalar ile gelecek nesillere ulaştırılması lazımdır.”
I	“...Geçmişe ait gastronomik ürünler araştırılmalı, bu konuda yaşlılarla görüşülerek bilgiler toplanmalı, tanıtımı için çalışmalar yapılmalı, genç nesillere aktarılmalıdır.”
J	“...Gastronomi önemli bir kültür değeridir, yaşatılması için halkın ve devlet kurumlarının gerekli özeni göstermesi gerekir.”
K	“... Yeni nesiller fast food yemekleri tercih ederek hem sağlıklarını kaybediyor hem de kültürümüzden uzaklaşıyorlar. Bunu engellemek için yöresel lokantalar açılmalı, belediyeler yöresel yemeklerin yer aldığı kitaplar basarak halka ücretsiz dağıtmalı, festivaller düzenlenmelidir.”
L	“...Tüm değerler gibi gastronomi de korunmalı ve gençlerin bilmesi sağlanmalıdır. Paket gıdalar, hazır gıdalar yerine sağlıklı yöresel mutfak ürünleri özendirilmelidir. Gastronomik değerler araştırılarak kitaplaştırılmalıdır, belirli zamanlarda yöresel yemek günleri yapılmalıdır ki farkındalık oluşabilsin.”

Tablo 5’de elde edilen sonuçlara göre, katılımcıların tümünün fikirleri benzer özellikler göstermektedir. Gastronomik mirası kültürel bir değer olarak gören katılımcılar, bunların korunması gerektiğini ve gelecek nesillere aktarılmasını önemli bulmaktadırlar. Ayrıca bu konuda araştırmalar yapılmasını, halkın bu konuda bilinçlendirilmesini ve yerel yönetimin de farkındalık yaratmasını istemektedirler. Özellikle yöresel yemeklerin yer aldığı kitapların basılması, yöresel lokantaların açılması, belirli zamanlarda yöresel yemek günleri, festival, fuar ve yarışmaların yapılması gibi özendirici uygulamaların da olumlu sonuç vereceğine inanmaktadırlar. Yöresel yemekleri sağlıklı bulan katılımcılar, iyi beslenmenin öncülü gastronomik mirası değerli ve kıymetli bulmaktadırlar.

Sonuç ve Öneriler

Bir yöreye ait kültürü ve kimliği diğerlerinden farklı kılan önemli özelliklerden biri yöre mutfağıdır. Yemeği, “Bir toplumun yaşam biçiminin ifadesi” şeklinde yorumlayan düşünürler geçmişte ve günümüzde mutfağın kültür tanımındaki yerinin önemli olduğunu ortaya koymuştur (Yüksel, 2018). Kültürel bir değer olarak yöresel yemeklerini turistlerin tercihlerine sunarak turizmde söz sahibi olmak isteyen destinasyonlar bugün geçmiş yıllara göre çok daha isteklidirler. Çünkü son dönemlerde turistler için destinasyona özgü yiyecek ve içecekler tatil tercihinde kararın belirleyicisi ve seyahatin motivasyonu olabilmektedir. Günümüzün trend turizm şekli olan gastronomi, binlerce yıllık geçmişe sahip Türk mutfağının turizme kazandırılması için bir fırsattır. Bu nedenle Türk mutfağının genel ve

bölgesel olarak farklı yemek kültürleri, lezzetleri, zenginliği, diğer mutfaklardan ayırt edici özellikleri ve üstünlükleri daha yoğun ve etkili bir şekilde tanıtım konusu yapılmalı, mutfak kültürü ön plana çıkarılmalıdır. Şimdiye kadar yeterince değerlendirilemeyen bu potansiyelin pazarlama aracı olarak hayata geçirilmesi, sosyal ve kültürel değerlere sahip çıkılması ve gelecek nesillere aktarılması için özendirici ve yardımcı unsur olarak kabul edilmesi gerekir. Bu açıdan mahreç işareti alabilecek nitelikteki ürünlerin ve standartlarının belirlenmesinde gerek valilikler, kaymakamlıklar, ticaret ve sanayi odaları gibi kurum ve kuruluşlar gerekse bu türden ürünlerin üreticileri çalışmalar yaparak coğrafi işaret başvurusunda bulunmalıdırlar. Bu işaret ile yöreye ait yemeklerin malzemelerinde ve hazırlanmasında aslına bağlı kalınarak değişmesinin ve kaybolmasının önlenmesi sağlanabilecektir.

Turizm farklı türleri ve alt faaliyetleri ile sürekli genişlediği için; kültürün korunması ve korunarak bir turizm değeri oluşturması oldukça gerekli bir husustur. (Kargiglioğlu, Çetin & Bayram, 2019). Bu açıdan yiyecek ve içecek kültürü destinasyon çekiciliğini artırıcı bir kültürel tanıtım aracı olarak nitelendirilebilir (Bezirgan & İlban, 2019). Zonguldak'ta kültürel unsur olarak var olan yöresel yiyecek ve içeceklerine sahip çıkmalı ve korumalıdır. Şehirde; yöresel yemeklerin malzemelerinden hazırlanmasına, sunumundan yemek yenilen mekânlara kısaca, tarladan sofraya gelinceye kadar yiyecek ve içeceklerle ilgili tüm faaliyetleri kapsayan gastronomi turizmi teşvik edilmeli, gastronomi turizminden pay alınabilmesi için adımlar atılmalıdır. Bu turizm şeklinin tanınırlığı için gerek ulusal gerekse uluslararası arenada seminerler, konferanslar, reklam çalışmaları, kültürel etkinlikler, yarışmalar ve festivaller organize edilmeli, konuyla ilgili uzman ve ünlü kişilerin etkinliklerde yer alması sağlanmalıdır. Yiyecek ve içeceklerle ilgili bu etkinlikler ve festivaller daha iyi bir performans ve turizm gelişimi için katalizör kaynağı olacaktır (Sandybayev, 2018). Ayrıca şehirde yöresel yemek restoranlarının açılması için adımların atılması, yöresel yemekler konusunda yiyecek içecek işletmelerinde çalışanlar başta olmak üzere yerel halka eğitimler verilmesi, kurslar düzenlenmesi de faydalı olacaktır. Böylece yöreye has ve otantik gastronomik değerler hakkında bilgi sahibi olunarak bu değerlerin sürekliliği, yerel kimliğin ve kültürün güçlenmesi, kültürel değerlere sahip çıkılması sağlanabilir. Belgesel olarak hazırlanacak film ve televizyon programlarıyla konuya ilginin canlı tutulması, bu konuda sosyal medya ve basının desteğinin alınması, internetten yararlanılması, özellikle Mahreç işaretine sahip; Devrek beyaz baklavası, Devrek cevizli kömeci, Çaycuma manda yoğurdu (<https://www.ci.gov.tr/veri-tabani>) ürünlerinin tanıtımına ağırlık verilmesi de önemlidir. Bu ürünlerin; geleneksel özelliklerini anlatan bilgiler ve diğer kültürel çekicilikleri gösteren resimlerin yer aldığı özel ambalajlar ile paketlenmesi, minyatürleri ve magnetlerinin yapılarak hediyeelik ürünler olarak satışa sunulması, şehri hatırlatacak, yerel kalkınmaya katkı sağlayacak ve çevreye duyarlı bir gelişimi hızlandıracaktır. Yöreye özgü, otantik ürünlerin çokluğu, destinasyonun pazarlanmasını kolaylaştırarak yöreye özgü oluşturacağı çekicilik ile güçlü bir imaj kazandıracaktır.

Yereli ön plana çıkartarak, gelenekseli korumak amacıyla projeler gerçekleştirilmeli, Kültür ve Turizm Müdürlüğünden Valiliğe, Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesinden Belediyelere, turizm işletmelerine ve Sivil Toplum Örgütlerine, BAKKA'dan KOSGEB'e kadar toplumun tüm kesimlerinin bu konuda gönüllü ve yardımcı olması, desteklemesi sağlanmalıdır. Seyahat acentaları ile bağlantılar kurularak şehre gastronomi turları düzenlenmelidir. Hazırlanacak broşür ve kitapçıklarla gerek şehir içi gerekse yol güzergâhlarına yerleştirilecek billboardlarla farkındalık yaratılmalıdır. Özellikle Çaycuma manda yoğurdu için oluşturulacak yoğurt evi müzesi ile turistlerin tarihte yolculuk yapması ve yoğurt yapımını deneyimlemeleri, yoğurt festivali ile de eğlenceli vakit geçirmeleri söz konusu olabilecektir. Ayrıca manda yoğurdundan üretilebilecek alternatif ürünler, farklı ve yeni tatlar konusunda da çalışmaların gerçekleşmesi faydalı olacaktır. Yapılan birçok araştırmanın sonuçlarına göre;

destinasyonlara özgü yiyecek ve içeceklerin turistler için önemli bir çekim unsuru olduğu, burada edindikleri deneyimin memnuniyet, tekrar ziyaret ve tavsiye etme üzerinde etkin rol oynadığı görülmüştür.

Zonguldak'ın sadece maden şehri olmadığına bilinmesi, özelde gastronomi genelde turizm sektörünün gelişmesi ile mümkün olacaktır. Yükselen trend gastronomi turizmi; sağlayacağı iş alanları, yatırımlar ve marka değeri ile Zonguldak ili ve çevresinin gelişimi için umut kaynağı, gelecek vaat eden bir turizm çeşidi ve yörenin kalkınması açısından artı bir değer konumundadır.

Bu araştırma, Zonguldak'ın yiyecek-içecek unsurları ile sınırlı tutulmuştur. Bundan sonraki çalışmalarda Zonguldak'ın diğer kültürel unsurları daha geniş kapsamlı ortaya konulup turizme kazandırılarak şehrin ve çevresinin ekonomik ve sosyo-kültürel açıdan gelişmesine katkı sağlanabilir. Bu çalışmada Zonguldak ilinin gastronomi turizmi potansiyelinin sadece doküman taraması ile belirlenmesi çalışmanın kısıtını oluşturmaktadır. Daha sonraki çalışmalarda görüşme ve gözlem yöntemleri ile daha fazla yiyecek ve içecek çeşitleri belirlenebilir. Ayrıca araştırmacılar daha sonraki çalışmalarda Zonguldak'taki gastronomik unsurları sağlık açısından inceleyebilir, tüketicilerin yöresel ürünlere ulaşma imkanları ve bu ürünlerden duydukları memnuniyet seviyeleri hakkında değerlendirmeler yapabilir, daha önemli bilgiler elde edilmesine katkı sunabilirler.

KAYNAKÇA

- Ab Karim, S. & Chi, C. G. Q. (2010). Culinary tourism as a destination attraction: An empirical examination of destinations' food image. *Journal of Hospitality Marketing and Management*, 19(6), 531-555.
- Albayrak, A. (2013). Farklı milletlerden turistlerin Türk mutfağına ilişkin görüşlerinin saptanması üzerine bir çalışma. *Journal of Yasar University*, 30(8), 5049-5063.
- Ataberk, E. (2017). Tire (İzmir)'de turizm türlerini bütünleştirme olanakları: kültür turizmi, kırsal turizm, agroturizm ve gastronomi turizmi. *TOURAJ: Turizm Akademik Dergisi*, 4(2), 153-164.
- Aydoğdu, A. & Duman, S. (2017). Destinasyon çekicilik unsuru olarak gastronomi turizmi: Kastamonu örneği. *Turizm ve Araştırma Dergisi*, 6(1), 4-23.
- BAKKA. (2014). Zonguldak yemekleri. Krdz. Ereğli: Post ve Post Matbaacılık Yayıncılık.
- BAKKA. (2016). Zonguldak yemekleri. Krdz. Ereğli: Post ve Post Matbaacılık Yayıncılık.
- Balderas-Cejudo, A., Patterson, I. & Leeson G.W. (2019). Senior foodies: a developing niche market in gastronomic tourism. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 16, 1-5.
- Başaran, B. (2017). Gastronomi turizmi kapsamında Rize yöresel lezzetlerinin değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(3), 135-149.
- Batı Karadeniz Kalkınma Birliği www.bakab.gov.tr/caycuma-manda-yogurdu/ [Erişim Tarihi: 03.05.2023]
- Bekar, A. & Kılıç, B. (2014). Turistlerin gelir düzeylerine göre destinasyondaki gastronomi turizmi etkinliklerine katılımları. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 4 (1), 19-26.

- Bezircan, M. & İlban, M.O. (2019). Somut olmayan kültürel miras kapsamında özel gün yemeklerinin İncelenmesi: Edremit Körfezi'nde yer alan köylere yönelik bir araştırma. *Avrasya Eğitim ve Literatür Dergisi, Özel Sayı*, 511-518.
- Birdir, K. & Akgöl, Y. (2015). Gastronomi turizmi ve Türkiye'yi ziyaret eden yabancı turistlerin gastronomi deneyimlerinin değerlendirilmesi. *İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi*, 3(2), 57-68.
- Boztoprak, F., Tokgöz, L. " Çetinkaya, N. (2016). Gastronomi turizmi ile şehir markalaşması ilişkisi: Atatürk üniversitesi öğrencileri üzerine bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(2), 94-114.
- Cankül, D. & Yıldız, E. (2020). Gastronomi mi yiyecek içecek işletmeciliği mi?. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(4), 3002-3020.
- Cömert, M. & Sökmen, A. (2017). Türkiye'de gastronomi turizmi: Antalya'da konaklayan turistler üzerine bir araştırma. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 14(3), 6-26.
- Çatır, O. & Ay, E. (2018). Ulubey (Uşak) yöresel yemeklerinin gastronomi turizmi açısından değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(2), 3-19.
- Çavuş, A., Işık, M. F. & Yalçın, C. (2018). Gastronomi turizmi çekiciliği açısından Zigana yöresi. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22(3), 3071-3085.
- Çelik, M. (2017). Şanlıurfa'daki Gastronomi Kültürünün, Kenti Ziyaret Eden Yerli Turistlerin Kalış Sürelerine Etkisi Üzerine Bir Araştırma, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Çelik, S. (2018). Şırnak ilinin gastronomi turizmi potansiyeli. *International Journal of Contemporary Tourism Research*, 2(2), 41-51.
- Ereğli Pidesi – Zonguldak www.kulturportali.gov.tr/turkiye/zonguldak/neyenir/ereli-pidesi [Erişim Tarihi: 11.02.2023]
- Erol, G., Örgün, E. & Keskin, E. (2019). Gastronomi turizmi kapsamında Kapadokya bölgesi yemekleri: sosyal medya analizi. Y. Atayer (Ed.), 6. Uluslararası multidisipliner çalışmalar kongresi (339-347) içinde. *Gaziantep: Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Tam Metin Kitabı*.
- Göynüşen, S. E. (2011). Edirne'deki Gastronomik Kültürün Kentin Pazarlama ve Markalaşmasına Etkileri, Yüksek Lisans Tezi, Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Edirne.
- Gülen, M. (2017). Gastronomi turizm potansiyeli ve geliştirilmesi kapsamında Afyonkarahisar ilinin değerlendirilmesi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 31-42.
- Harrington, R. J. & Ottenbacher, M.C. (2010). Culinary tourism-a case study of the gastronomic capital. *Journal of Culinary Science & Technology*, 8(1), 14-32.
- Hazarhun, E. & Tepeci, M. (2018). Coğrafi işarete sahip olan yöresel ürün ve yemeklerin Manisa'nın gastronomi turizminin gelişimine katkısı. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(Ek.1), 371-389.
- Irmak, Y. (2019). Bingöl mutfak kültürü ve gastronomi turizmi. *Bingöl Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 111-144.

- İlhan, R. & Mesci, M. (2018). Gastronomi turizmi çerçevesinde Çerkez mutfağının incelenmesi. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi, 3(2), 293-315.
- İrigüler, F., & Güler, M. E. (2015). Türkiye'deki profesyonel turist rehberlerinin gastronomi turizmine bakışı. 1. International Gastronomic Tourism Congress, İzmir.
- Kargiglioğlu, Ş. & Kabacık, M. (2017). Gastronomi turizmi kapsamında Urla enginar festivaline gelen turistlerin festival hakkındaki görüşleri. Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 3(5), 409-421.
- Kargiglioğlu, Ş., Çetin, Y. & Bayram, G.E. (2019). Gastronomi turlarının coğrafi işaretli ürünler aracılığı ile oluşturulması: Batı Karadeniz turları örneği. Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research, 3(4), 624-639.
- Kemer, A. K. (2011). Otellerde Çalışan Mutfak Personelinin ve Aşçılık Alanında Yüksek Öğrenim Gören Öğrencilerin Moleküler Gastronomi Konusundaki Bilgi ve Görüşleri, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Kızılıçık Marmeladı – Zonguldak www.kulturportali.gov.tr/turkiye/zonguldak/neyenir/kizilcik-Marmeladi [Erişim Tarihi: 11.02.2023]
- Köktürk, N. (2023). Kültür turizmi ve uygulanabilirliği üzerine yöresel bir araştırma: Çaycuma kültür turizm potansiyelinin değerlendirilmesi. A. Ç. Ceylan, S. Batal, A. Toptaş & H. C. Ö. Demir (Ed.), Sosyal ve beşeri bilimlerde uluslararası çalışmalar I (361-379) içinde. Ankara: Serüven Yayınevi.
- Kumar, G. M. K. (2019). Gastronomic tourism—a way of supplementing tourism in the Andaman Nicobar islands. Journal of Gastronomy and Food Science, 16(1), 1-6.
- Küçükkömürler, S., Şirvan, N.B. & Sezgin, A.C. (2018). Dünyada ve Türkiye'de gastronomi turizmi. Uluslararası Turizm, İşletme, Ekonomi Dergisi, 2(2), 78-85.
- Lezzetler www.lezzetler.com/malay-zonguldak-vt23684 [Erişim Tarihi: 10.02.2023]
- Long, M. L. (2004). Culinary tourism (2nd ed.). Usa: The University Press Of Kentucky.
- Malay (Zonguldak) www.lezzetler.com/malay-zonguldak-tarif-115483 [Erişim Tarihi: 09.02.2023]
- Manda Yoğurdu www.yogurt.gen.tr/manda-yogurdu.html [Erişim Tarihi: 11.02.2023]
- Marzella, D. A. (2008). Culinary tourism: Does our destination have potential?. Winter 2008 Travel Marketing Decisions.
- Miles, M. B. & Huberman, A. M. (1994). Qualitative data analysis: an expanded sourcebook (2nd ed.). Sage Publications, Inc.
- Moira, P., Mylonopoul, D. & Kontoudaki, A. (2015), Gastronomy as a form of cultural tourism: A Greek typology. TIMS Acta, 9(2), 135-148 DOI:10.5937/TIMSACT9-8128
- Öney, H. (2016). Gastronomi eğitimi üzerine bir değerlendirme, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (35), 193-203.

- Patton, M. Q. (2014). *Qualitative research & evaluation methods: integrating theory and practice*. London: Sage Publications.
- Sandybayev, A. (2018). The impact of street and food festivals in gastronomic tourism through visitor's emotions and satisfaction. a case of Abu Dhabi food festival. *International Journal of Research in Tourism and Hospitality*, 4(1), 27-32.
- Sarıışık, M. & Özbay, G. (2015). Gastronomi turizmi üzerine bir literatür incelemesi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 26(2), 264-278.
- Sormaz, Ü., Yılmaz, M. & Akdağ, G. (2018). Konya'yı ziyaret eden yabancı turistlerin perspektifinden gastronomi ve gastronomi turizmi. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 8(1), 40-45.
- Şahin, G.G. & Ünver, G. (2015). Gastronomy Tourism as a commodity of destination marketing: a research on İstanbul's gastronomy tourism potential. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(2), 63-73t
- Şengül, S. & Türkay, O. (2016). Akdeniz mutfak kültürünün gastronomi turizmi bağlamında değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4/Special issue1, 86-99.
- Toptaş, A. (2020). Kültür turizminin kadın girişimcilerin yaptıkları yeniliklere etkisi: Boğatepe Köyü'nün örnek vaka analizi ile incelenmesi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(4), 3378-3391.
- Türk Dil Kurumu. (2023). www.sozluk.gov.tr/ [Erişim Tarihi: 10.02.2023]
- Türkiye Kültür Portalı www.kulturportali.gov.tr/turkiye/zonguldak/neyenir/ereli-pidesi [Erişim Tarihi: 15.05.2023]
- Türkiye Kültür Portalı www.kulturportali.gov.tr/turkiye/zonguldak/neyenir/kizilcik-marmeladi Tarihi: 18.05.2023]
- Türk Patent Kurumu – Zonguldak Coğrafi İşaretli Yemekleri www.ci.turkpatent.gov.tr/cografisi-isaretler/liste?il=67&tur=44&urunGrubu=&adi= [Erişim Tarihi: 08.02.2021]
- TÜRSAB Gastronomi Turizm Raporu www.tursab.org.tr/dosya/12302/Tursab-Gastronomi-Turizmi-Raporu_12302_3531549.Pdf [Erişim Tarihi, 10.02.2021]
- TÜRSAB Gastronomi Turizm Raporu 2023 www.tursab.org.tr/dosya/12302/Tursab-Gastronomi-Turizmi-Raporu_12302_3531549.Pdf [Erişim Tarihi, 09.01.2023]
- Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2013). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri* (9. Genişletilmiş Baskı). Ankara: Seçkin Yayınevi.
- Yüksel, İ. (2018). Geleneksel Urfa evi'nin gastronomi turizmi içinde değerlendirilmesi. *Online Journal of Art and Design*, 6(1), 1-14.
- Zağralı, E. & Akbaba, A. (2015). Turistlerin destinasyon seçiminde yöresel yemeklerin rolü: İzmir Yarımadası'nı ziyaret eden turistlerin görüşleri üzerine bir araştırma. *Journal of Yasar University*, 10(40), 6633-6644.
- Zonguldak İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü www.zonguldak.ktb.gov.tr/TR-92609/zonguldak-mutfak-kulturu.html
- Zonguldak Manda Yoğurdu www.zonguldak.gov.tr/manda-yogurdu [Erişim Tarihi: 11.03.2023]
- Zonguldak Mutfak Kültürü www.zonguldak.ktb.gov.tr/TR-92609/zonguldak-mutfak-kulturu.html [Erişim Tarihi: 11.02.2023]

Attractiveness and Development of Gastronomy Tourism: An Application in Zonguldak Province

Neşe KÖKTÜRK

Zonguldak Bülent Ecevit University, Çaycuma Vocational School, Zonguldak/Türkiye

Extended Summary

Nowadays, there have been significant changes in travel preferences depending on the wishes and needs of tourists on their perception of tourism. In particular, the preference for alternative tourism types instead of mass tourism consisting of sea, sand and sun has increased the number of initiatives in this regard. Destinations that want to be permanent in the sector and gain a competitive advantage have tended to diversify and offer alternatives within the means they have in response to the changing preferences of tourists. This change has increased the orientation of tourists towards rural areas, historical and cultural values, moving away from a very common tourism concept such as mass tourism. In this period when differences are attractive, alternative tourism types such as gastronomy tourism, plateau tourism, thermal tourism, faith tourism, winter tourism and nature tourism have become important (Başaran, 2017). In this respect, destinations with sufficient touristic opportunities have started to market these elements as touristic products. One of the most special cultural values that destinations evaluate as a touristic product is gastronomic elements, and these elements have grown rapidly all over the world and have become an important type of tourism. While they were only complementary to the services offered in tourism before, today the reason for traveling has become the service itself. In this respect, gastronomy tourism, as a rapidly growing type of tourism in the world, has an impact on destination selection in parallel with changing tourist expectations. In this sense, local food cultures and tourists who want to get to know and taste them closely are brought together and the destination is transformed into an important visit center. The fact that the destination has gastronomic diversity and can enrich it with other touristic values contributes to creating awareness in the field of tourism and developing a regional image. In this perspective, the study aims to reveal the gastronomy tourism potential of Zonguldak province in order to evaluate the rich culinary culture and potential of Zonguldak province as a tourist product and contribute to the economy, image and promotion of the region.

In the research method, qualitative research technique was applied to measure the awareness of Zonguldak's gastronomic values and semi-structured interview method was used to obtain data. In this context, one-on-one interviews were conducted with 12 different people living in the region using in-depth interview method. Care was taken to ensure that the questions asked to the participants complemented each other, and the questions were ordered from general to specific. The interviews were conducted at different times and lasted approximately 180 minutes. In order to analyze the data obtained from the interviews, content and scope analyzes were conducted and it was tried to examine whether the participants had sufficient information about the gastronomic potential of Zonguldak, how to protect and promote them, in line with the opinions and expressions. In order to reach the findings of the study, first of all, the demographic information of the participants was analyzed. Then, semi-structured questions were asked and the results of the interview data were obtained.

Accordingly, when the demographic information of the participants was analyzed; 9 of the 12 participants were female (75%) and 3 (25%) were male. The average age of the participants is 50.5 years. In addition, it was determined that 8 of them were university graduates (66.6%) and 4 of them were high school graduates (33.3%).

The results and evaluations regarding the interview data are presented below.

In the answers given by the participants to the question of what the concept of gastronomy and gastronomic values mean to them in general; although the explanation made as food culture comes to the front, evaluations such as kitchen art, different and special flavors, processing and presentation of food and the happiness of eating have also been determined.

When the participants were asked to make an assessment of Zonguldak's gastronomic resources, it was revealed that most of them found Zonguldak rich in gastronomic values. While it was emphasized that this richness, which has been accumulated over the years, is natural, healthy and nutritious; it was stated that the city offers a wide range of gastronomic values from vegetable dishes to animal products, from desserts to seafood. It was observed that only two of the participants found these values at a medium level and one of them found them at an insufficient level. In the answers given by the participants to the questions asked to determine their knowledge of Zonguldak's historical gastronomic resources and their evaluations regarding the promotion of these resources; it was seen that all but one of them gave Çaycuma's buffalo yogurt as an example of Zonguldak's historical gastronomic resources. Apart from this, it was determined that the participants were also familiar with Uğmaç soup, malay, white baklava, stuffed leek, walnut kömeç, Ereğli flatbread, nettle dish, cizleme and cranberry marmalade. However, pumpkin dessert was not given as an example by any of the participants. Corn bread and lokma are values that were not presented in the study but were given as examples by the participants. In addition, all of the participants think that these values are not sufficiently promoted.

In the evaluations of the participants on the importance of protecting gastronomic heritage and transferring it to future generations; it was determined that all of them had a common opinion. The participants, who see gastronomic heritage as a cultural value, find it important to protect it and pass it on to future generations. They also want research to be conducted on this subject, the public to be made aware of this issue and the local administration to raise awareness. They believe that encouraging practices such as publishing books containing local dishes, opening local restaurants, organizing local food days, festivals, fairs and competitions at certain times will also yield positive results. Participants who consider local dishes healthy find gastronomic heritage, which is the precursor of good nutrition, valuable and precious.

As a result, destinations that want to have a role in tourism by offering their local food as a cultural value to tourists' preferences are much more eager today than in the past years. Because in recent times, destination-specific food and beverages for tourists can be the determinant of the decision in holiday preference and the motivation of travel. Gastronomy, which is today's trendy form of tourism, is an opportunity to bring Turkish cuisine, which has thousands of years of history, into tourism. For this reason, different food cultures, flavors, richness, distinctive features and superiorities of Turkish cuisine in general and regionally should be promoted more intensively and effectively, and kitchen culture should be brought to the forefront. This potential, which has not been sufficiently utilized so far, should be realized as a marketing tool, social and cultural values should be protected and incentive studies should be carried out to transfer them to future generations.

Zonguldak should protect and preserve its local food and beverages that exist as cultural elements. In the city; gastronomy tourism, which covers all activities related to food and beverages, from the ingredients of local dishes to their preparation, from their presentation to the places where they are eaten, should be encouraged and steps should

be taken to get a share from gastronomy tourism. For the recognition of this form of tourism, seminars, conferences, advertising activities, cultural events, competitions and festivals should be organized both nationally and internationally, and experts and famous people should take part in the events (Sandybayev, 2018).

It would also be beneficial to take steps to open local food restaurants in the city, to provide training to local people, especially those working in food and beverage establishments, and to organize courses on local dishes. In this way, it will be possible to have information about local and authentic gastronomic values, to ensure the continuity of these values, to strengthen local identity and culture, and to protect cultural values. It is also important to keep the interest in the subject alive with the movies and television programs to be prepared as documentaries, to get the support of social media and the press in this regard, to benefit from the internet, and especially to focus on the promotion of Devrek white baklava, Devrek walnut meatballs, Çaycuma buffalo yogurt (<https://www.ci.gov.tr/veritabani>) products with Mahreç sign. Packaging these products in special packages with information about their traditional characteristics and pictures showing other cultural attractions, making miniatures and magnets and offering them for sale as souvenirs will remind the city, contribute to local development and accelerate an environmentally sensitive development. The abundance of local, authentic products will facilitate the marketing of the destination and create a strong image with its local charm.

Projects should be carried out in order to protect the tradition by bringing the local to the forefront, and all segments of the society, from the Directorate of Culture and Tourism to the Governorship, Zonguldak Bülent Ecevit University, Municipalities, tourism enterprises and Non-Governmental Organizations, BAKKA and KOSGEB, should volunteer, assist and support this issue. Gastronomy tours should be organized in the city by establishing connections with travel agencies. Awareness should be created with brochures and booklets to be prepared and billboards to be placed both in the city and on the road routes. Especially with the yogurt house museum to be created for Çaycuma buffalo yogurt, tourists can travel through history and experience yogurt making, and have fun with the yogurt festival.

It will be possible to recognize that Zonguldak is not only a mining city with the development of the tourism sector in general and gastronomy in particular.

Ek 1. Etik Kurul İzni

Evrak Tarih ve Sayısı: 30.06.2021-54298

Kurum Kayıt Tarihi ve
Sayısı:07.06.2021 / 45724

Protokol No: 227

30.06.2021



T.C

**ZONGULDAK BÜLENT ECEVİT ÜNİVERSİTESİ
İNSAN ARAŞTIRMALARI ETİK KURULU KARARI**

ÇALIŞMANIN TÜRÜ:	Anket
BAŞLIK:	Gastronomi Turizminin Çekiciliği ve Geliştirilebilirliği: Zonguldak İlinde Bir Uygulama
SORUMLU ARAŞTIRMACI:	Dr. Öğr. Üyesi Neşe KÖKTURK
KARAR:	UYGUN

ETİK KURUL ÜYELERİ

Prof. Dr. Ertuğrul YILDIRIM
Başkan

Prof. Dr. Ali ARSLAN
Üye

Prof. Dr. Ahmet Ferda ÇAKMAK
Üye

Doç. Dr. Ahmet Erkan KOCA
Üye

Doç. Dr. Tülay KUZLU AYYILDIZ
Üye

29.05.2014 tarih ve 2014/08-13 sayılı Senato Kararı ile kabul edilmiştir.

Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.
Evrak sorgulaması <https://turkiye.gov.tr/ebd?eK=5319&eD=BS95CYMELS&eS=54298> adresinden yapılabilir.