JOURNAL OF TOURISM AND GASTRONOMY STUDIES

ISSN: 2147 – 8775

Journal homepage: www.jotags.net

Gastronomi Turizmi Kapsamında Yöresel Mutfak İncelemesi: Yozgat İli Örneği (Local Cuisine Review Within The Scope of Gastronomy Tourism: The Case of Yozgat Province)

*** İsmail ODABAŞI**[a], **Mustafa SARKIM**[b]

[a] Yozgat Bozok University, Faculty of Tourism, Yozgat/Türkiye

[b] Yozgat Bozok University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of Economics, Yozgat/Türkiye

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi: 15.01.2026

Kabul Tarihi: 08.05.2026

Anahtar Kelimeler

Yozgat

Gastronomi

Yöresel yemek

Turizm

Öz

Bu araştırmanın amacı, Yozgat iline ait yöresel mutfak unsurlarının gastronomi turizmi bağlamındaki yerini ve destinasyonun turistik çekiciliğine katkısını incelemektir. Araştırmada nitel araştırma yaklaşımı benimsenmiş, veri toplama sürecinde yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Veriler, 2023 yılı Mayıs ayında Yozgat'ta faaliyet gösteren ve yoğun müşteri kitlesine sahip restoranlarda çalışan 14 aşçıbaşı ile 11 işletme sahibinden olmak üzere toplam 25 katılımcıdan elde edilmiştir. Veriler içerik analiziyle çözümlenmiştir. Bulgular, Yozgat mutfağının yalnızca beslenme temelli bir unsur değil, aynı zamanda yerel kimliği, kültürel belleği ve destinasyon özgünlüğünü yansıtan önemli bir gastronomik değer olduğunu göstermektedir. Özellikle testi kebabı, arabaşı, madımak ve tandır kebabı öne çıkan yöresel ürünler arasında yer almaktadır. Bu yemeklere yönelik yoğun ilgi, Yozgat mutfağının turistik çekicilik üretme potansiyeline işaret etmektedir. Sonuç olarak Yozgat mutfağının planlı tanıtım ve destinasyon pazarlamasıyla desteklenmesi gerektiği belirlenmiştir.

Keywords

Yozgat

Gastronomy

Local food

Tourism

Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

Abstract

The aim of this study is to examine the place of Yozgat's local culinary elements within the context of gastronomy tourism and their contribution to the destination's tourist attractiveness. A qualitative research approach was adopted, and data were collected through semi-structured interviews. The study data were obtained in May 2023 from a total of 25 participants, including 14 head chefs and 11 business owners working in restaurants with a large customer base in Yozgat. The data were analyzed using content analysis. The findings show that Yozgat cuisine is perceived not only as a nutritional element but also as an important gastronomic value reflecting local identity, cultural memory, and destination authenticity. Testi kebabı, arabaşı, madımak, and tandır kebabı were identified as the most prominent local dishes. Strong customer interest in these dishes indicates the potential of Yozgat cuisine to generate tourist appeal. As a result, the study concludes that Yozgat cuisine should be supported through planned promotion and destination marketing.

** Sorumlu Yazar*

E-posta: ismail.odabasi@yubu.edu.tr (İ. Odabaşı)

DOI: 10.63556/jotags.2026.1843

GİRİŞ

Turizm endüstrisinde deneyim odaklı tüketim eğilimlerinin güçlenmesi, destinasyonların kitlesel turizm ürünlerinden ayrışarak daha özgün ve yerel temelli çekicilikler geliştirmesini gerekli kılmıştır. Bu dönüşüm içinde yiyecek ve içecek unsurları, yalnızca seyahat sırasında karşılanan temel bir gereksinim değil; destinasyon imajını, algılanan otantiklik düzeyini ve ziyaretçi deneyimini etkileyen önemli bir bileşen hâline gelmiştir (WTO, 2012; Ellis, Park, Kim ve Yeoman, 2018). Bu nedenle gastronomi, birçok destinasyon için yalnızca tamamlayıcı bir turistik unsur değil, doğrudan seyahat motivasyonu oluşturabilen stratejik bir çekicilik alanı olarak değerlendirilmektedir (Hall, Sharples, Mitchell, Macionis ve Cambourne, 2003).

Gastronomi turizmi genel olarak ziyaretçilerin bir destinasyona özgü yiyecek ve içecekleri tatma, yerel mutfak pratiklerini gözlemleme, üretim süreçlerini tanıma ve yemek kültürü aracılığıyla yerel yaşamı deneyimleme motivasyonları etrafında şekillenen çok boyutlu bir turizm olgusudur (Scarpato, 2002; Hall vd., 2003). Bu çerçevede gastronomi turizmi yalnızca restoran deneyimini değil; yerel pazarlar, üretici ziyaretleri, festivaller, tadım etkinlikleri, yemek rotaları ve kültürel ritüellerle ilişkili deneyim alanlarını da kapsamaktadır (WTO, 2012; Ellis vd., 2018). Yiyecek tüketimi, turistler açısından hem fizyolojik gereksinimlerin karşılanmasını hem de farklı kültürleri tanıma ve deneyimleme sürecini içermektedir (Okumuş ve Çetin, 2018).

Mutfak kültürü ise bir toplumun yalnızca beslenme biçimini değil; tarihsel birikimini, üretim ilişkilerini, gündelik yaşam düzenini, toplumsal rollerini ve kültürel belleğini yansıtan önemli bir kültürel alanı ifade etmektedir. Yerel mutfak unsurları, kuşaktan kuşağa aktarılan bilgi ve uygulamalarla biçimlenmekte; bu yönüyle somut olmayan kültürel mirasın taşıyıcılarından biri olarak değerlendirilmektedir. Nitekim güncel çalışmalar, mutfak kültürünün kimlik, kültürel aktarım, gündelik yaşam ve toplumsal normlarla yakın ilişkili olduğunu göstermektedir (Akyürek, Çalık, Taş, Pir, Kaya ve Zeybek, 2024; Koç ve Yazıcıoğlu, 2024). Bu nedenle yöresel mutfak yalnızca belirli yemeklerin listelenmesinden ibaret değil; üretim, hazırlanış, sunum, paylaşım ve tüketim pratiklerinin bütününü kapsayan kültürel bir yapıdır.

Yöresel mutfak unsurlarının turizm bağlamında öne çıkması, destinasyonların pazarlanabilirliğini artırmakta ve yerel kimliğin görünür kılınmasına katkı sağlamaktadır. Özellikle yiyecek-içecek işletmelerinin menülerinde yöresel yemeklere yer verilmesi, bir yandan unutulmaya yüz tutmuş ürünlerin yeniden dolaşıma girmesine, diğer yandan destinasyonun gastronomik kimliğinin güçlenmesine katkı sunmaktadır (Büyükşalvarcı, Şapcılar ve Yılmaz, 2016). Benzer şekilde coğrafi işaretli ürünler de otantiklik, kalite algısı ve yerel markalaşma açısından destinasyon pazarlamasında işlevsel bir araç olarak değerlendirilmektedir (Durlu-Özkaya, Sünnetçioğlu ve Can, 2013; Suna ve Uçuk, 2018). Bu yönüyle gastronomi turizmi, yalnızca tüketim odaklı bir turizm türü değil; yerel değerlerin korunması, tanıtılması ve ekonomik değere dönüştürülmesi açısından çok katmanlı bir alan oluşturmaktadır.

Literatürde gastronomi turizmine ilişkin çalışmaların önemli bir bölümü destinasyon imajı, turist deneyimi, yerel yemeklerin menülerdeki görünürlüğü ve coğrafi işaretli ürünlerin pazarlama değeri üzerinde yoğunlaşmaktadır (Ellis vd., 2018; Akyürek ve Kutukız, 2020). Bununla birlikte Yozgat özelinde yürütülen çalışmaların daha çok coğrafi işaretli ürünler ve tekil yöresel ürünlerin tanıtımı ekseninde şekillendiği görülmektedir. Yozgat'ın coğrafi işaretli ürünlerini gastronomi turizmi bağlamında değerlendiren çalışmalar ile Yozgat Çanak Peyniri gibi tekil ürün odaklı araştırmalar, alan için önemli bir başlangıç zemini sunmaktadır; ancak Yozgat mutfağının daha geniş yöresel yemek repertuvarı, sunum pratikleri, ritüel bağlamları ve yerel paydaş perspektifleriyle birlikte bütüncül biçimde ele alındığı

araştırmaların sınırlı olduğu anlaşılmaktadır (Şengül ve Çılgınoğlu, 2023; Özdemir, 2025). Dolayısıyla literatürdeki temel boşluk, Yozgat'a ait yöresel mutfak unsurlarının gastronomi turizmine katkısını yalnızca ürün temelli değil; destinasyon çekiciliği, tanıtım, deneyim üretimi ve paydaş görüşleri ekseninde birlikte değerlendiren bütüncül çalışmaların yetersiz olmasıdır.

Bu araştırma, söz konusu boşluğun giderilmesine katkı sağlamayı amaçlamaktadır. Araştırmanın temel amacı, Yozgat'a ait yöresel mutfak unsurlarının gastronomi turizmi üzerindeki etkilerini incelemek ve yöresel yemeklerin destinasyonun tanıtımı ile pazarlanabilirliği açısından nasıl bir işlev gördüğünü ortaya koymaktır. Bu kapsamda çalışma, Yozgat mutfağının gastronomi turizmi bağlamındaki yerini yerel paydaşların görüşleri üzerinden değerlendirmekte ve elde edilen bulgular doğrultusunda destinasyon temelli çıkarımlar sunmaktadır.

Alan Yazın Taraması

Gastronomi Turizmi ve Mutfak Kültürü

Gastronomi turizmi, ziyaretçilerin bir destinasyona özgü yiyecek ve içecekleri tatma, yerel üretim ve hazırlama süreçlerini gözlemleme, yemek kültürü aracılığıyla bölgenin sosyal yaşamını tanıma ve kültürel deneyim yaşama motivasyonları etrafında şekillenen çok boyutlu bir turizm alanıdır. Bu yönüyle gastronomi turizmi, yalnızca yeme-içme temelli bir tüketim faaliyeti değil; öğrenme, deneyimleme, etkileşim kurma ve kültürel anlamları keşfetme süreçlerini de içermektedir (Scarpato, 2002; Hall, Sharples, Mitchell, Macionis ve Cambourne, 2003; World Tourism Organization [WTO], 2012). Nitekim hakem değerlendirmesinde de çalışmanın gastronomi turizmini yalnızca "tüketim" değil, "deneyim/öğrenme/yerel etkileşim" boyutlarıyla tartışması gerektiği vurgulanmıştır.

Mutfak kültürü ise bir toplumun yalnızca beslenme biçimini değil; tarihsel sürekliliğini, üretim pratiklerini, toplumsal ilişkilerini, ritüellerini, gündelik yaşam alışkanlıklarını ve kültürel belleğini yansıtan bütüncül bir yapıyı ifade etmektedir. Bu nedenle yemek, yalnızca fiziksel gereksinimi karşılayan bir unsur olarak değil; kimlik, aidiyet, temsil ve kültürel aktarım süreçlerinin de taşıyıcısı olarak değerlendirilmektedir. Hakemin özellikle mutfak kültürünün kimlik, kültürel aktarım, ritüel ve gündelik yaşam bağlamında daha ayrıntılı ele alınması gerektiğini belirtmesi, bu kavramsal boyutun çalışmada güçlendirilmesini zorunlu kılmaktadır. Bu doğrultuda güncel çalışmalar, mutfak kültürünün kültürel mirasın korunması, toplumsal normların yeniden üretilmesi ve kuşaklar arası aktarımın sürdürülmesi bakımından önemli bir işlev gördüğünü ortaya koymaktadır (Akyürek vd., 2024; Koç ve Yazıcıoğlu, 2024).

Yöresel Mutfak ve Destinasyon Pazarlaması

Yöresel mutfak, belirli bir coğrafi alanın tarihsel, ekolojik, ekonomik ve kültürel koşulları içinde biçimlenmiş; o bölgeye özgü malzeme, üretim tekniği, pişirme yöntemi, sunum biçimi ve tüketim alışkanlıklarıyla karakterize olan mutfak repertuvarını ifade etmektedir. Bu repertuvar yalnızca tescilli ya da ticari değeri yüksek ürünleri değil; gündelik yaşamda sürdürülen ev tipi yemekleri, ritüel/özel gün yemeklerini ve yerel hafızada karşılığı bulunan geleneksel lezzetleri de kapsamaktadır. Hakemin de belirttiği üzere, çalışmanın özgün değeri Yozgat'ta coğrafi işaretli ürünleri tescilsiz ancak kültürel miras niteliği taşıyan yöresel yemeklerle birlikte aynı analitik çerçevede ele alma potansiyelinde yatmaktadır.

Alan yazında yöresel mutfağın destinasyon markalaşması ve pazarlanabilirliği üzerindeki etkisi sıklıkla vurgulanmaktadır. Türkiye bağlamında yapılan çalışmalar, yöresel mutfak unsurlarının destinasyonların rekabet

gücünü artırdığını, ziyaretçi deneyimini zenginleştirdiğini ve turistik imajın oluşturulmasına katkı sunduğunu göstermektedir (Bucak ve Aracı, 2013; Aksoy ve Sezgi, 2015; Cömert, 2014). Mevcut dosyada da bu doğrultuda yöresel mutfak unsurlarının destinasyonların rekabetçiliği ve markalaşması açısından stratejik bir kaynak olarak tartışıldığı görülmektedir.

Yöresel mutfağın destinasyon tanıtımındaki işlevini inceleyen çalışmalar, mutfak mirasının yalnızca menüde yer alan yemeklerden ibaret olmadığını; aynı zamanda destinasyonun anlatısını kuran, özgünlük iddiasını destekleyen ve ziyaretçi hafızasında yer eden bir temsil alanı oluşturduğunu göstermektedir. Nevşehir örneğinde yöresel mutfak değerlerinin destinasyon tanıtımında markalaşmayı desteklediği; Kars örneğinde ise gastronomi algısının "yöresel yiyecekler ve restoran" ile "çekicilik ve gastronomi" eksenlerinde şekillendiği belirtilmektedir. Bu bulgular, destinasyon pazarlamasında yöresel yemeklerin yalnızca liste hâlinde sunulmasının yeterli olmadığını; ziyaretçi deneyimi, algı ve çekicilik boyutlarıyla birlikte ele alınması gerektiğini göstermektedir. Sizin mevcut metniniz de bu noktayı açık biçimde kurmaktadır.

Yiyecek-içecek işletmelerinde yöresel yemeklerin sunulma düzeyi de gastronomi turizmi açısından önemli bir tartışma alanıdır. Konya örneğinde yapılan araştırma, yerel yemeklerin menüye entegrasyonunun destinasyonun gastronomik kimliğini görünür kılma ve unutulmaya yüz tutan ürünleri yeniden dolaşıma sokma bakımından önemli olduğunu ortaya koymaktadır. Bu yaklaşım, yöresel mutfağın yalnızca kültürel bir miras değil; aynı zamanda işletme kararları, sunum pratikleri ve tanıtım stratejileriyle şekillenen dinamik bir turizm kaynağı olduğunu göstermektedir. Bu vurgu mevcut metninizde de yer almaktadır.

Coğrafi İşaretli Ürünler ve Gastronomi Turizmi

Gastronomi turizminin destinasyon pazarlamasındaki etkinliğini artıran temel araçlardan biri coğrafi işaretli ürünlerdir. Coğrafi işaret, belirli bir niteliği, ünü ya da diğer özellikleri itibarıyla kökeninin bulunduğu yöre, alan veya bölge ile özdeşleşmiş ürünleri tanımlayan bir işaretleme ve koruma mekanizmasıdır (Türk Patent ve Marka Kurumu). Coğrafi işaretli ürünler, yerel ürünlerin tanıtımına katkı sağlamakta, ürünün kökenine dayalı otantiklik algısını güçlendirmekte ve destinasyonun pazarlanmasında ayırt edici bir unsur olarak kullanılabilmektedir (Başat, 2017; Sormaz, Akmese, Güneş & Aras, 2015; Ateş, 2024). Yerel ürünlerin turizm ürününe dönüştürülmesi sürecinde coğrafi işaretler, hem yasal koruma hem de pazarlama değeri üretmesi bakımından önemli bir işlev üstlenmektedir (Sormaz vd., 2015; Yusuf, 2018).

Ulusal literatürde coğrafi işaretli ürünlerin destinasyon pazarlamasına katkısı sıklıkla ele alınmaktadır. Durlu-Özkaya, Sünnetçioğlu ve Can (2013), coğrafi işaretli ürünlerin otantiklik ve yerel kimlik bakımından önemli bir değer taşıdığını belirtirken; Suna ve Uçuk (2018), tescilli ürünlerin tanıtım ve imaj yönetimi süreçlerinde destinasyonun çekiciliğini ve pazarlanabilirliğini desteklediğini ortaya koymaktadır. Bu nedenle coğrafi işaretli ürünler, gastronomi turizmini yalnızca lezzet deneyimiyle sınırlamayan; kültürel mirasın korunması, yerel ekonominin desteklenmesi ve markalaşma süreçleriyle birleştiren bir araç olarak değerlendirilmektedir. Bu çerçeve, mevcut makalenizin literatür akışında da kurulmuştur.

Yozgat Mutfağına İlişkin Çalışmalar ve Araştırma Boşluğu

Yozgat ili, İç Anadolu Bölgesi'nin tarihsel birikimi, üretim pratikleri ve yerel mutfak çeşitliliği bakımından gastronomi turizmi kapsamında değerlendirilebilecek bir destinasyon niteliği taşımaktadır. Mevcut dosyada yer alan

bilgilere göre Yozgat'a ilişkin tescilli ürünler arasında Yozgat Arabaşı, Parmak Çörek, Çanak Peyniri, Yozgat Testi Kebabı, Yozgat Tandır Kebabı ve Aydıncık Bağrı Bütün Kavunu gibi ürünler bulunmaktadır. Bu ürünler, Yozgat mutfağının yalnızca yerel tüketim düzeyinde değil, kurumsal görünürlük ve destinasyon tanıtımı bakımından da potansiyel taşıdığını göstermektedir.

Bununla birlikte Yozgat özelinde yapılan çalışmaların önemli ölçüde coğrafi işaretli ürünler ya da tekil ürün incelemeleri etrafında kümelendiği görülmektedir. Özdemir'in (2025) çalışması Yozgat ilindeki coğrafi işaretli ürünleri gastronomi turizmi açısından değerlendirirken; Şengül ve Çılgınoğlu'nun (2023) araştırması Yozgat Çanak Peyniri' ni doküman analizi temelinde ele almaktadır. Benzer biçimde Korkmaz ve Kaya Tekman'ın (2021) çalışması, Yozgat yöresinde yemek ve tatlı kültürünün sürdürülebilirliğini kuşaklar arası aktarım açısından incelemekte; Buyruk, İlhan ve Özen'in (2017) araştırması ise Yozgat Testi Kebabı gibi simgesel ürünlerin gastronomi turizmi bağlamındaki görünürlüğüne işaret etmektedir. Bu çalışmalar değerli olmakla birlikte, hakemin de belirttiği üzere Yozgat mutfağını yalnızca ürün envanteri düzeyinde değil; kimlik, ritüel, gündelik yaşam, işletme pratikleri, turist tercihleri ve paydaş görüşleri ekseninde birlikte değerlendiren bütüncül çalışmalar sınırlı görünmektedir.

Dolayısıyla literatürdeki temel boşluk, Yozgat mutfağının yalnızca coğrafi işaretli ürünler üzerinden değil; tescilsiz ancak kültürel miras niteliği taşıyan yöresel yemekler, günlük ve ritüel bağlamdaki mutfak pratikleri, işletmelerin sunum kararları ve yerel paydaşların değerlendirmeleriyle birlikte ampirik olarak incelenmemiş olmasıdır. Bu çalışma, söz konusu boşluğa katkı sunmayı hedeflemekte; Yozgat'a ait yöresel mutfak unsurlarını gastronomi turizmi bağlamında daha bütüncül bir çerçevede değerlendirmektedir. Bu yönüyle çalışma, hakemin belirttiği özgün değer boyutlarıyla da uyumludur.

Yöntem

Araştırma Deseni

Bu araştırma, Yozgat iline ait yöresel mutfak unsurlarının gastronomi turizmi bağlamındaki yerini ve bu unsurların destinasyon çekiciliğine katkısını yerel paydaşların görüşleri üzerinden incelemek amacıyla nitel araştırma yaklaşımıyla yürütülmüştür. Nitel araştırmalar, bireylerin belirli bir olguya ilişkin deneyimlerini, algılarını ve anlamlandırma biçimlerini doğal bağlamı içinde derinlemesine incelemeye olanak sağlamaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2003). Araştırmada, Yozgat yöresel mutfağının işletmelerdeki sunum biçimi, en çok tercih edilen yemekler, yöresel yemeklerin özel günlerle ilişkisi, il dışından gelen ziyaretçilerin talepleri ve müşterilerin yöresel yemeklere yönelik eğilimleri, doğrudan saha paydaşlarının değerlendirmeleri temelinde ele alınmıştır. Bu doğrultuda veri toplama tekniği olarak yarı yapılandırılmış görüşme kullanılmıştır.

Çalışma Grubu

Araştırmanın çalışma grubunu, Yozgat ilinde faaliyet gösteren ve yoğun müşteri kitlesine sahip yiyecek-içecek işletmelerinde görev yapan 14 aşçıbaşı ile 11 işletme sahibi olmak üzere toplam 25 katılımcı oluşturmaktadır. Katılımcıların belirlenmesinde amaçlı örnekleme yaklaşımı benimsenmiştir. Amaçlı örnekleme, araştırma konusu hakkında doğrudan bilgi ve deneyim sahibi bireylerden ayrıntılı veri elde etmeyi amaçlayan bir örnekleme yaklaşımıdır (Yıldırım ve Şimşek, 2003). Bu kapsamda, Yozgat yöresel mutfağına ilişkin üretim, sunum, müşteri talebi ve işletme deneyimi konusunda bilgi verebilecek paydaşlar araştırmaya dâhil edilmiştir. Aşçıbaşılar ile işletme

sahiplerinin birlikte değerlendirilmesi, yöresel yemeklerin hem mutfak uygulamaları hem de işletme ve müşteri boyutuyla ele alınmasına olanak sağlamıştır.

Veri Toplama Aracı ve Verilerin Toplanması

Araştırmada veri toplama aracı olarak yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşmeler, araştırmacının önceden belirlenmiş soru çerçevesi doğrultusunda ilerlemesine imkân tanırken, katılımcıların yanıtlarına bağlı olarak yeni açıklayıcı ve derinleştirici sorular yöneltilebilmesine de olanak sağlamaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2003).

Görüşme formunda katılımcılara; bölgede en yaygın tüketilen yöresel yemekler, et ve et ürünleri içeren yöresel yemekler, süt ve süt ürünleriyle hazırlanan yemekler, yabani otlar ya da sebzelerle hazırlanan yemekler, belirli gün ve özel amaçlarla hazırlanan yemekler, il dışından gelen müşterilerin yöresel yemeklere yönelik ilgisi ve müşterilerin yöresel yemekler konusunda tavsiye talep etme durumlarına ilişkin sorular yöneltilmiştir.

Araştırma verileri 2023 yılı Mayıs ayında toplanmıştır. Görüşmeler katılımcılarla yüz yüze gerçekleştirilmiş, her bir görüşme yaklaşık 25 ila 45 dakika sürmüştür. Katılımcıların onayı doğrultusunda görüşmeler ses kayıt cihazı ile kaydedilmiş ve daha sonra yazılı metne dönüştürülmüştür.

Araştırma kapsamında yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılarak katılımcılara yöneltilen sorular aşağıda sunulmuştur:

1. Bulunduğunuz bölgede en yaygın olarak tüketilen yöresel yemekler nelerdir?
2. Bu yöresel yemeklerden hangileri et ve et ürünleri içermektedir?
3. Bu yöresel yemeklerden hangileri süt ve süt ürünleri kullanılarak hazırlanmaktadır?
4. Bu yöresel yemeklerden hangileri yabani otlar ya da sebzelerden oluşmaktadır?
5. Bu yöresel yemekler belirli günler veya özel amaçlar doğrultusunda hazırlanmakta mıdır?
6. Bu yöresel yemekler nedeniyle Yozgat'ı ve işletmenizi il dışından ziyaret eden müşteriler bulunmakta mıdır? Bu konudaki görüşleriniz nelerdir?
7. İşletmenize gelen müşteriler, yöresel yemekler konusunda sizden öneri talep etmekte midir? Açıklayınız.

Görüşmeler, 25–45 dakikalık süreler içerisinde gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların rızası doğrultusunda görüşme süreci ses kayıt cihazı kullanılarak kaydedilmiştir

Araştırma Verilerinin Analizi

Araştırmada elde edilen verilerin analizinde içerik analizi kullanılmıştır. İçerik analizi, birbirine benzeyen verileri belirli kavramlar ve temalar çerçevesinde bir araya getirerek sistematik biçimde yorumlamaya olanak sağlayan bir analiz yaklaşımıdır (Yıldırım ve Şimşek, 2003). Analiz sürecinde öncelikle görüşme kayıtları yazılı metne dönüştürülmüştür. Ardından veri seti birkaç kez okunarak araştırmanın amacıyla ilişkili anlamlı ifadeler belirlenmiştir. İlk aşamada katılımcı ifadeleri açık kodlama yoluyla kodlanmış, benzer içerik taşıyan kodlar daha sonra bir araya getirilerek alt kategoriler oluşturulmuştur. Bir sonraki aşamada bu alt kategoriler, araştırma soruları ile uyumlu üst temalar altında toplanmıştır. Son aşamada ise elde edilen tema ve kategoriler doğrultusunda bulgular düzenlenmiş, katılımcı ifadeleri doğrudan alıntılarla desteklenerek yorumlanmıştır. Kodlama ve tema oluşturma

sürecinin tutarlılığını artırmak amacıyla elde edilen yapı alan dışından bir uzmanın görüşüne sunulmuş, alınan geri bildirimler doğrultusunda gerekli düzenlemeler yapılmıştır.

Geçerlik ve Güvenirlik

Nitel araştırmalarda geçerlik ve güvenirlik kavramları yerine, inandırıcılık, aktarılabilirlik, tutarlılık ve doğrulanabilirlik ölçütleri ön plana çıkmaktadır (Lincoln & Guba, 1985). Bu araştırmada inandırıcılığı artırmak amacıyla görüşmeler ses kaydı ile kayıt altına alınmış, veriler yazılı metne dönüştürülmüş ve analiz süreci sistematik kodlama aşamaları doğrultusunda yürütülmüştür. Bulguların yalnızca araştırmacı yorumuna dayanmaması için katılımcı ifadelerine doğrudan alıntılarla yer verilmiştir. Araştırmanın aktarılabilirliğini desteklemek amacıyla çalışma grubu, katılımcı özellikleri ve veri toplama süreci ayrıntılı biçimde açıklanmıştır.

Bulgular

Bu çalışmanın amacı, Yozgat yöresel mutfağını gastronomi turizmi kapsamında ele almaktır. Bu doğrultuda, Yozgat ili ve ilçelerinde faaliyet gösteren ve yoğun müşteri potansiyeline sahip 11 işletmeden 14 aşçıbaşı ve 11 işletme sahibi ile görüşmeler gerçekleştirilmiş ve gerekli veriler toplanmıştır.

Tablo 1. Araştırmaya katılanların demografik özellikleri

			N	**F**
Aşçıbaşı	**Cinsiyet**	Kadın	3	21,5
		Erkek	11	78,5
	Yaş aralığı	35-45	10	71,4
		46-55	2	14,3
		56 ve üzeri	2	14,3
	Çalışma Yılı	10-20	4	28,6
		21-30	8	57,15
		31 ve üzeri	2	14,25
		Toplam	**14**	**100**
İşletme sahibi	**Cinsiyet**	Kadın	2	18,2
		Erkek	9	81,8
	Yaş aralığı	35-45	6	54,6
		46-55	3	27,3
		56 ve üzeri	2	18,1
	Çalışma yılı	10-20	7	63,7
		21-30	1	9,00
		31 ve üzeri	3	27,3
		Toplam	**11**	**100**

Araştırmaya katılan aşçıların, işletmelerinde aşçıbaşı olarak görev yaptıkları ve deneyim sürelerinin değişkenlik gösterdiği belirlenmiştir. En tecrübeli aşçıbaşının 38 yıldır, en az deneyime sahip olanın ise 14 yıldır bu görevde olduğu tespit edilmiştir. İşletme sahiplerinin restoran sektöründeki deneyimleri de farklılık göstermekte olup, en uzun süre sektörde bulunan işletme sahibi 40 yıldır, en kısa süreli katılımcı ise 12 yıldır bu alanda faaliyet göstermektedir.

Katılımcılarından Elde Edilen Bilgilere Göre En Çok Tercih Edilen Yozgat Yöresel Yemekleri ve Yemeklere Dair Bilgiler

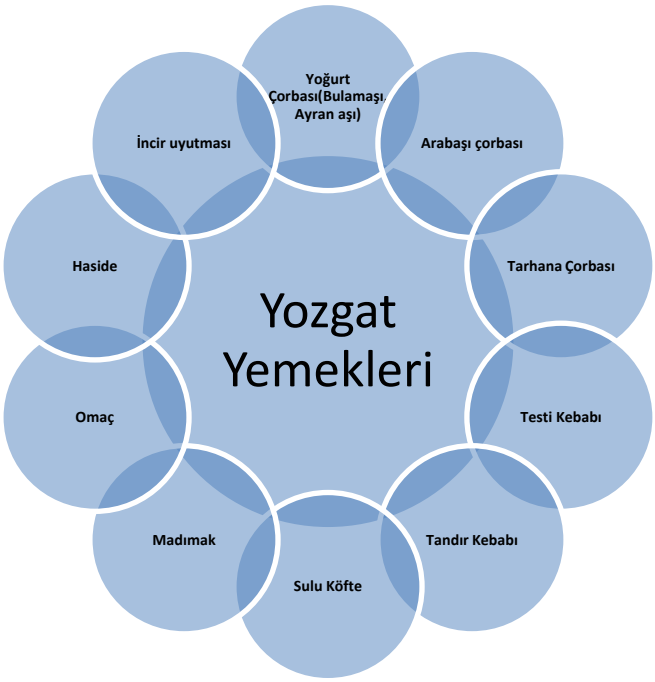
Bu bölümde sunulan bulgular, Yozgat ili ve ilçelerinde faaliyet gösteren ve yoğun müşteri potansiyeline sahip 11 yiyecek-içecek işletmesinden elde edilen veriler temelinde oluşturulmuştur. Araştırma kapsamında bu işletmelerde görev yapan 14 aşçıbaşı ile 11 işletme sahibi olmak üzere toplam 25 katılımcıyla görüşülmüştür. Bu nedenle aşağıda

sunulan bulgular, Yozgat ilindeki tüm yiyecek-içecek işletmelerini temsil eden bir envanter olarak değil; görüşme yapılan işletmelerde öne çıkan yöresel yemeklere ilişkin katılımcı beyanlarının değerlendirilmesi olarak ele alınmalıdır. Bulgular, Yozgat merkez ve ilçe düzeyindeki görüşme yapılan işletmelerin menü ve sunum pratiklerine dayalı olarak oluşturulmuştur.

Tablo 2. Katılımcı beyanlarına göre görüşme yapılan işletmelerde sunulan Yozgat yöresel yemekleri

Yemek isimleri	N	F
Yoğurt çorbası	15	60,0
Arabaşı çorbası	19	76,0
Tarhana çorbası	17	68,0
Testi kebabı	24	96,0
Tandır kebabı	22	88,0
Sulu köfte	16	64,0
Madımak	11	44,0
Omaç	13	52,0
Haside	11	44,0
İncir uyutması	23	92,0

Tablo 2'de, görüşme yapılan işletmelerde katılımcılar tarafından ifade edilen yöresel yemekler ve bu yemeklerin belirtilme sıklıkları yer almaktadır. Bulgular, görüşme yapılan işletmelerde özellikle testi kebabı, incir uyutması, tandır kebabı ve arabaşı çorbasının öne çıktığını göstermektedir. Bununla birlikte yoğurt çorbası, tarhana çorbası, sulu köfte, omaç, madımak ve haside gibi ürünlerin de katılımcılar tarafından Yozgat yöresel mutfağının önemli unsurları arasında değerlendirildiği anlaşılmaktadır. Bu bulgular, araştırma kapsamındaki işletmelerde yöresel yemeklerin menü temsiline ve katılımcıların mutfak pratiğine ilişkin bir görünüm sunmaktadır.



Şekil 1. Yozgat yemekleri

Yapılan araştırma kapsamında, Yozgat ve ilçelerinde faaliyet gösteren restoran işletmelerinde müşteriler tarafından en fazla tercih edilen ürünlerin yoğurt çorbası, arabaşı çorbası, tarhana çorbası, testi kebabı, tandır kebabı, sulu köfte, omaç, haside ve incir uyutması olduğu belirlenmiştir (Bkz. Şekil 1). Araştırma kapsamında görüşme

yapılan bazı aşçıbaşılar ve işletme sahiplerinin, "Yaşadığınız bölgede en çok tercih edilen yöresel yemekler hangileridir?" sorusuna verdikleri yanıtlar aşağıda sunulmuştur:

"Burada en çok tercih edilen yöresel yemeklerimiz arabaşı, tandır kebabı, testi kebabı ve incir uyutmasıdır." (A4)

"İşletmemize gelen müşteriler yöresel yemeklerden en çok tandır kebabı, testi kebabı, tatlı olarak incir uyutması ve haside, kahvaltıya gelen müşterilerimiz ise tavsiye üzerine omaçı tercih ediyorlar." (İS3)

"İşletmemiz ana yol kenarında olduğu için il dışından çok müşterimiz oluyor ve genelde yöresel yemeklerimizden en çok tandır, testi kebabı, sulu köfte yemeği, madımak, yoğurt çorbası, tarhana çorbası incir uyutması ve haside tercih etmektedirler."(A6)

Araştırmaya katılanların yanıtları incelendiğinde, Yozgat yöresinde en çok tercih edilen yemek, çorba ve tatlıların ağırlıklı olarak bakliyat, et, yabani otlar ve süt ürünleri temelli olduğu belirlenmiştir.

Araştırma kapsamında görüşme yapılan aşçıbaşılar ve işletme sahiplerinin, "Bu yöresel yemeklerden hangileri et ve et ürünleriyle hazırlanmaktadır?" sorusuna verdikleri yanıtlar aşağıda sunulmuştur:

"Testi kebabı ve tandır kebabı et ile yapılmaktadır. İkisinde de kuzu eti kullanılması yöresel lezzetini ortaya çıkarıyor." (A1)

"Et ürünlerinden yapılan yemeklerimiz tandır kebabı ve testi kebabıdır. İkisinde de kuzu eti kullanılmaktadır. Bu yemekleri lezzetli yapan zaten kuzu eti kullanılmasıdır." (A5)

"Bu yemeklerden testi ve tandır kebabında et kullanılır. Kullanılan et kuzu eti olmalıdır." (A9)

Çalışma grubundan elde edilen yanıtlar incelendiğinde, Yozgat yöresinde et ve et ürünleriyle hazırlanan yemekler arasında en fazla tercih edilenlerin tandır kebabı ve testi kebabı olduğu belirlenmiştir.

Araştırma kapsamında katılımcılarla yapılan görüşmelerde, "Bu yöresel yemeklerden hangileri süt ve süt ürünleriyle hazırlanmaktadır?" sorusuna verilen yanıtlar aşağıda sunulmuştur:

"Yemeklerimizden sadece yoğurt çorbası süt ürünlerinden olan özel katık yoğurdu dediğimiz malzeme ile yapılmaktadır. Onun dışında, tatlılardan ise incir uyutması süt ile yapılan tatlılarımızdandır." (A1)

"Yoğurt çorbası, sütten yapılan özel bir yoğurt ile yapılmaktadır. Ayrıca, incir uyutmasında da süt ve incir kullanılmaktadır." (İS4)

"Katık yoğurdu denilen özel bir yoğurttan yapılan yoğurt çorbası ve incir uyutması dediğimiz tatlımızda süt ve süt ürünleri kullanmaktayız." (A11)

Çalışma grubundan elde edilen yanıtlar incelendiğinde, süt ve süt ürünleriyle hazırlanan yöresel lezzetler arasında yoğurt çorbası ve incir uyutmasının en yaygın tercih edilen ürünler olduğu belirlenmiştir.

Araştırma kapsamında görüşme yapılan bazı aşçıbaşılar ve işletme sahiplerinin, "Bu yöresel yemeklerden hangileri yabani otlar ya da sebzelerle hazırlanmaktadır?" sorusuna verdikleri yanıtlar aşağıda sunulmuştur:

Yöresel yemeklerimizden sadece madımak bir ot yemeğidir. Madımak, yabani ve kendi kendine doğada yetişen bir ottur. Sadece ilkbahar aylarında doğada bulunur ve toplanır. Onun dışında yabani otlardan olan efelik sarması da yapılmaktadır ama talep edilen bir yemek değildir. Genelde kırsal alanda tercih edilir." (A7)

Bahar mevsiminde çıkan bir yabani ot olan madımak Yozgat ilinde yaygın bir yemektir. İşletmemiz gelen müşterilerimizde zaman zaman bu yemeği talep etmektedirler." (İS2)

"İşletmemizdeki yöresel yemeklerden sadece bahar aylarında bulunan madımak yemeği yabani otlardan yapılmaktadır." (A3)

Katılımcı yanıtları incelendiğinde, yabani otlarla hazırlanan yöresel yemekler arasında madımak yemeğinin başta geldiği belirlenmiştir.

Araştırma kapsamında görüşme yapılan aşçıbaşıların bir kısmı ile işletme sahiplerinin, "Bu yöresel yemekler özel bir amaç doğrultusunda pişirilmekte midir?" sorusuna verdikleri yanıtlar aşağıda sunulmuştur:

"Evet, pişirilir, özellikle testi kebabı, toplu etkinliklerde sık sık tercih edilmektedir." (A2)

"Toplu olarak özel günlerde işletmemizi tercih edilen müşterilerimiz genelde tandır ve testi kebabını tercih ediyorlar." (A9)

"İşletmemizin ev sahipliği yaptığı, özel günlerde özel toplantılarda, en sık testi kebabı tercih edilmektedir. " (A5)

"Evet, pişiriliyor mesela kalabalık organizasyonlarda en çok testi kebabı tercih ediliyor. Kalabalık kahvaltı organizasyonlarında ise kahvaltılarda omaç sıklıkla tercih edilmektedir." (A11)

Çalışma grubundan elde edilen yanıtlar incelendiğinde, özel günlerde ve toplantılarda en fazla tercih edilen yemek türlerinin testi kebabı, tandır kebabı ve arabaşı çorbası olduğu belirlenmiştir.

Araştırma kapsamında görüşme yapılan bazı aşçıbaşılar ve işletme sahiplerinin, "Bu yöresel yemekler için Yozgat'ı ve işletmenizi il dışından ziyaret eden müşteriler oluyor mu? Bu konu hakkında görüşleriniz nelerdir?" sorusuna verdikleri yanıtlar aşağıda sunulmuştur:

"Tabi ki oluyor, işletmemize özellikle tandır kebabı, testi kebabı ve incir uyutması yemek için il dışından farklı illerden gelen müşterilerimiz mevcut." (İS4)

"Türk insanı et yemeyi seviyor. Etlerden de en çok kuzu etini. Kuzu etinin de en güzel sunulduğu yemeklerden birisi Yozgat'ın tandır kebabıdır. Tandır kebabı yemek için farklı illerden gelen birçok misafirimiz oluyor." (A3)

"İşletmemiz, doğu ile batıyı kuzey ile güneyi birbirine bağlayan bir konum üzerinde olduğu için, yolu Yozgat'tan veya yakınından geçen herkes mutlaka işletmemiz uğrar ve tandır kebabı, testi kebabı, incir uyutması ve hasidemizi yemeden gitmezler." (İS2)

"Evet oluyor. Bazı müşterilerimiz en az 3 ayda bir özellikle çevre illerden gelir yöresel yemeklerimizi yer ve tekrar şehirlerine dönerler. Bu müşterilerimiz ile artık birer aile gibiyiz. Sık sık işletmemizi ziyaret ederler." (A5)

Katılımcı yanıtları incelendiğinde, Yozgat'a özgü yöresel lezzetleri tatmak amacıyla farklı şehirlerden birçok yerli turistin şehri ziyaret ettiği belirlenmiştir. Bu sonucun ortaya çıkmasında Yozgat İlinin coğrafi konumunun da etkisi vardır. Yozgat, Türkiye'nin doğusu ile batısını birleştiren karayolları üzerinde bulunan ve Doğu Bölgelerine bağlantı sağlayan bir kent olması nedeniyle önemli bir konumdadır.

Araştırma kapsamında görüşme yapılan aşçıbaşılar ve işletme sahiplerinin, "İşletmenize gelen müşteriler, yöresel yemekler konusunda sizden tavsiye talep etmekte midir?" sorusuna verdikleri yanıtlar aşağıda sunulmuştur:

"Evet işletmemize ve Yozgat' a ilk defa gelen müşterilerimiz yöresel yemeklerden neleriniz var ne önerirsiniz diye sorarlar genelde, bizde çorbalardan arabaşı, tarhana ve yoğurt çorbasını, ana yemeklerden et seviyorlar ise tandır ve testi kebabını, ya da farklı tatlar isterlerse sulu köfte, varsa madımak tavsiye ederiz. Tatlılardan ise yöresel lezzetimiz haside ve incir uyutmasını tavsiye ederiz." (İS3)

"Evet, bazen ilk defa gelen müşterilerimiz bazen de sürekli gelip aynı yemekleri tercih eden müşterilerimiz bazen bizlerden tavsiyeler istiyorlar ve bizde onlara tavsiyelerde bulunuyoruz." (A1)

"Elbette tavsiye isteyenler oluyor biz de yardımcı oluyoruz." (A8)

"Evet, bazı müşterilerimiz, direk bizimle iletişim kurmak amacıyla gelip ne yiyebileceklerini ne önerebileceğimizi soruyorlar. Bizlerde onlara neler tavsiye edebileceğimizi söylüyoruz." (A3)

Araştırma bulguları, işletmelere gelen müşterilerin yöresel yemeklerle ilgili olarak çalışanlardan tavsiye aldığını göstermektedir. Bu sonuç, Yozgat'ın yöresel mutfak ürünlerinin ziyaretçiler için farklı tatlar ve deneyimler sağladığını göstermektedir.

Tartışma Sonuç ve Öneriler

Bu çalışmada, Yozgat'ta faaliyet gösteren ve araştırma kapsamına alınan yiyecek-içecek işletmelerinde sunulan yöresel ürünler gastronomi turizmi bağlamında değerlendirilmiştir. Bulgular, işletmelerde özellikle tandır kebabı ve testi kebabının ana yemekler arasında; arabaşı, yoğurt ve tarhana çorbalarının çorba grubunda; madımağın sebze yemeği olarak; incir uyutması ve hasidenin ise tatlılar arasında daha görünür olduğunu göstermektedir. Bu görünüm, Yozgat mutfağının gastronomi turizmi bakımından belirli ürünler etrafında temsil edildiğini ortaya koymaktadır. Yöresel ve coğrafi işaretli ürünlerin destinasyon imajı, tanıtım ve turistik hareketlilik açısından işlevsel bir değer taşıdığına ilişkin bulguların literatürde de vurgulandığı görülmektedir (Özdemir, 2025; Şengül ve Çılgınoğlu, 2023).

Araştırmanın dikkat çekici sonuçlarından biri, menülerdeki yöresel ürün çeşitliliğinin görece sınırlı bir kümede yoğunlaşmasıdır. Bu durum, bir yandan işletmelerin tedarik, maliyet, hazırlama süresi ve standart sunum gereksinimleriyle; diğer yandan müşterilerin destinasyonla özdeşleşmiş ürünlere yönelmesiyle ilişkili görünmektedir. Yöresel yemeklerin menülerde sınırlı yer bulması, yalnızca Yozgat'a özgü bir durum değildir. Marmaris örneğinde gerçekleştirilen araştırmada da yöresel yemeklerin restoran menülerinde beklenen ölçüde yer almadığı belirtilmiştir (Kurnaz ve İşlek, 2018). Bu çerçevede Yozgat mutfağında belirli ürünlerin öne çıkması anlaşılabilir olmakla birlikte, daha geniş yöresel mutfak repertuvarının menülere yeterince yansımaması gastronomi turizmi açısından sınırlayıcı bir unsur olarak değerlendirilebilir.

Sebze ve yabani ot yemekleri bakımından bulguların büyük ölçüde madımak üzerinde yoğunlaşması da önemlidir. Bu sonuç, Yozgat mutfağında ot ve bitki temelli yemek bilgisinin turistik tüketime aktarımında seçici bir daralma yaşanabileceğini düşündürmektedir. Yöresel mutfak yalnızca en çok bilinen ürünlerin görünürlüğü ile değil, aynı zamanda geleneksel bilgi birikiminin çeşitliliğiyle de değerlidir. Bu nedenle madımak dışındaki ot yemeklerinin menülerde zayıf temsili, gastronomik çeşitliliğin sınırlanması kadar kültürel aktarımın görünürlüğü açısından da dikkate alınmalıdır. Yöresel ürün bilgisinin yalnızca birkaç sembolik yemek üzerinden temsil edilmesi, destinasyonun mutfak zenginliğinin daraltılmış bir çerçevede algılanmasına yol açabilir.

Çalışmada su ürünlerine dayalı yöresel yemeklerin belirgin biçimde yer almaması da ilin coğrafi yapısı, tüketim alışkanlıkları ve işletme pratikleriyle uyumlu görünmektedir. Bu bulgu, Yozgat mutfağının tarihsel olarak kara ve bozkır ekolojisi etrafında şekillenen yapısını desteklemektedir. Başka bir ifadeyle, menülerde görünmeyen ürünler de en az görünen ürünler kadar mutfak kültürünün sınırlarını ve karakterini anlamaya katkı sağlamaktadır. Bu nedenle Yozgat mutfağının gastronomi turizmi potansiyeli değerlendirilirken yalnızca çeşitlilik değil, o çeşitliliğin hangi ekolojik ve kültürel zemin üzerinde oluştuğu da dikkate alınmalıdır.

Testi kebabına ilişkin bulgular, özgünlük ve standardizasyon meselesini ayrıca gündeme getirmektedir. Katılımcıların testi kebabında ağırlıklı olarak kuzu eti kullanıldığını ifade etmeleri, ürünün geleneksel reçeteye bağlılık düzeyi açısından olumlu bir görünüm sunmaktadır. Bununla birlikte Yozgat testi kebabının farklı turistik alanlarda zaman zaman gösteri boyutu öne çıkarılarak sunulabildiği ve özgün pişirme anlayışından uzaklaşabildiği yönündeki eleştiriler literatürde de yer almaktadır (Buyruk, İlhan ve Özen, 2017). Bu nedenle testi kebabının gastronomi turizmi açısından değeri yalnızca popülerliğinden değil, özgün hazırlanış biçiminin korunmasından da beslenmektedir. Ürünün sürdürülebilir turistik değer taşıyabilmesi için reçete standardizasyonu, pişirme tekniğinin korunması ve sunum biçiminin ürünün kültürel kimliğiyle uyumlu biçimde sürdürülmesi gerekmektedir.

Çalışmanın bir diğer önemli bulgusu, Yozgat'ın coğrafi işaretli ürünlerinden biri olan Çanak Peyniri' nin işletme görüşmelerinde belirgin biçimde öne çıkmamasıdır. Oysa Yozgat Çanak Peyniri' nin gerek üretim süreci gerekse coğrafi işaret niteliği bakımından destinasyon tanıtımında kullanılabilecek önemli bir yerel değer olduğu belirtilmektedir (Şengül ve Çılgınoğlu, 2023). Bu durum, tescilli ürünlerin kurumsal olarak tanımlanmış olmasının tek başına turistik görünürlük üretmediğini göstermektedir. Ürünün menülerde, kahvaltı sunumlarında, tadım deneyimlerinde ve satış noktalarında daha görünür hâle getirilmemesi, tescil ile turistik arz arasında bir kopukluk bulunduğunu düşündürmektedir. Benzer biçimde Özdemir (2025), Yozgat'taki coğrafi işaretli ürünlerin gastronomi turizmine entegrasyonu için yerel kurumlar ve karar vericiler düzeyinde daha planlı adımlar atılması gerektiğini vurgulamaktadır.

Araştırmada müşterilerin mutfak personelinden tavsiye istemesi ve farklı illerden gelen daimi müşteri varlığı, gastronomik deneyimin yalnızca yemek tüketimine indirgenemeyeceğini göstermektedir. Bu bulgu, yöresel yemek deneyiminin güven, iletişim, öneri ve etkileşim boyutlarını da içerdiğini ortaya koymaktadır. Dolayısıyla gastronomi turizmi bağlamında yalnızca ürünün kendisi değil, ürünün nasıl sunulduğu, nasıl anlatıldığı ve ziyaretçiye nasıl aktarıldığı da belirleyici olmaktadır. Bu yönüyle mutfak personelinin deneyimi ve işletmelerin servis yaklaşımı, gastronomik deneyimin niteliğini etkileyen temel unsurlar arasında değerlendirilmelidir.

Sonuç olarak çalışma, Yozgat yöresel mutfağının gastronomi turizmi bakımından önemli bir potansiyel taşıdığını; ancak bu potansiyelin menülerde birkaç ürün etrafında yoğunlaşan dar bir temsil üzerinden görünür olduğunu ortaya koymuştur. Testi kebabı, tandır kebabı, arabaşı, madımak ve incir uyutması gibi ürünler Yozgat mutfağının gastronomik kimliğini taşıyan başlıca unsurlar olarak öne çıkarken, bazı coğrafi işaretli ürünlerin işletme pratiklerinde daha zayıf yer bulduğu anlaşılmıştır. Bu durum, Yozgat'ın gastronomi turizmi açısından tamamen yetersiz değil; ancak planlı tanıtım, standardizasyon ve ürün çeşitliliğinin görünür kılınması bakımından geliştirilmesi gereken bir destinasyon olduğunu göstermektedir.

Bu nedenle, bölgedeki yerel yemeklerin korunması ve gastronomi turizmine entegre edilebilmesi amacıyla aşağıdaki öneriler dikkate alınabilir.

- Doğal ve kültürel zenginliklerin turizmde daha etkin bir şekilde kullanılabilmesi için, destinasyondaki yerel yönetimlerin ortak bir hedef doğrultusunda bir araya gelmeleri ve halkla iş birliği yapmaları gerekmektedir. Tüm paydaşların ortak bir çalışma yürütmesi ve koordine olmaları gastronomi turizmi adına oluşturacakları stratejiler açısından büyük öneme sahiptir.
- Yozgat'taki zengin doğal ve kültürel varlıkların fark edilmesi ve bu potansiyelin değerlendirilerek gastronomi turizmi için adımlar atılması gerekmektedir.
- Özellikle coğrafi işaretli ürünler başta olmak üzere diğer keşfedilmemiş gastronomi lezzetlerinin de gün yüzüne çıkarılarak ortak bir bilinç oluşturulması gerekmektedir.
- Yerel yiyeceklerin destinasyon imajını oluşturmada önemli bir yere sahip olduğu düşünülmektedir. Yozgat'a ait yerel yiyeceklerin tanıtımının günümüzdeki etkisi göz önüne alındığında tv dizileri aracılığıyla ile artırmak mümkün olacaktır.
- Yerel paydaşların testi kebabı ve tandır kebabı üzerine yoğunlaştıkları ve bu ürünler üzerinde ilginin yoğunlaştığı belirlenmiştir. Ancak yöreye ait çok çeşitli yemekler bulunmaktadır bu çeşitliliğin tanıtım faaliyetlerinin yapılması ziyaret etmek isteyen turistler için daha cazip hale getireceği ön görülmektedir.
- Destinasyondaki yerel paydaşların, akademik çevre tarafından üretilen bilgilerden yararlanması gerekmektedir. Bu uygulama, hizmetlerin daha etkin bir şekilde yürütülmesine katkı sağlayacaktır.
- Yozgat' da gastronomi turizmini geliştirmek için yöresel yemekler ile ilgili tanıtım filmi çekilerek sosyal medya ve TV kanallarında yayınlanması kişilerin hafızalarında yer edinecektir ve ziyaret sayılarında artışa neden olacaktır.
- Yozgat' da gastronomi turizmini geliştirmek için işletmelere, yöresel yemek çeşitlerini artırmaları konusunda önerilerde bulunulabilir.
- Sadece gastronomi turizmi bakımından değil, termal ve tarihi turizm bakımından da zenginlik gösteren Yozgat' ın yeteri kadar tanıtımı yapılamadığı ve gelen turist sayısının oldukça az olduğu dikkate alındığında, Yozgat' ın termal ve tarihi zenginlikleri ile ilgili yapılacak reklam ve tanıtım çalışmalarının sadece tarihi ve termal turizme katkı sağlamayacağı aynı zamanda gastronomi turizminin de gelişmesine katkıda bulunacağı düşünülmektedir.

Gelecek çalışmalar için bazı öneriler ise;

- Bu araştırmanın sadece yerel paydaşlarla sınırlı olması bir kısıtlılık olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu yüzden gelecek çalışmalarda yerel halk ile birlikte destinasyonu ziyaret eden yerli ve yabancı turistleri örneklem grubuna dahil ederek destinasyon pazarlamasına ilişkin görüşleri alınabilir.
- Bu çalışmada veriler nitel yöntemler kullanılarak elde edilmiştir. Gelecek çalışmalarda nicel yöntemler kullanılarak çalışmaya çeşitlilik kazandırılabilir.
- Yapılacak olan diğer çalışmalarda daha fazla katılımcı ile araştırma yapılması farklı perspektiflerin ortaya çıkmasında yararlı olacaktır.

Beyan

Makalenin tüm yazarlarının makale sürecine verdikleri katkı eşittir. Yazarların bildirmesi gereken herhangi bir çıkar çatışması yoktur. Araştırma için gerekli olan etik kurul izni, Yozgat Bozok Üniversitesi, Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu'nun 30/03/2023 tarih ve 01/10 karar numarası ile alınmıştır.

KAYNAKÇA

Aksoy, M. ve Sezgi, G. (2015). Gastronomi Turizmi ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi Gastronomik Unsurları. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 3*(3), 79–89.

Akyürek, S., Çalık, İ., Taş, S., Pir, R., Kaya, F., & Zeybek, H. İ. (2024). Kültürel Miras Unsuru Olarak Yayla Mutfak Kültürü: Gümüşhane İli Örneği. Milli Folklor, 18(141), 78–91. https://doi.org/10.58242/millifolklor.1228043

Aslan, Z., Güneren, E. ve Çoban, G. (2014). Destinasyon Markalaşma Sürecinde Yöresel Mutfağın Rolü: Nevşehir Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 2*(4), 3–13.

Ateş, A. (2024). Evaluation of geographical indication foods in the context of gastronomy tourism.

Başat, H. T. (2017). The local products role in developing gastronomic tourism: The case of Turkey. Journal of Tourism and Gastronomy Studies.

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.

Buyruk, L., İlhan, İ., & Özen, İ. A. (2017). Gastronomi turizmi ögesi olarak Yozgat testi kebabı ve Kapadokya turizm bölgesindeki yiyecek içecek işletmelerinde testi kebabı uygulamalarına dair eleştirel bir yaklaşım. II. Uluslararası Bozok Sempozyumu, Yozgat.

Büyükşalvarcı, A., Şapcılar, M. C. ve Yılmaz, G. (2016). Yöresel Yemeklerin Turizm İşletmelerinde Kullanılma Durumu: Konya Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 4*(4), 165–181. doi:10.21325/jotags.2016.54

Cömert, M. (2014). Turizm Pazarlamasında Yöresel Mutfakların Önemi ve Hatay Mutfağı Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 2*(1), 64–70.

Çanakçı, S. (2019). Yöresel Yiyecek Tüketimi ve Gastronomi Turizmi: Kars İli Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 7*(4), 3135–3159.

Çek, A. ve Yaman, B. (2025). Kırsal Turizmde Yöresel Yemekler: Madımak Otu Etrafında Oluşan Geleneksel Ekolojik Bilginin İncelenmesi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 9(4), 3119–3139.

Durlu-Özkaya, F., Sünnetçioğlu, S. ve Can, A. (2013). Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi Hareketliliğinde Coğrafi İşaretlemenin Rolü. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 1*(1), 13–20.

Ellis, A., Park, E., Kim, S. ve Yeoman, I. (2018). What is Food Tourism? *Tourism Management, 68*, 250-263. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.03.025

Erdoğan Sağlam, N. ve Samsun, S. (2018). Yozgat İli Su Ürünleri Tüketim Alışkanlıklarının Belirlenmesi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Eğirdir Su Ürünleri Fakültesi Dergisi, 14*(1), 9–16.

Gürsoy, Y. (2017). Giresun Merkez Yöresinde Gastronomi Turizmi Üzerine Genel Bir Değerlendirme. *Journal of International Social Research*, 10, (51).

Hall, C. M., Sharples, L., Mitchell, R., Macionis, N. ve Cambourne, B. (Ed.). (2003). *Food Tourism Around the World: Development, Management and Markets*. Oxford: Butterworth-Heinemann.

Kesici, M. (2012). Kırsal Turizme Olan Talepte Yöresel Yiyecek ve İçecek Kültürünün Rolü. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 2012*(2), 33-37.

Korkmaz, S. ve Kaya Tekman, T. (2021). Yozgat Yöresi Yemek ve Tatlı Kültürünün Sürdürülebilirliği. *Folklor/Edebiyat, 27*(105), 299–319. doi:10.22559/folklor.1548

Kurnaz, A., & İşlek, E. (2018/2021 kayıt farkı var). Yöresel yemeklerin restoranlar tarafından kullanımının değerlendirilmesi: Marmaris örneği. International Journal of Social and Economic Sciences, 8(1), 50–59.

Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. Beverly Hills, CA: Sage Publications.

Okumus, B. ve Cetin, G. (2018). Marketing Istanbul as A Culinary Destination. *Journal of Destination. Marketing & Management*, 9, 340-346.

Özdemir, S. (2025). Gastronomik bir değer olarak coğrafi işaretli ürünlerin değerlendirilmesi: Yozgat ili örneği. Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research, 9(1), 14–29. https://doi.org/10.32958/gastoria.1543185

Portney, L. G. ve Watkins, M. P. (2009). *Foundations of Clinical Research: Applications to* Practice (Vol. 892, pp. 11-15). New Jersey: Pearson/Prentice Hall.

Recuero-Virto, N. ve Arróspide, C. V. (2024). Culinary Destination Enchantment: the Strategic İnterplay of Local Gastronomy in Regional Tourism Development. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 36, 100931.

Scarpato, R. (2002). Gastronomy as A Tourist Product: The Perspective of Gastronomy Studies. İçinde A.-M. Hjalager ve G. Richards (Ed.), *Tourism and Gastronomy* (ss. 51-70). London: Routledge.

Sormaz, Ü., Akmese, H., Gunes, E., & Aras, S. (2015). Turizmde yerel yiyeceklerin önemi ve coğrafi işaretleme: Van Otlu Peyniri örneği. Journal of Tourism and Gastronomy Studies.

Suna, B. ve Uçuk, C. (2018). Coğrafi İşaret İle Tescil Edilmiş Ürüne Sahip Olmanın Destinasyon Pazarlamasına Etkisi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 6*(3), 100-118.

Şahin Perçin, N. ve Yiğit, S. (2020). Tripadvisor'da Yer Alan Yiyecek ve İçecek İşletmeleri Hakkındaki E-Şikayetlerin Değerlendirilmesi: Kapadokya Bölgesi Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 8*(4), 2985–3001. https://doi.org/10.21325/jotags.2020.747

Şengül, A., & Çılgınoğlu, H. (2023). Coğrafi işaretli Yozgat Çanak Peyniri'nin gastronomi turizmi açısından değerlendirilmesi. Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 9(1), 103–118. https://doi.org/10.31463/aicusbed.1162302

Şengül, S., ve Türkay, O. (2016). Akdeniz Mutfak Kültürünün Gastronomi Turizmi Bağlamında Değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies,* 4(1), 86-99.

Temizel, G. (2024). Local Food on the Menus of Local Businesses. *Journal of Gastronomy Hospitality and Travel, 7*(1), 2024.

Türk Patent ve Marka Kurumu. (t.y.). Coğrafi İşaret Nedir? *Coğrafi İşaretler Portalı*. Erişim tarihi: 13 Ocak 2026, Coğrafi İşaretler Portalı.

Türk Patent ve Marka Kurumu. (t.y.). Coğrafi işaret ve geleneksel ürün adı. Erişim tarihi: 13 Ocak 2026 Coğrafi İşaretler Portalı

Türk Patent ve Marka Kurumu. (t.y.). *Coğrafi İşaretler Portalı: Yozgat İli Coğrafi İşaretli Ürün Kayıtları*. Erişim tarihi: 13 Ocak 2026, Coğrafi İşaretler Portalı.

Türk Patent ve Marka Kurumu. (t.y.). Yozgat İli Coğrafi İşaretli Ürünleri. *Coğrafi İşaretler Portalı (veritabanı kaydı)*.

World Tourism Organization. (2012). *Global Report on Food Tourism* (AM Reports, Vol. 4). Madrid: UNWTO.

Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2003). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. Ankara: Seçkin Yayınları.

Yusuf, A. (2018). Türkiye'deki coğrafi işaretli ürünlerin destinasyon pazarlaması açısından değerlendirilmesi.

Local Cuisine Review Within The Scope of Gastronomy Tourism: The Case of Yozgat Province

İsmail ODABAŞI

Yozgat Bozok University, Faculty of Tourism, Yozgat/Türkiye

Mustafa SARKIM

Yozgat Bozok University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Yozgat/Türkiye

Extended Summary

This study examines the local cuisine of Yozgat within the context of gastronomy tourism and evaluates how regional dishes contribute to destination attractiveness through the perspectives of local stakeholders. The research focuses on the representation of local foods in food and beverage establishments, their association with rituals and special occasions, and the degree of interest shown by visitors toward these dishes. In this respect, the study aims to determine the gastronomic value of Yozgat's local cuisine and to discuss its potential contribution to the promotion and marketing of the destination. It is considered that the identification and visibility of local dishes may strengthen Yozgat's gastronomic identity and support its tourism potential.

The research was designed as a qualitative study. Data were collected through semi-structured interviews conducted with participants who had direct knowledge and experience regarding local food practices in Yozgat. During the interviews, participants were asked seven questions about the local dishes served in establishments, the foods preferred on special occasions, the role of meat, dairy products, and herbs in local cuisine, and visitor interest in local dishes. The interviews lasted between 25 and 45 minutes, were conducted face to face, and were recorded with the consent of the participants.

The data were analyzed through content analysis. In the analysis process, the interview records were transcribed, the entire data set was read several times, and participant statements relevant to the purpose of the study were coded through open coding. Similar codes were then brought together under broader categories, and the findings were interpreted within a thematic framework. To enhance credibility, the coding and interpretation process was reviewed by an external expert.

The findings show that only a limited number of Yozgat's local dishes are actively represented in food establishments. Among soups, yogurt soup, arabaşı soup, and tarhana soup were identified as the most prominent items. Among main dishes, tandır kebab, testi kebab, and sulu köfte stand out, while madımak appears as the most visible vegetable-based local food. In the dessert group, haside and incir uyutması were emphasized, with incir uyutması being more widely preferred. These findings indicate that Yozgat cuisine is represented in establishments through a relatively narrow selection of dishes, although the region has a much broader culinary repertoire.

Another important finding concerns the relationship between local dishes and social practices. According to the participants, yogurt soup and sulu köfte are commonly prepared for communal ceremonies among local people, whereas tandır kebab, testi kebab, and arabaşı soup are more frequently preferred in meetings and gatherings organized in food establishments. This demonstrates that local cuisine in Yozgat is not limited to daily consumption but also retains a place in social and cultural practices.

The study also reveals that visitors show a clear interest in local dishes. Participants stated that many domestic and foreign visitors ask kitchen staff or head chefs for recommendations before ordering and tend to choose dishes based on these suggestions. Some participants further indicated that they have regular customers coming from other provinces specifically to consume local foods. This finding suggests that local dishes function not only as menu items but also as an experiential component of gastronomy tourism.

Although Yozgat possesses a rich culinary heritage, only a portion of this heritage is visible in restaurant menus. Many local dishes known in the region are not sufficiently promoted and therefore remain outside the tourism experience. This situation limits the effective use of local cuisine in destination marketing. In this regard, the study indicates that Yozgat has gastronomic tourism potential, yet this potential requires stronger planning, promotion, and visibility strategies.

In conclusion, Yozgat's local cuisine constitutes an important cultural and gastronomic resource for destination development. However, the limited representation of local dishes in establishments reduces the visibility of this culinary richness. Increasing the presence of local foods in menus, strengthening promotion activities, and integrating regional culinary elements into destination marketing strategies may contribute to the development of gastronomy tourism in Yozgat.

Ek 1. Etik Kurul İzni

T.C.
YOZGAT BOZOK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL VE BEŞERİ BİLİMLER ETİK KURULU
BAŞVURU DEĞERLENDİRME FORMU

	ARAŞTIRMANIN ADI	Gastronomi Turizmi Kapsamında Yöresel Mutfak İncelenmesi: Yozgat İli Örneği
	ARAŞTIRMANIN TÜRÜ	☐ Anket/Ölçek/Skala Çalışması ☐Gözlemsel Çalışma ☒Niteliksel Çalışma ☐Diğer
	GELEN EVRAK SAYISI ve TARİHİ	E-55135017-770-131682 sayılı yazı
	YÜRÜTÜCÜ/DANIŞMAN (Unvan, Ad-Soyad, Kurum, Bölüm)	Mustafa SARKIM Yozgat Bozok Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
	ARAŞTIRMACILAR (Unvan, Ad-Soyad, Kurum, Bölüm)	İsmail ODABAŞI Yozgat Bozok Üniversitesi
	ARAŞTIRMACILAR (Unvan, Ad-Soyad, Kurum, Bölüm)	

KARAR BİLGİLERİ

KARAR NO:01/10 **TARİH: 30.03.2023**

Yukarıda bilgileri verilen Etik Kurulu başvuru dosyası ile ilgili belgeler araştırmanın gerekçe, amaç, yaklaşım ve yöntemleri dikkate alınarak incelenmiş çalışmanın başvuru dosyasında belirtilen merkezlerde gerçekleştirilmesinde etik sakınca **bulunmadığına** karar verilmiştir.

Değerlendirme Sonucu		
☒	Uygundur	
☐	Düzeltme gereklidir (Açıklayınız)	
	☐ Düzeltmeleri görmek istiyoruz	☐ Düzeltmeleri görmemize gerek yok
☐	Uygun değildir (Açıklayınız)	
Açıklama		

ÇALIŞMA ESASI	Yozgat Bozok Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu Yönergesi